



Source : OCREM

# Aménagement commercial et logistique

DIAGNOSTIC  
Synthèse SCoT n°4

Version 15/03/2024

## Avant-Propos

Cette synthèse « aménagement commercial et logistique » s'inscrit dans le cadre de la révision du SCoT du Pays du Mans, document de planification stratégique qui définira à 20 ans l'aménagement du territoire. Elle a pour objectif de mettre en avant les enjeux du

territoire sur une des sept thématiques, du diagnostic. En effet, pour faciliter la compréhension des enjeux, les thématiques suivantes ont été définies à partir de l'article L141-15 du droit de l'urbanisme (cf. le tableau ci-dessous).

### Tableau présentation des synthèses :

Numéro	Nom de la synthèse	Thématiques traitées	Autres documents disponibles pour aller plus loin
<b>1</b>	Organisation de l'espace	Occupation du sol, géographie physique et paysage, organisation des pôles structurants, consommation d'espace, ZA	<i>Enjeux du SCoT Pays du Mans – Dossier INSEE Pays de Loire n°8</i>
<b>2</b>	Attractivité territoriale	Socio-démo, revenu, emplois, économie, équipements/services, tourisme/culture/loisirs	<i>Enjeux du SCoT Pays du Mans – Dossier INSEE Pays de Loire n°8 Diagnostic Urbanisme Favorable à la Santé – Codra- Lichen – Icone Médiation Santé</i>
<b>3</b>	Habitat et logements	Parc de logements, production de logements, demandes et besoins, offre de logements adaptée	<i>Etude Pré-opérationnelle Habitat Pôle Métropolitain Le Mans Sarthe</i>
<b>4</b>	Aménagement commercial et logistique	Transports de marchandises, dynamique de centre-ville, offre commerciale	<i>Etude CCI Etude Emprixia Logistique Enquête comportements d'achats POTLOC Travaux David Lestoux FédéSCoT et AMI Commerce Fiches centralités, fiches SIP</i>
<b>5</b>	Déplacements-Mobilités	Réseau routier/ferroviaire, stationnement, transport en commun, mobilités actives, autres modes de déplacement	<i>Diagnostic mobilité par EPCI PLUi, PLU et PLUc des EPCI SMA EPCI RPG Insee 2008 et 2018</i>
<b>6</b>	Agriculture et alimentation	Espace agricole à protéger, économie agricole, circuits courts	<i>Etude agricole Chambre d'agriculture</i>
<b>7</b>	Environnement énergie et ressources	Ressources et énergies, risques, nuisances, changement climatique, pollution, économie circulaire	<i>Etat Initial de l'Environnement CPIE PCAET</i>

## Qu'est-ce que le SCoT ?

Le SCoT document stratégique à 20 ans fixe des objectifs en termes d'aménagement. Il concourt à la coordination des politiques sur les territoires, en favorisant notamment un équilibre et une complémentarité des polarités urbaines et rurales, une offre d'habitat diversifiée, une organisation de services et de mobilités au regard d'une répartition équilibrée des populations. Les orientations partagées et validées par les élus au sein du SCoT (Schéma de Cohérence Territoriale) agiront sur l'attractivité du Pays du Mans pour les 20 prochaines années.



### Le Bilan du SCoT de 2014

Le Pays du Mans auparavant constitué des communautés de communes Maine Cœur de Sarthe, Sud-Est Manceau et l'Orée de Bercé-Belinois ainsi que la communauté urbaine de Le Mans Métropole, fait état en 2019 d'une armature commerciale des pôles commerciaux avec des dynamiques différentes, des secteurs dynamiques comme Les Fontenelles-La Pointe, d'autres en renouvellement comme le centre-ville du Mans et certains en perte de vitesse notamment le Centre-Sud. **Entre 2011 et 2019, 134 362 m<sup>2</sup> de surfaces commerciales ont été autorisés en CDAC sur le Pays du Mans.**

### **Les enjeux pour le Pays du Mans concernent :**

- **le renforcement de la complémentarité entre les espaces urbains, périurbains et ruraux.**
- **La définition de périmètres de centralités**
- **et l'adaptation des périmètres des ZACom,**
- **ainsi que l'encadrement de certaines implantation (qualité urbaine, production EnR...).**

## La révision du SCoT (lancée en mars 2022)

Le nouveau périmètre du SCoT du Pays du Mans, complété par le Gesnois Bilurien et la Champagne Conlinoise et Pays de Sillé, renforce la complémentarité ville/campagne, changeant les dynamiques locales et ainsi le regard sur l'aménagement commercial et la logistique du Pays.

Cette synthèse permettra d'identifier les enjeux d'aménagement commercial et logistique du Pays du Mans (comportements d'achats, répartition de l'offre commerciale, armature commerciale, organisation logistiques...)

### Définitions

**Un commerce** est un établissement possédant une vitrine ou accueillant du public de particuliers sur une surface de vente dédiée.

**Une surface de vente** est consacrée à la circulation des clients pour la vente de biens, services ou marchandises.

*N.B : Cette synthèse « Aménagement commercial et logistique » est issue de travaux de diagnostic de la révision du SCoT, notamment réalisés par Empixia, la CCI et le Pays du Mans.*

# Sommaire

## 1\_ Une évolution du commerce et des comportements d'achats

1\_1 Une évolution des comportements d'achats des consommateurs du Pays du Mans accentuée après la période COVID

1\_2 L'évolution du commerce facteur de mutation du tissu commercial

## 2\_ Une suroffre commerciale et un modèle d'implantation à revoir

2\_1 Une suroffre commerciale concentrée sur l'agglomération mancelle

2\_2 Typologie d'implantation : vers un renforcement des centralités et un encadrement de la périphérie ?

2\_3 Vers une armature commerciale clarifiée dans le DAACL

## 3\_ La logistique, nouvelle thématique à prendre en compte dans le SCoT

3\_1 Définition de la logistique

3\_2 Le Pays du Mans, un nœud logistique routier du grand ouest ?

3\_3 Une structuration et organisation de la logistique nécessaire

## 4\_ Enjeux et chiffres clés

# 1\_ Une évolution du commerce et des comportements d'achats

## 1.1 Une évolution des comportements d'achats des consommateurs du Pays du Mans accentuée après la période COVID

Le Pays du Mans avec la CCI Le Mans Sarthe a organisé du 25 mai au 11 juin 2021, une étude sur le comportement d'achats des consommateurs du territoire. Celle-ci a été confiée à l'entreprise POTLOC qui a publié l'enquête sur les réseaux sociaux avec plus de 1000 répondants.

Les 3 objectifs de l'étude du comportement d'achats étaient :

- Développer la connaissance des comportements d'achats des consommateurs du SCoT du pays du Mans.
- Comprendre les évolutions des comportements depuis le début de la pandémie.
- Obtenir des pistes de réflexion et des points d'appuis pour déterminer les stratégies d'implantations commerciales du SCoT du Pays du Mans.

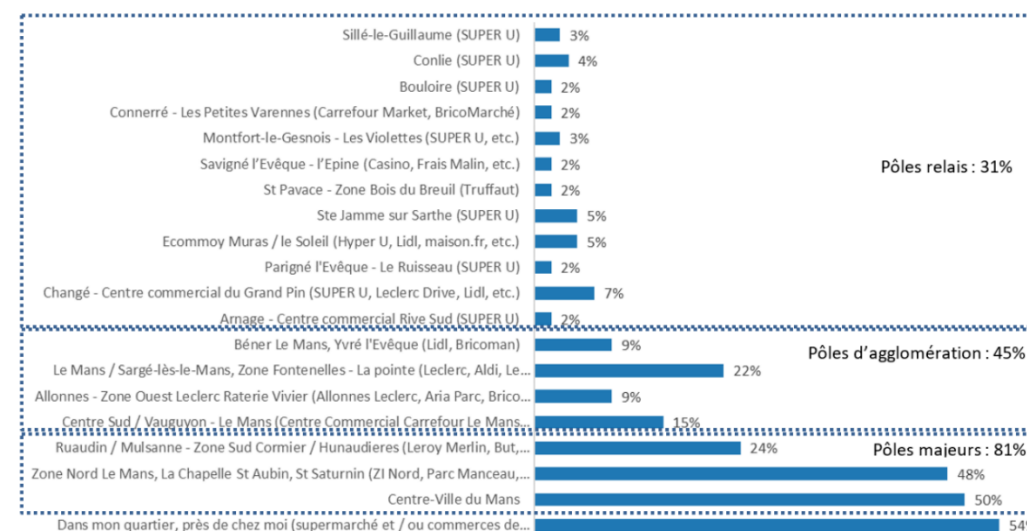
Afin d'être représentatifs, les résultats ont été pondérés en fonction du territoire de résidence, du sexe et de l'âge du répondant.

### Le Centre-Ville du Mans et la zone Nord correspondent aux 2 secteurs les plus fréquentés :

La population enquêtée se rend principalement sur Le Mans Métropole pour réaliser ses achats, **les zones les plus fréquentées sont le centre-ville du Mans (50%) et la zone Nord (48%).**

Sur le centre-ville, les consommateurs sont principalement des personnes de 15 à 29 ans, appartenant à une catégorie socio-professionnelle supérieure. Tandis que les consommateurs se rendant sur la zone Nord appartiennent à des catégories socio-professionnelles plus basses et ont entre 15 et 44 ans.

Une grande partie des achats sont aussi réalisés au niveau local, avec 54% des personnes se déplaçant vers des commerces à proximités de leur logement.



### Achats alimentaires : des achats de proximité et en zone nord :

Pour leurs achats alimentaires les enquêtés se tournent vers les commerces localisés à proximité de leur habitation, quel que soit leur commune de résidence. La zone Nord est aussi un point de convergence lorsqu'il s'agit de la réalisation d'achat alimentaire, avec 14% des répondants qui indiquent fréquenter cet espace, notamment les habitants de Maine Cœur de Sarthe.

### Achats non alimentaires : en centre-ville du Mans et zone nord :

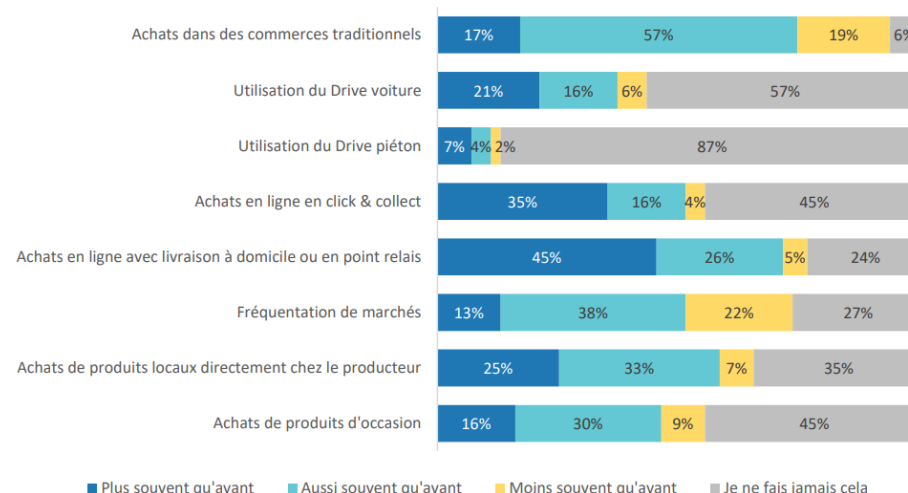
Pour les achats non alimentaires les enquêtés ont tendances à davantage se déplacer. L'ensemble des répondants indiquent se rendre soit sur le centre-ville du Mans (33%), ou sur la zone Nord (27%). Les enquêtés résidant sur Le Mans Métropole sont plus nombreux à effectuer ce type d'achats au centre-ville du Mans (39%). Les résidents de la Champagne Conlinoise et Pays de Sillé et du Maine Cœur de Sarthe se dirigent vers la zone Nord (respectivement 61 et 44%). Les habitants de l'Orée de Bercé - Belinois (26%) et du Sud Est Manceau (37%) fréquentent également le secteur commercial sud (Ruaudin, Mulsanne, Hunaudières).

#### Focus sur les achats non alimentaires



### Un impact du COVID sur les comportements d'achats en faveur du DRIVE et du e-commerce :

#### Depuis le début de la pandémie, diriez-vous que vous faites ces activités :



Sans grande surprise les achats en ligne et en Click&Collect ont augmenté depuis le début de la pandémie et plus de 20% indiquent utiliser le Drive voiture plus souvent qu'avant la pandémie.

Toutefois, un quart des répondants déclarent acheter des produits locaux plus souvent directement chez le producteur (circuits courts). Pour les achats essentiels (type alimentaire) les commerces traditionnels continuent de représenter l'option de choix.

La plupart des achats en ligne qui ont été effectués pendant la pandémie sont des produits de mode/accessoires (57%) et de culture/loisirs (47%). À noter que 20% des achats en ligne étaient de type alimentaire, une proportion qui s'apparente à la proportion des répondants ayant réduit leur fréquentation des commerces traditionnels.

## 1\_2 L'évolution du commerce facteur de mutation du tissu commercial

### La croissance du e-commerce :

Les parts de marché de la vente à distance augmentent, oscillant entre 13% et 18% en 2017, contre 1 à 3% en 2007 (source : FEVAD), à l'échelle nationale. L'enquête Pays du Mans confirme que ce phénomène s'accélère avec la crise sanitaire, par le développement des achats en Drive, Click&Collect, et du système de livraison à domicile ou en point relais. **Dans le cadre de l'enquête 45% des répondants achètent plus souvent en ligne avec livraison à domicile ou en point relais.**

Les flux commerciaux sont en pleine mutation avec le déploiement du e-commerce, de l'omnicanalité. L'usage de la voiture deviendra de moins en moins facile dans les centralités. Face à ce nouveau phénomène, les acteurs se questionnent sur l'adaptation des commerces physiques existants, et le devenir des secteurs commerciaux en déprise ou en passe de le devenir (source AMI fédéSCoT Stratégie Commerciale).

Il conviendra d'être vigilant à ne pas opposer commerce digital et commerce physique. La plupart des spécialistes disent qu'il est peu probable qu'il y ait un réel avenir pour les commerces physiques évoluant sans une partie numérique au sein de leurs activités.

### L'apparition des commerces de flux ou interstitiels :

Depuis 10 ans environ, des commerces interstitiels se sont développés, hors des centres-villes et des périphéries. Ils sont implantés aux abords des grands axes de flux, et répondent à une demande générée par l'élargissement des distances domicile-travail. **Ces installations fragilisent les commerces situés en centre-ville.**

Selon les travaux de l'AMI FédéSCoT « stratégie commerciale », les acteurs de l'aménagement se questionnent sur ces implantations commerciales le long des axes de flux, qui semblent échapper à la régulation (surfaces < 300 m<sup>2</sup>, en dessous des radars, notamment des CDAC).

Ces implantations qualifiées « d'imprévisibles » par la puissance publique sont également la conséquence d'une façon de penser et d'aménager le territoire.

### Le développement du marché de l'occasion :

La part du marché de l'occasion augmente de plus en plus avec le développement de plateformes en lignes (Le Bon Coin, Vinted...) et touche l'ensemble des secteurs. Il s'organise aussi autour des brocantes, des ressourceries, d'associations, et des organismes en pleine expansion sur le Pays du Mans dans l'étude des comportements d'achat, **19% des répondants ont la volonté de consommer plus souvent des produits provenant du marché de l'occasion, après la crise sanitaire.**

### Changement dans les modes de distribution alimentaire :

Pour répondre à la demande des consommateurs, les enseignes de la grande distribution se sont adaptées, notamment par le développement de surfaces alimentaires bio, et des changements d'ambiance de consommation sous forme de halles, et de marchés.

La vente directe prend de l'importance depuis ces dernières années, avec le développement des circuits courts. **Cette tendance se confirme sur le Pays du Mans avec 26% des enquêtés voulant acheter plus souvent des produits locaux directement chez le producteur, après la crise sanitaire.**

Dans le cadre d'une étude sur les défis d'une attractivité commerciale durable, pour intercommunalités de France en 2022, « Lestoux et associés » a mis en avant trente marqueurs de la transformation du commerce.

## LES TRENTE MARQUEURS DE LA TRANSFORMATION COMME PIVOT DE LA REFLEXION

### Les transformations sociologiques

1. La nouvelle sociologie
2. Navetteurs et nouveaux modes de travail
3. La contraction des zones de chalandise
4. Les temps sociaux & modes de vie
5. Déconsommation subie et choisie

### La périphérisation du commerce

1. Une offre supérieure à la demande
2. L'investissement dans l'immobilier commercial
3. L'évolution des friches commerciales
4. Une périphérie à ré-inventer ?
5. La périphérisation du commerce de proximité

### Le « Hors magasin »

1. La croissance du digital
2. Une montée en puissance de la seconde main
3. Les Circuits-courts & vente directe
4. Les Dark Store et Dark Kitchen
5. Le digital et le commerce de proximité

### La revitalisation des centres villes

1. L'évolution de la vacance commerciale
2. Les facteurs de commercialité à activer
3. Un commerce à ré-inventer
4. Praticité vs Affectif
5. Les dispositifs ACV & PVD à l'épreuve des réalisations

### L'Immobilier commercial & la fiscalité du commerce

1. Un découplage entre propriété et exploitation
2. La croissance continue des loyers
3. Un commerce déterritorialisé
4. Une gestion des actifs à (ré-)interroger
5. De régulation à transformation

### Les leviers législatifs de la transformation

1. La Loi ELAN
2. La loi Climat et résilience
3. Le commerce à l'heure du ZAN
4. Le Document d'Aménagement Artisanal Commercial Logistique
5. La Loi 3DS

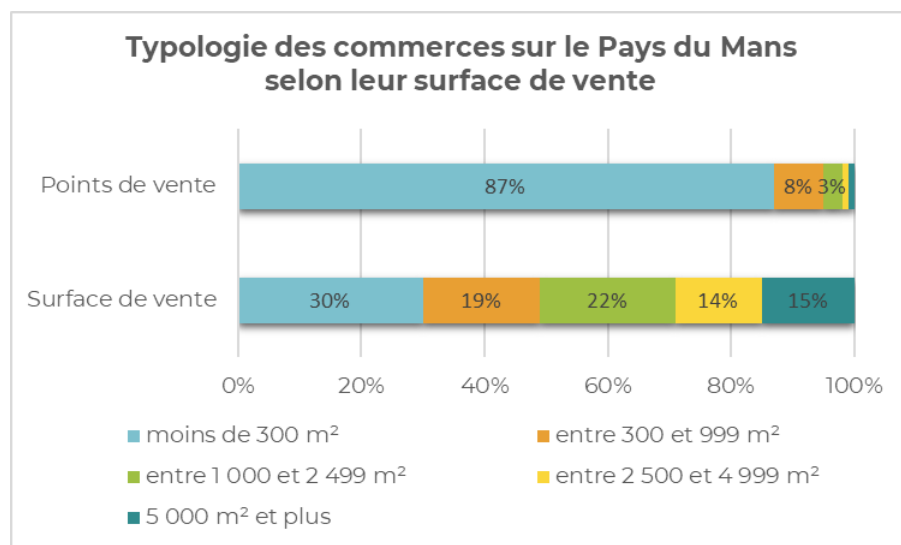


## 2\_ Une suroffre commerciale et un modèle d'implantation à revoir

### 2.1 Une suroffre commerciale concentrée sur l'agglomération mancelle

#### Une densité commerciale supérieure à la moyenne :

En 2020, le Pays du Mans recouvre plus de la moitié des commerces du département (59%). Il compte 2 698 commerces pour une surface de vente de 618 000 m<sup>2</sup>, soit une densité commerciale de 1962 m<sup>2</sup> pour 1 000 habitants. Pour comparaison, la densité commerciale du pôle métropolitain Loire Angers (380 000 habitants, soit 65 000 de plus que le Pays du Mans) est d'environ 1 450 m<sup>2</sup> pour 1 000 habitants (source CCI49). Le territoire du Pays du Mans est donc en suroffre commerciale.



#### 87 % des points de vente font moins de 300 m<sup>2</sup> de surface de vente :

Sur le Pays du Mans, 49% des points de vente font moins de 1 000 m<sup>2</sup>. L'offre des établissements de 5 000 m<sup>2</sup> et plus, est non négligeable car elle représente près de 15% de l'offre totale. La part des établissements de moins de 300 m<sup>2</sup> en termes de surfaces de vente est de 30%, mais elle représente 87% des points de vente, soit 2 359 établissements.

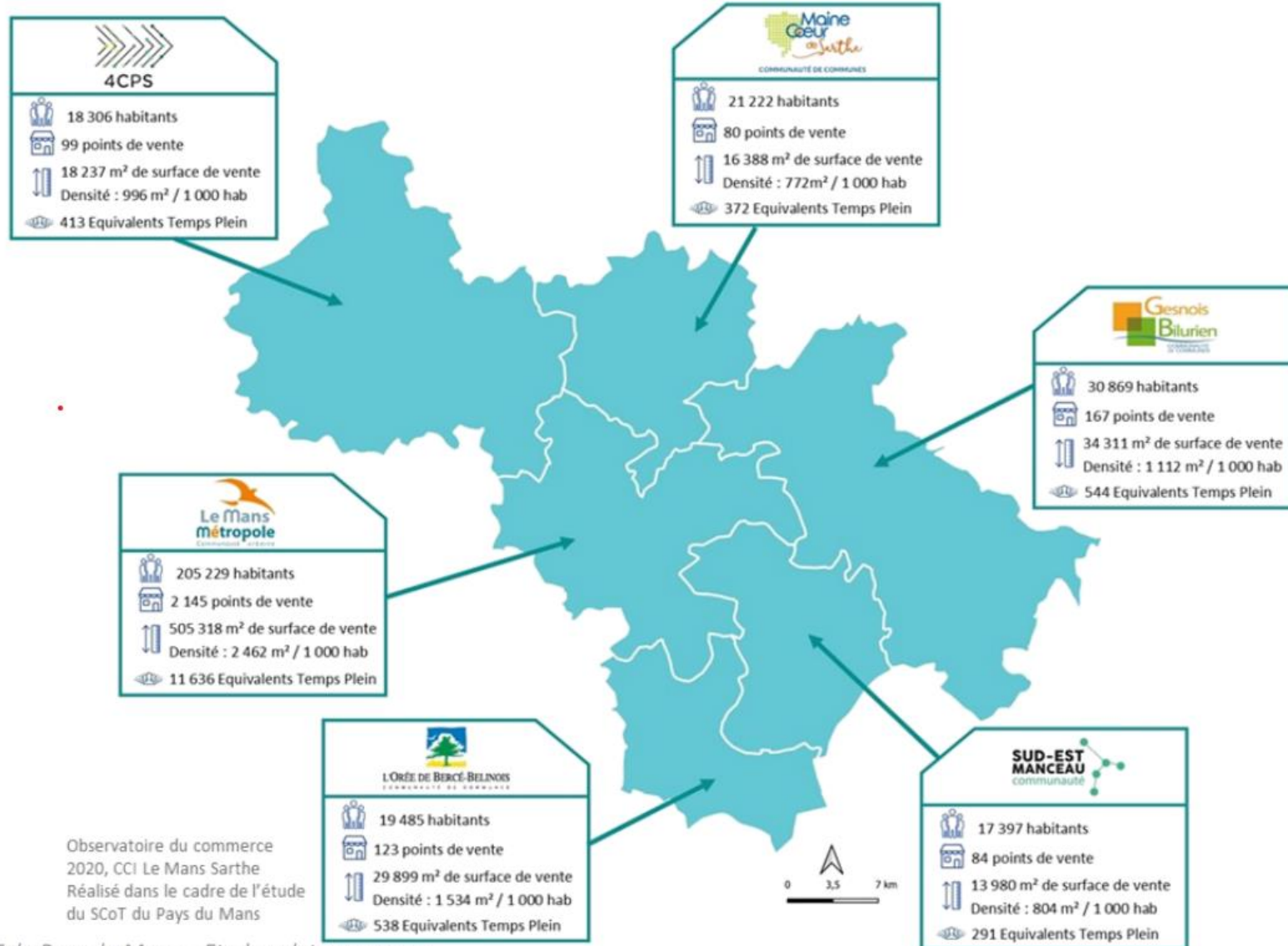
#### Une répartition des points de vente hétérogène :

La répartition des points de vente à l'échelle des EPCI est hétérogène. L'offre commerciale se concentre sur **Le Mans Métropole**, où sont localisés 2 145 points de vente, soit 79,5% des points de vente du Pays du Mans. Maine Cœur de Sarthe et le Sud-Est Manceau sont les EPCI ayant le moins de points de vente sur leur périmètre, respectivement 80 et 84 points de vente.

#### Une densité commerciale plus importante sur Le Mans Métropole :

Sur le Pays du Mans, la densité commerciale pour 1 000 habitants suit la même tendance que la répartition des points de vente par EPCI. **Le Mans Métropole possède la densité commerciale la plus importante avec 2 462 m<sup>2</sup> pour 1 000 habitants.** Maine Cœur de Sarthe ainsi que le Sud-Est Manceau ont une densité commerciale moins importante avec respectivement 772 m<sup>2</sup> et 804 m<sup>2</sup> de surface de vente pour 1 000 habitants.

Description de l'offre commerciale de chaque EPCL :



Révision du SCoT du Pays du Mans – Etude volet commerce

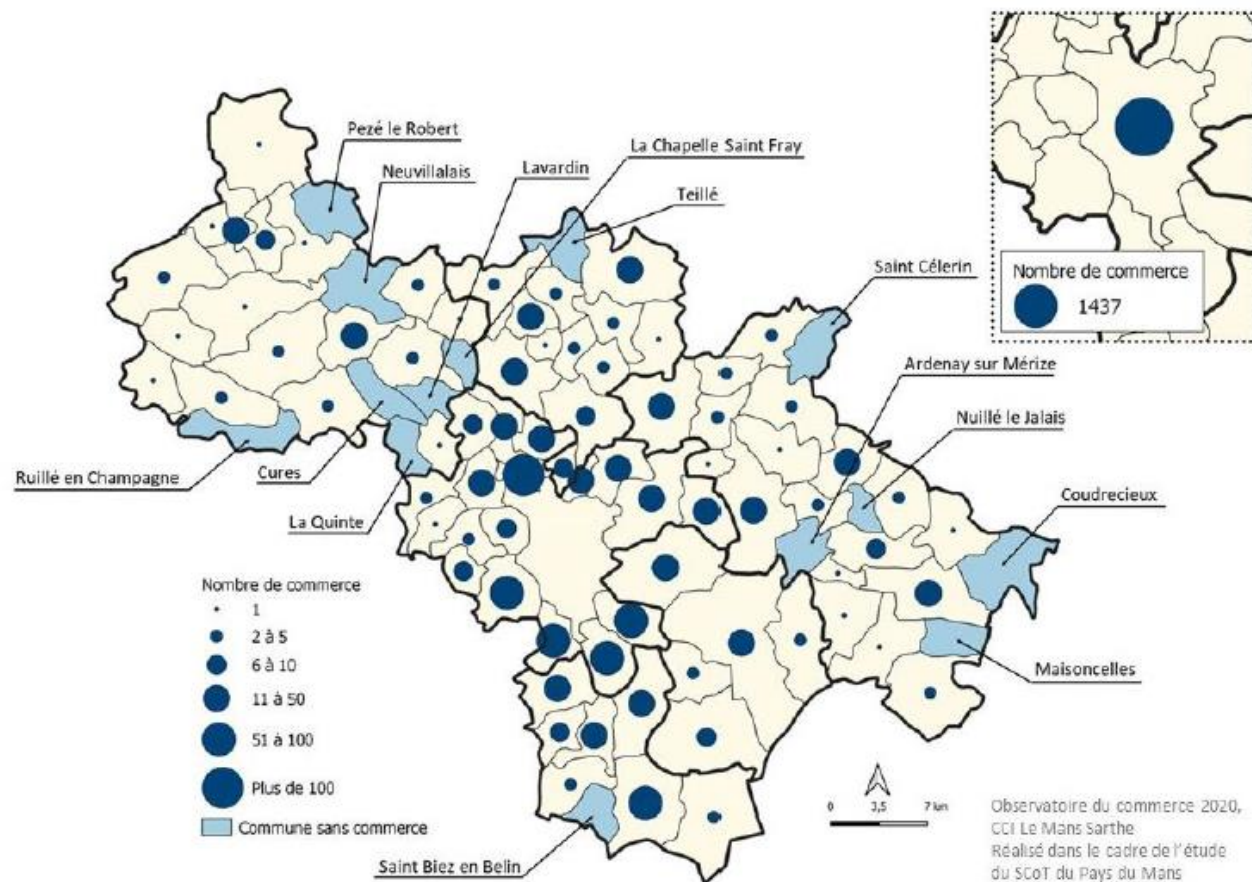
### Une offre commerciale plus importante sur l'agglomération mancelle et sa couronne périurbaine :

Les communes de l'agglomération mancelle, et les communes périurbaines possèdent un nombre de commerces plus important, que les communes plus éloignées du Mans, à l'exception de certaines communes « pôles » telles que :

- A l'ouest : Sillé-le-Guillaume et Conlie,
- Au nord : Ballon-Saint-Mars, Sainte Jammes-sur-Sarthe, La Bazoge,
- A l'est : Bouloire, Connerré, Savigné-l'Évêque,
- Au Sud : Ecommoy et Parigné l'Évêque.

### 85 % des communes avec au moins 1 commerce :

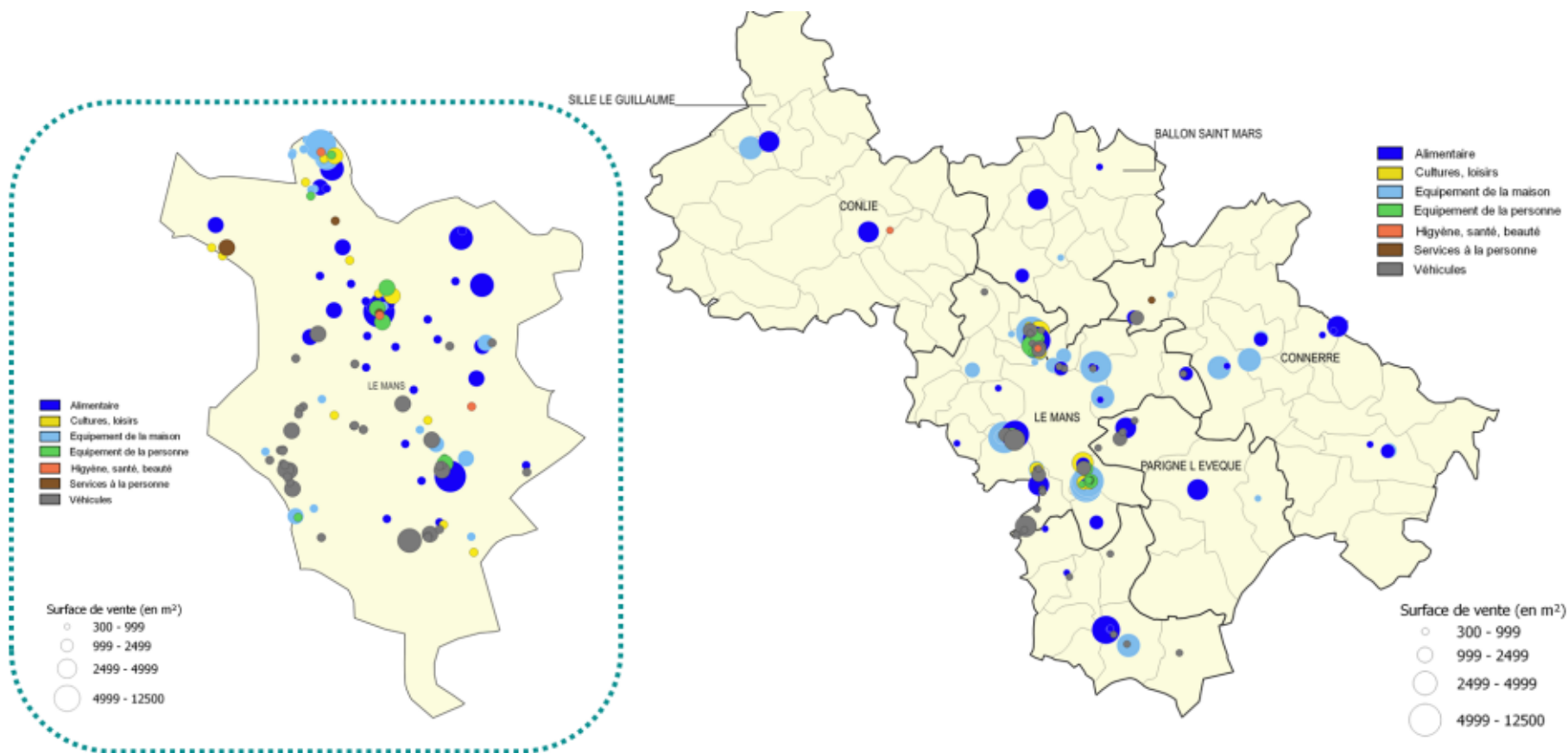
Sur l'ensemble du Pays du Mans 85% des communes possèdent au moins 1 commerce. **Les communes ne possédant pas de commerces sont au nombre de 14.** Ces communes correspondent à des communes rurales principalement sur La Champagne Conlinoise et Pays de Sillé (7 communes) et Le Gesnois Bilurien (5 communes).



Les commerces de plus de 300 m<sup>2</sup> localisés sur l'agglomération mancelle et les pôles de bassins de vie intercommunaux ou ruraux :

Les commerces de plus de 300 m<sup>2</sup> se concentrent en périphérie du Mans. Ils sont aussi présents sur les communes de Conneré, Bouloire, Parigné-l'Évêque, Ecommoy, Conlie, Sillé-le-Guillaume, La Bazoge et Sainte-Jamme-sur-Sarthe, et permettent un maillage de

l'offre sur l'ensemble du Pays du Mans. En dehors de l'offre de l'agglomération mancelle, les surfaces de vente de plus de 300 m<sup>2</sup> correspondent à une offre alimentaire de proximité et dans certains cas une offre d'équipement de la maison.



Observatoire du commerce 2020, CCI Le Mans Sarthe

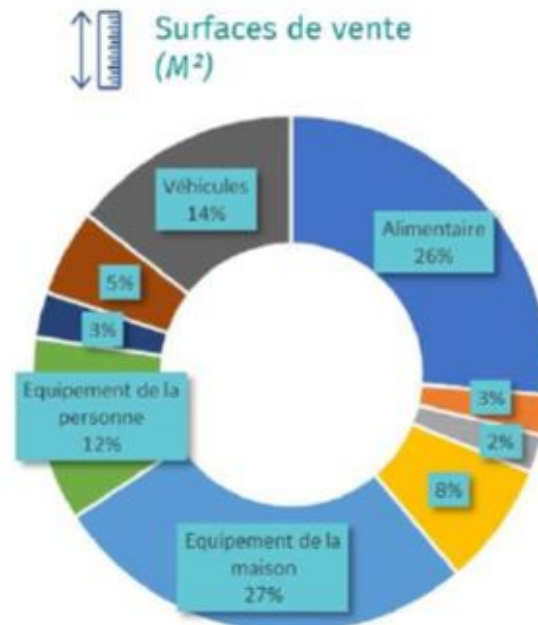
Le secteur des services à la personne regroupe le plus de points de vente



Observatoire du commerce 2020, CCI Le Mans Sarthe  
Réalisé dans le cadre de l'étude du SCOT du Pays du Mans

Le secteur des services aux personnes (coiffure, esthétique...) représente 23,2% du nombre de points de vente présents sur le territoire. Il n'occupe cependant que 5% des surfaces de ventes. A contrario, le secteur de l'équipement de la maison représente 27% des surfaces de vente, alors qu'il regroupe seulement 11% des points de vente à l'échelle du SCOT. Le secteur alimentaire, un secteur essentiel représente quant à lui 14,5% des points de vente, pour 26% de la surface de vente.

Les secteurs alimentaire et équipement de la maison sont les plus demandeurs en surface de vente



Observatoire du commerce 2020, CCI Le Mans Sarthe  
Réalisé dans le cadre de l'étude du SCOT du Pays du Mans

**Le Mans Métropole concentre 82% de l'offre commerciale du Pays du Mans, et possède pour l'ensemble des secteurs d'activité plus de 70% de l'offre.** Le secteur bazar et solderie est représenté seulement sur Le Mans Métropole. L'EPCI le moins doté en offre commerciale est le Sud-Est Manceau notamment dans les secteurs « alimentation », « culture et loisirs » et « équipement de la maison ».

## 2\_2 Typologie d'implantation : vers un renforcement des centralités et un encadrement de la périphérie ?

L'offre commerciale est implantée sur le territoire sous la forme de trois typologies principales : centralité / périphérie et diffus (commerces de flux ou interstitiels).

Vers un renforcement de la fonction commerciale des centralités ?

**Définition** (selon étude FédéSCoT/Lestoux Les SCoT et l'aménagement commercial de demain 2019) :

Le terme centralité s'entend par « les centres-villes, centres-bourgs, pôles de quartiers qui se caractérisent par une densité en habitat parmi les plus élevées de la commune, par l'existence de services non-marchands (services-publics, services médicaux...), par la présence d'un lieu de sociabilisation publique (lieu de culte, place, plage, espace public), par une offre commerciale ».

**Les centralités concentrent plusieurs fonctions essentielles à l'attractivité de la commune :**

- **La fonction économique** : comme lieu d'emplois et lieu d'échanges (commerce notamment)
- **La fonction habitat** : présence d'une densité d'habitat importante avec une diversité de formes (individuel, intermédiaire et collectif)
- **La fonction de services** : présence de services non-marchands (administratifs, loisirs, santé, mobilités...)
- **La fonction identité** : les centralités sont des lieux d'attachement à une commune, à un quartier, au regard du patrimoine historique...

Le Pays du Mans comprend différents types de centralités, avec un rayonnement métropolitain, de bassin de vie et local.

- **Le centre-Ville du Mans, une dimension métropolitaine**



Source : OCREM 2021

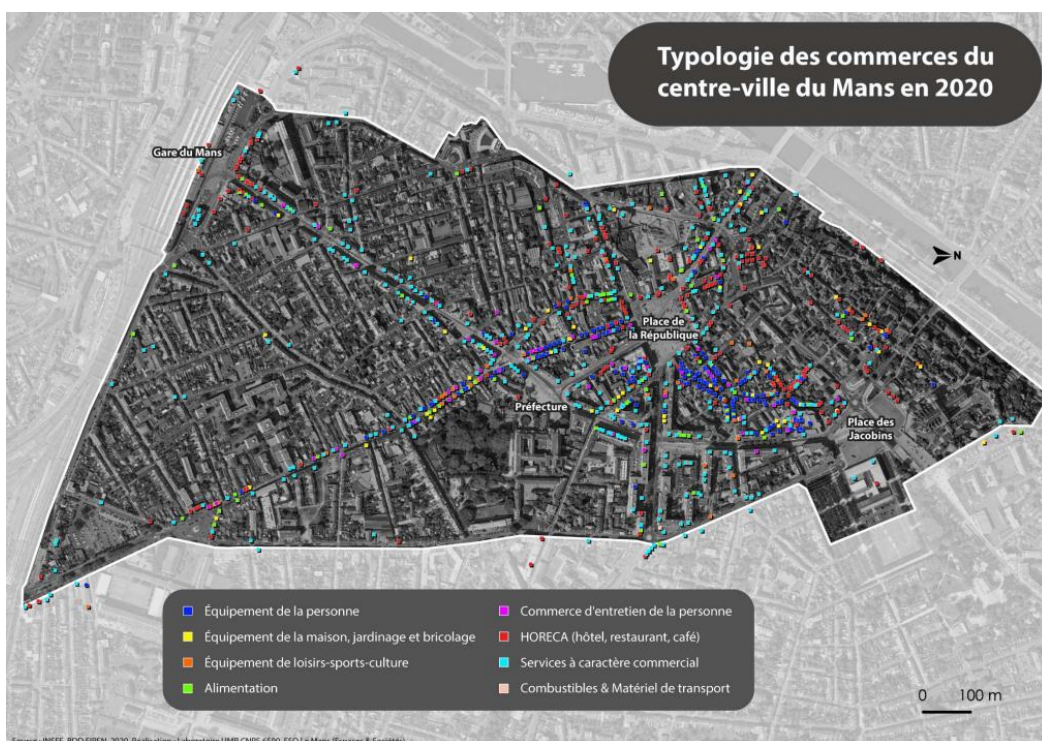
### L'offre commerciale du centre-ville : 1<sup>er</sup> pôle commercial du Pays du Mans

Le centre-ville du Mans, desservi par 2 lignes de tramway, constitue le 1<sup>er</sup> pôle commercial du Pays du Mans en nombre d'activités et de commerces. Les secteurs dominants sont : l'équipement de la personne (18% source OCREM 2020), situé principalement dans le cœur de ville et les services à la personne (y compris de loisirs). Les équipements de loisirs, de la maison, et les commerces liés à l'entretien de la personne sont présents de manière équivalente (entre 5% et 6%). Les commerces alimentaires sont également bien représentés avec une soixantaine de boutiques (8%). On constate l'apparition également récente de drive piéton.

L'offre en hôtel / café / restaurant représente 23% des commerces localisés dans le cœur de ville mais aussi dans la Cité Plantagenêt. Enfin, les activités liées aux services financiers et immobiliers sont également très présentes.

Selon la CCI, le centre-ville comprendrait 21 commerces de plus de 300 m<sup>2</sup> de surface de vente en 2020.

La vacance de l'hypercentre manceau (périmètre plus réduit que la ZACOM) est estimée à environ 13 % en 2020, légèrement supérieure à la moyenne nationale. Pour répondre à cet enjeu, le PLU communautaire de Le Mans Métropole, approuvé en janvier 2020, détermine sur ce même périmètre l'activité commerciale prioritaire (changement de destination des rez-de-chaussée de commerces et restaurants vers le logement est interdit). Une foncière a également été créée pour gérer les opportunités foncières et la vacance commerciale.



Périmètre large ZACOM-Source OCREM

La ville du Mans et Le Mans Métropole – Communauté Urbaine, ont mené en 2017 une étude pour la redynamisation commerciale du centre de l'agglomération avec le cabinet Cibles et Stratégies (David

LESTOUX). L'étude précise que pour renforcer son rayonnement et son attractivité, le centre-ville du Mans nécessite une stratégie d'intervention globale, notamment en apportant de nouveaux habitants et des emplois dans l'hyper-centre.

La ville du Mans a également engagé un programme de travaux d'embellissement du parcours piétonnier et de l'espace public du centre-ville actuellement en cours de finalisation. Elle a aussi, avec la communauté urbaine, recruté un manager de centre-ville.

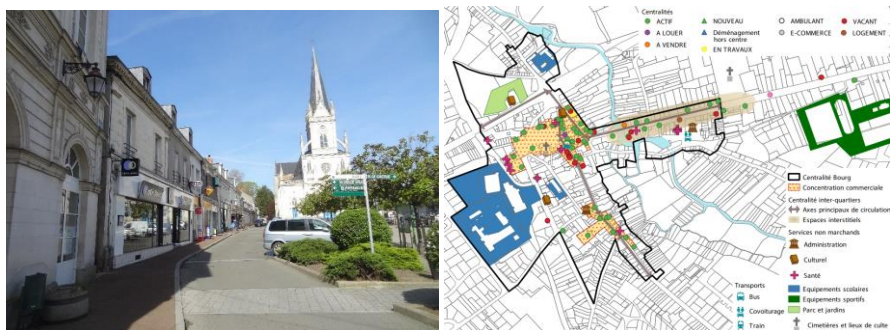


Source : OCREM 2021

Les enjeux sur le centre-ville du Mans sont les suivants :

- Poursuite de la mixité fonctionnelle (habitat, emplois, services)
- Réduction de la fonction commerciale principale à l'hypercentre (périmètre réduit par rapport à la ZACOM),
- Poursuite des embellissements de l'espace public et verdissement,
- Gestion de la vacance habitat au-dessus des rez-de-chaussée commerciaux,
- Adaptation des commerces aux nouveaux comportements d'achats (e-commerce, horaires, logistique...),
- Distinction de l'offre commerciale de périphérie en cherchant de la complémentarité,
- Renforcement de l'attractivité et de l'accessibilité notamment pour les populations hors Le Mans Métropole.
- Adaptation et structuration de la logistique urbaine.

- **8 Centre-bourgs structurants**



Bourgs Ecommoy et Bouloire – Fiche centralité Connerré MP 2021 Pays du Mans

Ces centralités urbaines structurantes désignent les centres-villes ou gros centres-bourgs, situés hors Le Mans Métropole, ayant une densité commerciale importante (> 25 commerces de détails). Elles comprennent une diversité commerciale et une zone de chalandise qui s'étend à l'échelle du bassin de vie voire au-delà.

4CPS	Conlie et Sillé-le-Guillaume
GB	Bouloire, Connerré, Savigné l'Evêque
MCS	<b>Pas de communes avec + 25 commerces en centralité</b>
OBB	Ecommoy
SEM	Changé et Parigné l'Evêque

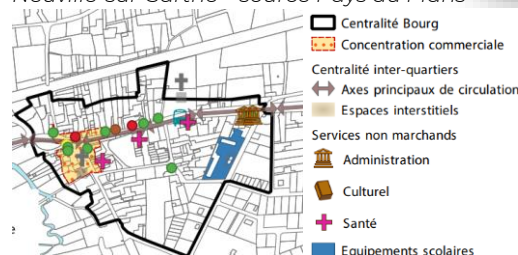
La plupart de ces communes sont concernées par la démarche Petites Villes de Demain et la mise en place d'une opération de revitalisation de territoire (ORT). Certains bourgs sont plus marqués par la vacance du tissu commercial : Sillé-le-Guillaume, Bouloire, Ecommoy.

- Les enjeux sur ces bourgs sont les suivants :
- o Poursuite de la mixité fonctionnelle (habitat, emplois, services)
  - o Limitation de la dispersion commerciale (périmètre de concentration du commerce à resserrer)
  - o Gestion de la vacance commerciale
  - o Complémentarité à trouver avec l'offre d'entrée de ville.
  - o Rénovation du patrimoine bâti et gestion des façades.

- **Centralités de proximité : Centre-bourgs et quartier**



Neuville-sur-Sarthe – source Pays du Mans



Fiche centralité MP 2021

Les bourgs historiques constituent des centralités de proximité avec une mixité de fonctions. Elles se caractérisent par une zone de chalandise qui s'étend parfois à quelques communes ainsi que par une diversité commerciale limitée.

- Les enjeux sur ces bourgs sont les suivants :
- o Poursuite de la mixité fonctionnelle (habitat, emplois, services)
  - o Limitation de la dispersion commerciale,
  - o Gestion de la vacance commerciale le cas échéant
  - o Maintien et accessibilité des commerces de proximité
  - o Réponse au besoin d'évolution des commerces
  - o Limitation de commerces de flux ou interstitiels,
  - o Rénovation du patrimoine bâti et gestion des façades.



- **Une centralité d'agglomération spécifique : Centre-Sud / Vauguyon**



Centre-sud/Vauguyon est une centralité conçue comme une zone périphérique. Toutefois ce centre commercial et l'offre commerciale de Vauguyon sont intégrés au cœur du quartier Ronceray / Glonnières au sud du Mans.

Ce secteur vieillissant est marqué par une forte emprise du stationnement et une forte vacance, cette fragilisation est liée au développement récent du secteur sud notamment 2 « retails parks » Family Village et Maine Street.

Un projet de modernisation est en cours sur la galerie marchande par le groupe Infini.

Les enjeux sur cette centralité sont les suivants :

- Diversification des fonctions
- Affirmation du rôle de centralité pour le quartier
- Mutation / destruction de m<sup>2</sup> commerciaux
- Modernisation
- Limitation de l'imperméabilisation du sols / Végétalisation

- **Des centralités secondaires**



Sources CDAC 2019 Super U Libération et LMM centre-bourg Rouillon

Centralité secondaire qui apporte une offre de commerces et de services de proximité complémentaire au centre-ville du Mans, rayonnement très local (quartier ou rayon 3 km). Tissu urbain dense et mixte. Exemple : Chasse Royale, Université, Sablons...

Ou centre-bourgs / centralité de quartier complétés d'une offre alimentaire de + 300 m<sup>2</sup> de surface de vente, au cœur de bourg, d'un tissu urbain dense et mixte. Exemple : Centre-bourgs de Rouillon, Coulaines...

Les enjeux sur ces centralités sont les suivants :

- Poursuite de la mixité fonctionnelle (habitat, emplois, services),
- Limitation de commerces de flux ou interstitiels,
- Amélioration et embellissement espace public,
- Liaisons douces avec quartiers résidentiels.
- Mutation / optimisation des surfaces commerciales vieillissantes sur site.

## Une mutation des sites périphériques ?

Les sites périphériques correspondent à des zones commerciales implantées hors centralité généralement en entrée de ville le long des principaux axes du territoire. Ces secteurs sont très consommateurs d'espaces et marqués par une forte imperméabilisation des sols (bâtiments et stationnement). L'aménagement paysager est peu qualitatif. Ces zones sont accessibles et développées pour une clientèle venant en voiture.

2 types de formes :

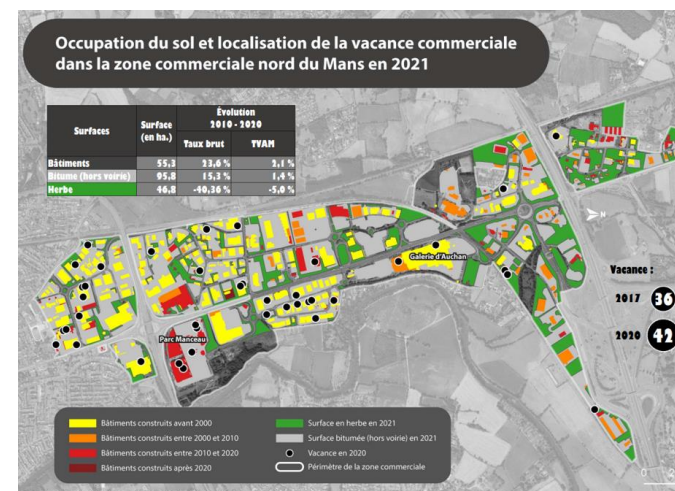
- Etalement en entrée de ville



- Rétail park



- Zones commerciales majeures en entrée de ville :

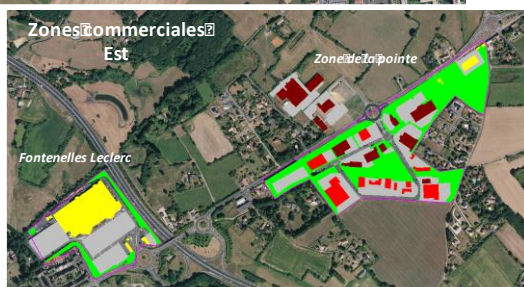
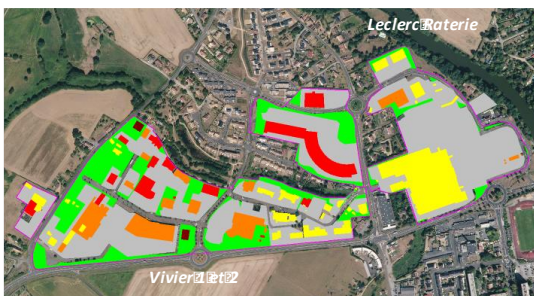


Source OCREM 2021

**Le corridor commercial, situé à l'entrée nord de l'agglomération mancelle**, représente une superficie d'environ 210 hectares étendus sur trois communes contiguës (Le Mans, la Chapelle-Saint Aubin et Saint Saturnin) constituées de zones internes agrégées les unes aux autres pendant plus de 40 années d'urbanisation extensive. Toutefois le développement récent s'est établi en renouvellement urbain par mutation du bâti existant. On constate une perte de dynamisme du secteur Moulin aux Moines.

**La zone commerciale sud**, située le long de la ligne droite des Hunaudières, au sud de l'agglomération mancelle, fait état d'un développement urbain plus récent. Ce corridor nord/sud, en cours d'aménagement, s'épaissit d'ouest en est depuis la création de la zone du Cormier à Mulsanne et l'ouverture du retail park de Family Village en 2007, complété par le plus récent Maine Street ouvert au printemps 2021. Le taux d'artificialisation des parkings y est plus élevé que dans la zone Nord sur la période 2010-2020.

- **Zones commerciales d'agglomération avec locomotive alimentaire :**



Les zones de la Raterie/Vivier à Allonnes et Fontenelles /La Pointe à Sargé-lès-Le Mans. Elles comprennent des locomotives alimentaires vieillissantes et un tissu commercial environnant plus récent. La zone du Vivier Raterie connaît une mutation du tissu commercial vacant en faveur d'entreprises artisanales ou de petite production.

Les enjeux sur ces zones majeures et d'agglomération sont les suivants :

- Mutation / Modernisation en renouvellement urbain,
- Accessibilité transports en commun,
- Gestion entrée de ville / Intégration paysagère,
- Renaturation / Gestion des eaux pluviales
- Encadrement et maîtrise de l'offre commerciale.
- Interdiction offre < 300 m<sup>2</sup> surface de vente.

- **Les zones commerciales relais :**



Source Pays du Mans – Super U Parigné l'Evêque



- Bâtiments construits avant 2000
- Bâtiments construits entre 2000 et 2010
- Bâtiments construits entre 2010 et 2020
- Bâtiments construits après 2020
- Surface en herbe en 2021
- Surface bitumée (hors voirie) en 2021
- Périmètre de la zone

Source Fiche SIP – MP 2022 -Pays du Mans

Zones commerciales d'entrée de ville ou d'agglomération composée d'une locomotive alimentaires de taille plus modeste, avec fort emprise stationnement et peu d'intégration paysagère. Ces zones correspondent à un développement commercial en périphérie des principaux pôles de bassin de vie du Pays du Mans, des communes de première couronne de l'agglomération mancelle et sur Le Mans (La Pointe et Beauregard/Edison).

Les enjeux sur ces zones relais sont les suivants :

- Optimisation foncière en renouvellement urbain,
- Limitation surface de vente
- Liaisons avec quartiers environnants,
- Complémentarité avec offre de centralité,
- Accessibilité transports en commun
- Conditionnement des implantations à une exigence qualitative des opérations

## Un enjeu d'encadrement des commerces de flux



Source : Arnage - Pays du Mans

Depuis 10 ans environ, des commerces interstitiels se sont développés, hors des centres-villes et des périphéries. Ils sont implantés aux abords des grands axes de flux, et répondent à une demande générée par l'élargissement des distances domicile-travail. Ces installations fragilisent les commerces situés en centralités. Ce développement < 300 m<sup>2</sup> de surface de vente passe en dessous des radars de la CDAC.

Exemples :

- Arnage entre bourg et Super U
- Ecommoy entre bourg et Hyper U
- Le Mans : en face La Pointe, avenue Bollée, Edison, Lidl près Allonnes, Aldi Fouillet...
- Connerré : Aldi Terrasses de Challans

Les enjeux sur ces commerces de flux sont les suivants :

- Encadrement du développement hors centralité ou site périphérique existant

## 2\_3 Vers une armature commerciale clarifiée dans le DAACL

[Le SCoT document de référence en aménagement commercial](#)

Le Schéma de Cohérence Territoriale, devra comprendre un document d'aménagement artisanal, commercial et logistique (DAACL) déterminant les conditions d'implantation des équipements commerciaux en fonction de leur surface, de leur impact sur l'artificialisation des sols et de leur impact sur les équilibres territoriaux, notamment au regard du développement du commerce de proximité, de la fréquence d'achat ou des flux générés par les personnes ou les marchandises. Le DAACL localisera les secteurs d'implantation périphérique ainsi que les centralités urbaines. (code de l'urbanisme article L141-6) ;

[Vers une armature commerciale plus complète](#)

La mise en œuvre d'une stratégie territoriale du développement commercial nécessite au préalable de définir une hiérarchisation des pôles commerciaux du territoire. A partir de cette classification seront déclinés les objectifs d'aménagement ainsi que les localisations préférentielles des commerces. Au regard du diagnostic, des orientations du premier SCoT, et des typologies d'implantation du commerce, il est possible de mettre en avant l'armature commerciale existante du Pays du Mans à partir de trois critères :

- la fréquence d'achats,
- la zone de chalandise,
- et la typologie d'implantation centralité / sites périphériques.

L'armature permet de hiérarchiser les espaces commerciaux du territoire.

LES SITES D'IMPLANTATION PERIPHERIQUE DU PAYS DU MANS DANS L'ARMATURE COMMERCIALE

Polarité commerciale		Rayonnement	Fréquence d'achats	Surface de vente
<b>Majeure</b>	Zone Nord Secteur Sud Cormier /Hunaudières	<b>Dimension régionale</b> , zone de chalandise allant du périmètre SCoT à au-delà du Département	<b>Niveau 3</b> Occasionnelle / Exceptionnelle	Entre 50 000 m <sup>2</sup> et 150 000 m <sup>2</sup>
<b>D'agglomération</b>	Vivier – Bateux Allonnes Fontenelles – La Pointe Le Mans et Sargé-les-Le Mans Béner (projet CDAC 2014)	<b>Dimension métropolitaine</b> , zone de chalandise allant de l'agglomération mancelle à l'aire urbaine du Mans	<b>Niveau 3</b> Occasionnelle / Exceptionnelle	Entre 20 000 m <sup>2</sup> et 50 000 m <sup>2</sup>
<b>Relais</b>	<b>En appui de l'offre d'agglomération</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Arnage Rive Sud</li> <li>➢ Changé Le Grand Pin</li> <li>➢ Le Mans Beuregard / Edison</li> <li>➢ Le Mans La Pointe</li> <li>➢ Saint Pavace Bois du Breuil</li> </ul> <b>En offre relais bassin de vie périurbain ou rural :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Sillé / St Rémy,</li> <li>➢ Conlie (entrée de ville)</li> <li>➢ Sainte Jammes-sur-Sarthe</li> <li>➢ Prairie des Moulins</li> <li>➢ Savigné l'Evêque l'Epine</li> <li>➢ Montfort-le-Gesnois Violettes</li> <li>➢ Conneré Petites Varennes</li> <li>➢ Parigné l'Evêque le Ruisseau</li> <li>➢ Ecommoy Muras Le Soleil</li> </ul>	<b>Dimension intercommunale</b> , zone de chalandise sur bassin de vie intercommunal ou en appui offre d'agglomération	<b>Niveau 2</b> Hebdomadaire / Occasionnelle légère	Entre 3000 et 15 000 m <sup>2</sup>
<b>Supra - communale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Ballon Saint Mars (entrée sud)</li> <li>➢ Montbizot (gare – friche)</li> <li>➢ La Bazouge (avenue du Mans)</li> <li>➢ St Georges-du-Bois – Les Hayes</li> <li>➢ Transfert – Laigné-en-Belin</li> <li>➢ Champagné – La Chesnaie</li> <li>➢ St Mars-la-Brière – Rte de Paris</li> </ul>	<b>Dimension locale</b> , zone de chalandise communale voire quelques communes limitrophes	<b>Niveau 1</b> Hebdomadaire / voire quotidienne	Entre 300 et 1 500 m <sup>2</sup>

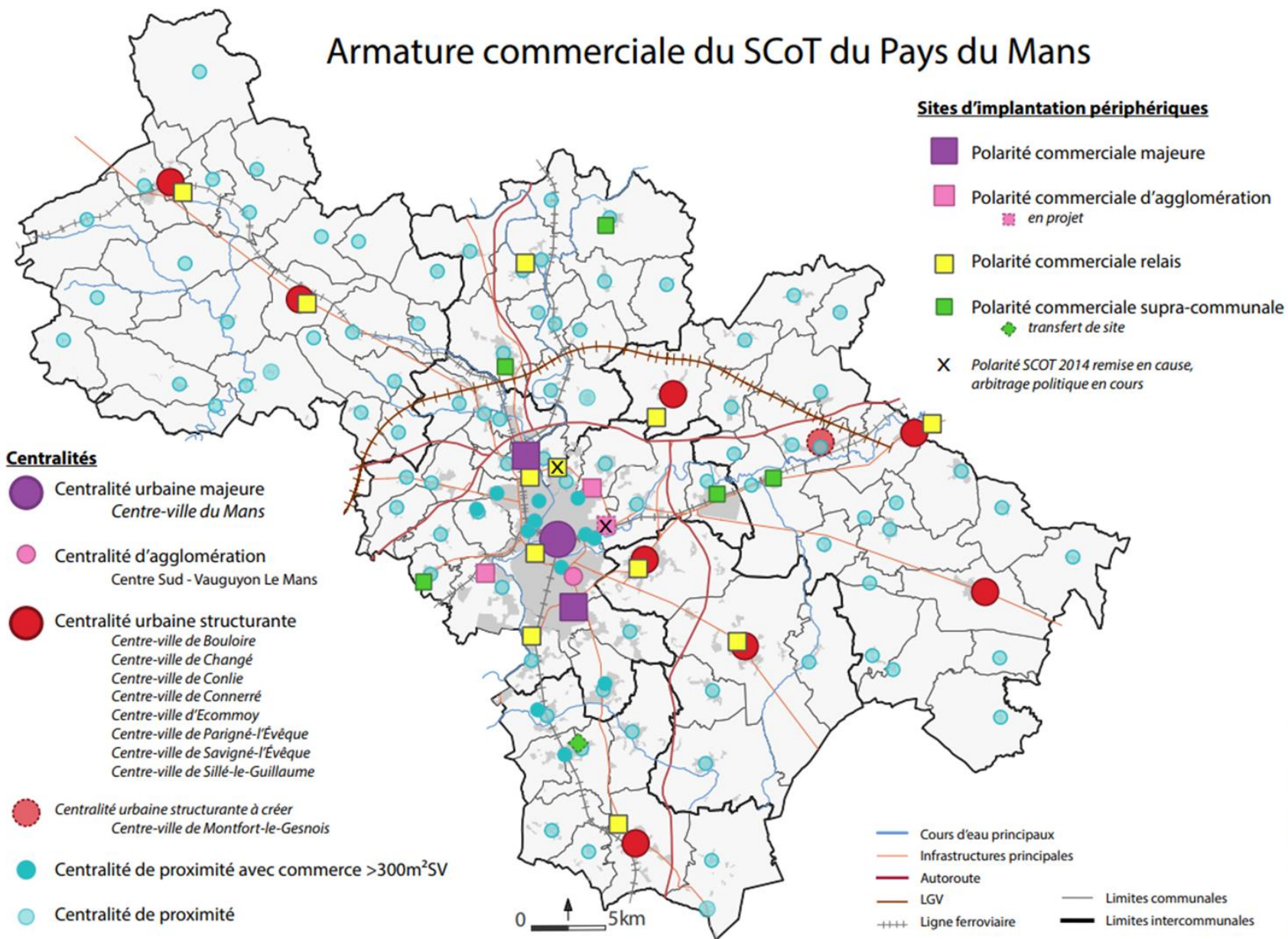
Réalisation : JR Pays du Mans – Février 2023

LES CENTRALITES DU PAYS DU MANS DANS L'ARMATURE COMMERCIALE

Polarité commerciale / habitat / services		Rayonnement	Fréquence d'achats
<b>Centralité urbaine Majeure</b>	<b>Centre-Ville du Mans</b>	<b>Dimension régionale</b> , zone de chalandise allant du périmètre SCoT à au-delà du Département Densité commerciale > 500 commerces	<b>Niveau 3/2/1/0</b> Exceptionnelle / Occasionnelle / Hebdomadaire / Quotidien
<b>Centralité d'agglomération</b>	<b>Centre Sud / Yauguon</b>	<b>Dimension métropolitaine</b> , zone de chalandise l'agglomération mancelle SV > 20 000 m <sup>2</sup>	<b>Niveau 3</b> Occasionnelle / Exceptionnelle
<b>Centralités urbaines structurantes</b>	Centres-Villes : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bouloire</li> <li>- Changé,</li> <li>- Conlie,</li> <li>- Conneré,</li> <li>- Ecommoy,</li> <li>- Parigné l'Evêque,</li> <li>- Savigné-l'Evêque,</li> <li>- Sillé-le-Guillaume</li> </ul>	<b>Dimension bassin de vie</b> (densité commerciale > 25 commerces)	<b>Niveau 2/1/0</b> Occasionnelle / Hebdomadaire / Quotidien
<b>Centralité de proximité avec commerce alimentaire &gt; 300 m<sup>2</sup> SV</b>	Centralités de quartier sur Le Mans : Université, Chasse Royale, Liberation, Heuzé, Maillets, Bollée, sablon Éguy, Geneslay, Centre-bourgs de Rouillon, Mulsanne Bonan, Moncé-en-Belin – La Massonnière, St Gervais en Belin	<b>Dimension locale</b> , commerce généraliste > 300 m <sup>2</sup> SV, + commerces de proximités	<b>Niveau 1/0</b> Hebdomadaire / Quotidien
<b>Centralités de proximité</b>	Tous les centres-bourgs + centralités de quartier	<b>Dimension locale</b>	<b>Niveau 0</b> Quotidien

Réalisation : JR Pays du Mans – Février 2023

# Armature commerciale du SCoT du Pays du Mans



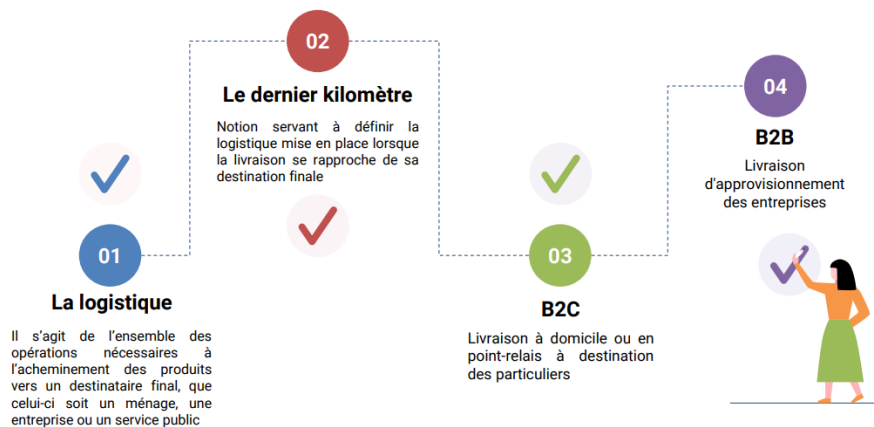
Réalisation : Pays du Mans, M.P, Décembre 2023

### 3\_ La logistique, nouvelle thématique à prendre en compte dans le SCoT

Les évolutions réglementaires, notamment la loi Climat Résilience, transforment le DAAC en DAACL (Document d'Aménagement Artisanal, Commercial et Logistique). Ce document, selon la loi (article L141-6), devra comporter « une analyse de l'implantation des constructions logistiques commerciales en fonction de leur surface, de leur impact sur les équilibres territoriaux notamment au regard du développement du commerce de proximité, de la fréquence d'achat ou des flux générés par les personnes ou les marchandises ».

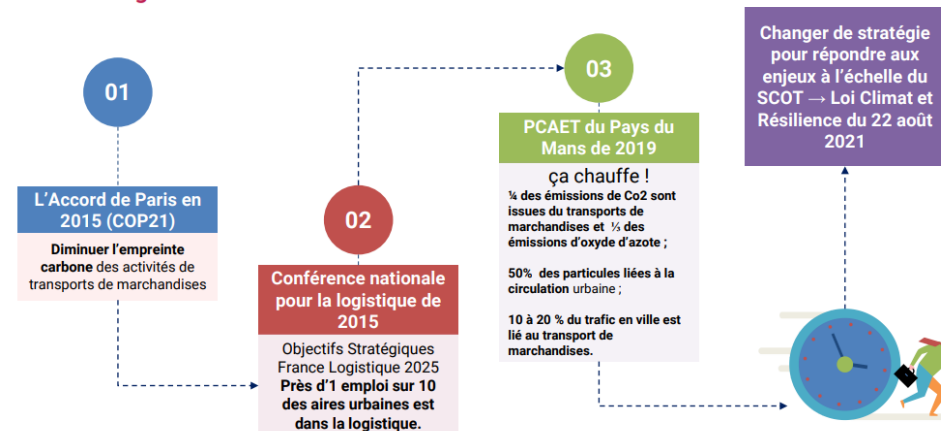
#### 3\_1 Définition de la logistique

##### La logistique, c'est quoi ?



Source : Emprixia – Etude logistique urbaine révision du SCoT – octobre 2022

##### Le contexte général



Source : Emprixia – Etude logistique urbaine révision du SCoT – octobre 2022

Un vocabulaire spécifique :

**Logistique** : elle recouvre l'ensemble des opérations nécessaires à l'acheminement des produits vers un destinataire final, que celui-ci soit un ménage, une entreprise ou un service public.

**Supply Chain** : représente les étapes d'approvisionnement, du processus productif et de distribution de la marchandise. Consiste à améliorer différents flux au sein d'une organisation, plus précisément au niveau de sa chaîne d'approvisionnement, dans l'ensemble du réseau inhérent à la livraison de produits et services.

**Dernier kilomètre** : notion servant à définir la logistique mise en place, dans la chaîne transitant entre l'entrepôt et le destinataire, lorsque la livraison se rapproche de sa destination finale.

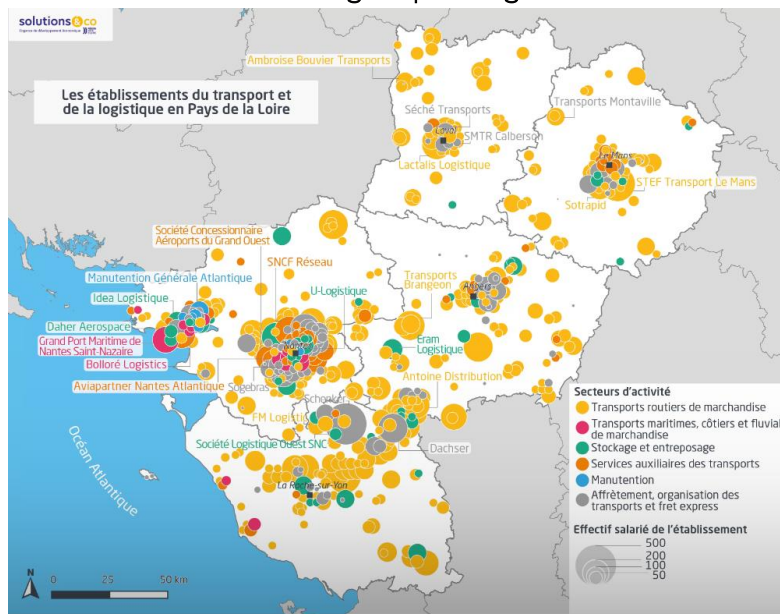
**Zone à Faible Emission Mobilité** : la ZFE-m est un outil réglementaire pour lutter contre la pollution émise par le trafic routier. Elles sont des espaces mis en œuvre par des collectivités où la circulation de certains véhicules est différenciée selon leur niveau de pollution. **Le Mans fait partie des 43 agglomérations de plus de 150 000 habitants qui devront instaurer une ZFE-m d'ici 2025** (étant en limite du seuil réglementaire Le Mans Métropole a demandé une dérogation en 2023 à l'Etat).

### 3\_2 Le Pays du Mans, un nœud logistique routier du grand ouest ?

En 2022, 2 270 établissements liés à la logistique ont été recensés sur le territoire du Pays du Mans, selon la base SIRENE 2022 :

- 953 activités de poste et de courrier,
- 870 commerces de gros,
- 380 activités commerciales,
- 368 transports terrestres,
- 135 entrepôts et services auxiliaires,
- 4 transports aériens.

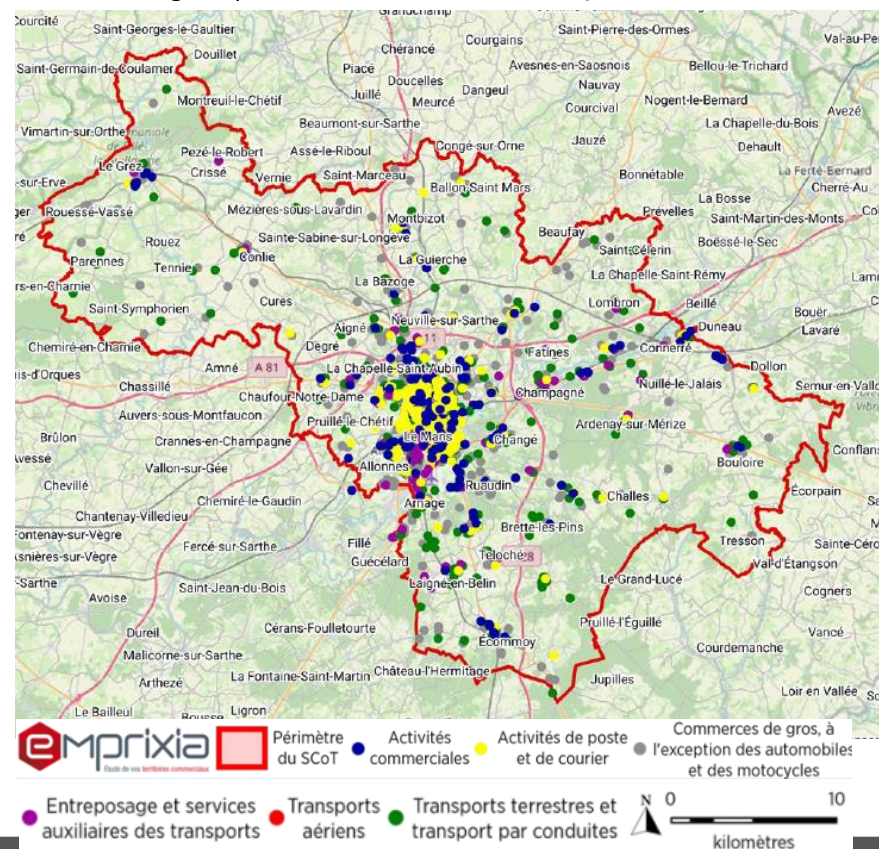
La densité importante d'activités autour du Mans est dû à son positionnement au centre d'une étoile routière et ferroviaire, qui font du Mans un nœud logistique du grand Ouest.



Solutionseco Filière Transport et Logistique septembre 2022

Le fret routier reste dominant avec des acteurs nationaux de la logistique présents sur le territoire principalement autour de l'agglomération mancelle (ZI Sud Le Mans-Arnage, Monné – Allonnes, Champagné, Auvours – Yvré l'Evêque, La Bazoge, La Milesse, Neuville-sur-Sarthe, zone de l'Etoile à Trangé) :

- **Fret routier** : STEF, SCHENKER, SOTRAPID, JB SOL, TREMBLAYE, LAHAYE, HEPNER, TRANSPORTS EVENISSE
- **Logistique industrielle** : GEFECO, GEODIS, KUEHNE+NAGEL
- **Logistique alimentaire et non alimentaire** : SOCAMAINE, CARREFOUR Supply Chain
- **Logistique colis** : Chronopost, La Poste, DPD,
- **Logistique dernier km** : Wello, Urby





### 3\_3 Une structuration et organisation de la logistique nécessaire

#### Une multiplication des flux et des implantations logistiques

Le Pays du Mans est marqué par des implantations de plateformes logistiques de dimension régionale à proximité des nœuds routiers (Allonnes-Le Monné, ZI Sud Le Mans-Arnage, Champagné, récemment Chapeau Neuville avec Chronopost). Ces infrastructures se caractérisent par une forte emprise au sol des bâtiments et plus récemment une élévation de la hauteur du bâti. Les implantations s'établissent sans cohérence (sauf pour la proximité des axes) dans des zones mixtes et se mélangent avec des usages commercial, artisanal...



SOCAMAINE Champagné – socamaine.fr

Ces plateformes apportent beaucoup de flux de camions sur les principaux axes autoroutiers et routiers (Route d'Alençon, Route de Paris, Route d'Orléans, Route de Laval, Route d'Angers. Elles rayonnent sur une partie du grand ouest. Un centre routier est en projet à Champagné pour répondre aux besoins de services des chauffeurs routiers (restauration, hôtellerie...).

Malgré la présence d'une gare de triage, du développement du transport combiné (Château Gontier – Le Mans – Lyon) et de quelques zones d'activités embranchées fer, le fret ferroviaire est sous utilisé.

#### Un bouleversement de la logistique sur les bassins de vie locaux

Le e-commerce et la crise sanitaire ont renforcé :

- le développement de « drive » sur les bassins de vie locaux sous deux formes : adossé à un magasin généraliste souvent alimentaire, ou ex nihilo.
- L'installation d'entrepôts relais, pour une distribution plus proche des territoires.
- Le développement de Dark Store et Dark Kitchen, entrepôts ou cuisines utilisées par les entreprises de livraison
- L'apparition de distributeurs automatiques sur l'espace public ou privé (Baguettes, pizza, produits locaux...)

#### Vers une logistique du dernier km décarbonée ?

L'organisation de la logistique du dernier kilomètre, est un enjeu important pour le territoire avec l'augmentation des achats en ligne et des livraisons à domicile et le développement de micro-entrepôts urbains. Sur le Pays du Mans, on constate une multiplication des flux de livraison sans mutualisation provoquant des nuisances et des congestions en centralités.

**Zoom Wello**  
Caractéristiques

Source : Emprixia séminaire  
commerce et logistique - 2022



Si une ZFE-m était instaurée d'ici 2025 sur Le Mans, les professionnels de la logistique devront s'adapter et proposer des livraisons décarbonées (véhicules

électriques, GNV, hydrogène, autonomes, vélos cargos...).

Les documents d'urbanisme devront s'adapter aux évolutions technologiques de la logistique et organiser l'implantation logistique territoriale (niveau régional, local, et dernier km).

## 4\_ Enjeux et chiffres clés :

AMENAGEMENT COMMERCIAL ET LOGISTIQUE				
Offre commerciale	Centralités	Sites d'implantation périphérique (SIP)	Qualité d'aménagement	Logistique
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Encadrement de l'offre de commerces de flux diffuse</b> (hors centralité et SIP)</li> <li>- <b>Interrogation sur l'impact des projets qui ne seraient plus dans l'ère du temps (BENER, Bois du Breuil)</b></li> <li>- Recherche de complémentarité entre offre SIP et offre centralité</li> <li>- <b>Identification, adaptation aux changements d'usages et de comportements</b> (e-commerce, occasion, circuits courts...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Accompagnement souple de la densification et diversification des centralités</b></li> <li>- <b>Poursuite mixité de fonctions</b> (habitat, tertiaire, services, tiers-lieux, marchés...).</li> <li>- <b>Traitement paysager</b> (végétalisation espace public) <b>et gestion eaux pluviales</b> (réseau unitaire)</li> <li>- <b>Accessibilité modes actifs</b></li> <li>- Gestion stationnement</li> <li>- <b>Revitalisation centres-bourgs</b></li> <li>- Sauvegarde du dernier commerce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>L'accompagnement de la mutation des SIP</b> (renouvellement, embellissement...)</li> <li>- Traitement des entrées de ville</li> <li>- <b>Diversification des fonctions</b> sans s'opposer aux centralités</li> <li>- <b>Suppression m<sup>2</sup> commerciaux</b>, redélimitation plus serrée des ZACom du SCoT de 2014...</li> <li>- Définition de plafonds m<sup>2</sup> SV</li> <li>- <b>Limitation imperméabilisation des sols</b> (renaturation, végétalisation...)</li> <li>- <b>Production EnR</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Sobriété foncière pour un modèle d'implantation ZAN compatible</b></li> <li>- <b>Gestion des friches</b> existante et à venir (mutation de site perte fonction commerciale)</li> <li>- <b>Optimisation accessibilité modes actifs</b> des centralités et SIP, desserte TC</li> <li>- <b>Amélioration stationnement vélos</b></li> <li>- <b>Gestion intégrée eaux pluviales</b></li> <li>- <b>Végétalisation</b></li> <li>- Intégration et Qualité architecturale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Structuration des implantations logistiques sur 3 niveaux :</b> Régional, relais bassin de vie et dernier KM</li> <li>- Adaptation des documents d'urbanisme à cette structuration</li> <li>- <b>Identification zones préférentielles pour l'implantation logistique.</b></li> <li>- <b>Décarbonation :</b> véhicule propre, formes qualitatives des zones logistiques</li> <li>- <b>Optimisation :</b> foncière, mutualisation des flux, réduction des distances</li> <li>- <b>Décongestion</b></li> <li>- Mise en place Centre routier Champagné</li> <li>- <b>Qualité de l'air</b></li> <li>- <b>Etude relance fret ferroviaire ?</b></li> </ul>

Enjeux concernant l'Urbanisme favorable à la santé

## Chiffres clés

### COMPORTEMENTS D'ACHATS

SUR 1000 MENAGES INTERROGES enquête 25 mai au 11 Juin 2021

- **Pôles commerciaux les plus fréquentés :**
  - 54% dans mon quartier près de chez moi (supermarchés et : ou commerces de proximité)
  - 50% centre-ville du Mans,
  - 48% zone Nord
- **Fréquentation pour les achats alimentaires**
  - 30% les commerces au plus près de leur domicile
  - 14% la zone nord
  - plus de 20% indiquent utiliser le Drive voiture plus souvent qu'avant la pandémie.
- **Fréquentation pour les achats non alimentaires**
  - le centre-ville du Mans (33%) (39% pour les résidents de Le Mans Métropole),
  - la zone Nord (27%).
  - La zone sud (Cormier Hunaudières) pour les habitants du Belinois et du Sud Est Manceau.
- **E-Commerce :**

45% des répondants achètent plus souvent en ligne avec livraison à domicile ou en point relais

### OFFRE COMMERCIALE

- 2698 commerces (CCI 2020)
- 618 000 m<sup>2</sup> de surface de vente (CCI 2020)  
Dont 82% sur Le Mans Métropole
- 59 % de l'offre commerciale sarthoise (CCI 2020)
- 87 % des points de ventes < 300 m<sup>2</sup>(CCI 2020)
- 49 % des points de vente < 1000 m<sup>2</sup> (CCI 2020)
- 13 800 ETP (CCI 2020)
- 1962 m<sup>2</sup> pour 1000 habitants (CCI 2020)

### LOGISTIQUE

En 2022, 2 270 établissements liés à la logistique ont été recensés sur le territoire du Pays du Mans, selon la base SIRENE 2022 :

- 953 activités de poste et de courrier,
- 870 commerces de gros,
- 380 activités commerciales,
- 368 transports terrestres,
- 135 entrepôts et services auxiliaires,
- 4 transports aériens.