

ANGOULÊME,  
Le Mercredi 30 Avril 2014

Nos Réf. :  
E0140425EG

**MAIRIE de CHALAIS**  
Monsieur Le Maire  
Place de l'Hôtel de Ville  
16210 CHALAIS

*L'EX remis à  
M. DU FLOT pour étude et propositions  
d'actions - 23/06/14*

Monsieur le Maire,

Votre municipalité est confrontée à un phénomène d'affaiblissement des activités commerciales de proximité localisé sur certains quartiers du centre bourg. Vous avez placé cette problématique au cœur de vos préoccupations.

La municipalité a sollicité la Chambre de Commerce et d'Industrie d'Angoulême pour :

- réaliser un état des lieux de l'appareil commercial Chalaisien,
- rédiger des préconisations adaptées aux nouveaux enjeux du commerce.

Cette étude a donné lieu à plusieurs restitutions d'étape auprès de votre équipe. Les résultats obtenus ont permis d'isoler les faiblesses et menaces de votre territoire et d'identifier ses atouts et ses opportunités afin de vous proposer des pistes d'actions visant à endiguer la paupérisation des activités commerciales de proximité.

Nous vous prions de trouver ci-joint le rapport complet de cette étude.

En espérant que notre collaboration vous ait apporté entière satisfaction nous restons à l'entière disposition de la municipalité pour finaliser un plan d'actions et étudier la mise en œuvre.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Maire, l'expression de nos salutations distinguées.

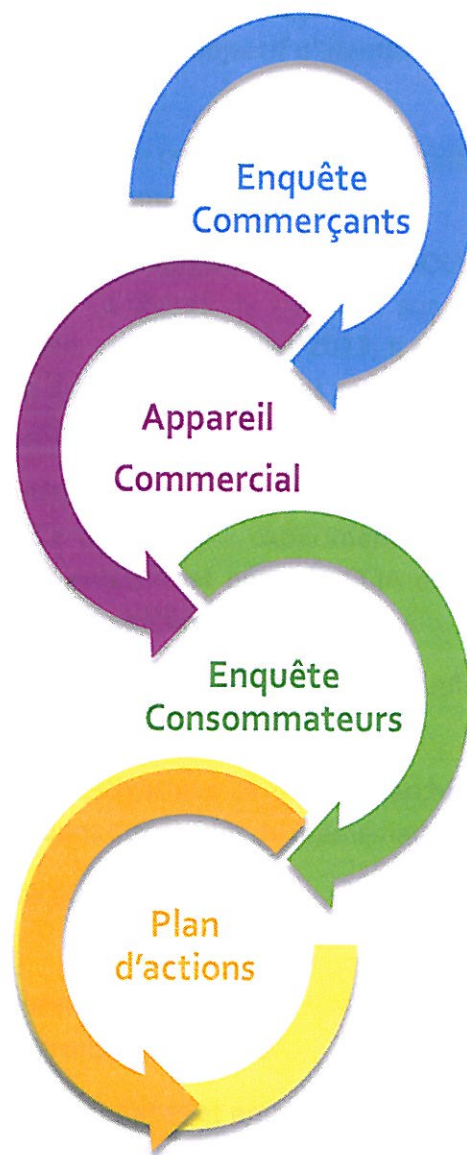
**Le Président**



**Alain VENTHENAT**

PJ. : Etude du tissu commercial de Chalais

# ETUDE DU TISSU COMMERCIAL DE CHALAIS



## Introduction

Suite à la recrudescence de fermetures et transferts de magasins localisés dans l'extrémité de la rue de Barbezieux, la municipalité de Chalais s'est préoccupée de cette problématique pesant sur l'équilibre de son appareil commercial et l'attractivité de son centre bourg.

La municipalité s'interrogeant sur l'avenir de son commerce à horizon 2020, a souhaité réaliser un état des lieux de son appareil commercial. Ce diagnostic avait pour objectif d'identifier les causes et les mécanismes du déclin de l'offre commerciale.

Elle a sollicité la Chambre de Commerce et d'Industrie d'Angoulême pour réaliser cette étude et préconiser un plan d'actions adapté aux nouveaux enjeux du commerce.

La Chambre de Commerce et d'Industrie d'Angoulême a recruté un stagiaire, Benjamin JOLY, étudiant Master 1 Développement des Territoires Ruraux et l'a chargé de travailler sur ce projet. La mission de Benjamin JOLY s'est déroulée sur 4 mois : d'avril à juillet 2013, il a été accompagné par Aurore MURGUET, conseiller d'entreprise du Sud Charente. Les services de la Chambre de Commerce et d'Industrie d'Angoulême ont poursuivi et finalisé le dossier.

Au mois d'Avril 2013, les premières rencontres avec la municipalité ont permis de définir les objectifs de l'étude et de rédiger un cahier des charges. Ce diagnostic « expérimental » a également fait l'objet de la signature d'une convention de partenariat entre la CCIA et la municipalité de Chalais, qui a bénéficié de conditions financières préférentielles.

L'étude devait combiner des méthodes « traditionnelles » et permettre de tester d'autres outils élaborés et adaptés aux problématiques Chalaisiennes.

Dans un premier temps, Benjamin JOLY a entrepris des investigations et des recherches documentaires pour connaître les différents moyens utilisés dans des études de même nature.

Après concertation, il a été décidé d'articuler l'état des lieux autour de 3 axes :

- Enquête individuelle des commerçants
- Diagnostic de l'appareil commercial et de son environnement
- Enquête des consommateurs avec l'organisation de groupes de parole

Les résultats obtenus ont permis d'identifier les opportunités, menaces et enjeux inhérents à ce pôle de vie. Des axes de développement et des pistes d'actions adaptées ont été proposées pour renforcer l'attractivité et le dynamisme de cette commune.





## Introduction



- **Les entreprises et leur activité** p 1 à 6
- **Le marché de Chalais** p 7
- **Union commerciale** p 8
- **La commune de Chalais** p 9 à 14
  
- **Appareil commercial 2013 et 1990** p 1 à 13
- **Zoom sur les 3 zones principales** p 14 à 19
- **Environnement commercial** p 20
- **Appareil commercial Chalaisien : comparaison avec d'autres communes Charentaises** p 21 à 25
- **Chalais pôle de vie d'un bassin de vie** p 26 à 41
  
- **Habitudes de consommation** p 1 à 3
- **Avis sur les commerces Chalaisiens** p 4 à 6
- **Opinions sur la commune de Chalais** p 7 à 13
  
- **Socio-démographique et consommation** p 4 à 6
- **Environnement commercial** p 7 à 10
- **Appareil commercial** p 11 à 14

## ANNEXES



# I. ENQUETE COMMERCANTS



# I - ENQUETE COMMERÇANTS

Direction du Développement des Entreprises Commerciales et Action territoriale

Août 2013

Pour analyser en profondeur l'offre commerciale Chalaisienne, il est essentiel de connaître le profil, la situation, l'opinion ... des entreprises commerciales.

Nous avons donc élaboré un questionnaire permettant d'interroger en face à face les commerçants de la commune de Chalais ; il comprend 1 fiche entreprise et 22 questions abordant quatre thématiques :

- l'activité de l'entreprise,
- le marché de Chalais,
- l'association de commerçants,
- la commune.

**Sur 88 commerçants recensés, 63 commerçants ont répondu au questionnaire, soit un taux de retour de 73,3% (61 questionnaires exploitables)**

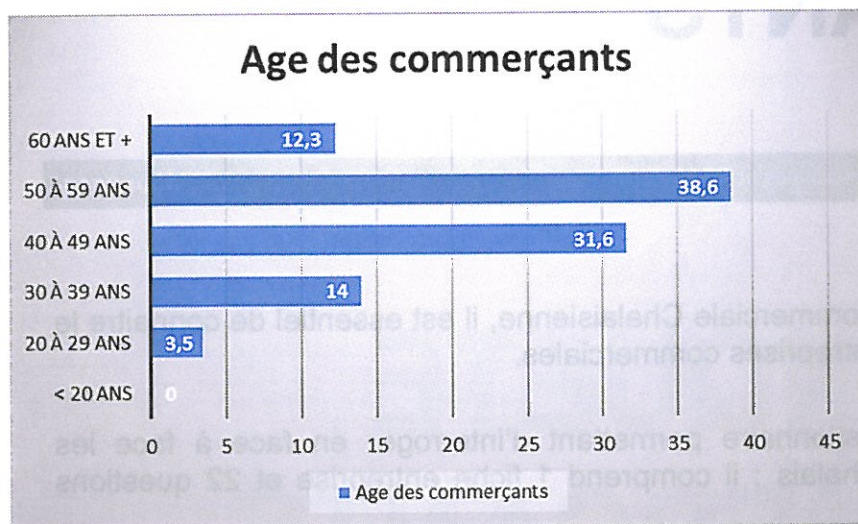


Centre ville de Chalais

- **Les entreprises et leur activité**
- **Le marché de Chalais**
- **Union commerciale**
- **La commune de Chalais**



# LES ENTREPRISES ET LEUR ACTIVITÉ

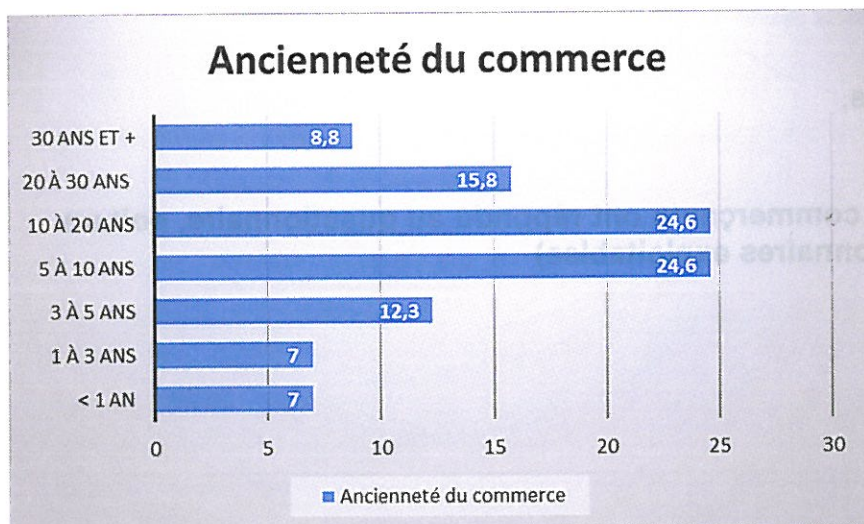


## • Les dirigeants

51 % des commerçants ont plus de 50 ans et 12,3 % ont plus de 60 ans.

31 % des dirigeants résident sur le territoire Chalais.

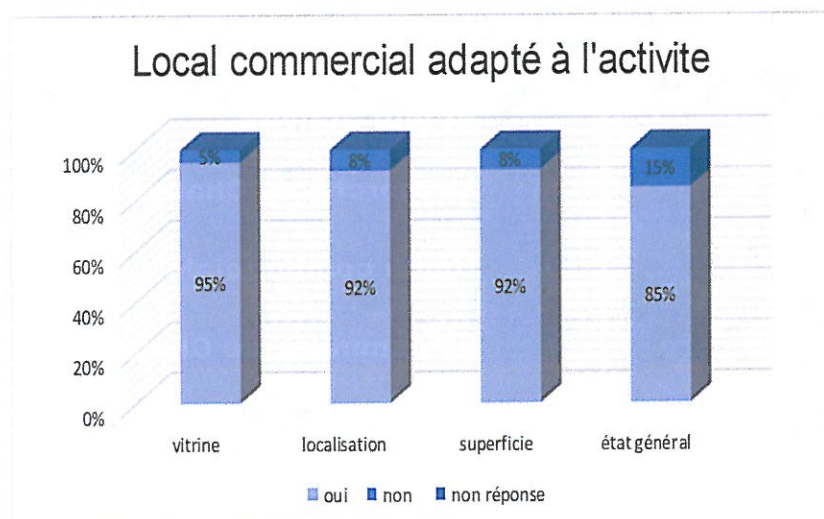
Pour les autres la distance moyenne de leur domicile est de 17 km de la commune Chalais.



## • Ancienneté des entreprises

L'offre commerciale bénéficie d'un socle de commerçants expérimentés et d'un renouvellement assuré par les installations régulières de nouveaux commerçants :

- 1/4 a + de 20 ans
- 1/4 entre 10 et 20 ans
- 1/4 entre 5 et 10 ans
- 1/4 entre 0 et 5 ans



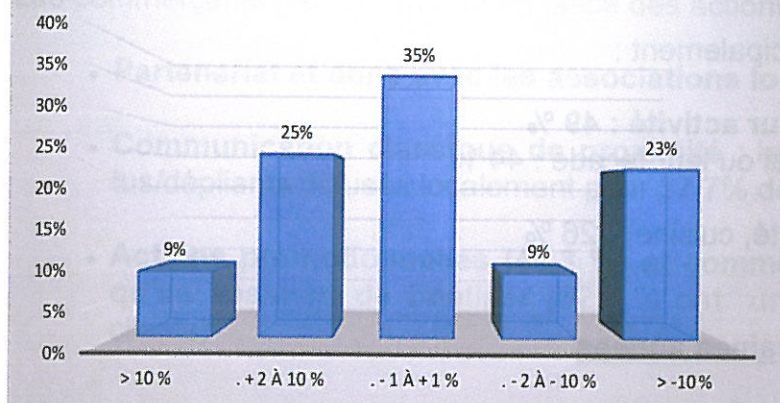
## • Locaux commerciaux

60 % des locaux commerciaux ont une superficie inférieure à 100 m<sup>2</sup>

Plus de 85 % des commerçants sont satisfaits de leurs locaux commerciaux (vitrine, localisation, superficie et état général).



### Estimation évolution CA depuis 3 ans



### • Evolution du Chiffre d'Affaires

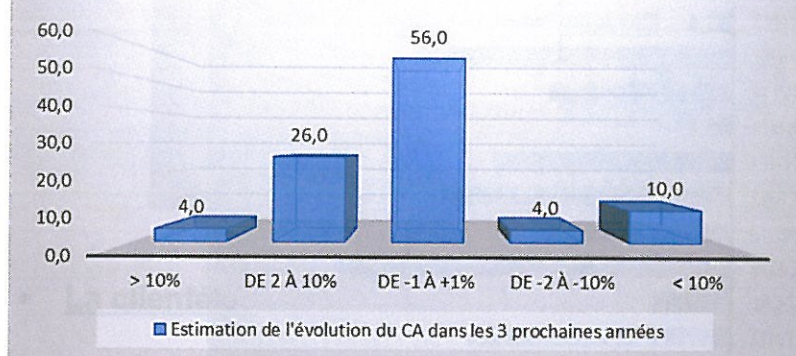
La situation du Chiffre d'Affaires au cours des 3 dernières années est contrastée :

- environ 1/3 des commerçants considèrent que leur chiffre d'affaires a augmenté depuis les trois dernières années,
- 1/3 le juge stable,
- 1/3 en diminution

Pour les commerçants interrogés, la baisse du chiffre d'affaires s'expliquerait pour :

- **25 % par la mauvaise conjoncture économique**, la baisse du pouvoir d'achat qui incite les clients à limiter leurs dépenses et modifie les comportements d'achat
- **12,5 % par le renforcement de la concurrence**, d'autres canaux de ventes (Internet, hard discount, grande distribution...)
- 10 % par des facteurs sociodémographiques locaux (baisse, vieillissement de la population...)

### Estimation de l'évolution du CA dans les 3 prochaines années



Dans les situations d'augmentation de Chiffre d'Affaires, les commerçants présentent plutôt des explications liées à leur activité ou aux mesures qu'ils ont mis en place dans leur entreprise :

- Diversification ou changement de gamme de produits,
- Notoriété, reconnaissance professionnelle
- Changement d'adresse...

Concernant la projection de leur CA dans les 3 prochaines années, les commerçants sont plutôt confiants malgré la conjoncture :

- pour **56 %**, l'activité restera stable
- pour **30 %**, elle va augmenter

### Remarques :

Les résultats doivent être relativisés car :

- Il s'agit d'estimation
- Les questions liés au CA restent sensibles pour les commerçants



- **Actions mises en place dans les 5 dernières années**

Depuis 5 ans les commerçants ont principalement :

- **diversifié ou développé leur activité : 49 %**
- **renové leur local commercial ou leur façade : 44 %**
- **acheté du matériel : 36 %**
- **mis aux normes (accessibilité, cuisine) : 26 %**

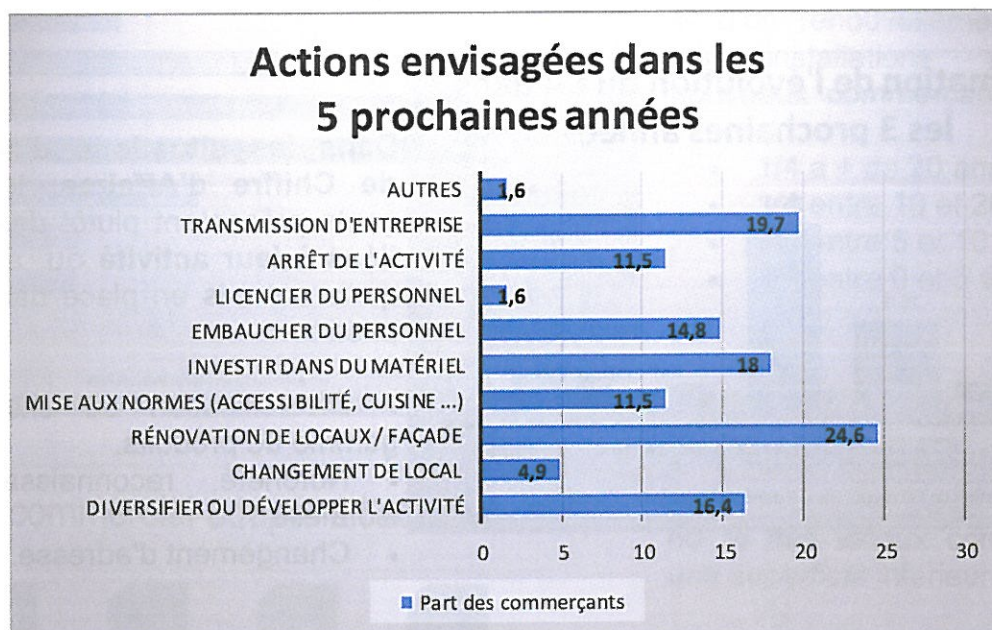
- **Actions envisagées dans les 5 prochaines années**

Les commerçants vont principalement :

- **renover leur local commercial ou leur façade : 27 %**
- **acheter du matériel : 18 %**
- **diversifier ou développer leur activité : 16 %**

Une part significative des commerçants :

- **souhaitent transmettre leur activité : 20 %**
- **ont décidé d'arrêter leur activité : 11 %**



- **L'implication des commerçants dans des démarches de développement durable : tous sont mobilisés**

Nous avons constaté que tous les commerçants sont mobilisés par le sujet, leur implication concerne surtout **des éco-gestes** :

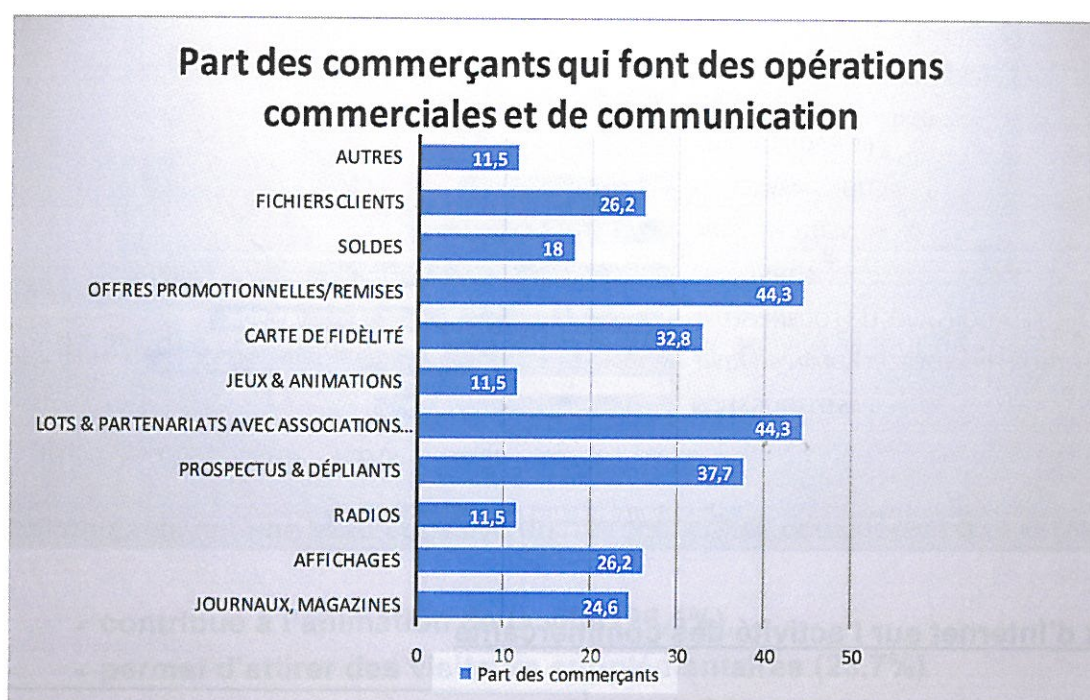
- **tri des déchets (86,9%)**
- **l'économie d'énergie (45,9%)**

Mais aussi **l'écoute de la clientèle** et des salariés (services, accessibilité...) (85 %)

- **Les opérations commerciales et communication :**

Les commerçants mettent surtout en place des actions de proximité :

- **Partenariat et dons avec les associations locales** pour 44,3 % des commerçants
- **Communication classique de proximité** : les outils privilégiés restent les prospectus/dépliants diffusés localement pour 37,7% des commerçants, et de l'affichage .
- **Actions promotionnelles (44,3 %) et commerciales notamment avec leur clientèle qu'ils essaient de fidéliser** (32,8 % ont une carte de fidélité et 26,2 % un fichier clients)



- **La clientèle :**

Une clientèle diversifiée :

- **la moitié des commerçants jugent qu'ils attirent toutes les catégories d'âges**, et 1/3 d'entre eux considèrent que leur principale clientèle se situe dans la classe des 40 et 59 ans.
- 60 % considèrent que **la moyenne d'âge de la clientèle reste stable** et 27,9% des commerçants constatent un vieillissement de leur clientèle,
- La moitié des commerçants estiment que leurs clients sont domiciliés dans **un rayon de 20 km autour de Chalais**. Pour 1/4 d'entre eux leur clientèle est résidente dans un rayon de 10 km de Chalais.

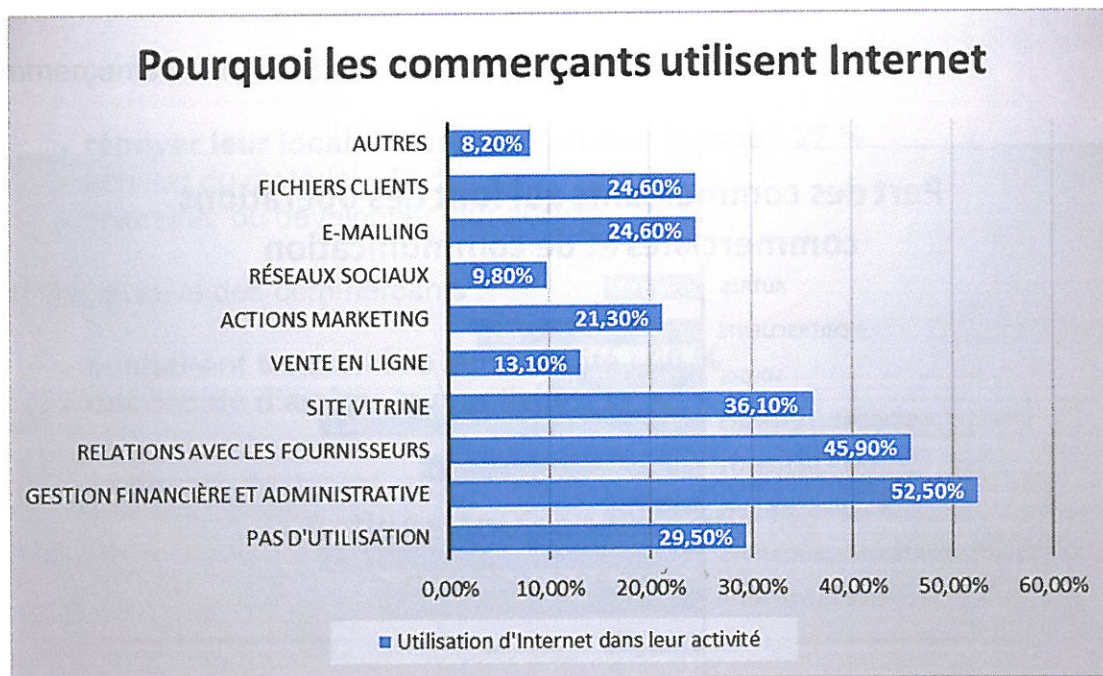


## • Utilisation d'Internet dans l'activité des commerçants

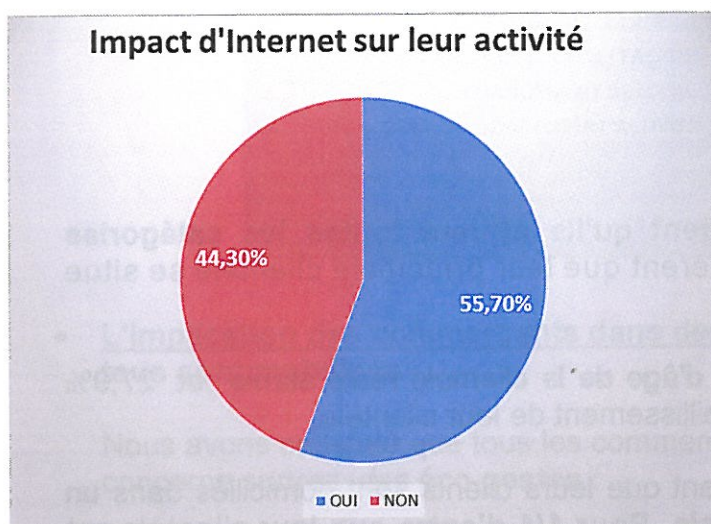
29,5% des commerçants **n'utilisent pas Internet** dans le cadre de leur activité ; pour les autres, les usages les plus fréquents sont :

- la gestion financière (52,5%),
- la relation avec les fournisseurs (45,9%)

Seulement **1/3** des commerçants ont **un site Internet pour leur activité** et **13 %** proposent de **la vente en ligne**.



## Impact d'Internet sur l'activité des commerçants



**55,7%** des commerçants pensent qu'Internet influence leur activité.

Les impacts positifs les plus cités sont :

- **Développer la visibilité des produits** pour la clientèle,
- Utiliser comme un **outil publicitaire et promotionnelle complémentaire**
- la capacité offerte aux consommateurs **de se renseigner**

L'impact négatif principal évoqué est : **la concurrence supplémentaire** pour les commerçants de Chalais

# LE MARCHE DE CHALAIS

- Influence du marché sur le commerce local



67,2% des commerçants sont satisfaits de leur activité le jour de marché.

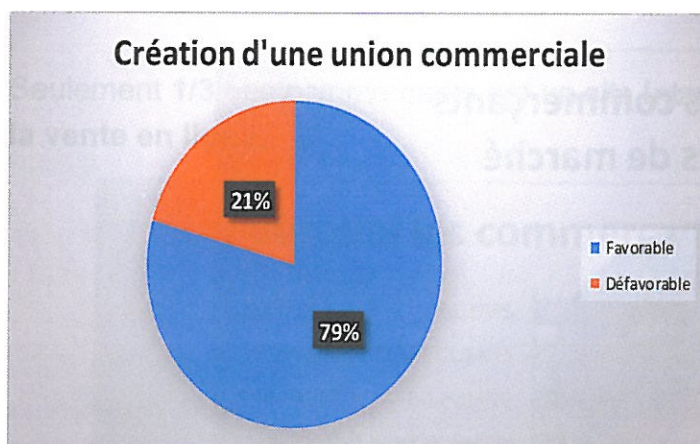
Les commerçants ont une **vision positive** du marché, car ils considèrent **que le marché** :

- **contribue à l'animation de la ville (26,5%),**
- **permet d'attirer des visiteurs supplémentaires (23,7%)**
- représente un moment de convivialité (15,3 %)
- permet d'augmenter l'activité des commerces (12,5 %)



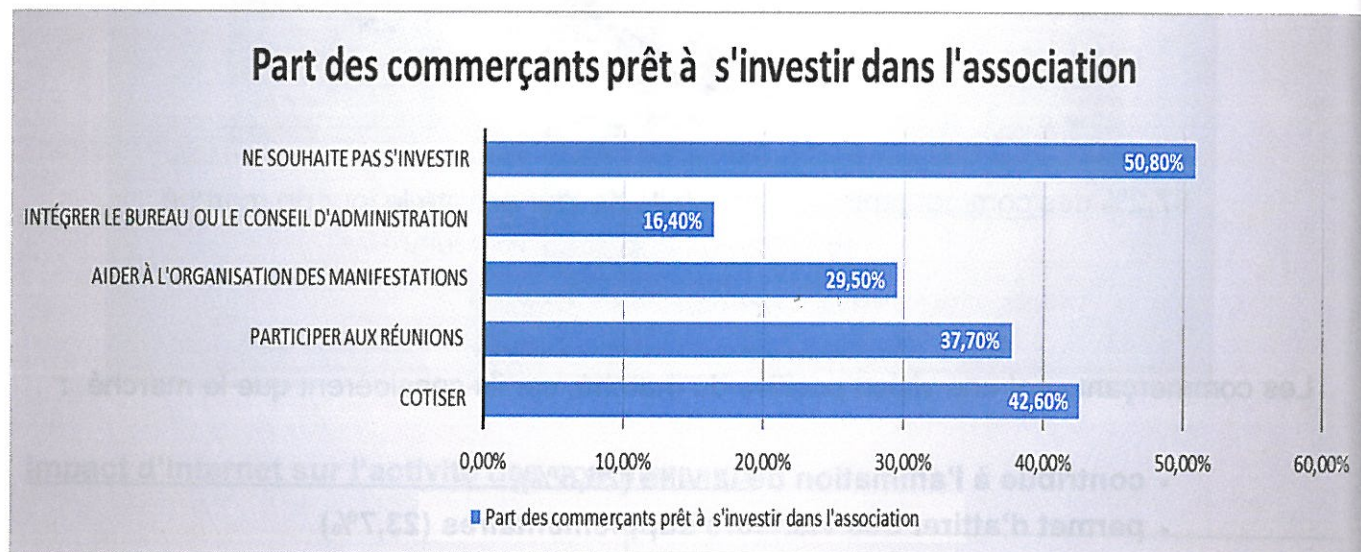
# UNION COMMERCIALE

## « Le réveil » de l'Union Commerciale



75,4% des commerçants plébiscitent le réveil d'une association de commerçants.

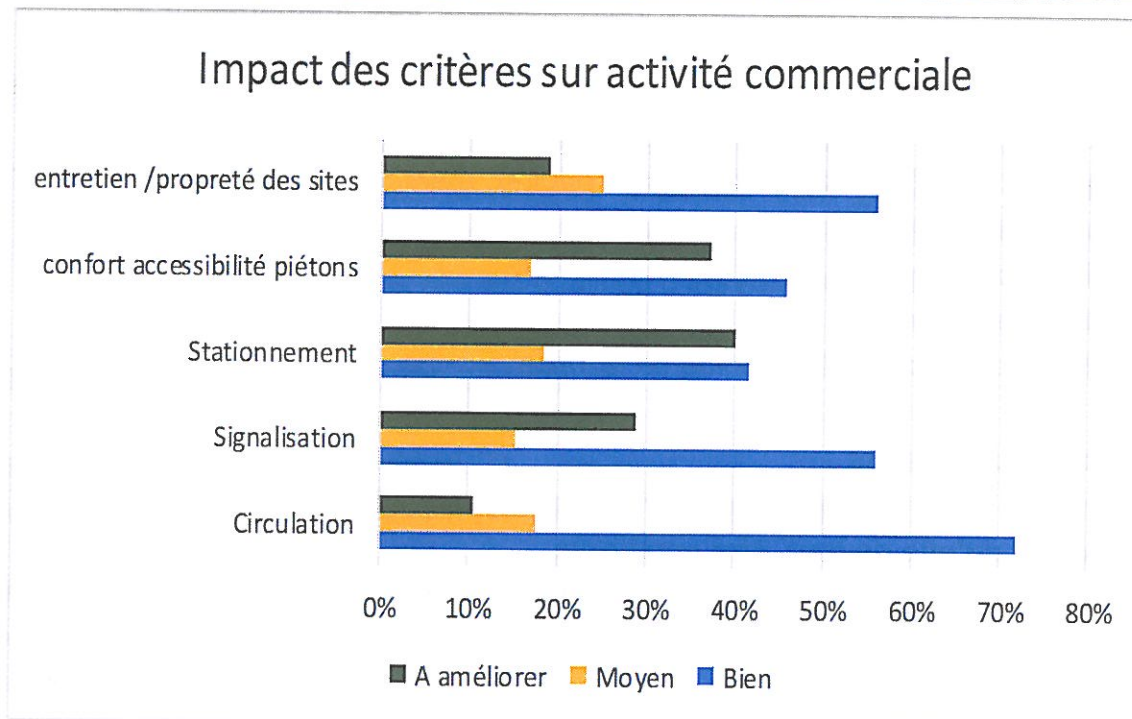
Cependant on constate qu'une majorité de commerçants (50,8%) ne souhaitent pas s'investir dans la vie de l'union commerciale.



Les principales attentes des commerçants concernant l'union commerciale sont :

- l'animation et la promotion de la ville pour 40 % des réponses,
- Défendre les intérêts des commerces à 26 %
- Communiquer et faire de la publicité à 23 %.

# LA COMMUNE DE CHALAIS



## Impact des critères sur l'activité commerciale

### L'accessibilité et le confort des piétons :

**53 % des commerçants de la Rue de la Gare sont satisfaits de l'accessibilité des piétons**, contre seulement 18% de mécontents

**Une dualité des avis pour la Rue de Barbezieux et celle de la Tude** : une moitié est satisfaite tandis que l'autre moitié est plus critique.

**Les trottoirs pavés autour de la mairie sont critiqués** ; ils sont considérés glissants en hiver pour les piétons, pas praticables, et trop hauts pour des personnes à mobilité réduite.

Des commerçants suggèrent la création de **zones réservées aux piétons**.

### Le stationnement à Chalais :

**L'avis des commerçants sur le stationnement est partagé** :

41% le considèrent approprié, tandis que 39,3% pensent qu'il faut l'améliorer.

Les mécontentements sont surtout concentrés Rue de Barbezieux où 64,3% des commerçants de la rue de Barbezieux critiquent le stationnement, et surtout les **zones bleues**.

Les commerçants soulignent certaines problématiques :

- la présence de voitures ventouses,
- le non respect des zones bleues



### **circulation automobile :**

**La circulation des véhicules est jugée satisfaisante par une majorité de commerçants 72%.** Les commerçants estiment qu'elle est fluide, mais certains déplorent le comportement d'automobilistes peu respectueux envers les piétons et le code de la route.

### **Entretien des sites et propreté :**

**La ville est estimée propre par plus de la moitié des commerçants, mais 18% jugent au contraire que la ville est sale**

Les plaintes sont plutôt générales (rues, trottoirs), mais une partie des commerçants se focalisent sur certains sites ou sujets :

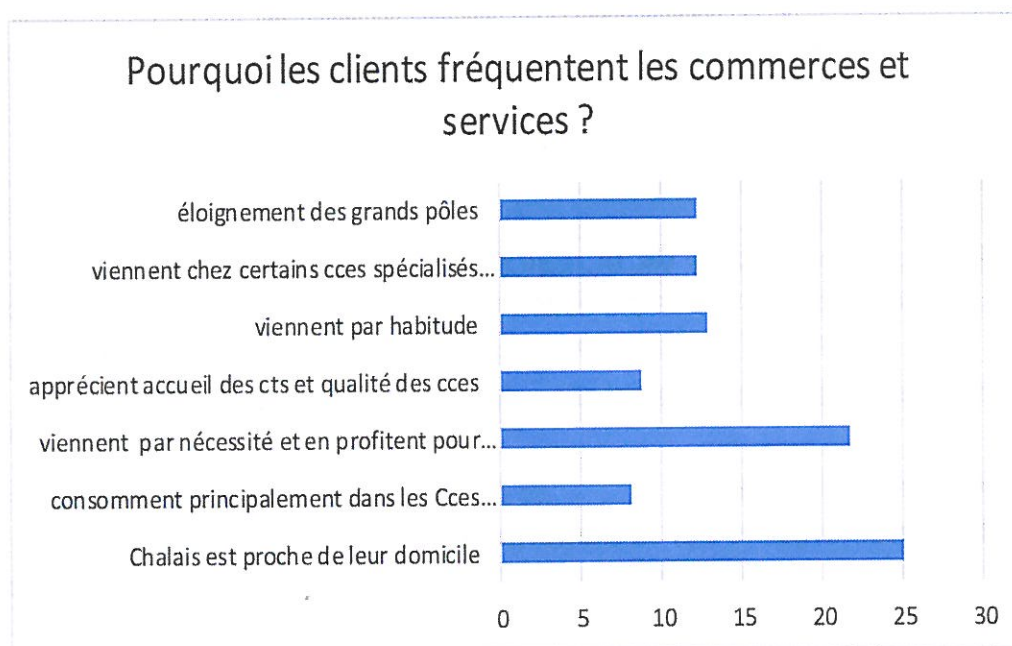
- Les poubelles
- Le fleurissement
- Rue de la Tude et les abords de la Tude

### **La signalisation de Chalais :**

**Plus de la moitié des commerçants estiment que la signalisation est bien. 29 % d'entre eux considèrent qu'elle devrait être améliorée.**

Les critiques exprimées se centralisent sur les problèmes de mise à jour, le manque de visibilité, et l'insuffisance de panneaux. Des commerçants ont suggéré la mise en place de signalisation touristique.

### **Motifs de la fréquentation des commerces et services de Chalais**



Les commerçants pensent surtout que les clients profitent de la proximité des commerces de leur domicile. La seconde explication est que les clients viennent à Chalais par nécessité (banque, carburant, écoles, santé...) et qu'ils en profitent pour consommer.

La consommation serait donc liée à la gestion et la rationalisation (*optimisation*) des déplacements.

## Atouts de Chalais et de son commerce

Les atouts évoqués par les commerçants peuvent être classés en 3 grandes thématiques :

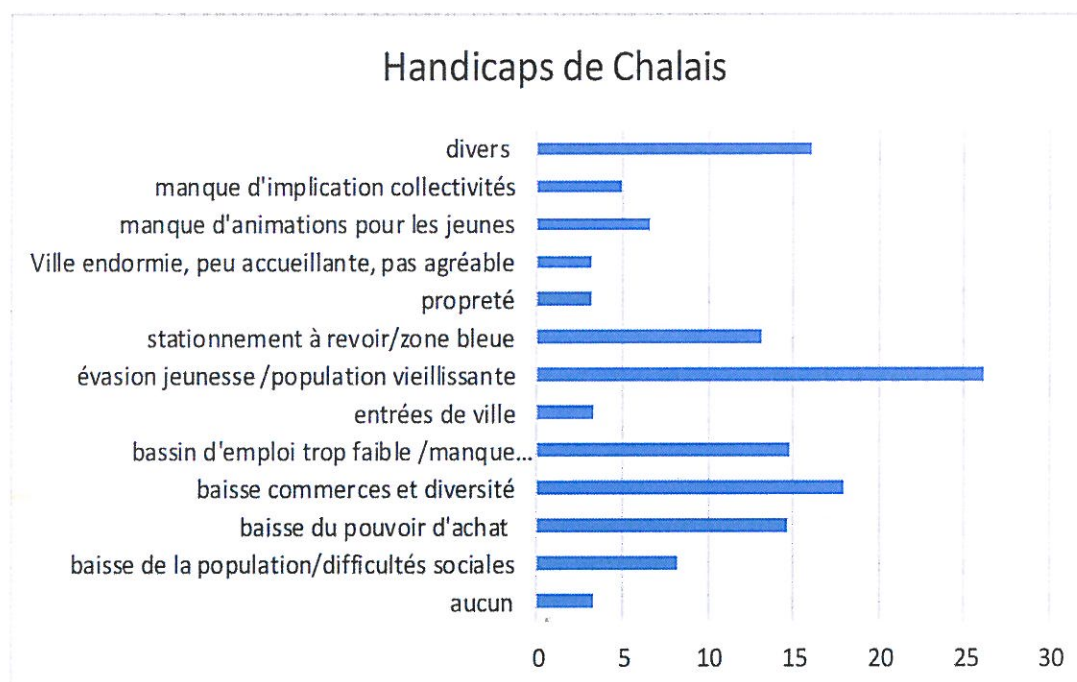
- **L'éloignement des grandes villes** commerciales qui permet de **maintenir un équipement commercial diversifié de proximité**. La particularité d'avoir le pôle Intermarché en centre-ville et un marché hebdomadaire renommé.
- Le **potentiel touristique** avec la présence du **château de Chalais**. Les manifestations organisées sur la ville, sa **proximité avec plusieurs départements touristiques** (Dordogne, Charente Maritime) **et un site réputé (Aubeterre)**.
- Le cadre de vie : la ville est qualifiée d'**agréable et paisible**.

## Handicaps de Chalais et de son commerce

Les réponses sont très diversifiées.

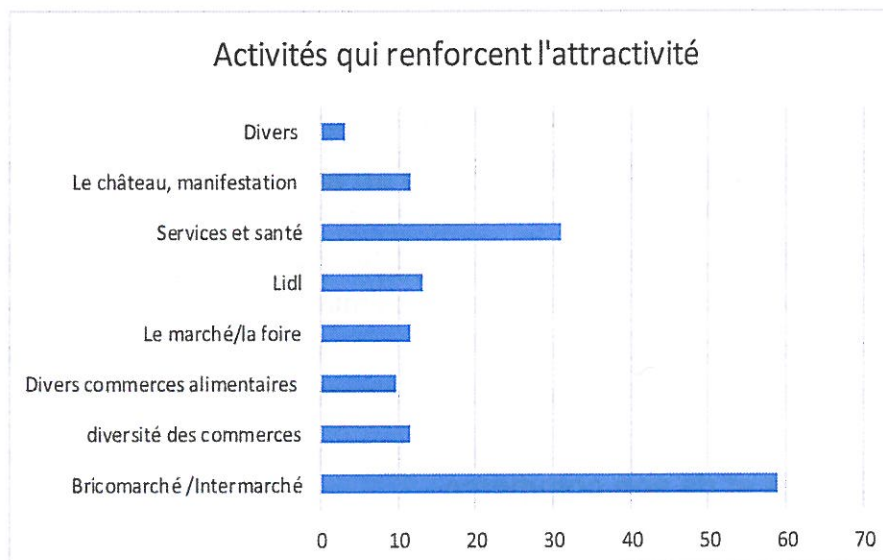
Les handicaps cités peuvent être répertoriés en 4 catégories :

- Les facteurs socio-démographiques : **diminution et vieillissement de la population**,
- **l'évasion des jeunes** et baisse du pouvoir d'achat (difficultés sociales)
- L'appareil commercial et l'économie : **baisse progressive du nombre de commerces**, manque d'activité génératrice d'emploi (productive...)
- L'urbanisme : le stationnement, des **entrées de ville peu valorisées...**





## Activités qui renforcent l'attractivité de Chalais



### **Chalais Pôle commercial et de services :**

**Les diverses activités de commerces et de services se complètent afin de garantir l'attractivité de Chalais : services et santé, diversité des commerces...**

- Grâce à **son positionnement au centre-ville** de la commune, Intermarché et Bricomarché sont considérés comme **un centre commercial attractif**.

### **Le château et les manifestations sont aussi reconnus pour favoriser l'attractivité.**

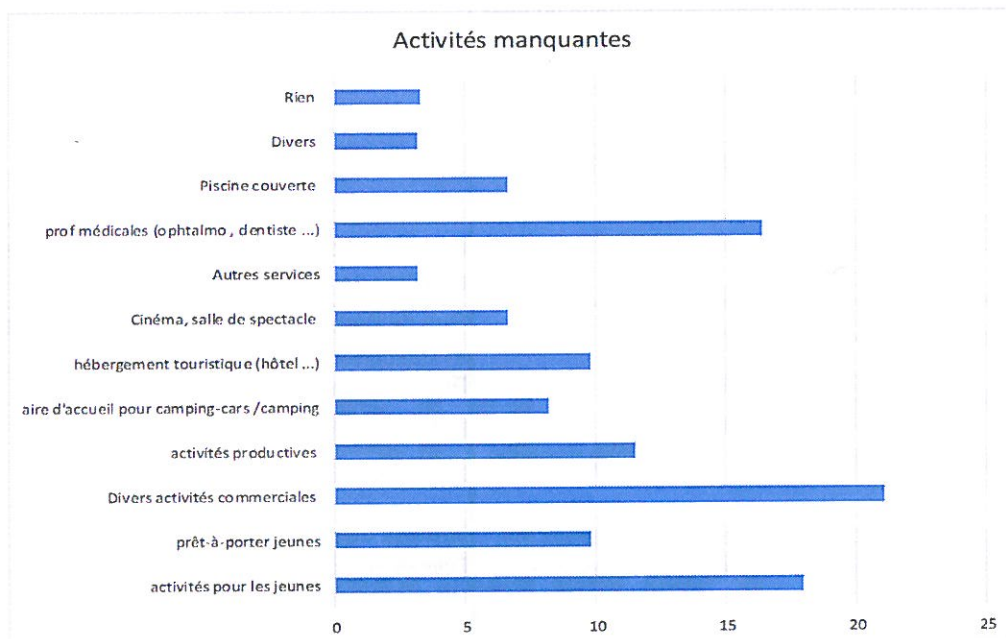
La valorisation et la promotion de ces atouts peuvent permettre de développer la fréquentation touristique à Chalais.

### **Les activités manquantes :**

Les réponses sont variées et s'articulent autour de 4 thèmes :

- Une partie des commerçants citent des activités commerciales précises :
  - Magasin de décoration
  - Boutique de prêt à porter
  - Epicerie ou magasin alimentaire
- L'insuffisance d'activités et commerces pour les jeunes préoccupent les commerçants.
  - **Le manque d'emploi et d'absence de commerces/services adaptés à leurs besoins** semblent participer à l'exode des jeunes.
  - Selon les commerçants, **les jeunes s'ennuient** à Chalais et rien n'est mis en place pour favoriser leur installation.

- **La sous-capacité des hébergements touristiques tant pour les hôtels, le camping, que les aires d'accueil pour camping-cars**
- Malgré la présence de nombreux professionnels de santé, les commerçants souhaiteraient que des **services médicaux spécialisés s'implantent : ophtalmologiste, dentistes**



### Actions favorisant le développement de la commune

#### Trois suggestions proposées par les commerçants :

- Conforter le secteur du tourisme grâce à :
  - la valorisation du château et de la Tude,
  - la consolidation des évènements festifs
  - le développement d'hébergements touristiques.
- Attirer de nouvelles populations qui seront amenées à consommer dans les commerces et les services de Chalais (familles...)
- Mettre en place une stratégie d'accueil d'entreprises en tenant compte des secteurs d'activités manquants à Chalais

Développer le tourisme et des hébergements touristiques	29 %
Des animations et des évènements tout au long de l'année	16,4%
Inciter de nouvelles entreprises à s'installer	16,4%
Mettre en place une stratégie d'accueil de nouvelles populations (surtout des familles avec enfants)	9,8%
Attirer des commerces selon le manque de produits	8,2%



	Atouts	Faiblesses
<b>Les entreprises et leur activité</b>  <b>Marché de Chalais</b>	Appareil commercial équilibré et diversifié Commerçants plutôt confiants, entreprenants (investissements...) et impliqués dans les éco gestes, et dans les services à la clientèle. Clientèle diversifiée qui réside surtout dans un bassin d'une vingtaine de kilomètres autour de Chalais. Influence favorable sur l'activité des commerçants sédentaires Rôle important dans l'animation et l'attractivité de la ville	Moyenne d'âge des exploitants plutôt élevée Evolution de l'activité plutôt contrastée Usage d'Internet à développer
<b>Association de commerçants</b>	Volonté de relancer l'union commerciale pour animer et promouvoir la ville	Le manque de volonté des commerçants de s'investir dans l'association
<b>La commune de Chalais</b>	Circulation automobile satisfaisante Cadre de vie agréable Pôle commerces et services de proximité diversifié et attractif Eloignement des grandes villes commerciales Potentiel touristique (château, tude) et manifestations	Rue de Barbezieux : accessibilité piétons (trottoirs) et stationnement (zones bleues) Entretien des sites : problèmes localisés (poubelles) Diminution, vieillissement de la population Evasion des jeunes Baisse du nombre de commerces Manque d'emploi Manque commerces et activités pour les jeunes Manque d'hébergements touristiques

	Opportunités	Menaces
<b>Les entreprises et leur activité</b>	Entreprenariat toujours présent des commerçants.	Augmentation du nombre d'entreprises à transmettre Augmentation des projets de cessation d'activité Manque d'engagement des commerçants vers des démarches de progrès (internet...)
<b>Marché de Chalais</b>	Marché attractif et renommé : à maintenir et valoriser	
<b>Association de commerçants</b>	Des jeunes commerçants qui souhaitent s'investir dans l'association.	Manque d'implication des commerçants
<b>La commune de Chalais</b>	Cadre de vie agréable : à valoriser Pôle commerces et services de proximité diversifié et attractif : à maintenir et développer <u>Exploiter le potentiel touristique comme vecteur de développement</u>  Vieillesse de la population : développement de commerces et services spécialisés	Risques de détérioration de la Rue de Barbezieux Affaiblissement de l'attractivité de Chalais : évasion de la population vers d'autres pôles Diminution, vieillissement de la population : évolution de la consommation Continuité de l'évasion des jeunes Manque d'hébergements touristiques : freins au développement touristique

L'enquête auprès des commerçants a mis en évidence une situation contradictoire. Certains indicateurs plutôt encourageants sont affectés par les symptômes d'une détérioration de la situation. Le centre bourg de Chalais est doté d'un appareil commercial de proximité : diversifié, équilibré, et d'un cadre de vie agréable. C'est un pôle de vie encore attractif. Les commerçants ont une bonne connaissance de leur clientèle, une vision pertinente de leur commune. Ils restent entreprenants mais sont conscients que leur secteur d'activité et plus largement leur commune, se fragilisent.

# II. APPAREIL COMMERCIAL





# II - APPAREIL COMMERCIAL



La première phase de cette étude est consacrée à l'enquête des commerçants, elle a permis d'établir un portrait des entreprises commerciales actuelles. En complément, l'état des lieux de l'appareil commercial et de son environnement va mettre en évidence les facteurs, les mutations, les perspectives qui dessinent la « saga commerciale » des rues Chalaisiennes.

Une comparaison de la composition et de l'implantation de l'offre commerciale a été réalisée sur la base du relevé cartographique et sur la liste des activités commerciales recensées en 1990, lors de l'élaboration du plan de référence.

Ce rapport intègre également des appréciations sur l'environnement commercial, qui tiennent compte de l'étude commerçants, de l'enquête consommateurs, d'un repérage et d'une investigation sur place.

## Dans cet état des lieux :

- Appareil commercial en 1990 et 2013
- Zoom sur les 3 zones principales
- Environnement commercial
- Appareil commercial Chalaisien  
Comparaison avec d'autres communes charentaises
- Chalais, pôle de vie d'un bassin de vie

-27 % d'activités commerciales entre 1990 à 2013

17 % de locaux vacants : 50 % localisés rue de Barbezieux



environ 90 activités commerciales recensées : 47 % localisées dans le quartier Gare/Tude

Création d'une nouvelle zone d'activité : La Baurie

Répartition des activités stable de 1990 à 2013





# APPAREIL COMMERCIAL de 1990 et 2013

2013

## Les pôles commerciaux de Chalais 2013



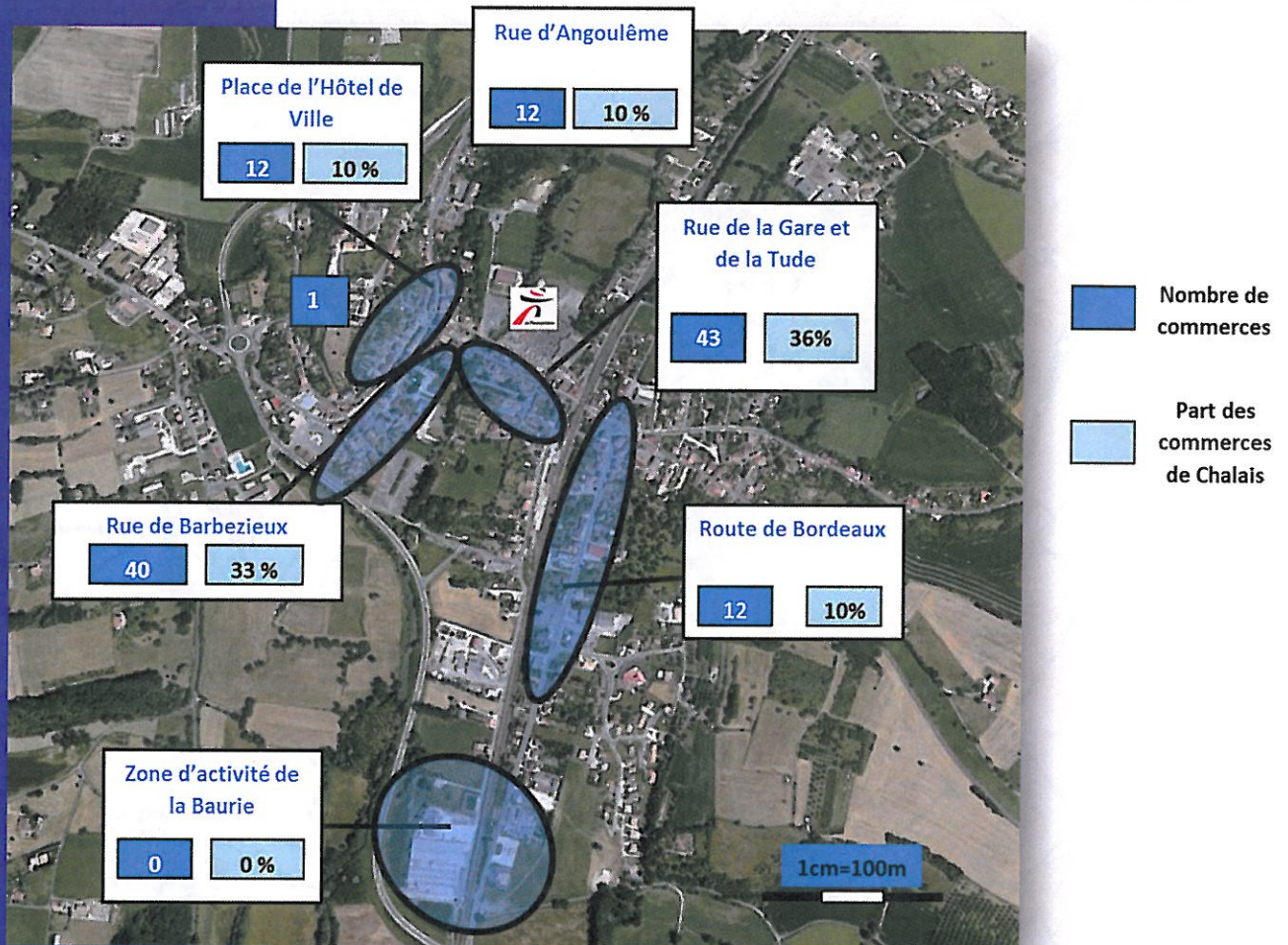
Découpage  
appareil  
commercial  
pour  
cartographie





1990

## Les pôles commerciaux de Chalais 1990



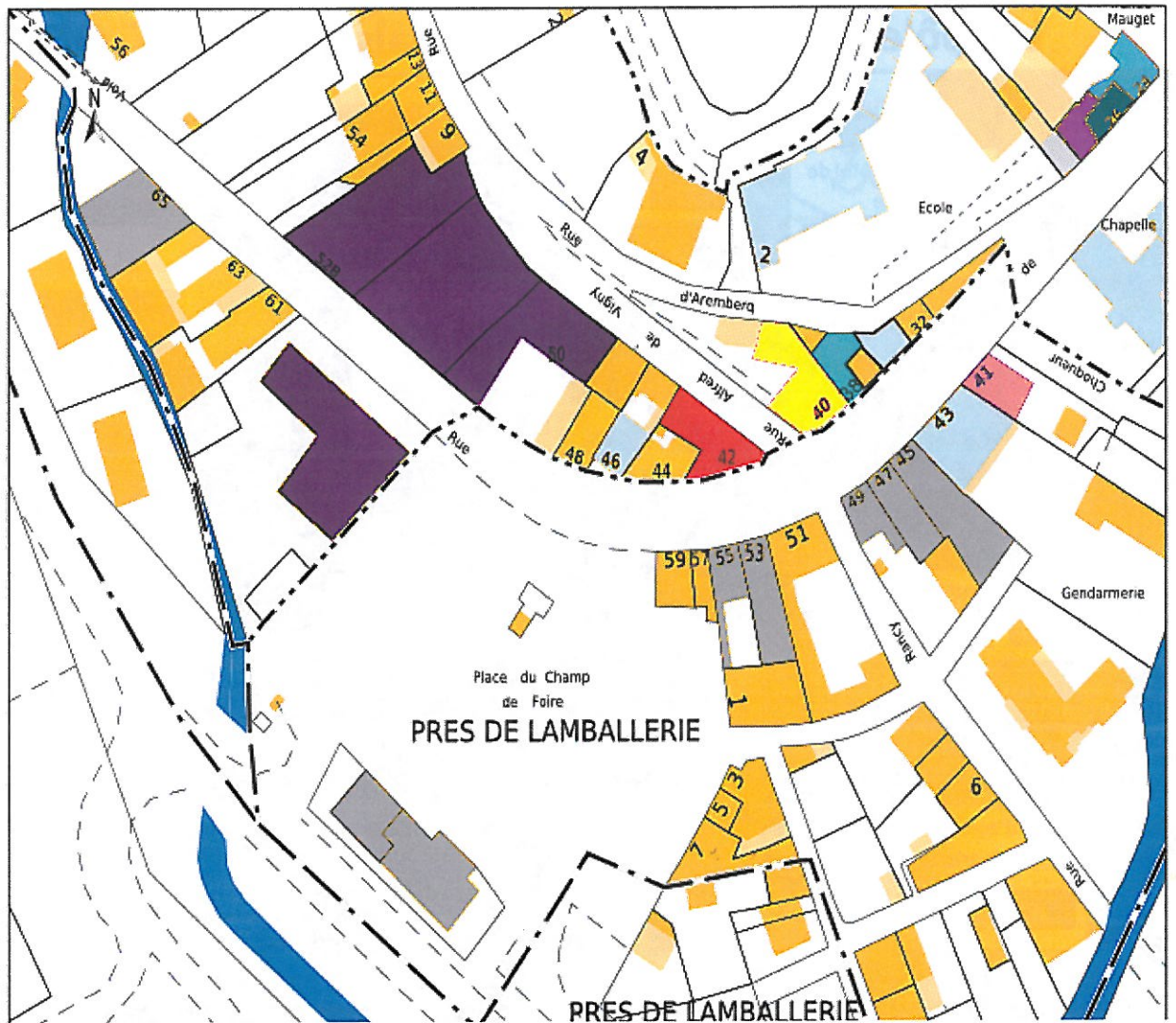
Découpage  
appareil  
commercial  
pour  
cartographie



Contexte 80s/90s : Des événements majeurs ont impacté le fonctionnement du centre bourg de Chalais et son appareil commercial :

- Travaux du tunnel et création de la déviation (janvier 1988 à Août 1989) : réduction du trafic des véhicules.
- Implantation du Codec 1982 qui devient Intermarché en 1989





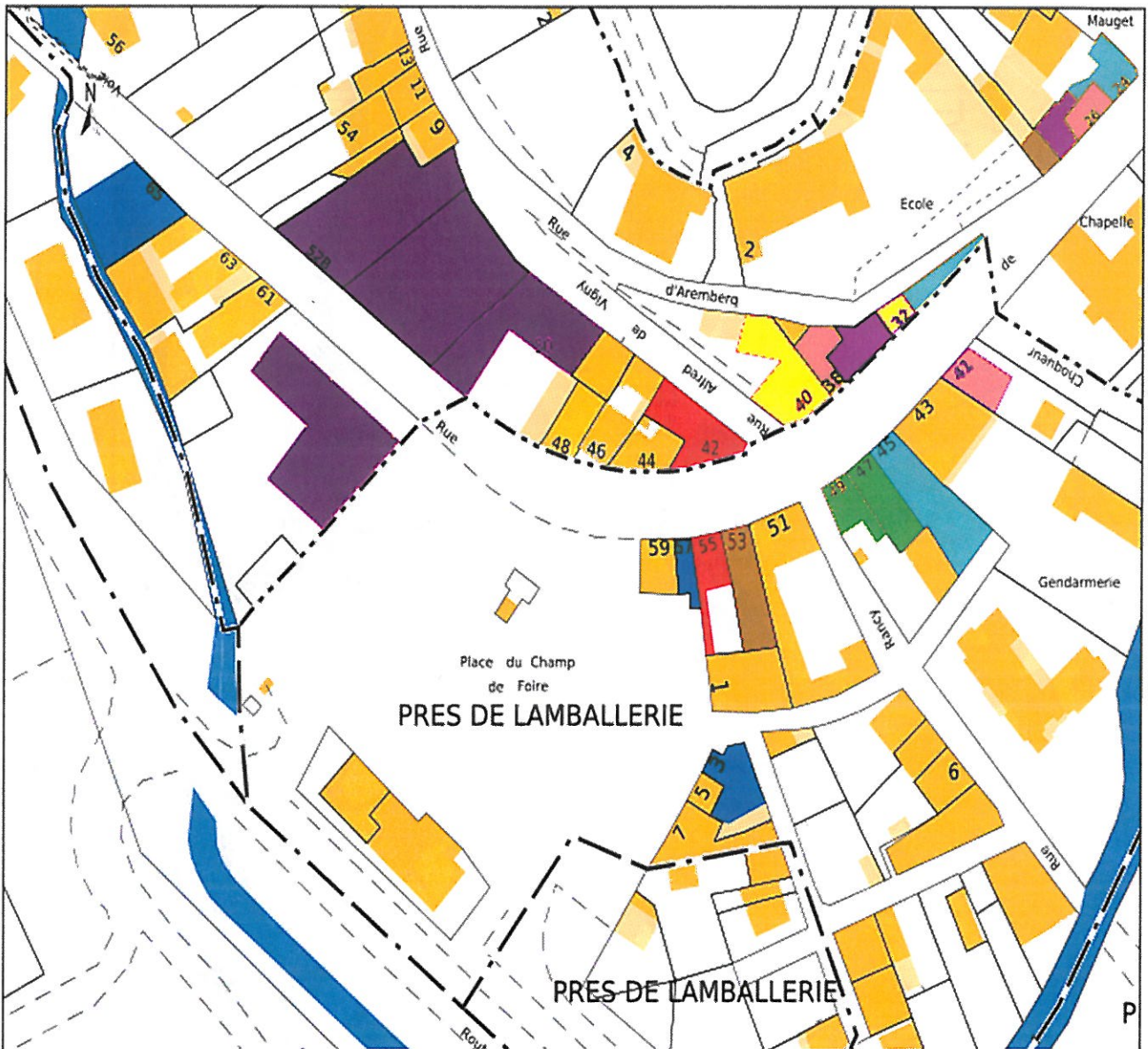
1. Rue de Barbezieux/

Place du Champ de Foire 2013

Dark Green	Café hôtel restaurant
Dark Blue	Commerce à rayons multiples
Light Blue	Commerce alimentaire
Red	Commerce équipement de la personne
Brown	Commerce équipement de la maison
Yellow	Commerce culture loisirs
Green	Commerce de détail de santé beauté
Pink	Services personnels
Orange	Services
Purple	Commerce et réparation d'automobiles et de motos

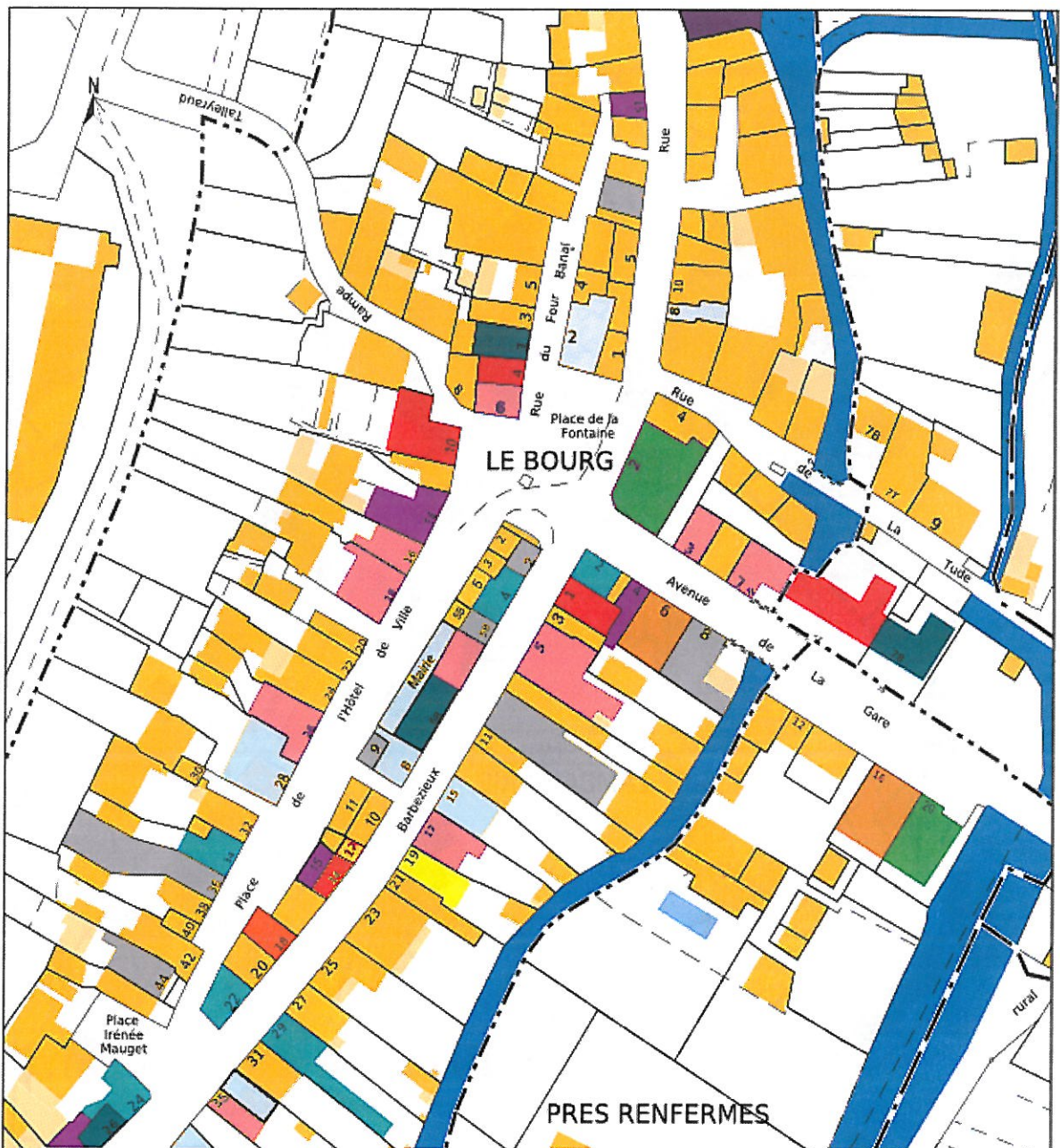
Grey	Local vacant
Orange	Habitation
Light Blue	Autres activités : asso administration, médecins...





*1. Rue de Barbezieux /  
Place du Champ de Foire 1990*





## 2. Place de l'Hôtel de Ville 2013 (Barbezieux/Gare/Angoulême)

	Café hôtel restaurant
	Commerce à rayons multiples
	Commerce alimentaire
	Commerce équipement de la personne
	Commerce équipement de la maison
	Commerce culture loisirs
	Commerce de détail de santé beauté
	Services personnels
	Services
	Commerce et réparation d'automobiles et de motos

	Local vacant
	Habitation
	Autres activités : association, administration, médecins...
	...







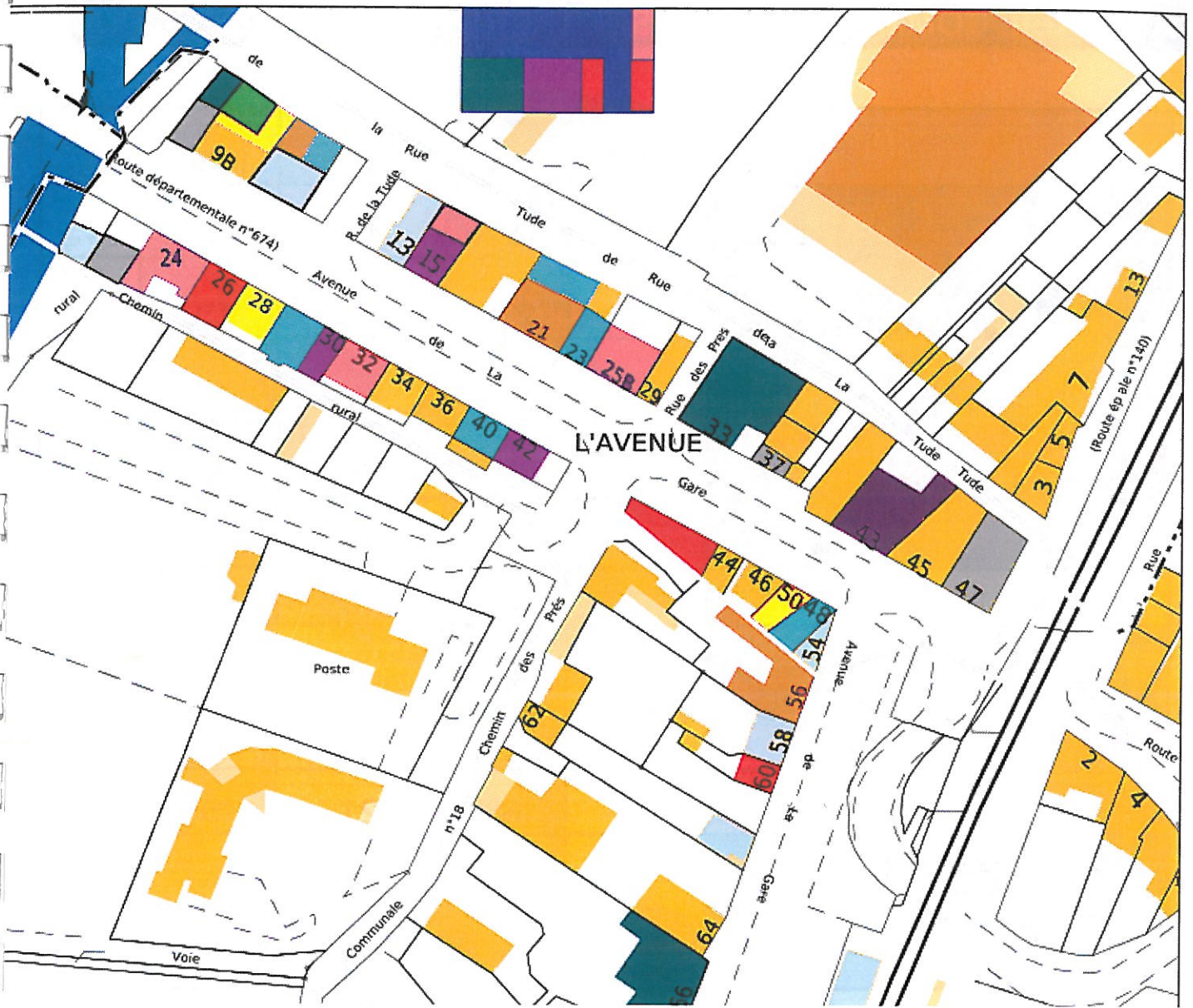


### 3. Avenue de la Gare 1990 (Tude)

Café hôtel restaurant
Commerce à rayons multiples
Commerce alimentaire
Commerce équipement de la personne
Commerce équipement de la maison
Commerce culture loisirs
Commerce de détail de santé beauté
Services personnels
Services
Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles

Local vacant
Habitation
Autres activités : association, administration, médecins...
...





3. Avenue de la Gare 2013 (Tude)



## APPAREIL COMMERCIAL PAR SECTEURS D'ACTIVITES

		2013	2013	1990	1990	Variation 1990/2013
	café hôtel restaurant	10	11%	12	10%	-17 %
	magasin à rayons multiples	2	2%	1	1%	+100 %
	alimentaires	12	14%	17	14%	-29%
	équipement de la personne	11	13%	16	13%	-31%
	équipement de la maison	8	9%	12	10%	-33 %
	culture loisirs	7	8%	15	13%	-53 %
	Commerce de détail de santé beauté	3	3%	4	3%	-25 %
	Services personnels	12	14%	11	9%	+9 %
	services	14	16%	21	18%	-33 %
	Commerce et réparation d'automobiles et de moto- cycles	9	10%	11	9%	-18 %
	TOTAL	88	100%	120	100%	-27 %

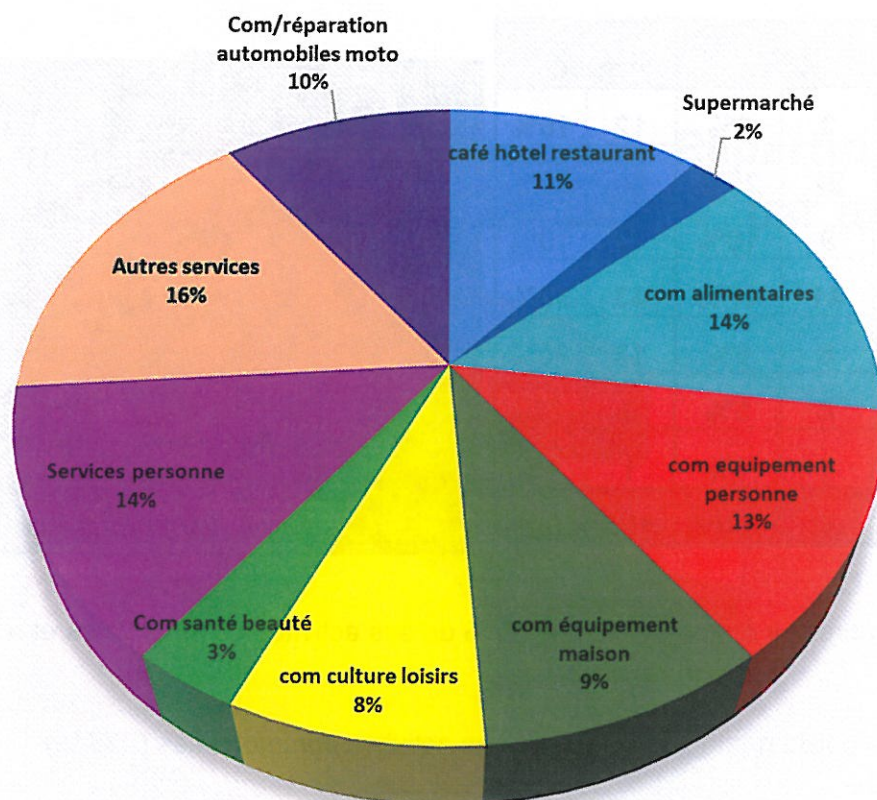
De 1990 à 2013, les activités commerciales ont diminué de plus de 27 % sur l'ensemble de la commune.

La répartition entre les différents secteurs d'activité est restée relativement stable. Les 2 mouvements significatifs concernent une progression des services personnels au détriment des commerces de culture loisirs.

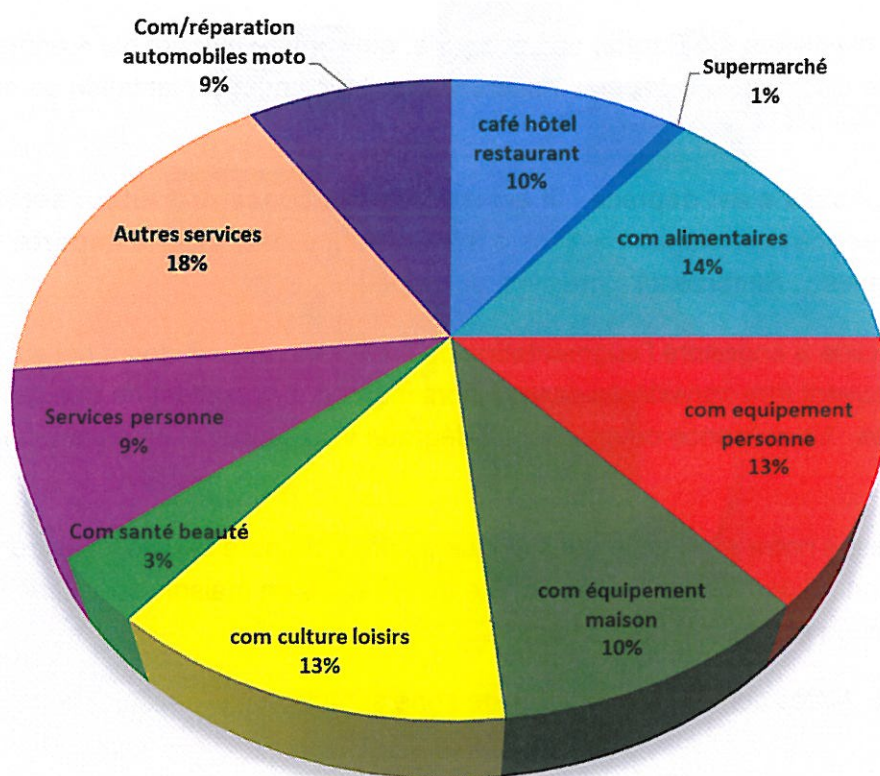
Deux implantations majeures ont modifié l'appareil commercial :

- une grande surface de Bricolage venant renforcer le pôle commercial de la Rue de la Tude
- une grande surface discount dans la nouvelle zone d'activité de La Baurie en périphérie de Chalais, créant un nouveau pôle commercial excentré du Bourg.





**REPARTITION COMMERCE ET SERVICES PAR SECTEUR  
2013**

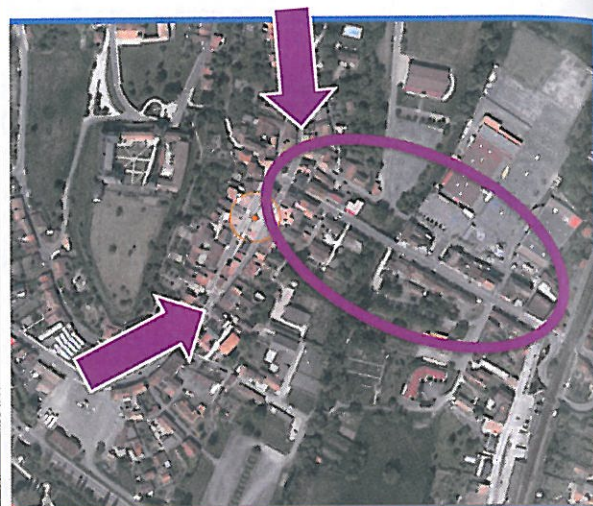


**REPARTITION COMMERCE ET SERVICES PAR SECTEURS  
1990**



## APPAREIL COMMERCIAL PAR RUE

	1990/2013	2013		1990	
Angoulême	- 75 %	3	3%	12	10%
Barbezieux	- 45 %	22	25%	40	33%
Hotel de Ville	- 25 %	9	10%	12	10%
Gare Tude	- 5 %	41	47%	43	36%
Bordeaux	- 33 %	8	9%	12	10%
Laborie	NS	4	5%	0	0%
Château	0 %	1	1%	1	1%
<b>Total</b>	- 27 %	<b>88</b>	<b>100%</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>



De 1990 à 2013, le tissu commercial a quasiment perdu 30 % de ses activités commerciales et a subi des mutations importantes :

- La route d'Angoulême a perdu pratiquement toutes ses activités commerciales (- 75 %).
- La rue de Barbezieux a également perdu beaucoup d'activités commerciales (-45 %) ; c'est surtout le quartier autour du Champ de Foire qui a le plus souffert.
- La perte d'activités commerciales de l'avenue de la Gare (-25 %) a été tempérée par la création et le développement des activités autour du supermarché, rue de la Tude (1990 : 3, 2013 : 14)
- La création d'une zone d'activités (La Baurie) en périphérie, qui compte aujourd'hui 4 entreprises dont une grande surface discount. Des terrains restent disponibles pour l'implantation de nouvelles activités. .

L'épicentre commercial de Chalais s'est déplacé . Il est aujourd'hui concentré autour secteur Rue de la Tude/Gare. La présence des magasins à forte fréquentation, la capacité importante de stationnement , la station essence... renforcent l'attractivité de ce pôle.

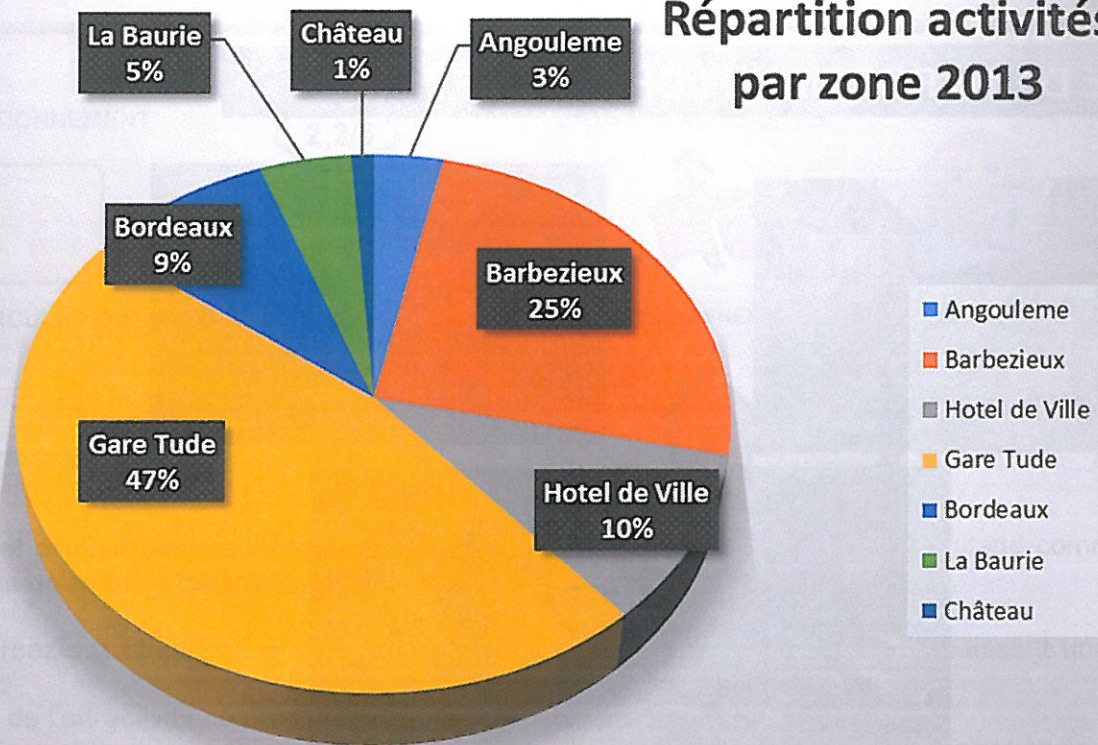
Le déclin de l'activité commerciale a engendré l'augmentation de locaux vacants. Aujourd'hui sur les 18 locaux vacants identifiés, 5 peuvent être considérés comme hors marché, nécessitant de trop gros investissements pour être réhabilités. La présence de ces friches dégrade visuellement l'environnement urbain et commercial.

- La Rue d'Angoulême est à notre sens celle qui a le plus souffert, nombre de ses locaux ont été transformés en habitation : 7 des locaux libérés ont été transformés en maison d'habitation, 1 est occupé par une association et un est toujours vacant.

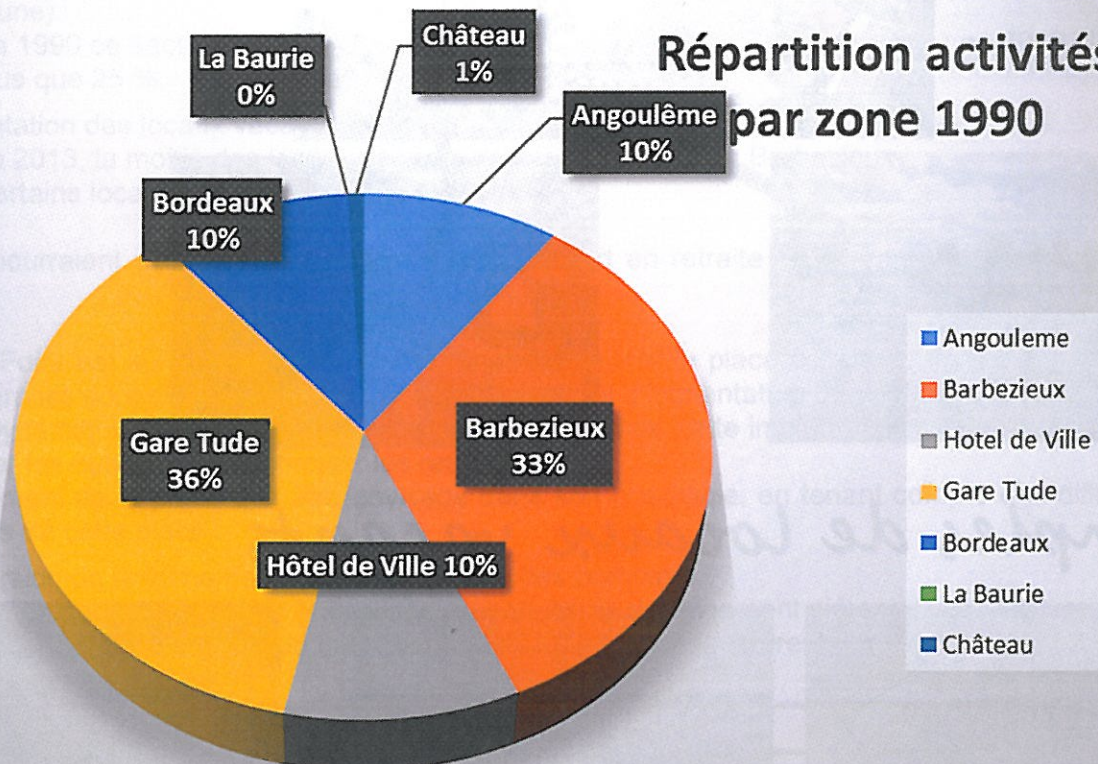
⇒ La réimplantation d'activités commerciales sur cette zone semble compromise.



## Répartition activités par zone 2013



## Répartition activités par zone 1990

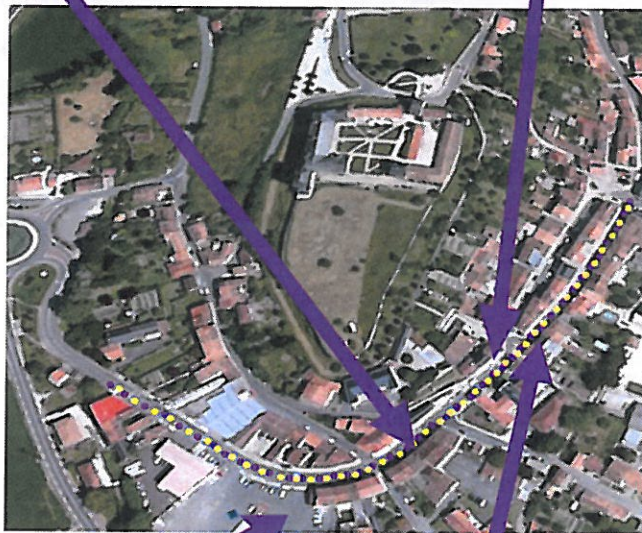




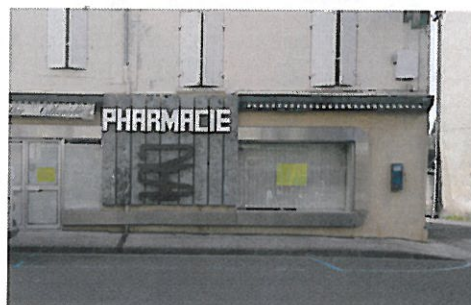


# ZOOM SUR LES 3 ZONES PRINCIPALES

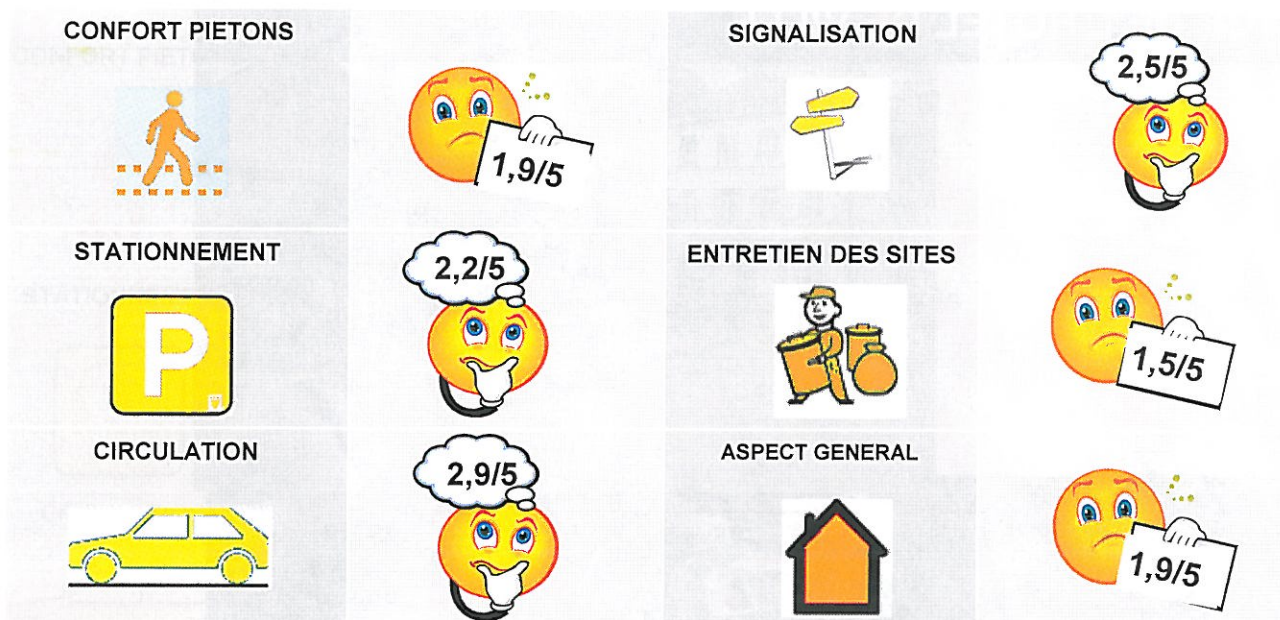
## RUE DE BARBEZIEUX / CHAMP DE FOIRE



## Exemples de locaux vacants







Les usagers et commerçants sont très critiques concernant la **rue de Barbezieux** : mitage commercial, trottoirs glissants, états de certains bâtiments...

La rue de Barbezieux et surtout la zone située à proximité du Champ de Foire, connaissent une désertification commerciale :

- Baisse de l'attractivité commerciale
  - ⇒ Fermetures de certains magasins à forte fréquentation : la boulangerie, la pharmacie...
- Déclin de l'activité commerciale
  - ⇒ de 1990 à 2013 perte de 45 % du nombre de commerces (contre 27 % sur l'ensemble de la commune).
  - ⇒ En 1990 ce secteur représentait 33% de l'offre commerciale Chalaisienne ; en 2013, il ne représente plus que 25 %.
- Augmentation des locaux vacants :
  - ⇒ en 2013, la moitié des locaux vacants sont localisés rue de Barbezieux
  - ⇒ Certains locaux vacants sont non exploitables

Des facteurs pourraient accentuer la problématique : départ en retraite sans repreneur, cessation ou transfert d'activité...

Le Champ de Foire est aujourd'hui difficilement réhabilitable, car la place est située en zone inondable. Cependant des démarches sont en cours, la concrétisation du projet d'implantation de la maison de santé pourrait créer une nouvelle dynamique. Il faudra étudier l'emprise et l'impact de cette implantation (places de stationnement...) afin de diminuer les nuisances et optimiser les retombées.

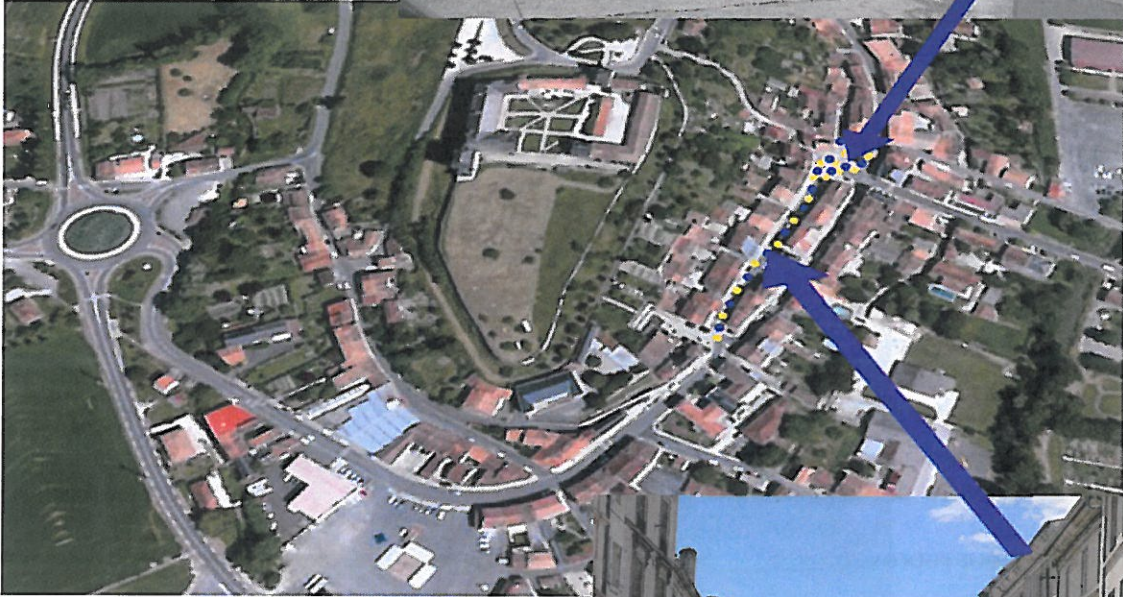
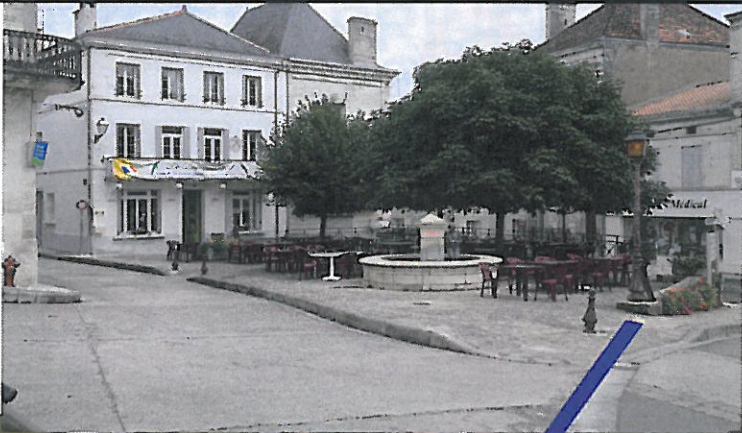
Le réaménagement de la place doit être envisagé dans son ensemble, en tenant compte des différents composants et usages de cette place :

- reconversion de la friche de l'ancienne caserne des pompiers,
- optimisation du stationnement (marquage au sol) et du cheminement piétons (liaison douce végétalisée)
- amélioration du déroulement du marché hebdomadaire (infrastructures).

Evaluation appareil commercial		
Densité et diversité	Extérieur locaux	Intérieur locaux
**	***	***



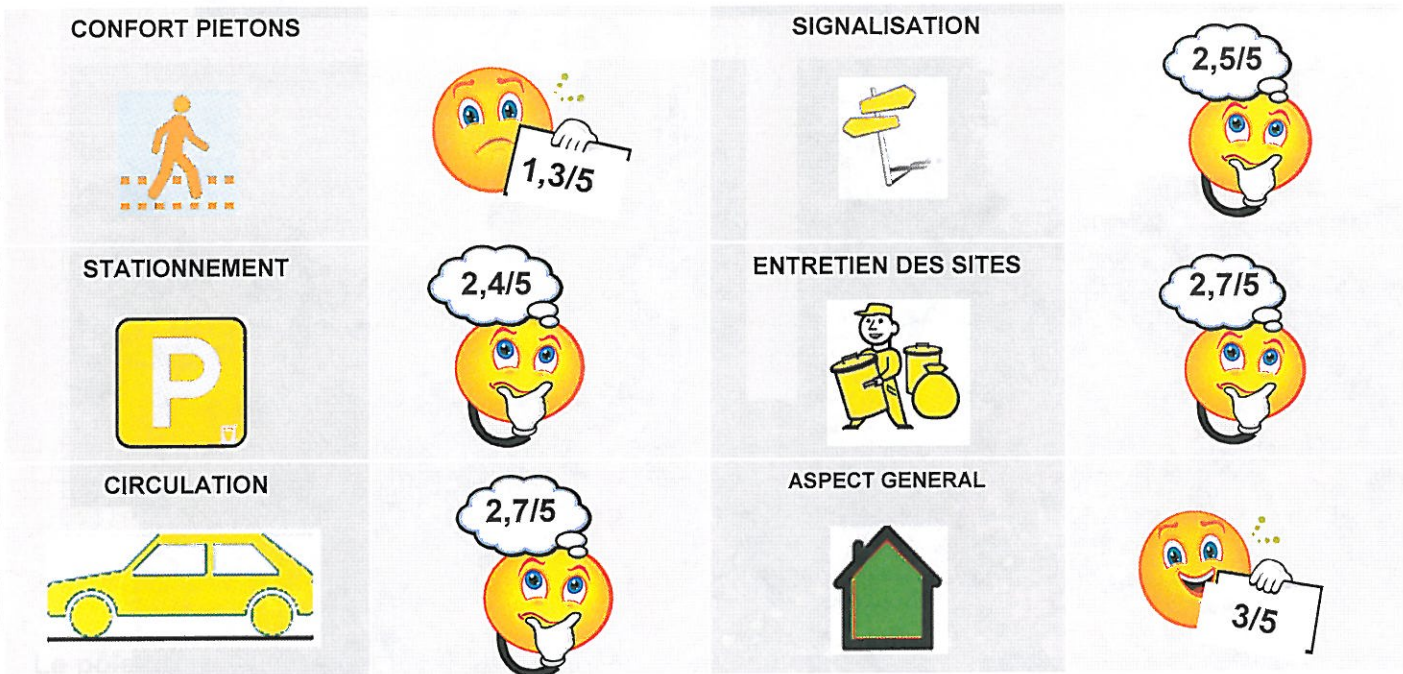
# PLACE DE L'HÔTEL DE VILLE



## Exemples de locaux vacants







La place de l'Hôtel de Ville est le lieu de jonction de 3 rues dont deux commerçantes :

- la rue de Barbezieux,
- la rue de la Gare,
- la rue d'Angoulême.

Au fil des années entre 1990 à 2013, le commerce de cette place est resté stable et représentatif :

- Perte 25 % des activités commerciales comme sur l'ensemble de la commune.
- ce secteur représente 10 % de l'offre commerciale Chalaisienne, comme en 1990

Seulement 3 locaux vacants sont situés dans cette zone dont un est inexploitable. L'implantation de nouvelles activités commerciales est donc limitée par le nombre de locaux disponibles.

L'aspect général semble satisfaire les usagers et commerçants. Néanmoins les trottoirs sont **dangereux** car ils peuvent être **glissants** durant les intempéries et leur hauteur n'est pas adaptée aux personnes à mobilité réduite.

Les voitures « ventouses » et le non respect des zones bleues sont un **problème commun** avec la rue de Barbezieux.

La « place de la fontaine » pourrait être valorisée en lieu de vie et de convivialité. L'exploitation de la place pourrait être améliorée et optimisée.



Evaluation appareil commercial		
Densité et diversité	Extérieur locaux	Intérieur locaux
***	*****	*****



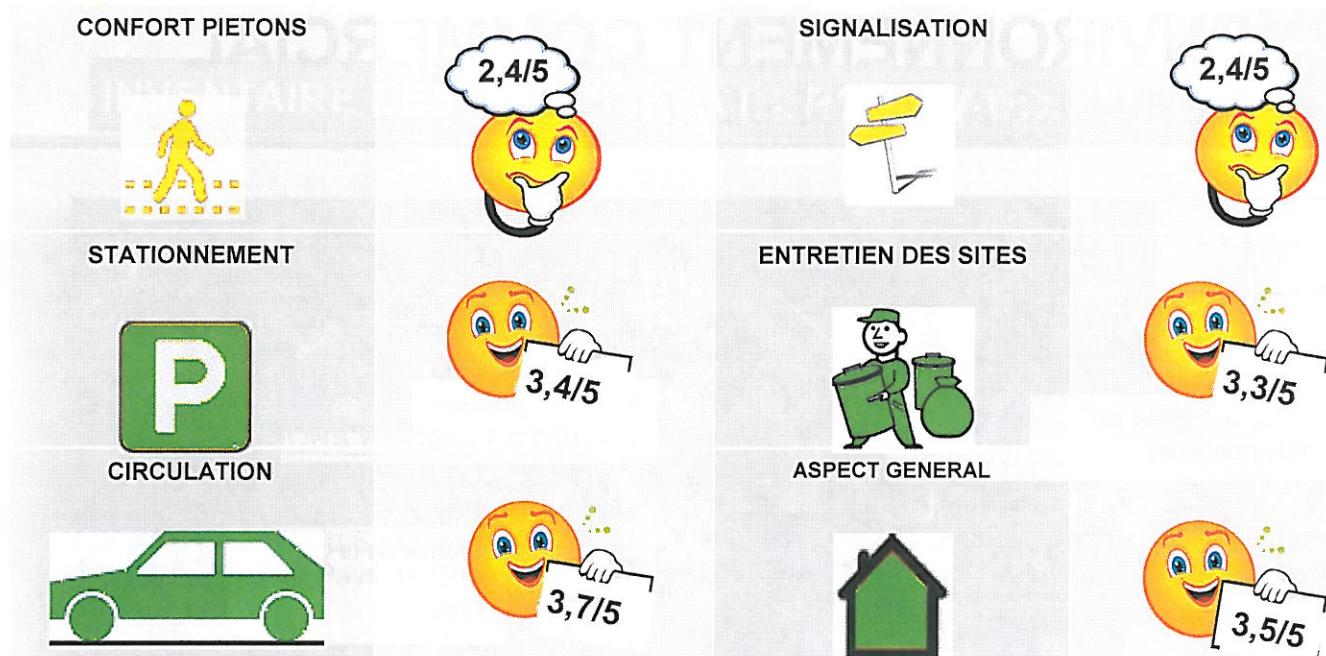
## AVENUE DE LA GARE / RUE DE LA TUDE



## Exemples de locaux vacants







**Le pôle gare/Tude constitue le cœur de l'appareil commercial de Chalais** : cette zone est caractérisée par sa densité et la diversité des activités.

Au fil des années l'implantation des 2 grandes surfaces sur la zone de la Tude, a provoqué le glissement et la concentration de l'appareil commercial de Chalais autour de ce pôle :

- De 1990 à 2013 le pôle Gare/Tude ne perd que 5 % du nombre d'activités commerciales.
- L'évolution est très différente sur les 2 axes :
  - Développement (X3) des activités commerciales rue de la Tude
  - -25 % rue de la Gare

Presque la moitié des activités de Chalais est localisée autour de ce pôle. Ainsi ce quartier qui ne représentait que 36 % de l'appareil commercial en 1990, concentre 47 % en 2013.

L'attractivité est renforcée par la présence d'un nombre important de **places de stationnement** (sans zone bleue) **le long de la rue de la Gare**, et de la Rue de la Tude.

Certains facteurs inquiétants pourraient altérer le dynamisme commercial de ce pôle : fermetures récentes (2 après le relevé cartographique et le comptage), départ en retraite sans repreneur, cessation ou transfert d'activité...

Les commerçants et usagers sont satisfaits des différents composants de l'environnement commercial et de l'offre commerciale (qualité, accueil...). Les points à améliorer sont surtout le confort piétons et la signalisation. Des problématiques localisées ont été évoquées : containers poubelles, marquage au sol...

La vacance représente 12 % des locaux de l'ensemble du pôle Tude/Gare (17 % au niveau de la commune et 27 % Rue de Barbezieux), :

- Aucun locaux vacants rue de la Tude
- Sur les 5 locaux vacants identifiés, 1 seul semble difficilement exploitable

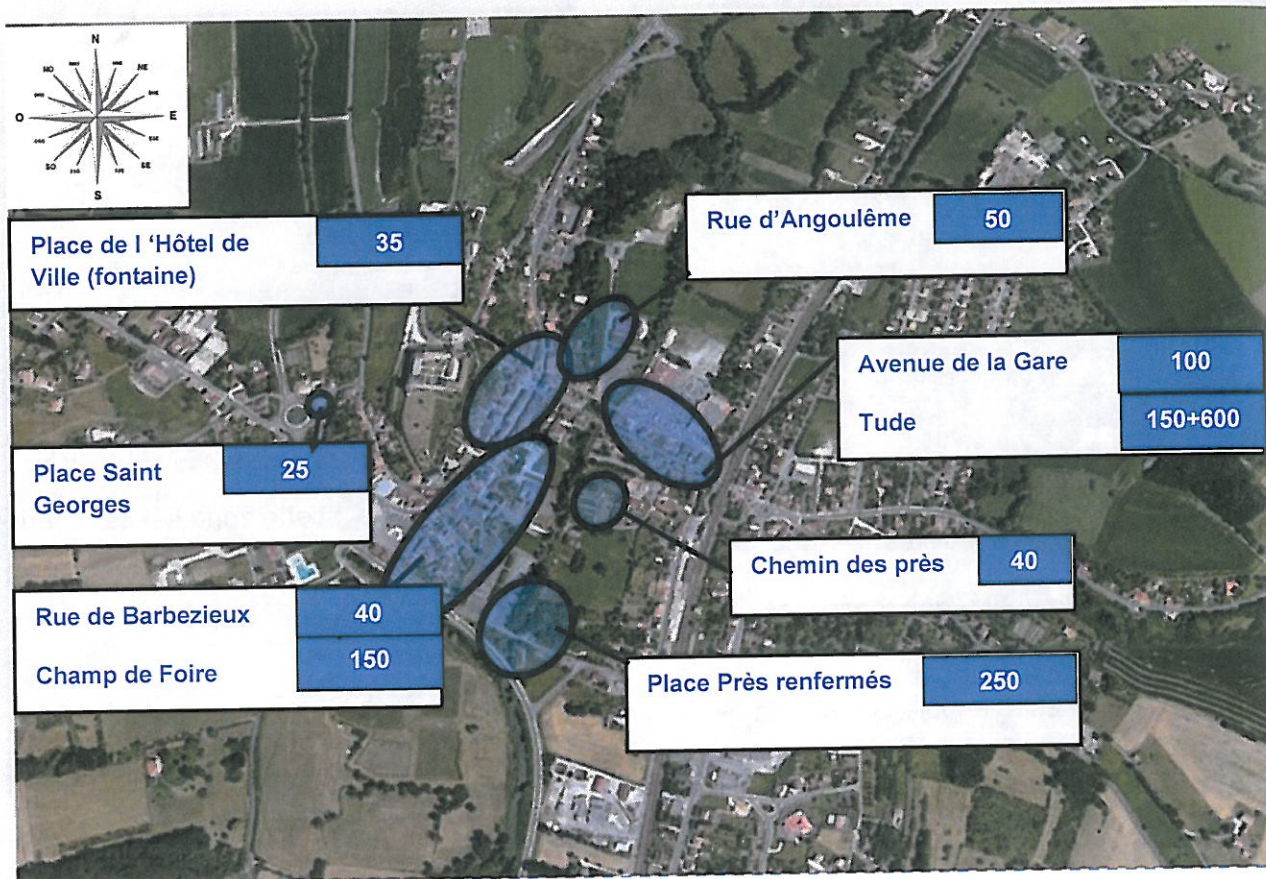
Evaluation appareil commercial		
Densité et diversité	Extérieur locaux	Intérieur locaux
****	****	****







# ENVIRONNEMENT COMMERCIAL (SERVICES À LA POPULATION)



**Total : 1 440 Places de stationnement**



# INVENTAIRE DES SERVICES A LA POPULATION

## **ENFANCE ET ENSEIGNEMENTS :**

1 école maternelle et primaire privée  
1 école maternelle et primaire publique  
1 collège  
1 Halte garderie

## **ADMINISTRATIONS ET COLLECTIVITES**

Mairie  
Relais Services Publics  
Syndicat de Pays du Sud Charente  
Communautés du Pays de Chalais  
La Poste  
Gendarmerie

## **CULTURE LOISIRS :**

CCAS, centre socio culturel, médiathèque  
Théâtre  
Associations sportives et culturelles  
Piscine

## **TRANSPORT :**

Gare TER  
Aérodrome

## **SANTE :**

Médecins généralistes : 4  
Masseurs kinésithérapeutes : 2  
Pédicure podologue : 1  
Chirurgiens dentistes : 2  
Cabinet infirmiers  
Divers : orthophoniste, opticien, audition...

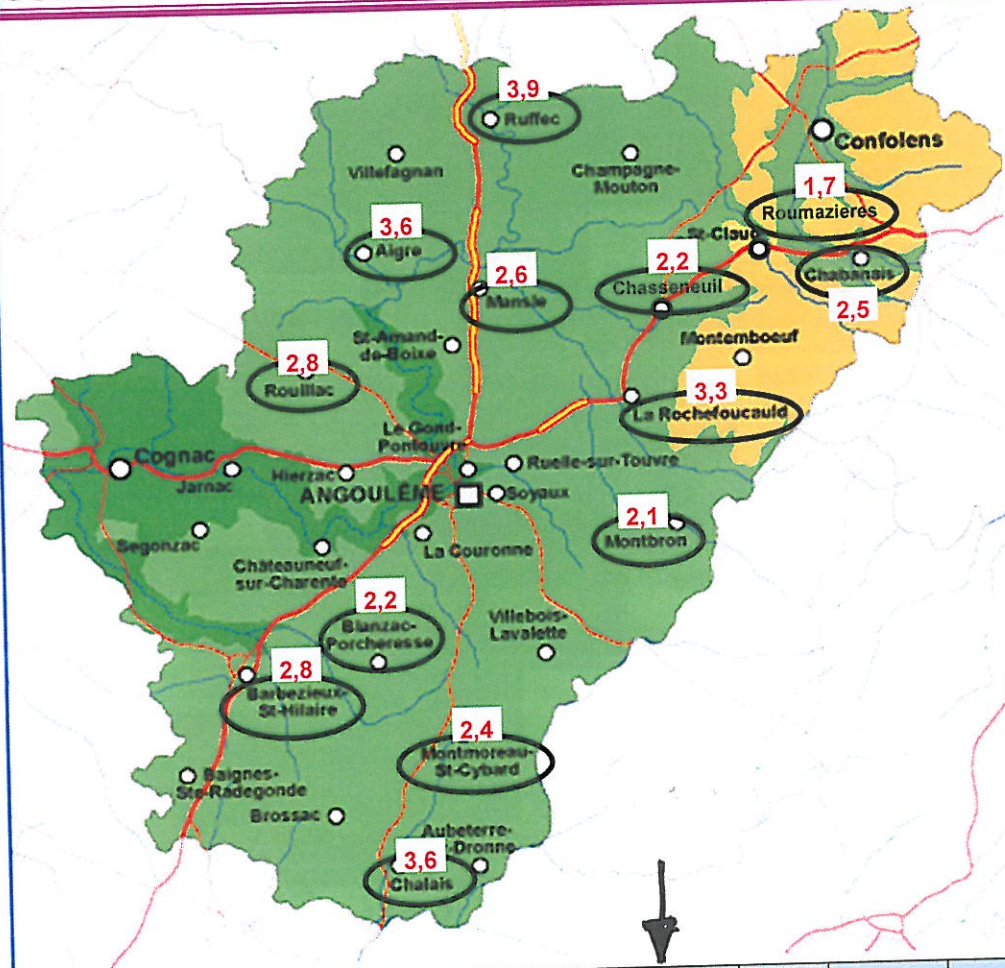
**DIVERS :** office de tourisme,





# APPAREIL COMMERCIAL CHALAISIEN

## COMPARAISON AVEC D'AUTRES COMMUNES CHARENTAISES



	pop 1990	pop 2010	évolution % pop 1990/2010	2013nb commerces *	2013 Nombre commerces*/100 hab	Km d'Angoulême	temps d'accès d'Angoulême	Asso com	age moy expl	ancienneté com
Chasseneuil	2 791	2 986	7	67	2,2	37	32	*	48	12
Roumazières	3 002	2 527	-16	44	1,7	47	44	*	47	12
<b>Chabanais</b>	<b>2 107</b>	<b>1 874</b>	<b>-11</b>	<b>47</b>	<b>2,5</b>	<b>57</b>	<b>50</b>	<b>*</b>	<b>50</b>	<b>11</b>
Montbron	2 422	2 158	-11	46	2,1	36	38	*	49	13
Montmoreau	1 120	1 059	-5	25	2,4	32	33		50	11
Blanzac	819	835	2	18	2,2	30	34		48	10
Barbezieux	4 774	4 768	0	132	2,8	34	31	*	45	12
<b>Chalais</b>	<b>2 172</b>	<b>1 844</b>	<b>-15</b>	<b>67</b>	<b>3,6</b>	<b>48</b>	<b>47</b>		<b>53</b>	<b>12</b>
Mansle	1 601	1 565	-2	41	2,6	30	29	*	49	9
Aigre	1 176	1 076	-9	39	3,6	35	43	*	50	14
Rouillac	1 713	1 833	7	51	2,8	25	33	*	48	13
	31 038	29 067	-6	814	2,8	37,2			49	12

\* commerces et services inscrits RCS



## Comparaison de Chalais avec d'autres communes charentaises :

### ⇒ Population

De 1990 à 1999, la **population de Chalais a diminué de 15 %**. Cette baisse est dans les plus importantes avec celle de Roumazières (-16%). Si la perte de population se poursuit, elle entraînera une baisse de la consommation (en volume) et des répercussions sur l'activité commerciale.

### ⇒ Offre commerciale

Compte tenu de sa population, Chalais possède une **offre commerciale significative (3.6 activités commerciales pour 100 Hab)**, comme Ruffec (3,9) et Aigre (3,6). En prenant en compte les différents indicateurs (population et son évolution, éloignement du pôle angoumois...), la commune qui se rapproche le plus du profil de Chalais serait Chabanais, qui ne possède que 2,5 activités pour 100 habitants.

Chalais est pourvu d'un nombre d'activités commerciales équivalent à la commune de Chas-seneuil (2 986 habitants).

### ⇒ Age moyen chef d'entreprise

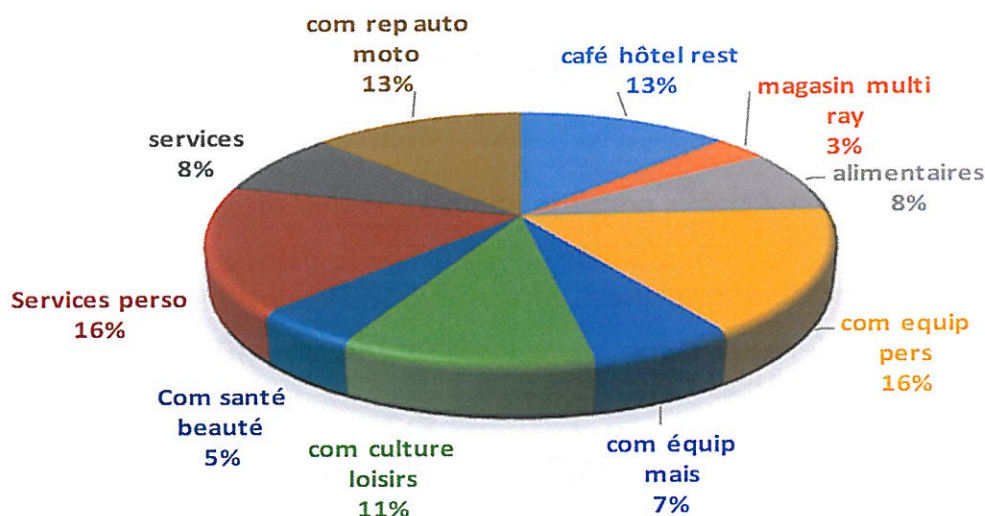
**L'âge moyen des chefs d'entreprise Chalaisiens est le plus élevé (53 ans)**, les problématiques liées aux transmissions et au renouvellement de l'offre commerciale doivent donc être pris en considération.

Comme Aigre, Chalais bénéficie d'un positionnement éloigné des grands pôles commerciaux de l'agglomération et des grands axes routiers, ce qui limite l'évasion commerciale et renforce son rôle de pôle diversifié de commerces et services pour les communes alentours.

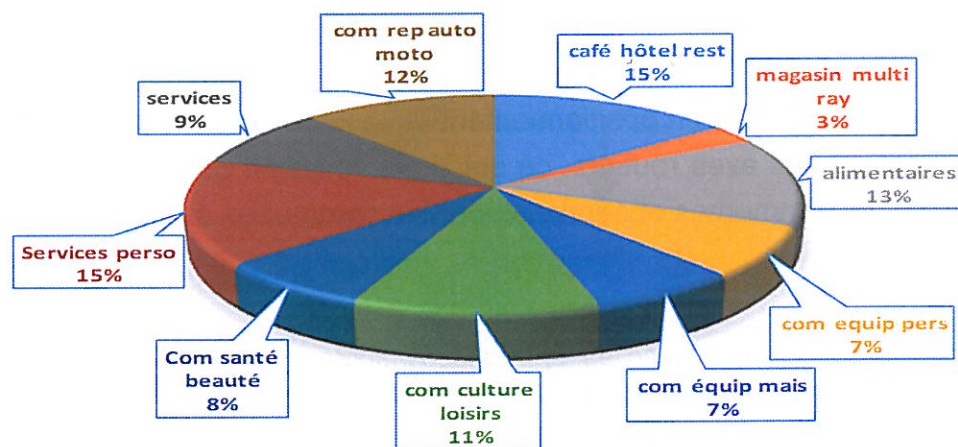
*Méthodologie : le tableau a été réalisé avec les entreprises inscrites au registre du commerce avec une sélection de code APE, population source INSEE et Wikipédia.*



## REPARTITION APPAREIL COMMERCIAL CHALAIS 2013 (RCS)



## REPARTITION APPAREIL COMMERCIAL MOY 2013 (CHASSENEUIL/CHABANAIS/AIGRE) RCS



*Méthodologie : Nous avons sélectionné 3 communes rurales charentaises ayant au moins 1 point commun avec Chalais (toutes les 3 pôles de bassin de vie/voir pages suivantes) puis nous avons calculé la répartition de l'appareil commercial par secteur d'activités, enfin nous avons évalué la répartition moyenne avec le profil des 3 communes.*

- Chabonais pour son nombre d'habitants, baisse de sa population de 1990 à 2010 supérieure à 10 %
- Chasseneuil pour son nombre d'activités commerciales
- Aigre pour le nombre de commerces pour 100 habitants et son positionnement
- Profil moyen des 3 communes sélectionnées: 1978 habitants, éloignement d'Angoulême 43 Km



La répartition de l'appareil commercial par secteur d'activités de Chalais est **presque identique au profil moyen**, les deux différences significatives sont :

- La part importante des **commerces d'équipement de la personne**.
  - ⇒ Bien que fortement présents sur la commune, nous avons constaté un décalage entre l'offre de prêt à porter présente à Chalais et les besoins/attentes des consommateurs locaux, révélés lors des entretiens.
- La sous-représentativité des **magasins alimentaires\*** :
  - ⇒ Si le commerce sédentaire alimentaire est sous-représenté, la demande des consommateurs peut-être satisfaite par le marché hebdomadaire. Cependant il est nécessaire de tenir compte des avis des consommateurs qui indiquaient qu'il manquait une épicerie avec tournée. Il existait une épicerie sur Chalais avec des tournées, cet établissement avait été repris en 2011 et a fermé l'année dernière. Les cédants exploitaient l'épicerie depuis 2006 avec un volume d'activité satisfaisant. Ce type d'établissement représente non seulement une activité commerciale, mais il joue également un véritable rôle social et assure un service de proximité à la population notamment avec les tournées. En particulier pour les personnes dont la mobilité s'amenuise avec l'âge. Les clients regrettent cet établissement qui était une institution dans le paysage commercial Chalaisien.

*\* attention seules les activités du RCS ont été référencées .*

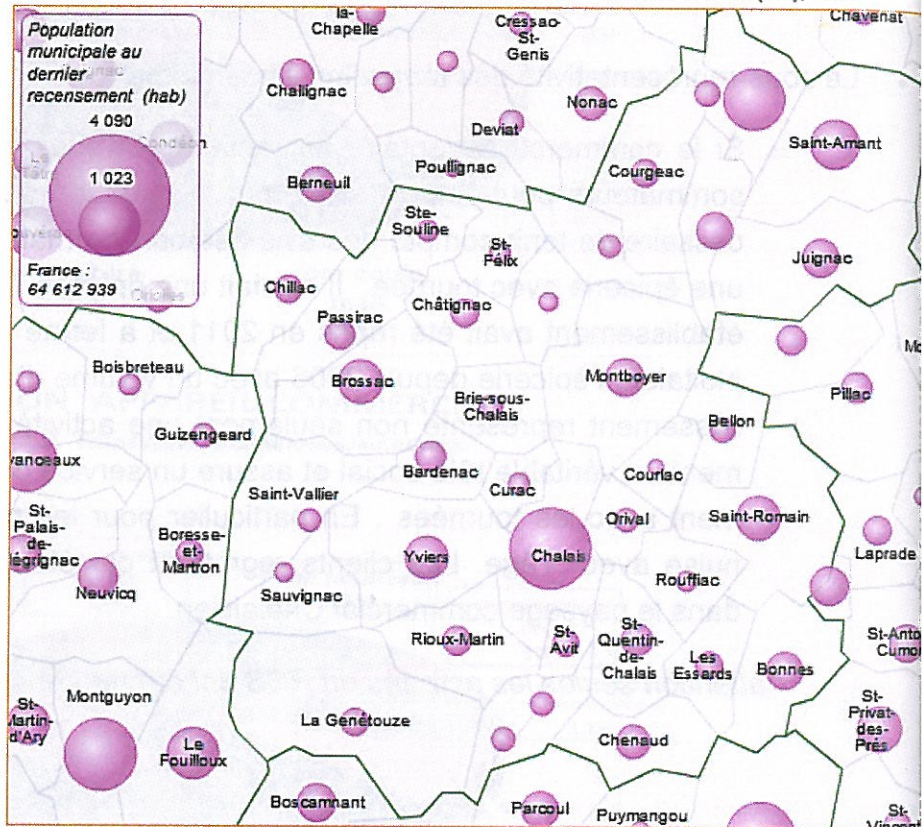


# CHALAIS PÔLE DE VIE D'UN BASSIN DE VIE

## BASSIN DE VIE DE CHALAIS

Communes	population 2010
Bardenac	248
Bazac	164
Bellon	167
Bonnes	368
Brie-sous-Chalais	164
Brossac	521
Chalais	1858
Châtignac	214
Chenaud	315
Chillac	213
Courgeac	204
Courlac	66
Curac	124
Les Essards	207
La Genétouze	212
Juignac	406
Médillac	152
Montboyer	405
Montmoreau-St-Cybard	1064
Orival	155
Passirac	252
Rioux-Martin	230
Rouffiac	114
Saint-Amant	679
Saint-Avit	186
Sainte-Souligne	126
Saint-Eutrope	170
Saint-Félix	115
Saint-Laurent-de-Belzagot	360
Saint-Laurent-des-Combes	96
Saint-Martial	142
Saint-Quentin-de-Chalais	276
Saint-Romain	541
Saint-Vallier	148
Sauvignac	100
Yviers	508
Insee	11270

Population municipale au dernier recensement, 2010 - source : INSEE (RP), 2010



© Datar 2013 - IGN GéoFla - France par commune — Bassins de vie



Définition : le périmètre des bassins de vie est le plus petit territoire sur lequel les habitants ont accès aux équipements, commerces, services les plus courants et l'emploi.

**Le bassins de vie : une maille territoriale fine pour analyser la ruralité** (source INSEE)

Pour déterminer les bassins de vie, les aires d'influence des pôles ont été regroupées en fonction de l'accès à quatre catégories de services à la population et de l'accès à l'emploi :

- les secteurs concurrentiels : le supermarché, les magasins de vêtements, la librairie, la banque...
- les secteurs non concurrentiels : les services publics de l'état ou des collectivités locales,
- Les équipements de santé,
- les équipements d'éducation.

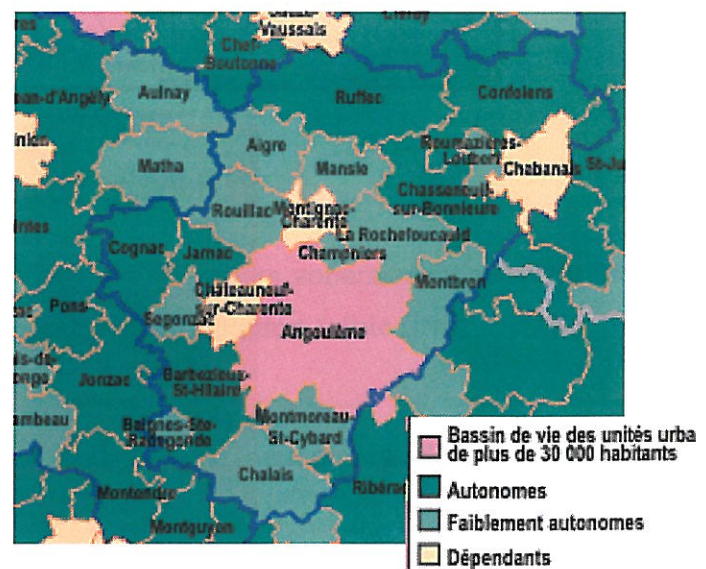
Un bassin de vie n'assure pas uniquement une fonction de services à la population, mais joue également un rôle économique en offrant du travail à la population : l'emploi a donc été introduit comme contribuant au potentiel des bassins.

82 bassins de vie des bourgs et petites villes ont été identifiés, en dehors des agglomérations. La moyenne de population d'un bassin de vie est de 11 000 habitants.

Le Selon l'INSEE, le bassin de vie de Chalais regroupe **36 communes et 11 270 habitants** répartis dans un périmètre d'environ de 15 km autour de Chalais

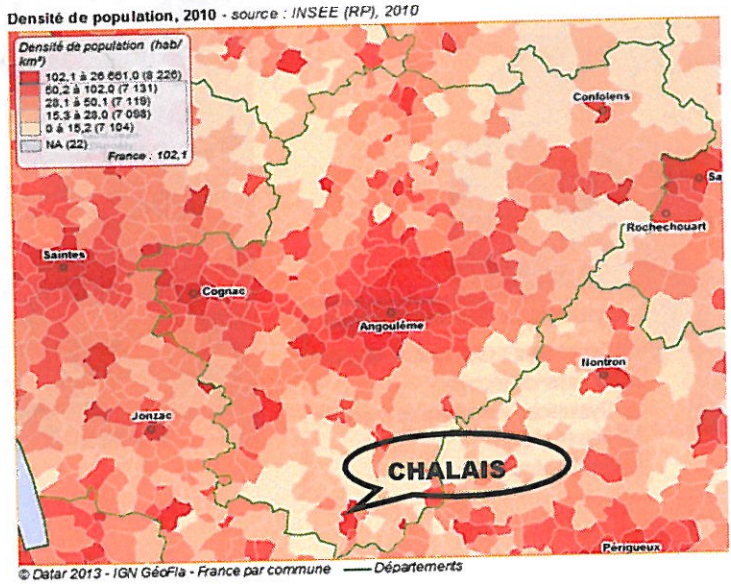
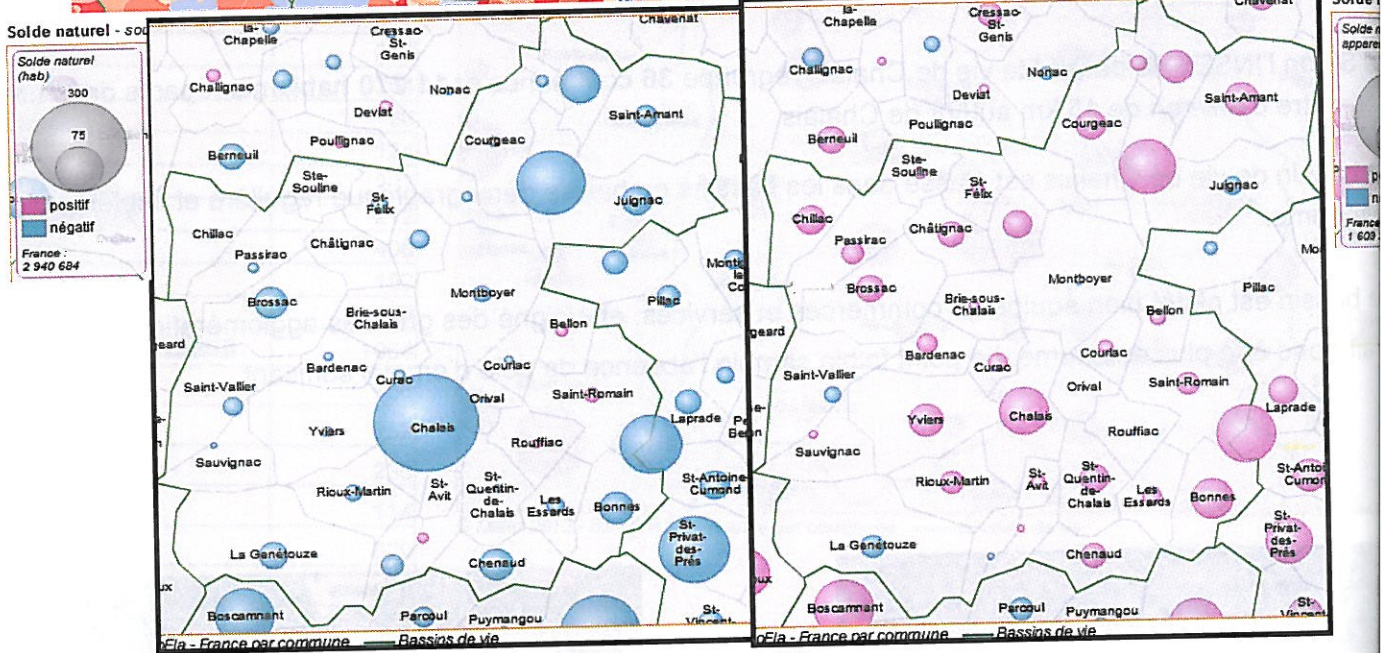
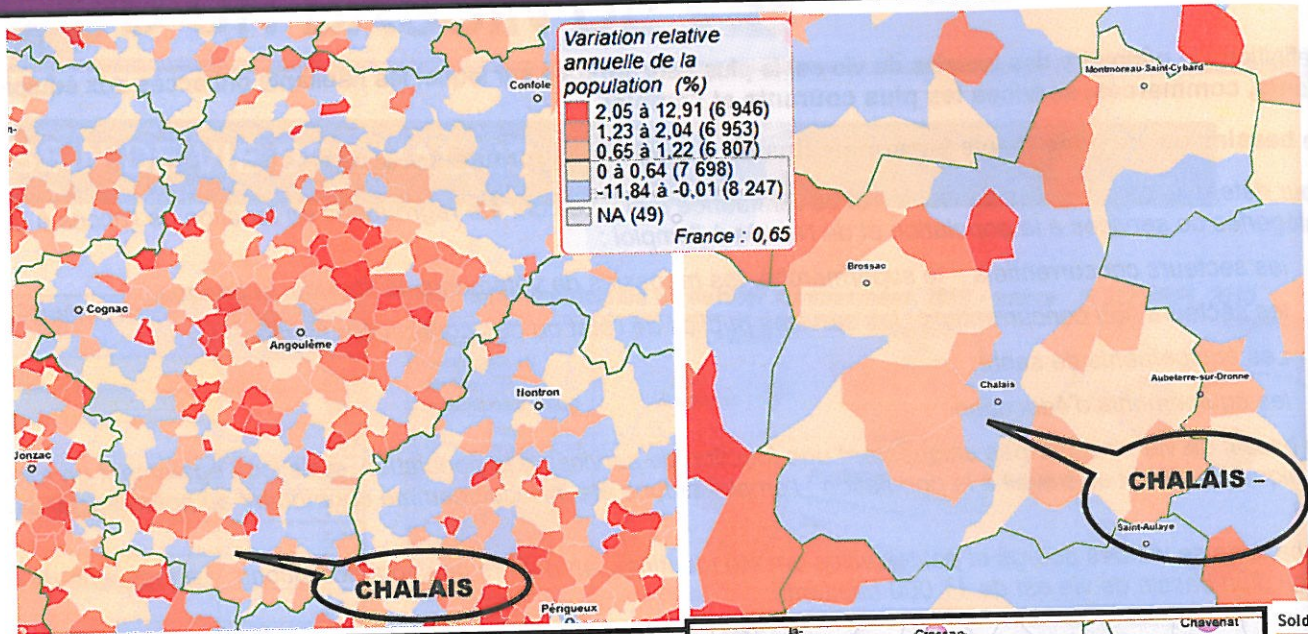
Le bassin de vie de Chalais est classé dans les bassins en baisse démographique régulière et faiblement autonome.

Le bassin est plutôt bien équipé en commerces et services, et éloigné des grandes agglomérations, il devrait donc être plus autonome. Le point faible semble l'absence de pôle d'emploi suffisant.





# CHALAIS et son BASSIN DE VIE : SOCIO-DEMOGRAPHIE



© Datart 2013 - IGN GéoFla - France par commune — Départements



## EVOLUTION POPULATION :

La population du bassin de vie de Chalais régresse régulièrement depuis des années (-13% de 1975 à 2010). Cependant on observe entre 1999 et 2010 un regain d'attractivité :

- Le solde migratoire devient positif dans la majorité des communes. De nouveaux habitants : le bassin de vie gagne 1,4 % de population (solde migratoire +1000 habitants, solde naturel -800).

Concernant l'évolution de la population annuelle moyenne de 1999 à 2010, les **situations sont contrastées** sur les différentes communes du bassin de vie.

- La population est en baisse sur une dizaine de communes (diminution annuelle la plus importante est à Chalais -0.9 %),
- La population est en progression sur les autres communes (variation la plus importante +2.9 % : Saint Laurent des Combes). *La population départementale progresse de 0.3 % sur la même période.*

Pour la commune de Chalais, en dépit d'un solde migratoire positif, le solde naturel continue de décliner.

Le manque de dynamisme démographique sur le long terme peut être considéré comme une menace pour la vitalité d'un territoire. Cependant il est nécessaire d'examiner d'autres indicateurs pour comprendre les enjeux sociodémographiques et leurs incidences sur l'économie et la consommation.

## DENSITE POPULATION :

Sur la carte départementale des densités, on constate que la densité de population est plus importante :

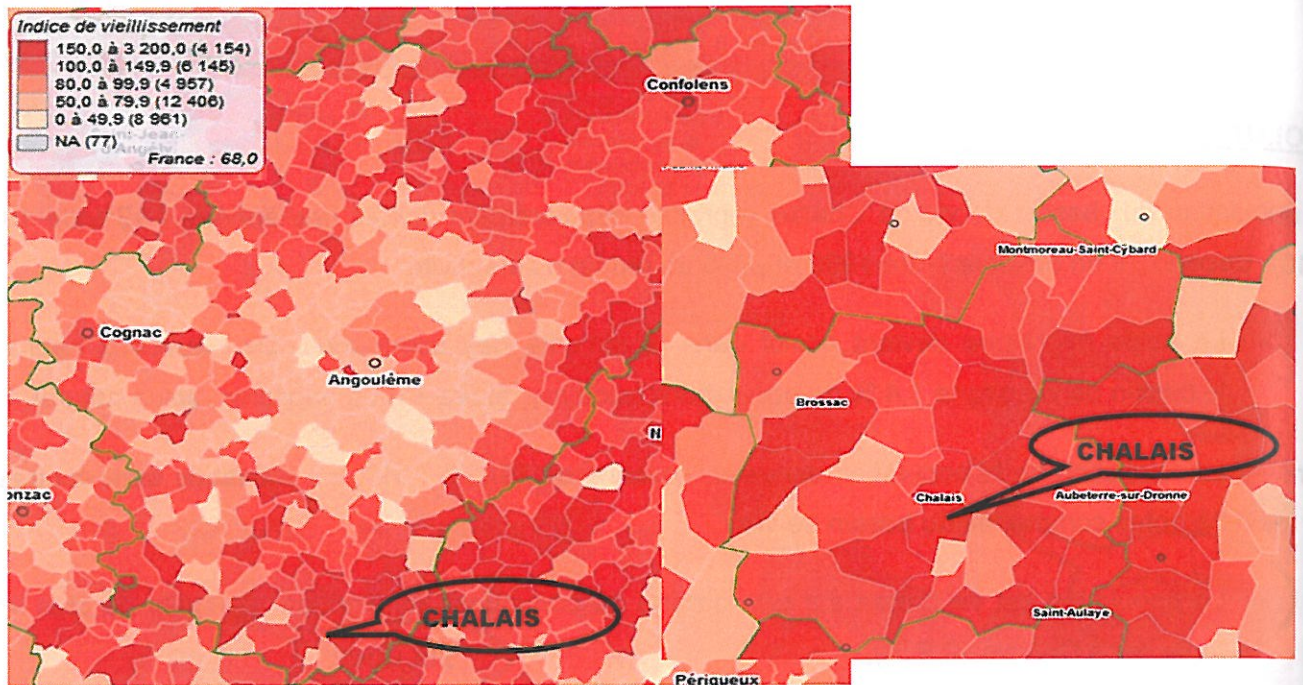
- autour des axes routiers principaux (RN10, RN 141)
- de l'agglomération d'Angoulême avec ses 2 couronnes
- de l'agglomération de Cognac

L'isolement et l'éloignement de Chalais des grands axes et des pôles majeurs apparaissent sur cette carte.

**La majorité des communes du bassin de vie ont une densité de population faible** (INSEE catégorie— 30 hab par km<sup>2</sup>) :

La notion de faible densité, accompagnée d'une démographie défavorable, peut être révélatrice de situation de fragilisation pour certains espaces ruraux.





### RESUME STATISTIQUES

Population (Source : Insee, RP2009)	Commune Chalais	Canton Chalais	Département Charente	Arrondissement Angoulême
Population en 2009	1 858	4 536	351 563	194 870
Variation pop : taux annuel moy entre 1999 et 2009 %	-0,9	-0,2	0,3	0,3
dont variation due au solde naturel : taux annuel moyen entre 1999 et 2009, en %	-1,4	-0,7	0,0	0,0
dont variation due au solde apparent des entrées sorties : taux annuel moyen entre 1999 et 2009, en %	0,5	0,5	0,4	0,4
Nombre de ménages en 2009	863	2 026	156 917	87 300
Nombre moyen de personnes par ménage	2.14	2.23	2.24	2.23
<b>LOGEMENT</b>				
Nombre total de logements en 2009	1 206	2 870	185 505	99 900
Part des résidences principales en 2009, en %	71,6	70,6	84,6	87,0
Part des résidences secondaires en 2009, en %	8,2	15,0	6,1	4,0
Part des logements vacants en 2009, en %	20,2	14,4	9,4	8,0
Part des ménages propriétaires de leur rés principale en 2009, en %	56,4	69,8	66,6	64,0
<b>REVENUS (Sources DGFIP Insee)</b>				
Revenu net déclaré moyen par foyer fiscal en 2009/€	14 616	16 241	20 083	20 000
Foyers fiscaux imposables % de l'ens des foyers fisc en 2009	34,6	37,8	48,3	50,0
Médiane du rev fiscal des ménages par unité de conso en 2010, en €	15 023	15 327	17 413	17 000
<b>Emploi – Chômage (Sources : Insee, RP2009 et RP1999)</b>				
Emploi total (salarié et non salarié) au lieu de travail en 2009	1 062	1 700	142 246	81 000
dont part de l'emploi salarié au lieu de travail en 2009, en %	81,4	76,9	85,4	80,0
Variation de l'emploi total au lieu de travail : taux annuel moy entre 1999 et 2009, en %	0,7	0,8	0,8	0,8
Taux d'activité des 15 à 64 ans en 2009	67,4	69,4	71,6	70,0
Taux de chômage des 15 à 64 ans en 2009	13,1	9,8	11,4	12,0



## STRUCTURE DE LA POPULATION PAR ÂGE :

D'autres critères significatifs comme le vieillissement de la population peuvent nous permettre de compléter l'analyse du bassin de vie de Chalais. Sur la carte de l'**indice de vieillissement** (rapport entre la part des moins de 20 ans et celle des plus de 60, base 100), les communes autour de Chalais sont majoritairement dans **les catégories les plus hautes**, comme les autres espaces ruraux éloignés des agglomérations :

- **le bassin de vie de Chalais a un indice de 148,**
- **la commune de Chalais de 212** alors qu'il est de 98 sur le département, et sur la commune de Chabanais de 152 (68 au niveau national).

**La part importante de personnes plus âgées implique une consommation moindre en volume. Cependant ce n'est pas un handicap pour le tissu commercial de Chalais qui doit répondre et s'adapter** à des besoins de consommation spécifiques notamment marqués par des besoins accrus en services de santé, services à la personnes.

Par contre, le **déséquilibre** observé avec la **carence de « jeunes »** induit un non renouvellement de la population, un taux de natalité faible ... facteurs qui entretiennent le déclin démographique naturel.

Sur Chalais, les produits et services destinés aux enfants, adolescents et jeunes adultes ont été cités dans les enquêtes comme des activités manquantes.

- Ces catégories étant sous représentées, leur demande est insuffisante pour générer l'implantation d'activités marchandes dédiées viables .

L'absence d'offre destinée à ces publics n'éradiquera pas l'évasion des jeunes et n'encouragera pas leur installation localement.

En l'absence de données à l'échelle du bassin de vie de Chalais concernant le logement, les revenus et l'emploi ; nous utiliserons pour l'étude les informations sur la commune de Chalais et son canton.

## LOGEMENT :

2 particularités caractérisent Chalais :

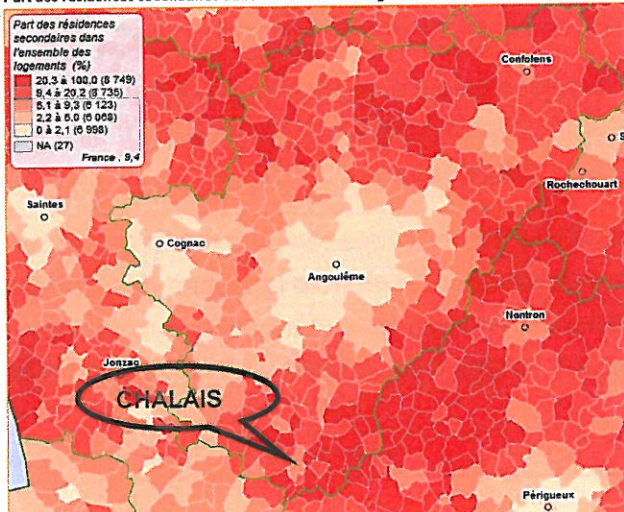
- **La faible part de propriétaires de résidence principale**, peut être le symptôme d'un faible niveau social.
- **La part importante des logements vacants ;** le phénomène s'explique par la déprise démographique de longue date, qui peut se combiner à un parc de logements anciens inadaptés aux attentes des populations (état, superficie, disposition, étage, localisation...).

Dans beaucoup de centres bourgs, les bâtiments souffrent d'une inoccupation plus marquée, notamment ceux possédant des locaux commerciaux au rez-de-chaussée. Autrefois la plupart des commerçants habitaient au dessus de leur commerce, aujourd'hui ils sont une minorité. Les locaux commerciaux encore exploités, possèdent rarement des accès aux étages indépendants. Les étages restent alors inhabités ou utilisés en réserves.



Population	Commune Chalais	Com- mune Chaba- nais	Commune Rouillac	Commune Chasseneuil -/Bonnieure
<i>Sources : Insee, RP2009 et RP1999</i>				
Population en 2009	1 858	1 874	1 799	2 959
Densité de la population (nombre d'habitants au km <sup>2</sup> ) en 2009	105,7	124,9	61,4	88,8
Superficie (en km <sup>2</sup> )	17,6	15,0	29,3	33,3
Variation de la pop : taux annuel moyen entre 1999 et 2009, en %	-0,9	-0,4	0,2	0,6
<i>dont variation due au solde naturel : taux annuel moy entre 1999 et 2009, %</i>	-1,4	-0,8	-0,9	-0,5
<i>dont variation due au solde apparent des entrées sorties : taux annuel moyen entre 1999 et 2009, en %</i>	0,5	0,4	1,1	1,2
Nombre de ménages en 2009	863	938	783	1 354
Nombre moyen de personnes par ménage	2,15	2,00	2,30	2,18
<b>Logement</b> <i>Source : Insee, RP2009 exploitation principale.</i>				
Nombre total de logements en 2009	1 206	1 151	912	1 560
Part des résidences principales en 2009, en %	71,6	81,5	85,9	86,8
Part des résidences secondaires en 2009, en %	8,2	7,3	5,2	3,7
Part des logements vacants en 2009, en %	20,2	11,2	8,9	9,5
Part des ménages propriétaires résidence principale en 2009 %	56,4	61,0	67,2	63,5
<b>Revenus</b> <i>Sources : DGFIP</i>				
Revenu net déclaré moyen par foyer fiscal en 2009, en €	14 616	18 306	18 953	17 682
Foyers fiscaux imposables % de l'ensemble des foyers fiscaux en 2009	34,6	44,1	42,6	39,6
Médiane du rev fiscal des ménages par unité de conso 2010, en €	15 023	16 823	16 649	15 446
<b>Emploi - Chômage</b>				
Emploi total (salarié et non salarié) au lieu de travail en 2009	1 062	866	1 090	1 394
<i>dont part de l'emploi salarié au lieu de travail en 2009, en %</i>	81,4	84,3	85,0	85,7
Variation de l'emploi total au lieu de travail : taux annuel moyen entre	0,7	0,1	2,2	1,0
Taux d'activité des 15 à 64 ans en 2009	67,4	69,9	69,2	67,5
Taux de chômage des 15 à 64 ans en 2009	13,1	11,6	11,7	13,9

Part des résidences secondaires dans l'ensemble des logements - source : INSEE (RP), 2010



Les cartographies en notre possession ont permis d'identifier les mutations de l'appareil commercial entre 1990 et 2013 :

- des bâtiments, comportant des locaux commerciaux inexploités qui ont été convertis en habitation (rue d'Angoulême et rue de Barbezieux)
- des bâtiments inoccupés et dégradés (locaux et logements) difficilement exploitables

L'habitat de centre bourg ne correspond pas aux attentes du marché actuel du logement car il est caractérisé par : la mitoyenneté, des étages, pas de stationnement privatif...

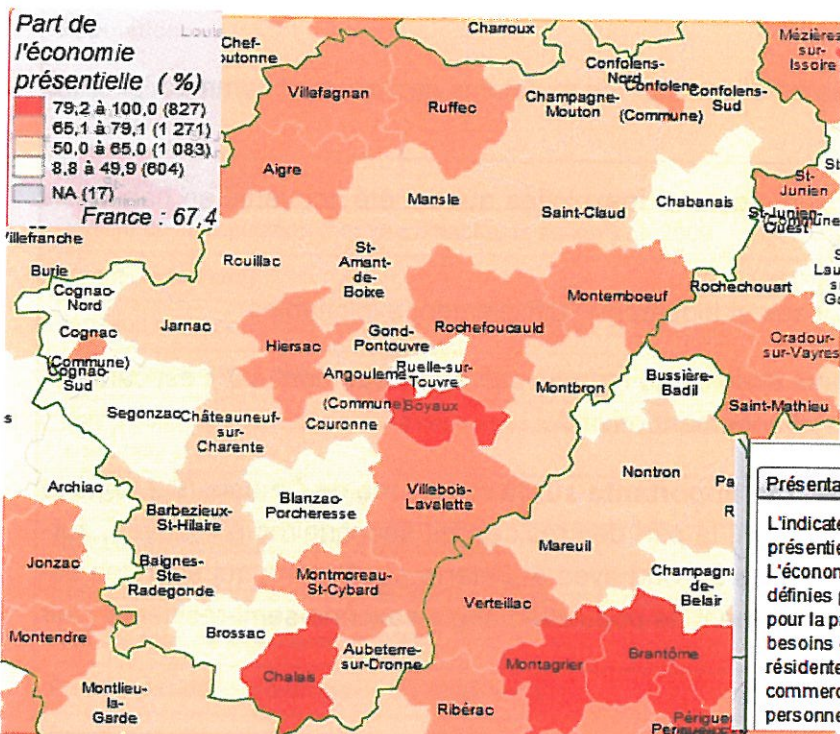
**La part des maisons secondaires n'est pas très importante** sur la commune de Chalais (8,2 %), à la différence de son canton (15 %). Au delà du canton, la part des résidences secondaires est élevée, surtout à l'Est de la commune vers la Dordogne et plus au Sud avec Aubeterre sur Dronne qui sont des espaces touristiques marqués par la présence notamment de population anglo-saxonne semi-résidente (voir carte)

### REVENUS ET EMPLOI:

Chalais est caractérisé par un **niveau social modeste** :

- Le **revenu fiscal moyen est inférieur** au niveau départemental (14 616 € en 2009/20 083 €) et à des communes rurales de même taille (chabanais 18 306 € et Rouillac 18 953 €).
- La part des foyers imposables est beaucoup plus faible (Chalais : 35 %, Charente : 48 %, Chabanais : 44 %).
- Le **taux de chômage Chalaisien (13,1 % en 2009) est également plus important** (Charente : 11,4%, Chabanais 11,6 %)





Présentation Stats En savoir +

L'indicateur correspond au rapport entre les emplois de l'économie présente et l'emploi salarié total du territoire concerné. L'économie présente (emplois et activités liés aux populations) sont définies par l'INSEE comme les activités mises en œuvre localement pour la production de biens et de services visant la satisfaction des besoins de personnes présentes sur un territoire, qu'elles soient résidentes et touristes. Ces activités concernent notamment le commerce de détail, les services aux particuliers, la bâtiment, les soins personnels, l'éducation, la santé, l'action sociale...

Établissements	Commune Chalais	Commune Chabonais	Commune Rouillac	Commune Chas-seneuil-/Bonnieure
Nombre d'établissements actifs au 31 décembre 2010	304	188	250	300
Part de l'agriculture, en %	7,9	12,8	14,8	11,7
Part de l'industrie, en %	7,9	6,9	6,4	9,0
Part de la construction, en %	7,6	3,7	8,4	10,7
Part du commerce, transports et services divers, en %	61,5	59,0	53,6	54,0
<i>dont commerce et réparation automobile, en %</i>	28,9	21,8	16,8	20,0
Part de l'administration publique, enseignement, santé et action sociale, en %	15,1	17,6	16,8	14,7
Part des établissements de 1 à 9 salariés, en %	29,9	29,8	31,6	32,3
Part des établissements de 10 salariés ou plus, en %	5,6	8,5	7,2	9,0
<b>ETABLISSEMENT</b> (Source : Insee, RP2009)	<b>Commune Chalais</b>	<b>Canton Chalais</b>	<b>Département Chalais</b>	<b>Arrondissement Angoulême</b>
Nombre d'établissements actifs au 31 décembre 2010	304	644	33 192	16 439
Part de l'agriculture, en %	7,9	26,4	22,9	14,3
Part de l'industrie, en %	7,9	8,4	7,0	6,5
Part de la construction, en %	7,6	12,4	9,5	10,3
Part du commerce, transports et services divers, en %	61,5	41,9	48,1	54,8
<i>dont commerce et réparation automobile, en %</i>	28,9	17,4	17,5	20,0
Part de l'administration publique, enseignement, santé et action sociale, en %	15,1	10,9	12,6	14,2
Part des établissements de 1 à 9 salariés, en %	29,9	25,6	27,1	27,6
Part des établissements de 10 salariés ou plus, en %	5,6	3,7	6,3	7,3

## **ECONOMIE :**

Sur le bassin de vie de Chalais l'économie **présentielle** représente une part **significative (84 %)** de l'emploi total. Cette partie de l'économie est très sensible aux fluctuations socio-démographiques.

Le déclin démographique, le vieillissement de la population, l'abaissement du niveau de vie adossés à une conjoncture défavorable, pourraient à terme fragiliser l'économie locale.

La **commune de Chalais possède 304 entreprises actives**, autant que Chasseneuil qui compte pourtant près de 3 000 habitants (2986). Rouillac et Chabonais qui ont la même importance que Chalais ont beaucoup moins d'établissements.

65 % sont **des établissements chalaisiens sont des structures sans salarié comme à Chabonais (62 %)**.

La part des entreprises de 1 à 9 salariés représente 30 %.

**Le tissu économique de Chalais est composé essentiellement de TPE.**

Le secteur du commerce-transport et services divers occupe une place plus importante à Chalais (61,5 %) que sur les autres communes choisies pour la comparaison.

**Dans cette catégorie, le commerce et la réparation automobile ont également une part supérieure à 29 % à Chalais.**



## Bassin de vie et appareil commercial de proximité

Nombre de commerces pour 10 000 habitants		Espace à dominante rurale*	nombre d'hab pour 1 commerce	Prorata théorique pour bassin de vie de chalais (valeur estimé)	nombre recensé de commerces à chalais
Alimentaire	Alimentation générale/Supérette	5,9	1695	6,6	2
	Boulangerie/Pâtisserie	11,9	840	13,4	3
	Boucherie/Charcuterie	5,8	1724	6,5	6
	Primeur	0,8	12500	0,9	0
	Supermarché/Hypermarché	2,4	4167	2,7	2
Pharmacie	Pharmacie	4,2	2381	4,7	1
Non-alimentaire (hors pharmacie)	Magasin de vêtements	6,1	1639	6,9	7
	Magasin de chaussures	1,4	7143	1,6	2
	Magasin d'électroménager	1,8	5556	2,0	1
	Magasin de meubles	1,2	8333	1,4	1
	Quincaillerie/Bricolage	2,7	3704	3,0	2
	Librairie	2,9	3448	3,3	1
	Sport et Loisirs	3	3333	3,4	2
	Fleuriste	3,4	2941	3,8	3

À la campagne, comme à la ville, des commerces traditionnels proches de la population *Gwennaël Solard, division Commerce, Insee*

Nombre de services pour 10 000 habitants	Espace à dominante rurale	nombre hab pour 1 services	Prorata théorique pour bassin de vie de chalais (valeur estimé)	Nombre recensé de services chalais
Pompes funèbres	1,5	6667	1,65	1
Débits de boissons et cafés-tabacs	8,2	1220	9,02	4
Cinémas	0,2	50000	0,22	0
Coiffeurs	12,2	820	13,42	8
Autres services personnels	2,6	3846	2,86	0
Réparation d'articles personnels et domestiques	2,3	4348	2,53	SO
Soins de beauté	2,5	4000	2,75	2
Agences immobilières	7,7	1299	8,47	3
Blanchisserie-teinturerie de détail	1,5	6667	1,65	1
Restauration rapide	4,5	2222	4,95	1
Agences de voyages	0,7	14286	0,77	0

Les services marchands aux particuliers s'implantent dans l'espace rural *Bénédict Mordier, division Services, Insee*



« Le repérage du **commerce de proximité** a été défini dans le cadre des travaux du conseil stratégique du commerce de proximité, installé en 2009. Il regroupe l'ensemble des commerces de quotidienneté et des commerces en pôle de vie ».

Le **commerce de quotidienneté** rassemble les commerces concernés par les achats quotidiens ou très fréquents des consommateurs :

- commerce alimentaire spécialisé (boulangeries-pâtisseries, boucheries-charcuteries, poissonneries et autres commerces de détail alimentaires),
- alimentation générale,
- supérettes,
- éventaies et marchés,
- traiteurs,
- cafés-tabacs,
- librairies,
- marchands de journaux
- pharmacies...

Au cœur de son bassin de vie, Chalais joue un rôle majeur de pôle de vie avec une offre de commerces et de services diversifiés.

La quasi-totalité des catégories de commerces sont représentées en alimentaire comme en non alimentaire. Dans certaines catégories, l'offre centralisée à Chalais serait statistiquement suffisante pour l'ensemble de son bassin de vie :

- En espace à dominance rurale, on compte statistiquement 5,8 boucheries charcuteries pour 10 000 habitants :
  - sur l'ensemble du bassin de vie de Chalais (plus de 11 000 habitants) on devrait en recenser 6,5, alors qu'on en dénombre 6. Ce constat concerne également les commerces d'équipement de la personne, les fleuristes...

Tous les types de services courants sont présents sur la commune, principalement les services à la personne comme les coiffeurs, soins de beauté..

Les autres services tels que les agences de voyage sont plutôt implantés sur les unités urbaines, périurbaines, voir dans des pôles ruraux plus peuplés.

Dans certaines catégories de commerces et services, de nouvelles implantations pourraient venir renforcer l'offre Chalaisienne, notamment en équipement de la maison ; pour cela il serait essentiel :

- d'étudier la complémentarité de chaque projet avec l'existant et les besoins de la population
- de préserver la centralité et la concentration des commerces et services sur le centre bourg, dans la mesure du possible, compte tenu de l'existence de locaux commerciaux adaptés et exploitables.

Les services non concurrentiels, financiers, administratifs ou de santé sont également omniprésents sur la centre bourg Chalaisien, ils complètent l'offre marchande et renforcent l'attractivité du pôle de vie pour la population résidente.



Dans les 2 enquêtes réalisées dans le cadre de cette étude, les consommateurs comme les commerçants sont conscients de la diversité et de la complémentarité de l'offre Chalaisienne :

- Ils les considèrent comme des atouts majeurs pour la commune.

L'étude a également mis en évidence que les consommateurs et usagers rationalisent leurs déplacements, le poly-usage et la poly-consommation : « Je vais au marché le Lundi et j'en profite pour me ravitailler en carburant, aller à la poste, acheter la presse, faire des courses au supermarché. »

THIBAUT LE CARPENTIER (cabinet Obsand) en 2008 a réalisé une étude prospective sur le Commerce Charentais : Les Assises du Commerce qui présentent l'évolution des comportements d'achat et les consommateurs « conceptuels » qui combinent les « multi » : multi lieux, multi produits, multi usages...

Alors que les nouveaux consommateurs sont plutôt volatils, il apparaît à travers l'enquête de Chalais que les clients locaux ont un attachement et une fidélité envers le commerce local de proximité.

Les travaux du cabinet Obsand ont démontré que le concept de zone de Chalandise est dépassé. Les critères de temps et de surfaces de vente ne suffisent plus pour définir les zones de chalandise et expliquer la consommation des clients actuels.

Une nouvelle notion a émergé : les zones d'approvisionnement (structure de déplacements). Les nouveaux critères à prendre en compte sont :

- Temps d'accessibilité (déplacements, stationnement,...)
- Diversité des commerces présents
- Organisation du site
- Qualité de l'environnement
- Animation
- Présence des non acheteurs ( prise d'informations, détente...).

A Chalais comme dans les autres pôles commerciaux, l'appareil commercial et son environnement doit être attractifs, compétitifs afin de maintenir et développer la consommation locale de proximité. L'exigence des consommateurs progresse avec leur mobilité, leur niveau d'informations...

Thibault LE CARPENTIER démontre également l'incidence des facteurs sociodémographiques dans la consommation des ménages.

**Les critères de fréquence et de fréquentation des commerces dépend de trois facteurs : du volume de courses, du lieu, et du prix**

La taille de la cellule familiale	Le volume des courses
La structure de la cellule familiale	
L'âge	Le lieu (facilité et proximité)
L'organisation du temps de travail	
Le revenu disponible par tête	Les prix

Source : Thibault le Carpentier, Schéma Départemental de l'Aménagement Commercial de la Charente, 29/10/2008

Pour la commune de Chalais et son bassin de vie , les tendances socio-démographiques majeures sont :

- Population en diminution sur le long terme
- Solde naturel négatif
- Solde migratoire positif (installation récente)
- Baisse de la taille cellule familiale
- Part importante des personnes âgées et retraités
- Carence des catégories d'âge plus jeune
- Niveau social et revenu modeste

Ces facteurs entraînent des conséquences sur la consommation et son évolution.

- Baisse de la consommation en volume
- Modifications des comportements d'achat (demande accrue en services santé et services à la personne, augmentation des arbitrages budgétaires...)