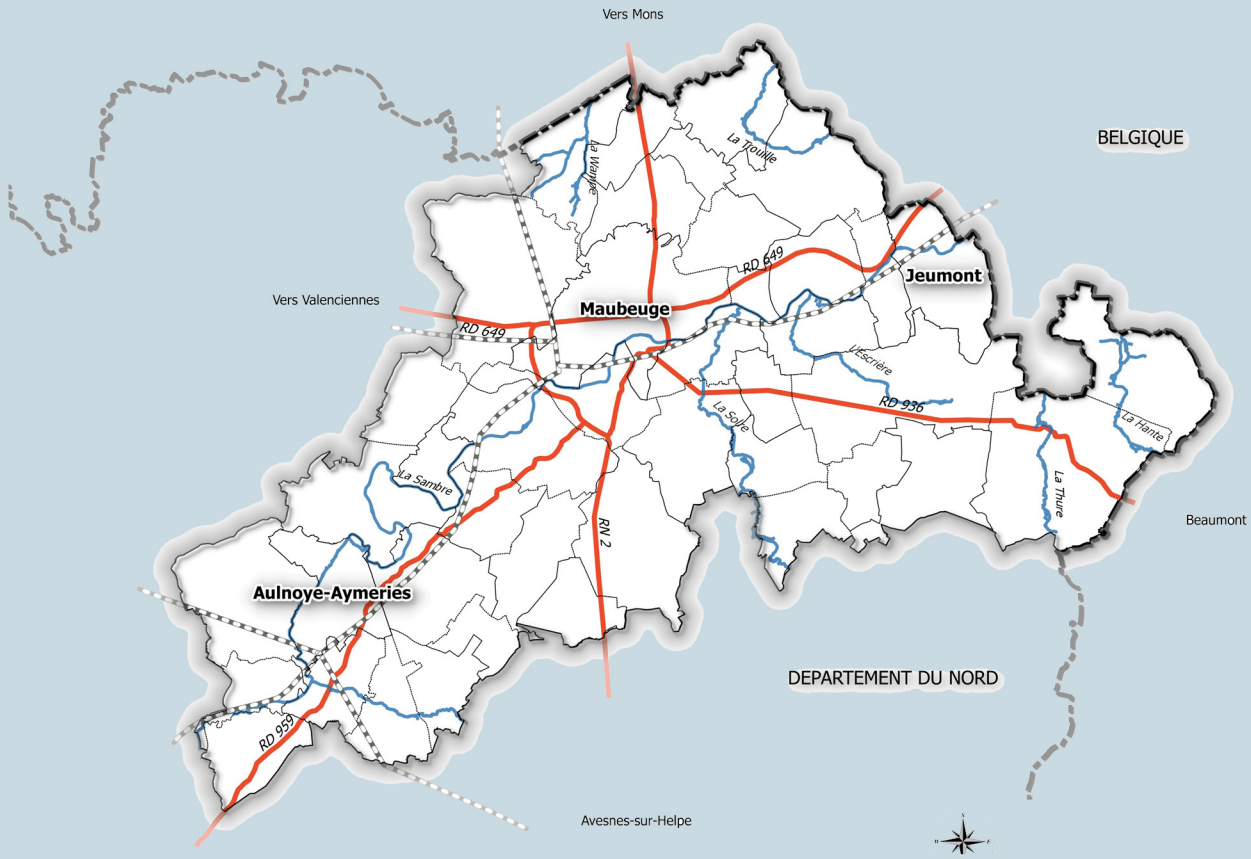
Plan Local d'Urbanisme Intercommunal

# PLUi CAMVS

# DIAGNOSTIC COMMERCIAL
# (diagnostic et enjeux)




Vu pour être annexé à la délibération n° 2266
du Conseil Communautaire en date du 12/12/19

Le Président

**1.1.9**

verdi
Sensible à vos ambitions

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

PIVADIS

SPHÈRE AVOCATS

Maubeuge Créative Cities

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !




-

# DIAGNOSTIC COMMERCIAL COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION MAUBEUGE VAL DE SAMBRE

-

Janvier 2017

Maubeuge Creative Cities

AGGLOMÉRATION MAUBEUGE-VAL DE SAMBRE

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

# PRÉAMBULE

- En vue de prévoir ses futurs leviers en faveur du développement du commerce et afin de les intégrer à l'élaboration de son PLUi, la CAMVS a besoin de mieux comprendre les comportements d'achats et le potentiel de développement de l'offre. En effet, le territoire a un réel besoin de :
  - Concilier le renforcement de l'attractivité commerciale des centres villes et des centres bourgs et maintenir le commerce en ruralité.
  - Accompagner le secteur du commerce pour fixer et attirer une population résidente.
  - Prendre en compte la difficulté de fonctionnement des entreprises commerciales et de services.
  - Renforcer le maillage commercial de proximité.

- A cet effet, la CCI réalise une étude offrant un diagnostic commercial complet.

- Dans un second temps, la CCI réalise une analyse des développements potentiels de l'offre et abordera la question de la stratégie et du plan d'actions.

- A noter, cette étude prend en compte le périmètre de la CAMVS au 1er janvier 2017.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# PLAN D'ÉTUDE

## 1. POSITIONNEMENT DÉMOGRAPHIQUE DE LA CAMVS

- 1.1. Positionnement du territoire
- 1.2. Dynamique démographique et revenus
- 1.3. Emplois et déplacements domicile travail

## 2. ANALYSE DE L'OFFRE COMMERCIALE DE LA CAMVS

- 2.1. Contexte concurrentiel
- 2.2. Analyse de l'offre des petites et grandes surfaces
- 2.3. Analyse de la performance commerciale
- 2.4. Les C.A. réalisés par forme de vente

## 3. ANALYSE DE LA CLIENTÈLE ET DES COMPORTEMENTS D'ACHATS

- 3.1. Détermination de la zone de chalandise
- 3.2. Analyse de l'attractivité
- 3.3. Analyse des dépenses annuelles de consommation
- 3.4. Analyse de l'évasion
- 3.5. Destinations par produits
- 3.6 Destinations des dépenses par forme de vente

## 4. DIAGNOSTIC URBANISTIQUE DES POLARITES COMMERCIALES DE LA CAMVS IDENTIFIÉES COMME STRATÉGIQUES

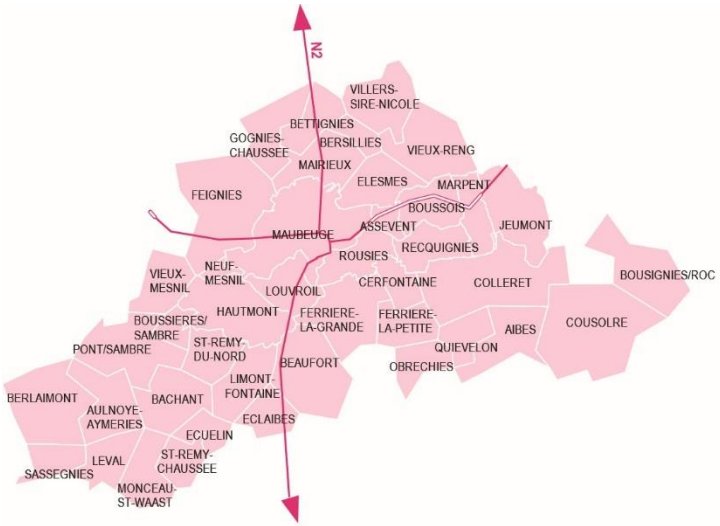
## 5. SYNTHÈSE DES ENJEUX

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

PREMIERE PARTIE

# Positionnement démographique de la Communauté d’Agglomération de Maubeuge Val de Sambre

# 1.1 POSITIONNEMENT DU TERRITOIRE







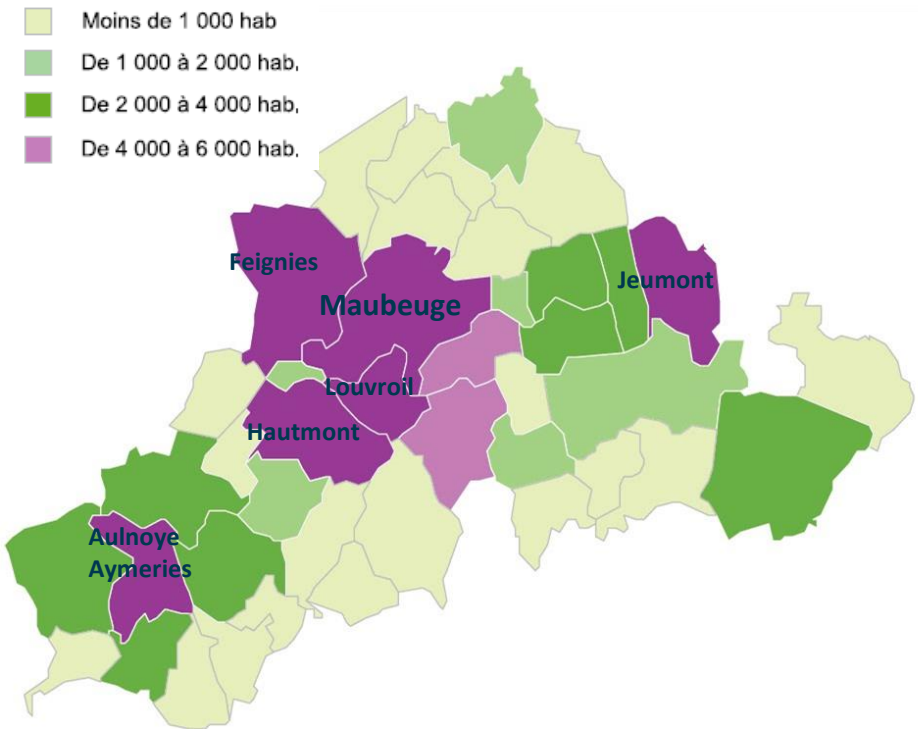
- Un territoire de 43 communes.
- Administrativement située dans la zone d'emploi de Maubeuge.
- Economiquement proche de plusieurs agglomérations et centres de consommation importants : Valenciennes (40 min), Cambrai (50 min) mais aussi Mons (30 min) et Charleroi (50 min).

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Sources : CCIR Nord de France, Google Map*

# 1.2 DYNAMIQUE DEMOGRAPHIQUE ET REVENUS : UNE POPULATION EN BAISSE

**Populations communales 2012**




- 123 540 habitants dont 25% pour Maubeuge.
- Une baisse de la population de 2,2% en 5 ans.
- 51 324 ménages, en moyenne plus grands qu'ailleurs (2,5).
- Une population légèrement plus jeune en moyenne qu'en région (NPC).
- Une densité moyenne de 374 hab/km², avec 6 communes de plus de 4000 habitants.

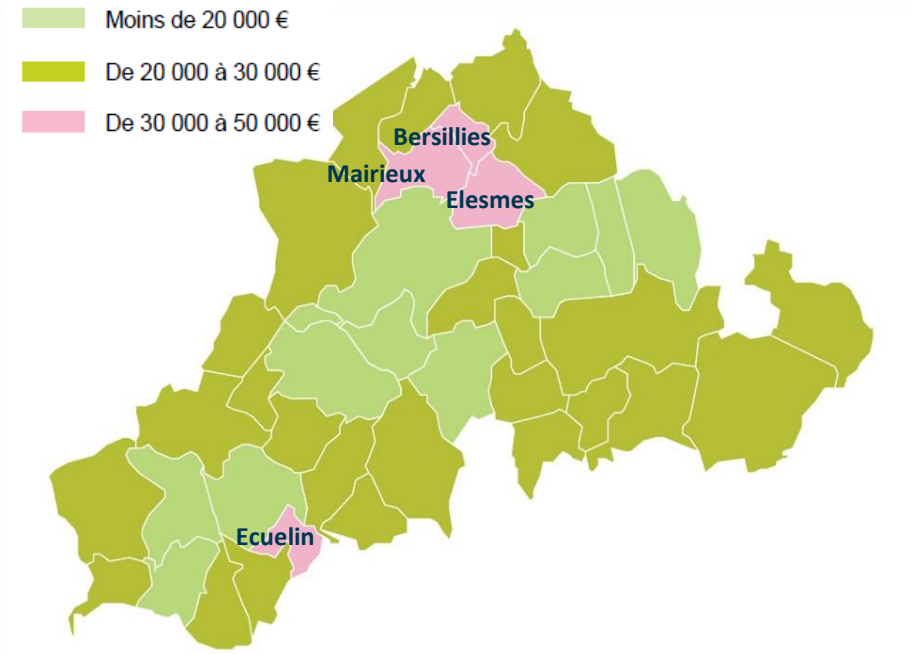
| | Commune de Maubeuge | CA Maubeuge Val de Sambre | Région NPC |
|---|---|---|---|
| <30ans | 41% | 40% | 40% |
| 30-44 ans | 18% | 18% | 20% |
| 45-64 ans | 25% | 26% | 26% |
| > 65 ans | 15% | 16% | 15% |

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

*Source : INSEE*

# DES REVENUS DES MÉNAGES INFÉRIEURS À LA MOYENNE

**Revenus fiscaux communaux 2014**




- Un revenu fiscal moyen très inférieur à la moyenne régionale, mais très supérieur à sa commune principale.
- Sur 5 ans, en progression moins importante qu'en moyenne (+10%), ne lui permettant pas de rattraper son retard régional (NPC).
- Quelques communes aux revenus plus élevés comme Bersillies, Mairieux, Elesmes, et Ecuelin.

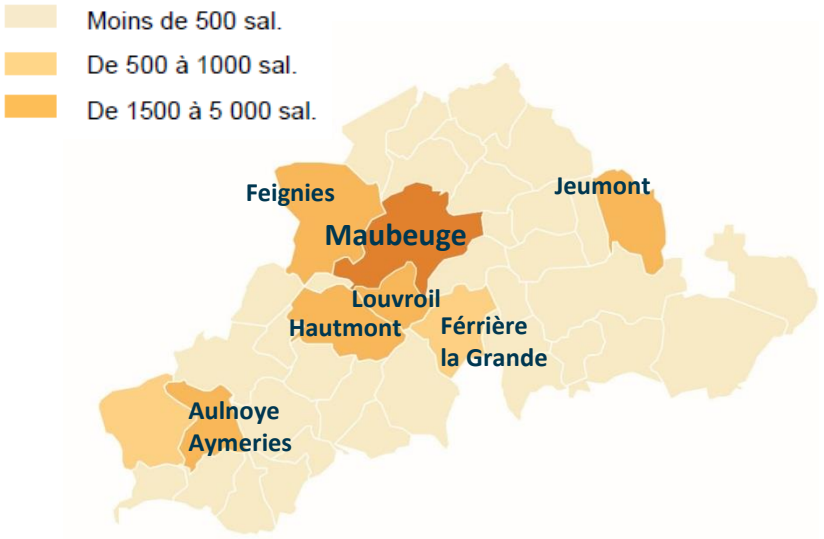
| | Commune de Maubeuge | CA Maubeuge Val de Sambre | Région NPC |
|---|---|---|---|
| Revenu/foyer fiscal | 16 184 | 18 486 | 22 352 |
| Evolution 2009/2014 | 10,2 % | 15,7 % | 18,6% |

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

*Source : IRCOM, 2014*

# 1.3 EMPLOIS ET DEPLACEMENTS DOMICILE – TRAVAIL : PLUS DE 100 000 ACTIFS

**Emplois communaux 2015**




| | Commune de Maubeuge | CA Maubeuge Val de Sambre | Région NPC |
|---|---|---|---|
| Agriculteurs exploitants | 4% | 3% | 0,5% |
| Artisans, Chefs entr. | 12% | 17% | 2% |
| Cadres, Prof. intel. sup. | 3% | 5% | 7% |
| Prof. intermédiaires | 6% | 3% | 13% |
| Employés | 27% | 36% | 17% |
| Ouvriers | 18% | 11% | 15% |
| Retraités | 27% | 21% | 24% |
| Autres | 4% | 4% | 21% |

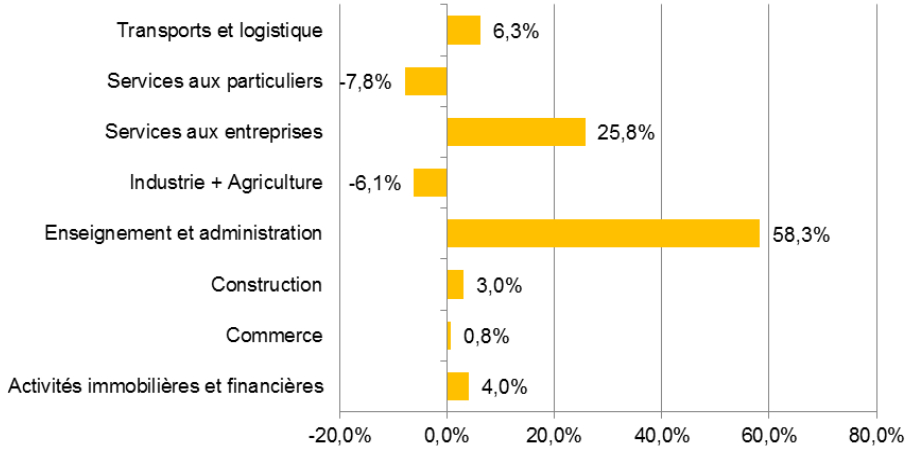
- 100 700 actifs, 25 000 emplois salariés, en baisse de 8% en 5 ans.
- 9 400 emplois en commerces et services aux particuliers.
- Localisés à 42% dans la commune de Maubeuge.
- Une part de retraités un peu en-dessous de la moyenne régionale (NPC).
- Une part d'ouvriers, agriculteurs et artisans plus importante qu'ailleurs en région (NPC).

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

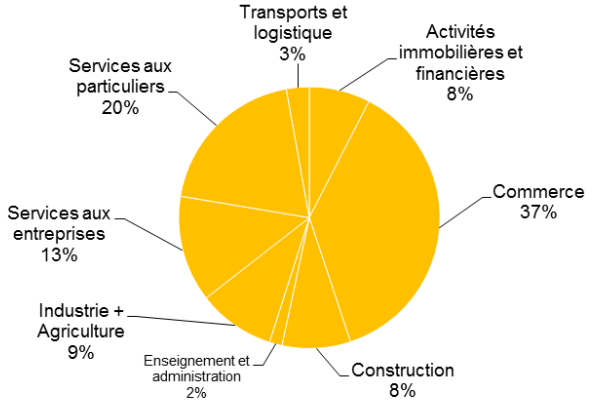
*Sources : URSSAF, INSEE*

# 2 411 ENTREPRISES SUR LE TERRITOIRE

### Evolution de l'emploi salarié (2015/2010)




### Etablissements par secteurs d'activités en 2015




- L'activité commerce et services aux particuliers pèse 38% de l'emploi salarié de l'EPCI. Un poids dans la moyenne régionale (NPC).
- Une progression de l'emploi dans l'enseignement et l'administration (58,3%), les services aux entreprises (+25,8%) et les transports (+6,3%).
- Ces emplois sont localisés dans 2 411 établissements (+2% en 5 ans).
- 11 établissements ont plus de 250 salariés : MCA, Maison Menissez, Vallourec (4 établissements), Auchan, Tata Steel, Jeumont Electric, AGC, Bigard et Vesuvius.

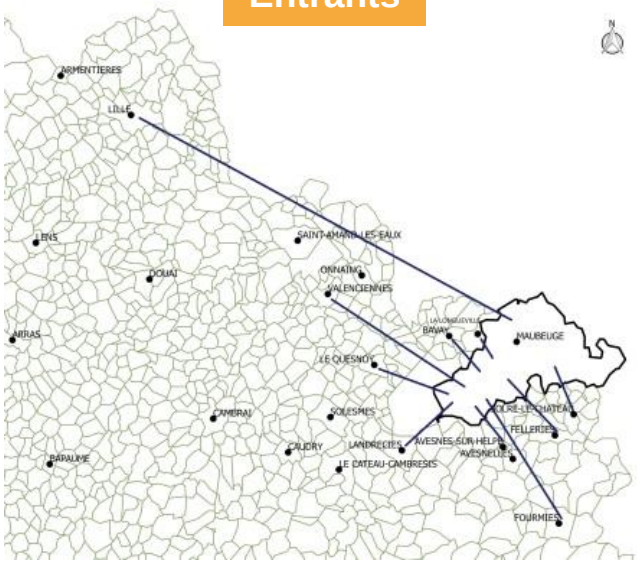
CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Sources : URSSAF, CCIR Nord de France*

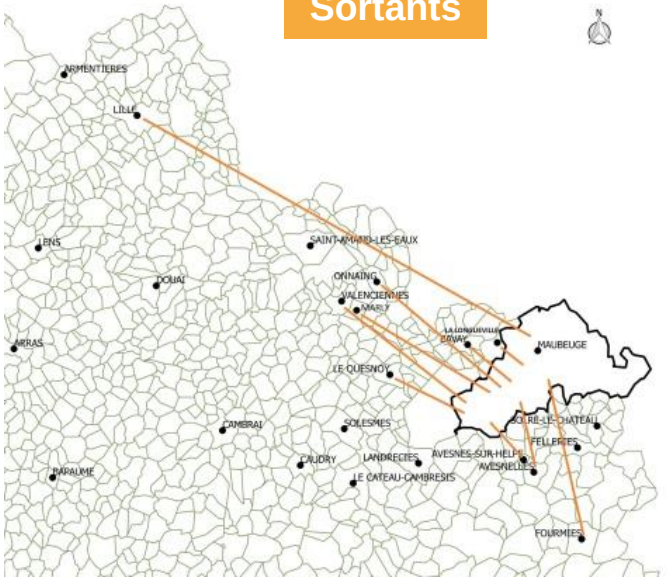
# DES FLUX DOMICILE-TRAVAIL IMPORTANTS

**Cartes des flux domicile/travail en 2012**

**Entrants**




**Sortants**




- 30% des habitants de la CAMVS travaillent dans leur même commune d'habitation.
- Les 40 ans et moins en sortent davantage que les 55 ans et plus.
- Les 3 principales communes de destinations sont : Valenciennes, Avesnes et Lille.
- Les 3 principales communes de provenance sont : Valenciennes, La Longueville et Bavay.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : INSEE*

# SYNTHÈSE

| Enjeux démographiques en CAMVS | | Conséquences pour le commerce en CAMVS |
|---|---|---|
| Une population en baisse. | → | Des besoins en apparence moins importants. |
| Une population plus jeune qu'en moyenne en région (NPC). | → | Des besoins différents. |
| Un revenu fiscal inférieur à la moyenne en région (NPC). | → | Un pouvoir d'achat plus limité qu'ailleurs. |
| Un secteur résidentiel qui se développe, sauf pour le secteur des services aux particuliers qui est en baisse. | → | Cela profite en partie aux commerces locaux, la baisse des services reste à expliquer. |
| Des flux domicile-travail en dehors du territoire importants. | → | Des opportunités de faire ses achats ailleurs très importantes. |

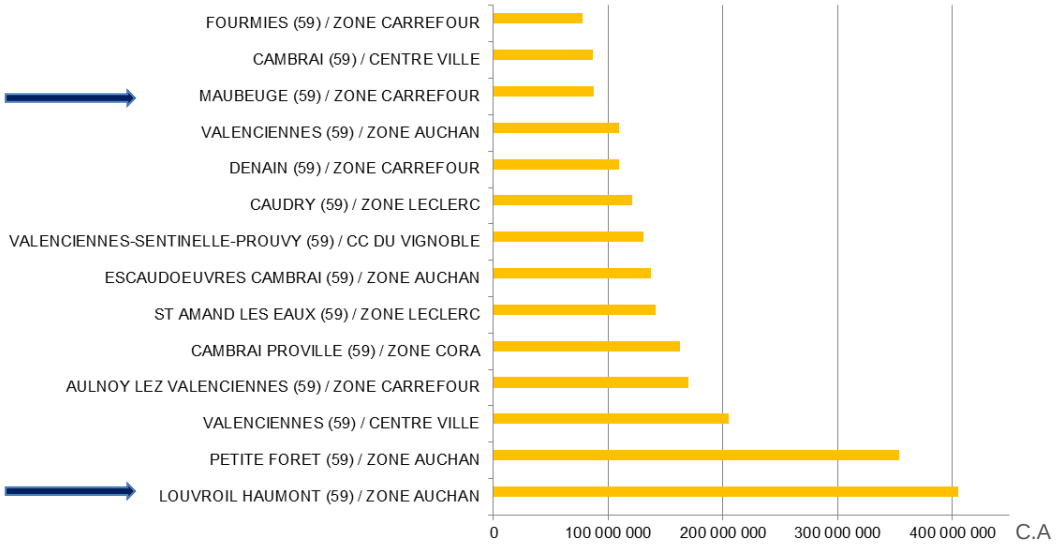
CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

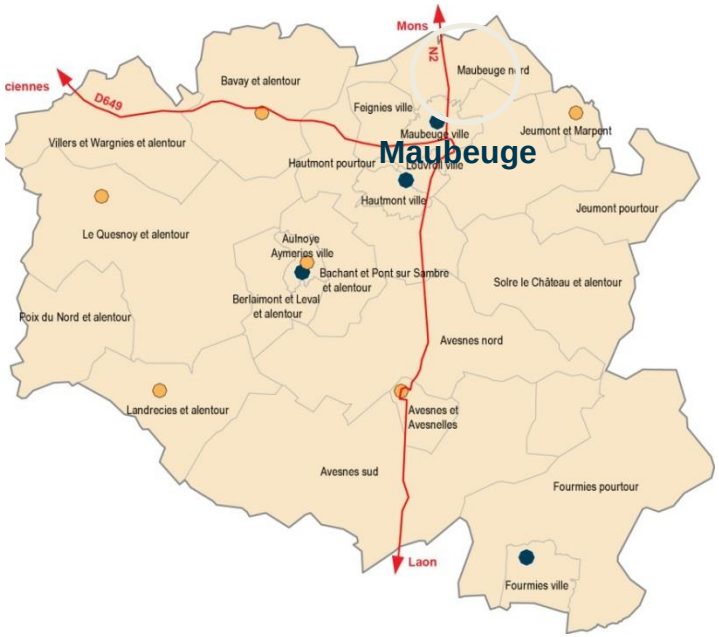
DEUXIEME PARTIE

# Analyse de l’offre commerciale

# 2.1 QUEL CONTEXTE CONCURRENTIEL ?

## Les principaux pôles commerciaux proches



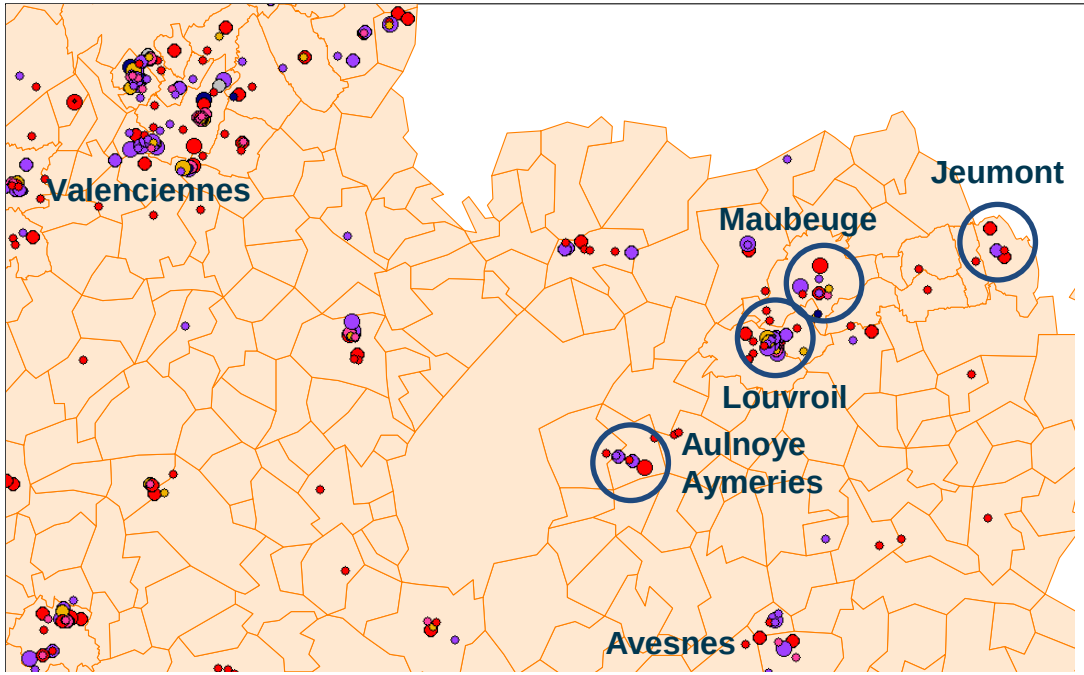

- Des pôles urbains majeurs de dimensionnement important avec 2 agglomérations importantes : Cambrai à 50 min et Valenciennes à 40 min.
- Mons (à 30 min) et Charleroi (à 50 min), 2 agglomérations belges très attractives (Centre commercial des Grands Prés à Mons, 65 000m² avec IKEA et Carrefour pour le plus proche).
- Malgré cette concurrence importante, la zone commerciale Auchan Hautmont-Louvroil est la 1ère destination commerciale à l'Est de la région; la 3ème du Nord Pas de Calais.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*

# 2.2. ANALYSE DE L'OFFRE DES PETITES ET GRANDES SURFACES

## Les principales polarités commerciales alentour

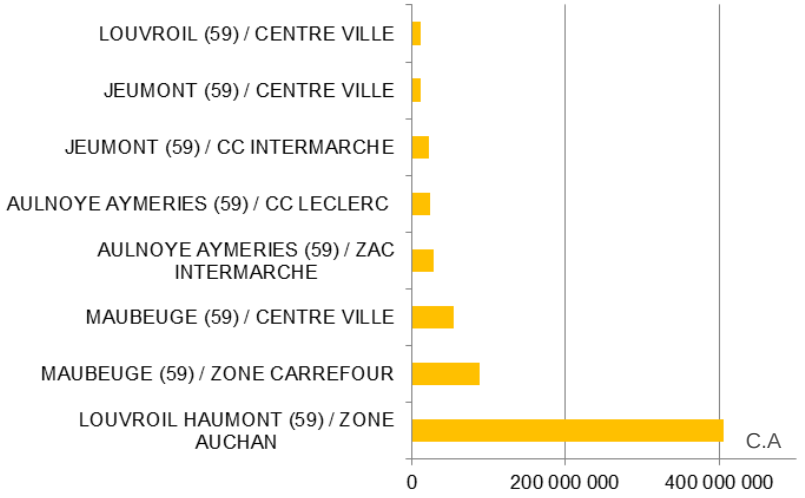








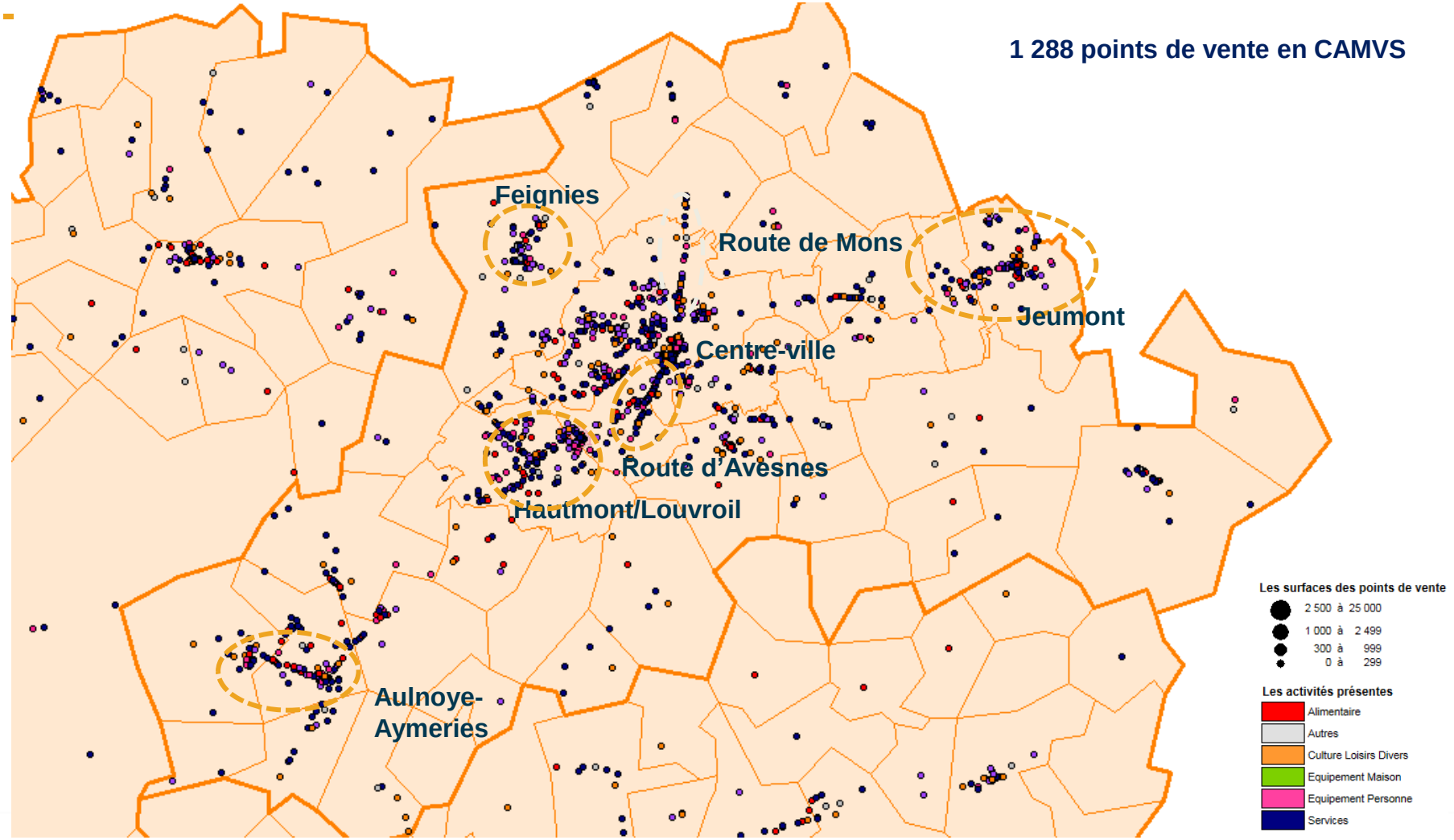

## Chiffre d'affaires des pôles commerciaux (€)




2 polarités principales : Maubeuge centre-ville et Louvroil-Hautmont,
2 polarités secondaires : Aulnoye-Aymeries et Jeumont.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# ANALYSE DE L'OFFRE, LES POINTS DE VENTES

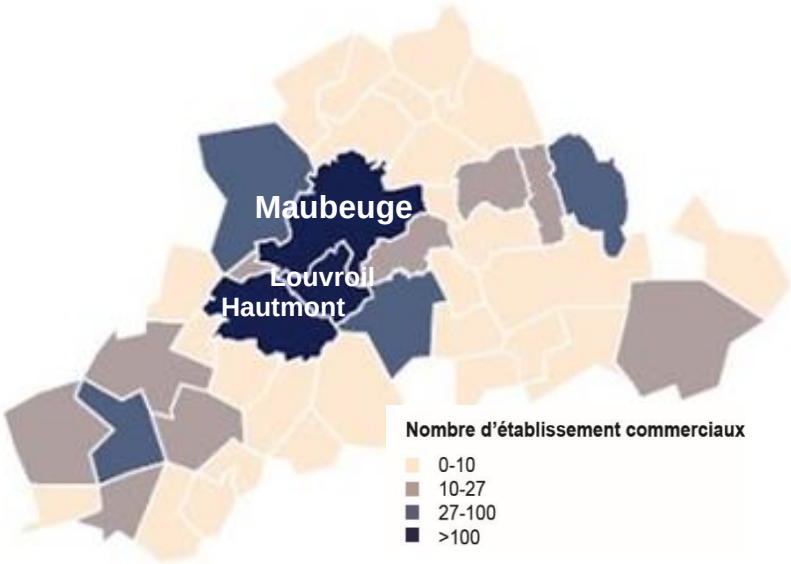



CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

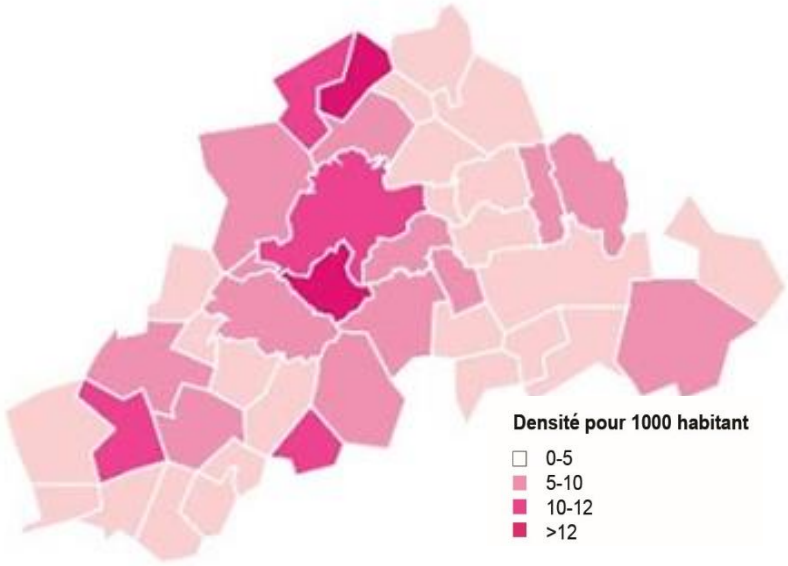
*Source : CCIR Nord de France*

# LES ÉTABLISSEMENTS DE COMMERCES ET SERVICES AUX PARTICULIERS

**Les établissements de commerces et services en CAMVS**




**Les densités d'établissements* de commerces et services en CAMVS**




- 1 288 établissements dont 409 dans la commune de Maubeuge.
- Hors autres commerces (non sédentaires, VAD…), 1 053 points de vente dont 89 de plus de 300m².
- 3 communes accueillent plus de 100 établissements commerciaux.
- Au regard de la population, un nombre d'établissements par habitant moins important qu'en moyenne en région NPC (8,3 étab/1000 hab contre 10,4 en région NPC) s'expliquant par une sous-représentation du nombre de commerces de moins de 300 m². En baisse de 0,5 point par rapport à 2010.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*
**nb de commerces pour 1 000 habitants*

# UNE BAISSE DU NOMBRE DE POINTS DE VENTE

## Les points de vente

| Points de ventes | Maubeuge | Poids Maubeuge | CAMVS | Poids CAMVS | Poids en région NPC | Variation 2015/2010 CAMVS | Variation 2015/2010 région NPC |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Alimentaires | 43 | 13,0% | 155 | 14,7% | 15,5% | -9,4% | -0,5% |
| Equipement personne | 42 | 5,4% | 117 | 11,1% | 13,0% | -7,1% | +4,0% |
| Equipement maison | 48 | 14,5% | 147 | 14,0% | 17,0% | -13,5% | -4,2% |
| Culture, loisirs, divers | 18 | 12,7% | 56 | 5,3% | 5,0% | -25,3% | -9,1% |
| Services | 181 | 54,5% | 578 | 54,9% | 49,5% | +0,5% | +8,2% |
| **Total général** | 332 | **100%** | 1053 | **100%** | **100%** | -5,7% | **+3,0%** |

- Un poids des familles de produits proche de la moyenne régionale (NPC) pour l'alimentaire et les loisirs, mais plus élevé pour les services et moins élevé pour l'équipement de la maison et de la personne.
- Une évolution sensiblement en dessous de la moyenne régionale (NPC) entre 2010 et 2015 : -5,7% contre +3%.
- Seuls les services ont résisté à la baisse, toutes les autres familles de produits ont une évolution moins favorable qu'en région NPC.
- Sur la même période et dans ces mêmes commerces, l'emploi salarié a connu une évolution similaire avec une baisse de 4,4% contre une stabilité en région NPC.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*

# QUEL DYNAMISME ENTREPRENEURIAL ?

- En 2015, 92 créations d'entreprises en commerce et services aux particuliers.
- Un taux de création de 11%, un peu en dessous de la moyenne régionale (NPC).
- L'âge moyen des dirigeants d'entreprises en commerce et services aux particuliers est de 51 ans, très proche de la moyenne régionale.
- En 2015, 55 défaillances, un chiffre dans la moyenne des autres années.

| 2015 | Défaillances Maubeuge | Défaillances CAMVS | Créations Maubeuge | Créations CAMVS |
|---|---|---|---|---|
| Alimentaires | 1 | 7 | 2 | 10 |
| Culture, loisirs, divers | 1 | 2 | 2 | 7 |
| Equipement maison | 5 | 9 | 2 | 8 |
| Equipement personne | 3 | 4 | 1 | 3 |
| Services + Autres | 10 | 23 | 16 | 64 |
| **Total** | **20** | **55** | **23** | **92** |

*Source : CCIR Nord de France*
**Attention, une défaillance ne signifie pas une fermeture, la période d'observation peut conduire au redémarrage de l'activité*

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

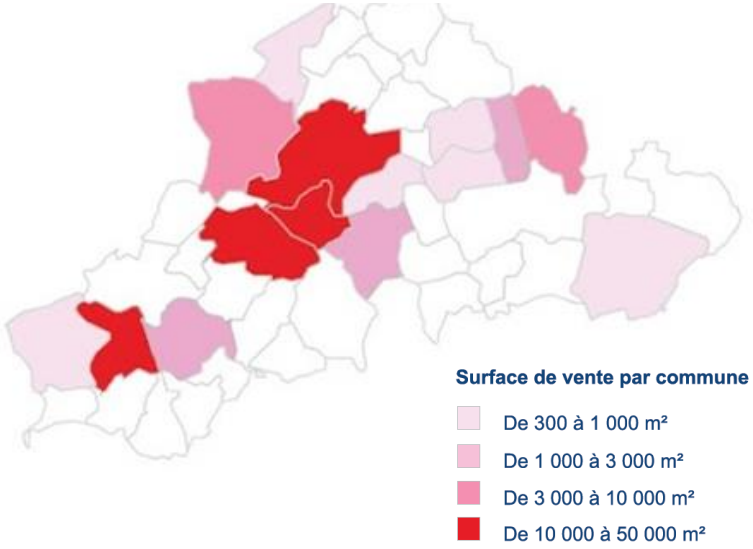
# 89 GRANDES SURFACES

- 3 hypermarchés,
- 41 supermarchés de plus de 300 m².

- 4 grandes surfaces non alimentaires de plus de 5 000 m².
- 41 points de vente non alimentaires de plus de 300m².

| Etablissements de plus de 300m² | Commune de Maubeuge | CA Maubeuge Val de Sambre |
|---|---|---|
| Culture, loisirs, divers | 1 | 5 |
| Equipement maison | 2 | 26 |
| Equipement personne | 3 | 12 |
| Alimentaires | 8 | 44 |
| Services | 1 | 2 |
| **Total général** | **15** | **89** |

**Les surfaces commerciales des enseignes de plus de 300m²**



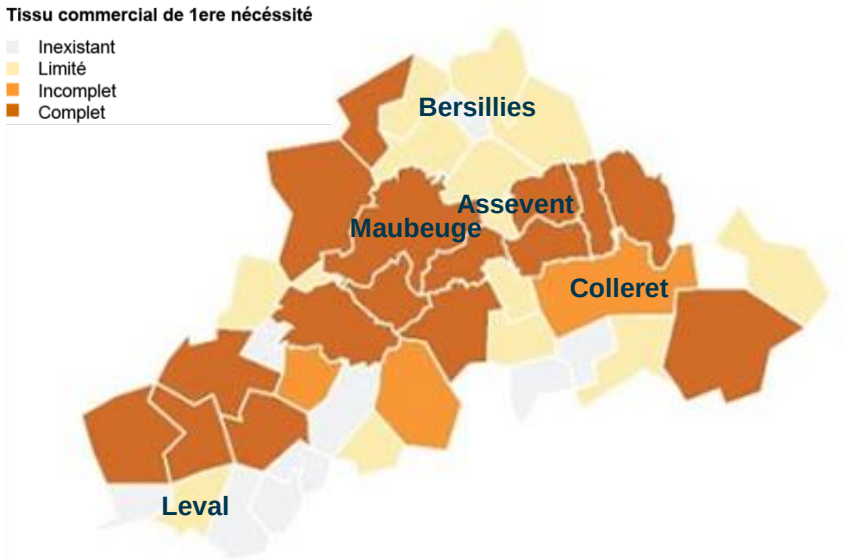

- 130 000 m² de plancher commercial pour les établissements de plus de 300 m².
- 4 communes dépassent les 10 000m² de plancher.

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*

# 91 COMMERCES ALIMENTAIRES DE MOINS DE 300M²

## Le tissu commercial de 1ère nécessité en CAMVS




| Activités | Commune de Maubeuge | CA Maubeuge Val de Sambre |
|---|---|---|
| 01-VIANDE CHARCUTERIES VOLAILLES | 11 | 31 |
| 02-FRUITS ET LEGUMES | 1 | 4 |
| 03-EPICERIE ET BOISSONS NON ALCOOLISEES | 3 | 3 |
| 04-BEURRE, OEUF, FROMAGE, LAIT | 0 | 0 |
| 05-POISSONS FRAIS, CRUSTACES, COQUILLAGES FRAIS | 0 | 1 |
| 06-BOISSONS ALCOOLISEES | 1 | 5 |
| 07-BOULANGERIE, PATISSERIE | 9 | 46 |
| 08-PRODUITS SURGELES | 0 | 1 |
| **TOTAL** | **25** | **91** |

- Dans le détail, côté alimentaire, on observe une absence d'offre en crémerie. La commune de Maubeuge ne dispose pas non plus de poissonnerie ni de spécialiste en surgelé.
- Ces achats passent donc par les autres modes de distribution : marchés de plein air, hypermarchés, supermarchés, vente directe...
- 9 communes n'ont pas de commerce de 1ère nécessité (réponse aux besoins de base des habitants); 13 ont une offre limitée. La plupart de ces communes n'ont pas le nombre de ménages suffisants pour renforcer l'offre, néanmoins au nord du territoire, en prenant en compte plusieurs communes, il y a quelque chose à proposer …

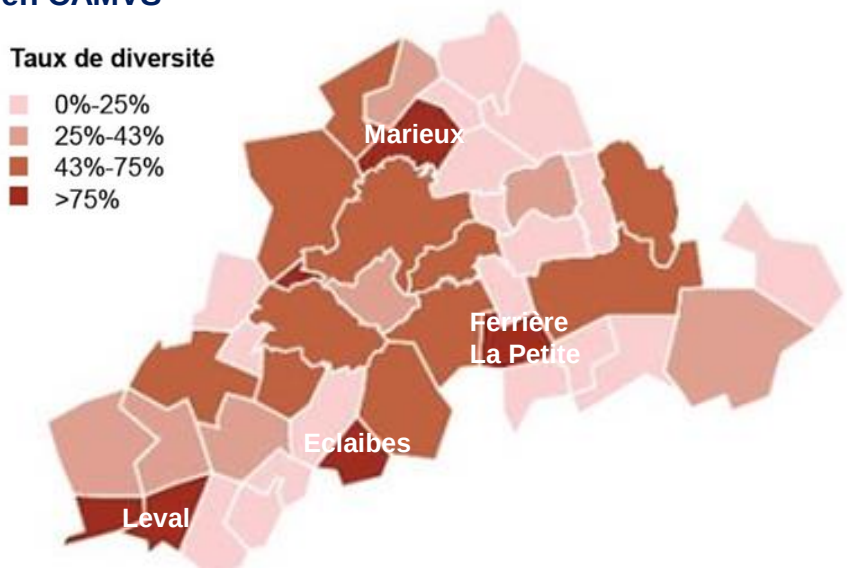
*Complet = présence d'un supermarché ou des 3 commerces de base (alimentation générale, boulangerie-pâtisserie et boucherie-charcuterie)*
*Incomplet = présence d'uniquement un ou deux des commerces de base*
*Limité = absence de commerce de base mais présence d'au-moins un café-restaurant ou multiservice*
*Inexistant = absence de commerce de base et de café-restaurant*

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*

# 612 COMMERCES NON ALIMENTAIRES DE MOINS DE 300M²

**Les taux de diversité* commerciale en CAMVS**




- Le territoire dispose d'une offre très diversifiée pour 40% des communes, mais un peu sous représentée dans sa commune principale.
- En non alimentaire, une absence d'offre est observée pour le sport dans la commune de Maubeuge.

| Activités | Commune de Maubeuge | CA Maubeuge Val de Sambre |
|---|---|---|
| 27-ENTRETIEN COURANT AUTOMOBILE, CYCLES, ACCESSOIRES | 57 | 184 |
| 28-COIFFURE, BEAUTE, SOIN ESTHETIQUE | 33 | 112 |
| 29-PARAPHARMACIE, PHARMACIE, ARTICLES MEDICAUX | 15 | 33 |
| 30-OPTICIEN | 7 | 16 |
| 31-PRESSING, CORDONNERIE, CLE MINUTE | 2 | 7 |
| 21-APPAREIL AUDIO VISUEL | 3 | 2 |
| 22-ARTICLES ET MATERIELS DE SPORT, CAMPING, MUSIQUE | 0 | 10 |
| 23-JOUETS, LOISIRS CREATIFS, JEUX, CONSOLE VIDEO | 6 | 6 |
| 24-LIVRES, PAPETERIE, JOURNAUX, PRESSE, ARTICLE DE BUREAU | 5 | 13 |
| 25-INFORMATIQUE, LOGICIELS, MATERIEL DE TELEPHONIE | 1 | 21 |
| 09-CHAUSSURES | 1 | 11 |
| 10-PARFUMERIE, HYGIENE, BEAUTE | 4 | 9 |
| 11-HORLOGERIE, BIJOUTERIE, MAROQUINERIE | 4 | 12 |
| 12-HABILLEMENT | 24 | 60 |
| 16-MOBILIER DONT LITERIE ET MOBILIER DE JARDIN | 9 | 19 |
| 17-APPAREILS D'EQUIPEMENTS MENAGERS | 1 | 4 |
| 18-ARTICLES DE DECORATION, ART DE LA TABLE, LINGE DE MAISON | 22 | 58 |
| 19-BRICOLAGE | 9 | 9 |
| 20-FLEURS, PLANTES, ANIMAUX | 6 | 26 |
| TOTAL | 209 | 612 |

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*

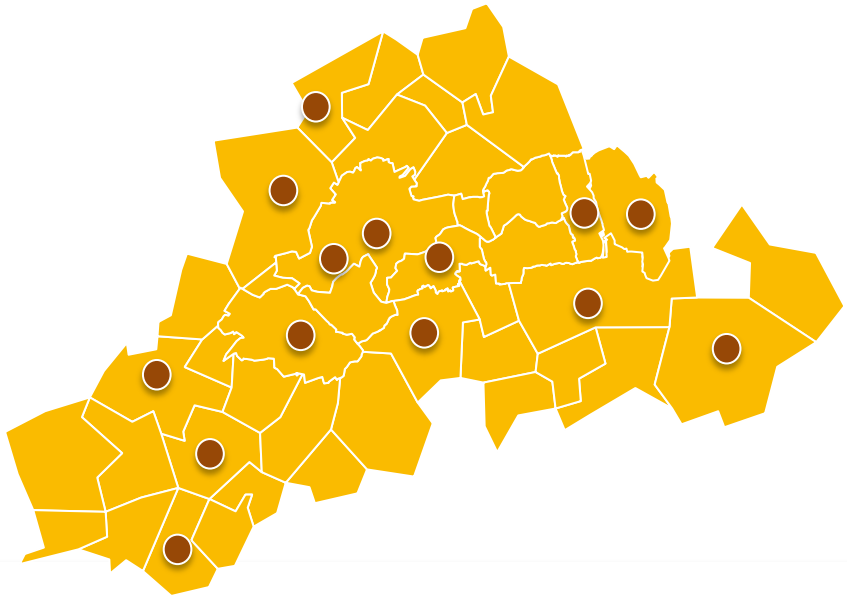
**nb de commerces en équipement de la personne et de la maison / nb de commerces hors CHR et services*

# 14 MARCHÉS DE PLEIN AIR

- 14 marchés, jusqu'à 200 exposants sur Maubeuge.
- Un rôle important en zone rurale pour apporter une offre de base.
- Les marchés représentent 1,4% des dépenses des ménages en CAMVS, soit 11 M€ de dépenses annuelles. Leur part de marché est inférieure à la moyenne nationale (4% en alimentaire et 2% en non alimentaire).
- Plus spécifiquement, les tournées de commerçants représentent 0,3% de l'activité commerciale.

| Communes | Jours | Adresse | Exposants |
|---|---|---|---|
| AULNOYE AYMERIES | Mardi | Place Matisse | 80 |
| BACHANT | Mercredi | Centre Ville | nc |
| COLLERET | Mardi | Place | nc |
| COULSOLRE | Mercredi | - | 20 |
| FEIGNIES | Jeudi | Centre Ville | nc |
| FERRIERE LA GRANDE | Samedi | Centre Ville | nc |
| GOGNIES-CHAUSSEE | Mardi | - | nc |
| HAUMONT | Vendredi/ Mardi | - | nc |
| JEUMONT | Jeudi | Place de la république | 50 |
| LEVAL | Jeudi | - | nc |
| MARPENT | Mardi | - | 50 |
| MAUBEUGE | Samedi | Place Wattignies | 200 |
| MAUBEUGE | Lundi | Place de l'Industrie | 200 |
| ROUSIES | Dimanche | - | nc |

**Les 14 marchés de la CAMVS**

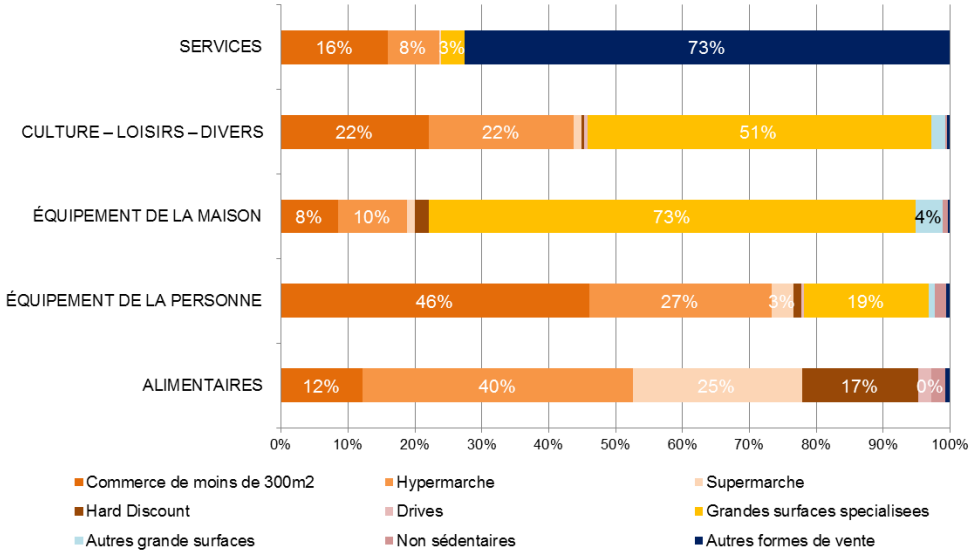


CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

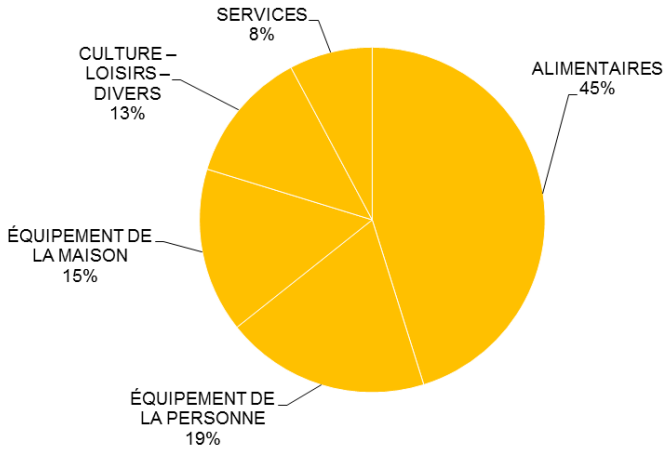
*Sources : CCIR Nord de France/Marchés de de France*

# 2.3 ANALYSE DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE : 913 M€ DE CHIFFRES D'AFFAIRES

**Répartition de l'offre par forme de vente**




**Répartition des CA par famille de produits**



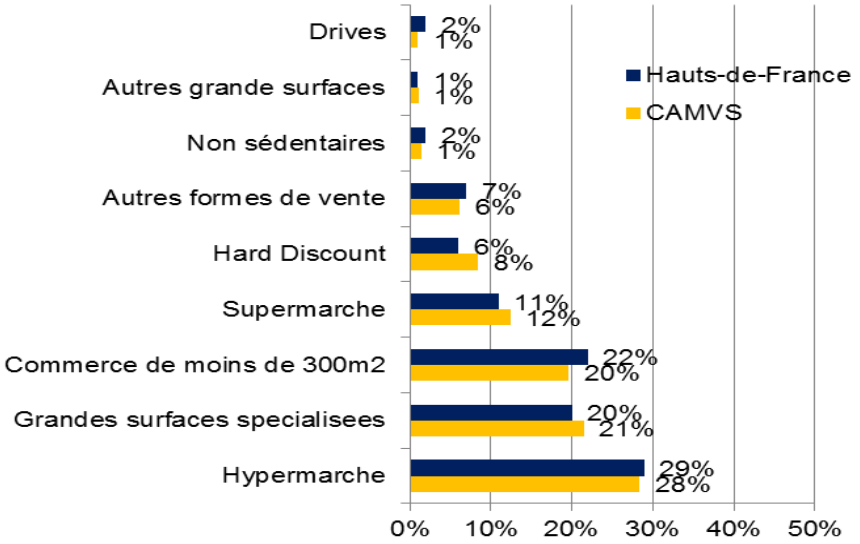

- 913 M€ de chiffres d'affaires en CAMVS, dont 45% en alimentaire,
- Concentration de 83% des CA alimentaires en grandes surfaces contre 70% en région (NPC) et 68% en moyenne en France (source INSEE) .
- **POINTS D'ALERTE :** Le commerce alimentaire de moins de 300 m² réalise 12% de CA contre 27% en moyenne en France (source INSEE). Dominance des hypermarchés, qui réalisent 40% de part de CA en alimentaire, attention cette forme de vente perd des parts de marchés au niveau national, au profit des formats type « Supermarché ».

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

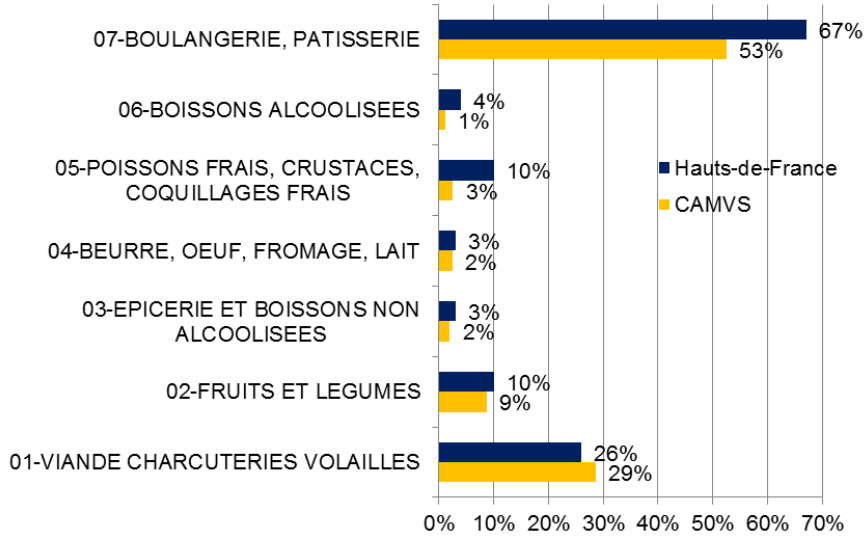
*Source : CCIR Nord de France*

# 2.4 LES CA REALISES PAR FORME DE VENTE

**Les parts de marché « tous produits » par forme de vente**




**Les <300m² alimentaires par produit**




- Prédominance de la grande distribution qui compte pour 49% des CA « tous produits ». Sous représentation du commerce de moins de 300 m² qui réalise 20% de part de marché comme les Supermarchés et Hard Discount cumulés.
- Parmi les commerces de 300m² et moins, seules les boucheries ont une part de marché supérieure à la moyenne régionale (NPC).

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*

# AUTORISATIONS CDAC - EVOLUTIONS À VENIR






- Une extension accordée pour Kiabi à Hautmont (2 994m², +1 842 m²).
- Une extension accordée pour Auchan et sa galerie commerciale de 2 000 m² et 1 380 m².
- Un refus à Feignies pour un ensemble de 3 000m² dont un Leclerc de 2 500m².
- Des agrandissements de Lidl Feignies et Hautmont.
- Un village de Marques de 15 590 m² et un Retail Park de 8 717 m².
- Un projet au pôle gare de Maubeuge.
- Un projet de déménagement de l'Intermarché de Jeumont.
- Un projet de 20 000 m² en équipement de la maison sur la zone Auchan.
- …
- Il se dégage clairement une dynamique en faveur de la périphérie avec plus de 50 000m² de projets.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# SYNTHÈSE OFFRE

## FORCES

- Un centre commercial Auchan Hautmont Louvroil très attractif y compris pour des clientèles hors territoire.
- Une offre riche qui trouve son public.

## FAIBLESSES

- A Maubeuge, une discontinuité du linéaire commercial et un centre-ville peu attractif.
- Un espace public disparate : rénové à Aulnoye-Aymeries et vieillissant à Maubeuge.
- Une faible part de marché réalisée par les commerces de proximité et une prédominance des grandes surfaces.
- Une offre non alimentaire très concentrée sur un seul site.

## OPPORTUNITÉS

- Des projets dont le Pôle gare à Maubeuge.
- Internet remet en cause certains modèles économiques et formes de vente

## MENACES

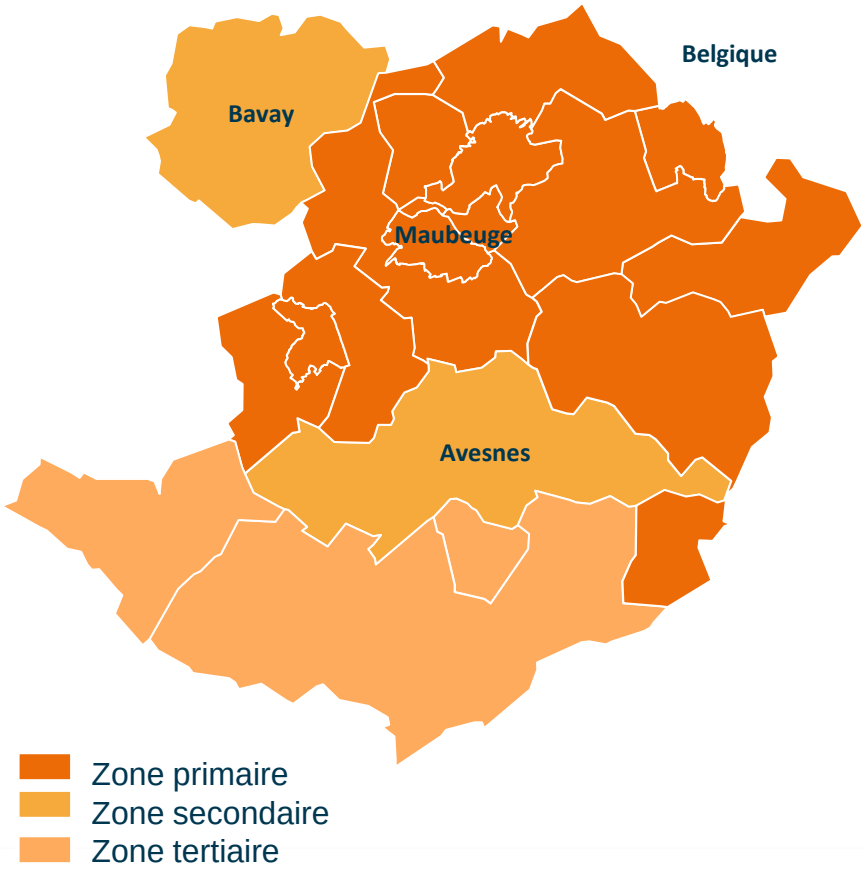
- Age moyen des commerçants élevé.
- Des comportements d'achats qui changent.
- Des consommateurs plus exigeants sur l'offre.
- Pérennité des clients belges.

TROISIEME PARTIE

# Analyse de la clientèle et des comportements d’achats

# 3.1 DETERMINATION DE LA ZONE DE CHALANDISE

**CAMVS, une zone de chalandise de 175 000 habitants**




- 913 M€ de CA réalisés sur la CAMVS dont :
- 45 % dans l'alimentaire en général.
- 25 % du CA réalisé par des clients n'habitant pas dans l'agglomération.
- Un taux d'emprise de 88% pour la CAMVS (91% en alimentaire).
- Une zone de chalandise qui déborde sur Bavay et Avesnes et dans une moindre mesure sur la Belgique.
- Une attractivité non négligeable et une évasion conforme voir inférieure à d'autres territoires similaires.

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*

# ANALYSE DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE

## UNE ZONE QUI PRESENTE UN HAUT TAUX D'AUTONOMIE EN ALIMENTAIRE

- L'analyse des lieux d'achats des habitants d'une zone géographique permet d'établir un niveau de performance commerciale de la zone.
  - **Plus les habitants d'une zone effectuent leurs achats au sein même de la zone**
    **-> Plus la performance des commerces de la zone est bonne.**

- On considère, qu'au sein d'une zone géographique, le seuil d'autonomie minimum à atteindre en alimentaire est de 50%. Cela signifie qu'au moins 50% des dépenses alimentaires des habitants doivent être réalisées dans les commerces de leur zone d'habitation. En deça, il y a un grand risque de fragilisation de l'ensemble des commerces de la zone. Il doit ainsi être considéré comme un seuil d'alerte et lorsqu'il n'a pas atteint un niveau trop bas, un renforcement de l'offre commerciale en grandes surfaces est opportun.
  - **Ce qui n'est pas le cas pour le territoire de l'Agglo de Maubeuge, puisque :**
    **->91% des dépenses alimentaires des habitants de la zone, y sont réalisées (94% en 2009).**



***Ce taux d'autonomie bien supérieur au seuil, signifie que l'offre sur la zone répond de façon qualitative et quantitative à la demande et que toute nouvelle implantation ou extension de grandes surfaces / zones commerciales aura des conséquences directes sur l'offre commerciale en place, étant entendu que le potentiel de consommation évolue faiblement. Les parts de marché d'un nouvel équipement seraient prises sur celles des commerces présents.***

# ANALYSE DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE

## UNE ZONE QUI PRESENTE UN HAUT TAUX D'AUTONOMIE EN NON ALIMENTAIRE

- L'analyse des lieux d'achats des habitants d'une zone géographique permet d'établir un niveau de performance commerciale de la zone.

  – **Plus les habitants d'une zone effectuent leurs achats au sein même de la zone**
  **-> Plus la performance des commerces de la zone est bonne.**

- On considère, qu'au sein d'une zone géographique, le seuil d'autonomie minimum à atteindre en non alimentaire est de 20%. Cela signifie qu'au moins 20% des dépenses non alimentaires des habitants doivent être réalisées dans les commerces de leur zone d'habitation. En deça, il y a un grand risque de fragilisation de l'ensemble des commerces de la zone. Il doit ainsi être considéré comme un seuil d'alerte et lorsqu'il n'a pas atteint un niveau trop bas, un renforcement de l'offre commerciale en grandes surfaces est opportun.

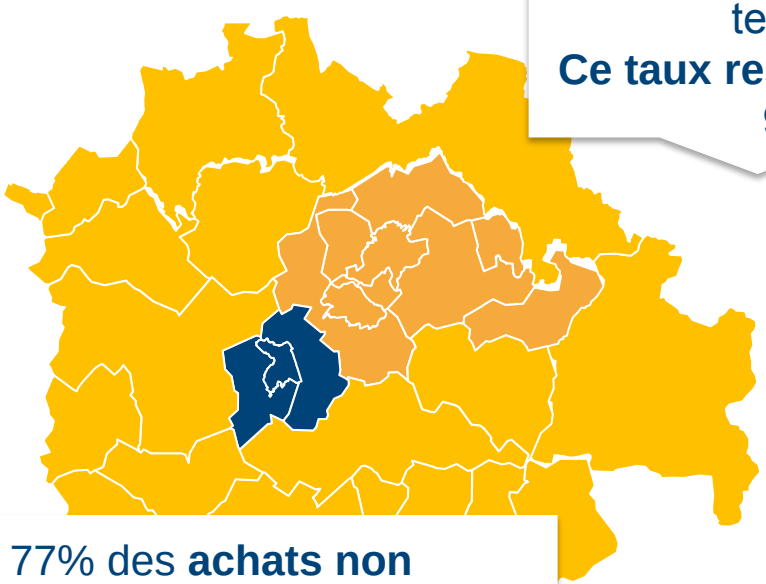
  – **Ce qui n'est pas le cas pour le territoire de l'Agglo de Maubeuge, puisque :**
  **-> 81% des dépenses non alimentaires des habitants de la zone, y sont réalisées (80% en 2009).**



***Ce taux d'autonomie bien supérieur au seuil, signifie que l'offre sur la zone répond de façon qualitative et quantitative à la demande et que toute nouvelle implantation ou extension de grandes surfaces / zones commerciales aura des conséquences directes sur l'offre commerciale en place, étant entendu que le potentiel de consommation évolue faiblement. Les parts de marché d'un nouvel équipement seraient prises sur celles des commerces présents.***

# QUELLE EVOLUTION DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE PAR ZONE -
## SECTEUR D'AULNOYE AYMERIES

En 2009, 93% des **achats alimentaires** des résidents de la zone d'Aulnoye-Aymeries se font sur le territoire de l'AMVS.
**Ce taux reste stable et est** toujours à 93% aujourd'hui.

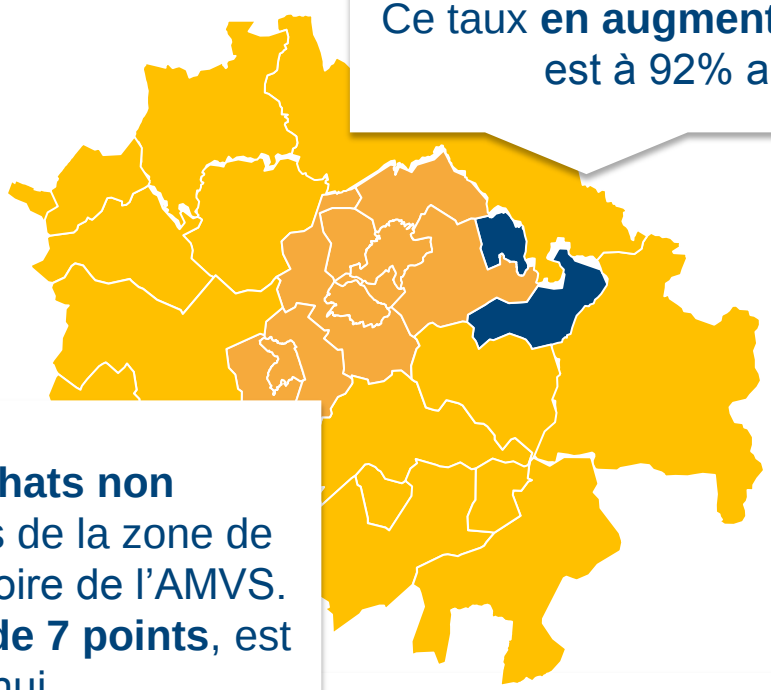


En 2009, 77% des **achats non alimentaires** des résidents de la zone d'Aulnoye-Aymeries se font sur le territoire de l'AMVS.
Ce taux **en augmentation de 6 points** atteint 83% aujourd'hui.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# QUELLE EVOLUTION DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE PAR ZONE -
## SECTEUR DE JEUMONT

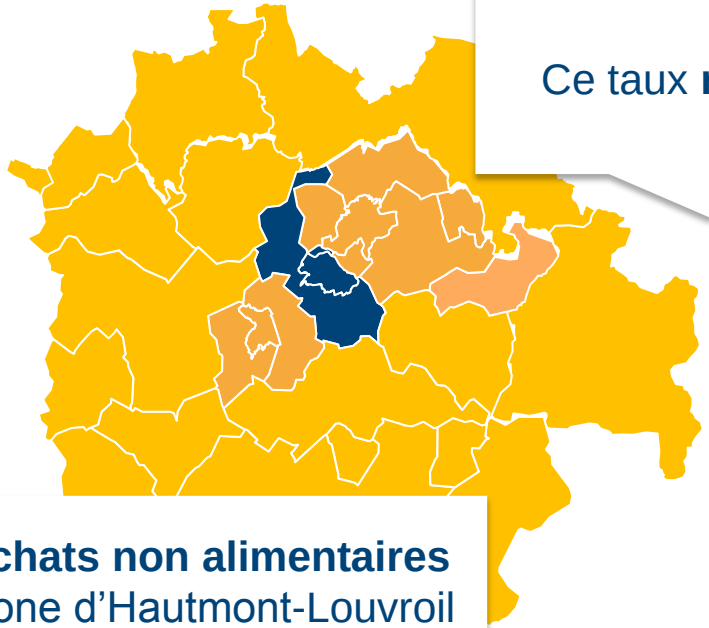
En 2009, 89% **des achats alimentaires** des résidents de la zone de Jeumont se font sur le territoire de l'AMVS.
Ce taux **en augmentation de 3 points**, est à 92% aujourd'hui.



En 2009, 76% des **achats non alimentaires** des résidents de la zone de Jeumont se font sur le territoire de l'AMVS.
Ce taux **en augmentation de 7 points**, est à 83% aujourd'hui.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# QUELLE EVOLUTION DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE PAR ZONE -
## SECTEUR DE HAUTMONT-LOUVROIL



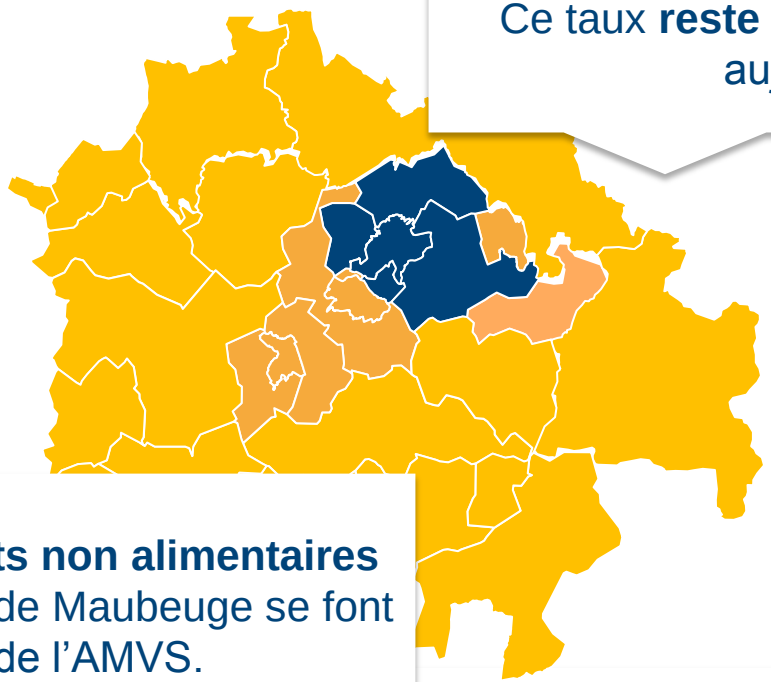
En 2009, 96% **des achats alimentaires** des résidents de la zone d'Hautmont-Louvroil se font sur le territoire de l'AMVS.
Ce taux **reste stable** et atteint 95% aujourd'hui.

En 2009, 85% des **achats non alimentaires** des résidents de la zone d'Hautmont-Louvroil se font sur le territoire de l'AMVS.
Ce taux **reste stable** et est toujours à 85% aujourd'hui.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# QUELLE EVOLUTION DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE PAR ZONE -
## SECTEUR DE MAUBEUGE

En 2009, 97% **des achats alimentaires** des résidents de la zone de Maubeuge se font sur le territoire de l'AMVS.
Ce taux **reste stable** et atteint 96% aujourd'hui.

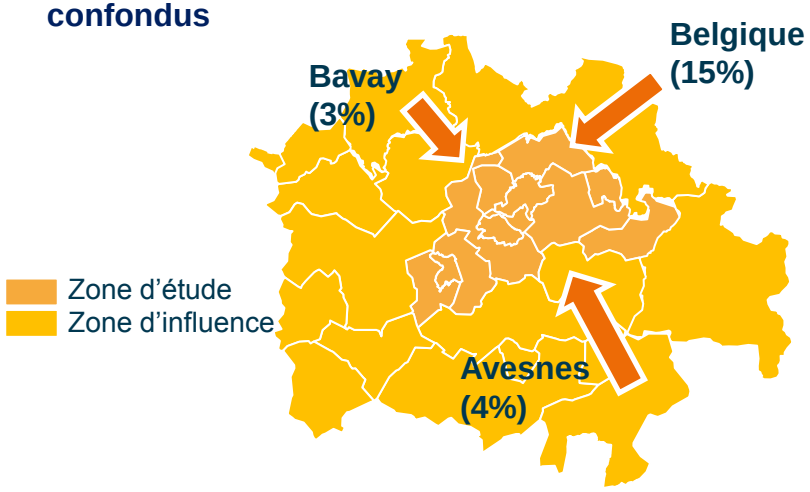


En 2009, 82% des **achats non alimentaires** des résidents de la zone de Maubeuge se font sur le territoire de l'AMVS.
Ce taux **augmente de 2 points** et atteint 84 % aujourd'hui.

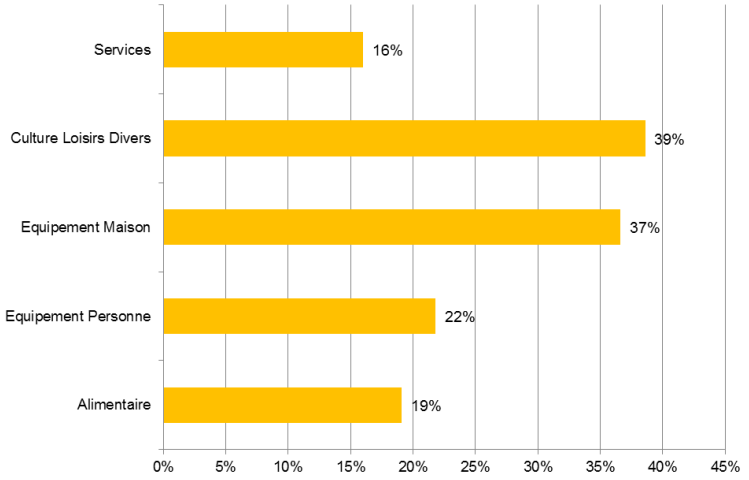
CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# 3.2 ANALYSE DE L'ATTRACTIVITÉ : ¼ DES CA RÉALISÉS AVEC UNE CLIENTÈLE EXTÉRIEURE AU TERRITOIRE

**La provenance des clientèles tous produits/services confondus**




**Les taux d'attractivité des principales familles de produits**



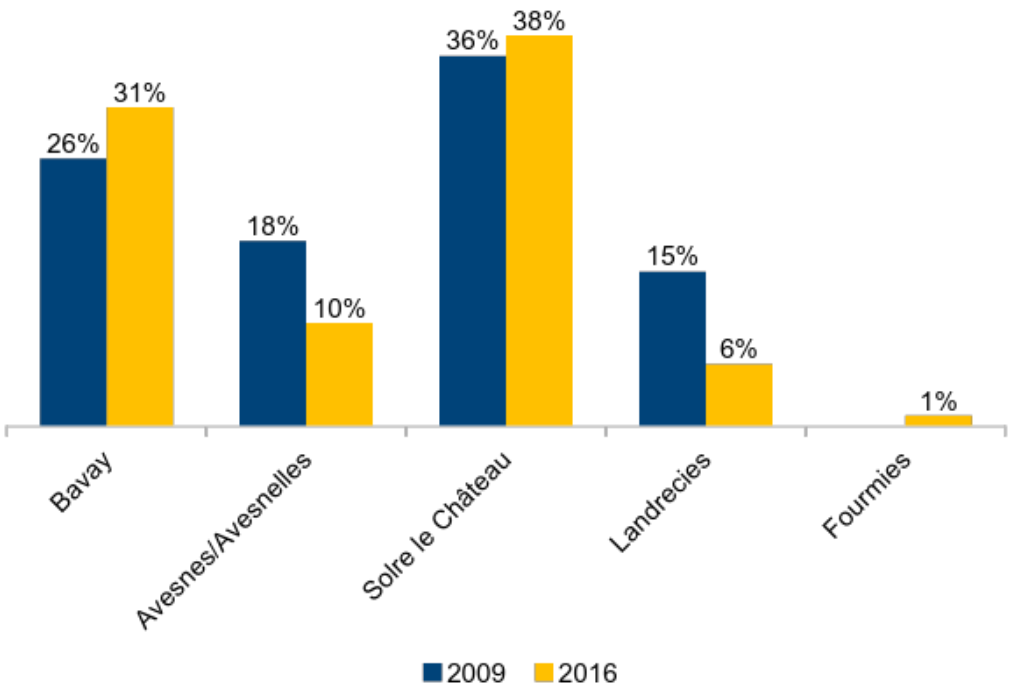

- 228 M€ sont apportés par des consommateurs extérieurs à la Communauté d'Agglomération, ce qui représente 25% des CA, avec des apports très importants pour les loisirs et l'équipement de la maison.
- Ces consommateurs viennent d'abord de Belgique pour 15% des CA (125M€), mais aussi d'Avesnes (39M€) et Bavay (26M€).

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*
*NB : taux d'attractivité : part des CA réalisé par la clientèle extérieure*

# EVOLUTION DE L'ATTRACTIVITÉ SUR LES TERRITOIRES VOISINS

## EN ALIMENTAIRE

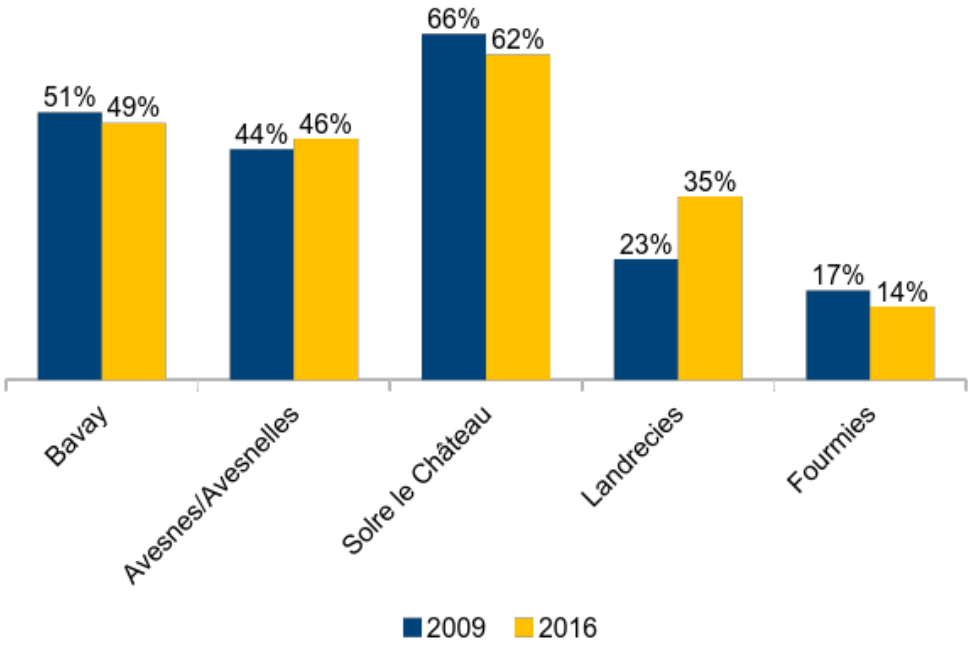



- L'attraction sur la zone de Bavay a augmenté de 5 points (situation qui devrait évoluer après l'ouverture du nouveau supermarché Match en cours de réalisation).
- En revanche, l'attraction sur les zones d'Avesnes et Landrecies a diminué, en raison du développement des zones Carrefour Avesnes et Landrecies.
- L'attraction sur la zone de Fourmies est quasi inexistante.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# EVOLUTION DE L'ATTRACTIVITÉ SUR LES TERRITOIRES VOISINS

## EN NON ALIMENTAIRE

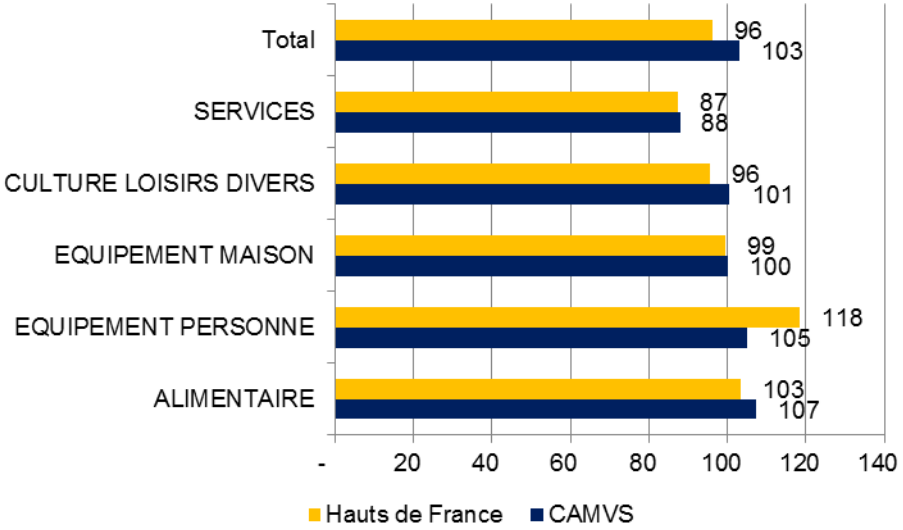



- Le secteur du non alimentaire a conforté l'attraction des zones d'Avesnes et Landrecies.
- En revanche, l'attraction sur la zone de Solre le Château et Fourmies a baissé en raison du développement de la zone commerciale Carrefour Fourmies.

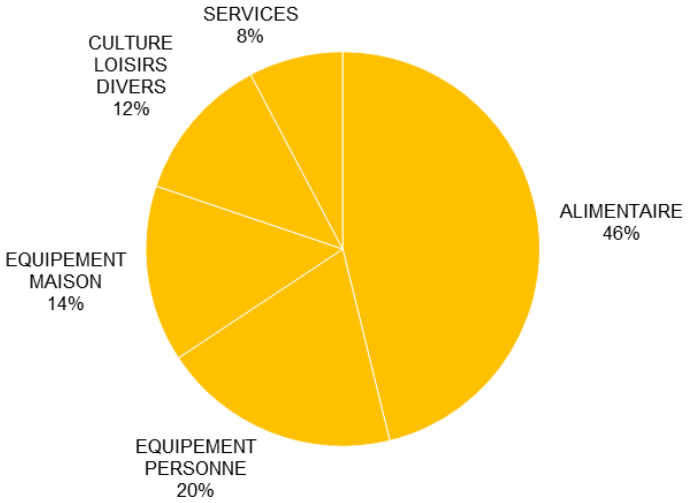
CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# 3.3 ANALYSE DES DEPENSES ANNUELLES DE CONSOMMATION : 785 M€ DE DÉPENSES DE CONSOMMATION

**Des IDC supérieurs à la moyenne régionale et nationale**




**Répartition des dépenses de consommation (dépenses commercialisables)**




- Les habitants de la zone qui compte 54 799 ménages, 2,5 personnes/ménage plus grands qu'en moyenne en France, ont dépensé 785 M€ de dépenses de consommation.
- En moyenne, les dépenses des habitants sont 3% de plus qu'en moyenne en France (IDC France = 100 – IDC de la zone = 103).
- 46% des dépenses de consommation courante portent sur l'alimentaire.

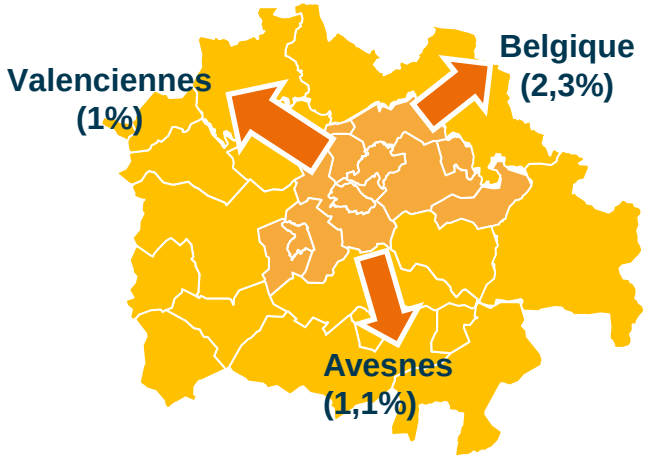
*Source : CCIR Nord de France*

(*) I.D.C : Indices de Disparité de la Consommation – permettent d'évaluer le niveau de consommation d'un ménage résidant sur le territoire étudié par rapport à la moyenne nationale (indice 100).

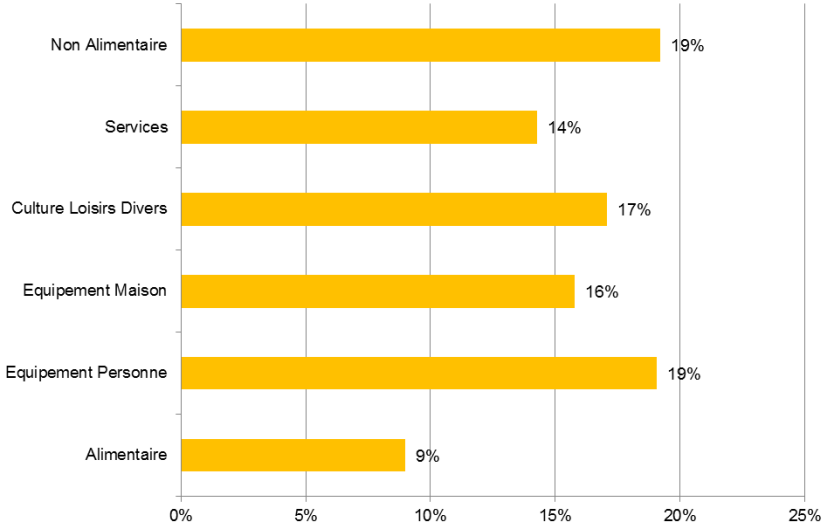
CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# 3.4 ANALYSE DE L'EVASION : 12% D'EVASION COMMERCIALE

**Les destinations des consommateurs**




**Les taux d'évasion par famille de produits**



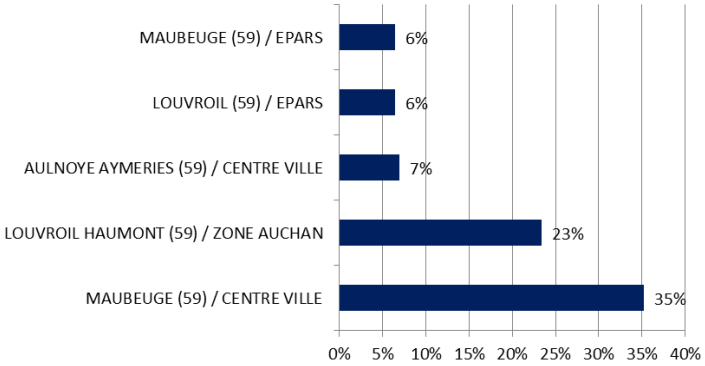

- Un taux d'emprise de 88%, soit un très faible taux d'évasion commerciale de 12%.
- L'évasion commerciale se répartit entre Valenciennes qui représente 1% d'évasion (*en diminution car 3% en 2009*), Avesnes (1,1%), la Belgique qui représente 2,3% (*en diminution car 6% en 2009)* et la part la plus importante d'évasion est la vente à distance VAD (5% d'évasion tous produits).
- Les ménages vont plutôt chercher du non alimentaire avec un taux d'évasion hors AMVS de 19% (dont 8,5% par internet), 2 fois supérieur à l'alimentaire.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

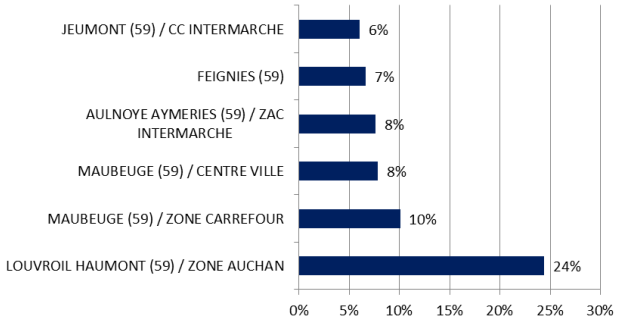
*Source : CCIR Nord de France*

# 3.5 DESTINATION PAR PRODUITS : ALIMENTAIRE

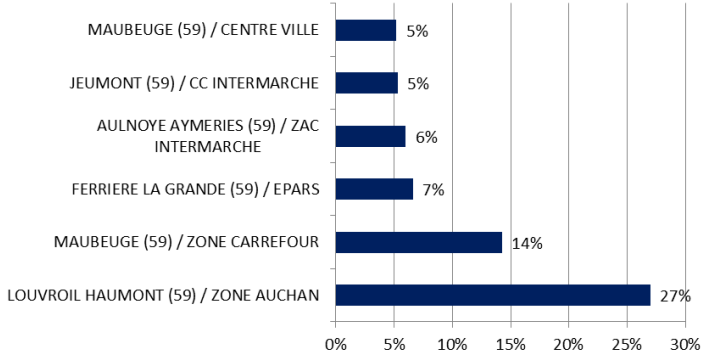
## La boucherie



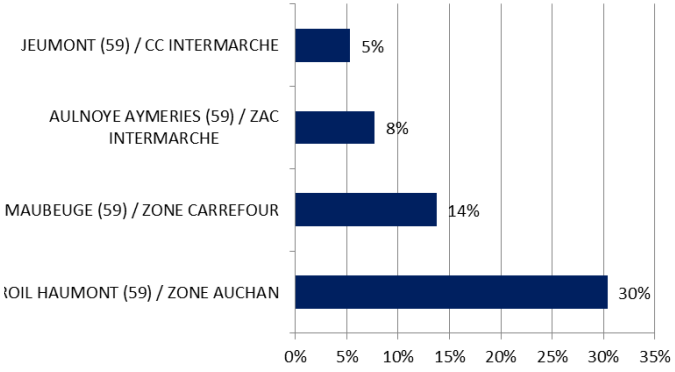

## Les fruits et légumes




## Le beurre, l'œuf …




## L'épicerie




-> Ici pour les produits de boucherie, la première destination d'achat est le centre-ville de Maubeuge, suivi de la zone Auchan Hautmont/Louvroil.

- Pour les fruits et légumes, - épicerie, beurre et œuf, la première destination d'achats est la zone Auchan Hautmont/Louvroil.

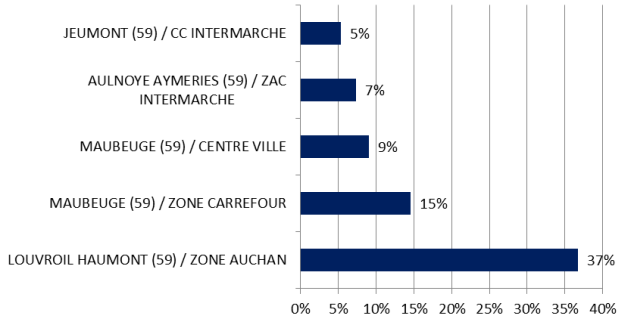
- Pour ces 4 produits, les achats se font essentiellement sur le territoire de l'AMVS.

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

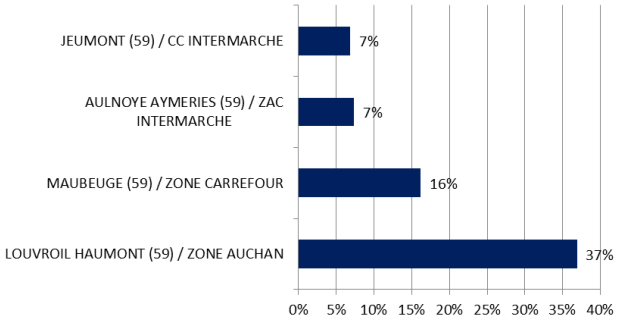
*Source : CCIR Nord de France*

# DESTINATION PAR PRODUITS : ALIMENTAIRE

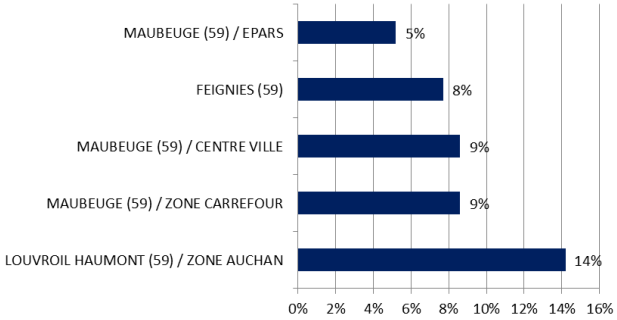
## Les poissons et crustacés



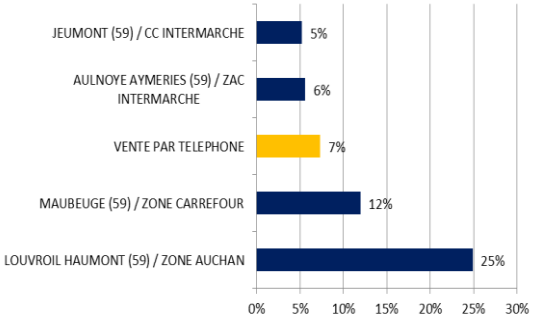

## Les boissons alcoolisées




## La boulangerie, pâtisserie




## Les produits surgelés




-> Ici la première destination d'achats de poissons – boissons alcoolisées – boulangerie et surgelés est la zone Auchan Hautmont/Louvroil.

-> Ces produits sont essentiellement achetés sur le territoire (58% en moyenne), le produit de la boulangerie, pâtisserie fait toutefois l'objet de 55% d'évasion (ne tient pas compte de la récente implantation de la boulangerie Louise sur la zone Auchan Hautmont/Louvoil).

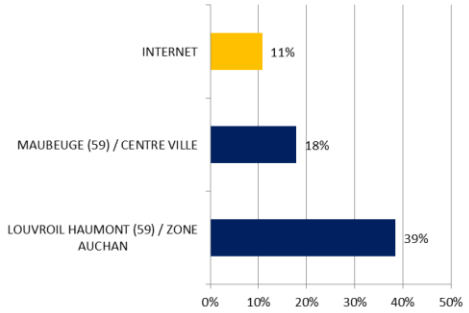
-> Seuls les produits surgelés font l'objet de commande par téléphone, troisième destination des achats après la zone Auchan et le centre Carrefour Maubeuge (ne tient pas compte de la récente ouverture du PICARD à Auchan Louvroil).

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

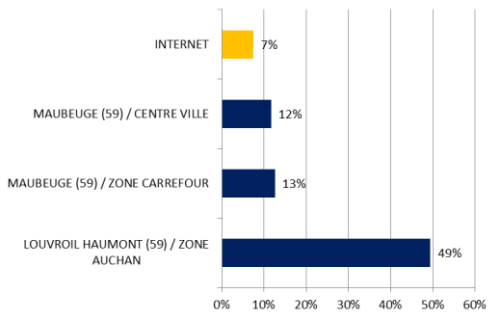
*Source : CCIR Nord de France*

# DESTINATION PAR PRODUITS : EQUIPEMENT DE LA PERSONNE

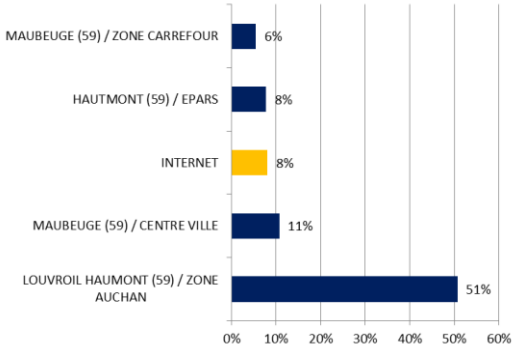
## La chaussure



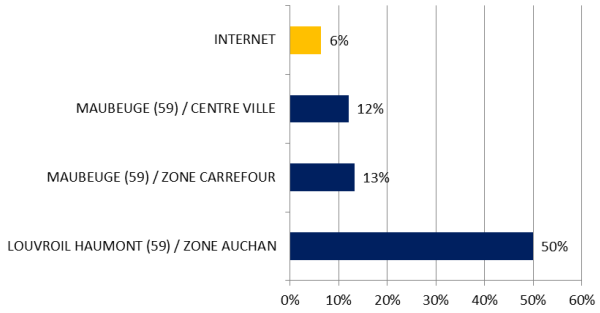

## La parfumerie




## L'habillement enfant




## L'horlogerie




-> Ici la première destination d'achats de chaussures – parfumerie – habillement enfant et horlogerie est la zone Auchan Hautmont/Louvroil.

-> Pour la chaussure, parfumerie et l'habillement enfant, la deuxième destination est le centre-ville de Maubeuge.

-> Pour l'horlogerie, la deuxième destination des achats est la zone Carrefour Maubeuge.

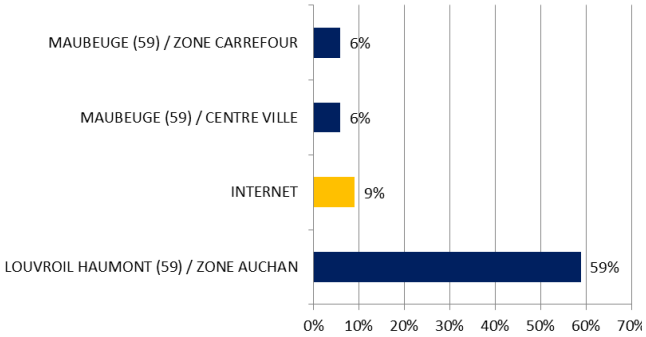
-> Tous ces produits, font l'objet d'une évasion des achats par Internet.

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

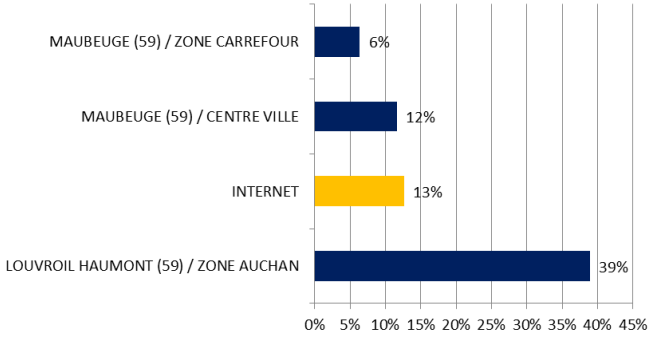
*Source : CCIR Nord de France*

# DESTINATION PAR PRODUITS : EQUIPEMENT DE LA PERSONNE

## L'habillement homme

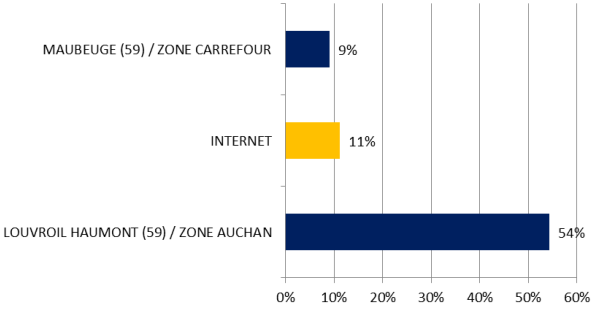



## L'habillement femme

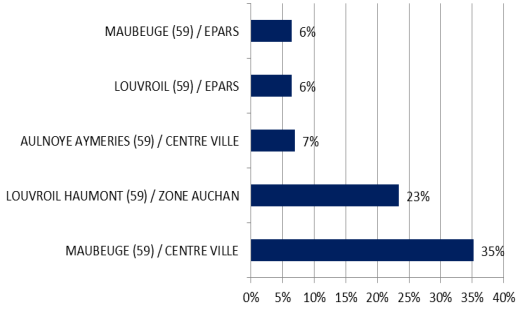



-> Pour les achats en habillement homme – femme et sous-vêtements la première destination d'achats est la zone Auchan Louvroil. Pour ces produits, **les achats par Internet représentent la deuxième destination d'évasion, avant le centre-ville de Maubeuge et la zone Carrefour.**

## Les sous-vêtements




## L'optique



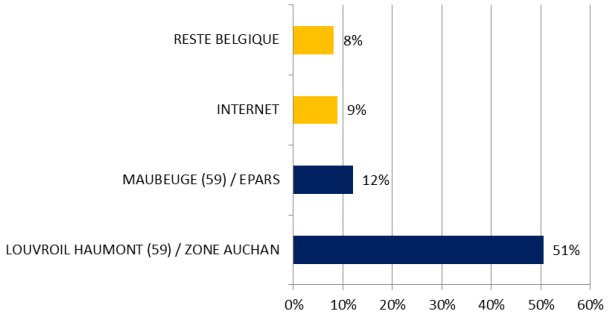

- La première destination d'achats en optique est le centre-ville de Maubeuge, et connaît très peu d'évasion hors du territoire de l'Agglo de Maubeuge (13%).

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

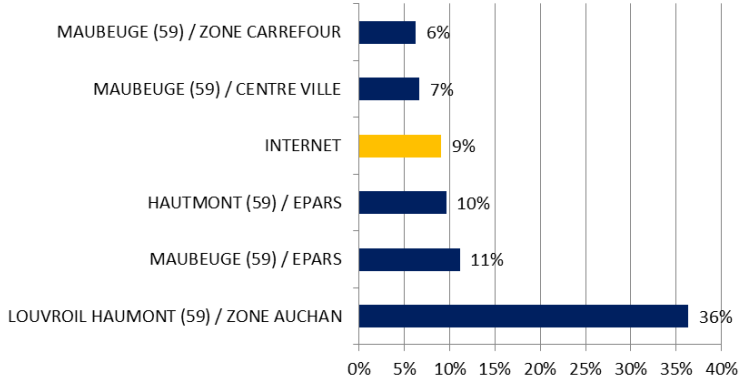
*Source : CCIR Nord de France*

# DESTINATION PAR PRODUITS : EQUIPEMENT DE LA MAISON

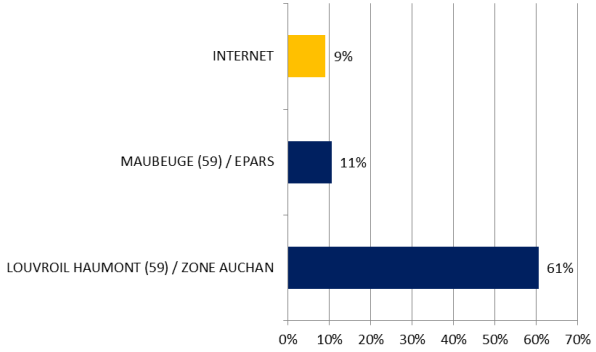
## Le mobilier




## La décoration




## L'électroménager




-> La première destination d'achats en mobilier est la zone Auchan Hautmont/Louvroil, ce produit connaît une évasion significative des achats hors territoire vers Internet en troisième destination après Maubeuge hors centre-ville et vers la Belgique en 4ème destination (ne tient pas compte de l'ouverture récente du IKEA Mons).

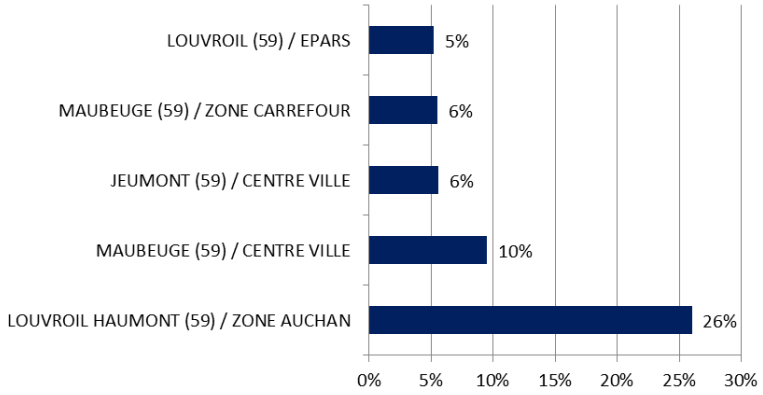
- La première destination d'achats en « décoration » et « électroménager » est la zone Auchan Hautmont/Louvroil, ce produit connaît également une évasion significative des achats réalisés par Internet (9%).

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*

# DESTINATION PAR PRODUITS : EQUIPEMENT DE LA MAISON

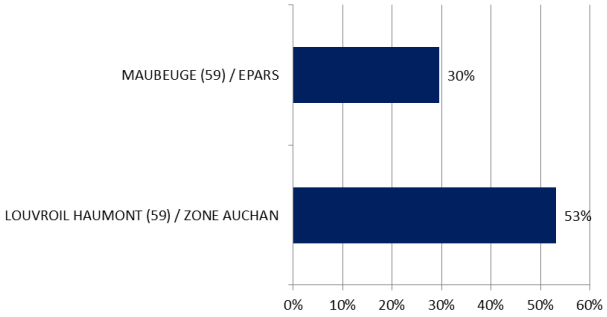
## Les fleurs



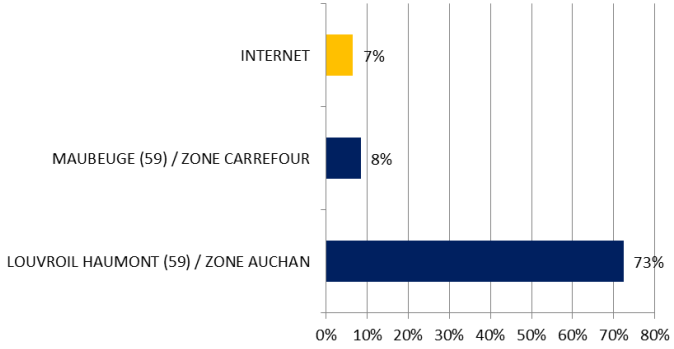

-> La première destination d'achats en fleurs est la zone Auchan Hautmont/Louvroil, suivi du centre-ville de Maubeuge, ce produit ne connait pas d'évasion significative des achats hors territoire.

-> La première destination d'achats en « bricolage » est la zone Auchan Hautmont/Louvroil, suivi de Maubeuge hors centre-ville (zone Brico-Dépôt).

## Le bricolage




## Les appareils audiovisuels

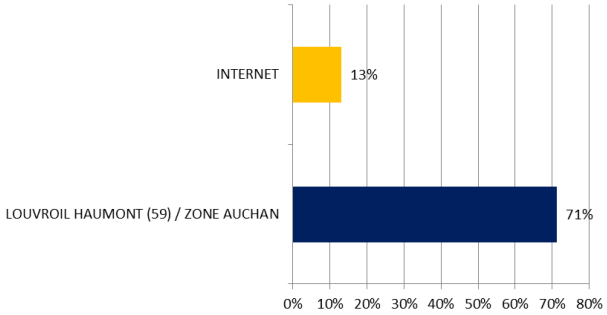



CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

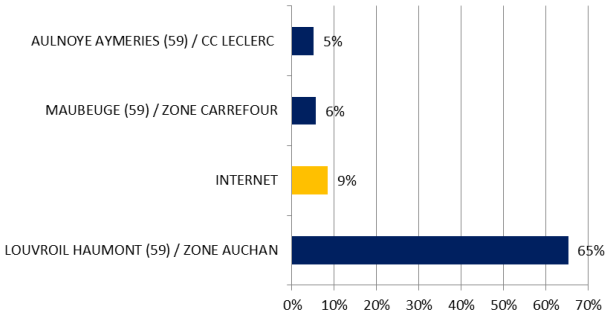
*Source : CCIR Nord de France*

# DESTINATION PAR PRODUITS : LOISIRS

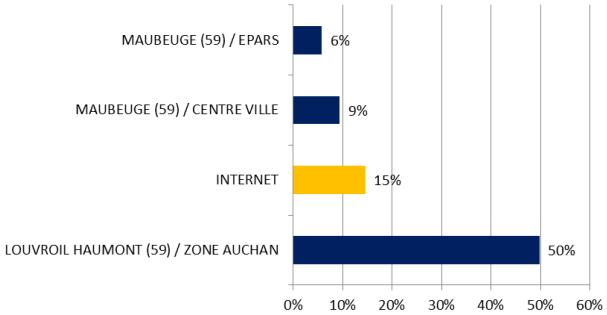
## Le matériel de sport



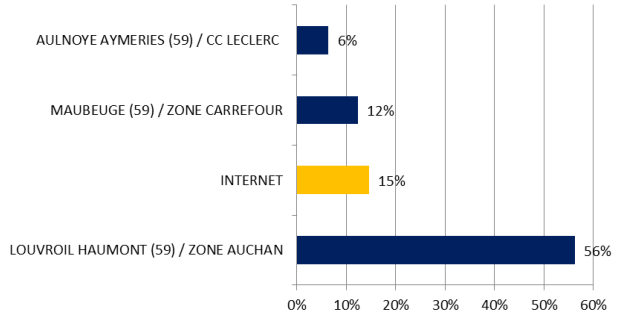

## Les jouets



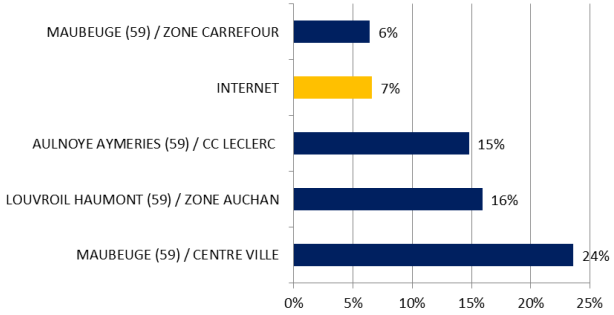

## L'informatique




## Les CD-DVD




## Les livres




-> La première destination d'achats en matériel de sport – jouets – informatique - CD-DVD, est la zone Auchan Hautmont/Louvroil, ces produits connaissent également une évasion significative des achats vers Internet qui est la deuxième destination d'achats.

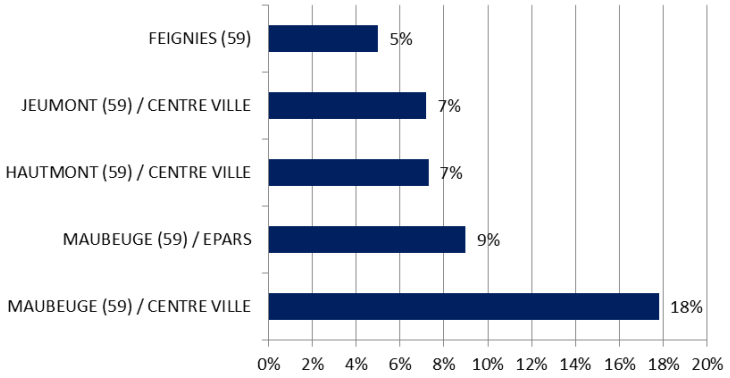
- La première destination d'achats des produits de « livres » est le centre ville de Maubeuge, puis la zone Auchan Hautmont Louvroil – Le Leclerc Aulnoye et Internet (61% des achats pour ce produit sont réalisés sur le territoire de l'Agglo de Maubeuge.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*

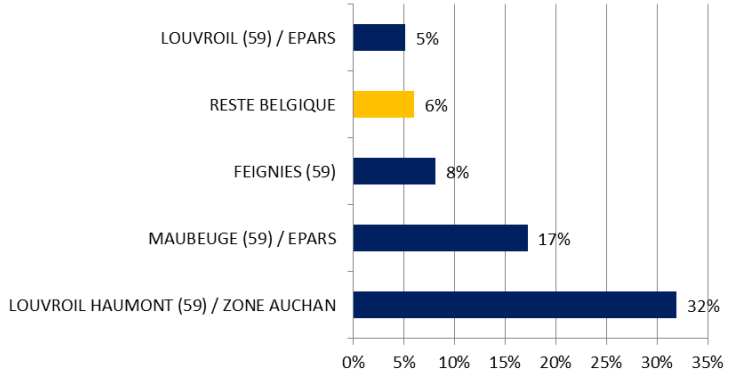
# DESTINATION PAR PRODUITS : SERVICES

## La coiffure




-> La première destination pour le poste de la coiffure reste les centres villes et en première destination le centre-ville de Maubeuge.

## L'entretien auto



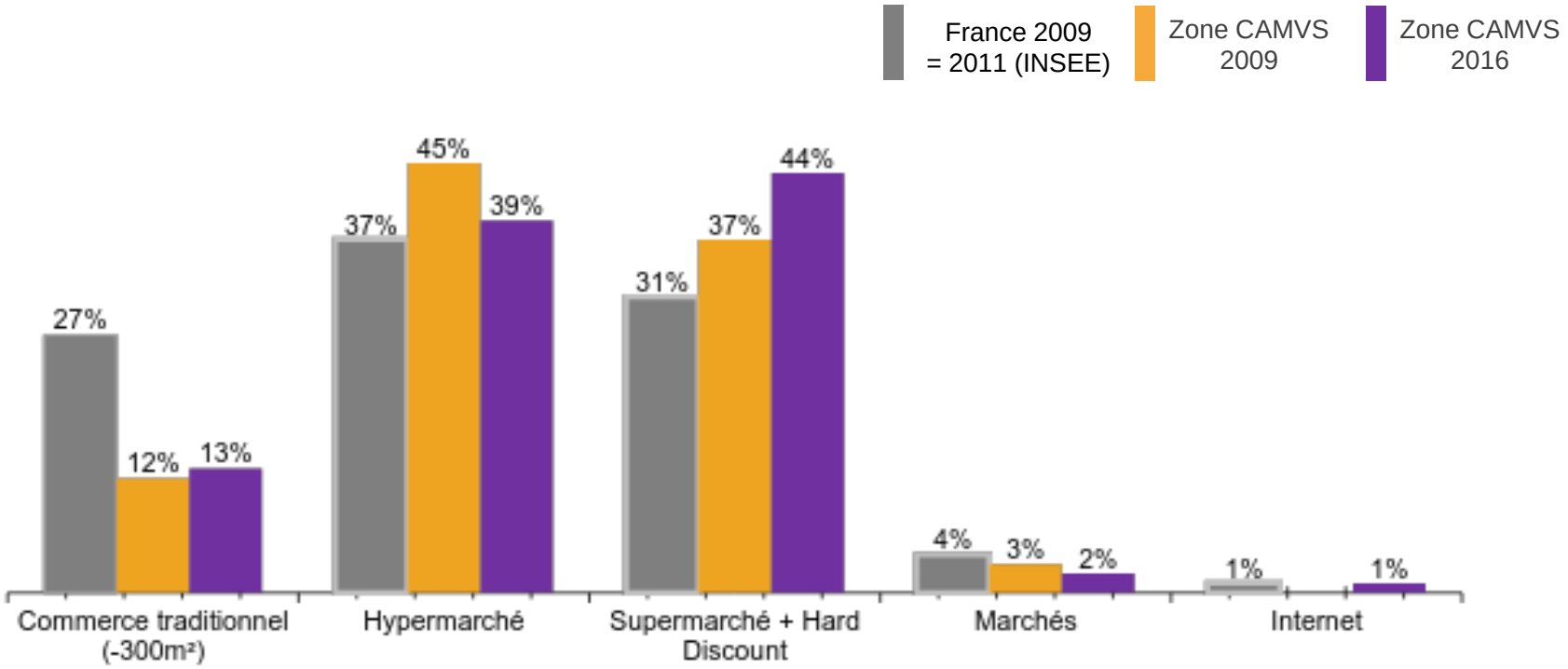

- La première destination d'achats des produits d'entretien auto est la zone Auchan Hautmont Louvroil, ce secteur connait une évasion vers la Belgique de 6%.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*

# 3.6 DESTINATION DES DEPENSES PAR FORME DE VENTE

## EN ALIMENTAIRE




-> En alimentaire, on observe que 13% des achats des ménages de l'Agglo de Maubeuge sont effectués dans les magasins de proximité. **Ce taux est deux fois plus faible qu'en moyenne en France (27%).**

-> Les dépenses en hypermarché diminuent de 6 points depuis 2006, ce qui confirme la tendance nationale (-5 points de part de marchés pour les hypermarchés).

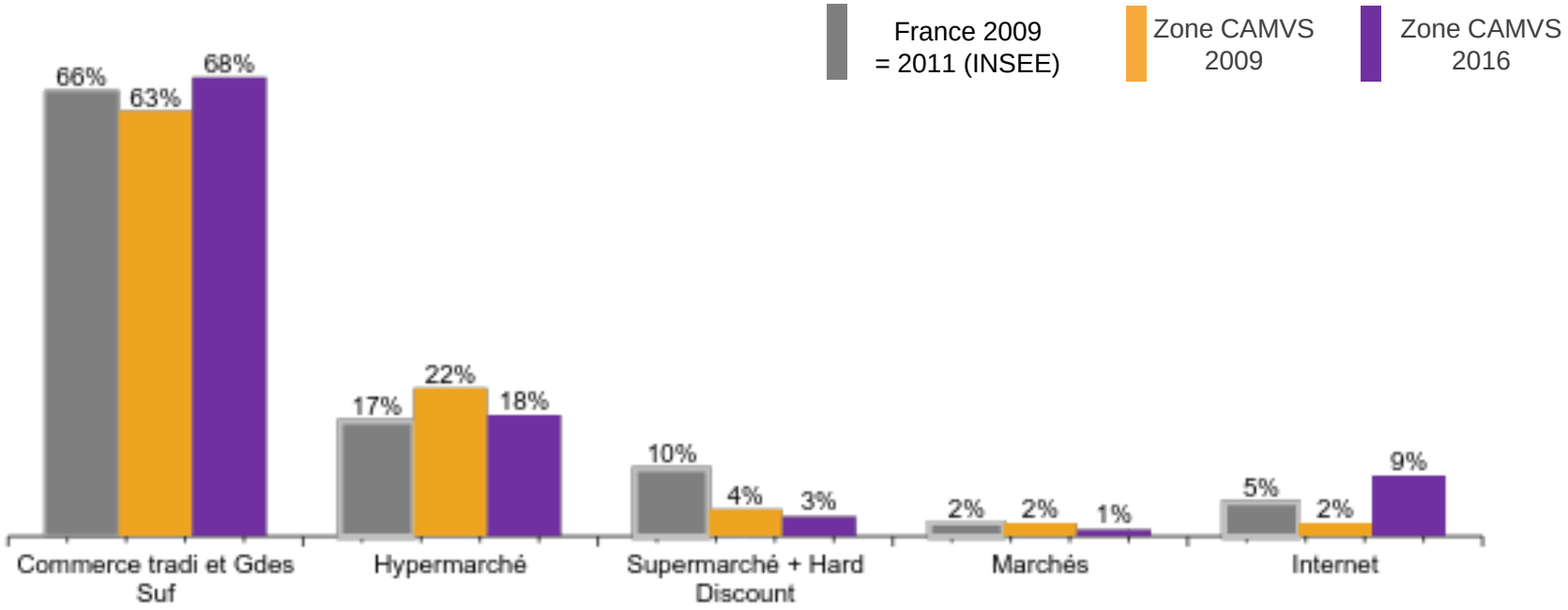
-> La part des supermarchés et hard discount augmente de 7 points depuis 2006, les habitants de la zone y effectuent 44% de leurs dépenses, bien supérieur à la moyenne nationale qui est de 31%.

-> Attention, la destination des dépenses des habitants de la zone auprès des commerçants de marchés est **sous-représentée et continue de baisser : 2% (contre 4% en moyenne en France).**

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# 3.6 DESTINATION DES DEPENSES PAR FORME DE VENTE

## EN NON ALIMENTAIRE

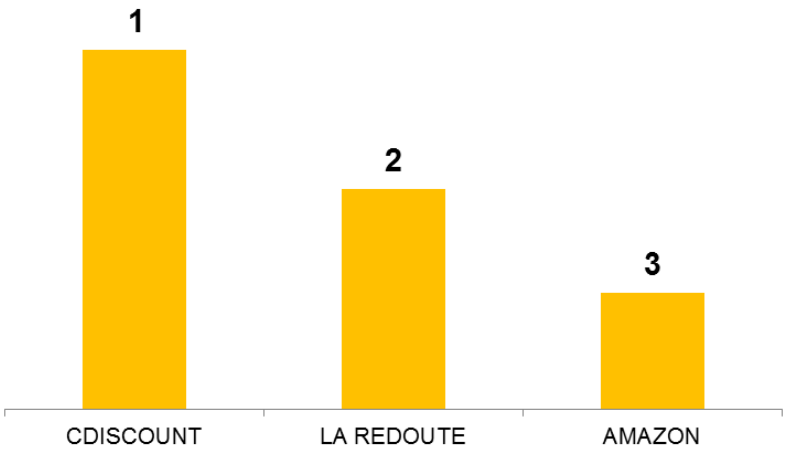



-> En non alimentaire, on observe une augmentation des dépenses en Grandes Surfaces Spécialisées (+ 2 points), le taux cumulé avec les dépenses en commerce traditionnel est supérieur à la moyenne nationale de 2 points.
-> Comme pour l'alimentaire, la destination des dépenses en hypermarché diminue de 4 points depuis 2006.
-> **La part des dépenses par internet augmente de 7 points et représente 9% des dépenses des habitants de la zone (5% en moyenne en France).**
-> Attention, la destination des dépenses des habitants de la zone auprès des commerçants de marchés est sous-représentée et continue de baisser : 1% (contre 2% des dépenses en moyenne en France).

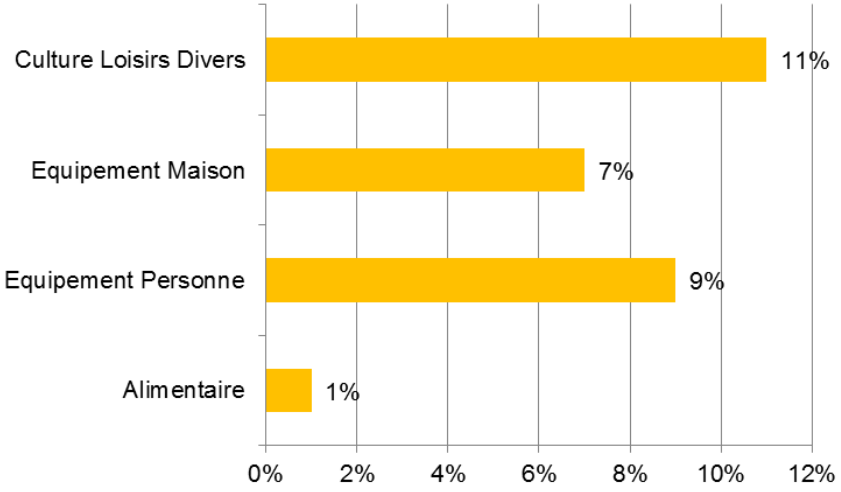
CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# LES FORMES DE VENTES : L'E-COMMERCE

**Les 3 premiers e-commerçants cités par les habitants de la CAMVS**




**Part des achats réalisés sur internet**



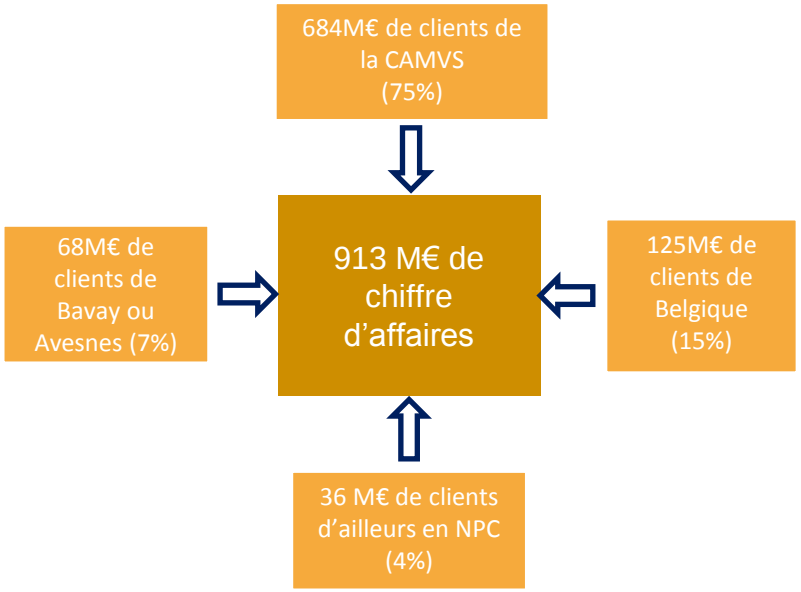

- En moyenne, 4,8% des achats se font sur internet, et même 10,1% hors services et alimentaire.
- L'électroménager et l'électronique sont les premiers postes de dépenses sur internet.

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

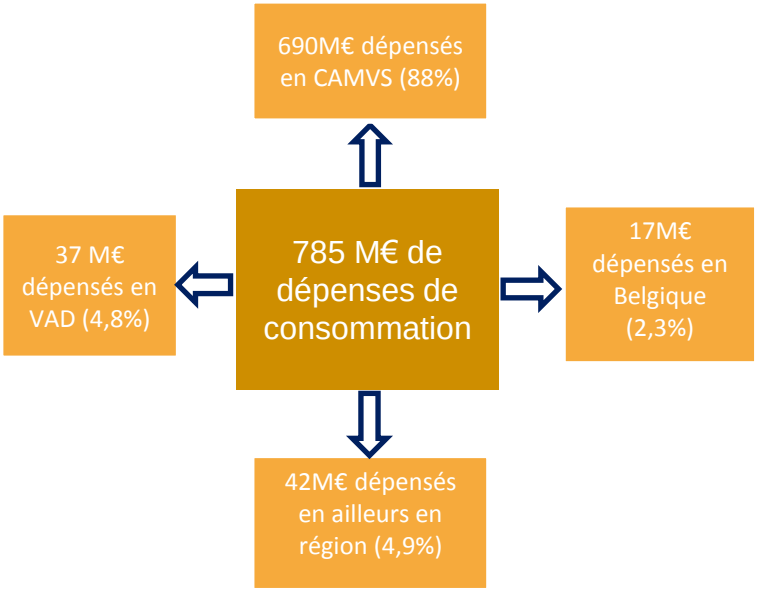
*Source : CCIR Nord de France*

# QUELS SONT LES FLUX DE CONSOMMATION ?

**Chiffres d'affaires des commerçants du territoire de la CAMVS**




**Dépenses de consommation des ménages**




- Une évasion de 96 M€, soit 12% des achats des ménages, dont 24M€ en alimentaire (taux d'évasion de 9%).

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*

# QUELS CHANGEMENTS DE COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS ?

## CONSTATS

- **Marché de consommation fragilisé** : croissance uniquement liée à un développement démographique soutenu ce qui n'est pas le cas pour l'AMVS
- **Baisse de la fréquentation des centres commerciaux** (d'environ 0,5% en 2014)
- **Diminution significative de la rentabilité** (Poids croissant des loyers)
- **Développement généralisé de la vacance commerciale** (et aussi en périphérie)
- **Croissance continue de la part de marché du commerce connecté** (9% du commerce de détail non-alimentaire)

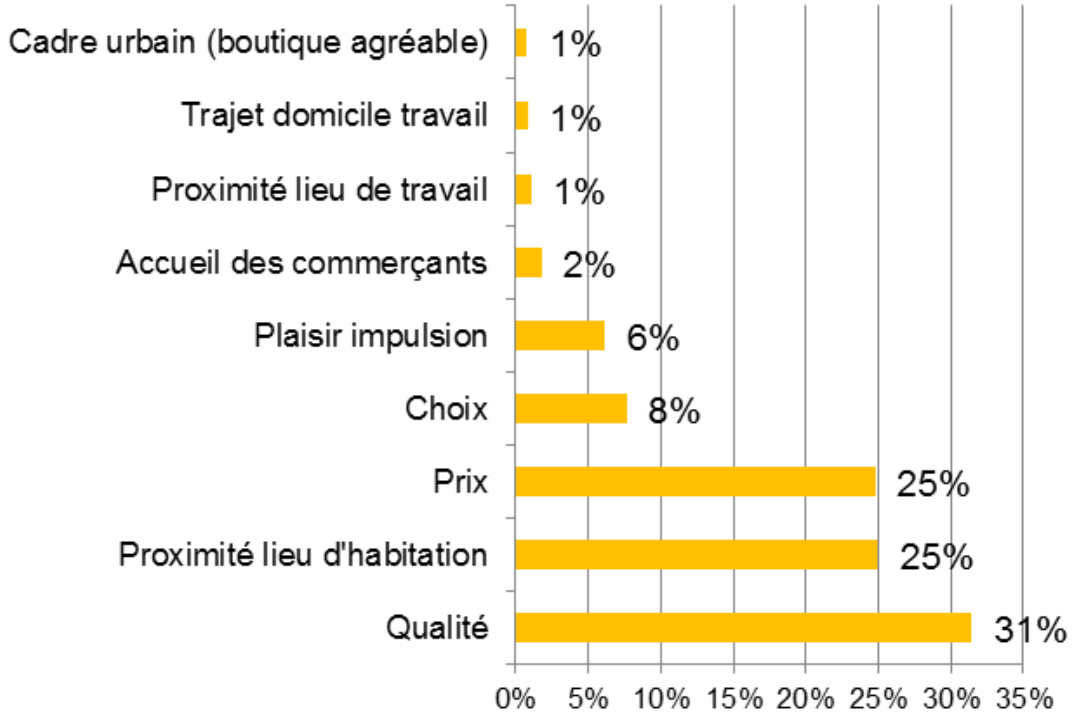
## TENDANCES

- **Nouveaux concepts** :
  - Développement du snacking, du bio, de la vente directe
  - Repositionnement des hard-discounts
  - Réduction des formats de la grande distribution alimentaire
  - Développement du cross canal, du click&collect
- **Nouvelles localisations du commerce** :
  - Montée en puissance du commerce sur les lieux de flux (drives, gares, aéroports)
  - Commerces plus intégrés dans le tissu urbain
  - Choix stratégiques entre centre-ville, centres commerciaux et périphérie / entrée de ville

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# EN EFFET, LE CONSOMMATEUR A DES ATTENTES

**Pouvez-vous nous indiquer, le critère prédominant lorsque vous achetez ?**




- Qualité, proximité et prix sont les 3 principaux critères de choix d'une enseigne ou d'un lieu d'achat quelque soit le produit.
- Le prix est plus important pour les moins de 30 ans, les moins diplômés, les revenus les plus faibles et les ménages avec enfants.
- La qualité est mise en avant par les retraités, les plus hauts revenus, les plus âgés et les plus diplômés.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France, enquêtes réalisées sur les territoires Côte d'Opale, Artois et Grand Lille*

# SYNTHÈSE DES COMPORTEMENTS D'ACHATS

| Constats | Conséquences |
| --- | --- |
| Une offre satisfaisante quantitativement, qui explique l'évasion très limitée. Des commerces traditionnels sous représentés, qui engendre un manque de diversité des formes de vente. | Des commerces qui répondent aux besoins des ménages.<br>Limite le potentiel de développement commercial.<br>Fragilisation du commerce traditionnel et dévitalisation des centres villes et centres bourgs. |
| Un poids du e-commerce dans la moyenne et qui va s'accroitre | Nécessité de moderniser et connecter le commerce local. |
| Une attractivité commerciale importante, notamment de la Belgique. | Les grandes surfaces profitent quasiment intégralement de cette attractivité, mais la pérennité de ces clients n'est pas acquise. |

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

QUATRIEME PARTIE

# Diagnostic urbanistique des polarités commerciales de la CAMVS identifiées comme stratégiques

# 6 COMMUNES ANALYSÉES

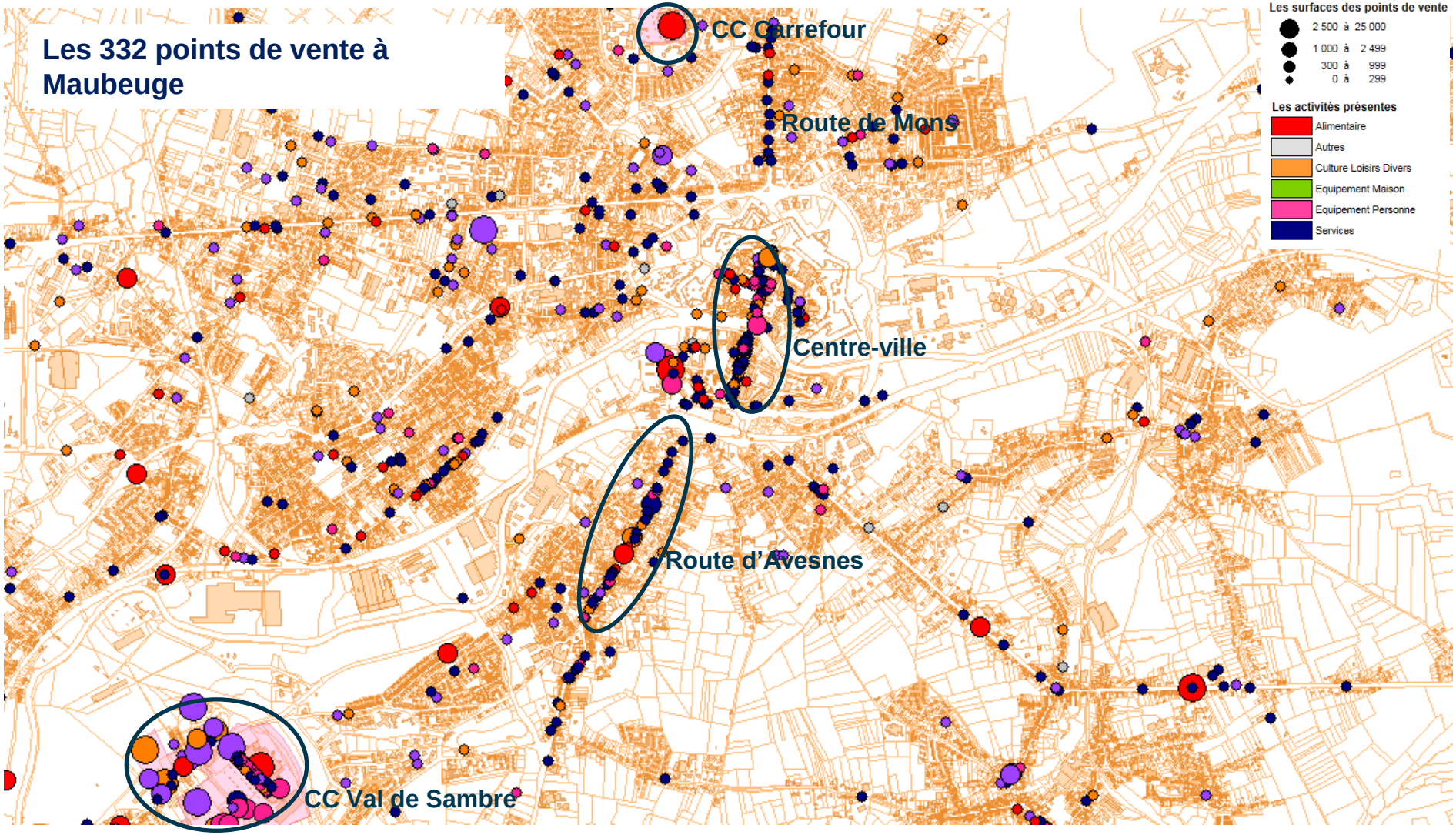
- Le diagnostic urbanistique se concentre sur 6 communes considérées comme stratégiques pour la CAMVS : Maubeuge, Jeumont, Louvroil, Feignies, Hautmont et Aulnoye-Aymeries.

- Elles ont été identifiées comme stratégiques :
  - de par leur taille (il s'agit des 6 communes les plus peuplées) et de par l'équipement commercial existant (toutes ont plus de 50 commerces).
  - dans le Livre Blanc du Commerce de la CCI Grand Hainaut (en tant que pôle majeur et pôles relais, sauf pour Feignies).

- On s'intéressera également aux polarités de proximité.

- On distinguera alors 3 stratégies possibles :
  - **Développement** : propose une diversification des fonctions commerciales existantes et une mise à disposition de foncier, afin de permettre l'accueil de nouvelles surfaces commerciales ainsi que le développement de l'existant.
  - **Renforcement** : propose un développement de l'offre, mais uniquement par l'accueil de fonctions commerciales déjà existantes.
  - **Confortement** : propose de permettre le développement de l'existant, notamment dans une optique de modernisation, sans mise à disposition de foncier supplémentaire.

# MAUBEUGE : 4 POLARITÉS




CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*

# MAUBEUGE : 332 POINTS DE VENTE

- 332 établissements dont 54% dans les services.
- 224 M€ de CA dont 45% en alimentaire.
- 4 polarités principales : CC Carrefour, le centre-ville, la route de Mons et la route d'Avesnes.
- Le CC Carrefour représente 40% des CA et le centre-ville représente 26%.
- Dans le centre-ville la zone Match est un peu à part avec 12M€ de CA pour le supermarché (20% du centre-ville).
- Un taux de diversité de 43%, dans la moyenne des communes de 30 000 habitants.
- Une densité d'établissements en-dessous de la moyenne (10,7 contre 13) et en baisse de 2 points par apport à 2010. 13% de commerces en moins en 5 ans (+3% en région).

| Points de ventes | Commune de Maubeuge | Poids |
|---|---|---|
| Alimentaires | 43 | 13,0% |
| Equipement personne | 42 | 5,4% |
| Equipement maison | 48 | 14,5% |
| Culture, loisirs, divers | 18 | 12,7% |
| Services | 181 | 54,5% |
| **Total général** | 332 | **100%** |







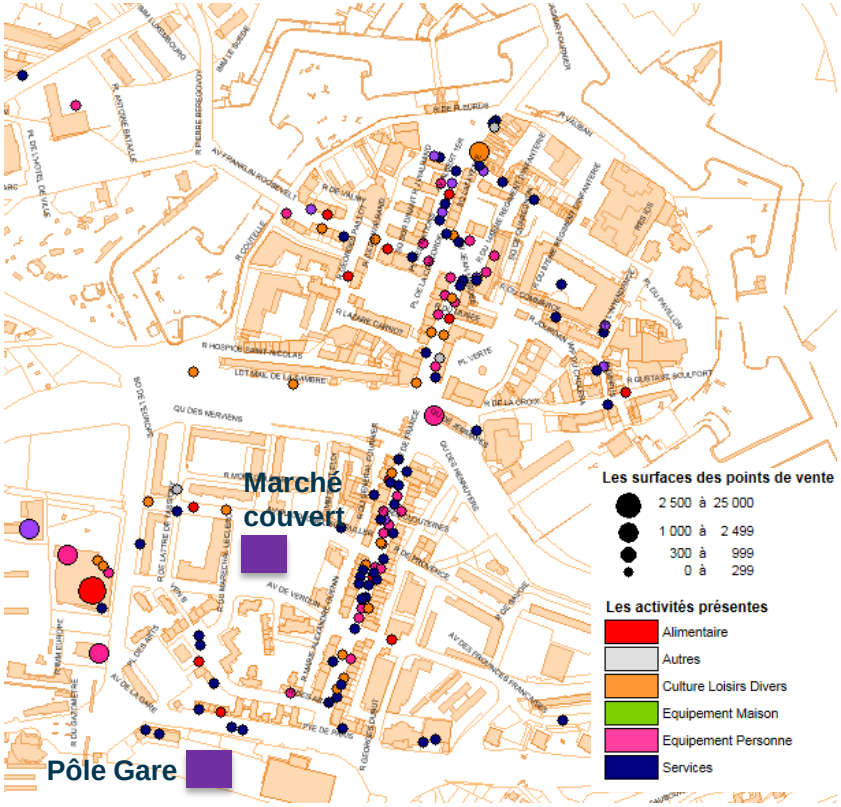


CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCI de région Nord de France*

# QUELS ENJEUX POUR MAUBEUGE ?

**Les points de vente dans le centre-ville de Maubeuge**




- **Constats :**
  - 139 établissements (-18% en 5 ans) dans le centre-ville et moins de 80 dans l'axe principal (av de France et av J Mabuse), 58M€ de CA dont 34% en alimentaire.
  - Facilités de stationnement.
  - Un quartier de gare bien rénové et en développement avec un projet de 2 000m² de cellules commerciales.
  - Une forte sous-représentation de l'équipement de la personne: 10% contre plus de 30% habituellement pour un centre-ville.
  - Ne présente pas les codes d'un centre-ville de 30 000 habitants : un déficit d'enseignes nationales, l'absence de rues commerçantes piétonnes et un linéaire en n°1 ou 1 bis très limité, voire inexistant si l'on en prend une définition stricte.
  - Une vacance commerciale importante (22% en 2015) notamment dans l'avenue de France (10 cellules libres), plus contenue dans l'avenue Jean Mabuse, en forte hausse sur 5 ans.

**• Enjeux pour le centre ville : développer l'offre des « rues n°1 » (l'offre pourrait être doublée) et réaménager l'espace public au-delà du quartier de la gare.**

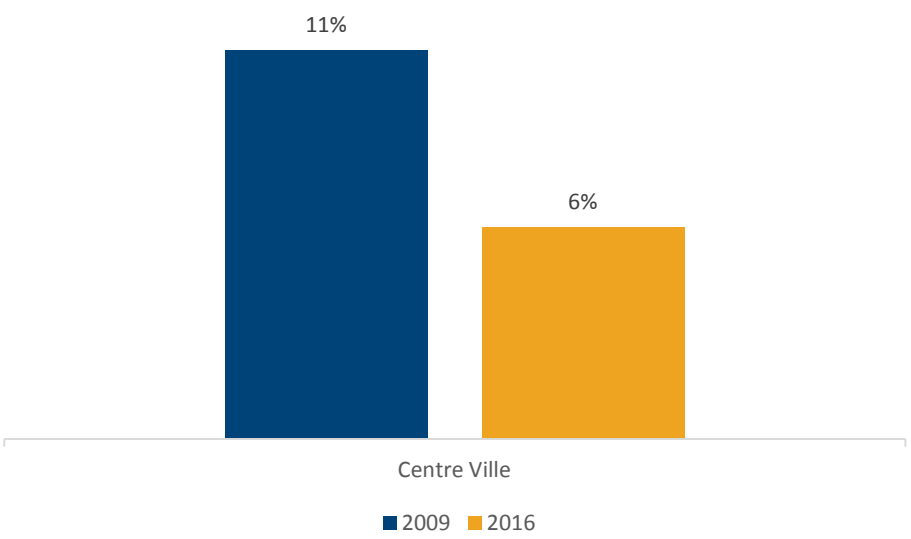
**• Enjeux pour la ZC Carrefour : conforter le site et ses enseignes.**

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

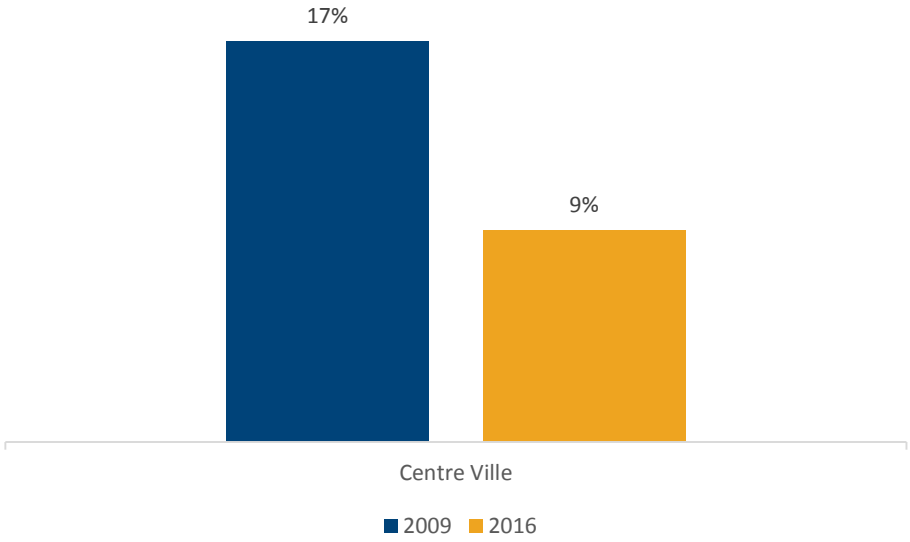
*Source : CCIR Nord de France*

# EVOLUTION DE LA DESTINATION DES DEPENSES COMMERCIALISABLES POUR LE CENTRE VILLE DE MAUBEUGE

**Destinations des dépenses commercialisables**
**En alimentaire**




**Destinations des dépenses commercialisables**
**En non alimentaire**




- On observe une nette chute de la destination des dépenses vers le centre-ville de Maubeuge, en alimentaire, il passe de 11% à 6%. En non alimentaire, on passe de 17% à 9% de destinations des dépenses.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# HAUTMONT : 121 POINTS DE VENTE

- 125 M€ de CA dont 7 M€ de CA en centre-ville; 20 % en alimentaire
- 95 M€ de CA pour la zone commerciale Val de Sambre (partie Hautmont) qui influence fortement l'activité commerciale de la commune et de ses environs.
- 121 points de vente dont 20 de plus de 300 m².
- Un taux de diversité de 51%, sensiblement au dessus de la moyenne des communes de 14 000 habitants (42%).
- Une densité d'établissements qui est très en-dessous de la moyenne régionale NPC (8,6 contre 12).

| Points de ventes | Commune de Hautmont | Poids |
|---|---|---|
| Alimentaires | 16 | 13,2% |
| Equipement personne | 8 | 5,8% |
| Equipement maison | 18 | 14,9% |
| Culture, loisirs, divers | 7 | 6,6% |
| Services | 72 | 59,5% |
| **Total général** | 121 | **100%** |









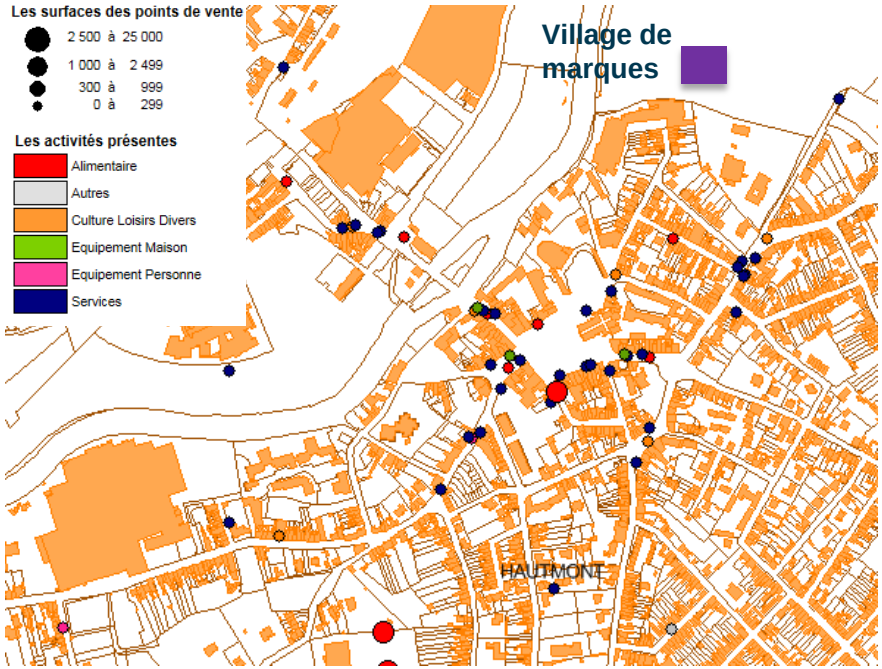



CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCI de région Nord de France*

# QUELS ENJEUX POUR HAUTMONT ?

**Les points de vente dans le centre-ville d'Hautmont**




- **Constats** :
  - 40 commerces et services autour de la place du Général de Gaulle, dont une supérette de 400 m².
  - Une offre de base préservée, mais en légère baisse par rapport à 2010.
  - Une situation très influencée par la zone commerciale, située à 5 min, avec des établissements moins nombreux qu'ailleurs mais plus grands et offrant une diversité commerciale importante.

**• Enjeux pour le centre-ville : conforter l'offre de base en permettant son renouvellement et sa modernisation.**
**• Enjeux pour la ZC Val de Sambre : conforter le site et les enseignes présentes**

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*

# JEUMONT : 58 POINTS DE VENTE

- 54 M€ de CA dont 83% en alimentaire. 17 M€ pour le centre-ville et 26 M€ pour la ZC Intermarché.
- Un taux d'emprise de 43% tous produits confondus, 70% en alimentaire.
- Commune frontalière, une influence assez forte de la Belgique sur la zone de périphérie.
- 58 points de vente, dont 4 de plus de 300m².
- Un taux de diversité de 45%, exactement dans la moyenne d'une commune de 9000 habitants.
- Une densité d'établissements en-dessous de la moyenne (6 contre 9).

| Points de ventes | Commune de Jeumont | Poids |
|---|---|---|
| Alimentaires | 12 | 20,7% |
| Equipement personne | 4 | 6,9% |
| Equipement maison | 9 | 15,5% |
| Culture, loisirs, divers | 4 | 6,9% |
| Services | 29 | 50% |
| **Total général** | 58 | **100%** |











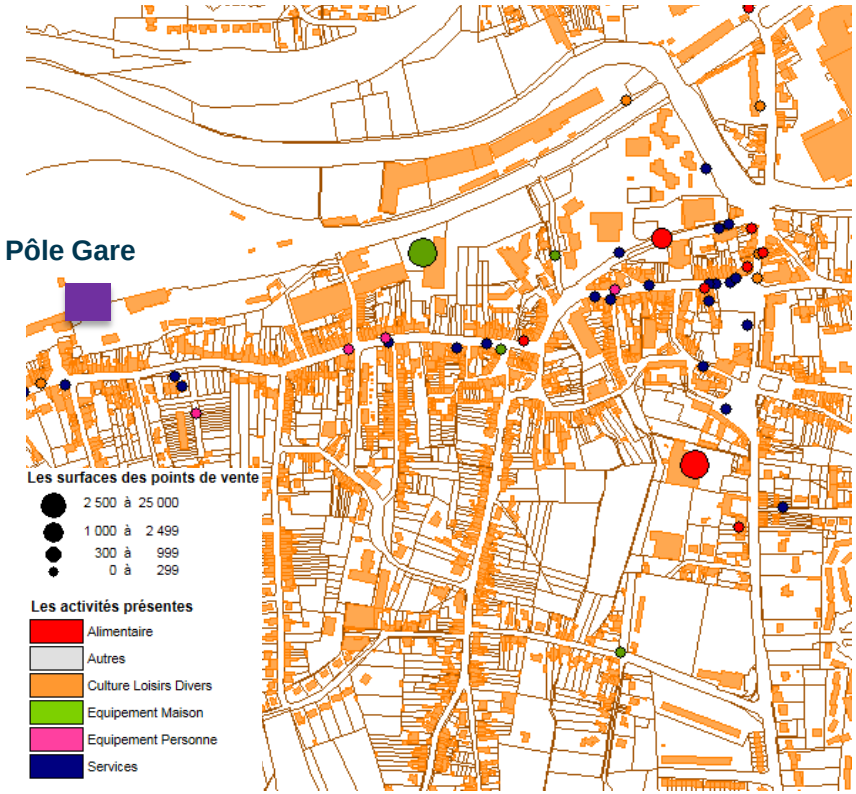


CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCI de région Nord de France*

# QUELS ENJEUX POUR JEUMONT ?

**Les points de vente dans le centre-ville de Jeumont**




- **Constats:**
  - 20 commerces et services (stable en 5 ans), délimité par les rues J. Jaurès, H. Despret et de Lessines, dont un supermarché de 996 m².
  - 14 M€ de CA, 60% en alimentaire.
  - Une offre de base préservée.
  - Un centre-ville qui attire une clientèle de proximité (73% proviennent de Jeumont et Marpent).

- **Enjeux pour le centre-ville : conforter l'activité**
- **Enjeux pour la ZC Intermarché : développement limité en lui permettant de se moderniser**

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*

# AULNOYE AYMERIES : 88 POINTS DE VENTE

- 69 M€ de CA (57% en alimentaire) dont 7 M€ en centre-ville, 25 M€ pour la zone Leclerc et 28 M€ pour la zone Intermarché.
- Une zone Leclerc entièrement réaménagée en 2015, qui s'étend sur une zone de chalandise de 36 000 habitants.
- 88 points de vente, dont 8 de plus de 300m².
- Un taux de diversité de 39%, dans la moyenne d'une commune de 8000 habitants.
- Une densité d'établissements au-dessus de la moyenne (10 contre 8).

| Points de ventes | Commune de Aulnoye Aymeries | Poids |
|---|---|---|
| Alimentaires | 17 | 19,3% |
| Equipement personne | 10 | 5,7% |
| Equipement maison | 12 | 13,6% |
| Culture, loisirs, divers | 5 | 11,4% |
| Services | 44 | 50% |
| **Total général** | 88 | **100%** |

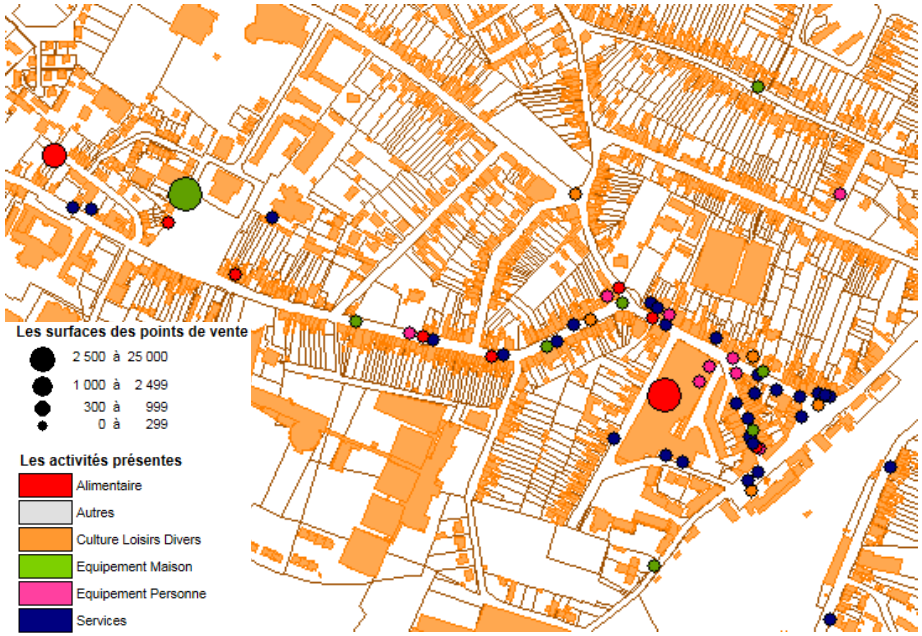



CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCI de région Nord de France*

# QUELS ENJEUX POUR AULNOYE AYMERIES ?

**Les points de vente dans le centre-ville d'Aulnoye Aymeries**




- **Constats** :
  - 50 commerces et services (stable en 5 ans), délimité par les rues J. Jaurès, de l'Hôtel de Ville, P. Vaillant Couturier et la Pl de la Gare, dont un hypermarché de 3300 m².
  - 31 M€ de CA, dont 76% pour Leclerc.
  - Un centre-ville agréable avec la présence d'une rue piétonne, de la gare et plus largement de services à proximité.
  - Une clientèle importante venant de Bachant (17% des CA) et Avesnes (10% des CA).

**• Enjeux pour le centre-ville: conforter l'offre et capitaliser sur son renouvellement récent.**

**• Enjeux pour la ZC Intermarché : conforter l'activité en lui permettant de se moderniser**

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*

# FEIGNIES : 52 POINTS DE VENTE

- 18 M€ de CA dont 59% en alimentaire.
- 52 points de vente, dont 4 de plus de 300m².
- Une offre assez limitée avec : un établissement en loisirs, 8 en équipement de la maison, 11 en alimentaire (dont 8 boulangeries et 2 supermarchés) et 32 établissements de services (dont 17 garages) mais pas d'équipement de la personne.
- Un taux de diversité de 45%,un peu au-dessus de la moyenne pour une commune de 7000 habitants (39%).
- Une densité d'établissements un peu en-dessous de la moyenne (7 contre 8), mais en progression (+13%).

| Points de ventes | Commune de Feignies | Poids |
|---|---|---|
| Alimentaires | 11 | 21,2% |
| Equipement personne | 0 | 1,9% |
| Equipement maison | 8 | 15,4% |
| Culture, loisirs, divers | 1 | 0,0% |
| Services | 32 | 61,5% |
| **Total général** | 52 | **100%** |

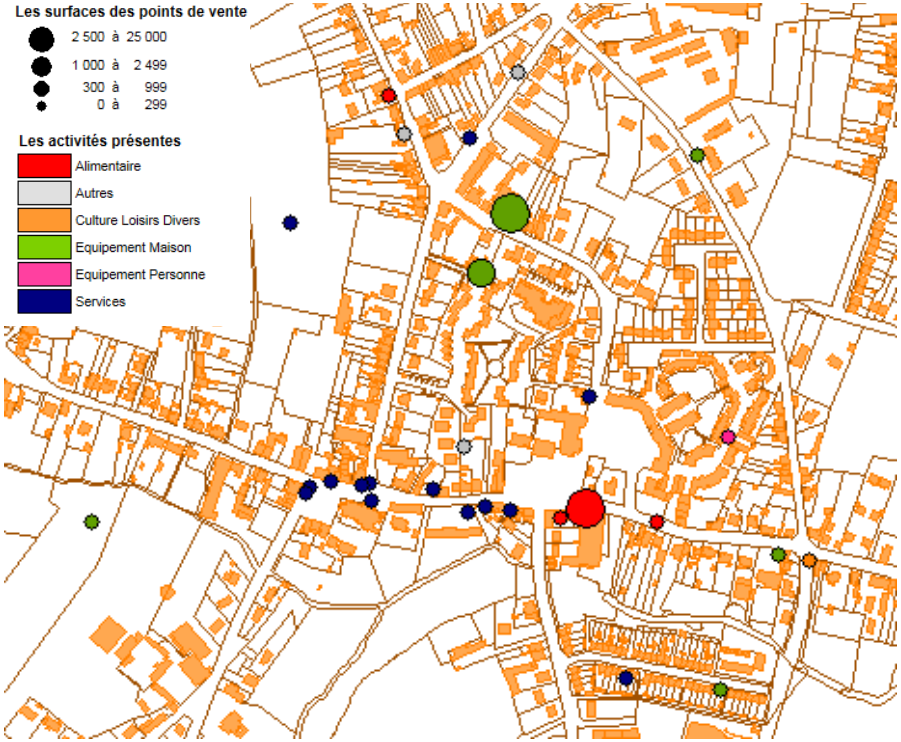



CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCI de région Nord de France*

# QUELS ENJEUX POUR FEIGNIES ?

**Les points de vente dans le centre-ville de Feignies**




- **Constats:**
  - 16 commerces et services (stable en 5 ans), délimité par la rue J. Jaurès et les Pl du Général de Gaulle et de l'Eglise, dont un supermarché de 1130 m².
  - Un âge moyen des commerçants de 50 ans.

- **Enjeux : conforter l'offre de base, accompagner les départs en retraite et moderniser l'offre existante.**

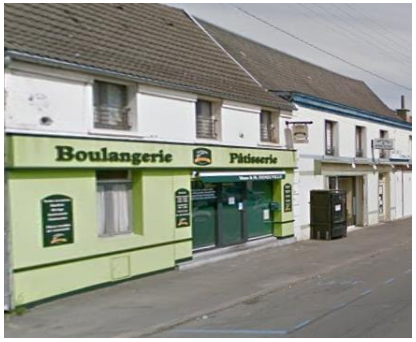
CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*

# LOUVROIL : 153 POINTS DE VENTE

- 361 M€ de CA ; 53% en alimentaire
- 331 M€ de CA pour la zone commerciale Val de Sambre (partie Louvroil) qui influence fortement l'activité commerciale de la commune et de ses environs.
- 153 points de vente dont 20 de plus de 300 m².
- Une offre assez diversifiée grâce au centre commercial, sauf en alimentaire où on ne trouve que des boulangeries et boucheries en dehors de l'hypermarché AUCHAN.
- Un taux de diversité de 35%, très en dessous de la moyenne des communes de 6000 habitants (45%).
- Une densité d'établissements au-dessus de la moyenne (23 contre 8).







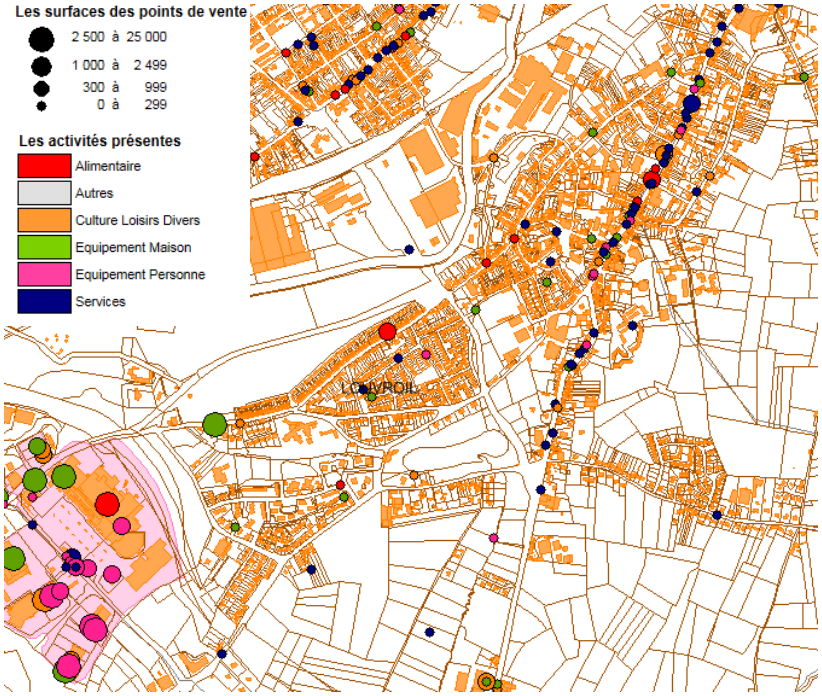

| Points de ventes | Commune de Louvroil | Poids |
|---|---|---|
| Alimentaires | 16 | 10,5% |
| Equipement personne | 47 | 6,5% |
| Equipement maison | 24 | 15,7% |
| Culture, loisirs, divers | 10 | 30,7% |
| Services | 56 | 36,6% |
| **Total général** | 153 | **100%** |

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCI de région Nord de France*

# QUELS ENJEUX POUR LOUVROIL ?

## Les points de vente dans le centre-ville de Louvroil




- **Constats :**
  - 35 commerces, le long de la route d'Avesnes, dont un supermarché de 800 m² et un antiquaire de 600 m².
  - 12 M€ de CA, dont 30% pour ALDI.
  - Une offre plutôt diversifiée, en légère progression par rapport à 2010.
  - A 6 min en voiture d'un grand centre commercial.

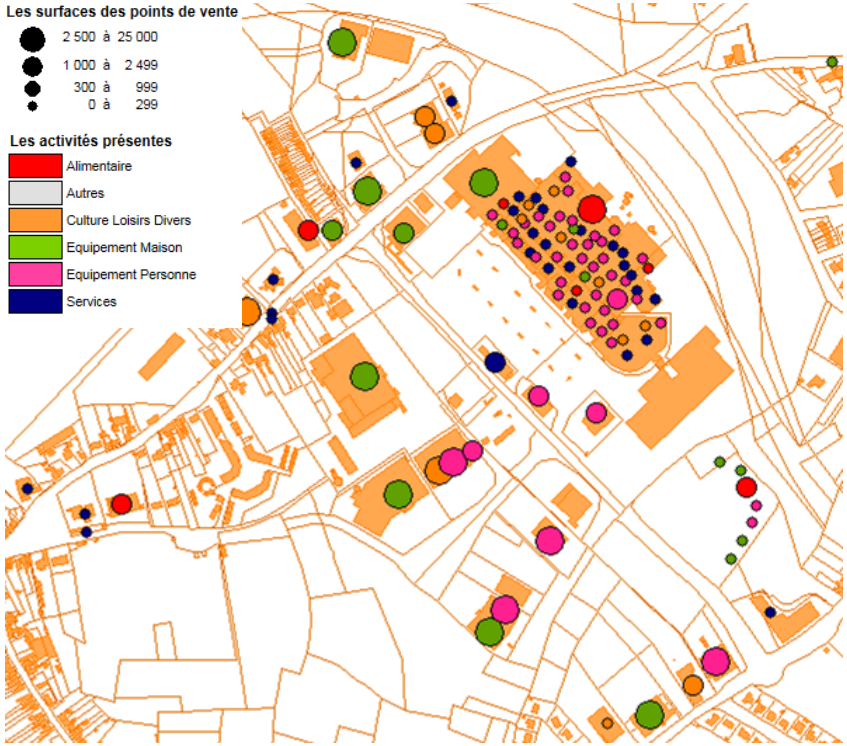
- **Enjeux : conforter l'offre de base dans le centre-ville**

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCIR Nord de France*

# QUELS ENJEUX POUR LA ZONE COMMERCIALE VAL DE SAMBRE ?

## Les points de vente dans la ZC Val de Sambre




- **Constats :**
  - Avec Hautmont et Louvroil, 425M€ de CA.
  - 100 points de vente dont 70 dans la galerie commerciale.
  - Une offre très complète.
  - Des agrandissements très réguliers, et encore à venir.
  - Une vacance quasiment nulle.
  - Un pôle fort mais qui rend l'existence des autres pôles difficile. Notamment pour le centre-ville de Maubeuge.
  - La clientèle Belge pèse 17% des CA (à comparer avec 12% pour la ZC Auchan Petite Forêt).

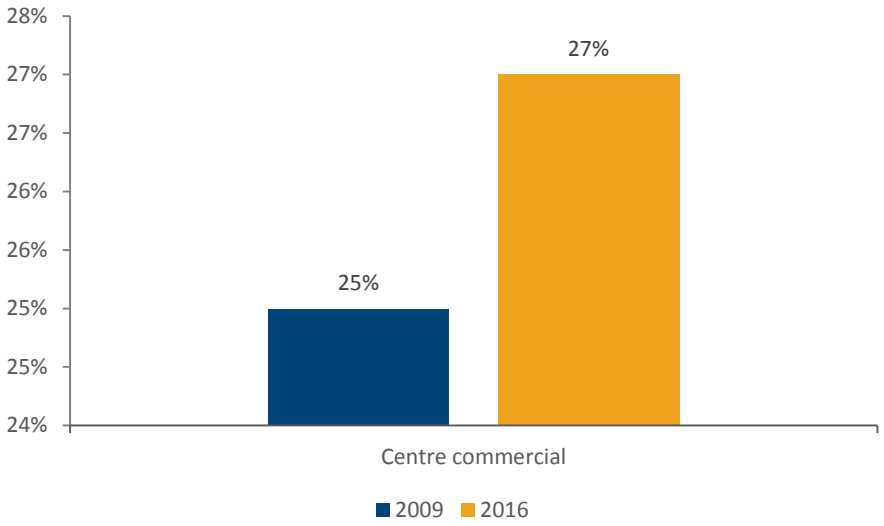
- **Enjeux : conforter le Centre Commercial Val de Sambre**

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

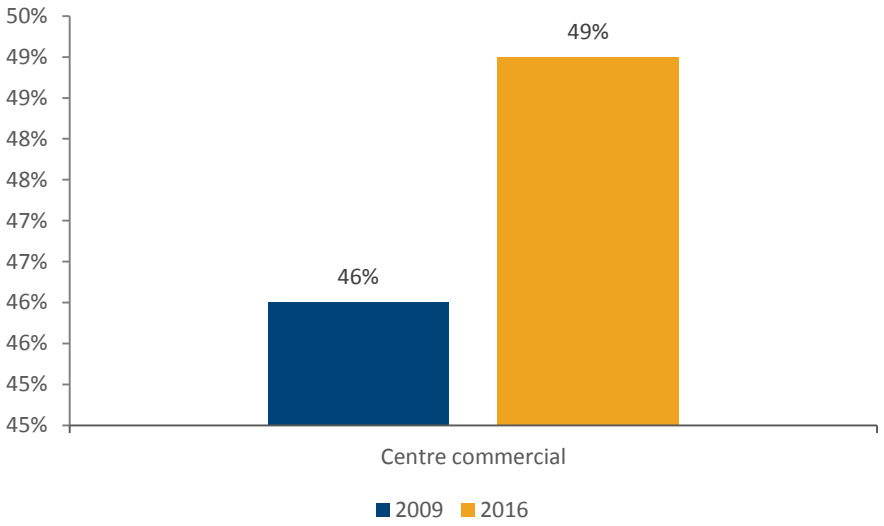
*Source : CCIR Nord de France*

# EVOLUTION DE LA DESTINATION DES DEPENSES COMMERCIALISABLES POUR LA ZONE COMMERCIALE VAL DE SAMBRE

**Destinations des dépenses commercialisables**
**En alimentaire**



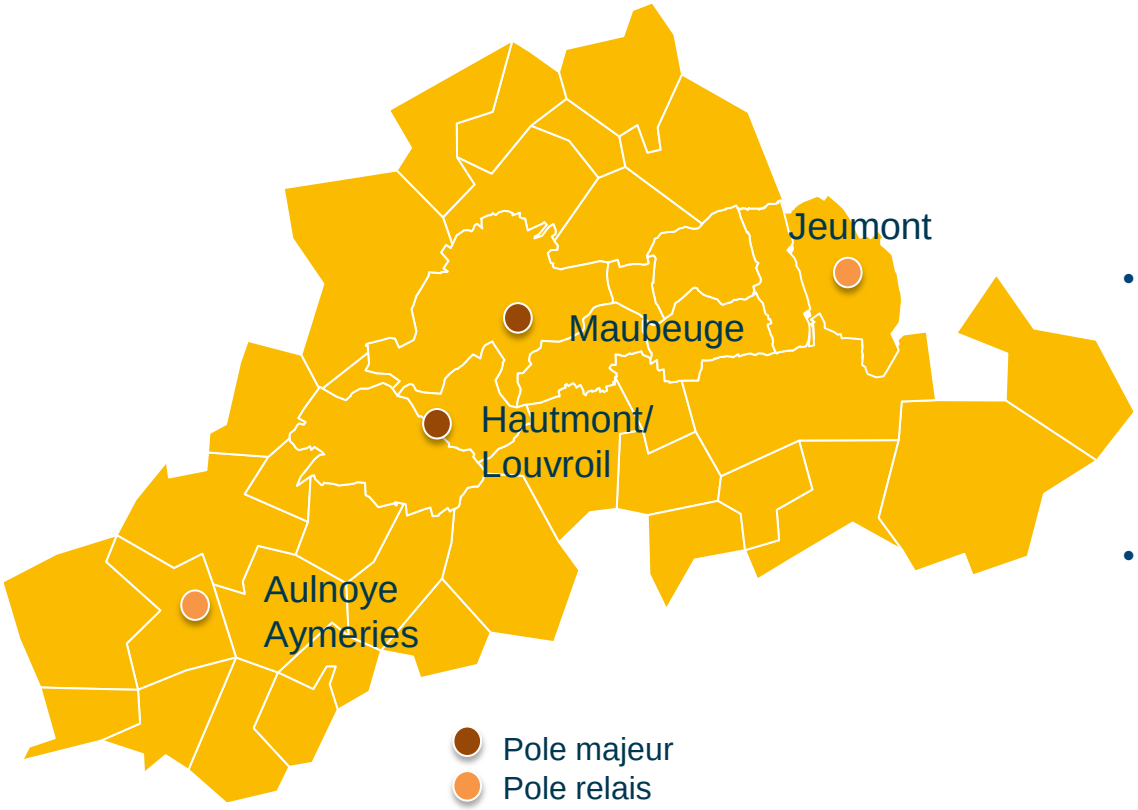

**Destinations des dépenses commercialisables**
**En non alimentaire**




CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# OU SONT LES FONCTIONS COMMERCIALES DU TERRITOIRE ?

**Les grandes polarités commerciales du territoire**




- Une organisation commerciale cohérente au regard du maillage du territoire par les pôles relais et majeurs mais déséquilibrée au regard du poids de la zone commerciale Val de Sambre et de la dévitalisation des centres villes et centres bourgs

- Néanmoins, une perte de commercialité du centre-ville de Maubeuge et des centres bourgs. Il y a un déséquilibre croissant avec le CC du Val de Sambre.

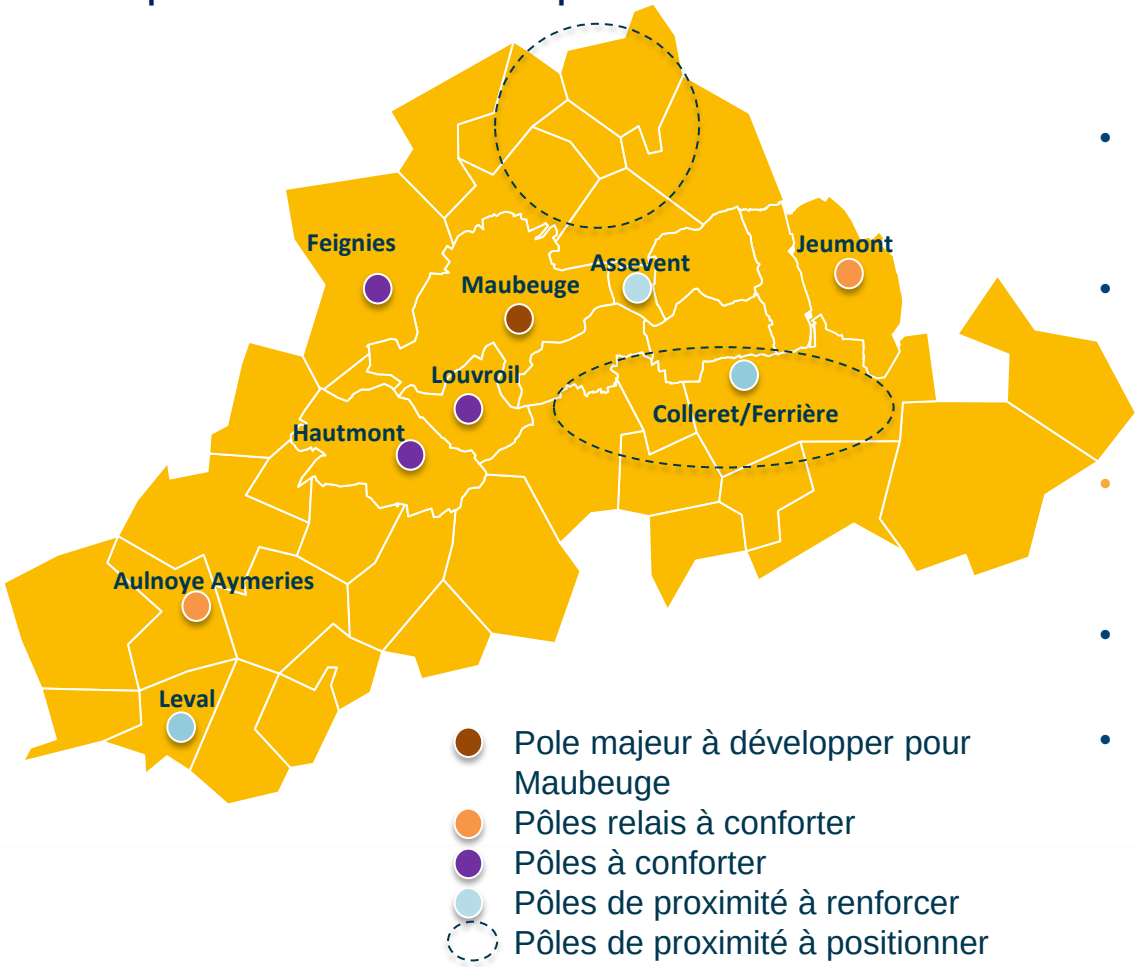
- Une tendance difficile à renverser tant la dynamique est défavorable à Maubeuge centre et aux centres bourgs. Le projet du Pôle Gare ne suffira pas à relancer le centre-ville de Maubeuge. Il y a un risque majeur de déclassement du centre-ville de Maubeuge en pôle relais.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCI de région Nord de France*

# AU-DELÀ DES GRANDS PÔLES, QUELQUES PÔLES DE PROXIMITÉ A RENFORCER OU A CONFORTER

**Les polarités commerciales de proximité à renforcer**




- Toutes les communes ont vocation à accueillir un pôle de proximité avec les commerces de base.
- Les commerces de base comprennent a minima, une supérette, une boulangerie et une boucherie.
- Néanmoins, il n'existe pas toujours le potentiel de ménages pour accueillir de façon complète tous ces commerces de base.
- Il y a donc un renforcement possible de l'offre pour 3 communes : Leval, Assevent et Colleret/Ferrière.
- La création d'un pôle de proximité au nord du territoire.
- Et un confortement proposé pour Feignies, Louvroil, Jeumont, Aulnoye Aymeries et Hautmont qui existent déjà.

CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCI de région Nord de France*

# PROPOSITIONS DE 5 AXES DE TRAVAIL

- L’enjeux pour le territoire est d’améliorer la lisibilité de l’offre commerciale tout en confortant la proximité.
- Tous les commerces ne peuvent pas être présents partout : il faut une offre de base à proximité de son lieu d’habitation et une offre diversifiée et segmentée sur des centralités.

- Cette configuration doit permettre de répondre  aux nouveaux besoins des consommateurs, qui cherchent une expérience d’achat de plus en plus couteuse à mettre en œuvre pour le commerçant.

- Afin de répondre à ces enjeux, il faut pouvoir travailler sur 5 axes :
  1. Gérer les équilibres commerciaux et renforcer qualitativement l'attractivité du territoire.
  2. Affirmer le rôle moteur du centre-ville de Maubeuge,
  3. Accompagner les  6 centralités structurantes,
  4. S'adapter aux évolutions des modes de consommation et de l'offre commerciale,
  5. Améliorer le niveau de service dans les communes rurales.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCI de région Nord de France*

# PROPOSITIONS D'ACTIONS POUR LES 5 AXES DE TRAVAIL

| 1 - Gérer les équilibres commerciaux et renforcer qualitativement l'attractivité du territoire | 2 - Affirmer le rôle moteur du centre-ville de Maubeuge | 3 - Accompagner les 6 centralités structurantes | 4 - S'adapter aux évolutions des modes de consommation et de l'offre commerciale | 5 - Améliorer le niveau de service dans les communes rurales |
|---|---|---|---|---|
| Interrompre le développement des GMS vers le non alimentaire et des zones de périphérie | Affirmer le rayonnement par une politique de recherche d'enseignes différenciantes en offrant un bâti adapté | Maitriser les évolutions de l'offre alimentaire traditionnelle | Accompagner la transmission des commerces | Développer le lien commerce/agriculture pour des circuits courts performants |
| Maitriser la périphérisation des activités commerciales trouvant leur place en centre-ville et centre-bourg | Intervenir sur le bâti commercial pour lutter contre la croissance de la vacance en cœur de ville et la séparation des accès commerce/habitat<br>Investir dans le mobilier urbain | | Stimuler l'émergence de nouveaux concepts marchands | Mieux faire connaitre les circuits courts |
| Corréler la croissance de l'offre alimentaire avec la croissance de la population | Freiner la périphérisation des activités tertiaires, médicales et de loisirs qui constituent des moteurs de fréquentation | | Soutenir le développement d'une offre cross-canal (ex : Grand Projet Commerce Connecté de la CCI Grand Hainaut) | Mettre en réseau des commerces alimentaires de proximité |
| Anticiper le besoin moindre en surface commerciale lié à la croissance de la consommation sur Internet | Affirmer une identité différençiante en capitalisant sur le patrimoine<br>Améliorer l'ambiance urbaine et l'animation | Améliorer l'ambiance urbaine et l'animation | Capter les actifs et s'adapter aux nouveaux temps de consommation | Conforter les bourgs au tissu commercial de base complet |
| Densifier les espaces commerciaux pour favoriser leur requalification | Affirmer la convivialité en cœur de ville<br>Travailler sur le marketing territorial | Revaloriser l'habitat en cœur de bourg | Adapter le commerce au vieillissement de la population | Faire évoluer les tournées alimentaires vers une fonction livraison et vers des mini marchés |

*Source : CCI de région Nord de France*

# CONCLUSION

- La Communauté d'Agglomération de Maubeuge Val de Sambre peut être considérée comme un territoire attractif commercialement autant pour ses habitants que pour ses visiteurs.
- Cependant, des déséquilibres ont dégradé la situation du centre-ville de Maubeuge et plus globalement ont fragilisé les commerces traditionnels. Certaines menaces peuvent remettre en cause le potentiel commercial comme la pérennité des clientèles belges, un niveau de concurrence exacerbé, etc..
- Cela nécessite une attention particulière sur les nouveaux projets et pour cela de bien définir le type de commerce que l'on veut pour chaque localité.



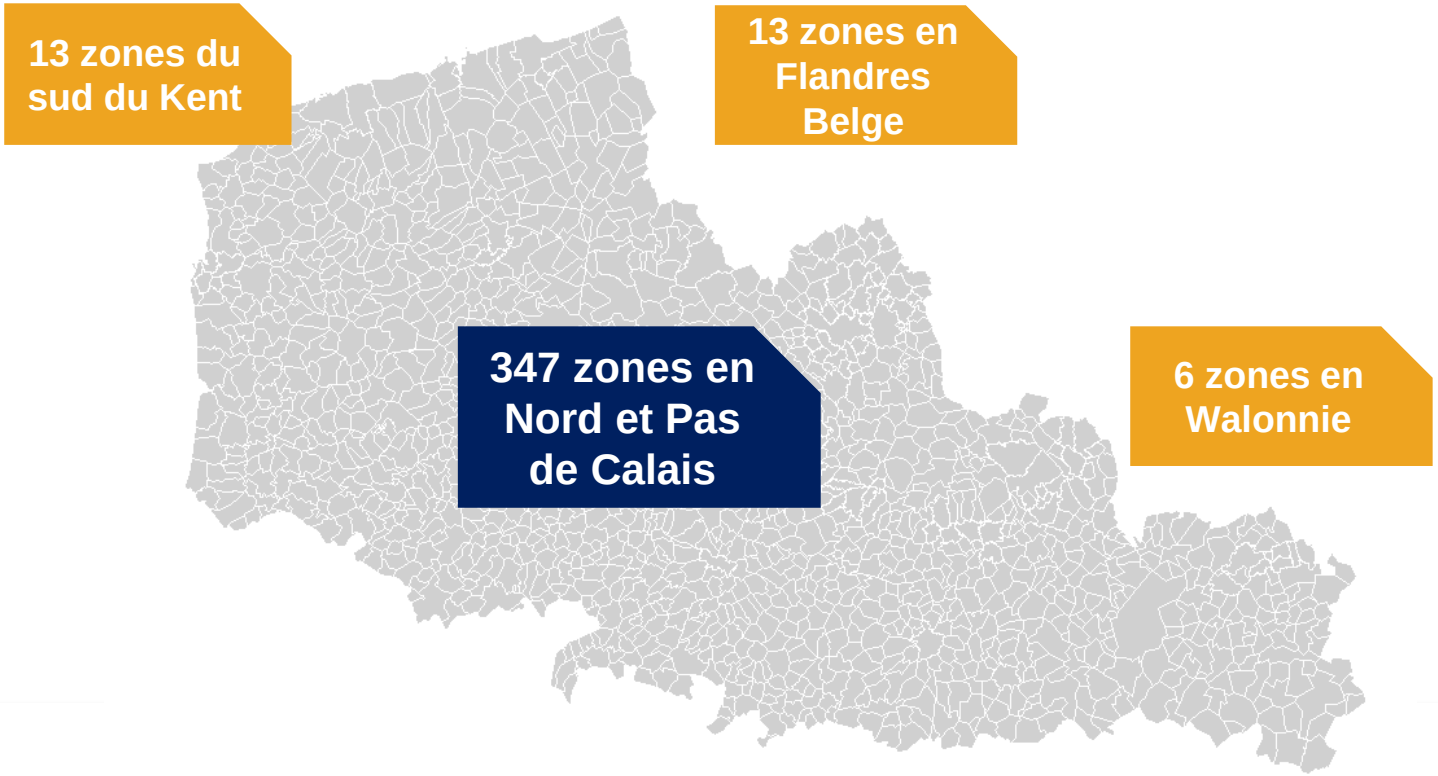
CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

*Source : CCI de région Nord de France*

# Annexes

# LA MÉTHODOLOGIE

- 14 075 ménages enquêtés en septembre 2015 dans la région et les communes frontalières belges et anglaises, des enquêtes menées en Grand Hainaut depuis 2006.
- Près de 335 000 actes d'achats collectés permettant 389 zones d'études.




CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE

# LA MÉTHODOLOGIE

- Les **enquêtes** ont été réalisées par questionnaire auprès d'échantillons aléatoires de ménages par le cabinet AID OBSERVATOIRE.

- Des échantillons représentatifs de la population sont constitués pour chacune des zones de résidences prédéfinies.

- Les enquêtes se font sur le dernier lieu d'achat (ce qui permet de ne pas éliminer d'emblée certains circuits de distribution qui ne seraient pas « habituels ») pour les **32 catégories de produits** (cf liste ci-après).

- Pour chacune des zones, un minimum d'enquêtes est nécessaire, quelque soit l'importance de la zone en terme de population. Au moment des traitements, des redressements statistiques sont effectués en fonction de l'importance des zones en population, de leurs caractéristiques sociodémographiques et de l'importance de chaque famille de produit dans les dépenses commercialisables des ménages.

- Les traitements sont effectués sur les actes d'achats recueillis dans les enquêtes. Pour chaque zone, le nombre d'actes d'achats analysés avant redressements se situe le plus souvent dans une fourchette de 1 300 à 2 100.

- Des vérifications de fiabilité sont faites à partir de l'identification des seuils de convergence et de la reconstitution du CA de magasins de taille significative comparé au CA réel de ces magasins.

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# LES PRODUITS PRIS EN COMPTE

- Une enquête sur 5 familles de produits et 32 produits de consommation courante :

| |
|---|
| **PRODUITS ALIMENTAIRES** |
| 01. Viande, Charcuterie |
| 02. Poissons, crustacés, |
| 03. Epicerie, boissons non alcoolisées |
| 04. Beurre, œufs, fromage, |
| 05. Boissons alcoolisées |
| 06. Boulangerie, pâtisserie |
| 07. Fruits, légumes |
| 08. Produis surgelés |
| **ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE** |
| 09. Chaussures |
| 10. Parfumerie, hygiène, beauté |
| 11. Horlogerie, bijouterie, maroquinerie |
| 12. Habillement enfant moins de 12 ans |
| 13. Habillement homme |
| 14. Habillement femme |
| 15. Lingerie |
| 16. Optique |

| |
|---|
| **ÉQUIPEMENT DE LA MAISON** |
| 17. Mobilier dont literie et mobilier de jardin |
| 18. Linge de maison |
| 19. Appareils équipement ménager |
| 20. Art de la table, décoration |
| 21. Bricolage |
| 22. Fleurs, plantes, animaux |
| **CULTURE – LOISIRS – SPORTS** |
| 23. Appareils audiovisuels |
| 24. Articles et matériels de sport, camping, musique |
| 25. Jouets, loisirs créatifs, jeux |
| 26. Livres, papeterie, journaux, presse |
| 27. Matériel de téléphonie |
| 28. Informatique, logiciels, accessoires |
| 29. CD, DVD, minidisc |
| **SERVICES** |
| 30. Entretien courant automobile, cycles, accessoires |
| 31. Coiffure |
| 32. Cinéma |

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# LEXIQUE

- DÉPENSES COMMERCIALISABLES (DC) : ensemble des dépenses de consommation des ménages susceptibles de transiter par une forme de commerce (y compris la vente à distance). La notion de « dépense commercialisable » est plus restrictive que celle de « dépense des ménages » car elle ne comptabilise pas l'ensemble des charges d'aménagement du logement et les achats réalisés auprès de divers services tels que l'eau, le gaz, l'électricité.
- INDICE DE DISPARITE DE LA CONSOMMATION (IDC) : coefficient qui vient moduler la moyenne nationale de consommation des ménages pour un produit afin de traduire la réalité des dépenses des ménages, dans la ou les communes étudiées au niveau local. Par exemple, un IDC de 110 (100 = moyenne nationale) traduit une « surconsommation » des ménages locaux de 10 % par rapport à la moyenne nationale. L'écart à la moyenne nationale est lié aux caractéristiques socioéconomiques de la population (âge, nombre de personnes au foyer…), à des habitudes locales.
- MARCHÉ THÉORIQUE d'un produit (ou d'un ensemble de produits) dans un secteur géographique : ensemble des dépenses effectuées par les ménages qui résident dans le secteur, pour le ou les produits que l'on étudie. Le montant du "marché théorique" pourra être dépensé localement (il s'agira alors d'une rétention), soit dans un autre territoire que le territoire de résidence (on parlera alors d'évasion).
- NIVEAU D'ACTIVITÉ : c'est la somme des dépenses des consommateurs reconstituées par enquête, et attribuées à un magasin, un espace marchand, une forme de vente… Cette notion qui pourrait être assimilée au chiffre d'affaires, en diffère cependant car elle ne prend en compte ni les achats des « non-résidents », ni ceux des administrations et entreprises. L'écart peut être important notamment dans les zones touristiques.
- PÔLE COMMERCIAL : c'est une destination d'achat. Espace géographique délimité, dans lequel un regroupement de points de vente génère, par synergie, une attraction supérieure à la simple addition des attractions individuelles des commerces qui le composent (exemple : un centre-ville, un centre commercial, …).
- TAUX D'ATTRACTIVITE : part des achats venant de consommateurs extérieurs et attirés sur la zone de chalandise
- TAUX D'EMPRISE : part de dépense (DC) qu'un territoire parvient à capter dans ses commerces.
- TAUX D'EVASION : part des achats réalisés en dehors du marché théorique
- ZONE DE CHALANDISE : zone géographique d'où provient l'essentiel de la clientèle d'un ensemble commercial (magasin, pôle commercial, ville, …). Il existe de nombreux modes de détermination de la ZC. Certains se fondent, sur la distance-temps pour venir au magasin, d'autres sur le nombre de clients en provenance d'un secteur, d'autres encore, sur le poids d'un secteur d'origine de la clientèle dans le chiffre d'affaires. On se fonde sur le taux d'emprise qu'un ensemble commercial a sur les secteurs flux de résidence. Par convention et pour permettre des comparaisons, il a été défini 3 zones : la zone primaire (> 25%), la zone secondaire (10 à 25%), la zone tertiaire (< 10%).
- ZONE D'INFLUENCE : au-delà de la zone de chalandise, zone en halo sur laquelle l'ensemble commercial suscite encore quelques actes d'achats ponctuels, spécifiques et diffus. L'emprise exercée par le pôle commercial est inférieure à 10 %. Elle est, potentiellement, une zone de conquête d'influence (élargissement d'une zone de chalandise) et peut révéler la ou les spécificités de l'offre commerciale d'un pôle.

**Contacts :**
**Gwenaëlle VANDEVILLE**
**g.vandeville@grandhainaut.cci.fr**
**Christelle VANUXEEM**
**c.vanuxeem@grandhainaut.cci.fr**
**Tapio POTEAU**
**t.poteau@hautsdefrance.cci.fr**
**Sylvie SCHOELENS**
**s.schoelens@hautsdefrance.cci.fr**

hautsdefrance.cci.fr

#rev3

CCI GRAND HAINAUT
HAUTS-DE-FRANCE

# Elaboration du PLUi de l'agglomération Maubeuge Val de Sambre

## Approche de l'enjeu commerce

## Diagnostic

## Août 2017

PIVADIS

*24, Rue de la Bredauche - 45380 LA CHAPELLE ST MESMIN*
*Interlocuteur : Stéphane MERLIN*
*Tél: 02.38.43.41.38 – Fax: 02.38.70.50.95*
*Email: pivadis@wanadoo.fr*

# Sommaire


1. EVALUATION DE LA DEMANDE

1.1. De l'incidence du contexte sociodémographique sur le potentiel commercial. 3

1.2. Rappel de quelques grands indicateurs démographiques comme terreau de la situation commerciale actuelle… et future. 5

1.3. Un marché théorique important en valeur totale… mais qui baisse… 8

… et est très réparti spatialement. 10

2. OFFRE COMMERCIALE

2.1. Une assez faible densité en nombre de locaux commerciaux, qui n'empêche pas un fort taux de locaux inactifs. 12

2.2. Le faible nombre de commerces et services actifs, par rapport à la population, implique des niveaux d'équilibre qui peuvent sembler en nette carence… 13

… mais une densité importante en surfaces de vente, en grandes et moyennes surfaces. 14

2.3. Des carences limitées et très ciblées dans l'offre proposée 15

2.4. Une répartition en gamme de prix qui se focalise sur le centre du marché 21

2.5. Un assez bon état général des locaux commerciaux, sauf pour les locaux inactifs. 22

3. ARMATURE COMMERCIALE

3.1. 75 sites commerciaux pour 1.000 commerces et services actifs! 24

3.2. L'organisation urbaine historique amène à une faible hiérarchisation des effets de centralité. 25

3.3. Mais le centre commercial Val de Sambre est clairement quantitativement dominant, en surfaces de vente. 26

3.4. répartition spatiale de l'offre alimentaire spécialisée montre une offre « à minima ». 27

3.5. Offre généraliste: le squelette fondamental de l'armature commerciale. 28

3.6. Equipement de la personne: un choix insuffisant et insuffisamment concentrée pour maintenir la consommation. 29

3.7. Equipement de la maison: un choix théoriquement insuffisant et insuffisamment concentré mais dont le positionnement mass market permet de tenir la consommation. 30

3.8. Hygiène santé beauté: une offre fortement contributrice aux effets de centralité. 31

3.9. Culture loisirs: des offres limitées en nombre et en enseignes. 32

3.10. Cycles Auto: une répartition classique sur les effets d'axes 33

3.11. Cafés Hôtels Restaurants: une nette présence dans les effets de centralités. 34

3.12. Services en agence: une forte présence dans les centralités. 35

3.13. Quel avenir d'une offre « dispersée » ? 36

ANNEXE: fiches sites 52


*Sources et méthodes:*
*Exploitation des données socio-démographique INSEE et DGI.*
*Relevés terrain, géolocalisation et analyses fonctionnelles effectués par les chargés d'études de PIVADIS au 1er semestre 2017 (à l'exception des quartier NPNRU niveau national et leurs environnements directs, relevés précédemment dans le cadre des études Epareca)*

# 1. EVALUATION DE LA DEMANDE

# 1.1. De l'incidence du contexte sociodémographique sur le potentiel commercial.

Le commerce de détail, contrairement à d'autres domaines de l'économie (industrie, services…) fonctionne sur un marché fini, au sens où il développe son activité à partir d'une clientèle présente sur un territoire (de manière continue ou ponctuelle (touristes)). En fonction de son niveau d'attractivité, son périmètre d'influence peut varier mais de manière différenciée entre

. la réponse à des besoins courants, alimentaires par exemple, plutôt sur un temps d'accès court, de moins de 15 minutes, avec des enjeux de niveau de services à la population, en particulier dans les communes rurales, mais aussi dans les quartiers des centralités urbaines plus denses,

. la réponse à des dépenses moins régulières, voire ponctuelles (comme les meubles par exemple), avec des temps d'accès pouvant s'accentuer pour les dépenses les plus ponctuelles (jusqu'à 45 minutes, voire 1h30 pour des cas très exceptionnels). Pour le cas de concept associant une notion de loisirs au commerce, l'influence peut également s'élargir, mais cela ne concerne pas plus de 5% des dépenses d'un ménage.

Bien évidemment, la montée en puissance du e-commerce relativise cette notion de marché fini. Celui-ci captait en 2010, 4% des dépenses commerciales des ménages en France. Il pourrait atteindre jusqu'à 15% voire 30% à l'horizon 2020, mais de manière focalisée sur certaines dépenses: les produits dits « culturels », l'habillement, les cadeaux, certains services.

La largeur de la zone d'influence d'un ensemble commercial est dépendant de son attractivité. Celle-ci n'est pas seulement liée au nombre de commerces et au nombre de m² développés. Elle dépend aussi de la qualité du contexte et de l'image d'un site. La facilité d'accès est également un facteur, mais lui-même dépendant du niveau d'attractivité: plus le niveau d'intérêt pour le consommateur est fort, moins le critère de l'accessibilité pèse sur la décision de fréquentation. Si les critères quantitatifs ne sont pas les seuls donc, ils constituent néanmoins une base essentielle. Or, le dimensionnement d'une offre commerciale dépend d'abord de son marché en zone primaire, d'où une focalisation de l'offre sur les principales densités urbaines. Le chiffre d'affaires d'un commerce se structure en effet d'abord sur sa zone primaire, avant de se consolider sur les zones secondaires, tertiaires, voire quaternaires, avec une emprise décroissante sur les dépenses à mesure que l'on s'éloigne et que les alternatives de lieux de dépense apparaissent. Il existe donc un processus itératif entre le positionnement d'une offre et la définition de sa zone de chalandise, fonctionnant à la hausse, comme à la baisse (pour les offres répondant aux besoins courants, dits « de proximité »).

Ainsi, l'évolution du commerce dans les trente dernières années, avec à la fois le développement de la grande distribution, mais aussi parallèlement une forte évolution du cadre du fonctionnement du commerce dit « traditionnel » (forte montée en puissance des contraintes des normes pour l'alimentaire par exemple, évolution du niveau de charges et de la législation du travail), tend à nécessiter des chiffres d'affaires de plus en plus importants par établissement pour assurer leur viabilité et de ce fait des densités d'habitants de plus en plus importantes. Cela explique pour une grande part la difficulté à maintenir des commerces de proximité en milieu rural.

L'évaluation du marché sur lequel les commerces d'un territoire peuvent attirer leur clientèle constitue donc une clef pour identifier les possibilités de développement commercial de ce territoire. Elle dépend des caractéristiques sociodémographiques du territoire et de sa zone d'influence et de leur dynamique. La densité d'habitants, et l'évolution quantitative du nombre d'habitants et plus encore du nombre de ménages (le ménage constituant le point d'entrée de la dépense vers les commerces) constituent donc une base. Mais trois indicateurs, et leurs évolutions, sont également essentiel pour appréhender le « besoin » ou le « potentiel commercial » d'un territoire:

- la structuration des ménages en fonction de leur type: personnes seules, familles monoparentales, couples sans enfant, couples avec enfant(s). Ce critère constitue de plus en plus un élément de différenciation dans la consommation des ménages, dans une société où le modèle de la famille n'a plus grand-chose à voir avec celui des années 70, qui a prévalu à l'ensemble des politiques publiques en matière d'urbanisme jusqu'à la loi SRU.
- l'âge de la personne référent de chaque ménage: les plus jeunes (moins de 30 ans) ont tendance à consommer de manière différente par rapport à leurs aînés; ils ne font pas partie de la « génération hypermarchés », sont moins attachés au produit (principe de « toucher » le produit) et donc plus enclins à utiliser des formes immatérielles de commerce (y compris directement à partir de leur smartphone), même s'ils reviennent aussi vers les artisans et les producteurs et restent attachés à la notion de marques; les plus de 75 ans quant à eux limitent considérablement leur niveau de consommation de produits (-40% par rapport à la moyenne toutes générations, -2/3 pour des dépenses comme l'habillement et les chaussures), pour l'orienter vers les services.
- la catégorie socio-professionnelle et le niveau de revenus des ménages, avec des incidences tant sur le niveau de consommation que sur les modes de consommation.

Dans ce contexte, l'évaluation du marché, dit « Marché Théorique » et correspondant à l'ensemble des dépenses commercialisables (dépenses à destination des commerces, quels qu'ils soient, y compris la Vente A Distance) se fait à partir du processus suivant:

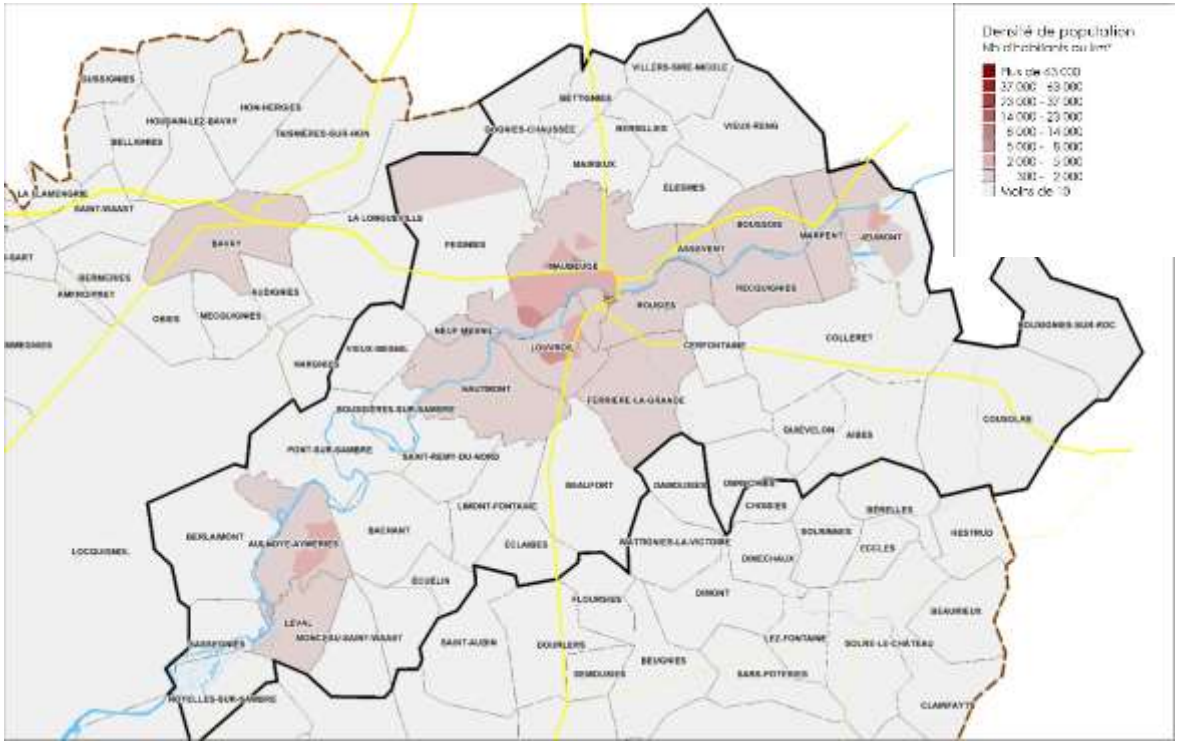
1. Définition du territoire d'analyse.
2. Caractérisation sociodémographique de la population de ce territoire
3. Calcul d'un indice de consommation (base 100 = moyenne France)
   à partir des caractéristiques sociodémographiques.
4. Evaluation du Marché Théorique par application de l'indice de consommation
   au niveau de consommation moyenne France multiplié par le nombre de ménages du territoire.

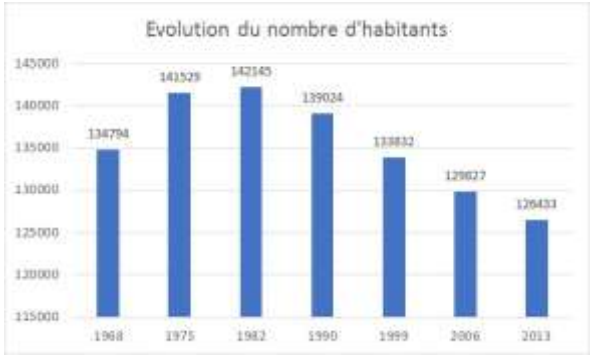
# 1.2. Rappel de quelques grands indicateurs démographiques comme terreau de la situation commerciale actuelle… et future.

Le territoire présente une densité de population répartie le long du Val de Sambre, classique des territoires industriels du Nord, mais fortement impactant sur la localisation historique du commerce, le long de « faubourgs ». En effet, dans une construction historique du commerce en proximité de l'habitat, cette organisation spatiale de la population a débouché sur une forte dispersion des commerces, avec de nombreux sites commerciaux, en particulier de proximité.

Cette organisation a ensuite influencé la localisation de moyennes surfaces alimentaires, maillant fortement le territoire.

Dans un contexte de fortes mutations des comportements d'achats, les dynamiques démographiques jouent un rôle clef dans la dynamique commerciale. On constate ainsi qu'il faut de plus en plus d'habitants, ou au moins de ménages, pour assurer le maintien d'un même nombre de commerces. Sur le territoire, la dynamique démographique est à la peine sur le temps long, sans signifier forcément une baisse du marché théorique (dépenses des ménages) compte tenu de la forte décohabitation constatée.





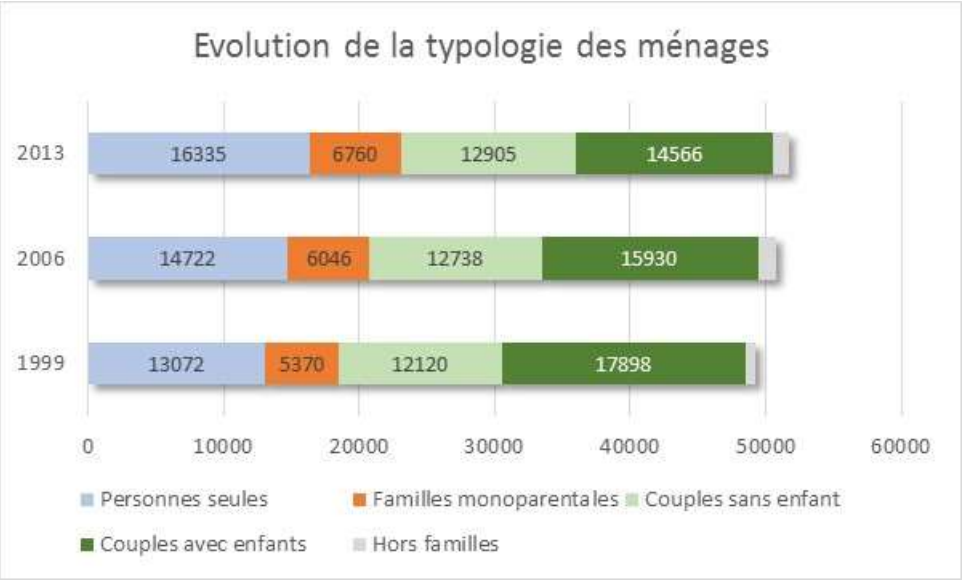


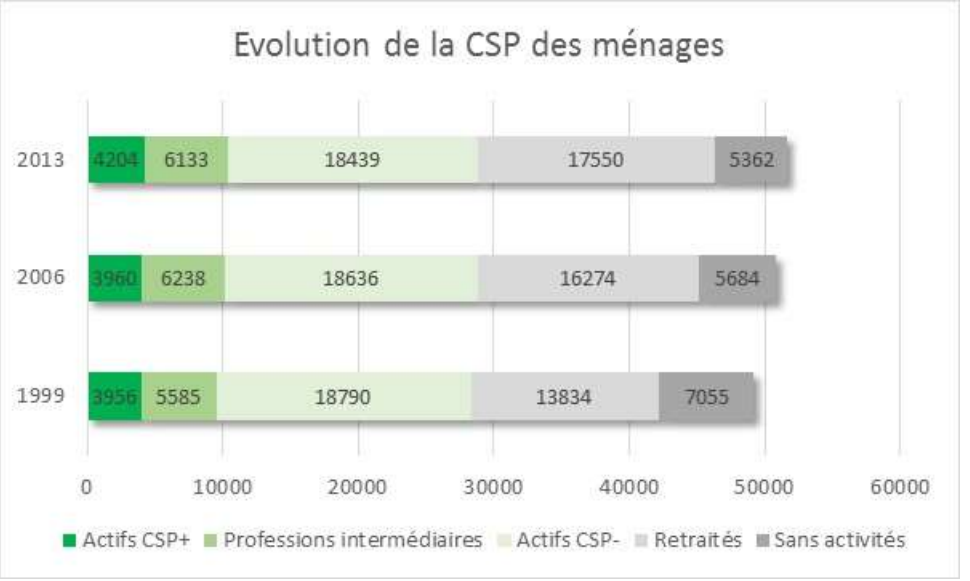
Source: INSEE

Ainsi, l'évolution démographique locale génére de plus en plus de personnes seules (théoriquement favorable au commerces de proximité) et de familles monoparentales (à la consommation très fragilisée).

Un vieillissement rapide est également à souligner, classique en France, et plus encore en Allemagne, mais avec une dynamique qui se ralentit dans les années les plus récentes. En effet, le nombre de ménages retraités est passé d'un peu moins de 14.000 en 1999 à un peu plus de 16.000 en 2006 et 17.500 en 2013.

Parallèlement, on constate que la structure des ménages actifs en fonction de leur catégorie socio-professionnelle est quasiment stable. D'ailleurs, sur la période observée, si le nombre de ménages a augmenté, le nombre de ménages actifs est quasiment stable.



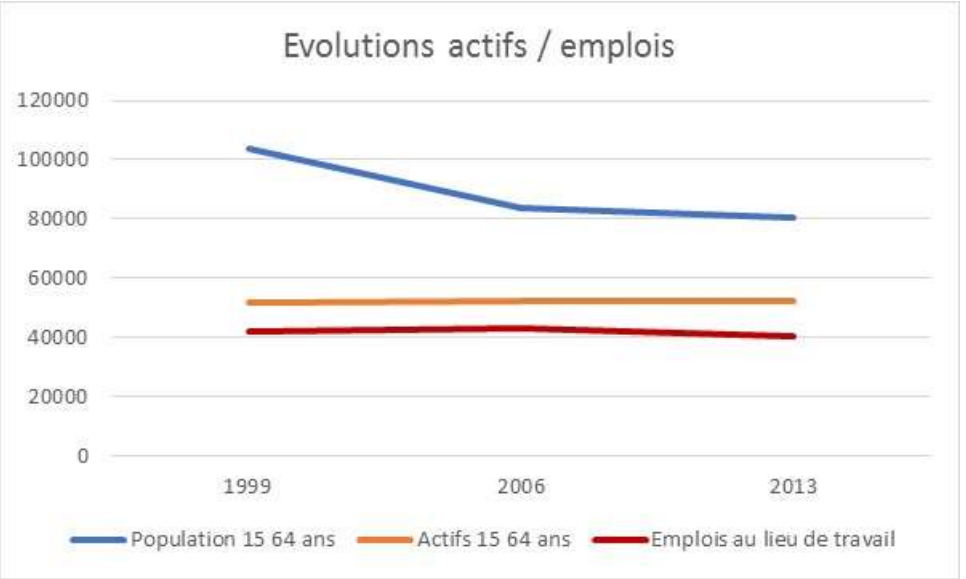



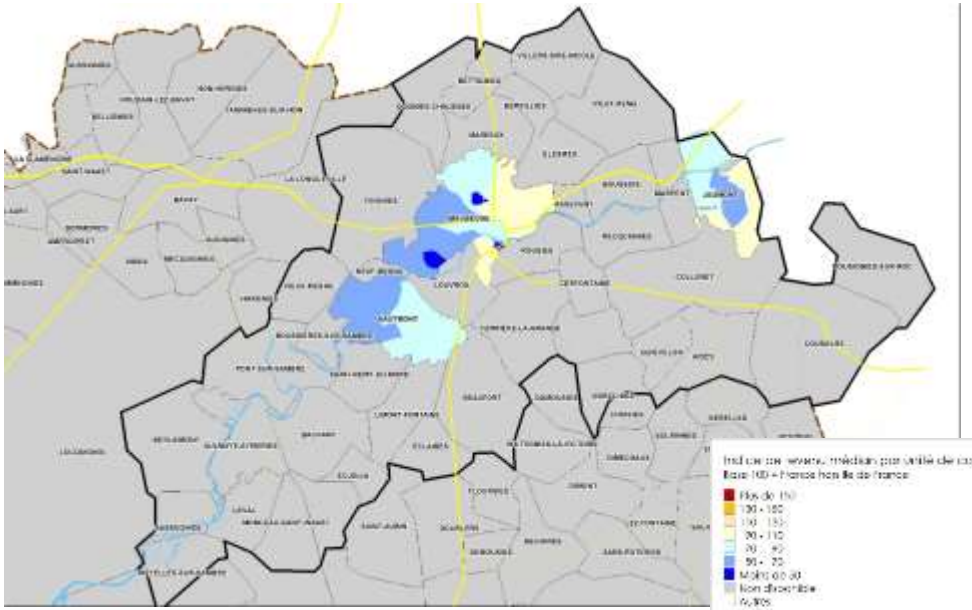
Dans ce contexte, la baisse démographique ne s'accompagne pas d'une baisse des actifs. Si le nombre d'emplois sur le territoire est en perte sur la dernière période, on ne note pas de décrochage net du ratio emplois / actifs. Cela signifie que la sortie de l'emploi génère soit un passage à retraite, soit un départ du territoire.

L'ensemble de ces caractéristiques et dynamiques implique des niveaux de revenus par unité de consommation assez faibles, avec des poches de pauvreté concentrées: les indices de revenus par unité de consommation (base 100 = France métropolitaine) descendent ainsi sur certains quartiers jusqu'à 35 (soit 65 points en dessous du revenu médian Français).

*Définition de l'unité de consommation:*
*1er adulte d'un ménage = 1 unité*
*Autres adultes et*
*enfants de plus de 14 ans = 0,5*
*Enfants de moins de 14 ans = 0,3*

*Cette méthode permet de pondérer l'analyse du revenu avec le « besoin » de consommation, qui n'est pas proportionné directement au nombre de personnes ou au nombre de ménages, mais à une combinaison des deux et en particulier à la composition de chaque ménage.*



# 1.3. Un marché théorique important en valeur totale… mais qui baisse…

Avec une valeur de dépenses de l'ordre de 760 M€ pour les dépenses au sens strict estimée pour 2017, le territoire présente un potentiel de dépense important en valeur absolue, mais contraint en termes de dépenses par ménage.

Ainsi, la méthode appliquée qui incorpore une correction en fonction des déciles de revenus amène à une évaluation moindre qu'en 1999 (en valeur 2015), de l'ordre de 8%. Ainsi, même avec un nombre supérieur de ménages, le marché théorique (ensemble des dépenses annuelles des habitants) est inférieur à celui de 1999 (hors inflation).

| Nb de ménages | 49240 | *51241* | *52600* | *54300* | *54300* |
|---|---|---|---|---|---|
| Dépenses en M€ valeur 2015 | 1999 | Estimation 2015 sur base INSEE 2013 | Estimation 2017 sur base INSEE 2014 | Projection 2025 hyp. Basse | Projection 2025 hyp. Haute |
| 1 - ALIMENTAIRE | 278,2 | 277,0 | 284,4 | 281,7 | 294,1 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 88,9 | 81,0 | 83,2 | 78,2 | 86,2 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 90,6 | 84,9 | 87,2 | 88,4 | 90,3 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 124,4 | 120,1 | 123,3 | 128,6 | 127,7 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 155,5 | 145,2 | 149,1 | 152,2 | 154,4 |
| 6 - TABAC | 30,5 | 32,5 | 33,4 | 32,2 | 34,4 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **768,1** | **740,7** | **760,6** | **761,3** | **787,2** |
| 7 - CYCLES AUTO | 205,9 | 196,3 | 201,6 | 207,2 | 208,7 |
| 8 - RESTAURATION | 85,6 | 73,1 | 75,1 | 79,0 | 77,9 |
| **Total** | **1059,7** | **1010,1** | **1037,3** | **1047,5** | **1073,7** |
| | | | | | |
| Dépenses annuelles moyennes par ménage | *21520* | *19712* | *19720* | *19291* | *19774* |

La dynamique de marché est donc très contrainte sur le territoire, même s'il convient de souligner que la tendance la plus récente amène à des estimations moins négatives.

Une première projection à l'horizon 2025, sur la base d'une hypothèse de l'ordre de 54.300 ménages, montre, dans l'hypothèse la moins favorable (arbitrages dans le budget des ménages défavorable au commerce au profit de services et poursuite d'un vieillissement de la population), une quasi stabilité du marché, à euros constants. Dans l'hypothèse la plus favorable, basée sur un maintien du niveau de consommation par ménage et une légère remontée de la dépense par ménage, le marché progresserait un peu, mais dans de faibles proportions: +27 M€, soit 3,5% sur 8 ans.

**Cette première approche souligne la contrainte de marché au sein du territoire, et la forte dépendance de la dynamique commerciale du territoire envers l'apport d'une clientèle extérieure, notamment belge.**

Définitions: TOTAL = ensemble des dépenses commercialisables (DC)
TOTAL DC au sens strict = TOTAL hors restauration, automobile et services.

Source: PIVADIS – évaluation à partir des données du recensement INSEE 2014 et ainsi que du Budget des Familles – INSEE, et des revenus par unité de consommation 2015.

| Dépenses annuelles en M€, valeur 2015 | Estimation 2017 | Projection 2025 hyp. Basse | Projection 2025 hyp. Haute |
|---|---|---|---|
| 11 - Pain pâtisserie | 24,0 | 23,7 | 24,7 |
| 12 - Viandes, charcuterie | 63,0 | 62,3 | 65,1 |
| 13 - Poissonerie, coquillages | 8,4 | 8,3 | 8,7 |
| 14 - Fruits et légumes | 28,8 | 28,5 | 29,7 |
| 15 - Crèmerie, produits laitiers | 41,7 | 41,2 | 43,0 |
| 16 - Epicerie, boissons | 126,1 | 124,7 | 130,2 |
| 17 - Produits d'entretien & d'hygiène | 13,4 | 13,3 | 13,9 |
| 31 - Habillement homme | 15,5 | 14,5 | 16,0 |
| 32 - Habillement femme | 21,4 | 20,1 | 22,1 |
| 33 - Habillement enfant et puériculture | 16,0 | 15,0 | 16,5 |
| 34 - Chaussures | 11,1 | 10,4 | 11,4 |
| 35 - Bijouterie, horlogerie | 10,1 | 9,5 | 10,4 |
| 36 - Autres accessoires | 17,7 | 16,6 | 18,3 |
| 41 - Electroménager | 13,6 | 13,7 | 14,0 |
| 45 - Décoration | 20,7 | 20,9 | 21,4 |
| 46 - Meubles | 25,4 | 25,7 | 26,2 |
| 47 - Bricolage | 19,7 | 19,9 | 20,4 |
| 48 - Divers équipement de la maison | 2,2 | 2,2 | 2,2 |

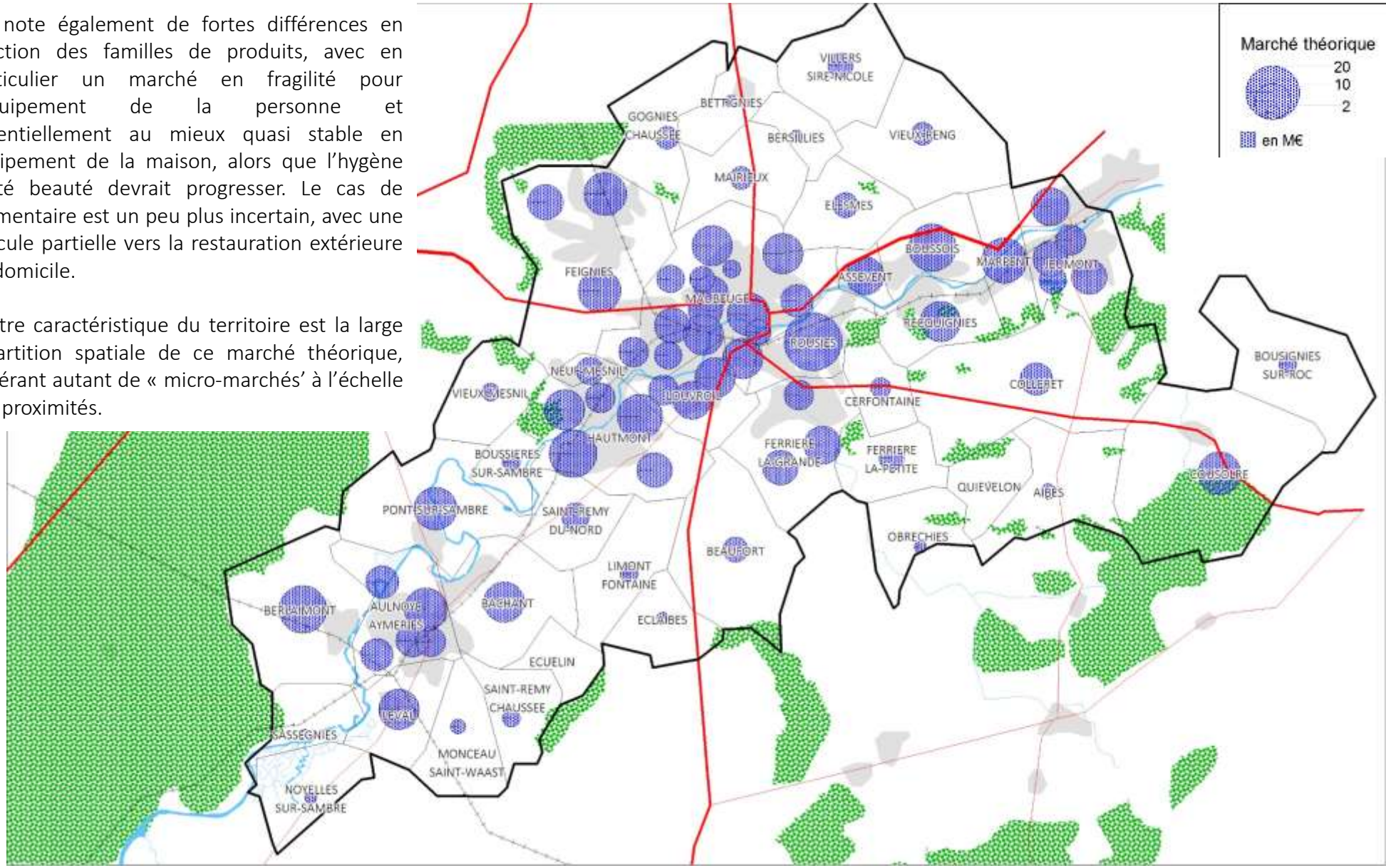
| Dépenses annuelles en M€, valeur 2015 | Estimation 2017 | Projection 2025 hyp. Basse | Projection 2025 hyp. Haute |
|---|---|---|---|
| 51 - Pharmacie | 74,3 | 77,3 | 76,8 |
| 52 - Produits de beauté | 31,3 | 32,5 | 32,3 |
| 53 - Coiffure & esthétique | 15,8 | 16,4 | 16,3 |
| 54 - Optique | 53,2 | 55,4 | 55,0 |
| 55 - Pressing | 2,3 | 2,3 | 2,3 |
| 61 - Tabac | 31,3 | 30,3 | 32,3 |
| 62 - Presse | 14,1 | 14,3 | 14,6 |
| 63 - TV, hifi, vidéo, photo | 21,4 | 21,8 | 22,1 |
| 64 - Informatique | 11,2 | 11,4 | 11,6 |
| 65 - Livres & papeterie | 11,0 | 11,2 | 11,3 |
| 66 - Disques | 5,2 | 5,3 | 5,4 |
| 67 - Téléphonie | 48,5 | 49,3 | 50,1 |
| 68 - Jeux & jouets | 10,0 | 10,2 | 10,3 |
| 69 - Articles de sport | 21,7 | 22,1 | 22,4 |
| 70 - Fleurs & jardinage | 12,2 | 12,5 | 12,6 |
| 71 - Acquisition véhicules | 97,0 | 98,8 | 100,2 |
| 71 - Animaux | 7,0 | 7,2 | 7,2 |
| 72 - Motocycles | 3,0 | 3,1 | 3,1 |
| 73 - Carburants | 57,7 | 59,2 | 59,6 |
| 74 - Entretien & contrôle | 55,2 | 56,6 | 57,0 |
| 81 - Bar | 8,2 | 8,6 | 8,5 |
| 82 - Restauration rapide | 27,6 | 28,9 | 28,5 |
| 83 - Restauration | 31,9 | 33,4 | 32,9 |

Source: PIVADIS – évaluation à partir des données du recensement INSEE 2014 et ainsi que du Budget des Familles – INSEE, et des revenus par unité de consommation 2015.

# … et est très réparti spatialement.

On note également de fortes différences en fonction des familles de produits, avec en particulier un marché en fragilité pour l'équipement de la personne et potentiellement au mieux quasi stable en équipement de la maison, alors que l'hygène santé beauté devrait progresser. Le cas de l'alimentaire est un peu plus incertain, avec une bascule partielle vers la restauration extérieure au domicile.

L'autre caractéristique du territoire est la large répartition spatiale de ce marché théorique, générant autant de « micro-marchés' à l'échelle des proximités.



# 2. OFFRE COMMERCIALE

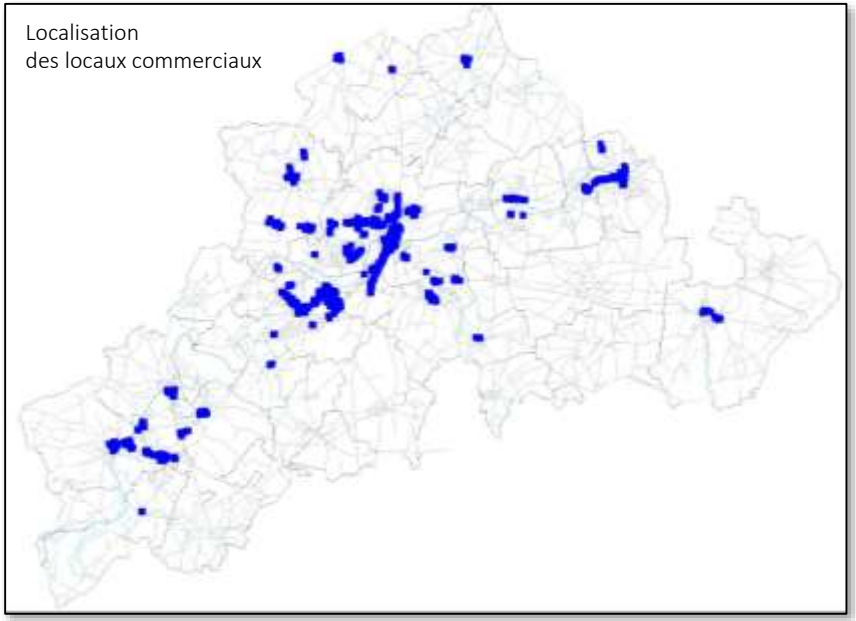
# 2.1. Une assez faible densité en nombre de locaux commerciaux, qui n'empêche pas un fort taux de locaux inactifs.

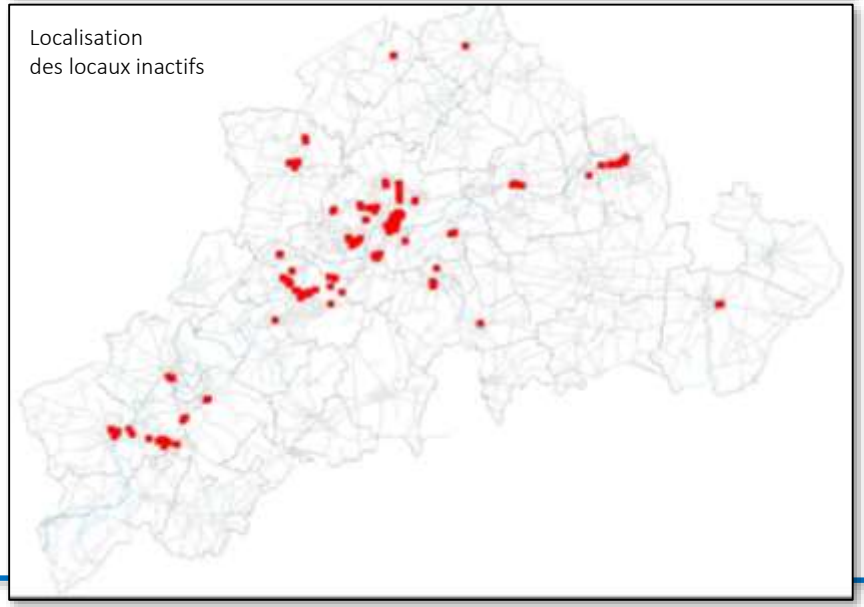
A partir du relevé effectué sur site par Pivadis en Mars 2017, le territoire compte un peu moins de 1.300 locaux commerciaux, soit une densité plutôt limitée pour une agglomération, mais classique par rapport à la situation spécifique de l'organisation urbaine de la région.

Sur ces locaux commerciaux (hors utilisation hors commerce, dont intérim, bureaux, professions libérales ou autres), environ 1.000 sont actifs. Cela implique un taux de vacance de près de 21% qui monte à plus de 23% si l'on ne retient que les locaux au format « boutique » (inférieur à 300 m² de vente).

L'implantation spatiale des locaux commerciaux souligne à la fois des phénomènes de concentration historique sur des centralités, mais aussi beaucoup d'effets d'axes / faubourgs rejoignant les densités de population.

La vacance des locaux est un peu moins répartie et tend à se concentrer sur les lieux les plus denses. Ainsi, un peu plus d'un tiers des sites commerciaux (cf page 24) concentrent les 2/3 des locaux inactifs du territoire. Tout particulièrement, cinq sites présentent un nombre importants de locaux inactifs: le centre ville Nord de Maubeuge compte près d'une quarantaine de locaux inactifs (sur 266 locaux inactifs identifiés au total), le centre ville d'Hautmont plus d'une vingtaine, ainsi que le centre ville d'Aulnoye-Aymeries, la rue d'Hautmont à Maubeuge et le centre ville Sud de Maubeuge plus d'une quinzaine chacun. Néanmoins en pourcentage, la plupart des types de sites sont concernés.



# 2.2. Le faible nombre de commerces et services actifs, par rapport à la population, implique des niveaux d'équilibre qui peuvent sembler en nette carence…

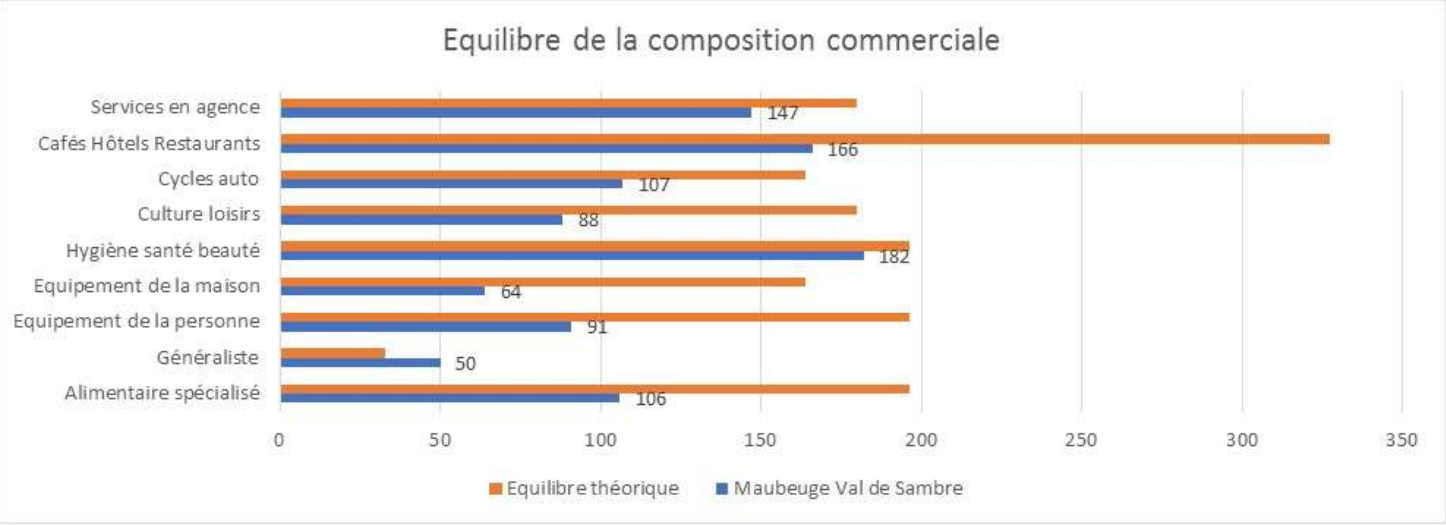
Tous les registres d'offres, à l'exception de l'offre généraliste (hypermarchés, supermarchés, discounters, bazars), sont en théorie déficitaire en nombre de commerces.

On peut nuancer ce constat pour l'hygiène santé beauté et les services en agence.

A l'inverse, cette faiblesse d'offre, ou plutôt de choix de commerces, est exacerbée sur l'alimentaire spécialisée, malgré une forte répartition spatiale, l'équipement de la personne et de la maison, mais aussi le groupe culture loisirs et la restauration.

| | Maubeuge Val de Sambre | | Equilibre théorique large zone* hors effet touristique | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Nb total de commerce | % | | | |
| Alimentaire spécialisé | 106 | 11% | 12% | 196 | |
| Généraliste | 50 | 5% | 2% | 33 | |
| Equipement de la personne | 91 | 9% | 12% | 196 | |
| Equipement de la maison | 64 | 6% | 10% | 164 | |
| Hygiène santé beauté | 182 | 18% | 12% | 196 | |
| Culture loisirs | 88 | 9% | 11% | 180 | |
| Cycles auto | 107 | 11% | 10% | 164 | |
| Cafés Hôtels Restaurants | 166 | 17% | 20% | 327 | |
| Services en agence | 147 | 15% | 11% | 180 | |
| | | | | | |
| Total | 1001 | 100% | 100% | 1636 | |

* Comparatif base "large zone" sur 1.699 communes (8,6 M d'hab.)



# … mais une densité importante en surfaces de vente, en grandes et moyennes surfaces.

Le constat de faible nombre de commerces est largement compensé par une forte densité en surfaces de vente, liée à un petite centaine d'établissements.

Ainsi, si l'ensemble des surfaces commerciales avoisine au moins 200.000 m² (hors garages automobiles et hôtels), 97 établissements de plus de 300 m² totalisent près de 134.000 m², soit les deux tiers des surfaces de vente.

Les locaux inactifs totalisent plus de 20.000 m² de surface inoccupées, dont plus de 7.000 m² sur 12 moyennes ou grandes surfaces.

Cette très forte densité de surfaces de vente, pour les grandes et moyennes surfaces, se concentre en particulier sur l'offre généraliste, avec une offre totalisant pour la dominante alimentaire près de 56.000 m² de vente, soit plus de 440 m² pour 1.000 habitants, alors que 300 m² pour 1.000 habitants suffisent dans des conditions moyennes, à couvrir les habitants d'un territoire.

Cette très forte densité en surfaces alimentaires concerne tous les registres d'offres, mais on peut noter une démultiplication des discounters, avec Aldi et Lidl présents avec 6 magasins chacun.

| | Surfaces cumulées | Nb d'ets de plus de 300 m² | Surfaces des ets de plus de 300 m² | % | Densité m² / 1.000 hab. |
|---|---|---|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 5000 | 1 | 330 | 7% | 40 |
| Généraliste* | 64650 | 43 | 63800 | 99% | 511 |
| Equipement de la personne | 19400 | 16 | 13250 | 68% | 153 |
| Equipement de la maison | 42800 | 22 | 39250 | 92% | 339 |
| Hygiène santé beauté | 10000 | 1 | 300 | 3% | 79 |
| Culture loisirs | 14000 | 9 | 9800 | 70% | 111 |
| Cycles auto | 1500 | | | | 12 |
| Cafés Hôtels Restaurants | 10400 | | | | 82 |
| Services en agence | 10000 | | | | 79 |
| Locaux inactifs | 20500 | 12 | 7150 | | 162 |
| **Total** | **198250** | **104** | **133880** | **68%** | **1568** |
| | | | | | |
| **dont* | | | | | |
| *Hypermarchés* | *24600* | *3* | *24600* | *100%* | *195* |
| *Supermarchés* | *18300* | *13* | *18300* | *100%* | *145* |
| *Hard discounters alimentaires* | *10950* | *13* | *10950* | *100%* | *87* |
| *Supérettes* | *2850* | *6* | *2050* | *72%* | *23* |
| *Bazars* | *7200* | *6* | *7100* | *99%* | *57* |
| *Grand magasin* | *550* | *1* | *550* | *100%* | *4* |
| *Drive solo* | | *1* | | | |

# 2.3. Des carences limitées et très ciblées dans l'offre proposée.

| Activité principale | Nombre | Surfaces de vente estimées | Enseignes "nationales" représentées |
|---|---|---|---|
| **LOCAUX INACTIFS** | | | |
| Local vacant | 254 | 18300 | |
| Local fermé temporairement (en travaux) | 11 | 1230 | |
| Point de vente en liquidation (non repris) | 0 | | |
| Point de vente non accessible au public | 1 | 1000 | |
| **BESOINS COURANTS** | | | |
| Boulangerie Pâtisserie | 47 | 1440 | |
| Pâtisserie / Salon de thé | 1 | 50 | |
| Viennoiserie | 0 | | |
| Confiserie - Glacier | 0 | | |
| Boucherie Charcuterie Volaille | 19 | 600 | |
| Charcuterie | 1 | 20 | |
| Crêmerie, Fromages | 0 | | |
| Poissons Coquillages | 1 | 40 | |
| Fruits et légumes | 5 | 470 | |
| Vins et boissons | 4 | 400 | |
| Surgelés | 1 | 330 | picard |
| Alimentation spécialisée | 7 | 580 | biocoop |
| Epicerie / Liquides / Vins | 10 | 650 | Vival |
| Kiosque alimentaire | 1 | 20 | |
| Produits diététiques | 2 | 100 | |
| Chocolats | 2 | 140 | |

| Activité principale | Nombre | Surfaces de vente estimées | Enseignes "nationales" représentées |
|---|---|---|---|
| **BESOINS COURANTS (suite)** | | | |
| Superette | 11 | 2835 | |
| Magasin populaire | 0 | | |
| Hard discount | 13 | 10944 | |
| Supermarché | 13 | 18294 | |
| Grand magasin | 1 | 552 | |
| Hypermarché | 3 | 24590 | |
| Habillement Enfant | 7 | 2037 | |
| Réparation vêtements et articles textiles | 1 | 20 | |
| Chaussures enfants | 1 | 40 | |
| Réparation de montres, horloges et bijoux | 0 | | |
| Télécommunication | 11 | 730 | |
| Pharmacie | 39 | 2590 | |
| Médical et orthopédie | 10 | 670 | |
| Opticien | 18 | 1230 | |
| Laverie libre service | 9 | 180 | |
| Pressing | 2 | 40 | |
| Tabac Presse | 20 | 610 | |
| Jeux d'argent (Loto, PMU, Casino) | 0 | | |
| Librairie, papéterie, presse | 4 | 320 | |
| Librairie spécialisée et reliure | 2 | 200 | |
| Papeterie | 0 | | |

| Activité principale | Nombre | Surfaces de vente estimées | Enseignes "nationales" représentées |
|---|---|---|---|
| **BESOINS COURANTS (suite)** | | | |
| Accessoires et pièces de rechange Auto | 13 | 270 | |
| Station service | 12 | 0 | |
| Lavage et nettoyage de véhicules | 7 | 0 | |
| Location de voitures | 3 | 110 | |
| Café bar | 25 | 1340 | |
| Café bar tabac | 11 | 640 | |
| Restaurant rapide: cafétéria, fast food | 51 | 3260 | |
| Plats à emporter | 15 | 305 | |
| Multiservices:clés, chaussures, imprimerie, … | 4 | 120 | |
| Photocopies | 1 | 40 | |
| Agence immobilière | 19 | 1220 | |
| Banque | 37 | 4100 | |
| Banque spécialisée (change crédit) | 3 | 160 | |
| Assurance | 33 | 2000 | |
| Point argent | 3 | 45 | |
| Espace services (photocopie, photomaton, cartes) | 6 | 120 | |
| La Poste | 18 | 910 | |

| Activité principale | Nombre | Surfaces de vente estimées | Enseignes "nationales" représentées |
|---|---|---|---|
| | | | |
| DEPENSES D'INVESTISSEMENTS | | | |
| Puériculture et landaux | 1 | 650 | |
| Vêtements et accessoires de mariage | 1 | 150 | |
| Vêtements pour professionnels | 0 | | |
| Luminaires electricité | 1 | 150 | |
| Rideaux et voilages | 1 | 60 | |
| Antiquité brocante | 0 | | |
| Bazar maison | 0 | | |
| Meubles | 9 | 11130 | |
| Bureautique (matériel et mobilier) | 1 | 40 | |
| Electroménager | 8 | 3490 | |
| Quincaillerie | 0 | | |
| Droguerie | 0 | | |
| Revêtement sols et murs | 4 | 1900 | |
| Bricolage | 8 | 22863 | |
| Sanitaire, chauffage, cheminée | 4 | 330 | |
| Equipement divers du foyer: alarmes, ... | 7 | 550 | |
| Piscines et accessoires | 0 | | |
| Réparations electroménager | 2 | 60 | |
| Réparations autres biens personnels ou domestiques | 0 | | |
| Location biens équipement de la maison | 2 | 300 | |
| Dépôt vente | 3 | 970 | |
| Ecoles: auto, moto, bateau | 21 | 850 | |
| Garage | 30 | 0 | |
| Garage, réparation station service | 0 | | |
| Contrôle technique | 5 | 0 | |
| Vente automobile (neuf / occasion) | 13 | 0 | |
| Casse automobile | 0 | | |
| Hôtel avec restaurant | 2 | 0 | |
| Hôtel sans restaurant | 8 | 0 | |
| Camping | 0 | | |
| Agence de voyage | 5 | 28 | |
| Services funéraires | 11 | 800 | |

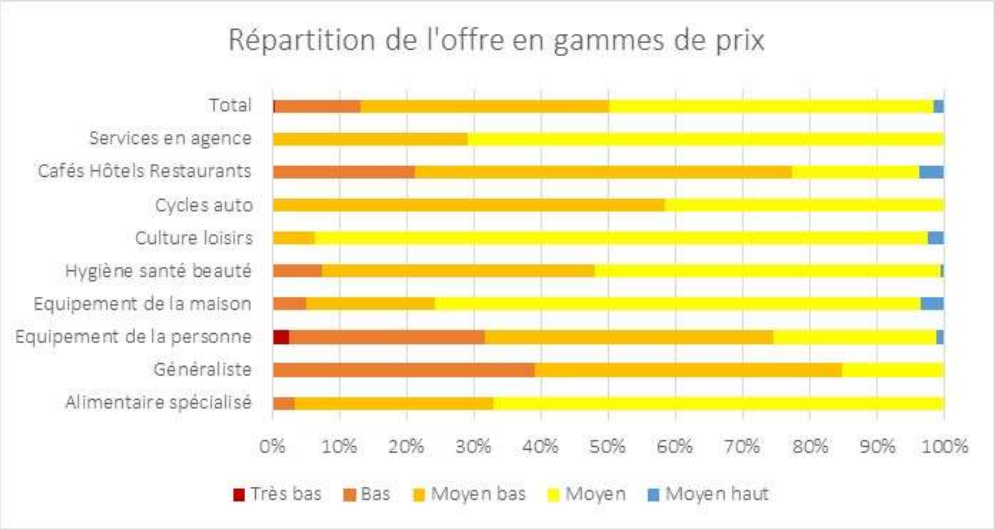
| Activité principale | Nombre | Surfaces de vente estimées | Enseignes "nationales" représentées |
|---|---|---|---|
| | | | |
| ACHATS LUDIQUES | | | |
| Traiteur Rotisseur | 3 | 210 | |
| Carterie | 0 | | |
| Photographie | 3 | 120 | |
| Megastore culture | 0 | | |
| Instrument de musique | 1 | 20 | |
| Location cassettes video et jeux video | 0 | | |
| Jouets, farces, cotillons, jeux | 9 | 2247 | |
| Maquettes, modèles réduits | 0 | | |
| Timbres, pièces de monnaie | 0 | | |
| Articles de sport | 8 | 4830 | |
| Sport pour collectivités | 0 | | |
| Salle Dymnastique, Musculation, Body building | 1 | 150 | |
| Fleurs, graines, plantes et arbres | 16 | 1885 | |
| Jardinerie | 3 | 1900 | |
| Motoculture et outils de jardin | 1 | 40 | |
| Animalerie, accessoires de toilette | 10 | 1105 | |
| Pêche, tir, chasse | 4 | 300 | |
| Bateau, Accastillage | 0 | | |
| Salle de jeux | 0 | | |
| Jeux et spectacles fixes de plein air | 0 | | |
| Cinémas, spectacles, théâtre | 1 | | |
| Sex shops | 0 | | |
| Informatique (matériels et logiciels) | 3 | 100 | |
| Musique: disques, cassettes, video | 0 | | |
| Encadrement, fournitures pour beaux arts | 0 | | |
| Fournitures agricoles | 0 | | |
| Caravanning | 1 | 0 | |
| Fournitures travaux manuels | 0 | | |
| Cycles motos | 1 | 150 | |
| Réparation cycles motos | 2 | 160 | |
| Restaurant avec bar | 27 | 2270 | |
| Restaurant seul | 28 | 2580 | |
| Boîte de nuit, discothèque | 0 | | |

| Activité principale | Nombre | Surfaces de vente estimées | Enseignes "nationales" représentées |
|---|---|---|---|
| | | | |
| ACHATS DESIRS | | | |
| Bazar | 8 | 7168 | |
| Point de retrait pour la VPC | 1 | 250 | |
| Multiproduits "duty free" | 0 | | |
| Mercerie Bonneterie Laine | 2 | 80 | |
| Habillement masculin | 5 | 697 | |
| Habillement féminin | 25 | 2473 | |
| Lingerie féminine | 2 | 140 | |
| Habillement Homme / Femme | 20 | 8925 | |
| Fourrures, peaux | 0 | | |
| Accessoires de mode | 3 | 80 | |
| Dépôt vente | 1 | 50 | |
| Chaussures | 11 | 3466 | |
| Maroquinerie de voyage, articles pour fumeur | 3 | 140 | |
| Bijouterie Horlogerie | 7 | 390 | |
| Bijoux fantaisie | 1 | 40 | |
| Textiles divers - Tous tissus - Linge de maison | 1 | 100 | |
| Arts de la table: vaisselle, coutellerie, poterie | 0 | | |
| Décoration | 2 | 140 | |
| Objets d'art | 0 | | |
| Vannerie | 0 | | |
| Parfumerie | 7 | 1040 | |
| Esthétique | 14 | 710 | |
| Coiffure femme | 0 | | |
| Coiffure homme | 14 | 440 | |
| Coiffure mixte | 66 | 2830 | |
| Produits de coiffure | 2 | 160 | |
| Parapharmacie | 1 | 150 | |
| Cadeaux gadgets | 1 | 100 | |
| Artisanat | 0 | | |
| Souvenirs | 0 | | |
| Divers services | 7 | 260 | |

# 2.4. Une répartition en gamme de prix qui se focalise sur le centre du marché

La répartition de l'offre, en nombre de magasins spécialisés, en fonction des positionnements prix souligne une répartition qui se focalise sur le centre du marché, d'une manière générale, qui se situe aujourd'hui sur le moyen bas de gamme, sauf pour le groupe culture loisirs et les services.

On note en particulier un positionnement très « mass market » en équipement de la personne, mais aussi pour l'offre de restauration.



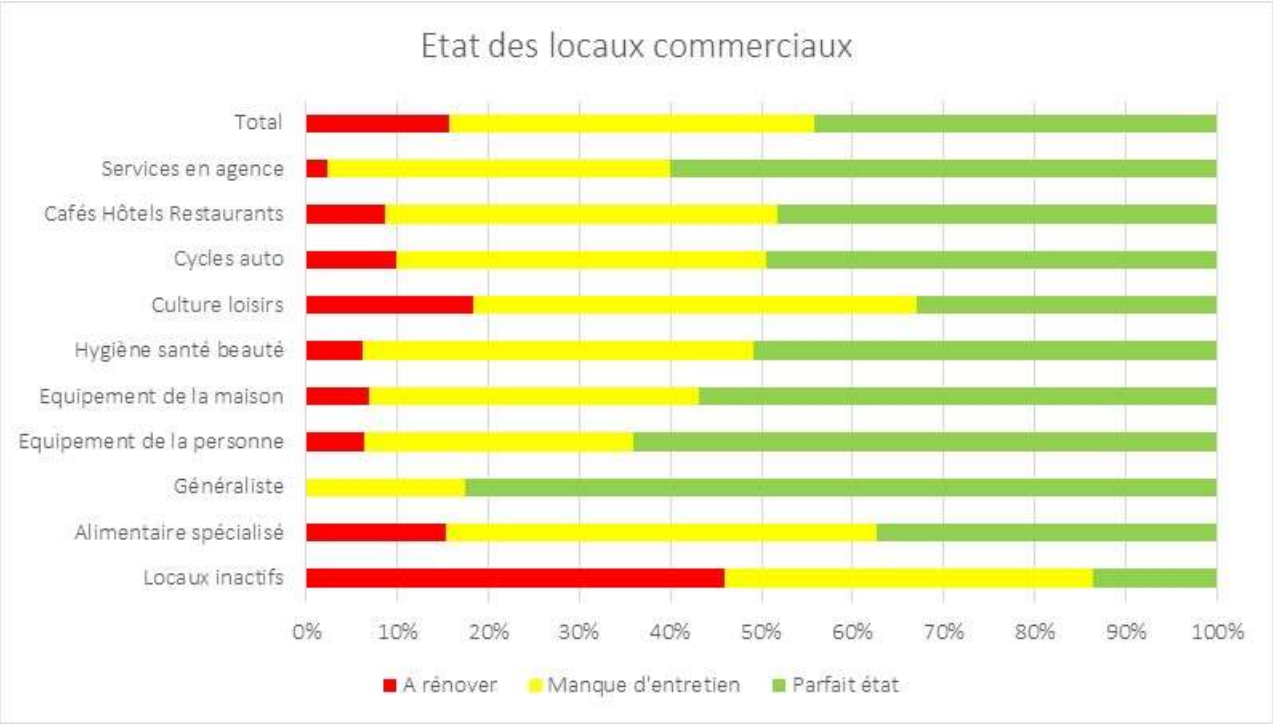

| Exemples de classification de quelques enseignes | Très bas | Bas | Moyen bas | Moyen | Moyen haut | Haut | Luxe |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Commerce alimentaire | | | | | | | |
| Généraliste | Toota | | | | | | |
| Equipement de la Personne | | | | | | | Haute Couture |
| Equipement de la Maison | | | | | | | Créations exclusives sur mesure |
| Hygiène Santé Beauté | | | | | | | |
| Culture Loisirs | | | | | | | |
| Cafés Hôtels Restaurants | | | | | | | |

# 2.5. Un assez bon état général des locaux commerciaux, sauf pour les locaux inactifs.

Avec 16% seulement de locaux nécessitant une rénovation, pour 44% en parfait état, la situation est très positive.

D'autant plus qu'il convient de distinguer la situation des locaux actifs (8% à rénover pour 52% en parfait état) de celle des locaux inactifs (46% à rénover pour 16% seulement en parfait état).

Ce constat renforce la première impression de grande difficulté à réactiver la majeure partie des locaux inactifs, nécessitant souvent des investissements importants et d'une surface limitée.

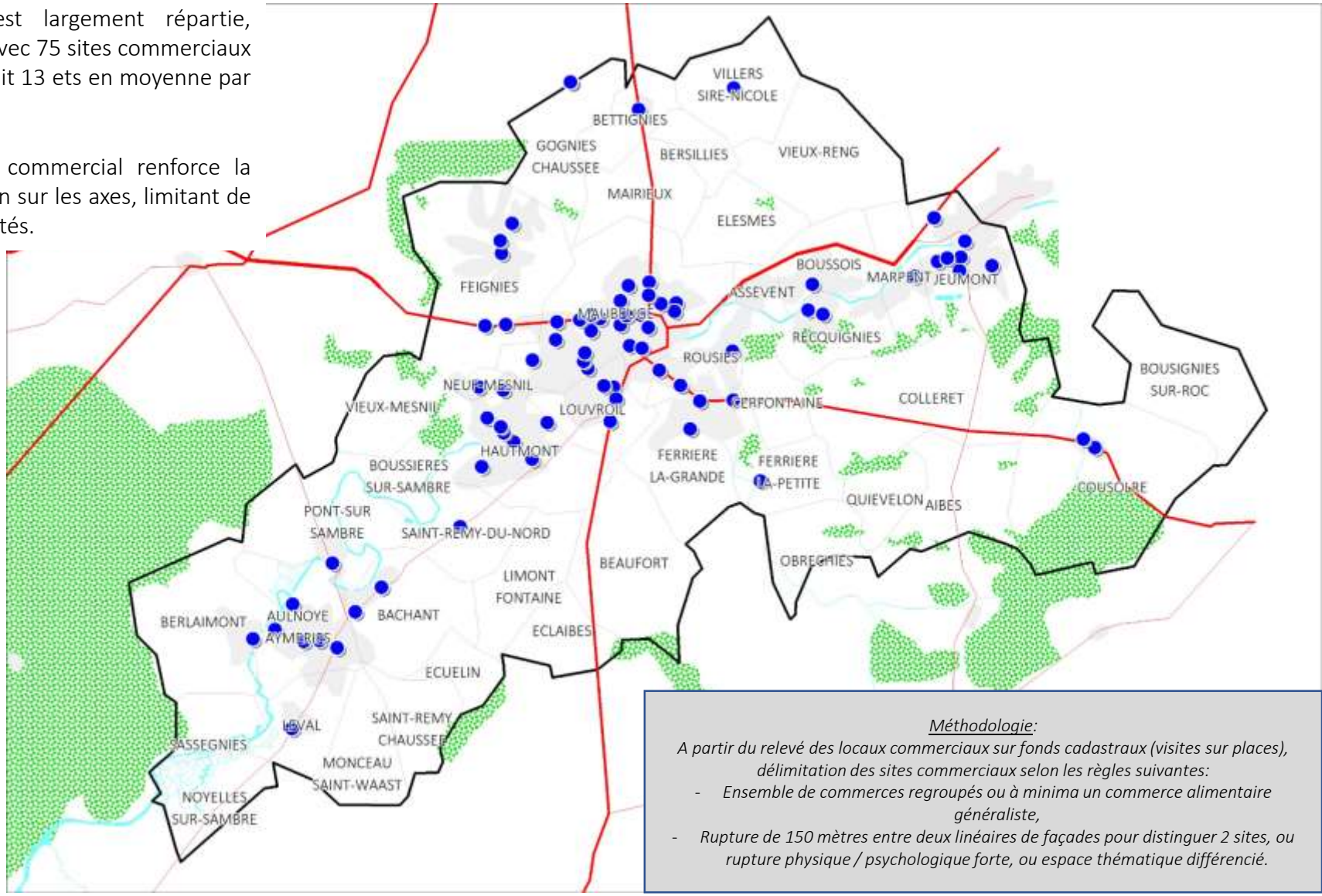


# 3. ARMATURE COMMERCIALE

# 3.1. 75 sites commerciaux pour 1.000 commerces et services actifs!

L'offre commerciale est largement répartie, presque « émiettée », avec 75 sites commerciaux pour 1.000 ets actifs, soit 13 ets en moyenne par site.

Cette lecture par site commercial renforce la vision d'une organisation sur les axes, limitant de fait les effets de centralités.




*Méthodologie:*

*A partir du relevé des locaux commerciaux sur fonds cadastraux (visites sur places), délimitation des sites commerciaux selon les règles suivantes:*

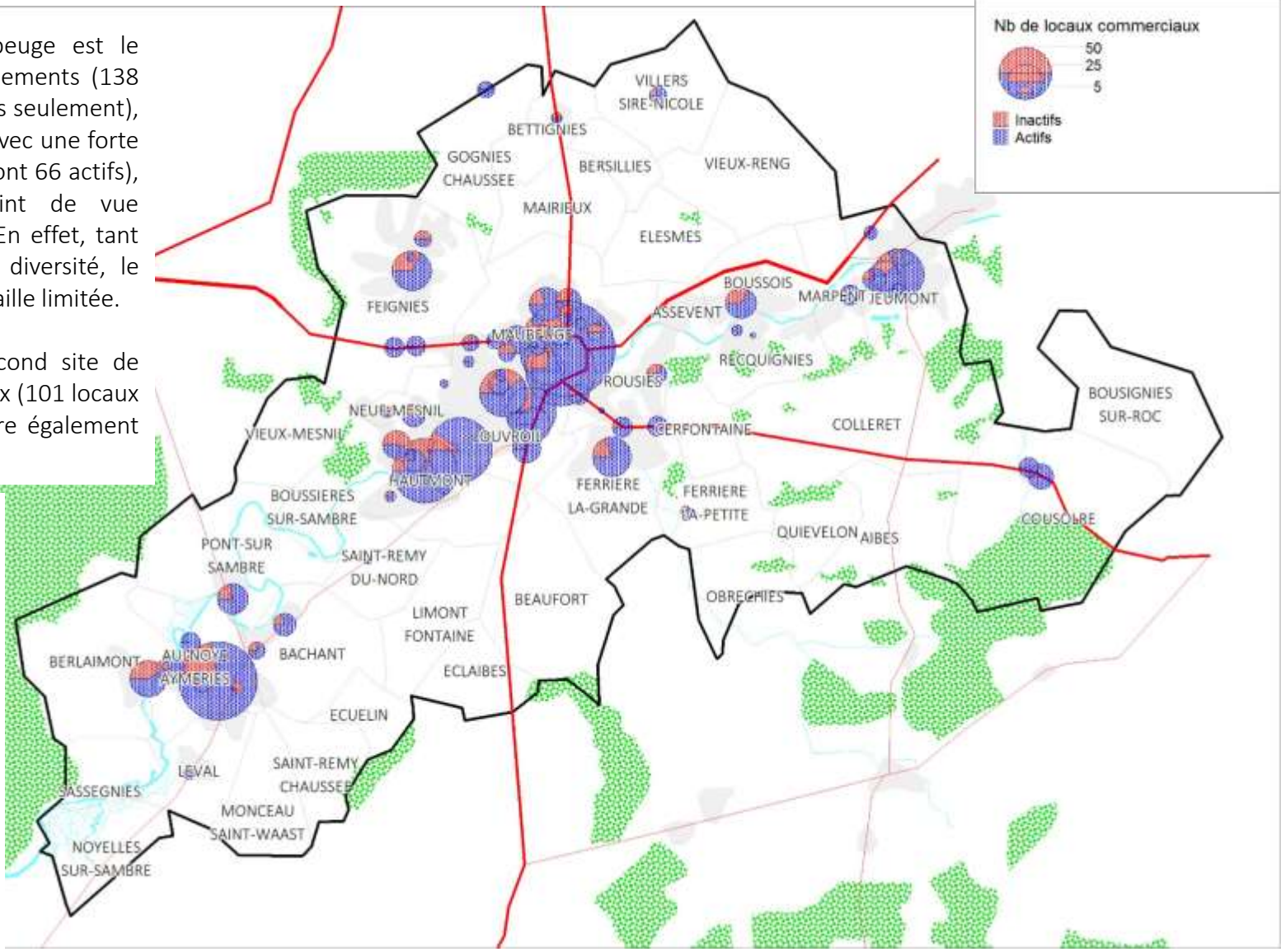
- *Ensemble de commerces regroupés ou à minima un commerce alimentaire généraliste,*
- *Rupture de 150 mètres entre deux linéaires de façades pour distinguer 2 sites, ou rupture physique / psychologique forte, ou espace thématique différencié.*

# 3.2. L'organisation urbaine historique amène à une faible hiérarchisation des effets de centralité.

Si le centre ville Nord de Maubeuge est le premier pôle en nombre d'établissements (138 locaux commerciaux, dont 101 actifs seulement), complété du centre ville Sud mais avec une forte coupure (81 locaux commerciaux dont 66 actifs), aucune centralité forte du point de vue commerciale ne ressort vraiment. En effet, tant quantitativement qu'en terme de diversité, le centre ville de Maubeuge reste de taille limitée.

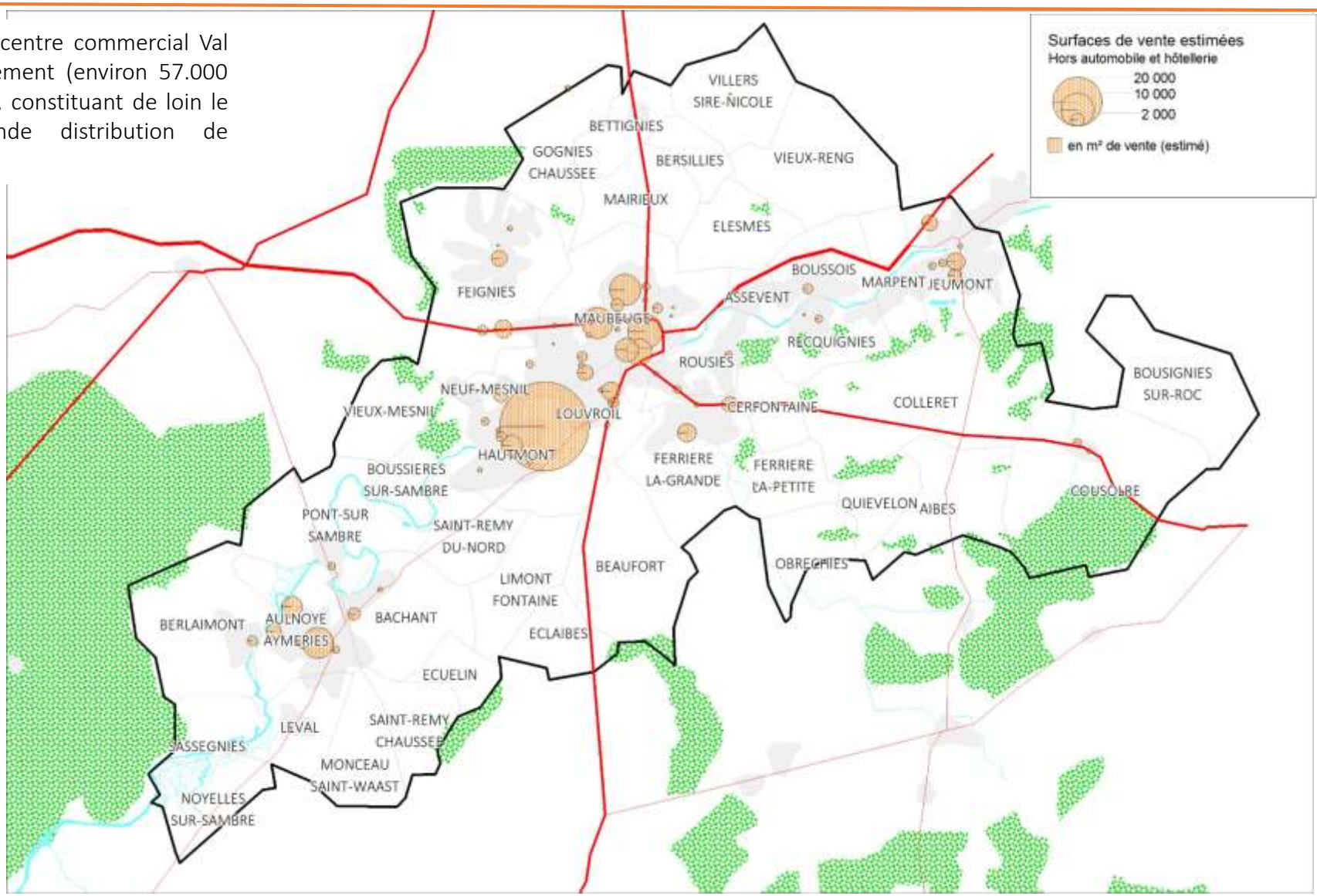
Le centre d'Aulnoye Aymeries, second site de l'agglomération en nombre de locaux (101 locaux commerciaux dont 79 actifs) souffre également beaucoup de la vacance.

Au total, 47 des 75 sites commerciaux de l'agglomération connaissent un phénomène de vacance, dont 28 un taux supérieur à 15%, seuil à partir duquel les consommateurs percoivent un fort impact sur les linéaires commerciaux (à nuancer en fonction de la localisation des locaux inactifs). En effet, différentes enquêtes ont montré que l'expression du consommateur est « la moitié des locaux sont vides », lorsque l'on passe le seuil de 15%.



# 3.3. Mais le centre commercial Val de Sambre est clairement quantitativement dominant, en surfaces de vente.

En surfaces de vente, le centre commercial Val de Sambre domine clairement (environ 57.000 m² de surfaces de vente), constituant de loin le pôle majeur de grande distribution de l'agglomération.



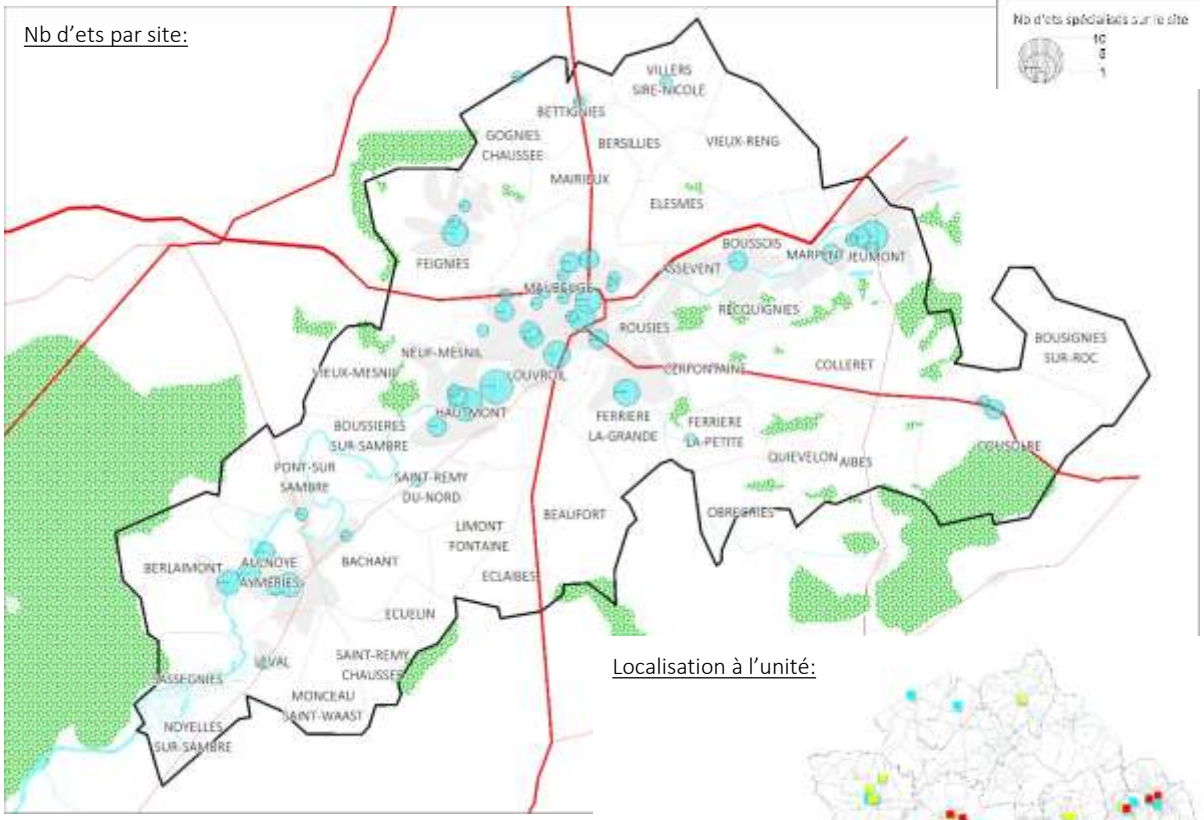
# 3.4. La répartition spatiale de l'offre alimentaire spécialisée montre une offre « à minima ».

L'offre alimentaire est répartie spatialement mais reste limitée par rapport au poids démographique de l'agglomération, soulignant au passage la très forte emprise des grandes et moyennes surfaces alimentaires (classées en généralistes, page suivante).

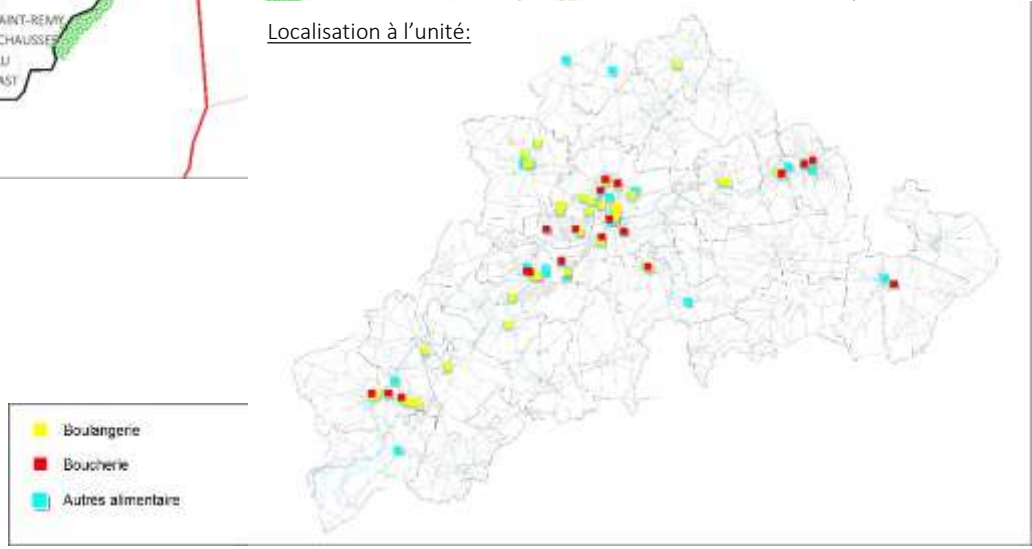
On dénombre notamment
- 46 boulangeries, plutôt réparties,
- 19 boucheries, plutôt concentrées,
- 10 alimentations générales (format inférieur aux supérettes structurées, au nombre de 11, et comptabilisées en généralistes, page suivante),
- 7 alimentations spécialisées…

Mais pas de fromagerie spécialisée, un seul poissonnier, une seule pâtisserie.

Nb d'ets par site:



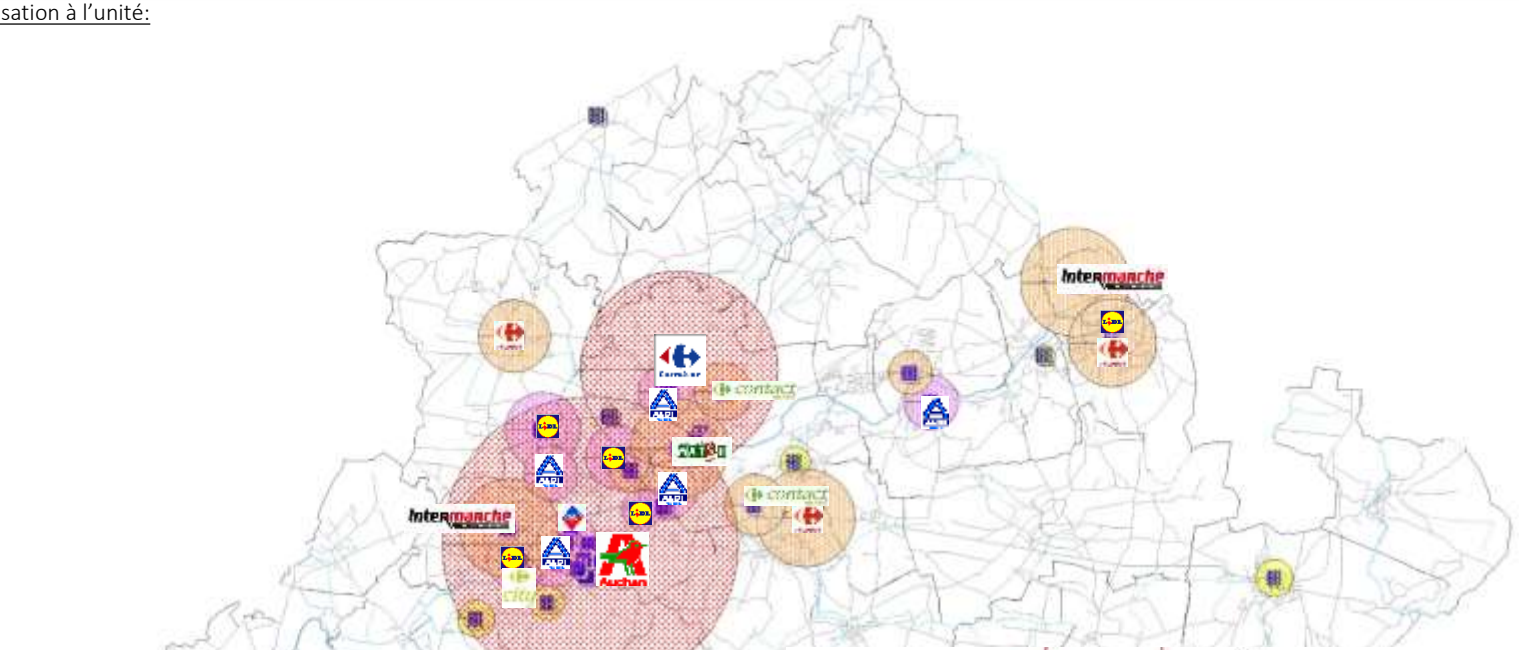

Localisation à l'unité:



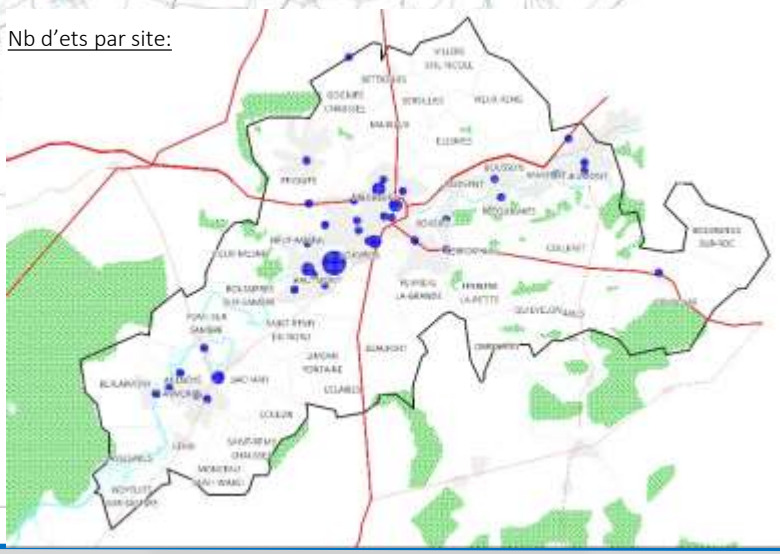
# 3.5. Offre généraliste: le squelette fondamental de l'armature commerciale.

Si les trois hypermarchés couvrent de manière logique le territoire, l'offre généraliste de manière plus large, à dominante alimentaire, est plutôt concentrée, avec un phénomène d'agglomération autour des principaux établissements. De même, classiquement dans le Nord / Nord Est de la France, on note des implantations doublées entre Lidl et Aldi, dans une logique purement concurrentielle.

Localisation à l'unité:




Nb d'ets par site:

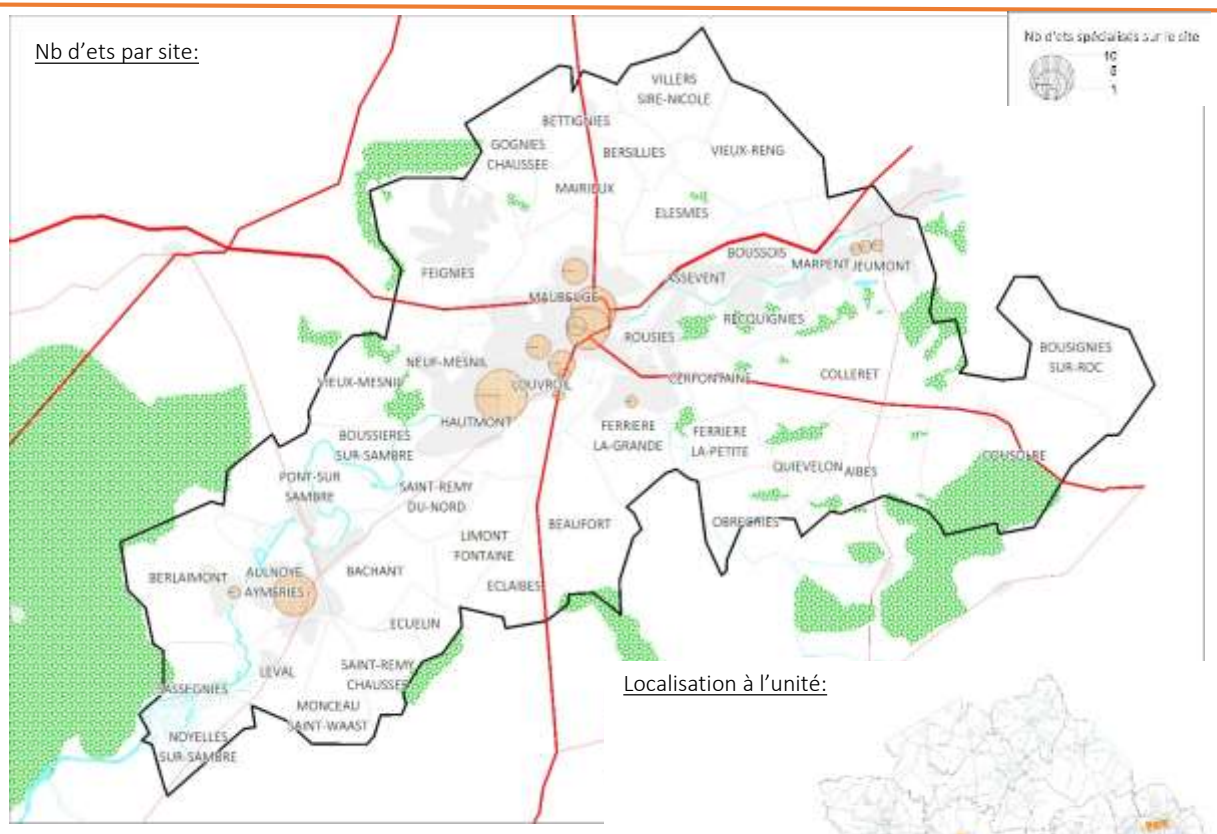


# 3.6. Equipement de la personne: un choix insuffisant et insuffisamment concentrée pour maintenir la consommation.

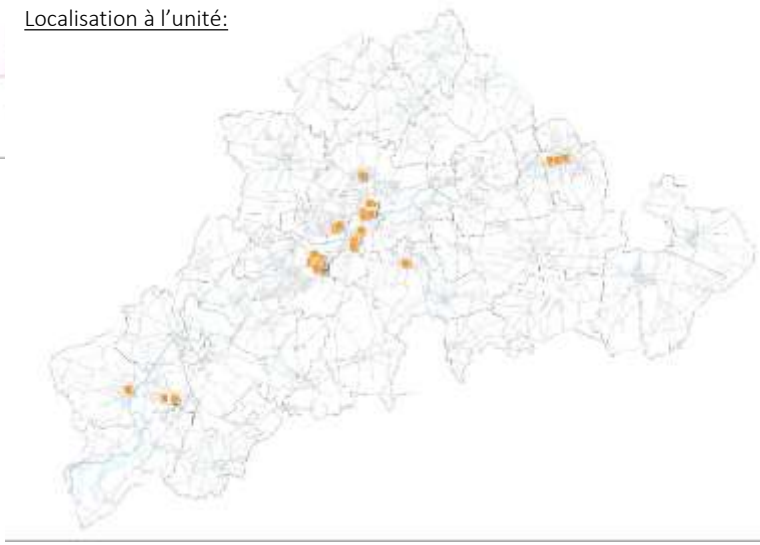
On dénombre au maximum 13 établissements par site commercial (19 sur le centre ville si l'on cumule les séquences Nord et Sud) alors que 40 au moins sont nécessaire pour obtenir une réelle perception d'une diversité de choix.

L'offre est surtout orientée vers le mass market et compte tenu du profil dominant de clientèle, cela permet, au regard des données de la CCI, de limiter l'évasion à 19% (dont 9 points en Vente A Distance), chiffre très limité au regard de la faible diversité effective de l'offre sur le territoire.

Nb d'ets par site:




Localisation à l'unité:



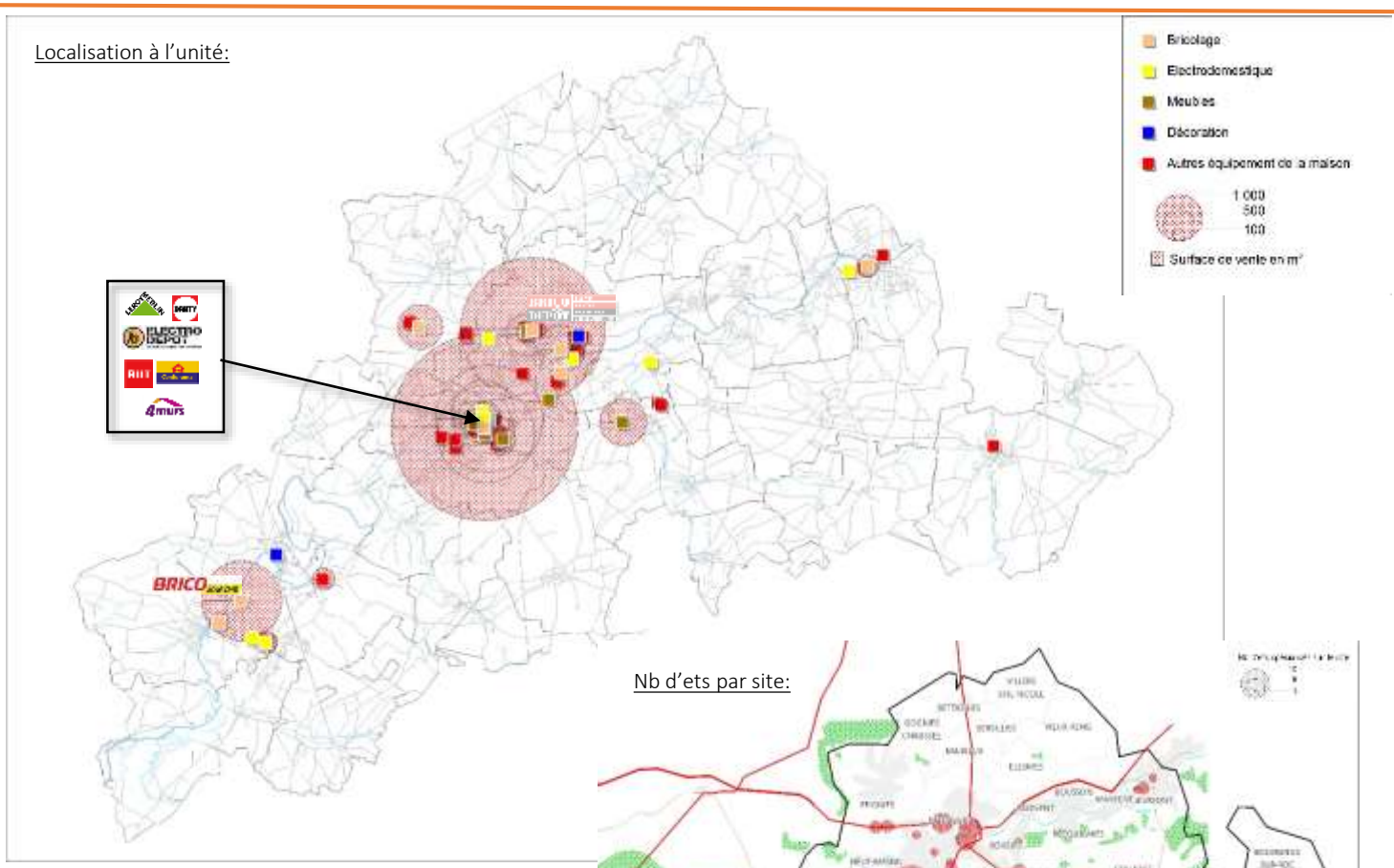
# 3.7. Equipement de la maison: un choix théoriquement insuffisant et insuffisamment concentré mais dont le positionnement mass market permet de tenir la consommation.

L'offre est limité en terme de diversité. Elle s'appuie surtout sur les 22 établissements de plus de 300 m² qui assurent les fondamentaux du mass market.

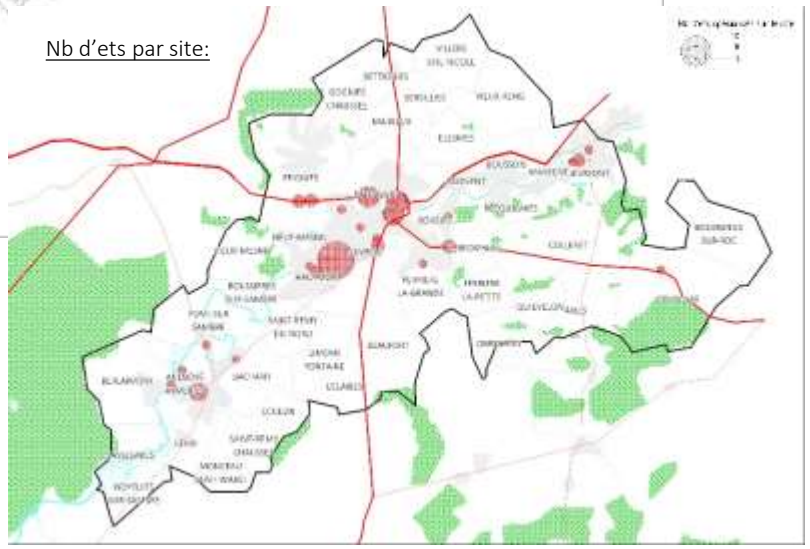
Dans ce contexte, le taux d'évasion reste limité, à 16% (source CCI) dont 7 points en Vente A Distance.

La quasi-totalité de l'offre de grandes et moyennes surfaces spécialisées est localisée sur la ZAC Val de Sambre, à l'exception de Bricomarché sur Aulnoye (2.500 m²), de Brico Dépôt, au Nord de Maubeuge sur près de 7.000 m² (s'adressant aussi fortement à la clientèle professionnelle) et dans une moindre mesure Gedimat et de Netange (meubles).

Localisation à l'unité:




Nb d'ets par site:



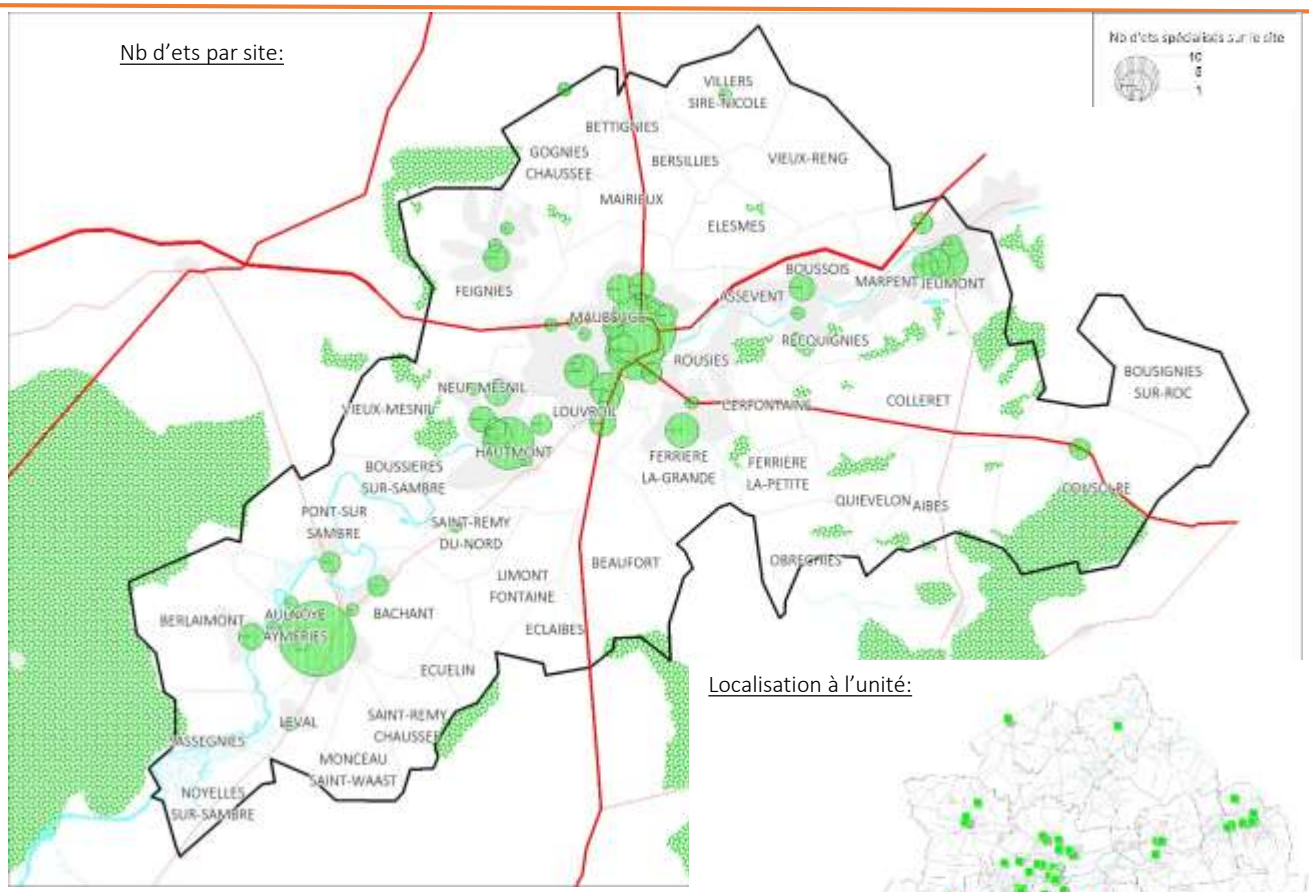
# 3.8. Hygiène santé beauté: une offre fortement contributrice aux effets de centralité.

En non alimentaire, sans être totalement équilibrée, c'est le secteur d'activité qui est l'un des plus présents sur le territoire.

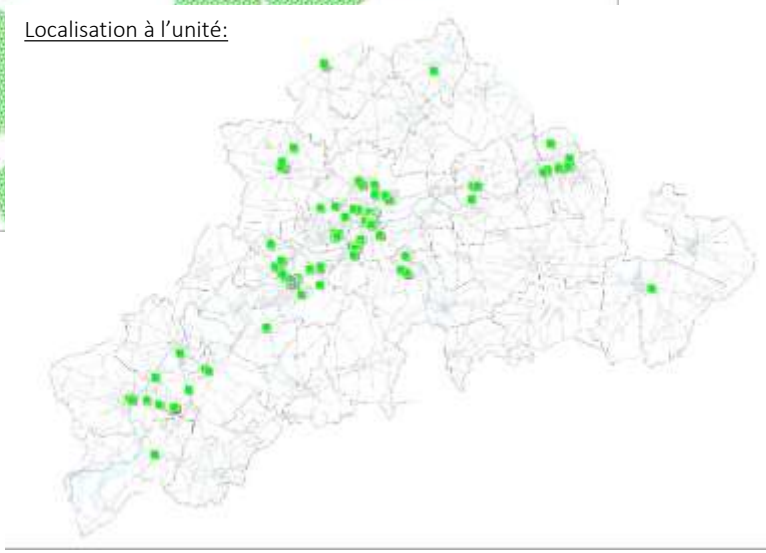
De manière classique compte tenu des métiers et de l'organisation des pôles de grandes surfaces, cette offre se retrouve essentiellement dans les logiques de centralités urbaines, centres villes ou centralités de quartier. C'est en particulier le cas pour Maubeuge, Aulnoye Aymerie et Hautmont.

Ainsi, le maillage du territoire est large, avec 80 salons de coiffure, 14 esthétiques en salon, 39 pharmacies et 18 opticiens.

Nb d'ets par site:




Localisation à l'unité:



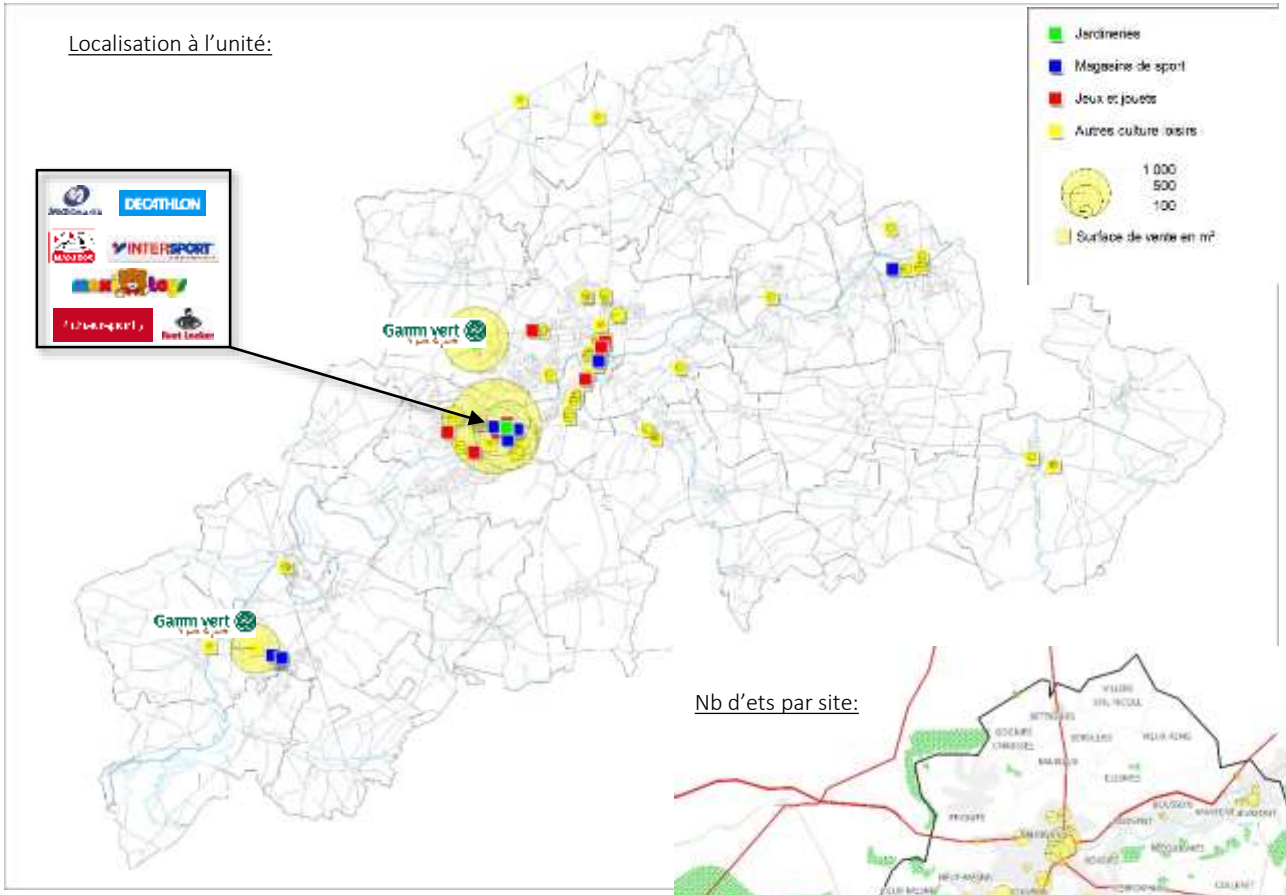
# 3.9. Culture loisirs: des offres limitées en nombre et en enseignes.

L'offre en culture loisirs est peu équilibrée et peu diversifiée, dans un contexte de consommation contrainte. On note en particulier l'absence d'une offre de type megastore culturel, néanmoins cohérente au vu de l'évolution de ce marché, mais aussi une diversité limitée d'enseignes.

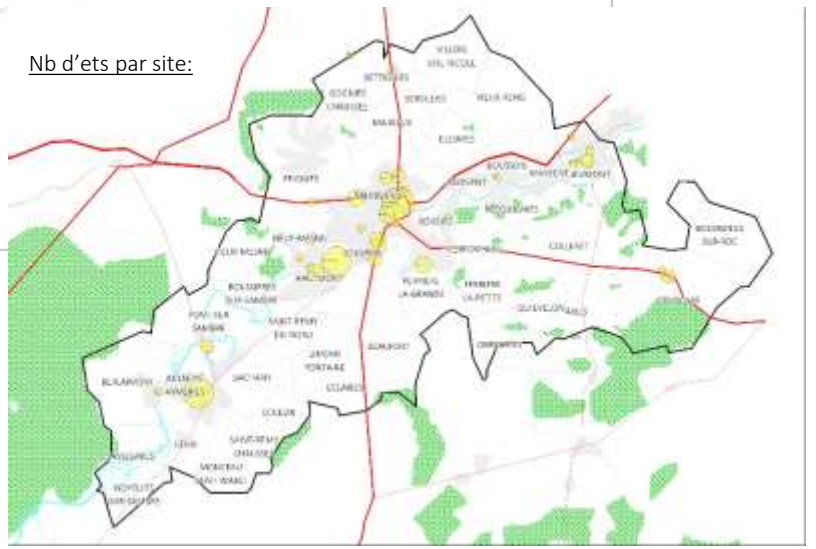
Pour autant, les évasions restent très limitées, puisque qu'évaluées à 17% (source: CCI) dont 11 points en Vente A Distance, ne laissant que 6 points en évasions vers d'autres pôles commerciaux.

L'offre en grandes et moyennes surfaces, à l'exception des jardineries, est exclusivement concentrée sur la ZAC Val de Sambre.

Localisation à l'unité:




Nb d'ets par site:

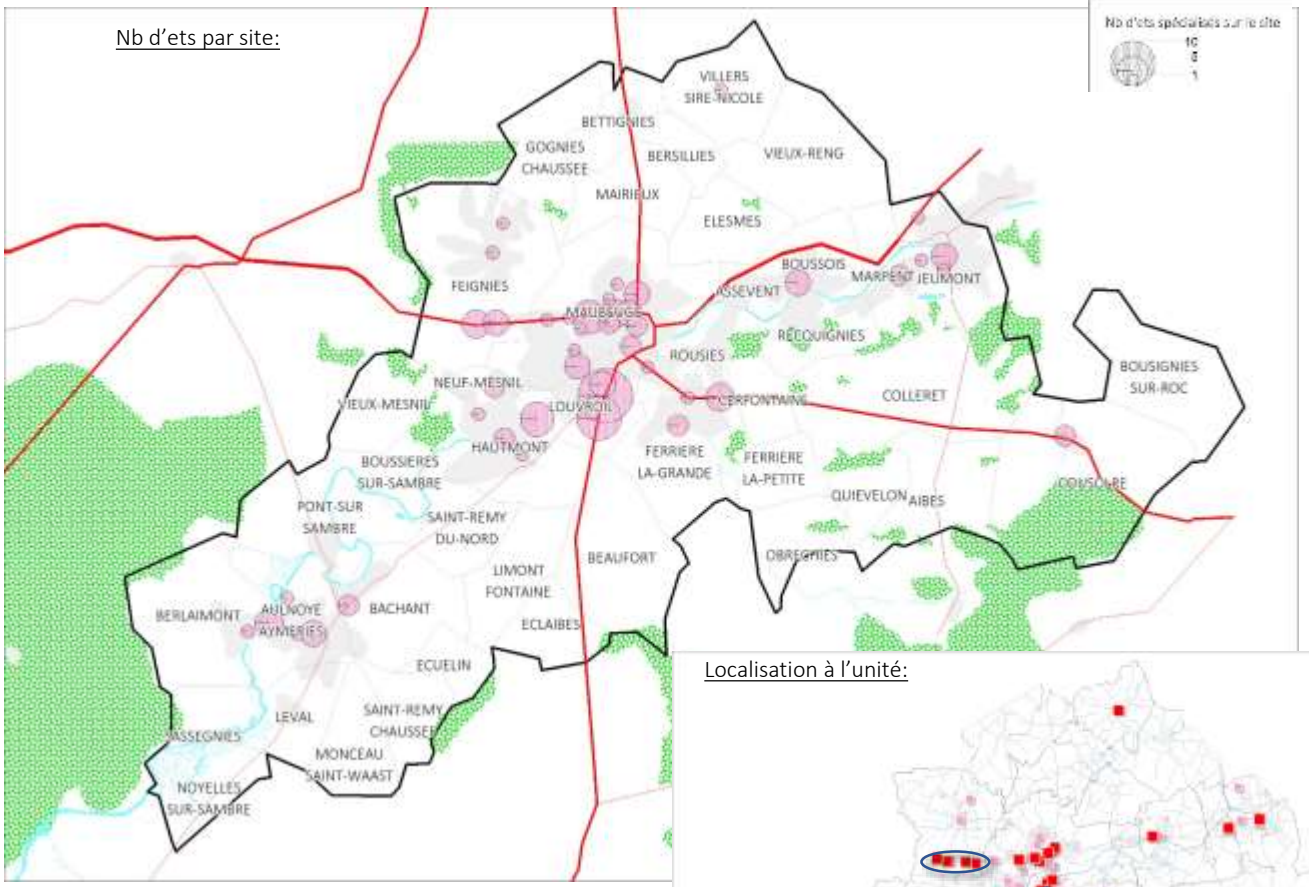


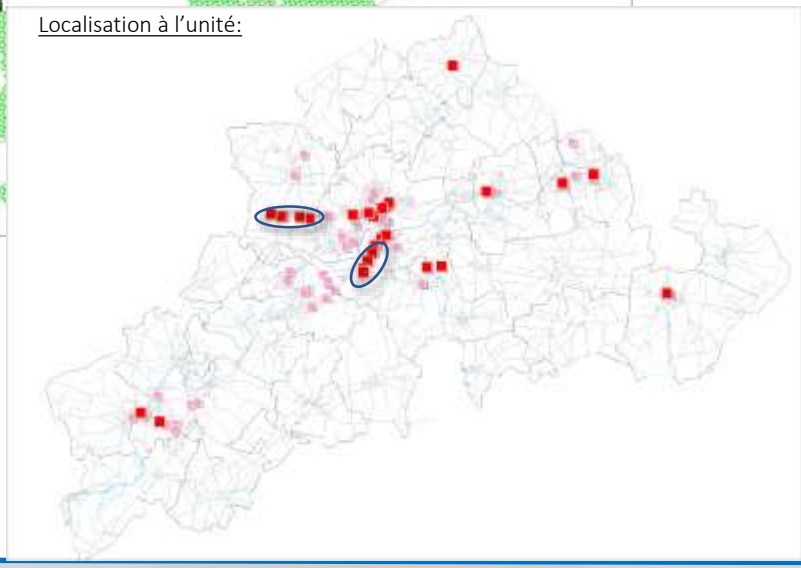
# 3.10. Cycles Auto: une répartition classique sur les effets d'axes

Classiquement répartie le long des axes, les enjeux pour cette catégorie d'activités sont néanmoins nombreux pour les années à venir, entre l'évolution technologique et les contraintes environnementales.

Cela devrait renforcer encore le mouvement de concentration constaté (route d'Avesnes et route de Valenciennes pour les concessionnaires automobile au sein de l'agglomération), en tendant vers des établissements de prestation globale (assurant aussi le stationnement d'une partie des véhicules en dehors des périodes d'utilisation, mais aussi nécessitant des points de services autonomes pour l'utilisation de véhicules partagés).

Il est probable que le nombre de garages, hors grandes enseignes, se réduise encore à l'avenir, comme on a pu le constater pour les stations services: il ne reste plus que deux stations en dehors des stations d'hyper et supermarchés sur l'agglomération.



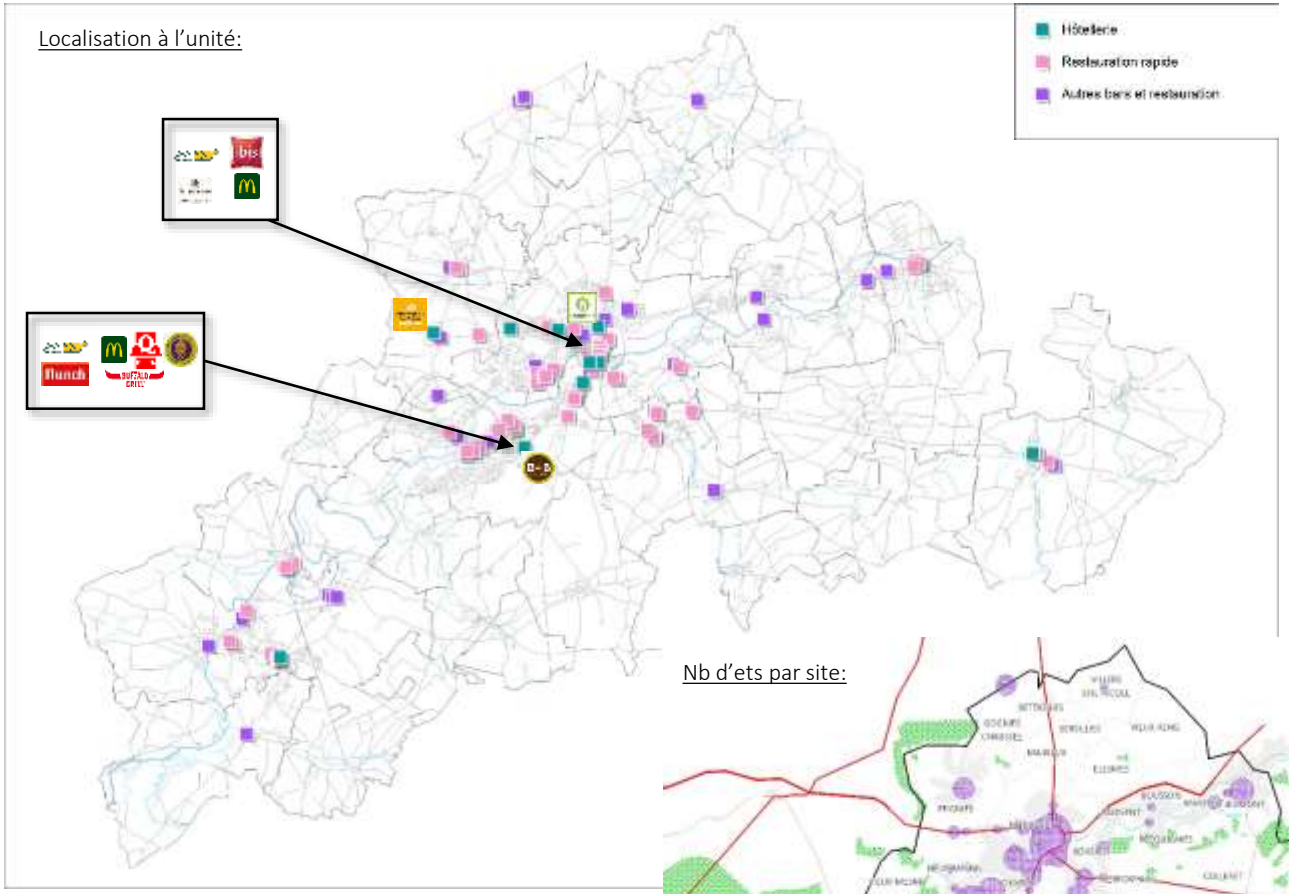



# 3.11. Cafés Hôtels Restaurants: une nette présence dans les effets de centralités.

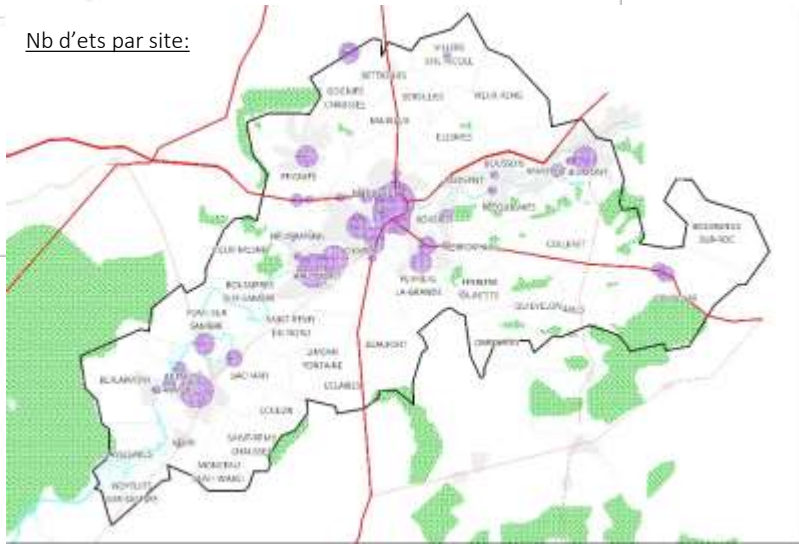
L'offre de restauration est fortement ancrée sur la restauration rapide, puisque l'on dénombre 66 points de restauration rapide (sur place et/ou à emporter) pour un total de 121 points de restauration.

L'hôtellerie est très moyennement représentée, essentiellement en offre économique pour les enseignes présentes.

Localisation à l'unité:




Nb d'ets par site:

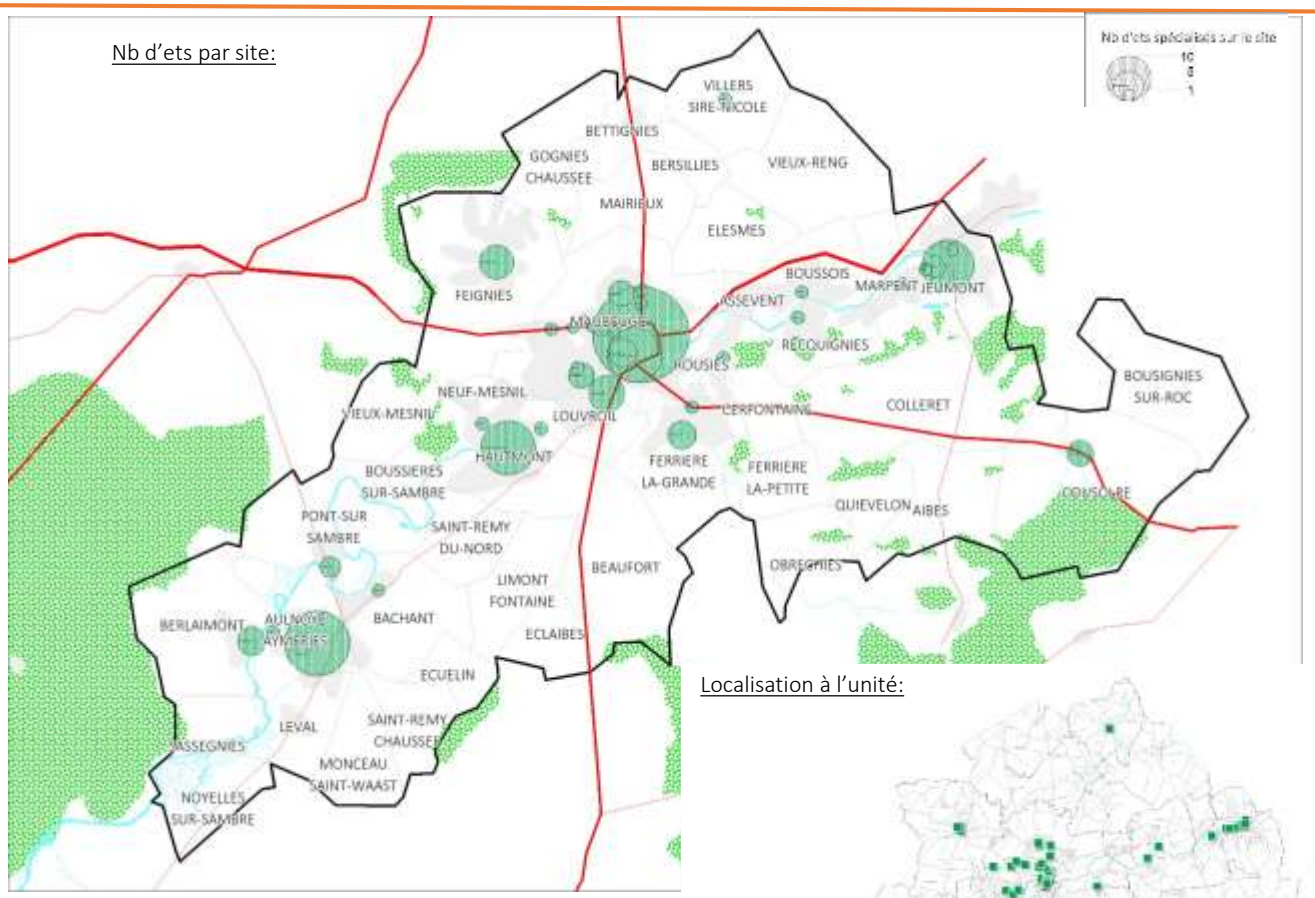


# 3.12. Services en agence: une forte présence dans les centralités.

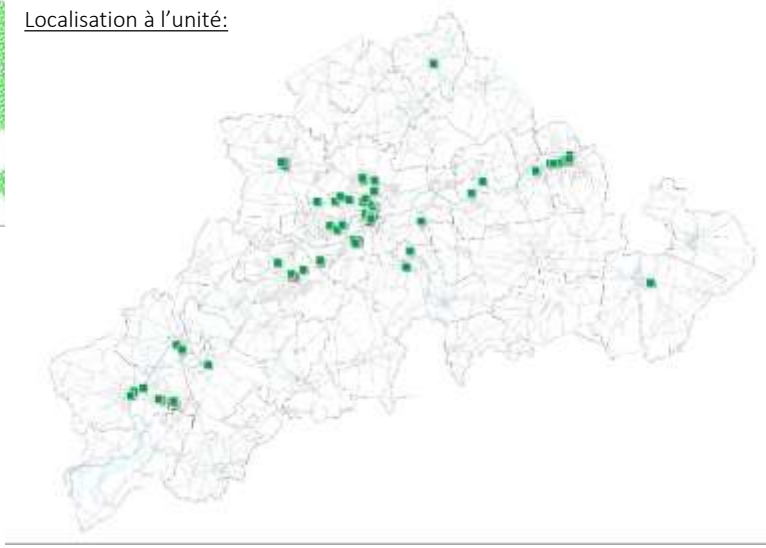
Les services en agence ont une offre relativement proche du niveau d'équilibre, même si comme pour l'ensemble des activités, le nombre est inférieur aux densités usuelles en France.

On dénombre notamment 37 agences bancaires, 19 agences immobilières, 33 agents d'assurances occupant un local commercial (densité particulièrement forte) ou 11 services funéraires.

Nb d'ets par site:




Localisation à l'unité:



# 3.13. Quel avenir d'une offre « dispersée » ?

La hiérarchisation des sites commerciaux constitue la clef pour une organisation commerciale cohérente répondant aux différents besoins de la population. Elle découle de la caractérisation en taille et en composition de ces sites.

Cette hiérarchisation peut être classée en trois grandes catégories:

> les pôles structurants, générant des flux importants sur une large échelle, pouvant être eux-mêmes hiérarchisés en trois catégories: les pôles de rayonnement (aucun site sur le territoire), les pôles majeurs (seule la zone de Val de Sambre y répond sur l'agglomération), les pôles importants d'attraction locale (au nombre de 4, en considérant en deux sites le centre ville de Maubeuge). Peuvent s'y ajouter des pôles spécifiques ou thématiques accueillant des enseignes à fort rayonnement.

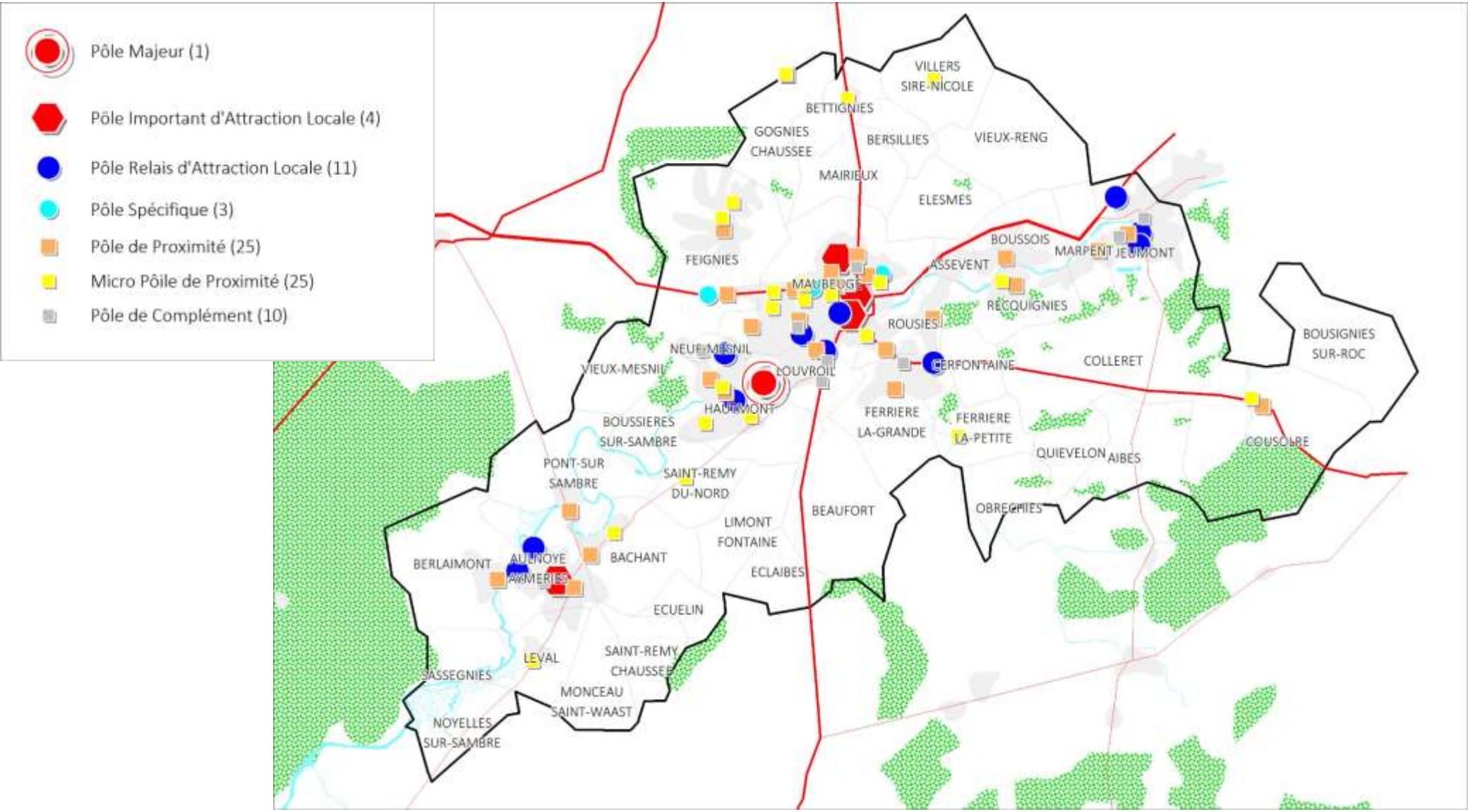
> les pôles intermédiaires, répondant aux besoins courants de la population, éventuellement élargis, et dont le rôle dans le maillage du territoire est généralement important. Deux catégories de pôles intermédiaires peuvent être définis, les pôles relais notamment autour de centre bourg ou de supermarchés, et les pôles de quartier dans les communes urbaines les plus denses (aucun cas sur le territoire). S'y ajoute les pôles spécifiques, dont l'organisation ou la thématique peuvent amener à une attraction individuelle ou particulière.

> les pôles de proximité, avec une déclinaison distinguant une présence structurée d'offre répondant aux besoins courants ou des sites contribuant à une réponse de directe proximité uniquement (micro-proximité). S'y ajoutent les pôles dont l'offre est aujourd'hui déstructurée, clairement incomplète pour répondre à des besoins de proximité, et classés en pôles de complément.

Le territoire de la communauté d'agglomération Maubeuge Val de Sambre se caractérise par un grand nombre de sites commerciaux par rapport à la densité de commerce, dont beaucoup de sites de proximité ou de micro-proximité, par définition fragile compte tenu d'un potentiel de marché limité. Les pôles structurants du territoire, à l'exception du pôle majeur, présentent également des situations de fragilité lié à la fois à leur taille et à leur niveau de vacance, qui limite fortement leur attractivité potentielle.

**Dans ce contexte, la définition d'une armature commerciale essentielle est indispensable pour assurer la pérennité d'un niveau de services suffisant aux habitants. L'élaboration du PLUi constitue l'opportunité de définir cette armature, dans la finesse, en incorporant les notions de proximité. C'est pourquoi un travail fin de diagnostic par site a été réalisé par nos soins (cf fiches sites) afin de constituer le socle de la réflexion et des préconisations à venir.**

Fonction des sites commerciaux de l'agglomération:



| Fonction | Impact sur l'aménagement du territoire | Fréquence d'achat | Temps d'accès maximum | Caractéristiques | Situation sur le territoire |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | |
| Pôle de Rayonnement | Structurant: forte fréquentation voiture; génération de flux externes au territoire. | Pluri-mensuelle à trimestrielle voire moindre | 20 à 45 minutes / 60 minutes dans des cas exception-nels | Pôle de rayonnement dont l'influence est très large, dépassant largement les limites territoriales. | Aucun site de cette catégorie. |
| Pôle Majeur | Structurant: forte fréquentation voiture. | Pluri-mensuelle à mensuelle | 20 à 30 minutes | Pôle de rayonnement dont l'influence est large sur l'ensemble du bassin de vie et pouvant s'étendre aux communes limitrophes de Belgique, avec une offre diversifiée couvrant à la fois les besoins courants et les autres fonctions commerciales. | ZC Val de Sambre |
| Pôle Important | Structurant: génération de flux assez locaux, restant fortement dépendant de la voiture | Hebdomadaire à mensuelle | 15 à 20 minutes | Pôle de rayonnement intra-agglomération et attraction sur des phénomènes de franges. | Centre ville Nord de Maubeuge<br>Centre ville Sud de Maubeuge<br>Centre Ville d'Aulnoye<br>cc Carrefour |

| Fonction | Impact sur l'aménagement du territoire | Fréquence d'achat | Temps d'accès maximum | Caractéristiques | Situation sur le territoire |
|---|---|---|---|---|---|
| Pôles Relais | Intermédiaire: maillage d'échelle généralement cantonale | Hebdomadaire / pluri mensuelle | 10 à 15 minutes | Réponse de large proximité aux besoins courants de la population, pouvant inclure la réponse à des besoins occasionnels en matière d'investissement (de type bricolage) ou ludique (sport par exemple). | Intermarché / rue de la Fontaine à Aulnoye<br>Simply Market / rue Roger Salengro à Aulnoye<br>Market à Ferrière la Grande<br>Intermarché Haumont<br>Carrefour Market Jeumont<br>Centre ville de Jeumont<br>Match Europe Maubeuge<br>Rue d'Hautont Maubeuge |
| Pôles de quartier | Intermédiaire: maillage de quartiers en milieu urbain. | Hebdomadaire / pluri mensuelle | 5 à 8 minutes | Réponse de large proximité aux besoins courants diversifiés de la population, en proximité et dans l'environnement du quartier (en milieu urbain). | Aucun site |
| Pôles spécifiques | Intermédiaire: maillage de quartiers en milieu urbain. | Pluri mensuelle à ponctuelle | - | Offre spécialisée / thématisée. | Jaurès / Coubertin à Maubeuge<br>Place Jean Mermoz à Maubeuge<br>ZA de la Longuenelle Nord à Feignies |

| Fonction | Impact sur l'aménagement du territoire | Fréquence d'achat | Temps d'accès maximum | Caractéristiques | Situation sur le territoire |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | |
| Proximité structurée | Service de proximité | Pluri-hebdomadaire à hebdomadaire | Moins de 10 minutes | Réponse unique aux besoins courant dont l'influence se limite à la commune, voire aux communes environnantes. | 25 sites concernés. |
| Micro proximité | Service de proximité | Pluri-hebdomadaire | Moins de 5 minutes | Réponse unique aux besoins courant dont l'influence se limite pour l'essentiel à la commune ou à la directe proximité en milieu urbain. | 21 sites concernés. |

# 4. BILAN & ENJEUX

# 4.1. Des mutations profondes des comportements, très liées à l'évolution sociologique de la population, et suivant quatre grandes fonctions.

Depuis l'après-guerre, la France a connu de profondes mutations des modes de consommation et de distribution. Les deux sont indissociables. D'un système où l'offre peinait juste après guerre à satisfaire les besoins fondamentaux (se nourrir, se loger, se vêtir), on est progressivement passé à un système où l'offre tire la demande :

- par l'innovation, avec une proportion toujours plus importante de nouveaux produits, de choix…
- par l'introduction de nouveaux modes de distribution, avec l'émergence des supermarchés et hypermarchés, mais aussi plus récemment des grandes et moyennes surfaces spécialisées, des drives.
- par la multiplication du recours à la communication dans l'acte de vente et sa préparation : publicité, packaging, merchandising… D'une réponse à un besoin, par l'apport de technique, d'ergonomie, de praticité, de prix… l'enjeu du produit de consommation est passé à une logique de séduction : créer l'envie, donner un plaisir à l'achat, à l'usage…, générer un besoin.

Dans ce contexte, l'image du produit comme celui du magasin qui le diffuse, est devenue fondamentale. Elle doit informer sur l'usage et le prix, mais doit aussi répondre aux codes qui permettront au client potentiel de s'y retrouver :

- par rapport à son statut social
- par rapport à sa philosophie de vie
- par rapport au groupe social dans lequel il se reconnaît, voire sa « tribu »

Parallèlement, la France a connu une véritable « industrialisation » d'une partie importante de la distribution. Les groupes de distribution ont aujourd'hui un poids considérable par rapport aux entreprises de production, mais aussi sur le consommateur.

Le commerce, interface entre le produit et le client depuis que l'homme vit en société, a connu une véritable révolution dans les trente dernières années:

• d'un principe de réponse à des « besoins » par la vente d'un produit à un prix (ce qui n'excluait pas une dose de séduction pour « créer de l'attente »),

• et d'une relation de proximité et de confiance relative entre le commerçant et le client,

on est passé à :

• une société de consommation où le produit et le prix sont des pré-requis nécessaires mais pas suffisants,

• une société d'abondance, où l'offre de produits, pléthorique (symbolisée par ce que certains appellent des temples de consommation, les centres commerciaux et les hypermarchés), doit, pour rencontrer son public et assurer sa rentabilité économique, générer en permanence de nouvelles attentes, de nouveaux besoins. Si le principe n'est pas fondamentalement nouveau, il s'est emballé dans les dernières décennies, impliquant une accélération de la création de nouveaux produits, mais aussi une démultiplication des outils de communication et d'analyse des comportements de fréquentation et d'achat.

Le commerce est devenu plus qu'une interface entre le produit et le client, plus qu'un lieu de vente. Son image est devenue fondamentale, d'où l'importance des marques mais aussi et surtout des enseignes de distribution, qui deviennent de plus en plus des marques. L'un des cas les plus exacerbés est celui des articles de sports (y compris vêtements et chaussures), avec la prédominance d'une enseigne sur ce marché.

L'image perçue devient à l'extrême prioritaire par rapport au couple produits/prix, jouant d'ailleurs même sur la perception du rapport qualité/prestation/prix. La porte est en conséquence ouverte aux points de vente immatériels. Pour autant, le poids de la Vente à Distance (e-commerce et dérivés) dans l'avenir de la distribution doit être relativisé, et surtout observé en fonction des types de produits.

Si pour l'informatique (et plus largement à terme la domotique), les voyages ou plus précisément la billetterie de voyages, les services, (y compris bancaires, d'assurances) et les livres / disques, l'importance actuelle du e-commerce est indiscutable, son poids à venir dans la vente directe de produits, apparaît plus incertain, du moins avec une livraison à domicile. En effet, les difficultés liées à la livraison à domicile (dont les modèles économiques et urbains fonctionnent mal à une grande échelle (à l'exception des produits de petite ampleur livrés par la Poste), ainsi que les comportements des consommateurs, limiteront certainement la capacité à généraliser ce fonctionnement. Par contre, la combinaison de la commande sur internet et du retrait dans des points de vente relais ou simplement des points de retrait ouvre plus de possibilités (c'est l'exemple flagrant des Drives).

Une part de la population consomme donc d'ores et déjà sur internet; 64% des ménages en France et y consacrent environ 6 à 9% de leurs dépenses, avec de plus en plus de diversification. Quant aux Drives, ils concernent surtout des familles périurbaines dans le cadre de leurs déplacements motorisés domicile travail, avec des taux de fréquentation pouvant localement dépasser 25%.

La généralisation de l'usage d'internet, via le smartphone ou la télévision (reliée au téléphone et incluant partiellement les fonctions d'un ordinateur), permettra néanmoins de faire de ce vecteur un outil de communication essentiel dans la démarche commerciale. En particulier, le principe d'achats réfléchis, ayant donné lieu à une analyse comparative des différentes offres, devrait s'accentuer grâce à cet outil, et donner lieu à un choix du lieu d'achat avant le déplacement, en particulier pour les dépenses d' « investissement ».

Mais il existe aussi des modèles, pour des achats récurrents, de commandes, qui seront à retirer soit au magasin, soit dans des lieux relais, notamment sur les terminaux de transport (et tous sites accueillant des « ruptures de charge » au niveau transport: casiers de retraits de commandes, conciergerie numérique…).

Dans ce contexte, l'évolution des modes de vie apporte un nouvel éclairage, avec une mutation en profondeur à la fois de resserrement sur la cellule familiale, mais aussi d'attentes de loisirs. Le passage aux 35 heures a accéléré cette mutation, accentuant le sentiment de « droit » aux loisirs. Parallèlement, **les comportements d'achats se diversifient**, avec la recherche de la « bonne affaire », l'utilisation de produits d'occasion (jusqu'à près de 40% dans certains territoires), l'utilisation, mais à la marge, de circuits de distribution alternatifs (achats directs en circuit court par exemple).

Le temps passé à faire les achats récurrents, courants, baisse continuellement, malgré ce temps disponible plus important. La segmentation entre les familles de produits, à partir de leurs fonctions, tend à s'estomper au profit de la logique « d'univers » ou « de concept ». Ces concepts porteront certainement d'abord sur un ciblage clientèle avant d'être un ciblage produits. Si les spécialistes pointus auront toujours leurs atouts, les concepts commerciaux devraient aller nettement vers la notion d'univers lié à une enseigne (ce qui peut être vrai aussi pour un indépendant développant sa propre enseigne) : dans ce cadre, on pourrait retrouver un décloisonnement de l'offre produits. Les exemples les plus flagrants aujourd'hui, en dehors des concepts Nature & Découverte ou Résonances, se portent sur les grandes surfaces de bricolage et les jardineries. Pour les premières, on est loin de la quincaillerie, avec le développement d'une offre large et diversifiée, touchant l'ensemble de l'aménagement de la maison, y compris la décoration, le jardin… ; pour les secondes, les plantes n'ont plus le monopole, avec l'adjonction de l'animalerie, les rayons saisonniers de décoration de Noël, la motoculture…

Ainsi, d'une société de consommation, on est en train de passer à une **société de loisirs**, avec des enjeux différenciés en fonction des quatre grandes catégories de dépenses qui concernent le commerce:



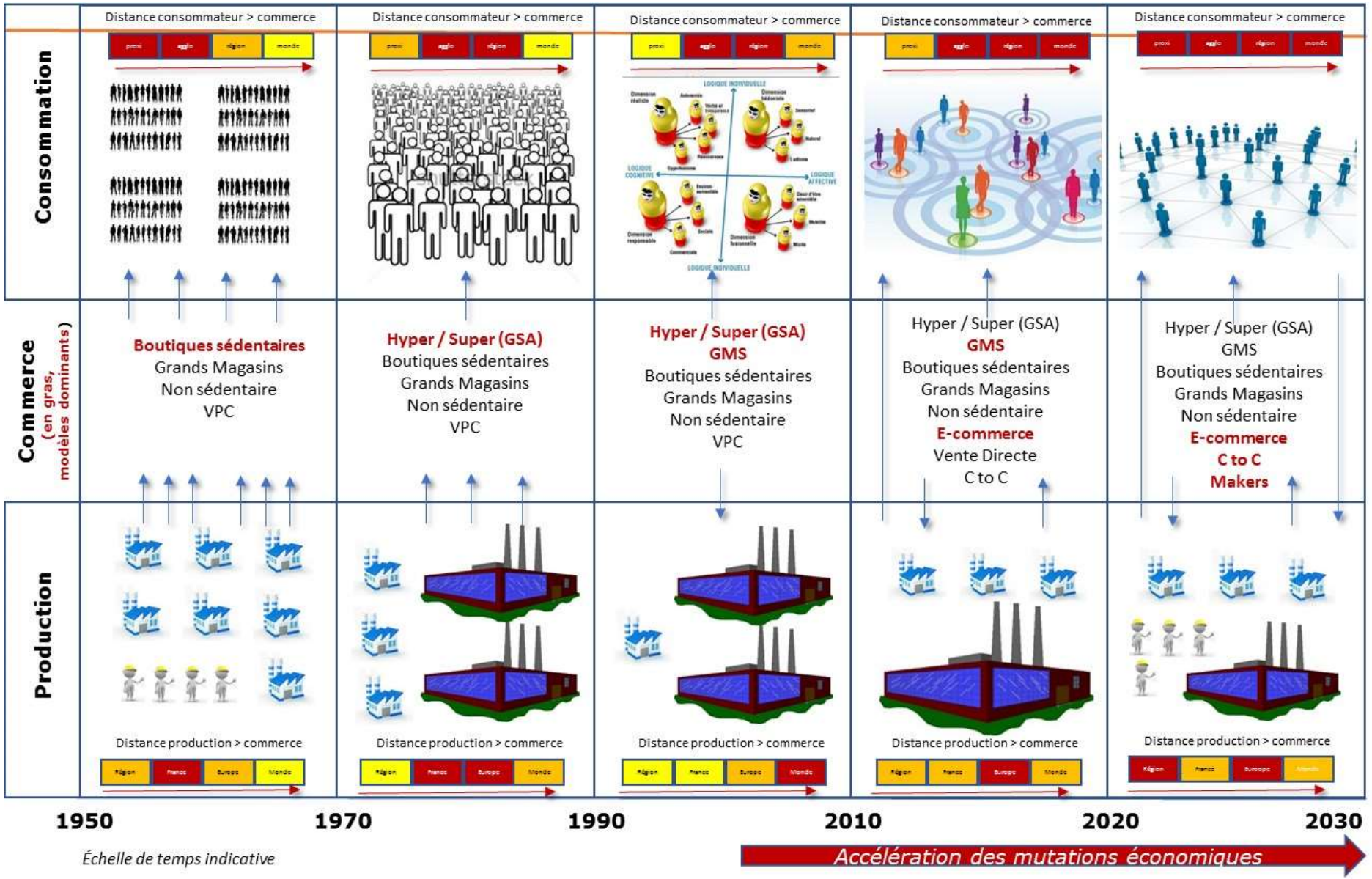
| Catégories | Besoins courants | Investissements | Achats Ludiques | Achats désirs |
|---|---|---|---|---|
| Exemple de produits | Alimentaire, restauration au quotidien, pharmacie, presse-tabac, coiffeur.. | Aménagement de la maison au sens large.<br>Automobile.<br>Voyages. | Musique, vidéo, livres, jeux, produits technologiques, sport, jardinerie, alimentaire festif | Habillement, chaussures, bijouterie, produits de beauté |
| Tendances en termes de budget | Baisse pour l'alimentaire<br>Forte hausse pour les services (téléphonie, assurances, prestations mensualisées)<br>Hausse pour le logement et la logique de déplacement. | Budget global jusqu'à présent constant avec des arbitrages basculant d'une catégorie vers l'autre.<br>Possibilité de souhait de baisse mais hausse structurelle par la logique de services. | Baisse en valeur, mais comportement très erratique pouvant soutenir le niveau de consommation. | Tendance nette à la baisse en valeur, mais pas en volume.<br><br>Va venir en contradiction avec une augmentation prévisible des prix (coûts des matières premières et de la main d'œuvre). |
| Tendances en termes de comportements | Recherche d'efficacité (ratio temps / qualité / prix): multiplication des supports de consommation (y compris drive, mais aussi marchés non sédentaires), baisse du poids des hypermarchés. | Forte orientation vers une logique de service global (poussée par l'offre): implique une modification des formats de commerces (baisse des surfaces).<br><br>Consommateur « technicien ». | Forte emprise d'internet: pourrait monter à 30% pour les biens dits « culturels », dans un cadre de prestations de services.<br><br>Recherche de lieux symboles. | Forte montée en puissance d'internet (pourrait aller à 12 voire 15% de part de marché en habillement / chaussures).<br><br>Fréquentation de « lieux de vie »: importance du cadre. |
| Enjeux généraux | => Assurer un service diversifié à l'ensemble des usagers du territoire, par un maillage adapté aux évolutions urbaines et démographiques.<br>=> Accompagner les nécessaires mutations des commerces « traditionnels » vers des logiques de commerçants-investisseurs ayant plusieurs boutiques, et l'enjeu des « vocations ».<br>=> Orienter des réaménagements inévitables de surfaces existantes. | => Accompagner les mutations des métiers en la matière: du commerçant au prestataire de services.<br>=> Assurer la souplesse nécessaire dans les documents d'urbanisme à la restructuration des concepts à l'avenir: à la hausse et à la baisse.<br>=> Gérer les flux générés en pic, en cohérence avec les évolutions urbaines des territoires. | => Faire émerger des pôles de rayonnement spécifiques en la matière, sans trop consommer d'espace = question du coût de la mutation des zones commerciales.<br>=> Renforcer l'image qualitative des pôles urbains centraux, afin de jouer la complémentarité avec la montée en puissance de la Vente A Distance. | => Valoriser les centralités urbaines comme lieux de vie, permettant le maintien voire le renforcement de l'offre « petits et moyens formats ».<br>=> Anticiper les nécessaires mutations des zones commerciales de « boîtes » peu adaptées à l'évolution des comportements. |
| Enjeux pour le territoire de la communauté d'agglomération Maubeuge Val de Sambre | => Définir un maillage du territoire en capacité de répondre raisonnablement à l'ensemble de la population, au-delà des opérations au cas par cas. | => Conforter la diversité de l'offre plutôt par de nouveaux concepts urbains de moyennes surfaces. | => Accueillir de nouveaux concepts urbains, sans forcément beaucoup de surfaces. | => Conforter l'effet de centralité du centre-ville de Maubeuge et améliorer la diversité de l'offre proposée. |

# 4.2. Face à ces mutations, en cours, les concepts commerciaux se cherchent et peinent à innover.

Dans le domaine de la réponse aux besoins courants (alimentaire et offre généraliste):
- les concepts d'hypermarchés arrivent dans une phase de nécessaire reconfiguration pour regagner en attractivité, car ils ne sont plus vraiment aujourd'hui les moteurs d'un pôle commercial,
- le format des supermarchés, après une tendance à un grossissement (passage à un minimum de 1.500 m², augmentation des surfaces sur plus de 2.000 m² et poussée vers de petits hypermarchés jusqu'à 4.500 m²), se rediversifie, avec des formats qui réapparaissent à moins de 1.000 m², dans l'esprit des supérettes. Parallèlement, deux des poids lourds du marché (Champion et Atac) font évoluer leur nom et leur concept pour contrer les hard discounters (passage à Carrefour Market et Simply Market).
- le format des discounters, tend à grossir en surface de vente (exemple: Leader Price souhaite développer des magasins de 1.500 m², difficultés de Dia à trouver un positionnement économiquement rentable en France, restructuration du réseau LIDL, développement de Aldi vers une offre non alimentaire...).
- l'offre de proximité structurée intéresse de nouveau les distributeurs, que ce soit avec le développement de points de vente alimentaires de type « supérette » (par Carrefour avec le redéploiement autour des enseignes Carrefour City, Carrefour Contact, Contact Marché mais aussi par de nouveaux acteurs sur le marché français, comme le groupe Colruyt, développant les Coccimarket et Coccinelle, entre autres).
- parallèlement, on note les prémices d'un redéveloppement d'offres plus large en proximité, combinant offres alimentaires et compléments type presse, café… comme dans le domaine de l'électrodomestique / bricolage (qui reste timide).

Pour les offres de rayonnement, allant au-delà des réponses aux besoins des habitants de la zone de proximité, on note un double phénomène, à la fois de spécialisation, mais aussi de thématisation:
- pour la spécialisation, les pôles auto se concentrent petit à petit, même si la conjoncture à court terme peut freiner un peu la tendance, liée aux besoins de surfaces plus importantes et à la technicité qui tend à limiter la viabilité des « petits » garages, surtout dans un contexte de renouvellement urbain.
- la thématisation se développe autour de plusieurs axes; le premier est le concept de retail park (parc d'activité commercial n'accueillant pas forcément de grande surface alimentaire) supposé être thématique, en particulier autour de l'équipement de la maison. L'expérience montre en fait que cette spécialisation est difficile à obtenir, avec des problèmes de commercialisation, ce qui aboutit de fait à une offre plus diversifiée que l'objectif initial, concurrençant ainsi plus les offres existantes et mettant en question leur effective pérennité dans le temps, car les seuils critiques pour générer une réelle attractivité sont élevés: autour de 25.000 m². Ceci implique un besoin de zones de chalandise très denses, apriori d'au moins 500.000 habitants, ce qui n'est pas le cas de l'agglomération.

Liens entre l'évolution des formes de commerces, les modes de consommation et les modes de production:

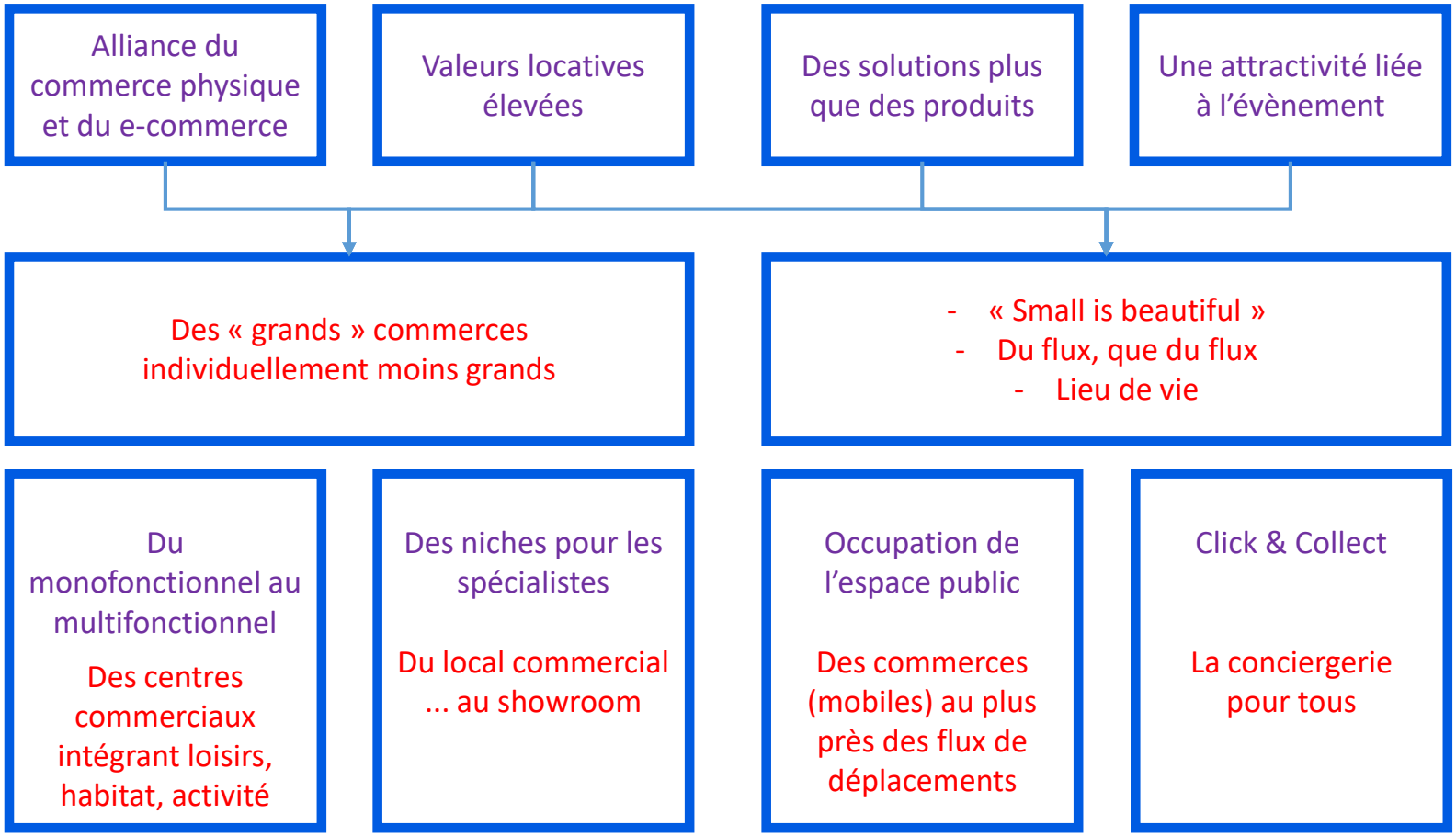


- toujours dans la logique de thématisation, un concept nouveau commence à apparaître mixant les activités sportives et de loisirs aux activités commerciales: « centre de loisirs ». Sur le principe, le concept du « Village des Loisirs » (Ars Commercia), adaptable en milieux urbains et péri-urbains, a pour particularité de regrouper sous un même toit (10.000 à 18.000 m² de SHON) un ensemble d'activités liées à la détente, au loisir et au bien-être: fitness, spa, centre esthétique, centre d'amincissement, alimentation bio, squash, badminton, bowlings, espaces de jeux enfants indoor, foot indoor, mur d'escalade… L'objectif est que chaque enseigne bénéficie d'un environnement global de loisirs et de détente, afin de renforcer le caractère de destination du site, en s'appuyant sur une infrastructure commune: accès, stationnement, restauration à thème, communication… En fait, il s'agit bien d'un concept de Parc d'Activités Commerciales, tel que fortement développé aujourd'hui, avec une spécificité sur l'orientation thématique du site. Précisons que les exemples existants mettent en exergue la nécessité, pour le développement de ce concept, de s'appuyer sur une « locomotive » en termes de flux commerciaux : hypermarché / bricolage / jardinerie
- enfin, toujours dans la logique de thématisation, le concept de « Village de Marques », dernière évolution des magasins d'usine, visant les marques « haut de gamme », et s'inscrivant dans un concept architectural de type Village, permettant de tirer partie de la grande leçon de l'agglomération troyenne: une réussite basée sur le « tourisme commercial » capable d'attirer le quart Nord-Est de la France. Inscrire la fréquentation de ces centres dans une logique de loisirs. Leur seuil critique est néanmoins élevé, et nécessite d'aller chercher une clientèle jusqu'à 1h15 de route, avec plus de 1 million d'habitants. Les projets en France sont nombreux, mais peu aboutissent.

De manière plus générale, on note une forte tendance à la thématisation des concepts de magasins, qui s'inscrivent plus dans une logique de positionnement thématique qu'uniquement de produit. Historiquement, Nature & Découverte a été le précurseur, mais on voit petit à petit le principe s'élargir dans beaucoup de domaines. Par exemple, la vente de produits alimentaires bio s'inscrivant dans un concept global pour Botanic, la thématique du développement durable avec la nouvelle enseigne de bricolage Kbane du groupe Adeo (premier magasin sur 1.200 m² dans le Nord), l'élargissement des offres produits des grandes surfaces de bricolage (offre de cuisiniste intégré par exemple, développement des rayons jardin…) ou de l'aménagement de la maison (qui débouchera vraisemblablement vers une offre globale meuble / décoration / réalisation de la décoration)…

Toutes ces évolutions dépendent bien évidemment de la capacité à développer de nouveaux concepts mais dépendent aussi et avant tout des coûts d'occupation des locaux commerciaux.

**Avenir des concepts commerciaux**: une réponse nécessaire à quatre critères fondamentaux.



# 4.3. Bilan A.F.O.M.

## Faiblesses:

- Faible densité de commerces en nombre d'établissements.
- Taux de vacance élevé sur près de 40% des sites commerciaux.
- Nombreux sites commerciaux (75) par rapport au nombre de commerces, et fragilité d'une majorité d'entre eux.
- Faible pouvoir d'achat d'une partie importante de la population.
- Offre manquant de diversité, très orientée mass market (mais ce qui permet néanmoins d'assez bons taux de maintien).

## Atouts:

- Forte densité commerciale en surfaces de vente.
- Potentiel de consommation en valeur cumulée.
- Bon taux de maintien des dépenses des habitants compte tenu de l'offre commerciale présente.
- Temps d'accès aux offres alternatives de rayonnement relativement élevé, du moins pour les dépenses courantes et récurrentes: 25 minutes pour Mons, 30 minutes pour Valenciennes.
- Zone de franges du territoire porteuse d'une clientèle supplémentaire pour les commerces de l'agglomération.

## Menaces:

- Peu de potentiels de croissance du marché théorique, amenant à un marché disponible probablement à la baisse avec la montée en puissance du e-commerce.
- Montée en puissance du pôle de Mons.

## Opportunités:

- Projets commerciaux venant potentiellement renouvelé en partie l'offre de rayonnement.

# 4.4. Les principaux enjeux pour le territoire dans le cadre du PLUi

**Une forte domination de l'offre généraliste (86% de part de marché en alimentaire)… potentiellement contradictoire avec l'évolution sociétale (personnes seules).**

**Beaucoup (trop) de sites commerciaux sans effet de centralité dominant. Manque de hiérarchisation entre les sites de centralité: faiblesse de l'offre « intermédiaire », dominée par les supermarchés.**

**Quelle occupation des locaux inactifs, dans le cadre de resserrement de linéaires commerciaux => sélection des linéaires à « protéger ».**

**La localisation des grandes et moyennes surfaces: une clef pour une organisation spatiale maîtrisée.**

# Annexe:

# Fiches sites

PIVADIS

*24, Rue de la Bredauche - 45380 LA CHAPELLE ST MESMIN*
*Interlocuteur : Stéphane MERLIN*
*Tél: 02.38.43.41.38 – Fax: 02.38.70.50.95*
*Email: pivadis@wanadoo.fr*

# Sommaire


MAUBEUGE
- Centre-ville nord 56
- Centre-Ville sud 58
- Match Boulevard de l'Europe 60
- Place Jean Mermoz 62
- Route d'Assevent 64
- Route d'Elesmes 66
- Rue Faubourg Saint-Quentin 68
- Rue de la Liberté 70
- Aldi / Action 72
- Faubourg de Mons nord 74
- Faubourg de Mons sud 76
- Avenue Jean Jaurès est 78
- Jaurès / rue du Progrès 80
- Jaurès / Coubertin 82
- Jaurès / Market Express 84
- Jaurès / Douzies 86
- Victor Hugo / rue Sous le Bois 88
- Avenue de la République 90
- Place de l'Industrie 92
- Lidl 94
- Aldi 96
- Rue d'Hautmont 98
- Centre commercial Carrefour 100

AULNOYE-AYMERIES
- Centre-ville 102
- Hôtel de Ville 104
- Simply Market / rue Roger Salengro 106
- Intermarché / rue de la Fontaine 108
- Contact Marché 110

BACHANT
- Centre-ville 112
- Rue de Maubeuge 114

BERLAIMONT
- Centre-ville 116

BETTIGNIES
- Route de Mons 118

BOUSSOIS
- Centre-ville 120

COUSOLRE
- Centre-bourg 122
- Route Nationale 124

# Sommaire


FEIGNIES
- Centre-ville 126
- République / Salengro 128
- Rue Paul Deudon 130
- Route de Valencienne / Lidl 132
- Zone d'activités de la Longuenelle nord 134

FERRIERE-LA-GRANDE
- Centre-ville 136
- Avenue Georges Clémenceau 138
- Market 140

FERRIERE-LA-PETITE
- Centre-bourg 142

GOGNIE-CHAUSSEE
- Centre-bourg (partie française et belge) 144

HAUMONT
- Centre-ville 146
- Place du 8 Novembre 148
- Gare d'Haumont 150
- Rue Gambetta 152
- Centre commercial Bois du Quesnoy 154
- Place du Nouveau Monde 156
- Intermarché 158

JEUMONT
- Centre-ville 160
- Carrefour Market 162
- Léon Blum / Hector Despret 164
- Gare 166
- Rue Jean Jaurès 168
- Intermarché Super Porte de France 170

LEVAL
- Centre-bourg 172

LOUVROIL
- Centre-ville 174
- Route d'Avesnes nord 176
- Route d'Avesnes sud 178
- Lidl 180

LOUVROIL / HAUTMONT
- Zone commerciale Val de Sambre 182

MARPENT
- Centre-ville 184

NEUF-MESNIL
- Centre-bourg 186

# Sommaire


PONT-SUR-SAMBRE
- Centre-ville 188

RECQUIGNIES
- Centre-bourg 190
- Aldi 192

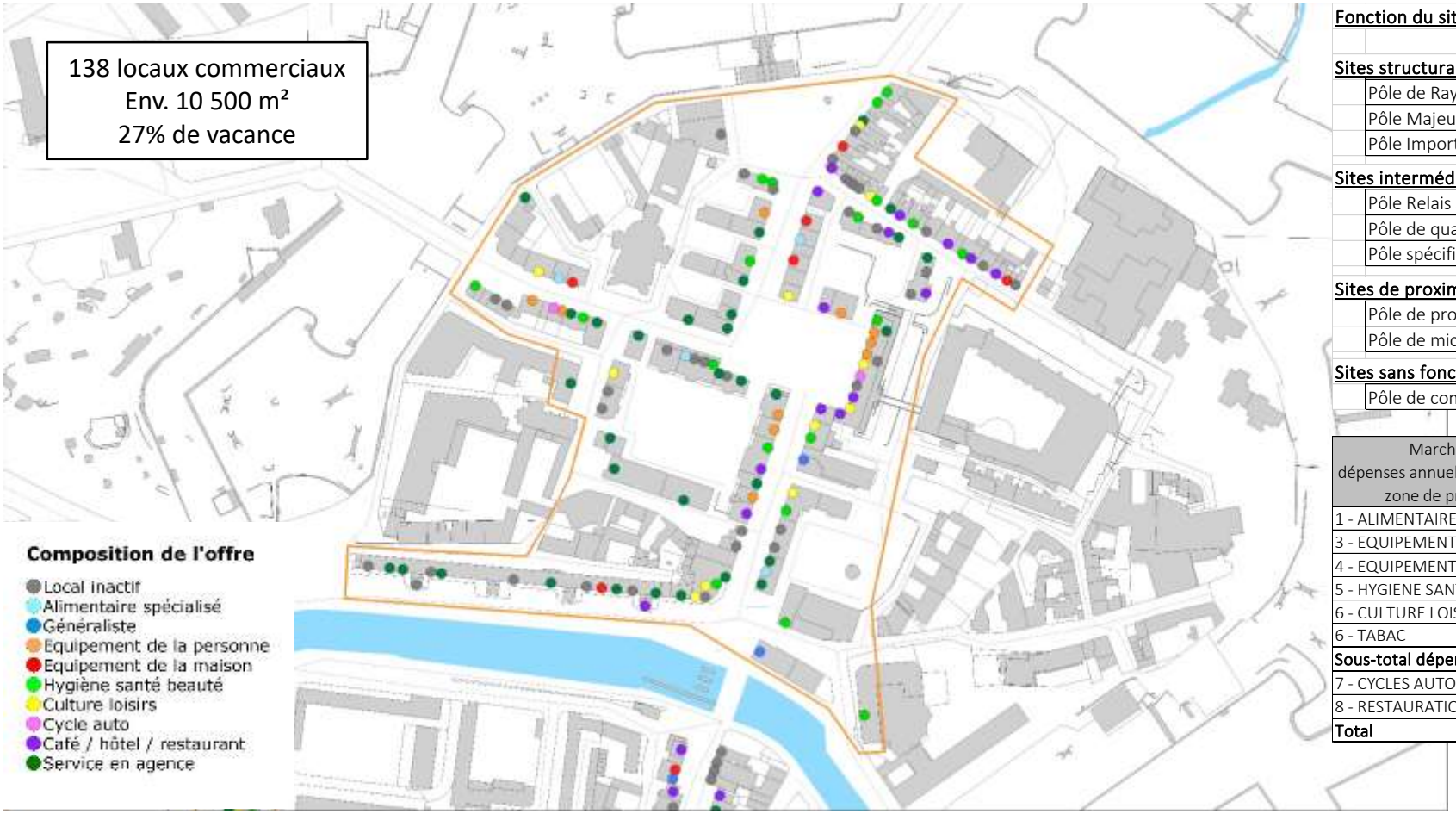
ROUSIES
- Centre-bourg 194
- Avenue de Ferriere 196
- Contact Marché 198

SAINT-REMY-DU-NORD
- Grande-Rue 200

VILLERS-SIRE-NICOLE
- Centre-bourg 202

# MAUBEUGE : CENTRE-VILLE NORD

138 locaux commerciaux
Env. 10 500 m²
27% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 81,4 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 25,6 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 26,5 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 49,5 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 45,3 |
| 6 - TABAC | 8,7 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **236,8** |
| 7 - CYCLES AUTO | 58,9 |
| 8 - RESTAURATION | 24,9 |
| **Total** | **320,6** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-ville bien signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès relativement facile. |
| Desserte en TC | | Desservi par de nombreuses lignes de bus. |
| Parking et stationnement | | Différents parkings sont à disposition, de plus de nombreuses places (classées zone bleue) sont présentes le long des voies. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont larges et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Un mobilier urbain présent et en bon état. |

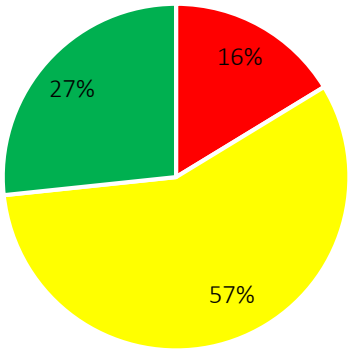
++
+
=
-
- -

# MAUBEUGE : CENTRE-VILLE NORD

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 4 | 3% |
| Généraliste | 2 | 1% |
| Equipement de la personne | 10 | 7% |
| Equipement de la maison | 6 | 4% |
| Hygiène santé beauté | 19 | 14% |
| Culture loisirs | 11 | 8% |
| Cycles auto | 2 | 1% |
| Cafés hôtels restaurants | 15 | 11% |
| Services en agence | 32 | 23% |
| Locaux inactifs | 37 | 27% |
| **Total** | 138 | 100% |



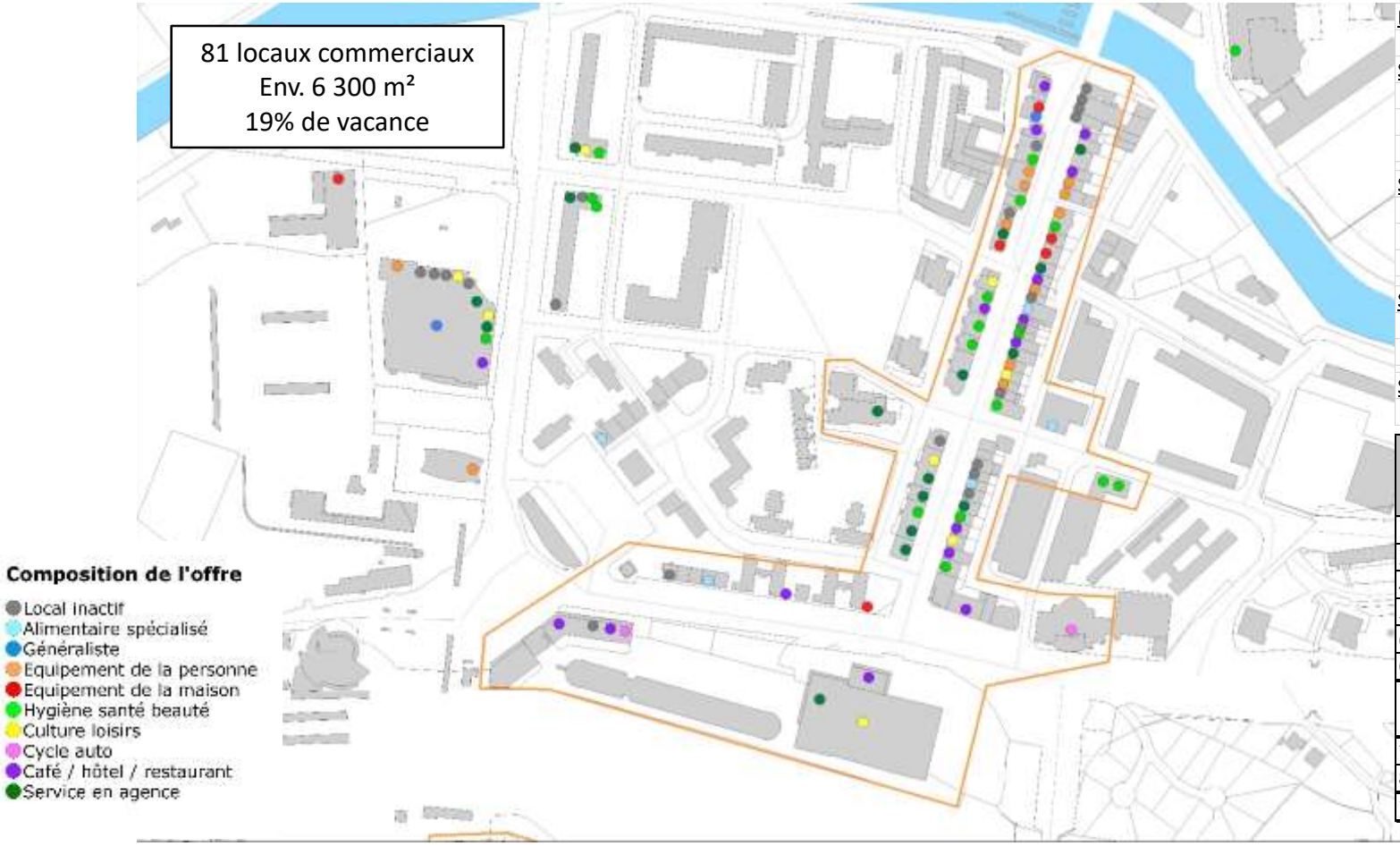
Etat des locaux commerciaux






# MAUBEUGE : CENTRE-VILLE SUD

81 locaux commerciaux
Env. 6 300 m²
19% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | ■ |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 75,7 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 23,8 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 24,6 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 46,0 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 42,1 |
| 6 - TABAC | 8,1 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **220,2** |
| 7 - CYCLES AUTO | 54,8 |
| 8 - RESTAURATION | 23,1 |
| **Total** | **298,2** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-ville bien signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès relativement facile. |
| Desserte en TC | | Desservi par plusieurs lignes de bus, de plus présence de la gare SNCF à proximité. |
| Parking et stationnement | | Présence de deux grands parkings, place de Wattignies et Gare. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont larges et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Un mobilier urbain présent et en bon état, polarité arborée. |

| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# MAUBEUGE : CENTRE-VILLE SUD

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 4 | 5% |
| Généraliste | 1 | 1% |
| Equipement de la personne | 9 | 11% |
| Equipement de la maison | 5 | 6% |
| Hygiène santé beauté | 13 | 16% |
| Culture loisirs | 5 | 6% |
| Cycles auto | 2 | 2% |
| Cafés hôtels restaurants | 15 | 19% |
| Services en agence | 12 | 15% |
| Locaux inactifs | 15 | 19% |
| **Total** | 81 | 100% |





# MAUBEUGE : MATCH BOULEVARD DE L'EUROPE




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 18,2 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 5,7 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 5,9 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 11,2 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 10,2 |
| 6 - TABAC | 1,9 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **53,2** |
| 7 - CYCLES AUTO | 13,0 |
| 8 - RESTAURATION | 5,7 |
| **Total** | **71,8** |

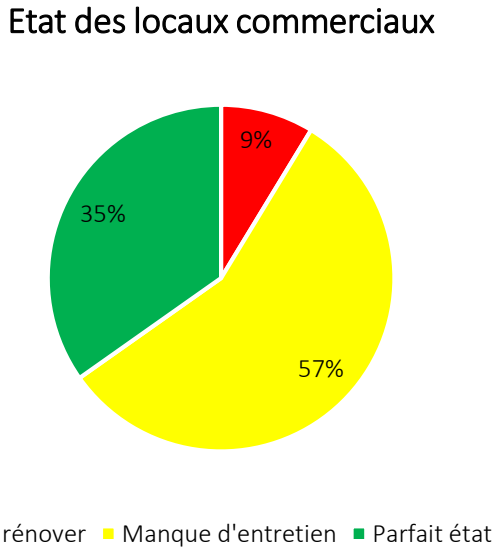
| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Signalé via l'enseigne. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé quand on vient du nord, un peu plus compliqué lorsque que l'on arrive du sud. |
| Desserte en TC | | Desservi par de nombreuses lignes de bus et présence de la gare SNCF à proximité. |
| Parking et stationnement | | La capacité en stationnement paraît suffisante. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont larges et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Un mobilier urbain présent. |

++
+
=
-
- -

# MAUBEUGE : MATCH BOULEVARD DE L'EUROPE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 4% |
| Généraliste | 1 | 4% |
| Equipement de la personne | 2 | 9% |
| Equipement de la maison | 1 | 4% |
| Hygiène santé beauté | 4 | 17% |
| Culture loisirs | 3 | 13% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 4% |
| Services en agence | 4 | 17% |
| Locaux inactifs | 6 | 26% |
| Total | 23 | 100% |






# MAUBEUGE : PLACE JEAN MERMOZ

1 locaux commerciaux
Env. 5 100 m²
0% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 9,6 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 3,0 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 3,1 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 5,9 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 5,3 |
| 6 - TABAC | 1,0 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **27,9** |
| 7 - CYCLES AUTO | 6,9 |
| 8 - RESTAURATION | 2,9 |
| **Total** | **37,8** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de faible fréquence |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Un mobilier urbain présent, petite placette aménagée avec aire de jeux. |

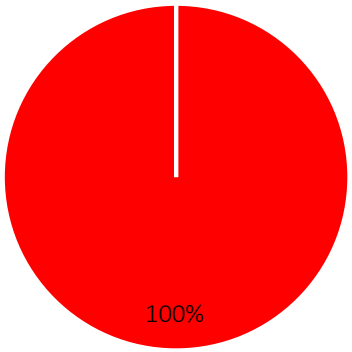
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# MAUBEUGE : JEAN MERMOZ

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 100% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 1 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# MAUBEUGE : ROUTE D'ASSEVENT

6 locaux commerciaux
Env. 220 m²
50% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 3,8 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,2 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,3 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 2,4 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 2,2 |
| 6 - TABAC | 0,4 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **11,3** |
| 7 - CYCLES AUTO | 2,8 |
| 8 - RESTAURATION | 1,2 |
| **Total** | **15,3** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé, voie à double sens. |
| Desserte en TC | | Pas de desserte |
| Parking et stationnement | | Paraît suffisant. |
| Cheminements piétons | | Le stationnement s'effectue à cheval sur les trottoirs et la chaussée, il reste peu de place pour les piétons, de plus les trottoirs sont dégradés. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Absence de mobilier urbain, trottoirs dégradés. |

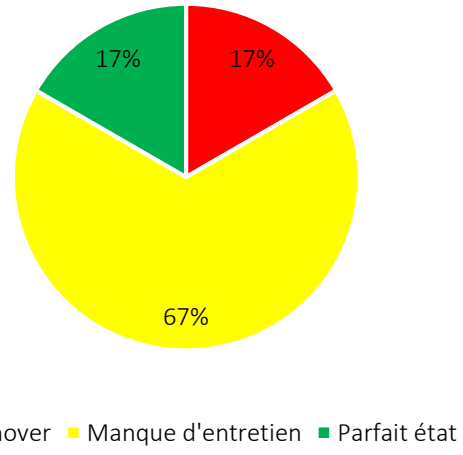
++
+
=
-
- -

# MAUBEUGE : ROUTE D'ASSEVENT

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 17% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 2 | 33% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 3 | 50% |
| **Total** | 6 | 100% |



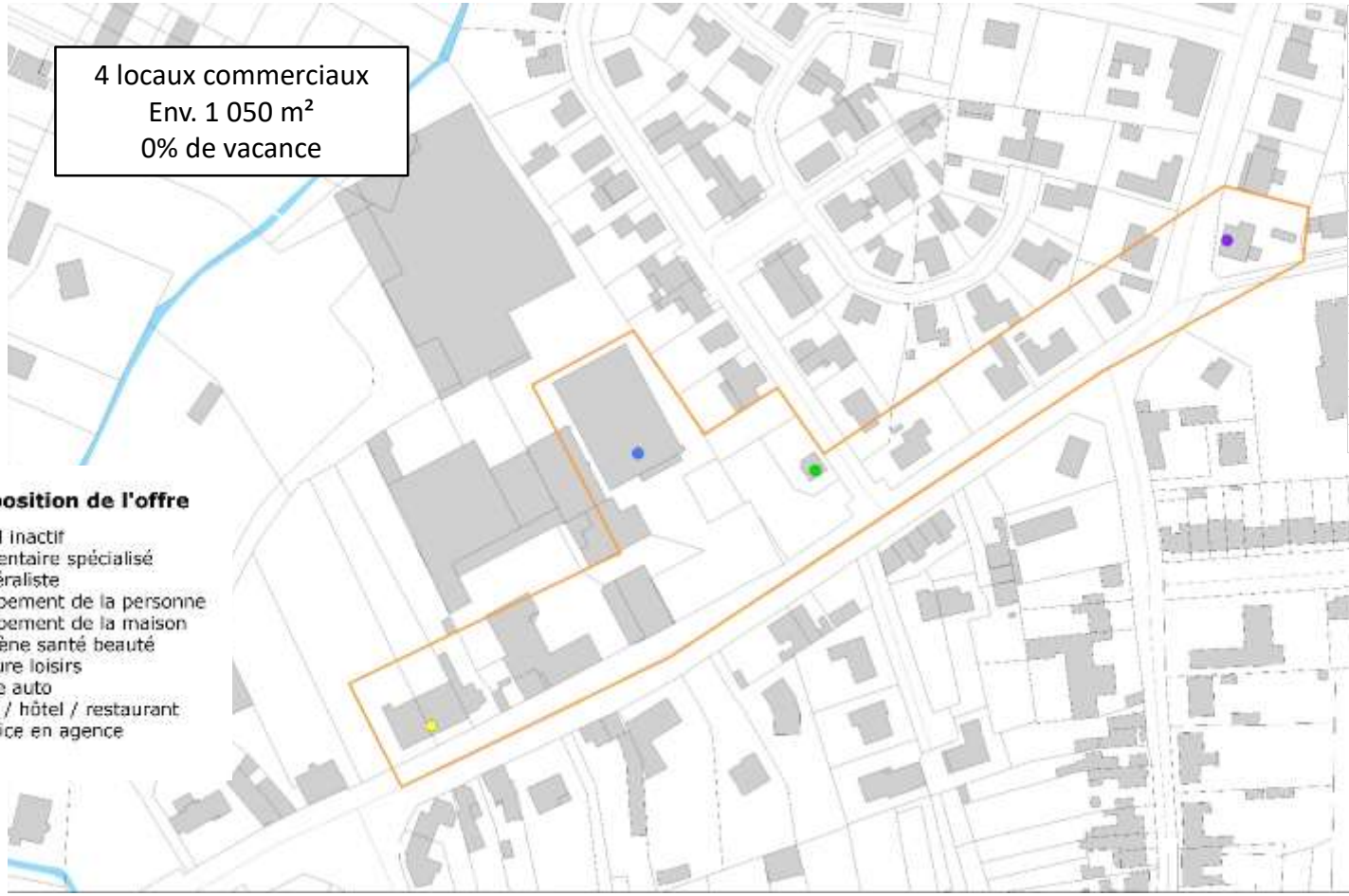
Etat des locaux commerciaux






# MAUBEUGE : ROUTE D'ELESMES

4 locaux commerciaux
Env. 1 050 m²
0% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 9,6 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 3,0 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 3,1 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 5,9 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 5,3 |
| 6 - TABAC | 1,0 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **27,9** |
| 7 - CYCLES AUTO | 6,9 |
| 8 - RESTAURATION | 2,9 |
| **Total** | **37,8** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de bus de faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs d'une bonne largeur et en bon état, présence de cheminements piétons sur le parking du Carrefour Contact. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain absent. |

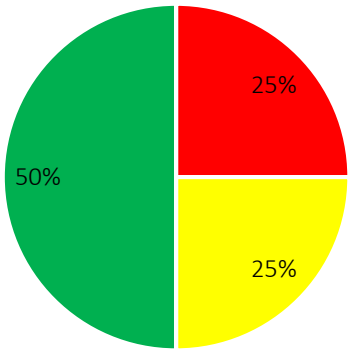
++
+
=
-
- -

# MAUBEUGE : ROUTE D'ELESMES

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 1 | 25% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 25% |
| Culture loisirs | 1 | 25% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 25% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 4 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# MAUBEUGE : RUE FAUBOURG SAINT-QUENTIN

7 locaux commerciaux
Env. 280 m²
0% de vacance



**Composition de l'offre**

- Local inactif
- Alimentaire spécialisé
- Généraliste
- Equipement de la personne
- Equipement de la maison
- Hygiène santé beauté
- Culture loisirs
- Cycle auto
- Café / hôtel / restaurant
- Service en agence

**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 10,3 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 3,3 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 3,4 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 6,3 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 5,8 |
| 6 - TABAC | 1,1 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **30,1** |
| 7 - CYCLES AUTO | 7,5 |
| 8 - RESTAURATION | 3,2 |
| **Total** | **40,9** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Bonne accessibilité. |
| Desserte en TC | | Pas de desserte. |
| Parking et stationnement | | La capacité en stationnement paraît suffisante. |
| Cheminements piétons | | Globalement les trottoirs sont d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Un mobilier urbain peu présent. |

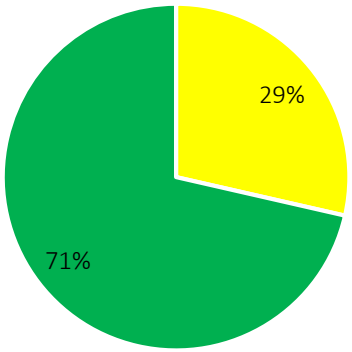
++
+
=
-
- -

# MAUBEUGE : RUE FAUBOURG SAINT-QUENTIN

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 14% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 2 | 29% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 2 | 29% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 14% |
| Services en agence | 1 | 14% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| Total | 7 | 100% |




Etat des locaux commerciaux




A rénover  Manque d'entretien  Parfait état



# MAUBEUGE : RUE DE LA LIBERTE

6 locaux commerciaux
Env. 270 m²
50% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 15,4 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 4,9 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 5,0 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 9,4 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 8,6 |
| 6 - TABAC | 1,7 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **45,0** |
| 7 - CYCLES AUTO | 11,2 |
| 8 - RESTAURATION | 4,8 |
| **Total** | **61,0** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Rue de la Liberté à sens unique. |
| Desserte en TC | | Un arrêt de bus situé à environ 200 mètres de la polarité. |
| Parking et stationnement | | Paraît suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain absent. |

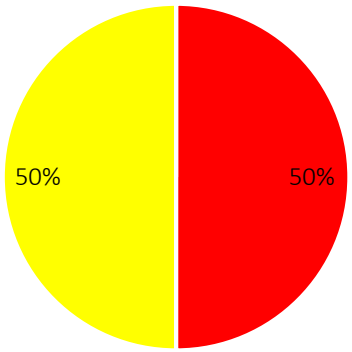
++
+
=
-
- -

# MAUBEUGE : RUE DE LA LIBERTE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 17% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 17% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 1 | 17% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 3 | 50% |
| **Total** | 6 | 100% |



Etat des locaux commerciaux




A rénover  Manque d'entretien  Parfait état



# MAUBEUGE : ALDI / ACTION

4 locaux commerciaux
Env. 1 700m²
0% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 8,9 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 2,8 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 2,9 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 5,4 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 4,9 |
| 6 - TABAC | 0,9 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **25,8** |
| 7 - CYCLES AUTO | 6,5 |
| 8 - RESTAURATION | 2,7 |
| **Total** | **35,0** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Petite signalétique. |
| Accessibilité automobile | | L'accès au parking est mal indiqué. |
| Desserte en TC | | Desservi par plusieurs lignes de bus. |
| Parking et stationnement | | La capacité paraît trop juste pour les heures de pointe. |
| Cheminements piétons | | Pas de cheminement piéton sur le parking. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain présent, site arboré. |

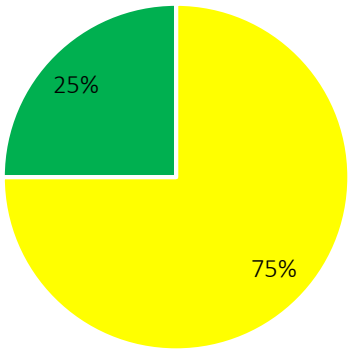
++
+
=
-
- -

# MAUBEUGE : ALDI / ACTION

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 25% |
| Généraliste | 2 | 50% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 1 | 25% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 4 | 100% |




Etat des locaux commerciaux




A rénover  Manque d'entretien  Parfait état



# MAUBEUGE : FAUBOURG DE MONS NORD




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 5,7 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,8 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,9 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,5 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 3,1 |
| 6 - TABAC | 0,6 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **16,6** |
| 7 - CYCLES AUTO | 4,1 |
| 8 - RESTAURATION | 1,7 |
| **Total** | **22,4** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Large voie à double sens. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de bus, dont une de bonne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain peu présent. |

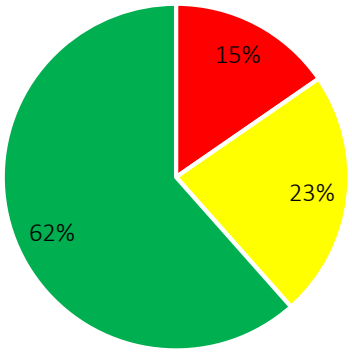
++
+
=
-
- -

# MAUBEUGE : FAUBOURG DE MONS NORD

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 2 | 15% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 3 | 23% |
| Culture loisirs | 2 | 15% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 8% |
| Services en agence | 1 | 8% |
| Locaux inactifs | 4 | 31% |
| **Total** | 13 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# MAUBEUGE : FAUBOURG DE MONS SUD

9 locaux commerciaux
Env. 320 m²
33% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 5,7 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,8 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,9 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,5 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 3,1 |
| 6 - TABAC | 0,6 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **16,6** |
| 7 - CYCLES AUTO | 4,1 |
| 8 - RESTAURATION | 1,7 |
| **Total** | **22,4** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Large voie à double sens. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de bus, dont une de bonne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain peu présent. |

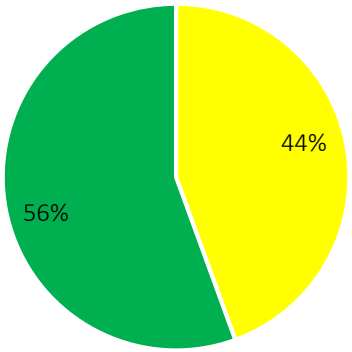
++
+
=
-
- -

# MAUBEUGE : FAUBOURG DE MONS SUD

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 11% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 3 | 33% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 11% |
| Services en agence | 1 | 11% |
| Locaux inactifs | 3 | 33% |
| **Total** | 9 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# MAUBEUGE : AVENUE JEAN JAURES EST

| Fonction du site dans l'armature commerciale | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

8 locaux commerciaux
Env. 300 m²
0% de vacance




| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 3,9 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,3 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,3 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 2,4 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 2,2 |
| 6 - TABAC | 0,4 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **11,6** |
| 7 - CYCLES AUTO | 2,9 |
| 8 - RESTAURATION | 1,3 |
| **Total** | **15,7** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Quelques commerces signalés en amont (Biocoop et Campanile), mais pas la polarité. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé, voie larges et à double sens. |
| Desserte en TC | | Présence d'un seul arrêt de bus (Tivoli) excentré, desservi par une ligne de faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Chaque commerce possède son propre parking. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs larges et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain peu présent. |

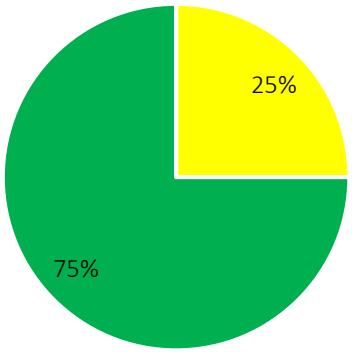
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# MAUBEUGE : AVENUE JEAN JAURES EST

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 13% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 2 | 25% |
| Cycles auto | 3 | 38% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 13% |
| Services en agence | 1 | 13% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 8 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# MAUBEUGE : JAURES / RUE DU PROGRES

12 locaux commerciaux
Env. 320 m²
33% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 12,3 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 3,9 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 4,0 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 7,5 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 6,9 |
| 6 - TABAC | 1,3 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **35,8** |
| 7 - CYCLES AUTO | 8,9 |
| 8 - RESTAURATION | 3,8 |
| **Total** | **48,5** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Non desservi |
| Parking et stationnement | | Paraît suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain peu présent. |

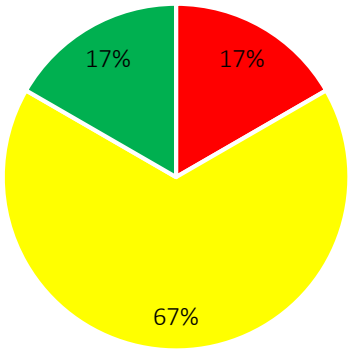
++
+
=
-
- -

# MAUBEUGE : JAURES / RUE DU PROGRES

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 8% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 8% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 4 | 33% |
| Cafés hôtels restaurants | 2 | 17% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 4 | 33% |
| **Total** | 12 | 100% |




Etat des locaux commerciaux




■ A rénover ■ Manque d'entretien ■ Parfait état



# MAUBEUGE : JAURES / COUBERTIN

17 locaux commerciaux
Env. 9 000 m²
18% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 23,8 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 7,5 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 7,7 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 14,4 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 13,3 |
| 6 - TABAC | 2,6 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **69,2** |
| 7 - CYCLES AUTO | 17,3 |
| 8 - RESTAURATION | 7,3 |
| **Total** | **93,8** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Signalé via Brico Dépôt.. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de moyenne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît globalement suffisant. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Correct, mobilier urbain peu présent. |

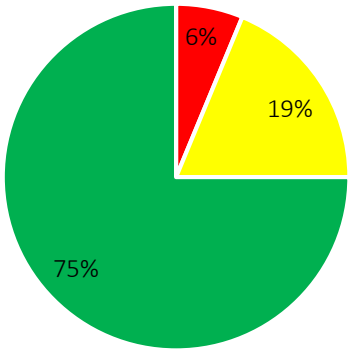
++
+
=
-
- -

# MAUBEUGE : JAURES / COUBERTIN

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 6% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 5 | 29% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 5 | 29% |
| Cafés hôtels restaurants | 2 | 12% |
| Services en agence | 1 | 6% |
| Locaux inactifs | 3 | 18% |
| **Total** | 17 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# MAUBEUGE : JAURES / MARKET EXPRESS

7 locaux commerciaux
Env. 500 m²
0% de vacance



**Composition de l'offre**

- Local inactif
- Alimentaire spécialisé
- Généraliste
- Equipement de la personne
- Equipement de la maison
- Hygiène santé beauté
- Culture loisirs
- Cycle auto
- Café / hôtel / restaurant
- Service en agence

**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 21,0 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 6,6 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 6,8 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 12,7 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 11,7 |
| 6 - TABAC | 2,3 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **61,0** |
| 7 - CYCLES AUTO | 15,2 |
| 8 - RESTAURATION | 6,4 |
| **Total** | **82,5** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de moyenne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Peut-être trop juste pour les heures de pointe. |
| Cheminements piétons | | Le cheminements entre la pharmacie et le Market Express est difficile, les trottoirs sont dégradés et relativement étroits. De plus peu de passages piétons. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Un mobilier urbain peu présent, trottoirs dégradés, un aspect globalement austère. |

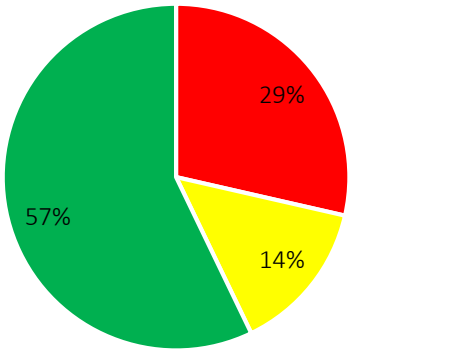
++
+
=
-
- -

# MAUBEUGE : JAURES / MARKET EXPRESS

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 1 | 14% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 14% |
| Culture loisirs | 3 | 43% |
| Cycles auto | 1 | 14% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 1 | 14% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 7 | 100% |




Etat des locaux commerciaux






# MAUBEUGE : JAURES / DOUZIES




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 8,7 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 2,7 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 2,8 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 5,2 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 4,8 |
| 6 - TABAC | 1,0 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **25,1** |
| 7 - CYCLES AUTO | 6,3 |
| 8 - RESTAURATION | 2,6 |
| **Total** | **34,0** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de moyenne fréquence. |
| Parking et stationnement | | La capacité en stationnement paraît suffisante. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs de l'avenue Jean Jaurès sont dégradés et parfois étroits. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Un mobilier urbain peu présent. |

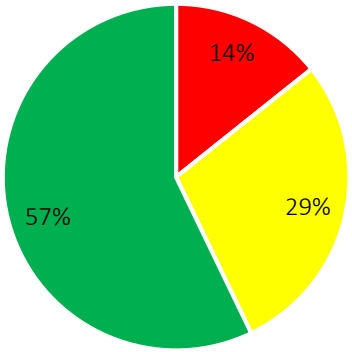
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# MAUBEUGE : JAURES / DOUZIES

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 14% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 14% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 1 | 14% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 14% |
| Services en agence | 1 | 14% |
| Locaux inactifs | 2 | 29% |
| **Total** | 7 | 100% |




Etat des locaux commerciaux




A rénover  Manque d'entretien  Parfait état



# MAUBEUGE : VICTOR HUGO / RUE SOUS LE BOIS




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 5,1 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,6 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,7 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,1 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 2,8 |
| 6 - TABAC | 0,6 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **14,9** |
| 7 - CYCLES AUTO | 3,7 |
| 8 - RESTAURATION | 1,5 |
| **Total** | **20,1** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de bus de moyenne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Peu de places de stationnement à disponibilité. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Un mobilier urbain peu présent. |

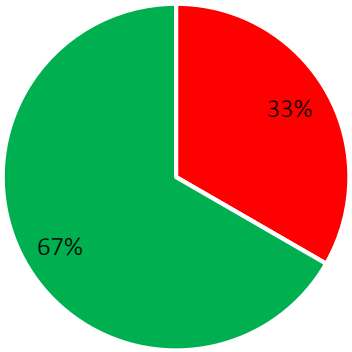
++
+
=
-
- -

# MAUBEUGE : VICTOR HUGO / RUE SOUS LE BOIS

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 2 | 67% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 1 | 33% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 3 | 100% |



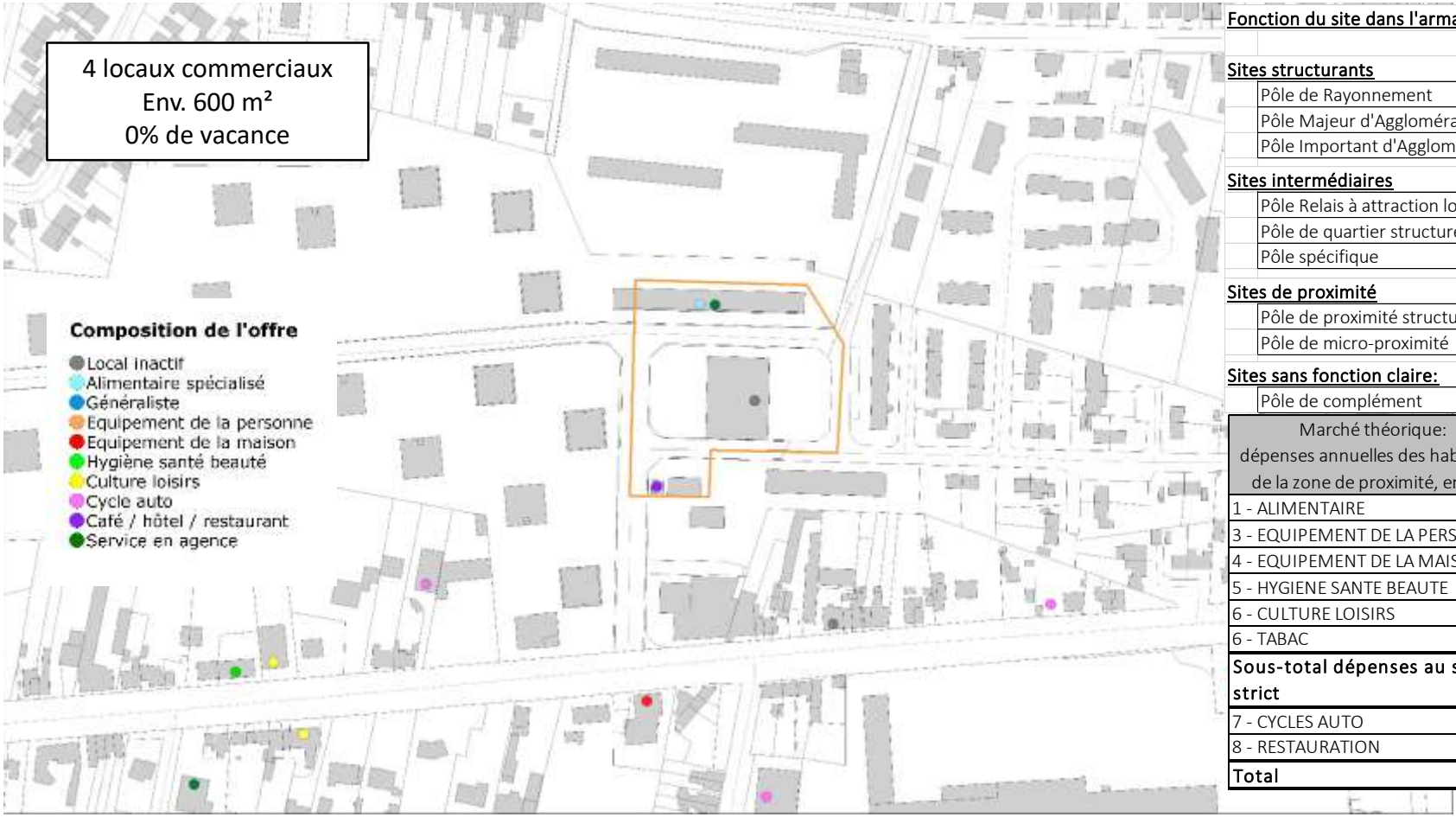
Etat des locaux commerciaux




■ A rénover ■ Manque d'entretien ■ Parfait état



# MAUBEUGE : AVENUE DE LA REPUBLIQUE




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 9,1 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 2,9 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 3,0 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 5,6 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 5,1 |
| 6 - TABAC | 1,0 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **26,8** |
| 7 - CYCLES AUTO | 6,6 |
| 8 - RESTAURATION | 2,8 |
| **Total** | **36,2** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Pas de desserte à proximité immédiate. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain présent, site arboré. |

++
+
=
-
- -

# MAUBEUGE : AVENUE DE LA REPUBLIQUE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 25% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 25% |
| Services en agence | 1 | 25% |
| Locaux inactifs | 1 | 25% |
| **Total** | 4 | 100% |





# MAUBEUGE : PLACE DE L'INDUSTRIE

9 locaux commerciaux
Env. 560 m²
33% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 6,4 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 2,0 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 2,1 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,8 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 3,6 |
| 6 - TABAC | 0,7 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **18,6** |
| 7 - CYCLES AUTO | 4,6 |
| 8 - RESTAURATION | 2,0 |
| **Total** | **25,2** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Pas de desserte à proximité immédiate. |
| Parking et stationnement | | Paraît suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Des aménagements d'embellissement et un mobilier urbain récents. |

++
+
=
-
- -

# MAUBEUGE : PLACE DE L'INDUSTRIE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 2 | 22% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 11% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 2 | 22% |
| Services en agence | 1 | 11% |
| Locaux inactifs | 3 | 33% |
| **Total** | 9 | 100% |





# MAUBEUGE : LIDL




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 11,5 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 3,6 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 3,7 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 6,9 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 6,4 |
| 6 - TABAC | 1,3 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **33,4** |
| 7 - CYCLES AUTO | 8,3 |
| 8 - RESTAURATION | 3,5 |
| **Total** | **45,3** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Petite signalétique via l'enseigne Lidl. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de moyenne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain peu présent, néanmoins on note la présence importante de gazons, buissons, arbustes et arbres, lui donnant une note « verte ». |

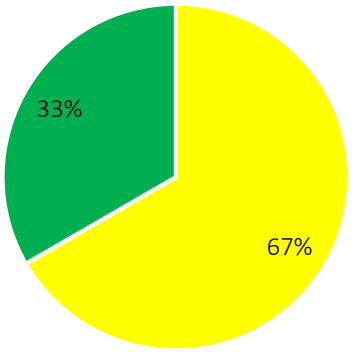
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# MAUBEUGE : LIDL

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 1 | 33% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 1 | 33% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 33% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 3 | 100% |



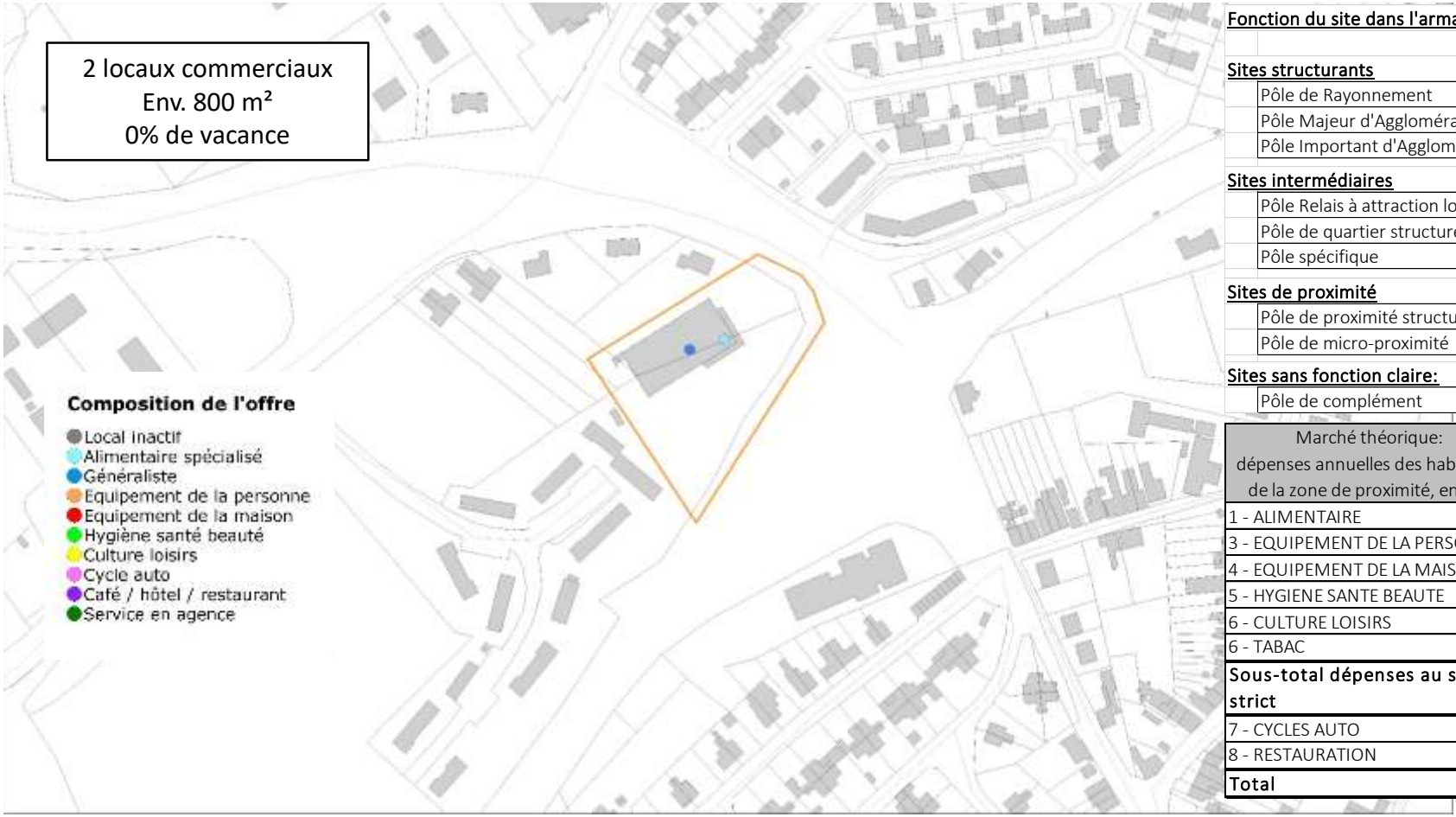
Etat des locaux commerciaux






# MAUBEUGE : ALDI

2 locaux commerciaux
Env. 800 m²
0% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 4,0 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,3 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,3 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 2,3 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 2,2 |
| 6 - TABAC | 0,5 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **11,6** |
| 7 - CYCLES AUTO | 3,0 |
| 8 - RESTAURATION | 1,2 |
| **Total** | **15,8** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Petite signalétique via l'enseigne Aldi. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Pas de desserte à proximité immédiate. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Absence de cheminement piétons sur le parking du Aldi. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Le Aldi et ses abords sont en bon état. |

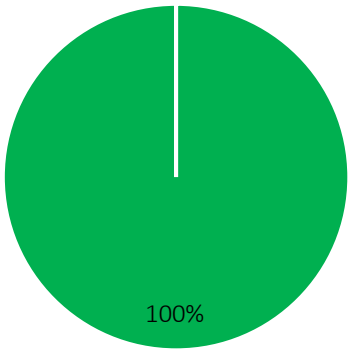
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# MAUBEUGE : ALDI

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 50% |
| Généraliste | 1 | 50% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 2 | 100% |

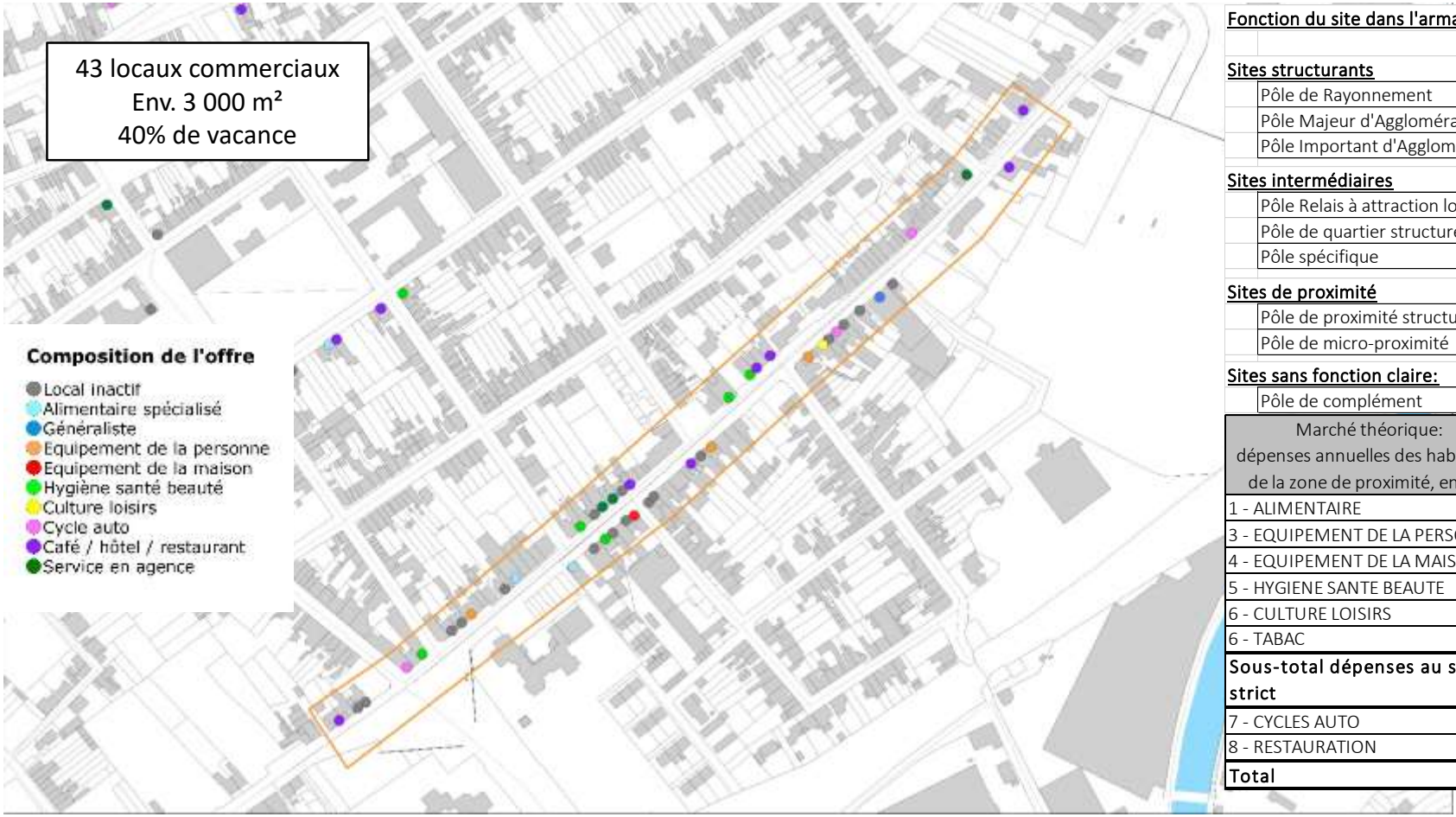


Etat des locaux commerciaux






# MAUBEUGE : RUE D'HAUTMONT




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 17,9 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 5,6 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 5,8 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 10,6 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 10,0 |
| 6 - TABAC | 2,0 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **51,8** |
| 7 - CYCLES AUTO | 13,1 |
| 8 - RESTAURATION | 5,4 |
| **Total** | **70,4** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de bus, l'une de très bonne fréquence et l'autre de bonne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît suffisant, plusieurs parking se trouvent tout au long de la rue d'Hautmont. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont en bon état et d'une bonne largeur |
| Qualité de l'environnement urbain | | Malgré la présence d'un mobilier urbain de qualité et de récents aménagements, l'état général des commerces et de nombreux bâtiments donne un aspect austère à cette polarité. |

++
+
=
-
- -

# MAUBEUGE : RUE D'HAUTMONT

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 2 | 5% |
| Généraliste | 1 | 2% |
| Equipement de la personne | 3 | 7% |
| Equipement de la maison | 1 | 2% |
| Hygiène santé beauté | 5 | 12% |
| Culture loisirs | 1 | 2% |
| Cycles auto | 3 | 7% |
| Cafés hôtels restaurants | 7 | 16% |
| Services en agence | 3 | 7% |
| Locaux inactifs | 17 | 40% |
| **Total** | 43 | 100% |






# MAUBEUGE : CENTRE COMMERCIAL CARREFOUR




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 53,1 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 16,7 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 17,3 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 32,4 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 29,6 |
| 6 - TABAC | 5,7 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **154,7** |
| 7 - CYCLES AUTO | 38,4 |
| 8 - RESTAURATION | 16,3 |
| **Total** | **209,4** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre commercial bien signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par plusieurs lignes de bus. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont larges et en bon état aux abords du centre commercial, et présence de cheminements piétons sur son parking. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Centre commercial ayant connu une rénovation récente, et des aménagements de qualité sur ses abords. |

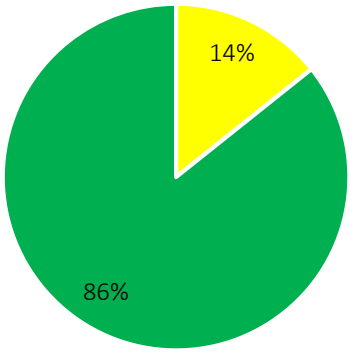
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# MAUBEUGE : CENTRE COMMERCIAL CARREFOUR

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 2 | 10% |
| Généraliste | 1 | 5% |
| Equipement de la personne | 4 | 19% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 4 | 19% |
| Culture loisirs | 2 | 10% |
| Cycles auto | 1 | 5% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 3 | 14% |
| Locaux inactifs | 4 | 19% |
| **Total** | 21 | 100% |




Etat des locaux commerciaux




A rénover  Manque d'entretien  Parfait état



# AULNOYE-AYMERIES : CENTRE-VILLE




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 39,6 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 12,4 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 12,9 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 23,9 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 22,0 |
| 6 - TABAC | 4,3 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **115,0** |
| 7 - CYCLES AUTO | 28,9 |
| 8 - RESTAURATION | 12,0 |
| **Total** | **155,9** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-ville bien signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par trois lignes de bus de moyenne fréquence, de plus, on note la présence de la gare SNCF. |
| Parking et stationnement | | Suffisant (parking E. Leclerc + parking du centre). |
| Cheminements piétons | | Globalement les trottoirs sont larges et en bon état, et on la présence d'une rue piétonne et de la galerie marchande du centre commercial E. Leclerc à ciel ouvert.. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain bien présent. |

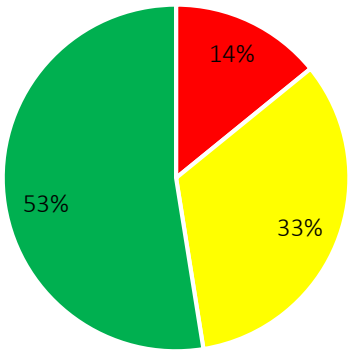
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# AULNOYE-AYMERIES : CENTRE-VILLE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 3 | 3% |
| Généraliste | 1 | 1% |
| Equipement de la personne | 9 | 9% |
| Equipement de la maison | 4 | 4% |
| Hygiène santé beauté | 21 | 21% |
| Culture loisirs | 10 | 10% |
| Cycles auto | 3 | 3% |
| Cafés hôtels restaurants | 12 | 12% |
| Services en agence | 16 | 16% |
| Locaux inactifs | 22 | 22% |
| **Total** | 101 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# AULNOYE-AYMERIES : HOTEL DE VILLE

9 locaux commerciaux
Env. 1 300 m²
11% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 3,5 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,1 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,1 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 2,1 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 2,0 |
| 6 - TABAC | 0,4 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **10,2** |
| 7 - CYCLES AUTO | 2,6 |
| 8 - RESTAURATION | 1,1 |
| **Total** | **13,9** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Signalé via l'Hôtel de Ville. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par trois lignes de bus de moyenne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît un peu juste pour les heures de pointe. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont larges et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain présent et mise en valeur de la place de l'Hôtel de Ville. |

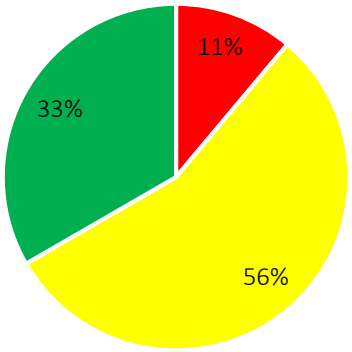
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# AULNOYE-AYMERIES : HOTEL DE VILLE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 2 | 22% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 2 | 22% |
| Culture loisirs | 1 | 11% |
| Cycles auto | 1 | 11% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 2 | 22% |
| Locaux inactifs | 1 | 11% |
| **Total** | 9 | 100% |



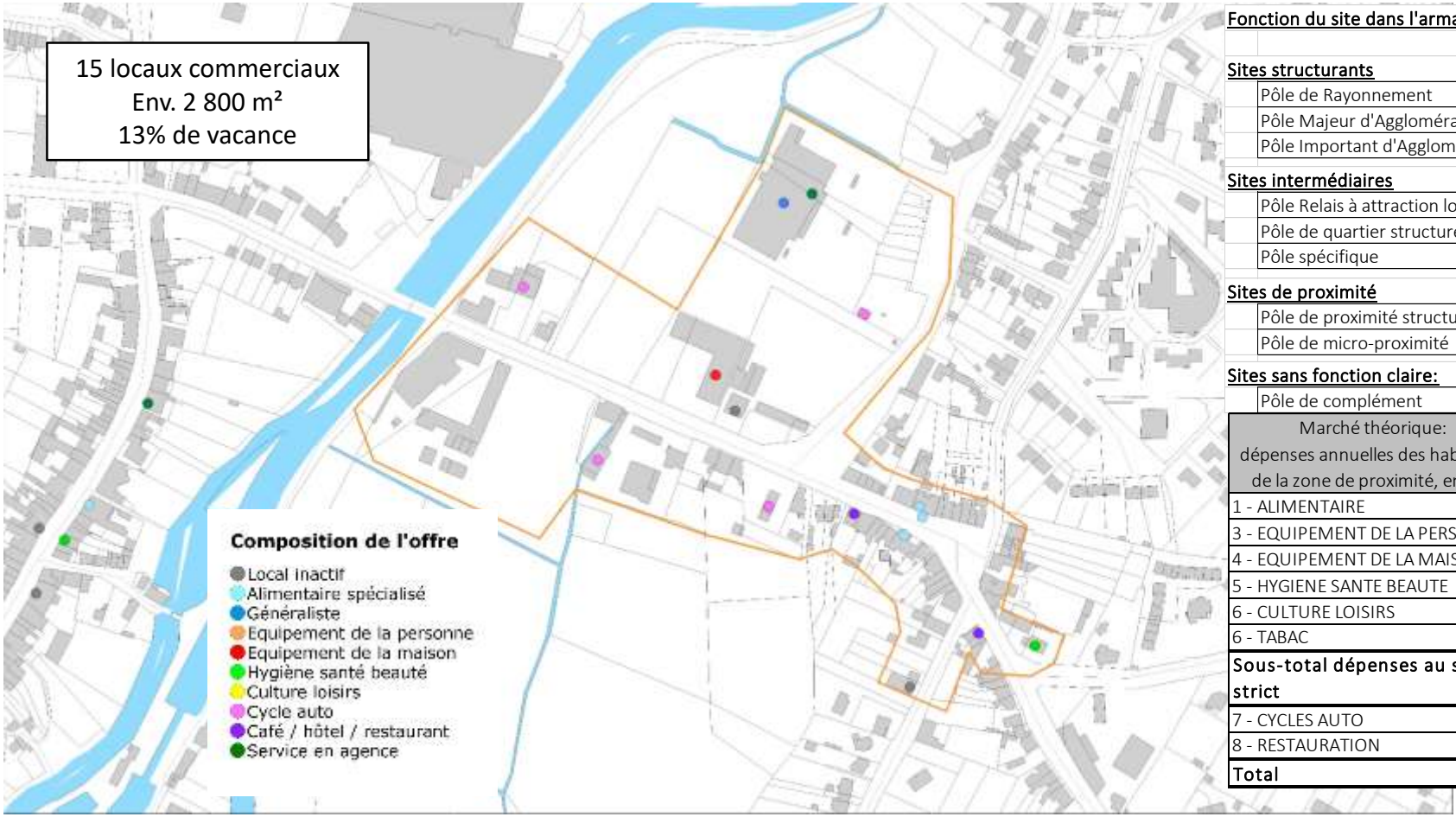
Etat des locaux commerciaux






# AULNOYE-AYMERIES : SIMPLY MARKET / RUE ROGER SALENGRO

15 locaux commerciaux
Env. 2 800 m²
13% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 19,8 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 6,1 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 6,4 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 12,1 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 11,0 |
| 6 - TABAC | 2,1 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **57,5** |
| 7 - CYCLES AUTO | 14,1 |
| 8 - RESTAURATION | 6,0 |
| **Total** | **77,6** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Le Simply Market est signalé. |
| Accessibilité automobile | | Simple d'accès. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de bus de moyenne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Présence du parking du Simply Market, néanmoins saturation du stationnement rue Roger Salengro. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Un mobilier urbain présent et des aménagements de mise en valeur rue Roger Salengro. |

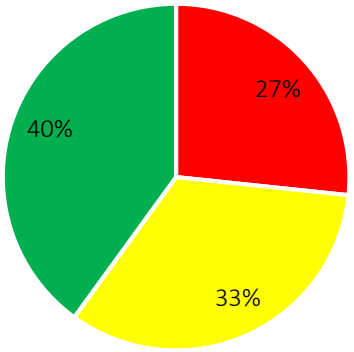
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# AULNOYE-AYMERIES : SIMPLY MARKET / RUE ROGER SALENGRO

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 3 | 20% |
| Généraliste | 1 | 7% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 1 | 7% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 7% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 4 | 27% |
| Cafés hôtels restaurants | 2 | 13% |
| Services en agence | 1 | 7% |
| Locaux inactifs | 2 | 13% |
| **Total** | 15 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# AULNOYE-AYMERIES : INTERMARCHE / RUE DE LA FONTAINE

8 locaux commerciaux
Env. 4 000 m²
0% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 9,1 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 2,8 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 3,0 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 5,5 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 5,1 |
| 6 - TABAC | 1,0 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **26,5** |
| 7 - CYCLES AUTO | 6,6 |
| 8 - RESTAURATION | 2,7 |
| **Total** | **35,8** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Signal2 via Intermarché et Bricomarché. |
| Accessibilité automobile | | Bonne accessibilité. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de moyenne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Absence de cheminements piétons sur les parkings. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Les commerces sont en bon état et environnement agréable. |

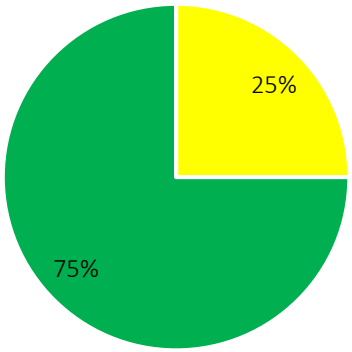
++
+
=
-
- -

# AULNOYE-AYMERIES : INTERMARCHE / RUE DE LA FONTAINE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 2 | 25% |
| Généraliste | 1 | 13% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 1 | 13% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 13% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 1 | 13% |
| Cafés hôtels restaurants | 2 | 25% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 8 | 100% |




Etat des locaux commerciaux




A rénover  Manque d'entretien  Parfait état



# AULNOYE-AYMERIES : CONTACT MARCHE

4 locaux commerciaux
Env. 720 m²
75% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 3,5 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,1 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,1 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 2,1 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 2,0 |
| 6 - TABAC | 0,4 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **10,2** |
| 7 - CYCLES AUTO | 2,6 |
| 8 - RESTAURATION | 1,1 |
| **Total** | **13,9** |

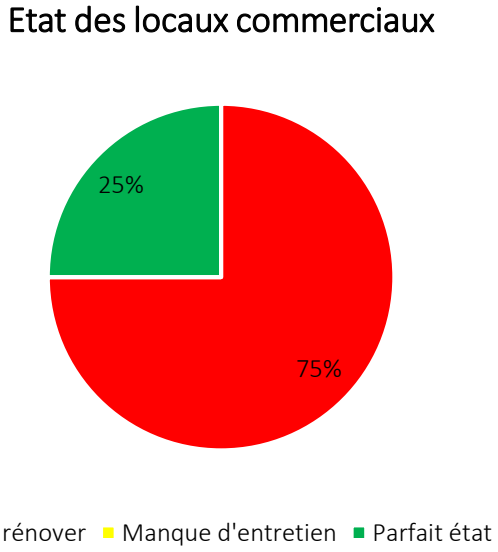
| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Absence de signalétique. |
| Accessibilité automobile | | Accès facile. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de moyenne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Supermarché en bon état, néanmoins pas de réelle mise en valeur de ses alentours. |

++
+
=
-
- -

# AULNOYE-AYMERIES : CONTACT MARCHE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 1 | 25% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 3 | 75% |
| **Total** | 4 | 100% |

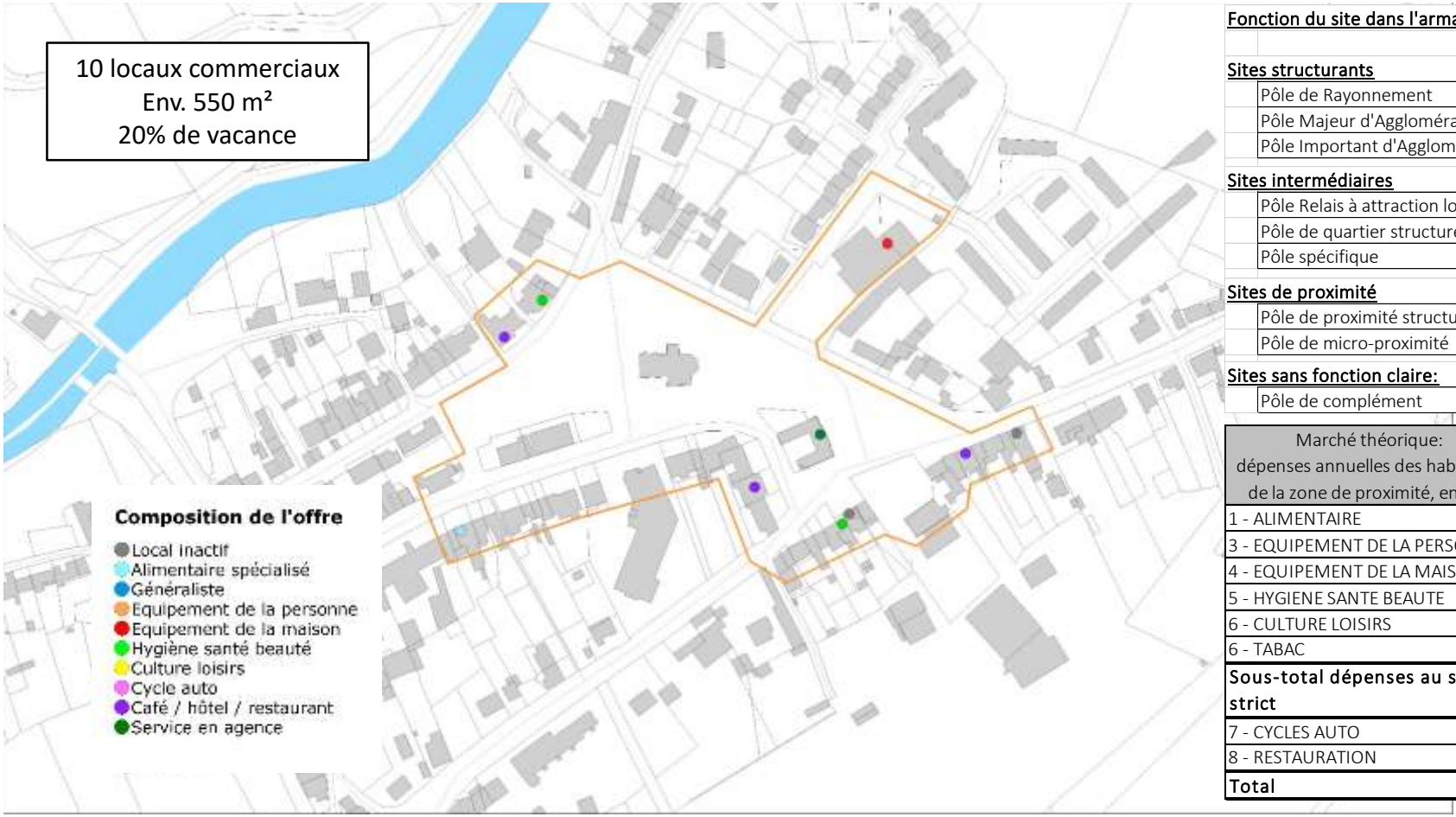







# BACHANT : CENTRE-VILLE

10 locaux commerciaux
Env. 550 m²
20% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 5,3 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,6 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,7 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,1 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 2,9 |
| 6 - TABAC | 0,6 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **15,2** |
| 7 - CYCLES AUTO | 3,9 |
| 8 - RESTAURATION | 1,6 |
| **Total** | **20,6** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-ville bien signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de moyenne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont larges et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Belle mise en valeur de la place de l'Eglise et de la Mairie. |

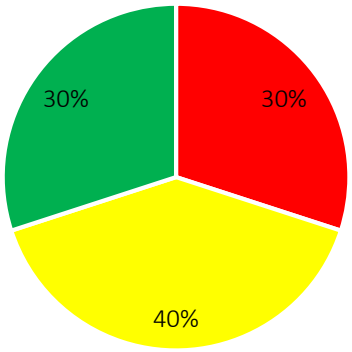
++
+
=
-
- -

# BACHANT : CENTRE-VILLE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 10% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 1 | 10% |
| Hygiène santé beauté | 2 | 20% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 3 | 30% |
| Services en agence | 1 | 10% |
| Locaux inactifs | 2 | 20% |
| **Total** | 10 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# BACHANT : RUE DE MAUBEUGE




| Fonction du site dans l'armature commerciale | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 10,2 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 3,2 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 3,3 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 6,1 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 5,7 |
| 6 - TABAC | 1,1 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **29,7** |
| 7 - CYCLES AUTO | 7,5 |
| 8 - RESTAURATION | 3,1 |
| **Total** | **40,3** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Signalétique via les enseignes Lidl et Aldi. |
| Accessibilité automobile | | Bonne accessibilité. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de moyenne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Absence de cheminements piétons sur les parkings. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Les deux hard discounts sont du dernier concept. |

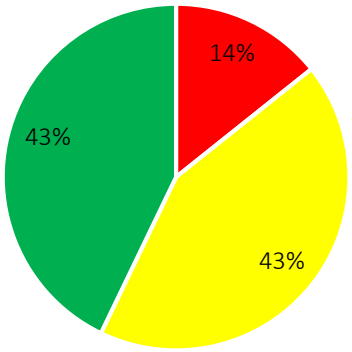
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# BACHANT : RUE DE MAUBEUGE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 2 | 29% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 14% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 2 | 29% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 2 | 29% |
| **Total** | 7 | 100% |



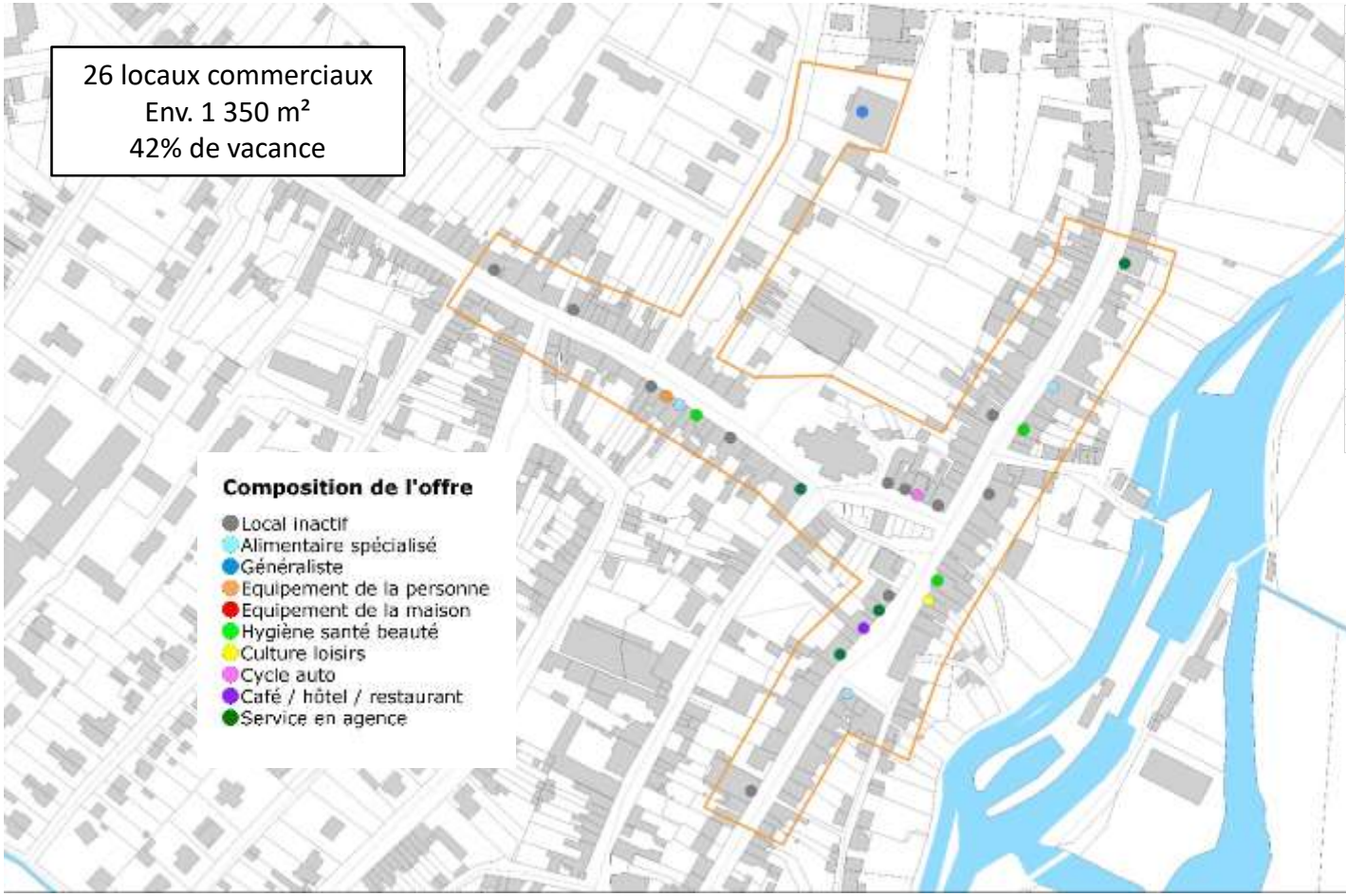
Etat des locaux commerciaux






# BERLAIMONT : CENTRE-VILLE

26 locaux commerciaux
Env. 1 350 m²
42% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 7,6 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 2,3 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 2,5 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 4,6 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 4,2 |
| 6 - TABAC | 0,8 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **22,0** |
| 7 - CYCLES AUTO | 5,5 |
| 8 - RESTAURATION | 2,3 |
| **Total** | **29,8** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-ville signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de moyenne fréquence. |
| Parking et stationnement | | D'importants travaux sont en cours sur le centre-ville, ne permettant pas d'estimer la capacité de stationnement de la polarité.. |
| Cheminements piétons | | Globalement les trottoirs sont d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Aménagements de mise en valeur du centre-ville en cours. |

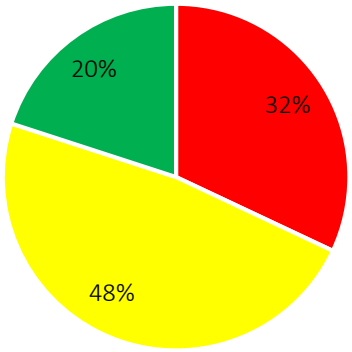
++
+
=
-
- -

# BERLAIMONT : CENTRE-VILLE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 3 | 12% |
| Généraliste | 1 | 4% |
| Equipement de la personne | 1 | 4% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 3 | 12% |
| Culture loisirs | 1 | 4% |
| Cycles auto | 1 | 4% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 4% |
| Services en agence | 4 | 15% |
| Locaux inactifs | 11 | 42% |
| **Total** | 26 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# BETTIGNIES : ROUTE DE MONS

4 locaux commerciaux
Env. 220 m²
50% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 0,6 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 0,2 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 0,2 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 0,4 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 0,3 |
| 6 - TABAC | 0,1 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **1,7** |
| 7 - CYCLES AUTO | 0,5 |
| 8 - RESTAURATION | 0,2 |
| **Total** | **2,4** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé., situé aux bords de la RN2. |
| Desserte en TC | | Pas de desserte en transport en commun. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Correct. |

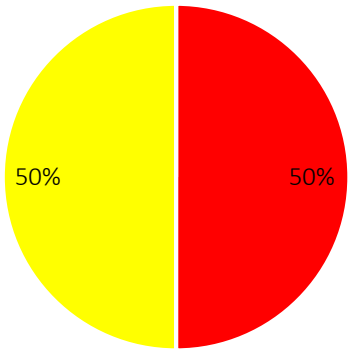
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# BETTIGNIES : ROUTE DE MONS

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 25% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 1 | 25% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 2 | 50% |
| **Total** | 4 | 100% |

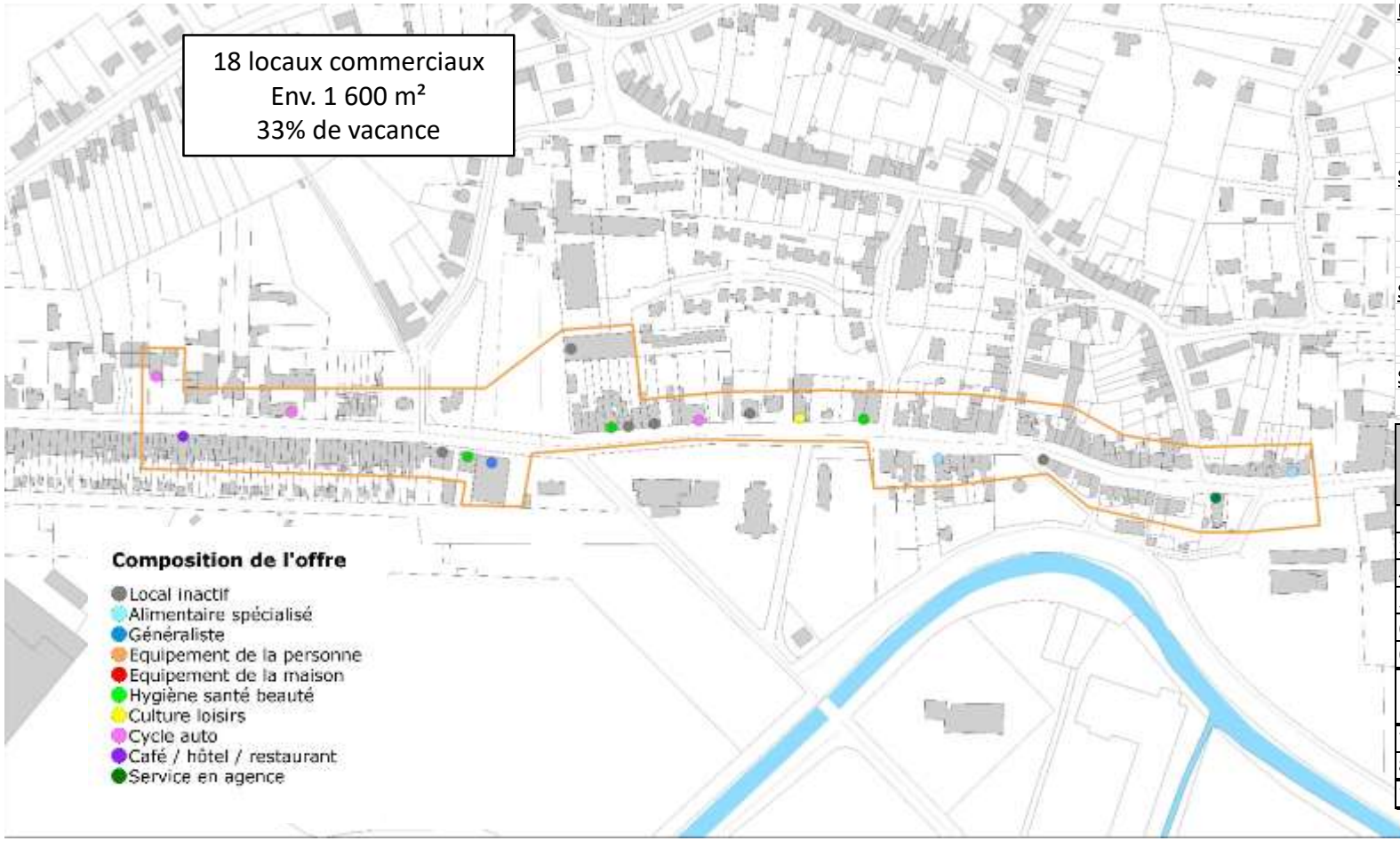


Etat des locaux commerciaux






# BOUSSOIS : CENTRE-VILLE




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 7,2 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 2,3 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 2,3 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 4,3 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 4,0 |
| 6 - TABAC | 0,8 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **21,0** |
| 7 - CYCLES AUTO | 5,3 |
| 8 - RESTAURATION | 2,2 |
| **Total** | **28,5** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-ville bien indiqué. |
| Accessibilité automobile | | Une partie de l'axe principal est en sens unique. |
| Desserte en TC | | Desservi par plusieurs lignes de bus. |
| Parking et stationnement | | Suffisant, présence d'un grand parking situé face à a Mairie. |
| Cheminements piétons | | Un très large trottoir du côté des commerces. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain présent, divers aménagements d'embellissements et de mise en valeur. |

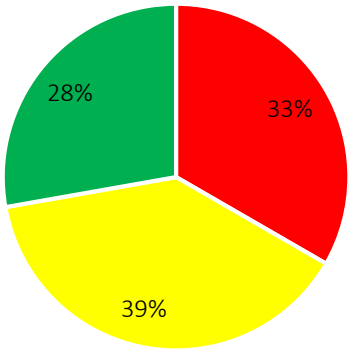
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# BOUSSOIS : CENTRE-VILLE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 2 | 11% |
| Généraliste | 1 | 6% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 3 | 17% |
| Culture loisirs | 1 | 6% |
| Cycles auto | 3 | 17% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 6% |
| Services en agence | 1 | 6% |
| Locaux inactifs | 6 | 33% |
| **Total** | 18 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# COUSOLRE : CENTRE-BOURG




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 5,7 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,8 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,9 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,5 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 3,2 |
| 6 - TABAC | 0,6 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **16,6** |
| 7 - CYCLES AUTO | 4,2 |
| 8 - RESTAURATION | 1,7 |
| **Total** | **22,5** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-bourg signalé. |
| Accessibilité automobile | | L'axe principal du centre-bourg est à double sens. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de très faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Aménagements d'embellissement récents et de qualité, centre-bourg agréable. |

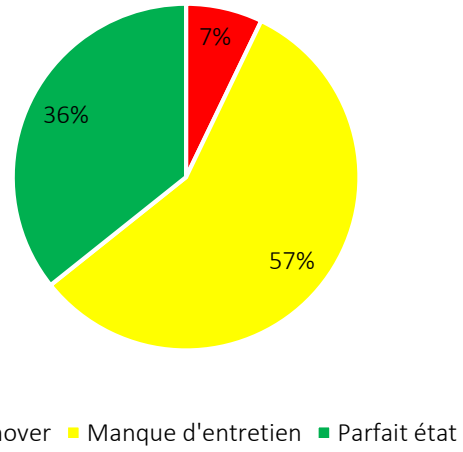
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# COUSOLRE : CENTRE-BOURG

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 2 | 14% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 2 | 14% |
| Culture loisirs | 2 | 14% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 3 | 21% |
| Services en agence | 3 | 21% |
| Locaux inactifs | 2 | 14% |
| **Total** | 14 | 100% |

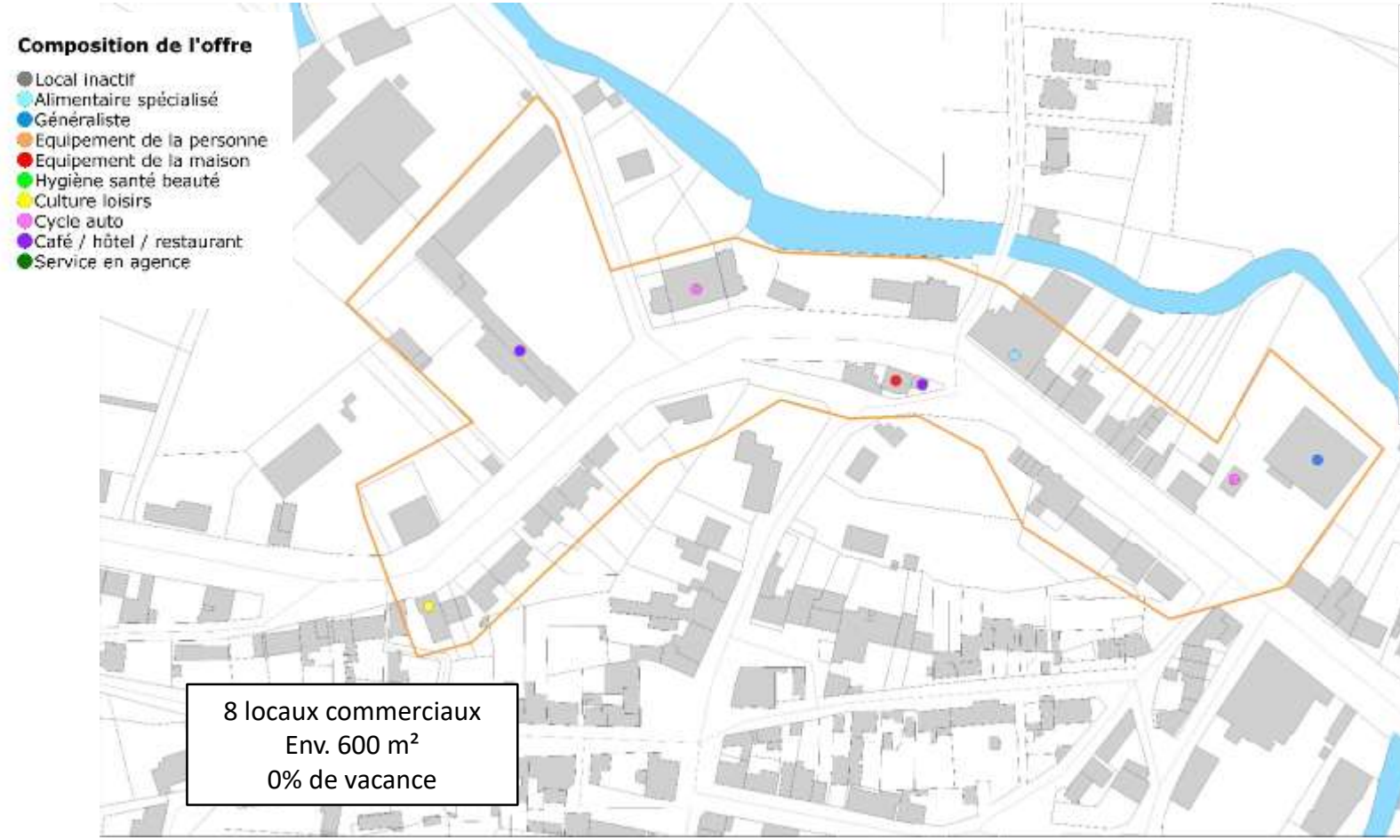


Etat des locaux commerciaux






# COUSOLRE : ROUTE NATIONALE




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 5,7 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,8 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,9 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,5 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 3,2 |
| 6 - TABAC | 0,6 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **16,6** |
| 7 - CYCLES AUTO | 4,2 |
| 8 - RESTAURATION | 1,7 |
| **Total** | **22,5** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé |
| Accessibilité automobile | | Situé le long d'une large voie à double sens. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de très faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Absence de mobilier urbain. |

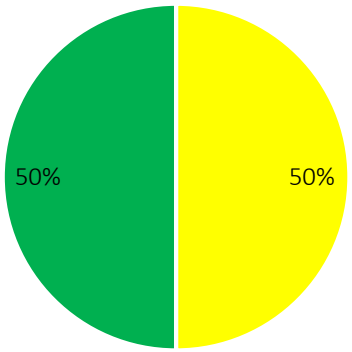
++
+
=
-
- -

# COUSOLRE : ROUTE NATIONALE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 13% |
| Généraliste | 1 | 13% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 1 | 13% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 1 | 13% |
| Cycles auto | 2 | 25% |
| Cafés hôtels restaurants | 2 | 25% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 8 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# FEIGNIES : CENTRE-VILLE




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 15,9 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 5,1 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 5,2 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 9,6 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 8,8 |
| 6 - TABAC | 1,7 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **46,2** |
| 7 - CYCLES AUTO | 11,7 |
| 8 - RESTAURATION | 4,9 |
| **Total** | **62,9** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-ville bien signalé, ainsi que le Market. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de bus de faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant, un parking place Marcel Cerisier et parking du Market. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain présent. |

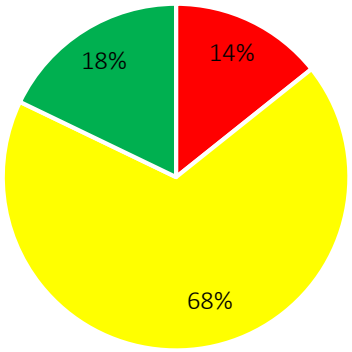
++
+
=
-
- -

# FEIGNIES : CENTRE-VILLE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 4 | 14% |
| Généraliste | 1 | 4% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 3 | 11% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 1 | 4% |
| Cafés hôtels restaurants | 5 | 18% |
| Services en agence | 5 | 18% |
| Locaux inactifs | 9 | 32% |
| Total | 28 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# FEIGNIES : REPUBLIQUE / SALENGRO

2 locaux commerciaux
Env. 60 m²
0% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

**Sites structurants**

| | |
|---|---|
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |

**Sites intermédiaires**

| | |
|---|---|
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |

**Sites de proximité**

| | |
|---|---|
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |

**Sites sans fonction claire:**

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 6,1 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,9 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 2,0 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,6 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 3,4 |
| 6 - TABAC | 0,7 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **17,7** |
| 7 - CYCLES AUTO | 4,5 |
| 8 - RESTAURATION | 1,9 |
| **Total** | **24,0** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Rue de la République à sens unique, la boucle n'est pas aisée. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Un parking jouxte la boulangerie, en revanche il est plus difficile de stationner aux abords de la pharmacie. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain peu présent, néanmoins arboré du côté de la pharmacie. |

++
+
=
-
- -

# FEIGNIES : REPUBLIQUE / SALENGRO

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 50% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 50% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 2 | 100% |









# FEIGNIES : RUE PAUL DEUDON

6 locaux commerciaux
Env. 260 m²
50% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 6,1 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,9 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 2,0 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,6 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 3,4 |
| 6 - TABAC | 0,7 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **17,7** |
| 7 - CYCLES AUTO | 4,5 |
| 8 - RESTAURATION | 1,9 |
| **Total** | **24,0** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Aspect relativement austère. |

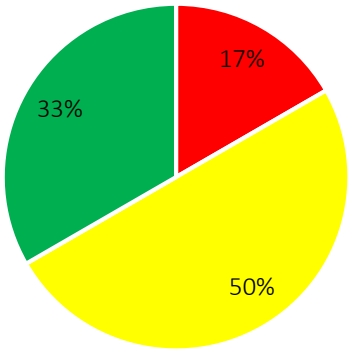
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# FEIGNIES : RUE PAUL DEUDON

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 17% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 17% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 1 | 17% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 3 | 50% |
| **Total** | 6 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# FEIGNIES : ROUTE DE VALENCIENNE / LIDL

8 locaux commerciaux
Env. 3 300 m²
0% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 5,9 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,9 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 2,0 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,6 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 3,3 |
| 6 - TABAC | 0,6 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **17,3** |
| 7 - CYCLES AUTO | 4,4 |
| 8 - RESTAURATION | 1,8 |
| **Total** | **23,5** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Quelques enseignes sont signalées. |
| Accessibilité automobile | | Bonne accessibilité. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Chaque commerce dispose de son propre parking. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs présents sont en bon état, néanmoins il s'agit d'une polarité destinée à l'automobile, par endroits, absence de cheminements piétons. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Correct. |

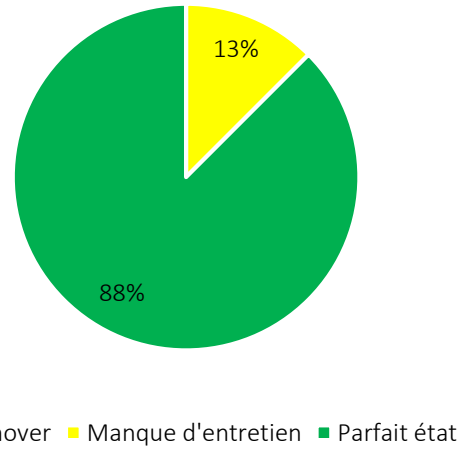
++
+
=
-
- -

# FEIGNIES : ROUTE DE VALENCIENNE / LIDL

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 1 | 13% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 2 | 25% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 1 | 13% |
| Cycles auto | 3 | 38% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 13% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 8 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# FEIGNIES : ZONE D'ACTIVITES DE LA LONGUENELLE NORD

8 locaux commerciaux
Env. 1 100 m²
0% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 17,9 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 5,7 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 5,9 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 10,9 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 10,0 |
| 6 - TABAC | 1,9 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **52,3** |
| 7 - CYCLES AUTO | 13,3 |
| 8 - RESTAURATION | 5,6 |
| **Total** | **71,1** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Zone d'activités peu signalée. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant, chaque établissement possède son propre parking. |
| Cheminements piétons | | Polarité destinée à l'automobile, absence de cheminements piétons l'intérieur même de la zone d'activités. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Zone d'activités bien entretenue. |

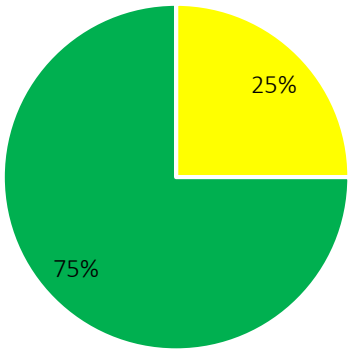
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# FEIGNIES : ZONE D'ACTIVITES DE LA LONGUENELLE NORD

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 2 | 25% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 4 | 50% |
| Cafés hôtels restaurants | 2 | 25% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 8 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# FERRIERE-LA-GRANDE : CENTRE-VILLE




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 12,3 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 3,9 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 4,0 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 7,5 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 6,8 |
| 6 - TABAC | 1,3 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **35,7** |
| 7 - CYCLES AUTO | 9,0 |
| 8 - RESTAURATION | 3,8 |
| **Total** | **48,5** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-ville bien indiqué. |
| Accessibilité automobile | | Voies à double sens, accès aisé.. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît trop juste pour les heures de pointe, malgré la présence d'un grand parking place de la Mairie. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont larges et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Petit centre-ville agréable, néanmoins il n'est pas mis en valeur et le mobilier urbain est peu présent. |

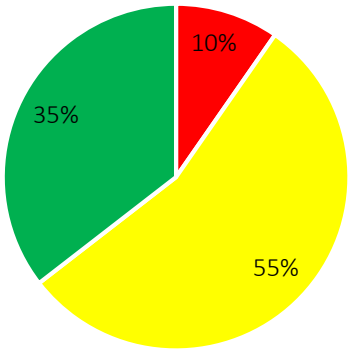
++
+
=
-
- -

# FERRIERE-LA-GRANDE : CENTRE-VILLE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 4 | 13% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 1 | 3% |
| Equipement de la maison | 1 | 3% |
| Hygiène santé beauté | 5 | 16% |
| Culture loisirs | 3 | 10% |
| Cycles auto | 2 | 6% |
| Cafés hôtels restaurants | 5 | 16% |
| Services en agence | 4 | 13% |
| Locaux inactifs | 6 | 19% |
| Total | 31 | 100% |



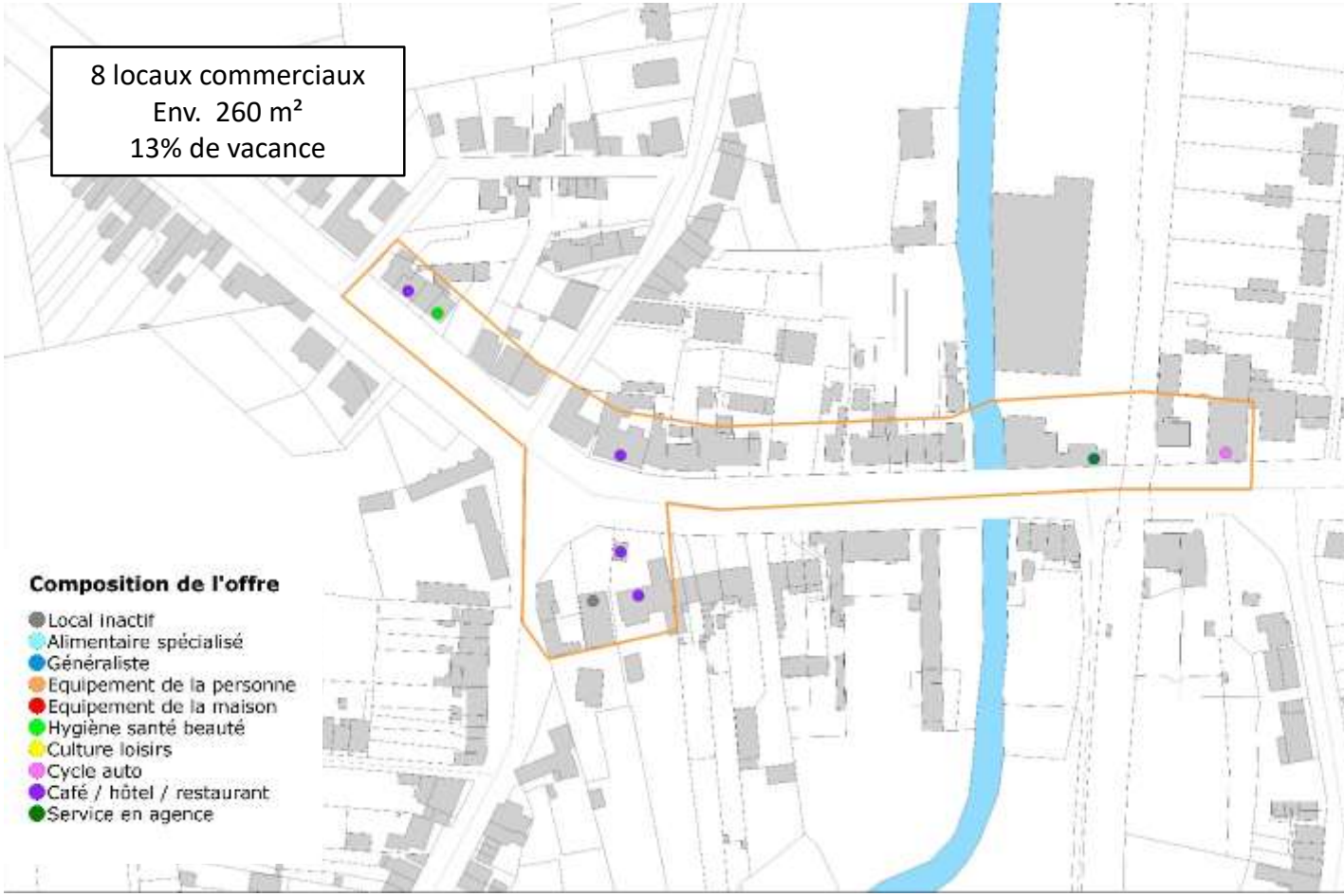
Etat des locaux commerciaux






# FERRIERE-LA-GRANDE : AVENUE GEORGES CLEMENCEAU

8 locaux commerciaux
Env. 260 m²
13% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 3,5 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,1 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,1 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 2,1 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 1,9 |
| 6 - TABAC | 0,4 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **10,1** |
| 7 - CYCLES AUTO | 2,5 |
| 8 - RESTAURATION | 1,0 |
| **Total** | **13,6** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Large voie à double sens. |
| Desserte en TC | | Desservi à proximité par deux lignes de bus de faible et très faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs larges et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain peu présent, polarité non mise en valeur. |

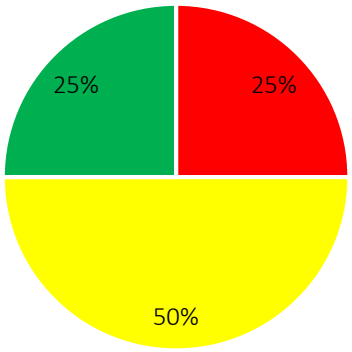
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# FERRIERE-LA-GRANDE : AVENUE GEORGES CLEMENCEAU

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 13% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 1 | 13% |
| Cafés hôtels restaurants | 4 | 50% |
| Services en agence | 1 | 13% |
| Locaux inactifs | 1 | 13% |
| **Total** | 8 | 100% |



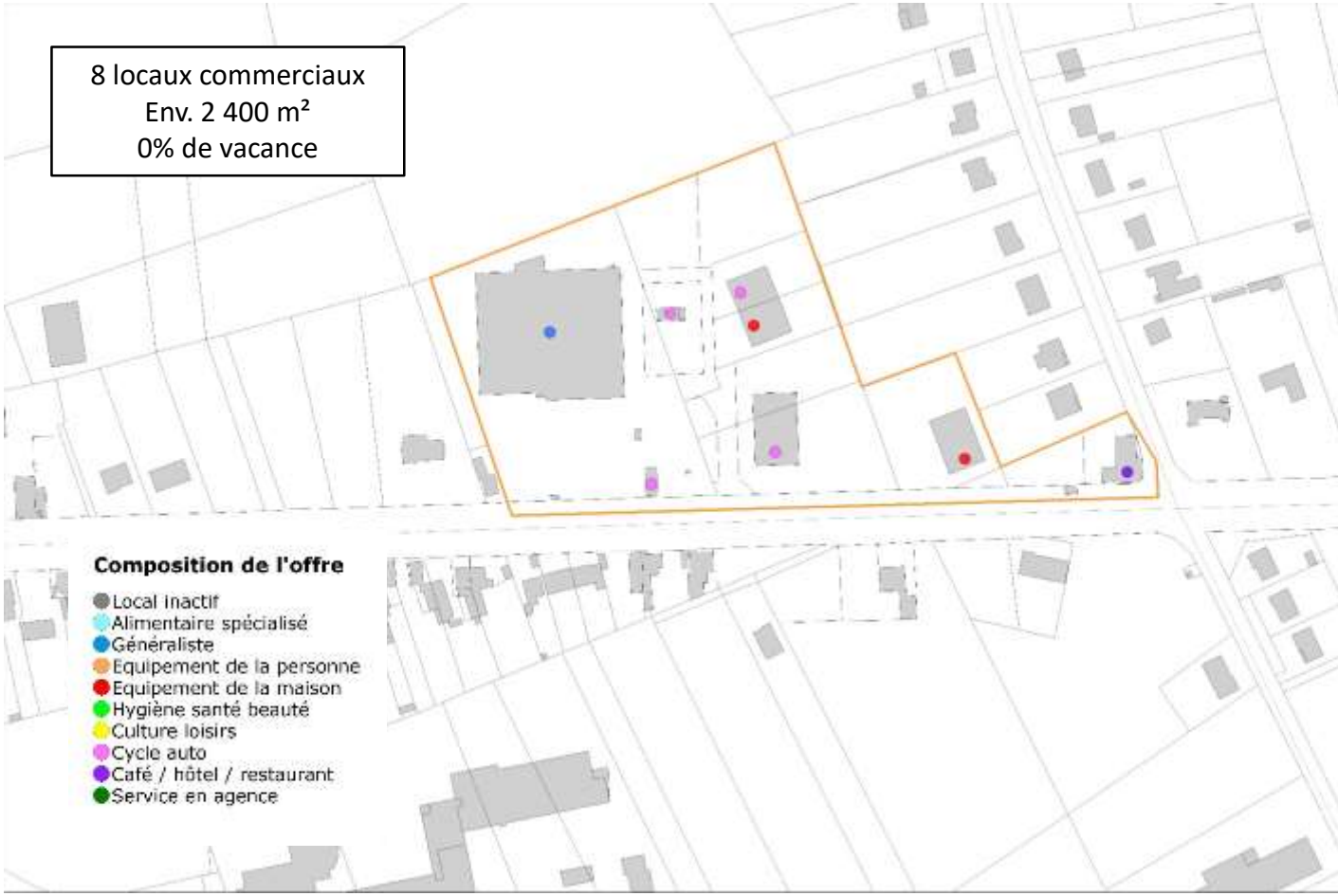
Etat des locaux commerciaux






# FERRIERE-LA-GRANDE : MARKET

8 locaux commerciaux
Env. 2 400 m²
0% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 25,9 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 8,2 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 8,5 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 15,8 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 14,4 |
| 6 - TABAC | 2,7 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **75,5** |
| 7 - CYCLES AUTO | 19,1 |
| 8 - RESTAURATION | 8,0 |
| **Total** | **102,5** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Signalé via l'enseigne Market. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de bus de très faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Pôle dédié à la circulation automobile, présence de quelques cheminements piétons sur le parking, mais pas suffisamment. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Supermarché rénové récemment.. |

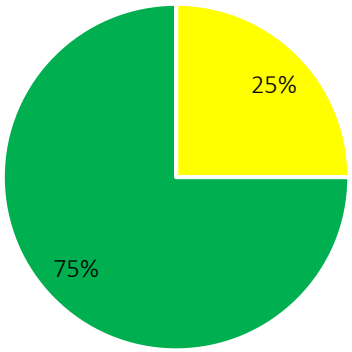
++
+
=
-
- -

# FERRIERE-LA-GRANDE : MARKET

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 1 | 13% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 2 | 25% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 4 | 50% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 13% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 8 | 100% |



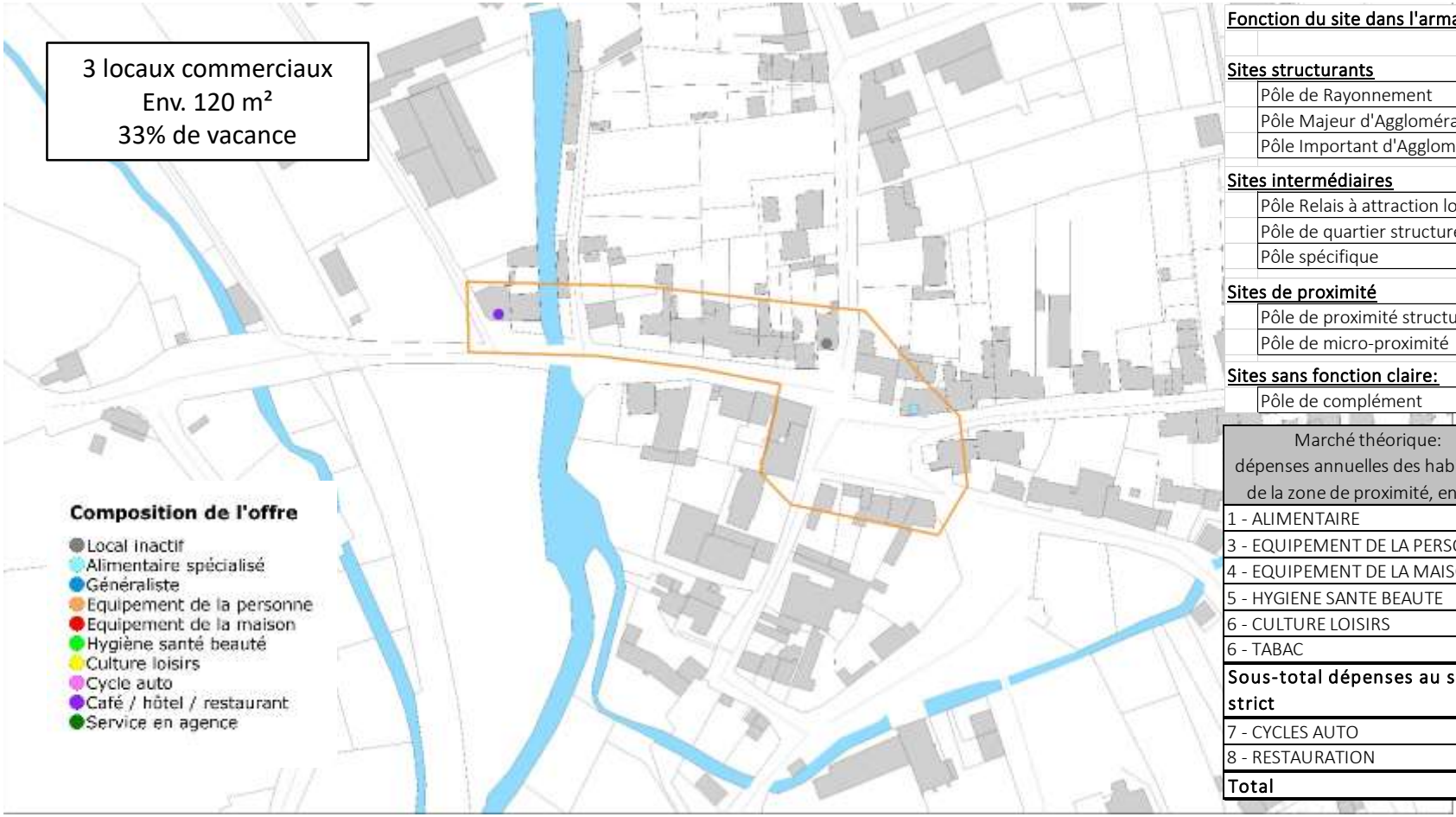
Etat des locaux commerciaux






# FERRIERE-LA-PETITE : CENTRE-BOURG

3 locaux commerciaux
Env. 120 m²
33% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 2,3 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 0,7 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 0,8 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 1,4 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 1,3 |
| 6 - TABAC | 0,2 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **6,8** |
| 7 - CYCLES AUTO | 1,7 |
| 8 - RESTAURATION | 0,7 |
| **Total** | **9,2** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-bourg bien signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de très faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Pas de véritable stationnement structuré sur le pôle. |
| Cheminements piétons | | Absence de trottoirs par endroits. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain absent. |

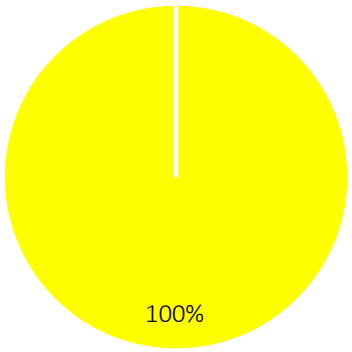
++
+
=
-
- -

# FERRIERE-LA-PETITE : CENTRE-BOURG

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 33% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 33% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 1 | 33% |
| **Total** | 3 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# GOGNIES-CHAUSSEE : CENTRE-BOURG (PARTIE FRANÇAISE + BELGE)

12 locaux commerciaux
Env. 860 m²
0% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 1,8 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 0,6 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 0,6 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 1,1 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 1,0 |
| 6 - TABAC | 0,2 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **5,4** |
| 7 - CYCLES AUTO | 1,4 |
| 8 - RESTAURATION | 0,6 |
| **Total** | **7,3** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-bourg signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi à proximité par une ligne de bus de très faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît suffisant. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont larges et en bon état (côté français). |
| Qualité de l'environnement urbain | | Différence de traitement des espaces publics entre la partie française (belle mise en valeur du bourg) et la partie belge (Absence de mobilier urbain, et de mise en valeur). |

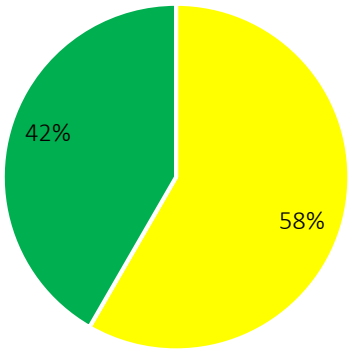
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# GOGNIES-CHAUSSEE : CENTRE-BOURG (PARTIE FRANÇAISE + BELGE)

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 8% |
| Généraliste | 1 | 8% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 2 | 17% |
| Culture loisirs | 1 | 8% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 7 | 58% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 12 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# HAUTMONT : CENTRE-VILLE

70 locaux commerciaux
Env. 4 000 m²
30% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 31,2 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 9,7 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 10,0 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 18,8 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 17,3 |
| 6 - TABAC | 3,4 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **90,4** |
| 7 - CYCLES AUTO | 22,4 |
| 8 - RESTAURATION | 9,3 |
| **Total** | **122,1** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-ville bien signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès facile. |
| Desserte en TC | | Desservi par de nombreuses lignes de bus. |
| Parking et stationnement | | Stationnement arrivant vite à saturation. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont larges et en bon état, néanmoins on note une absence de passage piétons sur et aux alentours de la place du Général de Gaulle. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Un mobilier urbain bien présent et de nombreux aménagements sur et tout autour de la place Général de Gaulle. |

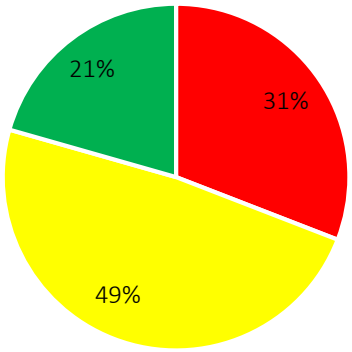
++
+
=
-
- -

# HAUTMONT : CENTRE-VILLE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 6 | 9% |
| Généraliste | 1 | 1% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 2 | 3% |
| Hygiène santé beauté | 11 | 16% |
| Culture loisirs | 3 | 4% |
| Cycles auto | 2 | 3% |
| Cafés hôtels restaurants | 12 | 17% |
| Services en agence | 12 | 17% |
| Locaux inactifs | 21 | 30% |
| **Total** | 70 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# HAUTMONT : PLACE DU 8 NOVEMBRE

12 locaux commerciaux
Env. 1 400 m²
25% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 10,3 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 3,2 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 3,3 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 6,2 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 5,7 |
| 6 - TABAC | 1,1 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **29,9** |
| 7 - CYCLES AUTO | 7,4 |
| 8 - RESTAURATION | 3,1 |
| **Total** | **40,4** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Pôle non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès facile. |
| Desserte en TC | | Desservi par plusieurs lignes de bus. |
| Parking et stationnement | | Suffisant grâce au parking du Lidl. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Malgré un état du bâti globalement dégradé, on trouve un mobilier urbain bien présent et de qualité, et des aménagements d'embellissement. |

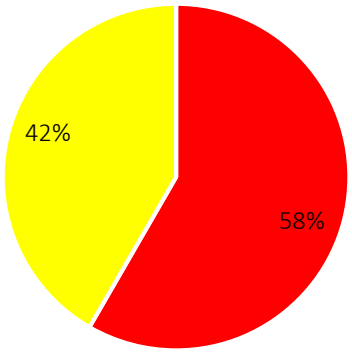
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# HAUTMONT : PLACE DU 8 NOVEMBRE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 2 | 17% |
| Généraliste | 2 | 17% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 1 | 8% |
| Hygiène santé beauté | 3 | 25% |
| Culture loisirs | 1 | 8% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 3 | 25% |
| **Total** | 12 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# HAUTMONT : GARE D'HAUTMONT




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 10,3 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 3,2 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 3,3 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 6,2 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 5,7 |
| 6 - TABAC | 1,1 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **29,9** |
| 7 - CYCLES AUTO | 7,4 |
| 8 - RESTAURATION | 3,1 |
| **Total** | **40,4** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi à proximité par plusieurs lignes de bus + gare SNCF. |
| Parking et stationnement | | Paraît un juste pour les heures de pointe. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Pas de mise en valeur de la polarité, quasi-absence de mobilier urbain. |

| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# HAUTMONT : GARE D'HAUTMONT

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 25% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 2 | 50% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 25% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 4 | 100% |





# HAUTMONT : RUE GAMBETTA

16 locaux commerciaux
Env. 850 m²
56% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 10,3 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 3,2 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 3,3 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 6,2 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 5,7 |
| 6 - TABAC | 1,1 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **29,9** |
| 7 - CYCLES AUTO | 7,4 |
| 8 - RESTAURATION | 3,1 |
| **Total** | **40,4** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par trois lignes de bus, dont une de bonne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Peut être un peu juste lors des heures pointe. |
| Cheminements piétons | | De larges trottoirs, ainsi que de nombreux passages piétons. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Belle mise en valeur de la rue Gambetta et du rond-point, un mobilier urbain moderne et bien présent. |

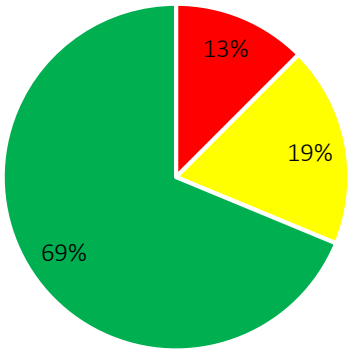
++
+
=
-
- -

# HAUTMONT : RUE GAMBETTA

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 3 | 19% |
| Culture loisirs | 1 | 6% |
| Cycles auto | 1 | 6% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 6% |
| Services en agence | 1 | 6% |
| Locaux inactifs | 9 | 56% |
| Total | 16 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# HAUTMONT : CENTRE COMMERCIAL BOIS DU QUESNOY

4 locaux commerciaux
Env. 550 m²
25% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 8,2 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 2,5 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 2,6 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 4,9 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 4,5 |
| 6 - TABAC | 0,9 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **23,6** |
| 7 - CYCLES AUTO | 5,8 |
| 8 - RESTAURATION | 2,4 |
| **Total** | **31,9** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bonne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît suffisant. |
| Cheminements piétons | | De larges cheminements piétons en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Centre commercial moderne, un mobilier urbain présent, pôle fleuri et arboré. |

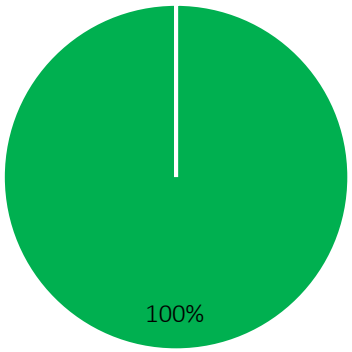
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# HAUTMONT : CENTRE COMMERCIAL BOIS DU QUESNOY

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 2 | 50% |
| Généraliste | 1 | 25% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 1 | 25% |
| **Total** | 4 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# HAUTMONT : PLACE DU NOUVEAU MONDE




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 5,2 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,6 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,7 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,1 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 2,8 |
| 6 - TABAC | 0,5 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **15,0** |
| 7 - CYCLES AUTO | 3,8 |
| 8 - RESTAURATION | 1,5 |
| **Total** | **20,3** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de bus, dont une de bonne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs large et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Fleuri, arboré, mobilier urbain présent, commerces en bon état. |

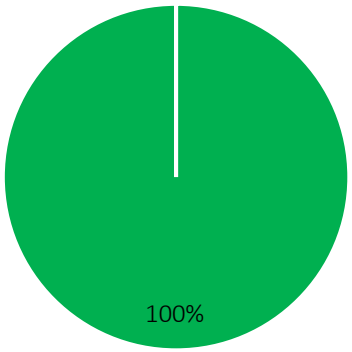
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# HAUTMONT : PLACE DU NOUVEAU MONDE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 1 | 33% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 33% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 1 | 33% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 3 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






C

# HAUTMONT : INTERMARCHE

11 locaux commerciaux
Env. 2 800 m²
36% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 10,7 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 3,3 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 3,5 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 6,4 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 5,9 |
| 6 - TABAC | 1,2 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **31,0** |
| 7 - CYCLES AUTO | 7,9 |
| 8 - RESTAURATION | 3,2 |
| **Total** | **42,1** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Signalé via l'enseigne Intermarché. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de bonne fréquence à environ 150 mètres. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Absence de cheminements piétons sur le parking. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Centre commercial récent. |

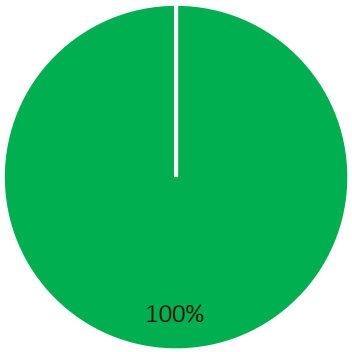
++
+
=
-
- -

# HAUTMONT : INTERMARCHE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 1 | 9% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 3 | 27% |
| Culture loisirs | 1 | 9% |
| Cycles auto | 2 | 18% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 4 | 36% |
| **Total** | 11 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# JEUMONT : CENTRE-VILLE




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 21,2 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 6,7 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 6,8 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 12,7 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 11,9 |
| 6 - TABAC | 2,4 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **61,7** |
| 7 - CYCLES AUTO | 15,4 |
| 8 - RESTAURATION | 6,5 |
| **Total** | **83,5** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-ville signalé, quelques commerces bénéficient d'une signalétique spécifique. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé, malgré les sens uniques, il est facile d'effectuer une boucle. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de bus, dont une de très bonne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Capacité suffisante grâce à la présence de deux grands parkings, place de la République et place Georges Pompidou. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs d'une bonne largeur, néanmoins ils sont parfois dégradés rue Hector Despret (le pavement est par endroits dégradé). |
| Qualité de l'environnement urbain | | Un mobilier urbain présent, mais relativement vieillissant. |

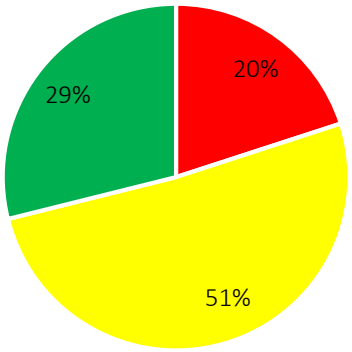
++
+
=
-
- -

# JEUMONT : CENTRE-VILLE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 5 | 11% |
| Généraliste | 1 | 2% |
| Equipement de la personne | 1 | 2% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 7 | 16% |
| Culture loisirs | 2 | 4% |
| Cycles auto | 3 | 7% |
| Cafés hôtels restaurants | 7 | 16% |
| Services en agence | 11 | 24% |
| Locaux inactifs | 8 | 18% |
| Total | 45 | 100% |

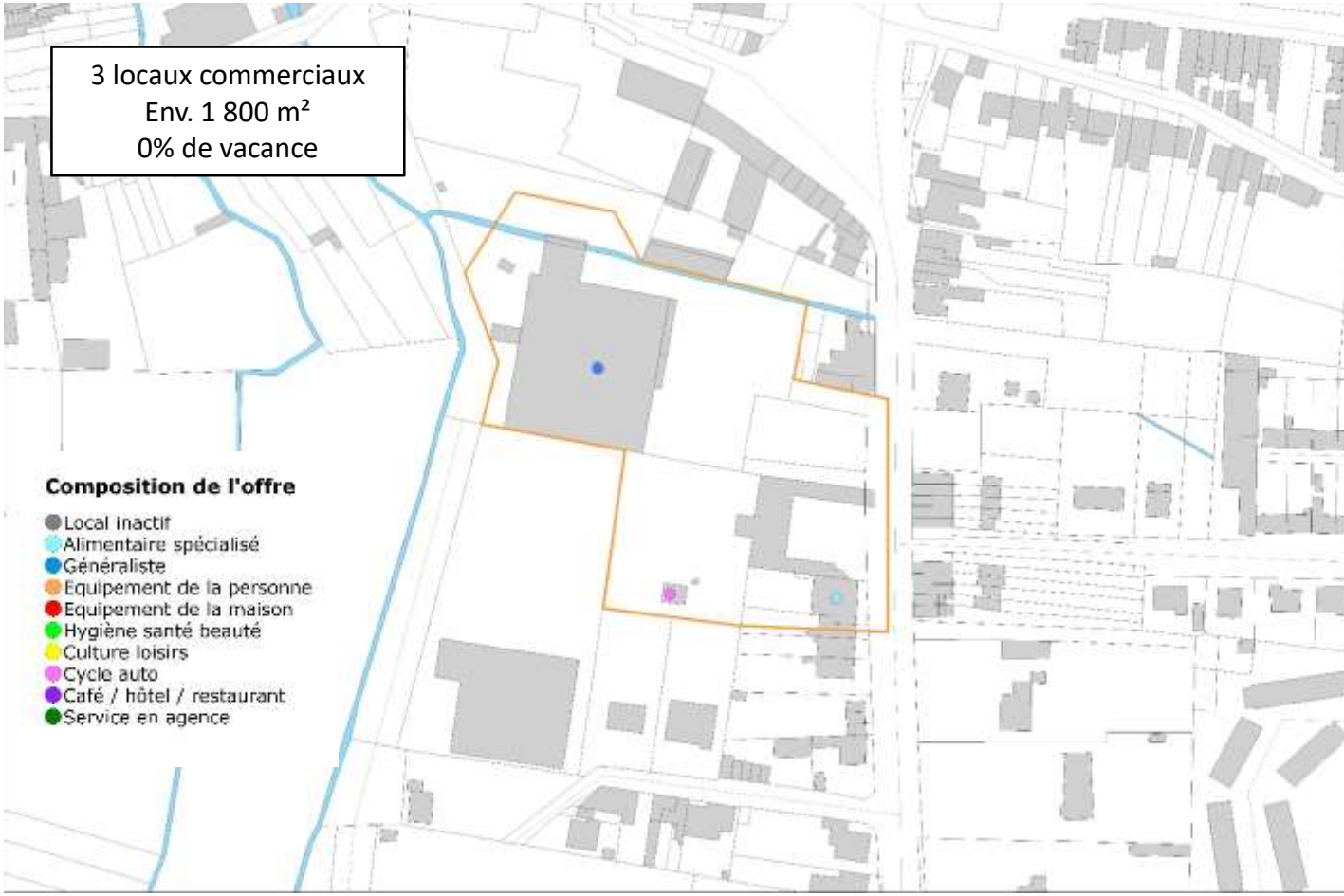


Etat des locaux commerciaux






# JEUMONT : CARREFOUR MARKET




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 16,9 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 5,3 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 5,5 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 10,2 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 9,5 |
| 6 - TABAC | 1,9 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **49,2** |
| 7 - CYCLES AUTO | 12,3 |
| 8 - RESTAURATION | 5,2 |
| **Total** | **66,7** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Supermarché bien signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Non desservi. |
| Parking et stationnement | | Stationnement suffisant. |
| Cheminements piétons | | Des cheminements piétons sont présents sur le parking du Carrefour Market. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Supermarché en bon état. |

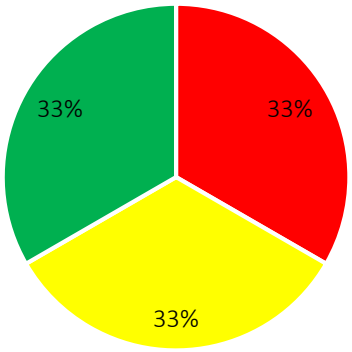
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# JEUMONT : CARREFOUR MARKET

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 33% |
| Généraliste | 1 | 33% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 1 | 33% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 3 | 100% |



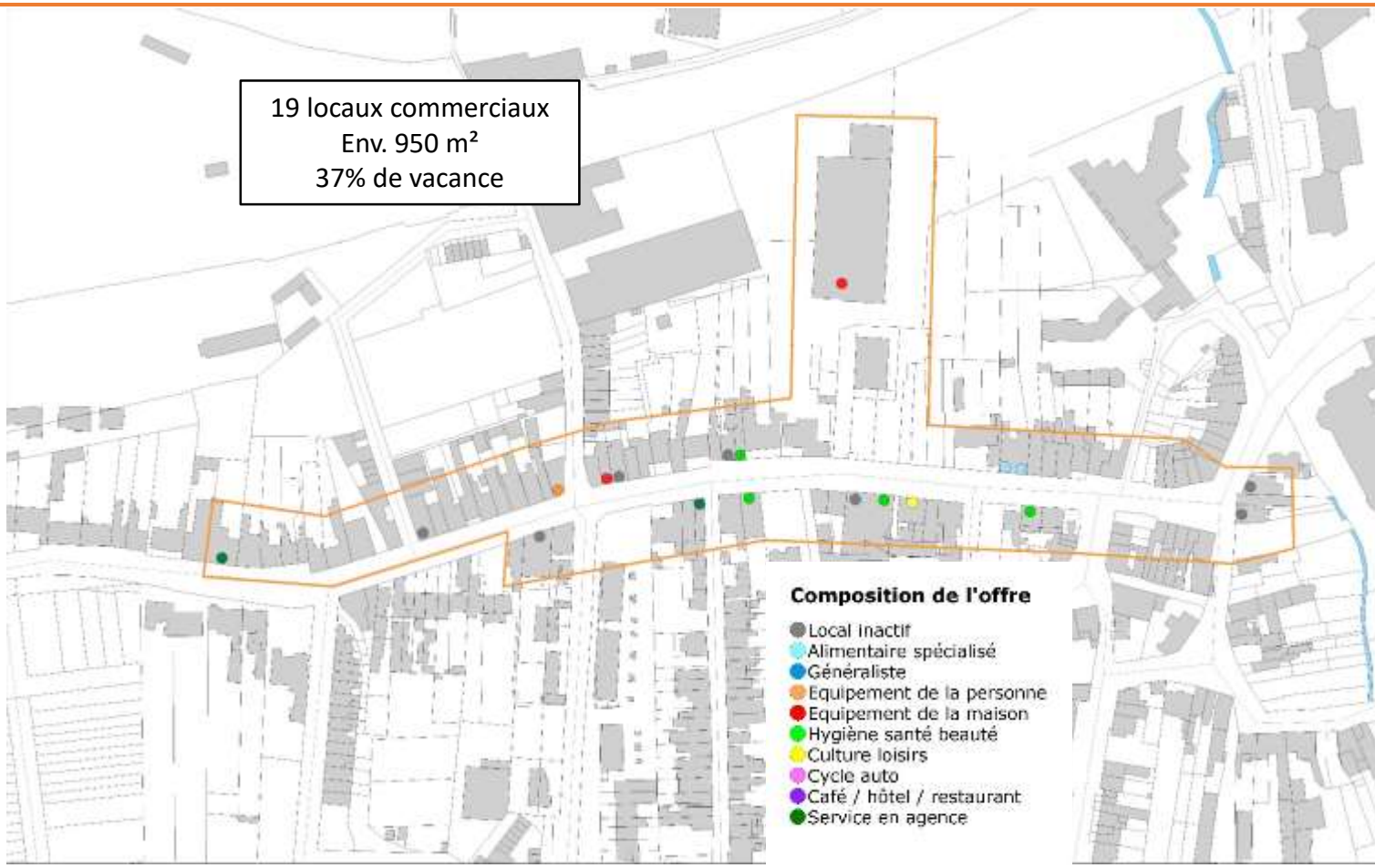

Etat des locaux commerciaux




A rénover  Manque d'entretien  Parfait état



# JEUMONT : LEON BLUM / HECTOR DESPRET




| Fonction du site dans l'armature commerciale | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 6,4 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 2,0 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 2,1 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,8 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 3,6 |
| 6 - TABAC | 0,7 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **18,6** |
| 7 - CYCLES AUTO | 4,6 |
| 8 - RESTAURATION | 2,0 |
| **Total** | **25,2** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Pôle non signalé, néanmoins quelques commerces bénéficient d'une signalétique. |
| Accessibilité automobile | | Situé le long d'une voie à double sens facile d'accès. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de bus dont une de très bonne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît trop juste, pas de stationnement le long des rue Léon Blum et Hector Despret, mais présence d'un parking en face du fleuriste. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont larges, en revanche leurs revêtements sont dégradés par endroits. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Peu de mobilier urbain, apparence austère. |

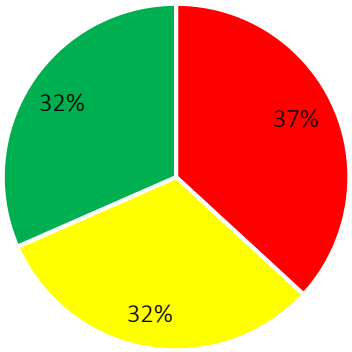
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# JEUMONT : LEON BLUM / HECTOR DESPRET

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 2 | 11% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 1 | 5% |
| Equipement de la maison | 2 | 11% |
| Hygiène santé beauté | 4 | 21% |
| Culture loisirs | 1 | 5% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 2 | 11% |
| Locaux inactifs | 7 | 37% |
| **Total** | 19 | 100% |



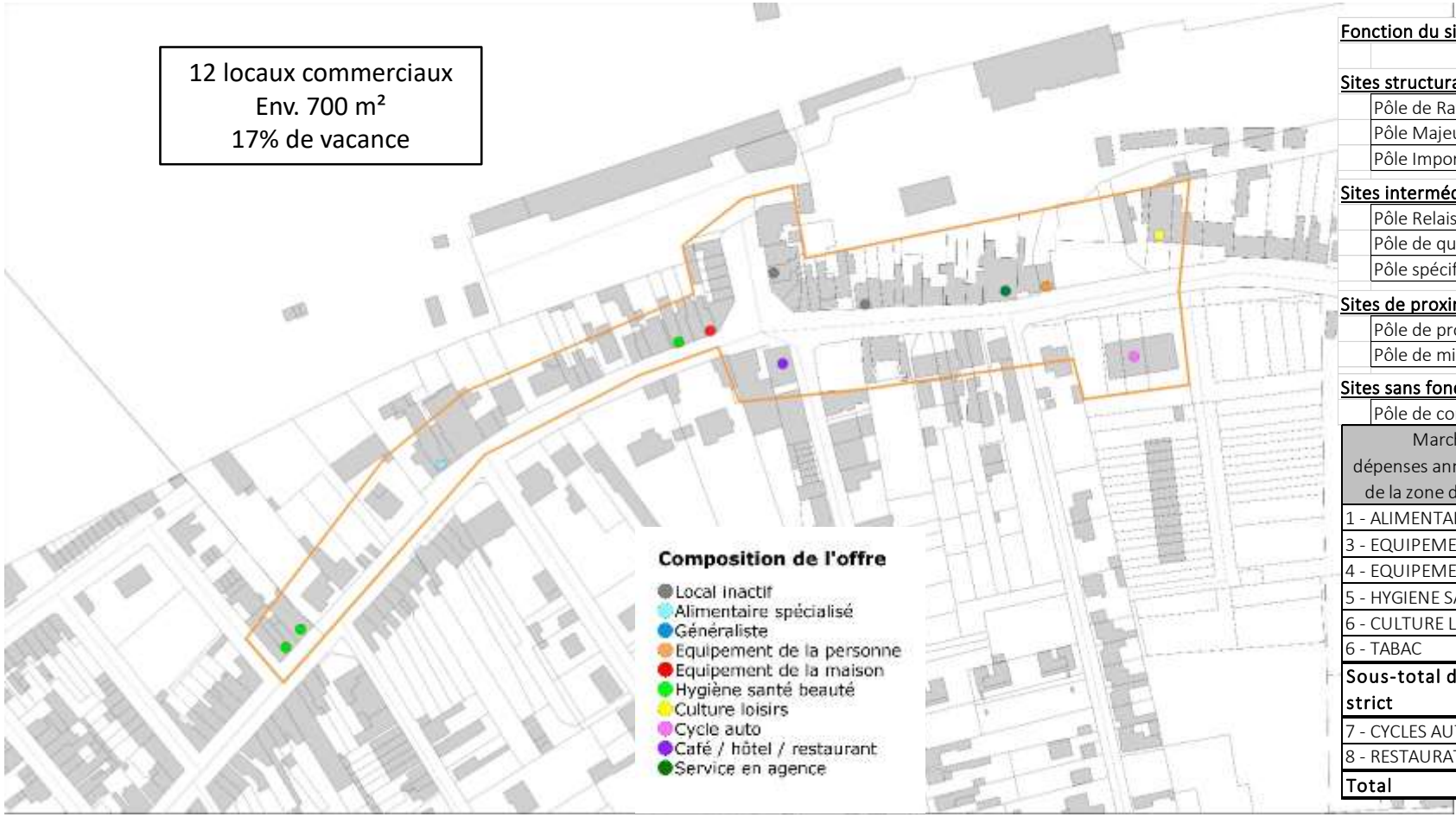
Etat des locaux commerciaux






# JEUMONT : GARE

12 locaux commerciaux
Env. 700 m²
17% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 4,3 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,3 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,4 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 2,6 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 2,4 |
| 6 - TABAC | 0,5 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **12,4** |
| 7 - CYCLES AUTO | 3,1 |
| 8 - RESTAURATION | 1,3 |
| **Total** | **16,9** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Signalé via la gare. |
| Accessibilité automobile | | Situé le long d'une voie à double sens facile d'accès. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de bus dont une de très bonne fréquence, et présence d'une gare SNCF. |
| Parking et stationnement | | Présence de parkings, mais pas de stationnement sur la rue Léon Blum. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Ambiance relativement austère. |

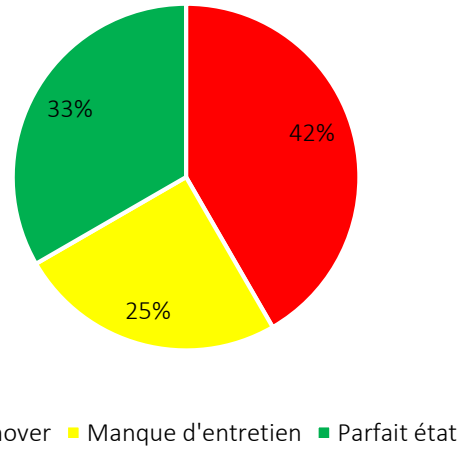
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# JEUMONT : GARE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 8% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 1 | 8% |
| Equipement de la maison | 1 | 8% |
| Hygiène santé beauté | 3 | 25% |
| Culture loisirs | 1 | 8% |
| Cycles auto | 1 | 8% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 8% |
| Services en agence | 1 | 8% |
| Locaux inactifs | 2 | 17% |
| Total | 12 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# JEUMONT : RUE JEAN JAURES




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 4,3 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,4 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,4 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 2,6 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 2,5 |
| 6 - TABAC | 0,5 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **12,7** |
| 7 - CYCLES AUTO | 3,1 |
| 8 - RESTAURATION | 1,3 |
| **Total** | **17,1** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Pôle non signalé, en revanche quelques commerces le sont. |
| Accessibilité automobile | | Situé le long d'une large voie à double sens facile d'accès. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de bus dont une de très bonne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Peut être juste lors des heures de pointe. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs sont larges et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain peu présent. |

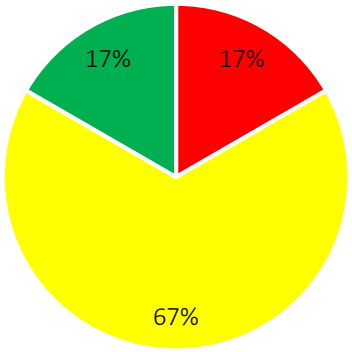
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# JEUMONT : RUE JEAN JAURES

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 1 | 17% |
| Hygiène santé beauté | 2 | 33% |
| Culture loisirs | 1 | 17% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 1 | 17% |
| Locaux inactifs | 1 | 17% |
| **Total** | 6 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# JEUMONT : INTERMARCHE SUPER PORTE DE FRANCE

5 locaux commerciaux
Env. 2 600 m²
0% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 11,2 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 3,5 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 3,6 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 6,8 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 6,2 |
| 6 - TABAC | 1,2 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **32,5** |
| 7 - CYCLES AUTO | 8,1 |
| 8 - RESTAURATION | 3,4 |
| **Total** | **44,0** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Supermarché bien signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Non desservi. |
| Parking et stationnement | | Stationnement suffisant. |
| Cheminements piétons | | Des cheminements piétons sont présents sur le parking du Carrefour Market. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Supermarché en bon état. |

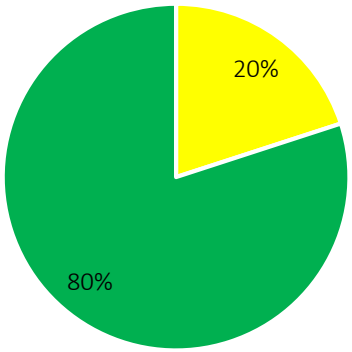
++
+
=
-
- -

# JEUMONT : INTERMARCHE SUPER PORTE DE FRANCE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 1 | 20% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 2 | 40% |
| Culture loisirs | 1 | 20% |
| Cycles auto | 1 | 20% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 5 | 100% |




Etat des locaux commerciaux




A rénover  Manque d'entretien  Parfait état



# LEVAL : CENTRE-BOURG




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 5,2 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,7 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,7 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,1 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 2,9 |
| 6 - TABAC | 0,6 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **15,3** |
| 7 - CYCLES AUTO | 3,9 |
| 8 - RESTAURATION | 1,6 |
| **Total** | **20,8** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-bourg signalé. |
| Accessibilité automobile | | Large voie à double sens. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de très faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Stationnement suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs globalement en bon état et d'une bonne largeur. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain peu présent. |

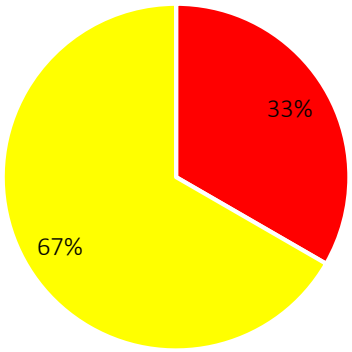
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# LEVAL : CENTRE-BOURG

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 33% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 33% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 33% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 3 | 100% |

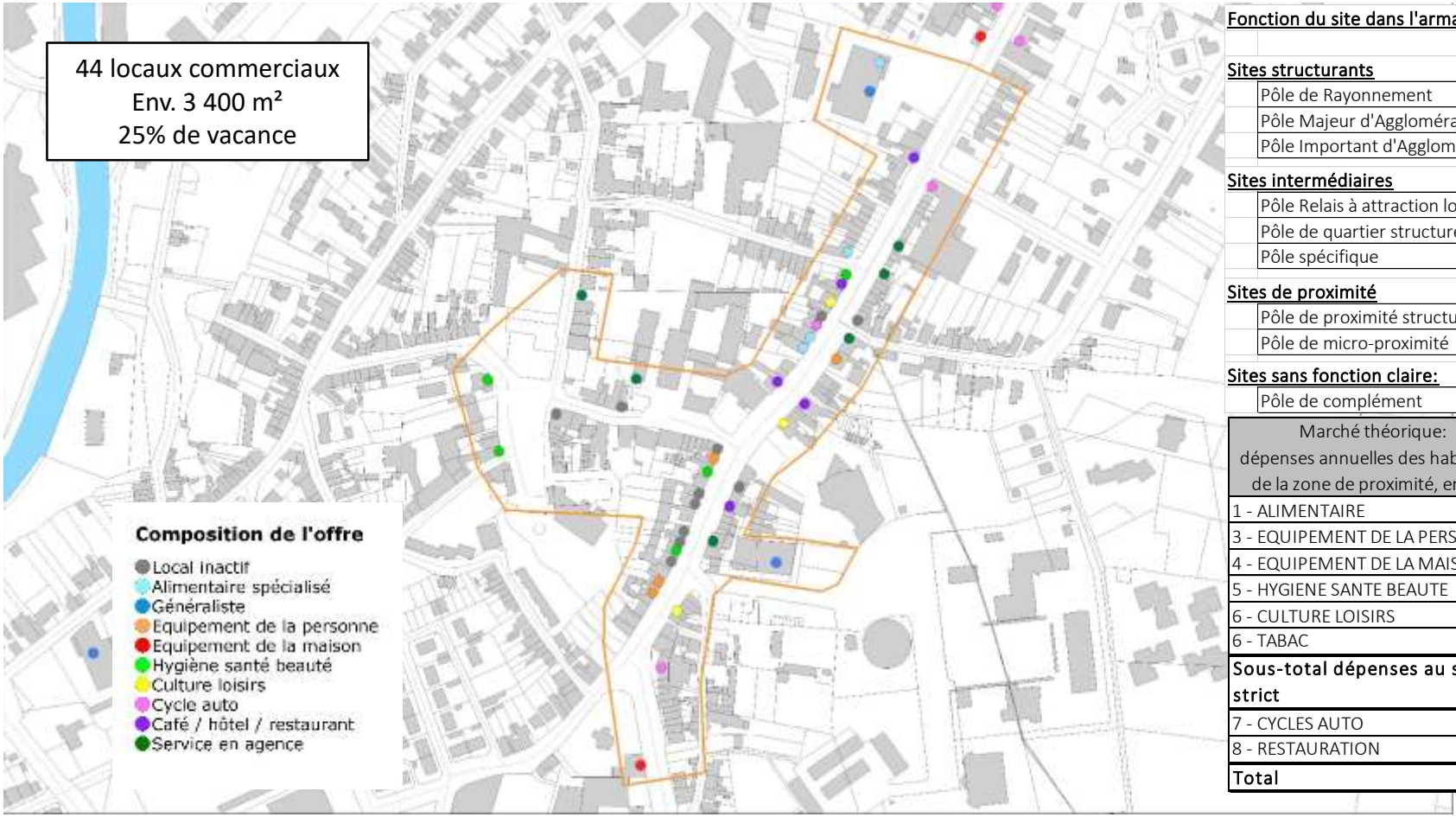



Etat des locaux commerciaux






# LOUVROIL : CENTRE-VILLE




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 13,8 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 4,3 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 4,4 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 8,3 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 7,6 |
| 6 - TABAC | 1,5 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **39,9** |
| 7 - CYCLES AUTO | 9,9 |
| 8 - RESTAURATION | 4,1 |
| **Total** | **53,9** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-ville bien signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé, large voie à double sens. |
| Desserte en TC | | Desservi par trois lignes de bus, dont une de moyenne fréquence et deux de faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs larges, mais globalement dégradés. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain quasi absent, des trottoirs dégradés, des commerces non mis en valeur, environnement relativement austère. |

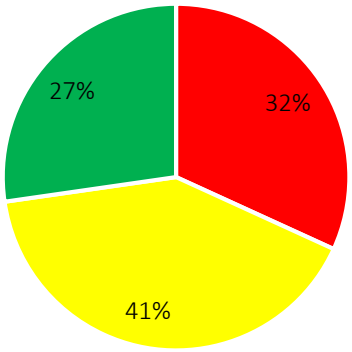
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# LOUVROIL : CENTRE-VILLE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 4 | 9% |
| Généraliste | 2 | 5% |
| Equipement de la personne | 4 | 9% |
| Equipement de la maison | 1 | 2% |
| Hygiène santé beauté | 5 | 11% |
| Culture loisirs | 3 | 7% |
| Cycles auto | 3 | 7% |
| Cafés hôtels restaurants | 5 | 11% |
| Services en agence | 6 | 14% |
| Locaux inactifs | 11 | 25% |
| **Total** | 44 | 100% |




Etat des locaux commerciaux




A rénover  Manque d'entretien  Parfait état



# LOUVROIL : ROUTE D'AVESNES NORD

23 locaux commerciaux
Env. 1 100 m²
0% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 5,5 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,7 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,7 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,3 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 3,0 |
| 6 - TABAC | 0,6 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **15,9** |
| 7 - CYCLES AUTO | 3,9 |
| 8 - RESTAURATION | 1,6 |
| **Total** | **21,4** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Large voie à double sens, facile d'accès. |
| Desserte en TC | | Desservi par trois lignes de bus, dont une de moyenne fréquence et deux de faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs larges, mais dégradés. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain absent, ensemble austère. |

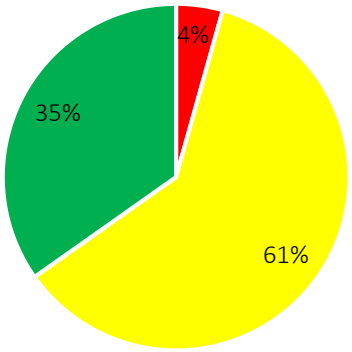
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# LOUVROIL : ROUTE D'AVESNES NORD

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 1 | 4% |
| Equipement de la maison | 2 | 9% |
| Hygiène santé beauté | 2 | 9% |
| Culture loisirs | 3 | 13% |
| Cycles auto | 12 | 52% |
| Cafés hôtels restaurants | 3 | 13% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 23 | 100% |



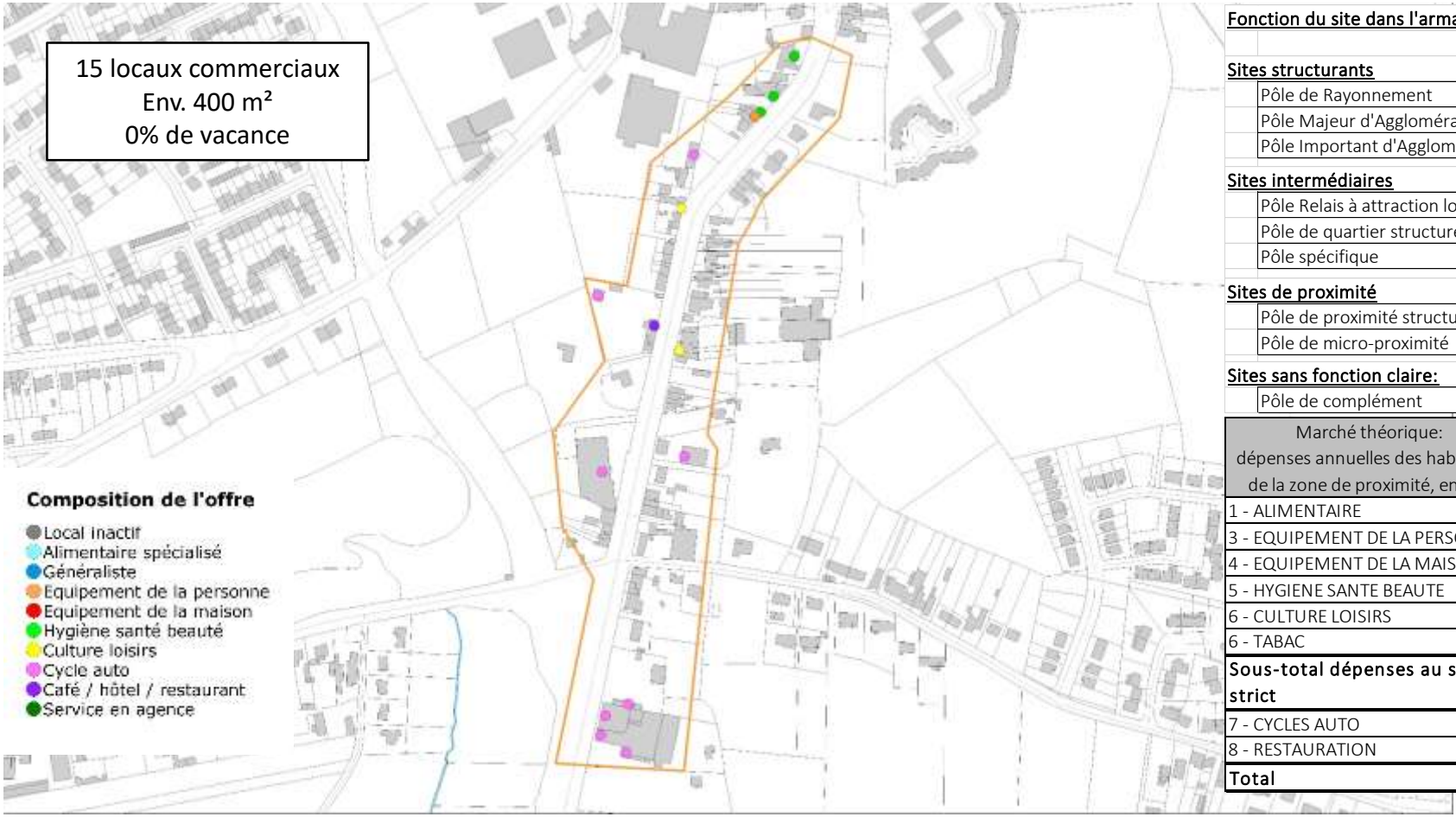

Etat des locaux commerciaux




A rénover  Manque d'entretien  Parfait état



# LOUVROIL : ROUTE D'AVESNES SUD




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 3,6 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,1 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,1 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 2,1 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 2,0 |
| 6 - TABAC | 0,4 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **10,3** |
| 7 - CYCLES AUTO | 2,5 |
| 8 - RESTAURATION | 1,0 |
| **Total** | **13,9** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Large voie à double sens, facile d'accès. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de bus, dont une de moyenne fréquence et deux de faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît suffisant. |
| Cheminements piétons | | Larges trottoirs, néanmoins dégradés. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain quasi absent. |

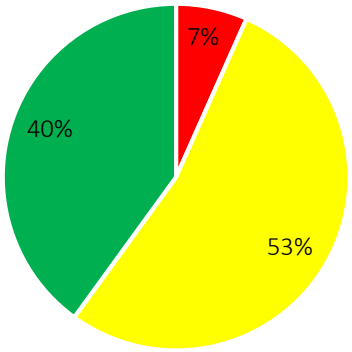
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# LOUVROIL : ROUTE D'AVESNES SUD

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 1 | 7% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 3 | 20% |
| Culture loisirs | 2 | 13% |
| Cycles auto | 8 | 53% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 7% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 15 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# LOUVROIL : LIDL




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 13,8 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 4,3 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 4,4 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 8,3 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 7,6 |
| 6 - TABAC | 1,5 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **39,9** |
| 7 - CYCLES AUTO | 9,9 |
| 8 - RESTAURATION | 4,1 |
| **Total** | **53,9** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Petite signalétique via l'enseigne. |
| Accessibilité automobile | | Accès facile. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de très bonne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Hard discount en bon état, mobilier urbain présent. |

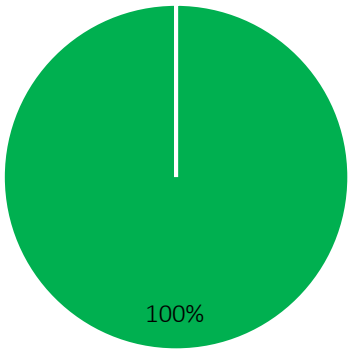
++
+
=
-
- -

# LOUVROIL : LIDL

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 1 | 100% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 1 | 100% |

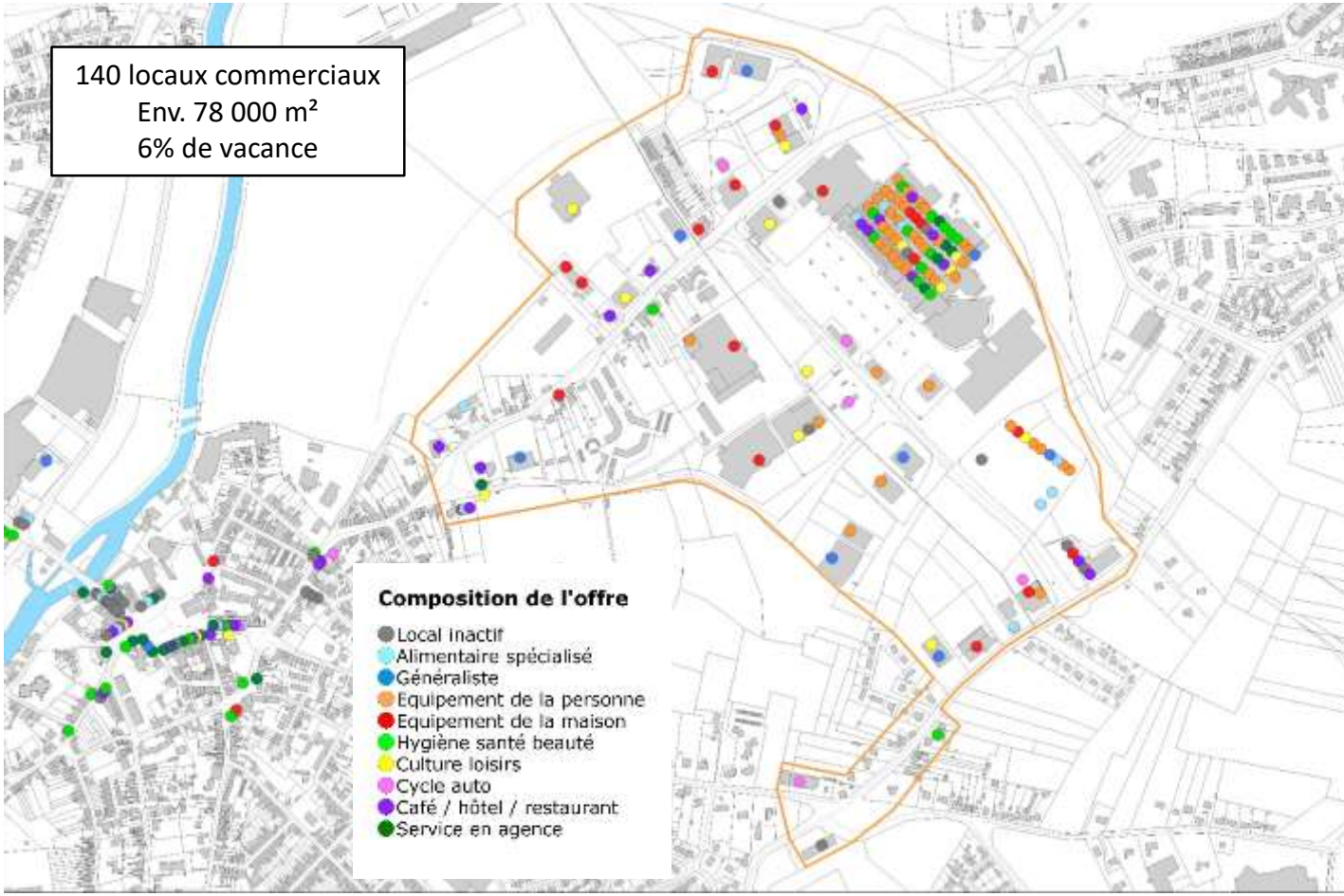


Etat des locaux commerciaux






# LOUVROIL / HAUTMONT : ZONE COMMERCIALE VAL DE SAMBRE




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 67,4 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 21,0 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 21,7 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 40,3 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 37,3 |
| 6 - TABAC | 7,4 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **195,1** |
| 7 - CYCLES AUTO | 48,6 |
| 8 - RESTAURATION | 20,2 |
| **Total** | **264,0** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Pôle bien signalé en aval, et qui bénéficie d'une bonne signalétique à l'intérieur même de la zone commerciale. |
| Accessibilité automobile | | Très bonne accessibilité, notamment par la voie express (N2). En interne l'accès aux différents parking est relativement aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par de nombreuses lignes de bus. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Présence de trottoirs, néanmoins est destinée avant tout à la circulation automobile, peu de parkings disposent de cheminements piétons. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Zone commerciale globalement en bon état, avec des secteurs plus ou moins récents. |

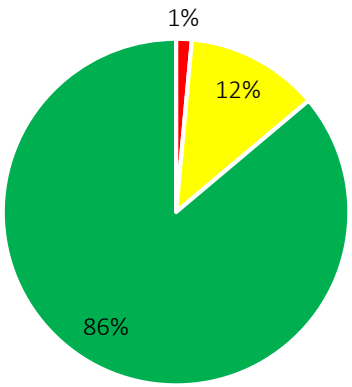
++
+
=
-
- -

# LOUVROIL / HAUTMONT : ZONE COMMERCIALE VAL DE SAMBRE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 9 | 6% |
| Généraliste | 8 | 6% |
| Equipement de la personne | 43 | 31% |
| Equipement de la maison | 18 | 13% |
| Hygiène santé beauté | 14 | 10% |
| Culture loisirs | 13 | 9% |
| Cycles auto | 5 | 4% |
| Cafés hôtels restaurants | 15 | 11% |
| Services en agence | 6 | 4% |
| Locaux inactifs | 9 | 6% |
| **Total** | 140 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# MARPENT : CENTRE-VILLE

9 locaux commerciaux
Env. 500 m²
11% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 6,2 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 2,0 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 2,0 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,7 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 3,4 |
| 6 - TABAC | 0,7 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **18,0** |
| 7 - CYCLES AUTO | 4,6 |
| 8 - RESTAURATION | 1,9 |
| **Total** | **24,5** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-ville bien indiqué, de plus chaque commerce bénéficie d'une signalétique spécifique. |
| Accessibilité automobile | | Accès facile. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de bus dont une de très bonne fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Globalement les trottoirs sont d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Traitement inégal entre la rue Victor Hugo plutôt austère et la place de la Mairie |

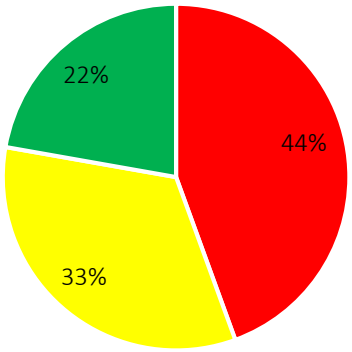
++
+
=
-
- -

# MARPENT : CENTRE-VILLE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 2 | 22% |
| Généraliste | 1 | 11% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 2 | 22% |
| Cafés hôtels restaurants | 2 | 22% |
| Services en agence | 1 | 11% |
| Locaux inactifs | 1 | 11% |
| Total | 9 | 100% |



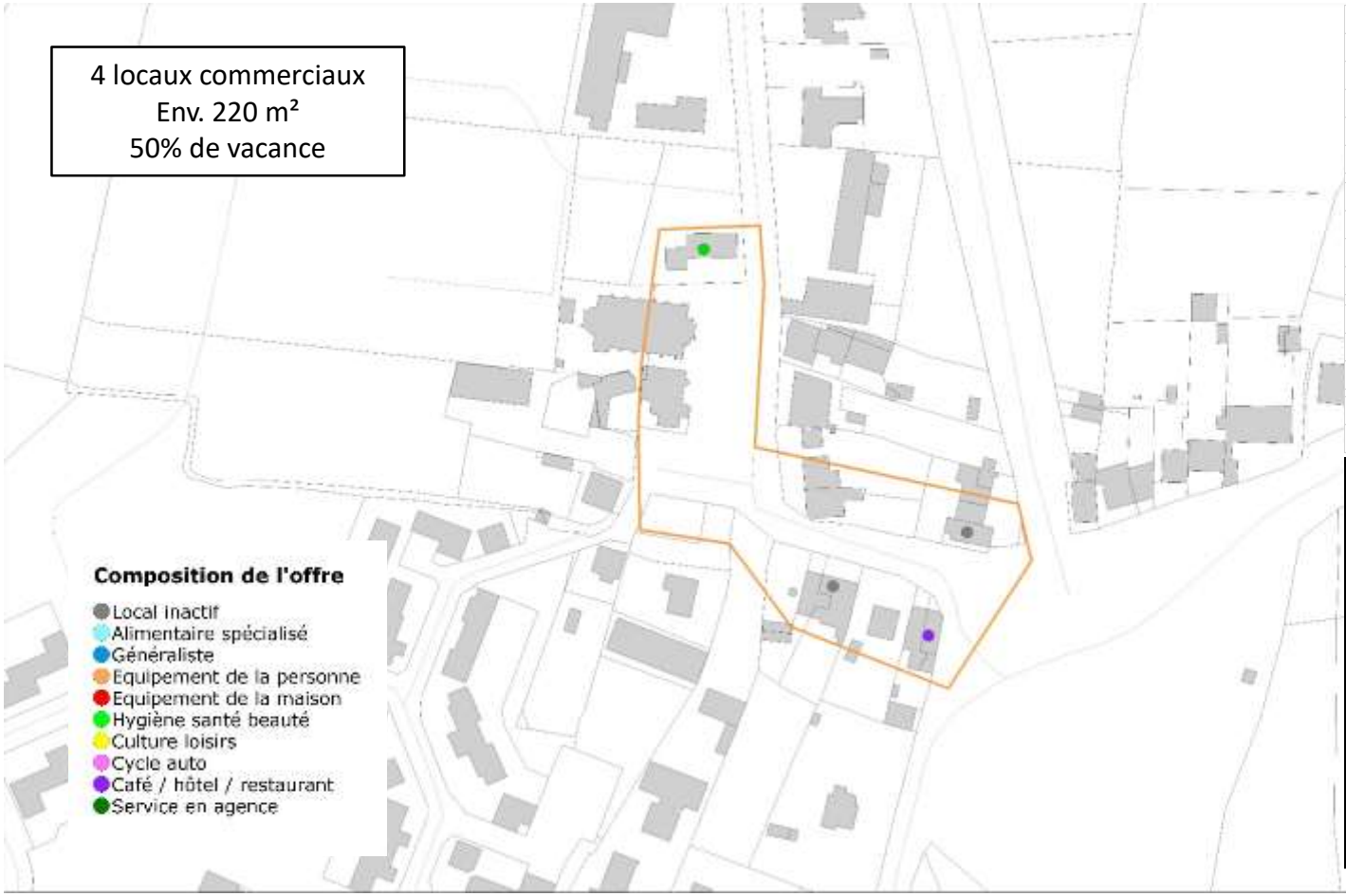
Etat des locaux commerciaux






# NEUF-MESNIL : CENTRE-BOURG

4 locaux commerciaux
Env. 220 m²
50% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 2,9 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 0,9 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 0,9 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 1,7 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 1,6 |
| 6 - TABAC | 0,3 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **8,4** |
| 7 - CYCLES AUTO | 2,1 |
| 8 - RESTAURATION | 0,9 |
| **Total** | **11,4** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Bien signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de bus de moyenne et faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Un mobilier urbain bien présent. |

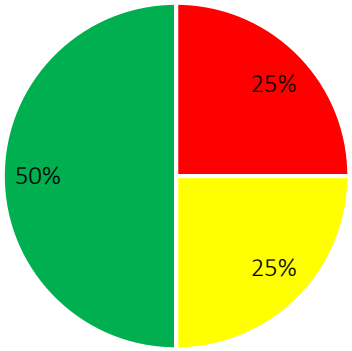
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# NEUF-MESNIL : CENTRE-BOURG

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 25% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 25% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 2 | 50% |
| **Total** | 4 | 100% |




Etat des locaux commerciaux




A rénover  Manque d'entretien  Parfait état



# PONT-SUR-SAMBRE : CENTRE-VILLE

18 locaux commerciaux
Env. 900 m²
22% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 5,9 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,8 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,9 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,6 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 3,3 |
| 6 - TABAC | 0,6 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **17,1** |
| 7 - CYCLES AUTO | 4,3 |
| 8 - RESTAURATION | 1,8 |
| **Total** | **23,2** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-ville bien indiqué. |
| Accessibilité automobile | | Accès facile, voie large et à double sens. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs larges et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain présent. |

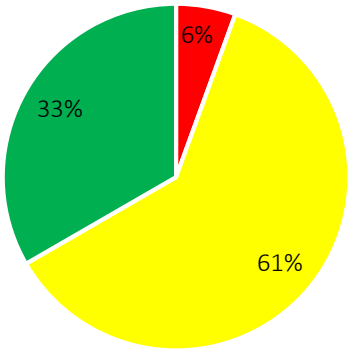
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# PONT-SUR-SAMBRE : CENTRE-VILLE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 6% |
| Généraliste | 1 | 6% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 1 | 6% |
| Hygiène santé beauté | 2 | 11% |
| Culture loisirs | 2 | 11% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 5 | 28% |
| Services en agence | 2 | 11% |
| Locaux inactifs | 4 | 22% |
| **Total** | 18 | 100% |



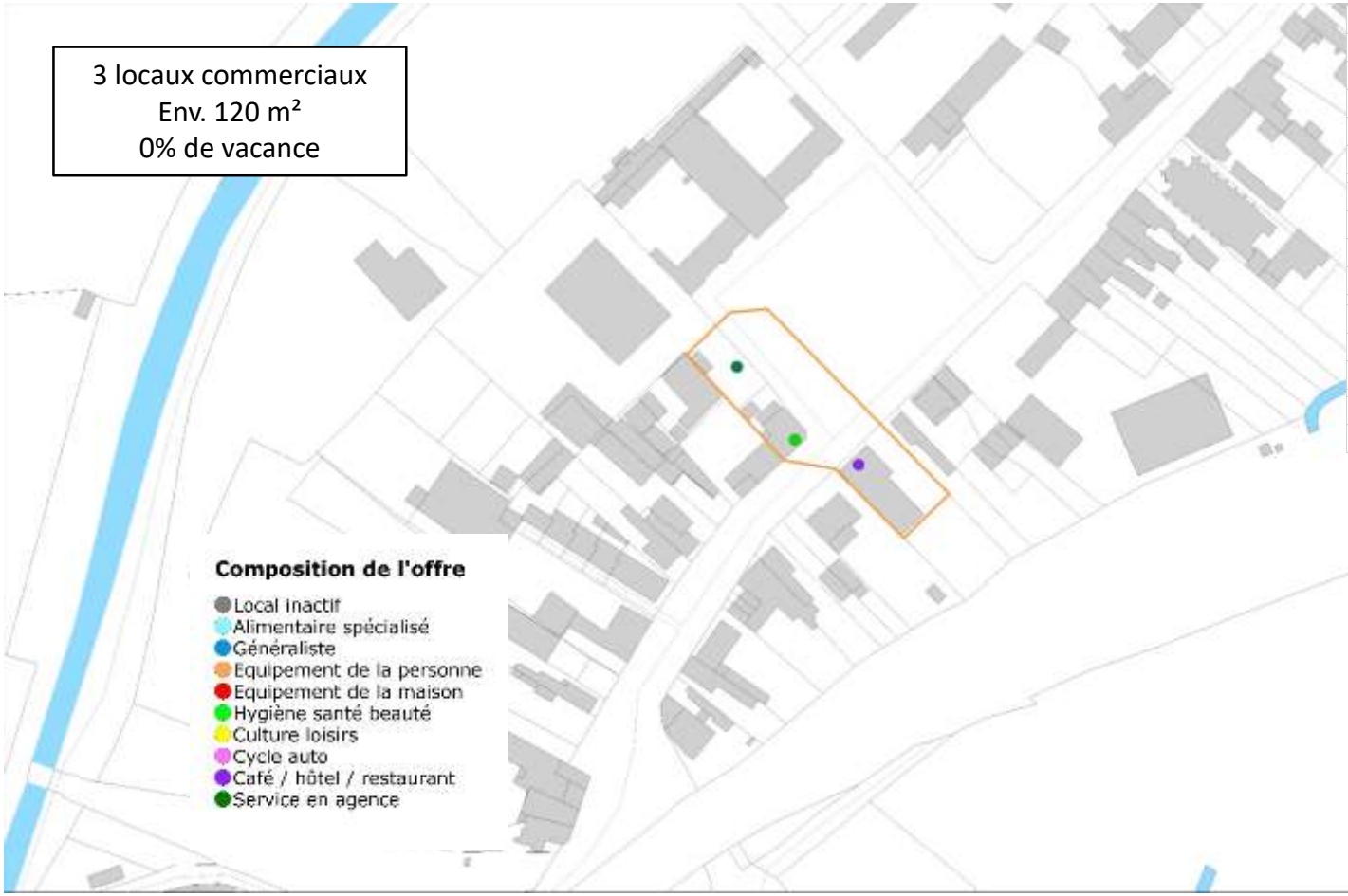
Etat des locaux commerciaux






# RECQUIGNIES : CENTRE-BOURG

3 locaux commerciaux
Env. 120 m²
0% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 5,3 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,7 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,7 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,2 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 3,0 |
| 6 - TABAC | 0,6 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **15,5** |
| 7 - CYCLES AUTO | 4,0 |
| 8 - RESTAURATION | 1,6 |
| **Total** | **21,2** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-bourg bien signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs larges, mais quelque peu dégradés. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Aucune mise en valeur de la polarité, revêtement du parking et des trottoirs dégradés, et mobilier urbain quasi absent. |

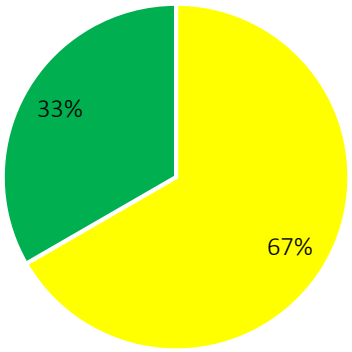
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# RECQUIGNIES : CENTRE-BOURG

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 33% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 33% |
| Services en agence | 1 | 33% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| Total | 3 | 100% |



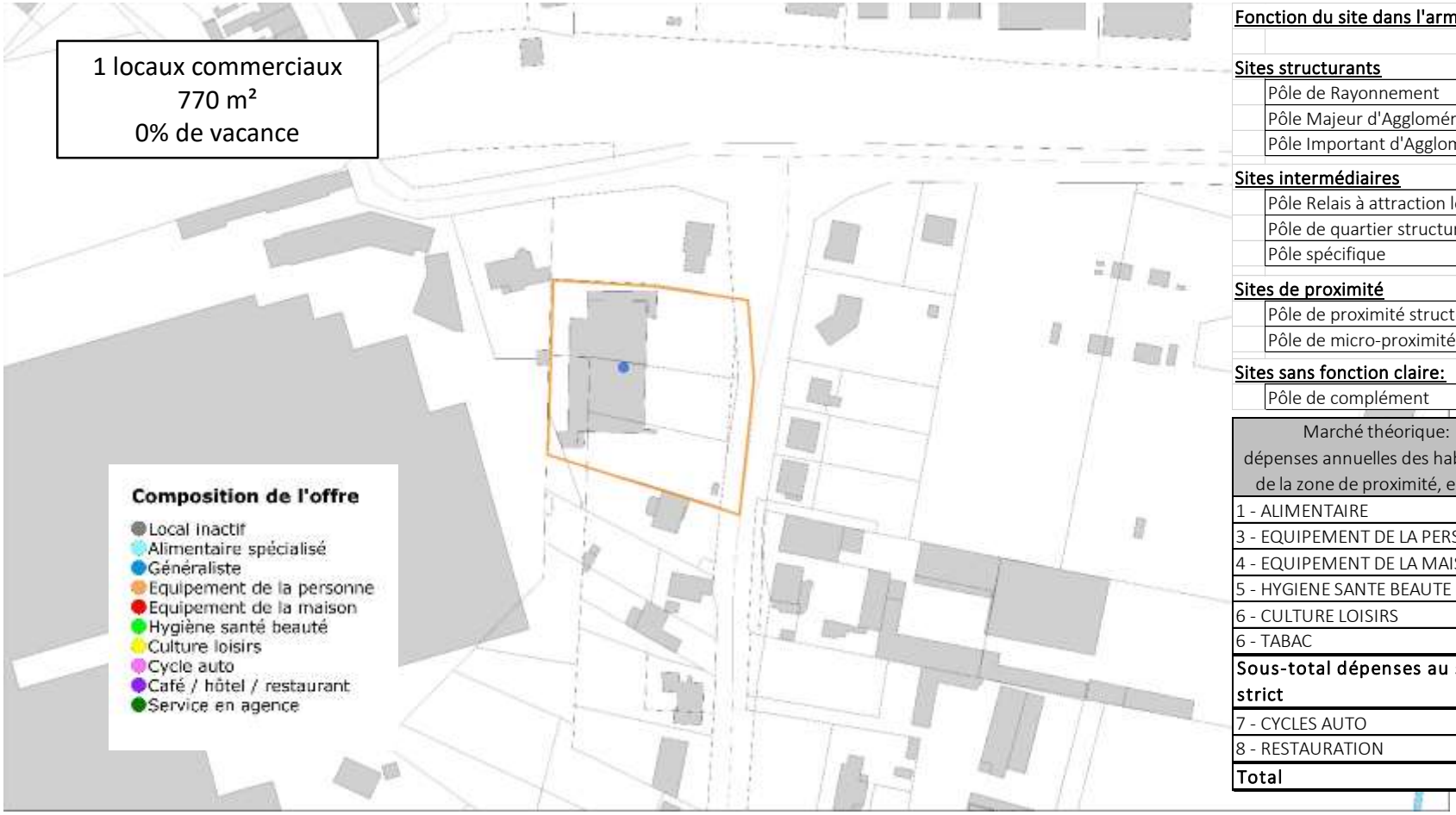
Etat des locaux commerciaux






# RECQUIGNIES : ALDI

1 locaux commerciaux
770 m²
0% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 5,3 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 1,7 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 1,7 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 3,2 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 3,0 |
| 6 - TABAC | 0,6 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **15,5** |
| 7 - CYCLES AUTO | 4,0 |
| 8 - RESTAURATION | 1,6 |
| **Total** | **21,2** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Commerce non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Pas de desserte à proximité immédiate. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Pas de cheminement piétons sur le parking. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Pas de mobilier urbain, mais le Aldi est en bon état. |

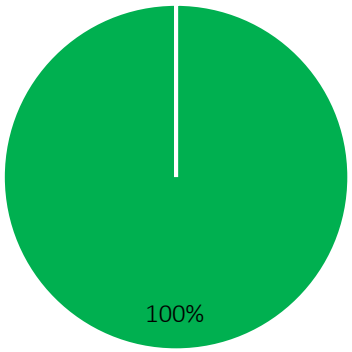
++
+
=
-
- -

# RECQUIGNIES : ALDI

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 1 | 100% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 1 | 100% |



Etat des locaux commerciaux






# ROUSIES : CENTRE-BOURG




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 9,9 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 3,2 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 3,3 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 6,1 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 5,5 |
| 6 - TABAC | 1,0 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **28,9** |
| 7 - CYCLES AUTO | 7,3 |
| 8 - RESTAURATION | 3,1 |
| **Total** | **39,2** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-bourg signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Dans l'ensemble les trottoirs sont en bon état et d'une bonne largeur. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Ensemble globalement austère, aucune mise en valeur du centre-bourg, un mobilier urbain peu présent. |

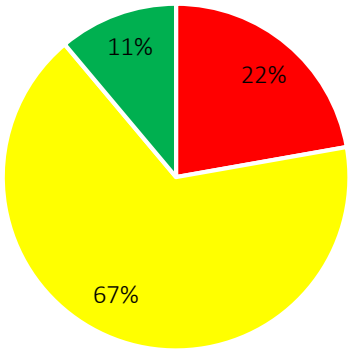
++
+
=
-
- -

# ROUSIES : CENTRE-BOURG

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 1 | 11% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 1 | 11% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 1 | 11% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 2 | 22% |
| Services en agence | 1 | 11% |
| Locaux inactifs | 3 | 33% |
| **Total** | 9 | 100% |




Etat des locaux commerciaux






# ROUSIES : AVENUE DE FERRIERE

9 locaux commerciaux
Env. 300 m²
11% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 15,4 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 4,9 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 5,1 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 9,5 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 8,6 |
| 6 - TABAC | 1,6 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **44,9** |
| 7 - CYCLES AUTO | 11,1 |
| 8 - RESTAURATION | 4,8 |
| **Total** | **60,8** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Non signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé, large voie à double sens. |
| Desserte en TC | | Desservi par trois lignes de bus de faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Paraît juste pour les heures de pointe. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs larges et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Peu de mobilier urbain, néanmoins ambiance agréable. |

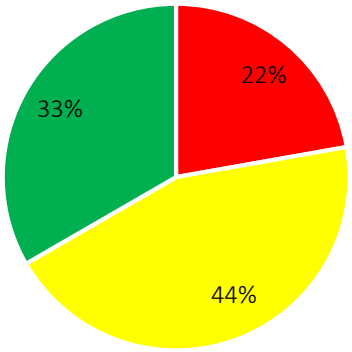
| | |
|---|---|
| | ++ |
| | + |
| | = |
| | - |
| | - - |

# ROUSIES : AVENUE DE FERRIERE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 2 | 22% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 2 | 22% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 1 | 11% |
| Cafés hôtels restaurants | 3 | 33% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 1 | 11% |
| **Total** | 9 | 100% |



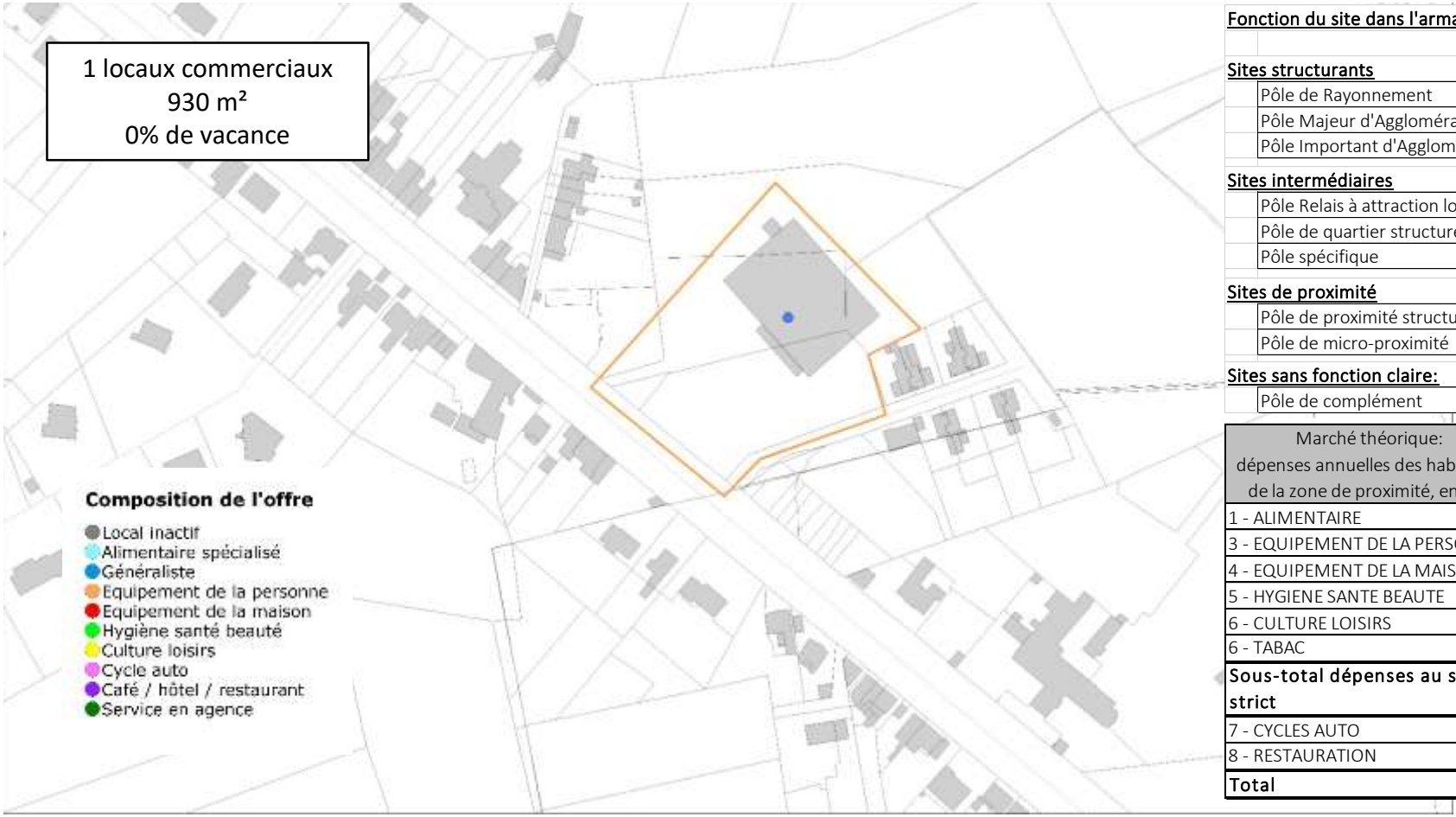
Etat des locaux commerciaux






# ROUSIES : CONTACT MARCHE

1 locaux commerciaux
930 m²
0% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 13,3 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 4,2 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 4,4 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 8,2 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 7,4 |
| 6 - TABAC | 1,4 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **38,9** |
| 7 - CYCLES AUTO | 9,7 |
| 8 - RESTAURATION | 4,1 |
| **Total** | **52,8** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Signalé via l'enseigne. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé, situé le long d'une large avenue, présence d'un rond-point permettant d'accéder au magasin. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux de faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Les trottoirs de l'avenue de Ferrière sont larges et en bon état, néanmoins on note l'absence de cheminement piétons sur le parking du Contact Marché. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Supermarché en bon état. |

++
+
=
-
- -

# ROUSIES : CONTACT MARCHE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 0 | 0% |
| Généraliste | 1 | 100% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 0 | 0% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 1 | 100% |









# SAINT-REMY-DU-NORD : GRANDE RUE

2 locaux commerciaux
Env. 60 m²
0% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 2,7 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 0,9 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 0,9 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 1,6 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 1,5 |
| 6 - TABAC | 0,3 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **7,8** |
| 7 - CYCLES AUTO | 2,0 |
| 8 - RESTAURATION | 0,8 |
| **Total** | **10,7** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Bourg signalé, et non les commerces n'étant pas situés véritablement au centre-bourg. |
| Accessibilité automobile | | Situé le long d'un large voie à double sens. |
| Desserte en TC | | Desservi par deux lignes de bus de faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant. |
| Cheminements piétons | | Trottoirs larges et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Agréable. |

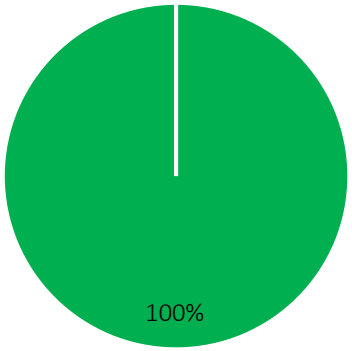
++
+
=
-
- -

# SAINT-REMY-DU-NORD : GRANDE RUE

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 50% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 50% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 0 | 0% |
| Cafés hôtels restaurants | 0 | 0% |
| Services en agence | 0 | 0% |
| Locaux inactifs | 0 | 0% |
| **Total** | 2 | 100% |



Etat des locaux commerciaux

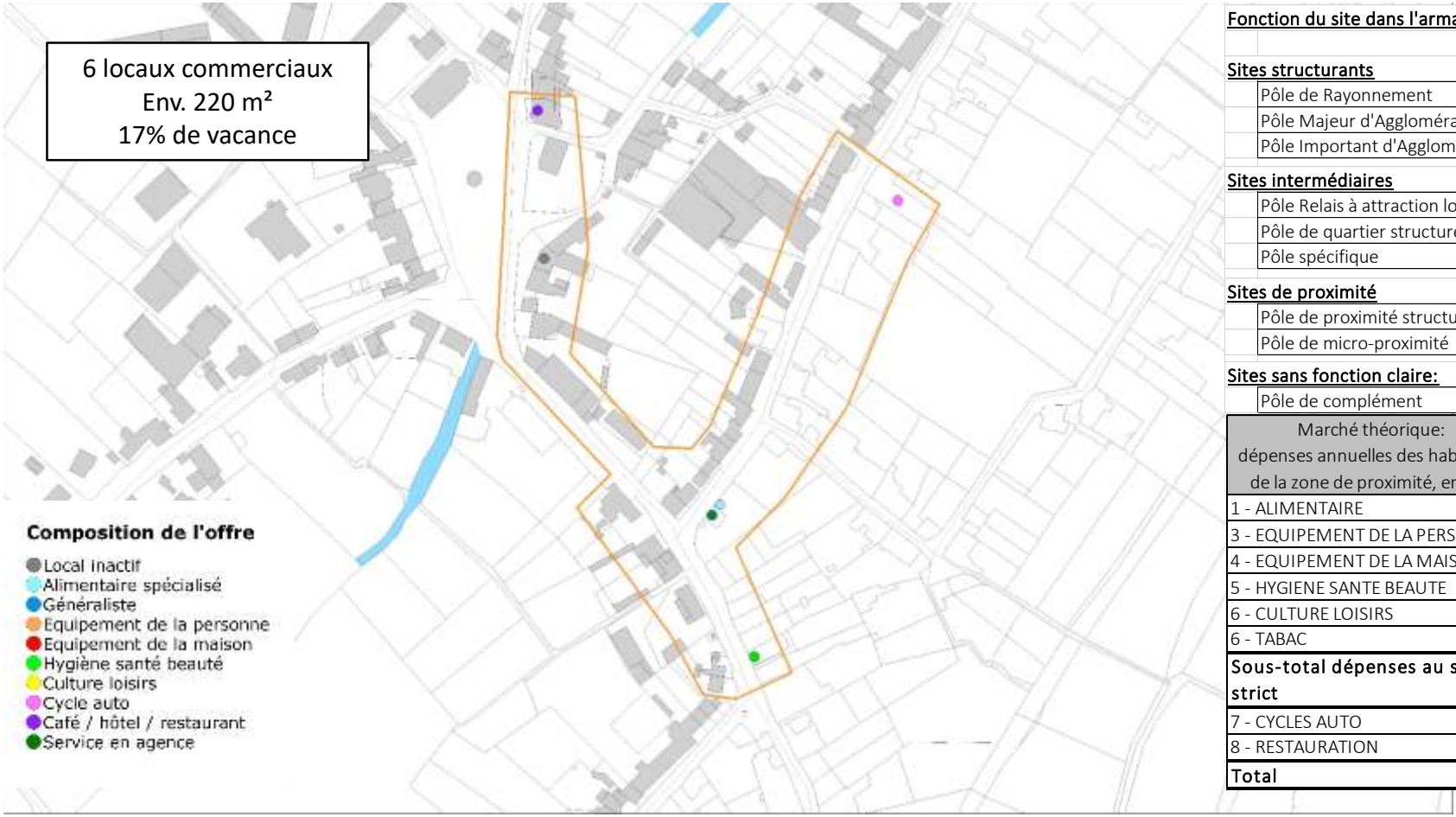



A rénover  Manque d'entretien  Parfait état



# VILLERS-SIRE-NICOLE : CENTRE-BOURG

6 locaux commerciaux
Env. 220 m²
17% de vacance




**Fonction du site dans l'armature commerciale**

| | |
|---|---|
| **Sites structurants** | |
| Pôle de Rayonnement | |
| Pôle Majeur d'Agglomération | |
| Pôle Important d'Agglomération | |
| **Sites intermédiaires** | |
| Pôle Relais à attraction locale | |
| Pôle de quartier structuré | |
| Pôle spécifique | |
| **Sites de proximité** | |
| Pôle de proximité structuré | |
| Pôle de micro-proximité | |
| **Sites sans fonction claire:** | |
| Pôle de complément | |

| Marché théorique: dépenses annuelles des habitants de la zone de proximité, en M€ | |
|---|---|
| 1 - ALIMENTAIRE | 2,3 |
| 3 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 0,7 |
| 4 - EQUIPEMENT DE LA MAISON | 0,8 |
| 5 - HYGIENE SANTE BEAUTE | 1,4 |
| 6 - CULTURE LOISIRS | 1,3 |
| 6 - TABAC | 0,2 |
| **Sous-total dépenses au sens strict** | **6,8** |
| 7 - CYCLES AUTO | 1,7 |
| 8 - RESTAURATION | 0,7 |
| **Total** | **9,2** |

| | | |
|---|---|---|
| Signalétique d'accès | | Centre-bourg signalé. |
| Accessibilité automobile | | Accès aisé. |
| Desserte en TC | | Desservi par une ligne de bus de très faible fréquence. |
| Parking et stationnement | | Suffisant, un parking présent place de la Mairie, la Poste et la boulangerie possèdent leur propre parking. |
| Cheminements piétons | | Globalement les trottoirs sont d'une bonne largeur et en bon état. |
| Qualité de l'environnement urbain | | Mobilier urbain peu présent. |

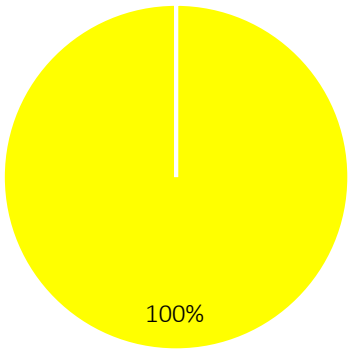
++
+
=
-
- -

# VILLERS-SIRE-NICOLE : CENTRE-BOURG

| Composition de l'offre | Nb | % |
|---|---|---|
| Alimentaire spécialisé | 1 | 17% |
| Généraliste | 0 | 0% |
| Equipement de la personne | 0 | 0% |
| Equipement de la maison | 0 | 0% |
| Hygiène santé beauté | 1 | 17% |
| Culture loisirs | 0 | 0% |
| Cycles auto | 1 | 17% |
| Cafés hôtels restaurants | 1 | 17% |
| Services en agence | 1 | 17% |
| Locaux inactifs | 1 | 17% |
| **Total** | 6 | 100% |



Etat des locaux commerciaux





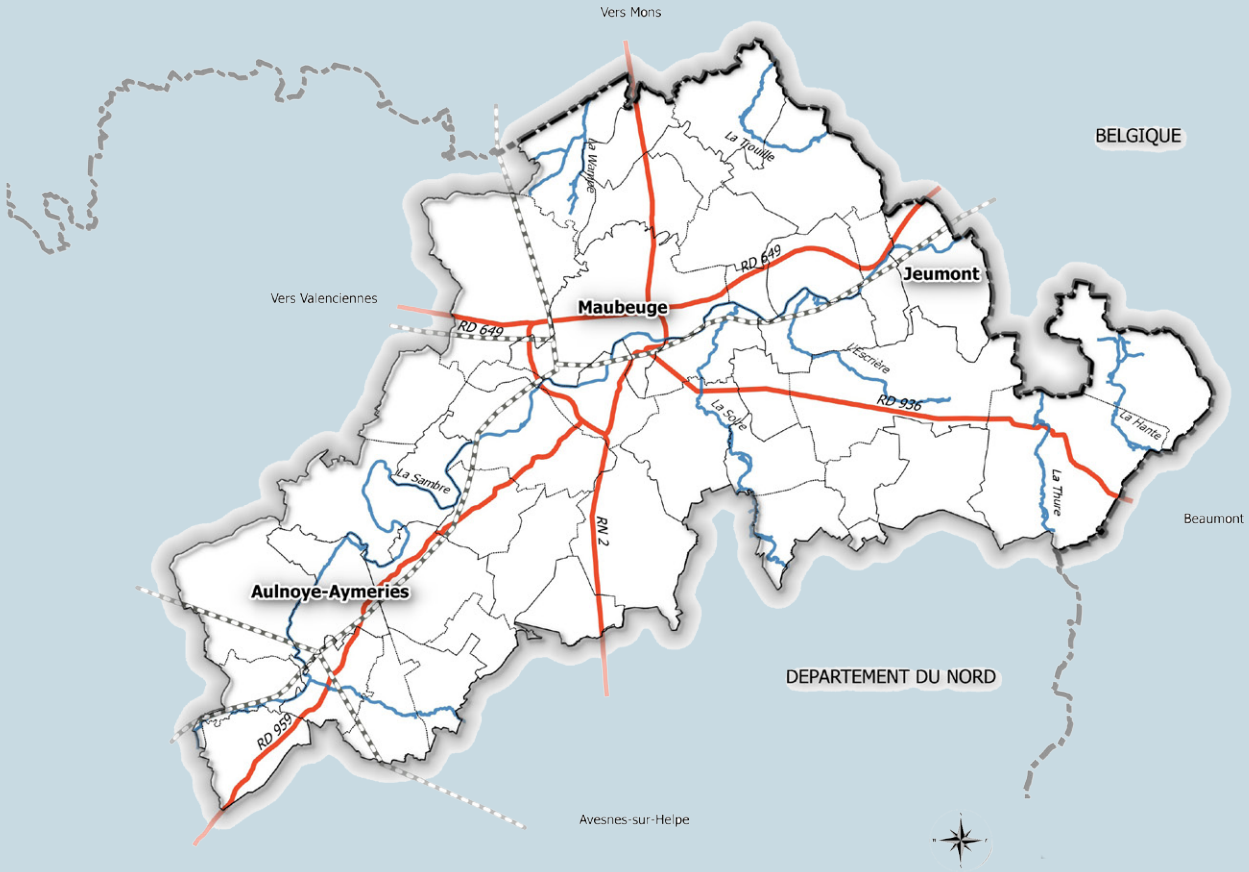

Plan Local d'Urbanisme Intercommunal

# PLUi CAMVS

## MODIFICATION N°1 : PROCEDURE SIMPLIFIEE

Annule et remplace les pièces approuvées le 19 décembre 2019

# Diagnostic foncier




Vu la délibération du 18 mars 2021 approuvant la modification simplifiée du PLUi n°1,

**1.1.10**

**PLUi Communauté d'Agglomération Maubeuge Val de Sambre**
**Diagnostic Foncier**

## Propos introductifs

L'analyse présentée ici couvre la période 2005-2015. Les données sont issues de la Base de données régionale intitulée « OCS2D ».

Cette base de données géographique dénommée « OCS2D » distinguant le couvert du sol (CS) et l'usage du sol (US) pour les années 2005 et 2015, sur le périmètre de l'ex-Région Nord Pas de Calais. Cette base de données diachronique d'occupation du sol en deux dimensions a été réalisée à partir de la photo-interprétation assistée par ordinateur d'orthophotographies des années 2015 et 2005.

La précision de la base de données permet de :

- Déterminer la nature exacte des sols artificialisés (friches, habitat, vocation économique, voiries, carrières...), des sols agricoles (cultures, prairies...) et naturels (boisement, cours d'eau, marais...).
- Constater le rythme d'artificialisation des terres agricoles et naturelles ainsi que la destination de ces nouvelles terres artificialisées et donc d'en déduire les grandes tendances d'évolution de l'occupation du sol.
- Constater, par un croisement de cette analyse avec les dynamiques d'évolution de la population du territoire, les phénomènes d'étalement urbain en cours sur le territoire.

Deux nomenclatures synthétisent l'information 2D. Elles reposent sur des associations couvert-usage :

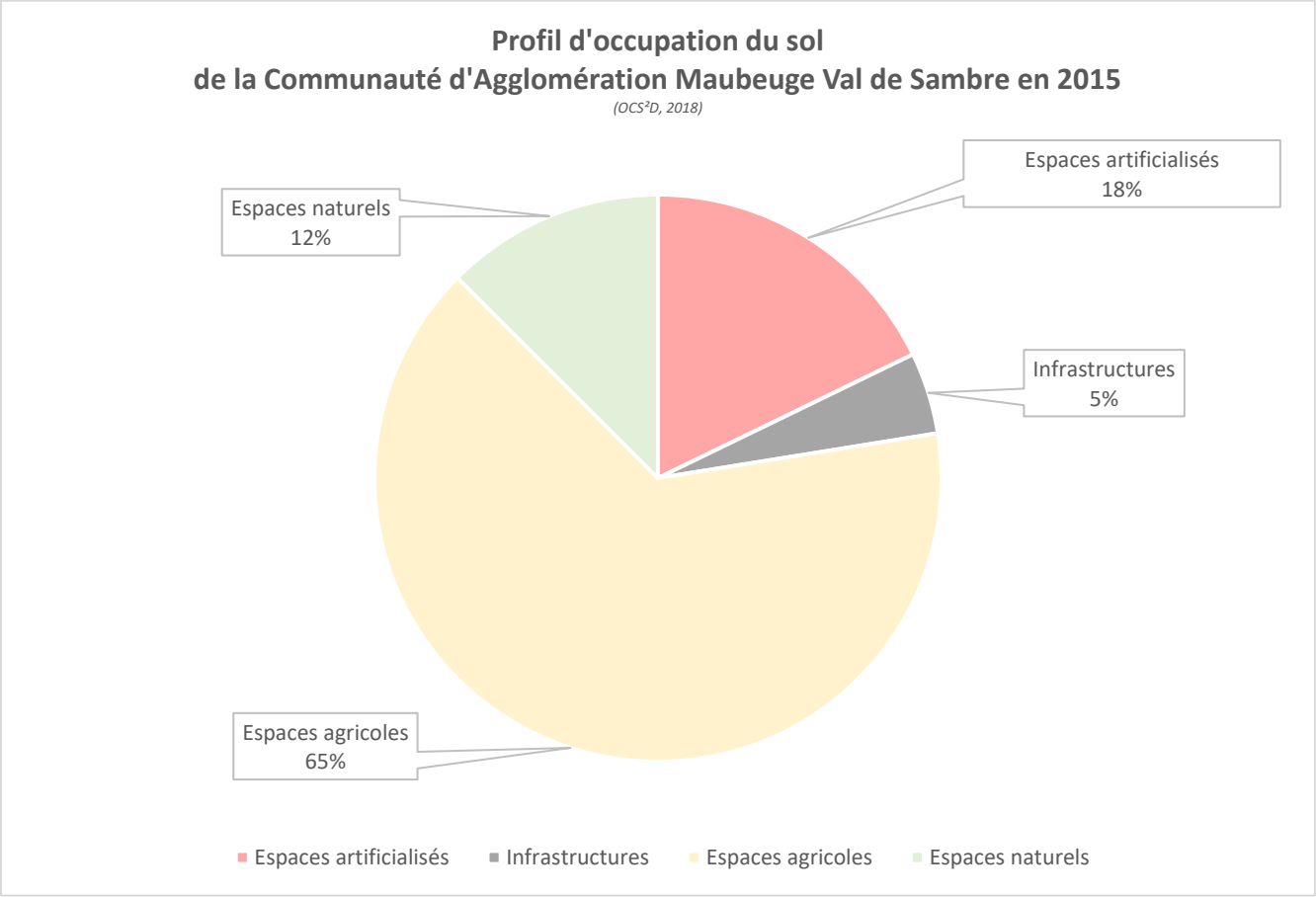
- La nomenclature « 4 postes » repose sur la ventilation des associations CS-US dans trois espaces généralisés : artificialisés (avec la distinction « infrastructures »), agricoles et naturels.
- La nomenclature « 21 postes » a été spécifiquement générée dans le cadre de la création d'atlas, pour produire des cartographies de type « traditionnel » en croisant « Usage du sol » et « Couvert du Sol ».

## Les grands équilibres du territoire

La superficie totale de la Communauté d'Agglomération Maubeuge Val de Sambre est de 34 566 hectares (345 km²).

C'est principalement autour de la vallée de la Sambre que les espaces bâtis occupent la plus large superficie. Celle-ci se révèle être le fil conducteur autour duquel s'est constituée l'urbanisation lors de la période industrielle, étirée sur trois grands secteurs bâtis (Aulnoye-Aymeries, Maubeuge-Hautmont-Louvroil et Jeumont). En 2015, l'ensemble des espaces artificialisés (espaces artificialisés + infrastructures) représentent 22,5% du territoire, soit 7

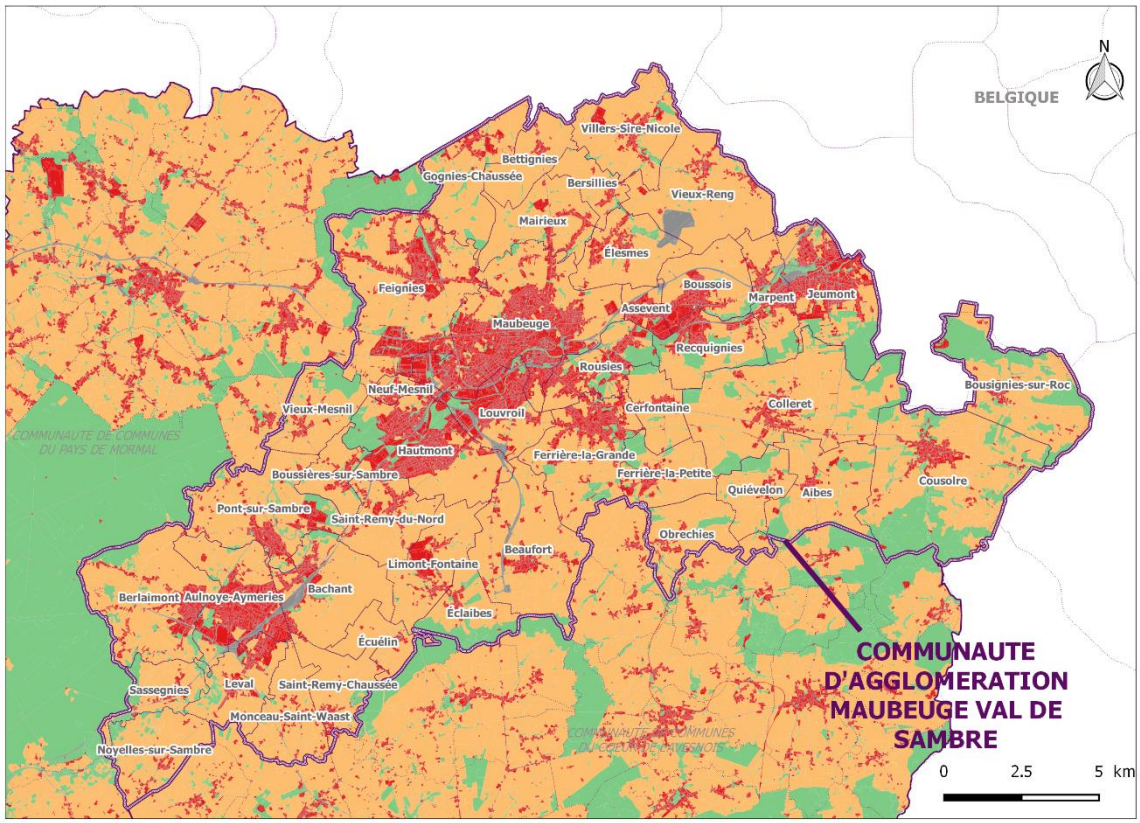
767 ha, contre 19% à l'échelle de l'ex-Région Nord Pas de Calais et 13,2% à l'échelle du périmètre du SCoT Sambre-Avesnois.




Au-delà de la vallée industrielle, d'autres modes d'occupation s'insèrent dans des paysages au caractère principalement agricole. En 2015, les espaces agricoles représentent 65% du territoire, soit 22 476 ha.

Enfin, les frontières de l'agglomération présentent une succession de boisements. Les boisements sont principalement situés sur les parties du territoire où le relief est le plus élevé, à l'exception de la partie Nord s'étendant sur les hauts plateaux hennuyers. Avec les espaces en eau, ces espaces boisés représentent 12,2% du territoire intercommunal, soit 4 217 hectares.

En définitive, à l'échelle du périmètre du Schéma de Cohérence Territoriale de Sambre-Avesnois, la CAMVS apparaît comme un territoire particulièrement marqué par son urbanisation, résultante de son histoire industrielle, et dialoguant le plus souvent avec les espaces en eau. Les boisements y sont moins présents qu'ailleurs sur le territoire. Les espaces agricoles sont davantage marqués par les cultures que les prairies traditionnelles.




## Occupation du sol en 2015

***Nomenclature 4 postes (combinaison usage et couvert)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

| Etat des lieux du couvert du sol au niveau 1 en 2015 | Communauté d'Agglomération Maubeuge Val de Sambre | | SCoT Sambre Avesnois | NPDC | CCPM | 3CA | CCSA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Surface en ha | % | % | % | % | % | % |
| CS1 Surfaces revêtues ou stabilisées | 3 813 | 11,03% | 6,73% | 9,54% | 5,40% | 4,94% | 6,09% |
| CS2 Sols nus | 4 | 0,01% | 0,00% | 0,08% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| CS3 Surfaces en eau | 282 | 0,82% | 0,73% | 0,92% | 0,48% | 0,52% | 1,69% |
| CS4 Formations arborescentes | 4 136 | 11,96% | 21,69% | 11,11% | 25,96% | 15,97% | 42,65% |
| CS5 Formations arbustives et sous-arbrisseaux | 217 | 0,63% | 0,60% | 1,14% | 0,53% | 0,31% | 1,41% |
| CS6 Formations herbacées ou basses | 26 115 | 75,55% | 70,25% | 77,20% | 67,63% | 78,26% | 48,16% |

Les surfaces revêtues ou stabilisées représentent donc, sur l'agglomération, 11% du territoire intercommunal contre 6,73% à l'échelle de l'arrondissement d'Avesnes-sur-Helpe. « Formations herbacées ou basses » est le couvert le plus représenté sur le territoire de l'agglomération.

| Etat des lieux de l'usage du sol au niveau 1 en 2015 | Communauté d'Agglomération Maubeuge Val de Sambre | | SCoT Sambre Avesnois | NPDC | CCPM | 3CA | CCSA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Surface en ha | % | % | % | % | % | % |
| US1 Production primaire | 26 433 | 76,47% | 86,48% | 79,63% | 89,18% | 91,75% | 86,42% |
| US2 Activités économiques secondaires et tertiaires | 871 | 2,52% | 0,98% | 2,00% | 0,47% | 0,33% | 0,83% |
| US3 Services et usages collectifs | 865 | 2,50% | 1,33% | 2,18% | 1,00% | 0,72% | 1,35% |
| US4 Réseaux de transports, logistiques et infrastructures | 1 717 | 4,97% | 2,92% | 4,40% | 2,43% | 1,97% | 2,50% |
| US5 Habitat | 3 648 | 10,55% | 6,24% | 8,53% | 5,46% | 3,91% | 5,40% |
| US6 Usages temporaires | 203 | 0,59% | 0,23% | 0,58% | 0,13% | 0,07% | 0,17% |
| US7 Usages indéterminés | 829 | 2,40% | 1,82% | 3% | 1,33% | 1,25% | 3,33% |

L'usage du sol est essentiellement tourné par la production primaire à l'échelle de l'agglomération, mais de façon moins importante que les autres EPCI de l'arrondissement d'Avesnes-sur-Helpe.

L'agglomération présente plus d'espaces dont l'usage est réservé aux réseaux de transports, logistiques et infrastructures et à l'habitat que les autres intercommunalités du SCoT Sambre-Avesnois.

En 2015, 3648 hectares ont un usage d'habitat sur la Communauté d'Agglomération. Il s'agit pour plus de 90% d'habitat situé à l'intérieur du tissu urbain, contre moins de 5% d'habitat isolé (défini comme un habitat individuel ou petit ensemble d'habitat individuel (6 maisons maximum) isolé de plus de 80 mètres du tissu urbain existant et séparé par des zones naturelles et/ou agricoles). A l'échelle de l'arrondissement d'Avesnes-sur-Helpe, le bâti isolé représente 11,8% de l'habitat total. L'agglomération Maubeuge Val de Sambre est l'intercommunalité qui présente le taux d'habitat en tissu urbain le plus élevé de l'arrondissement.

Au sein de l'habitat situé à l'intérieur du tissu urbain :

- 0,3% de l'habitat est fortement compact, c'est-à-dire avec une forte proportion d'espaces bâtis (supérieure à 80%).
- 23,5% de l'habitat est moyennement compact, c'est-à-dire avec une proportion, d'espace bâtis comprise entre 30 et 80%.
- 68,1% de l'habitat est faiblement compact, c'est-à-dire avec une surface d'espaces bâtis inférieure à 30%.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

### Aibes

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

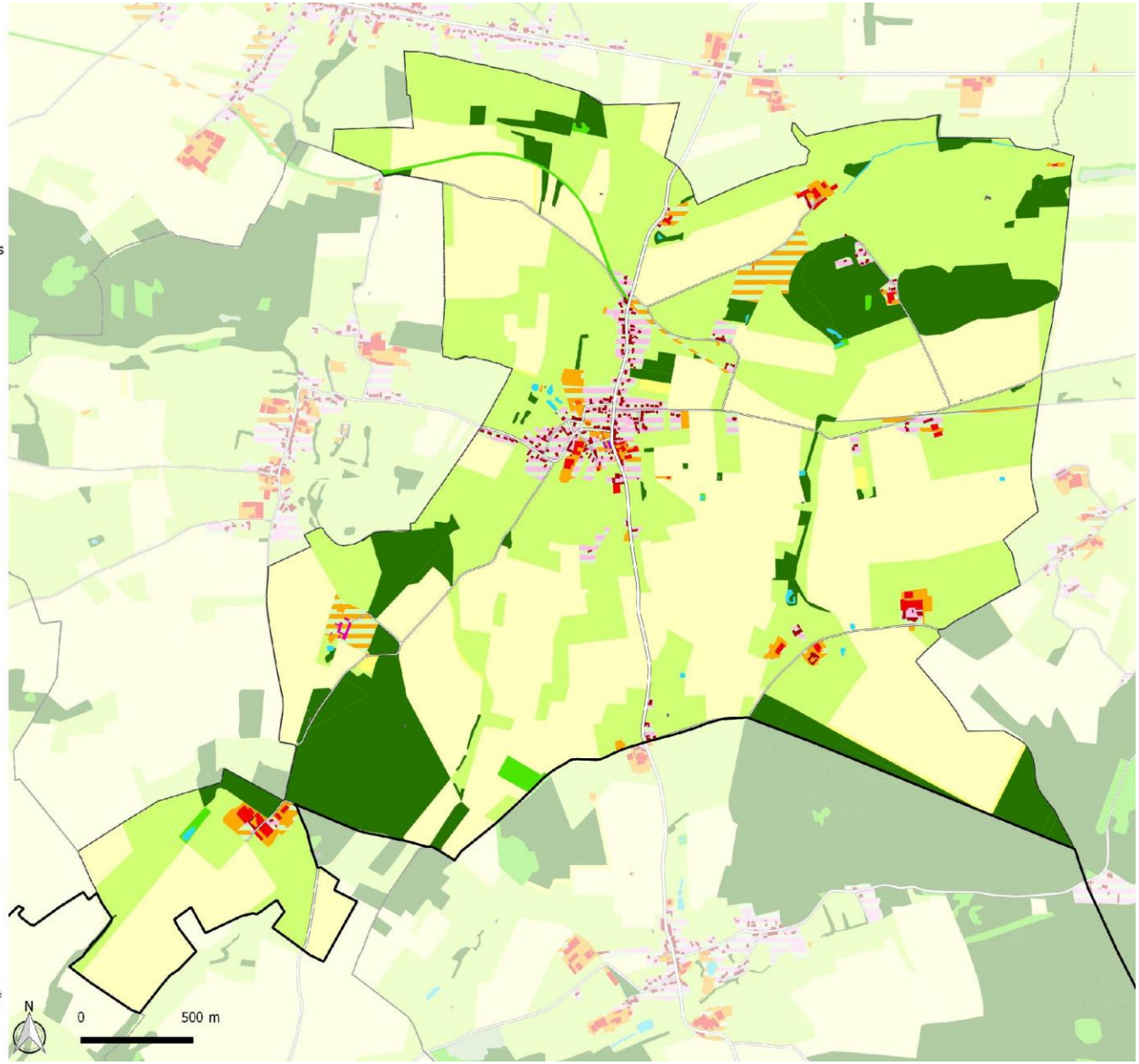
***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.



## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

### Aulnoye-Aymeries

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

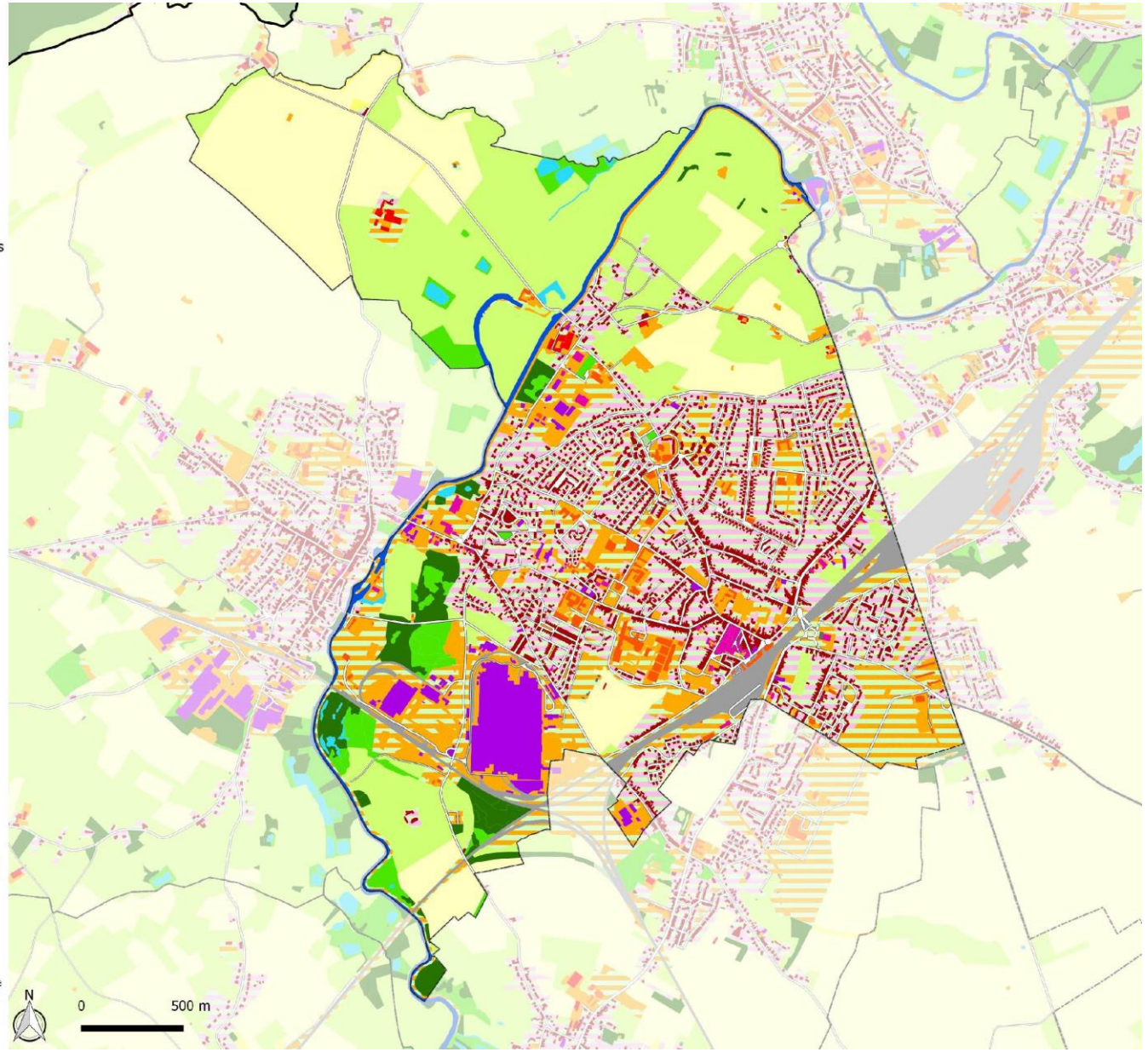
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Assevent

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

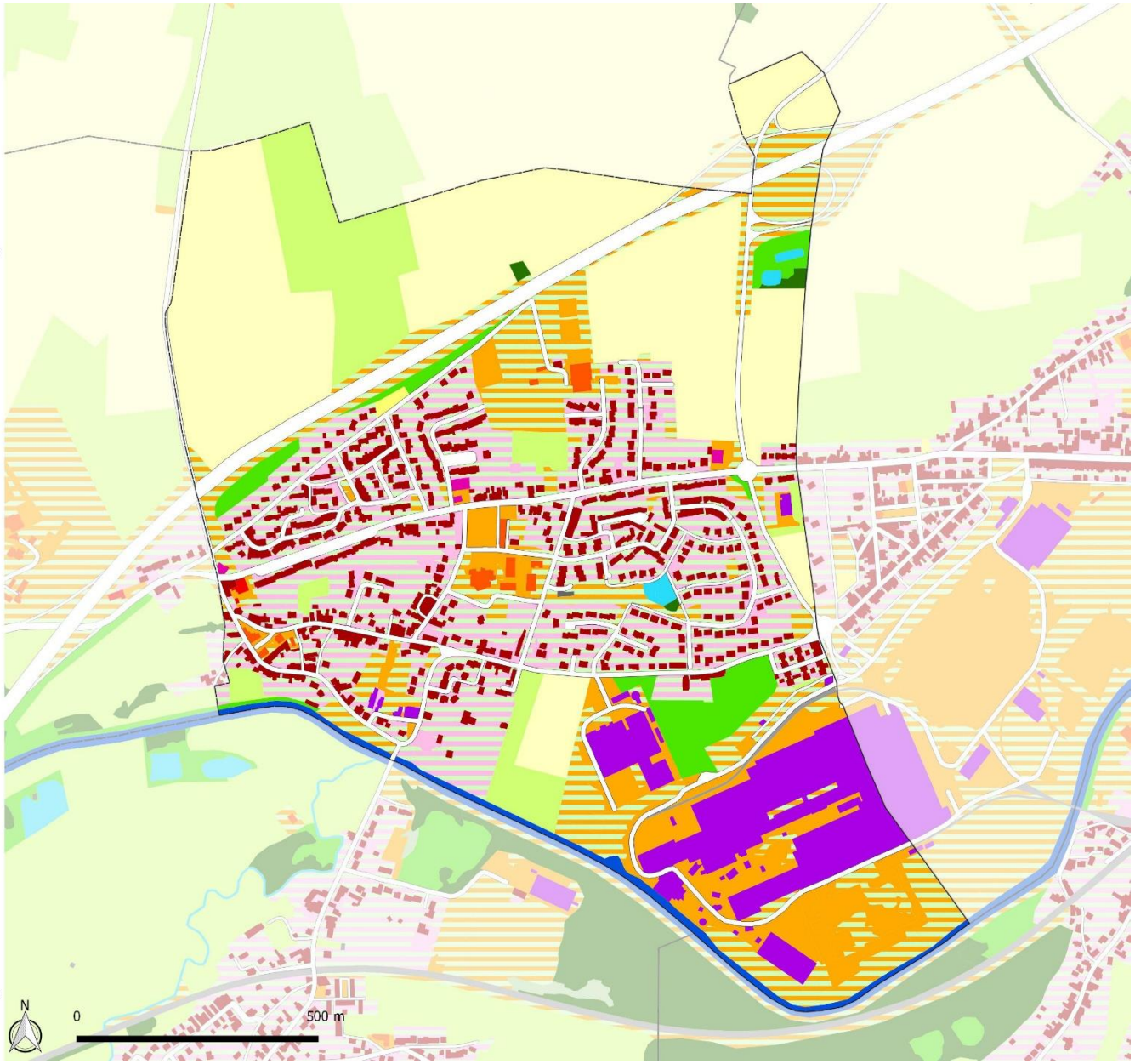
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Bachant

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

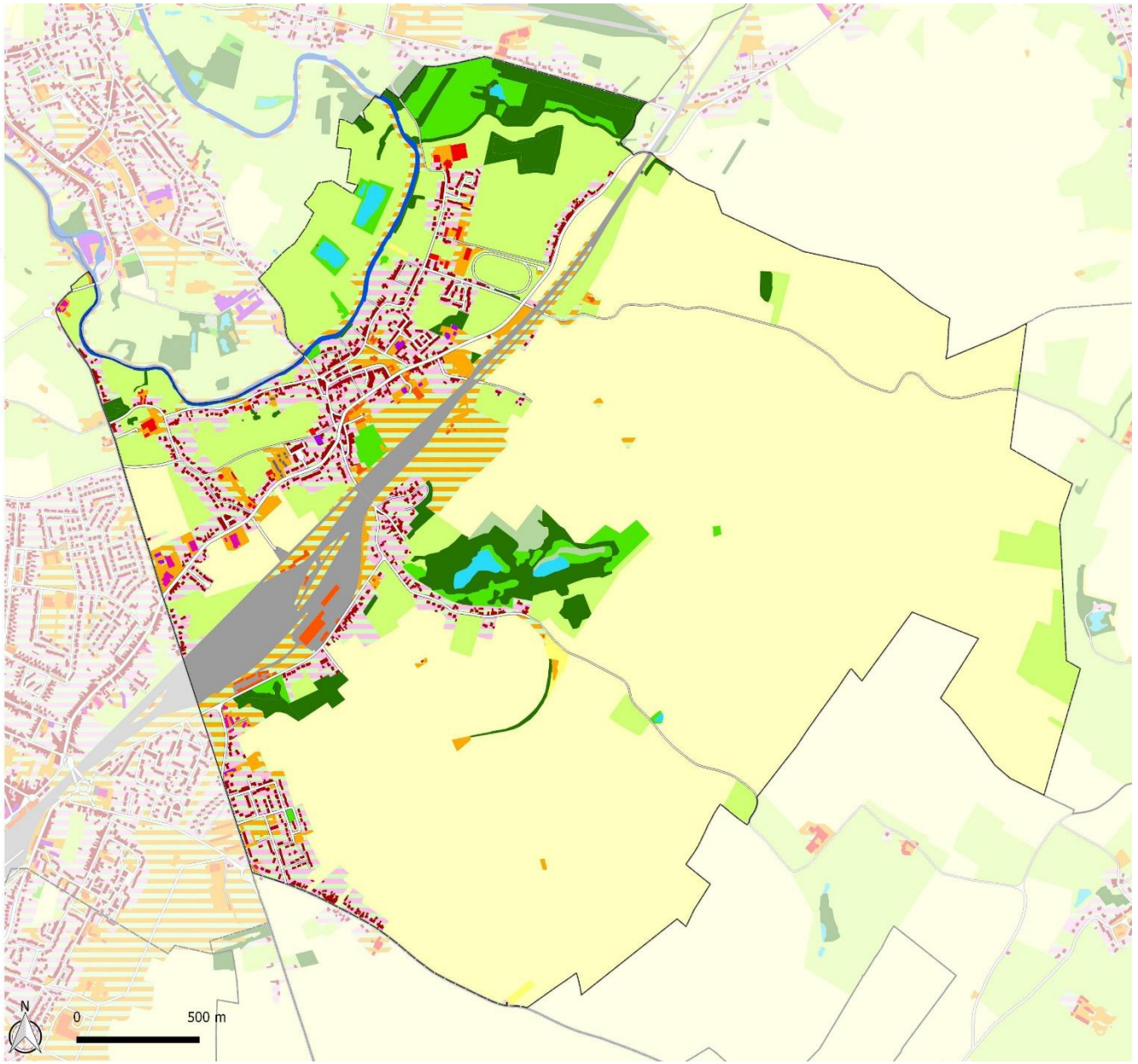
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Beaufort

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

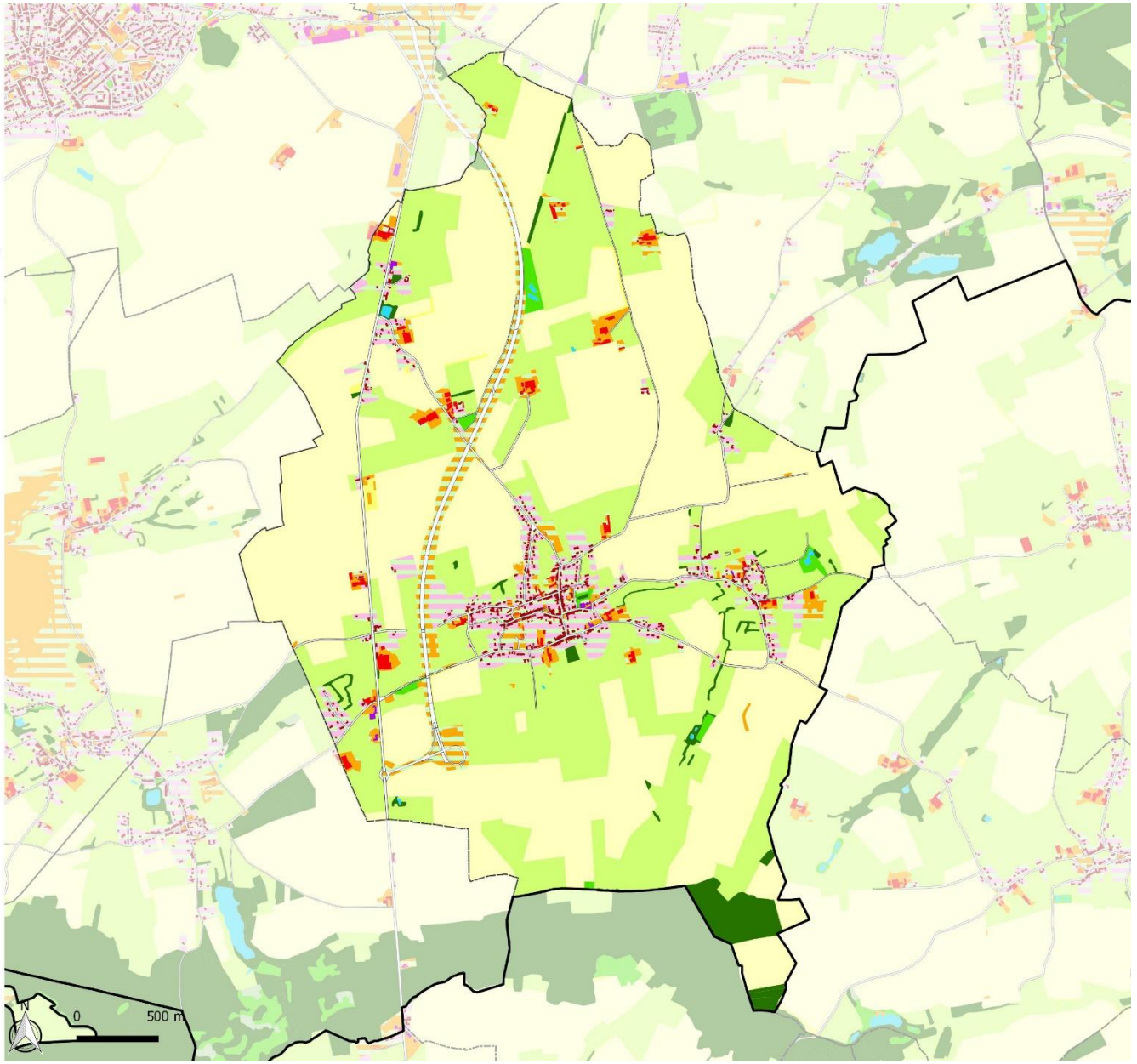
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Berlaimont

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

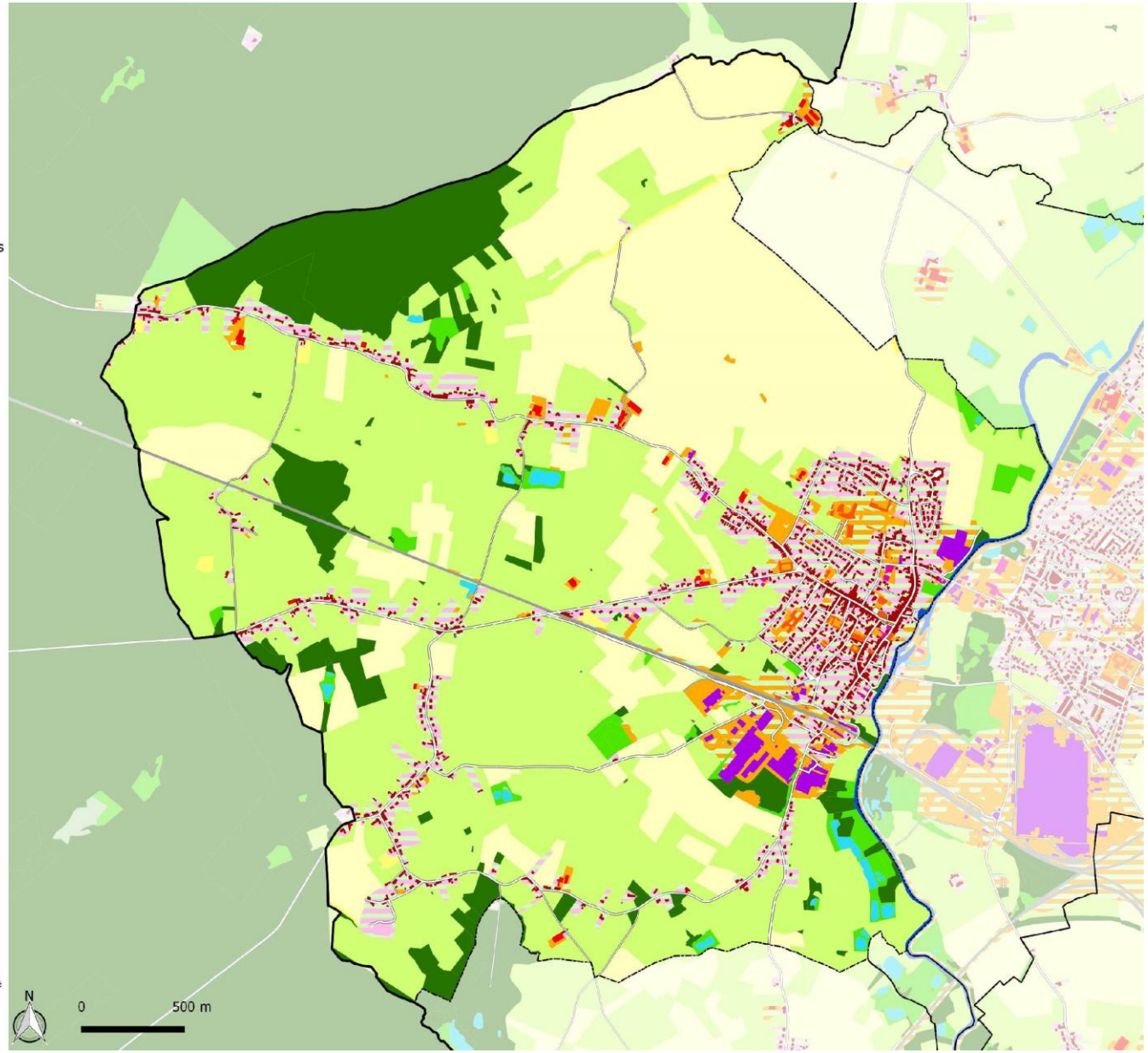
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Bersillies

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

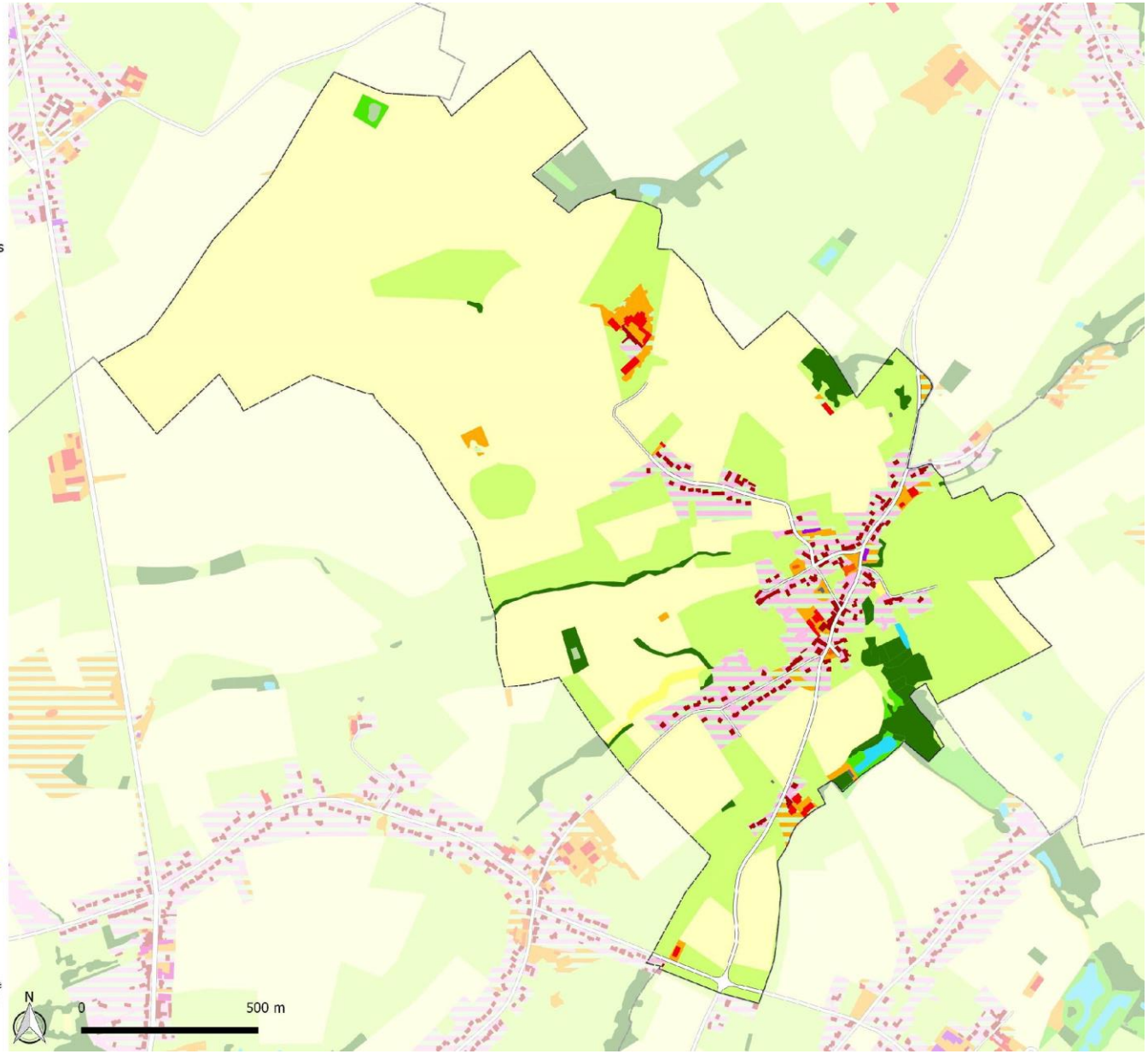
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Bettignies

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

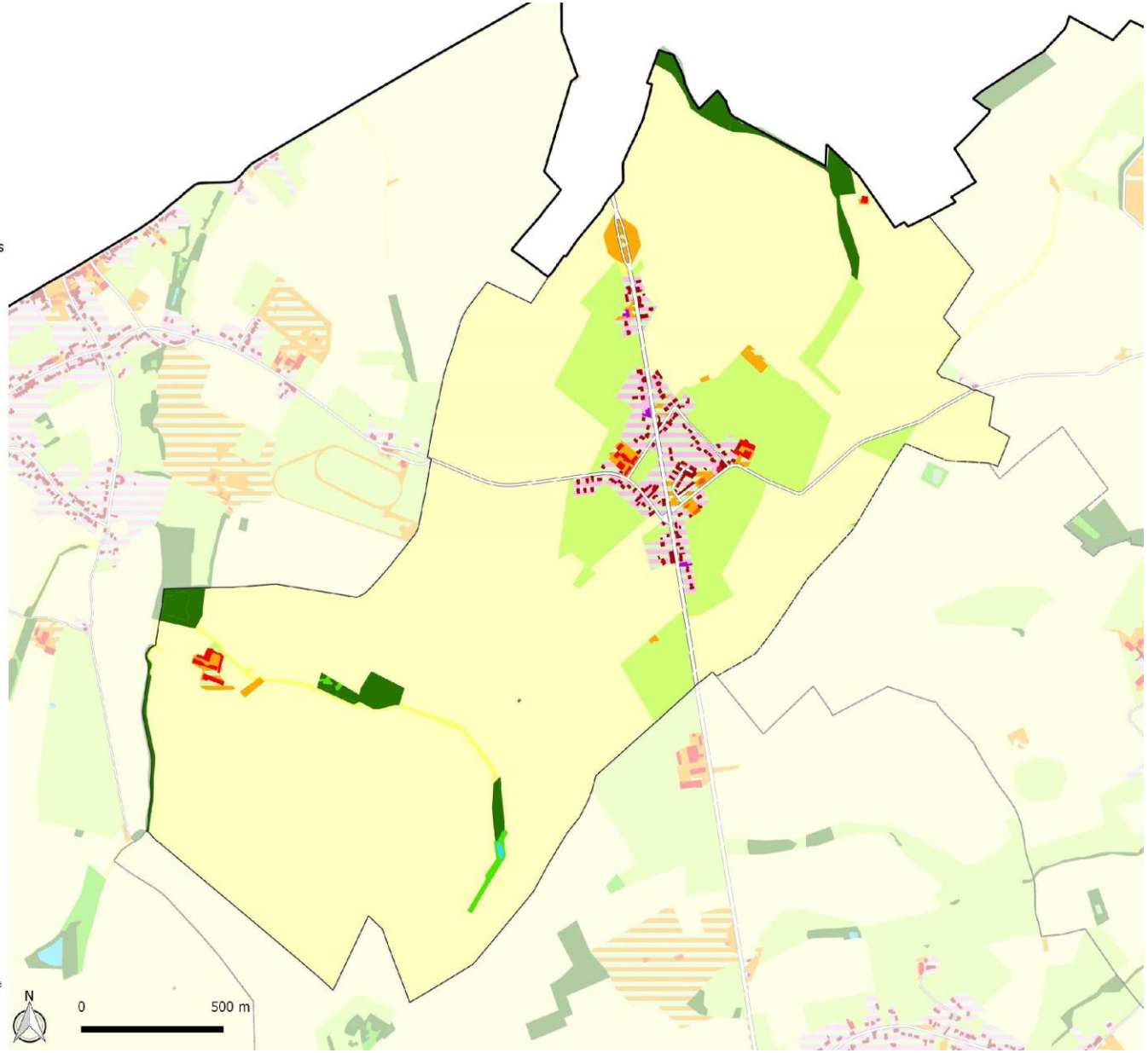
***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.



## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

### Bousignies-sur-Roc

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

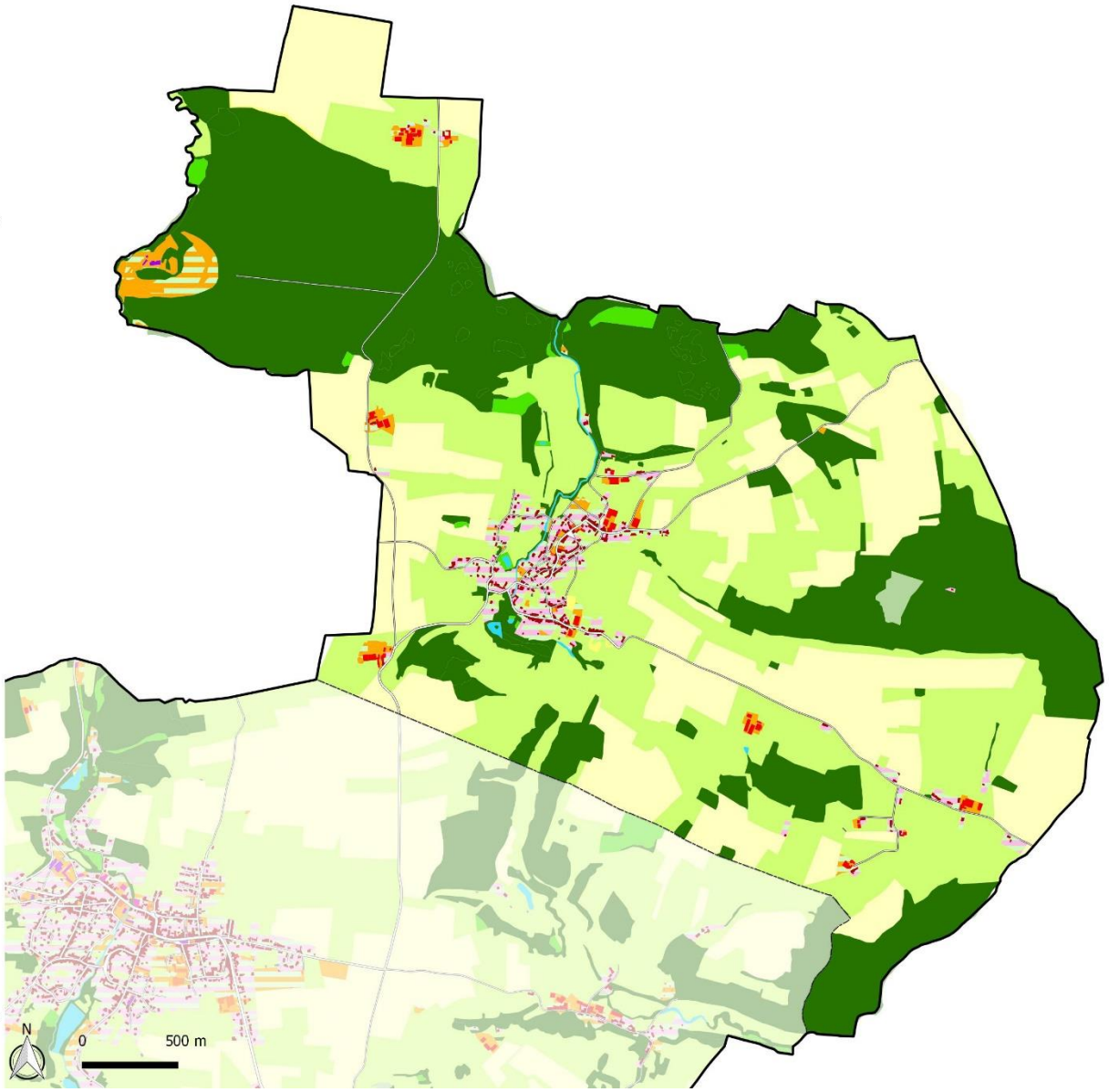
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Boussières-sur-Sambre

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

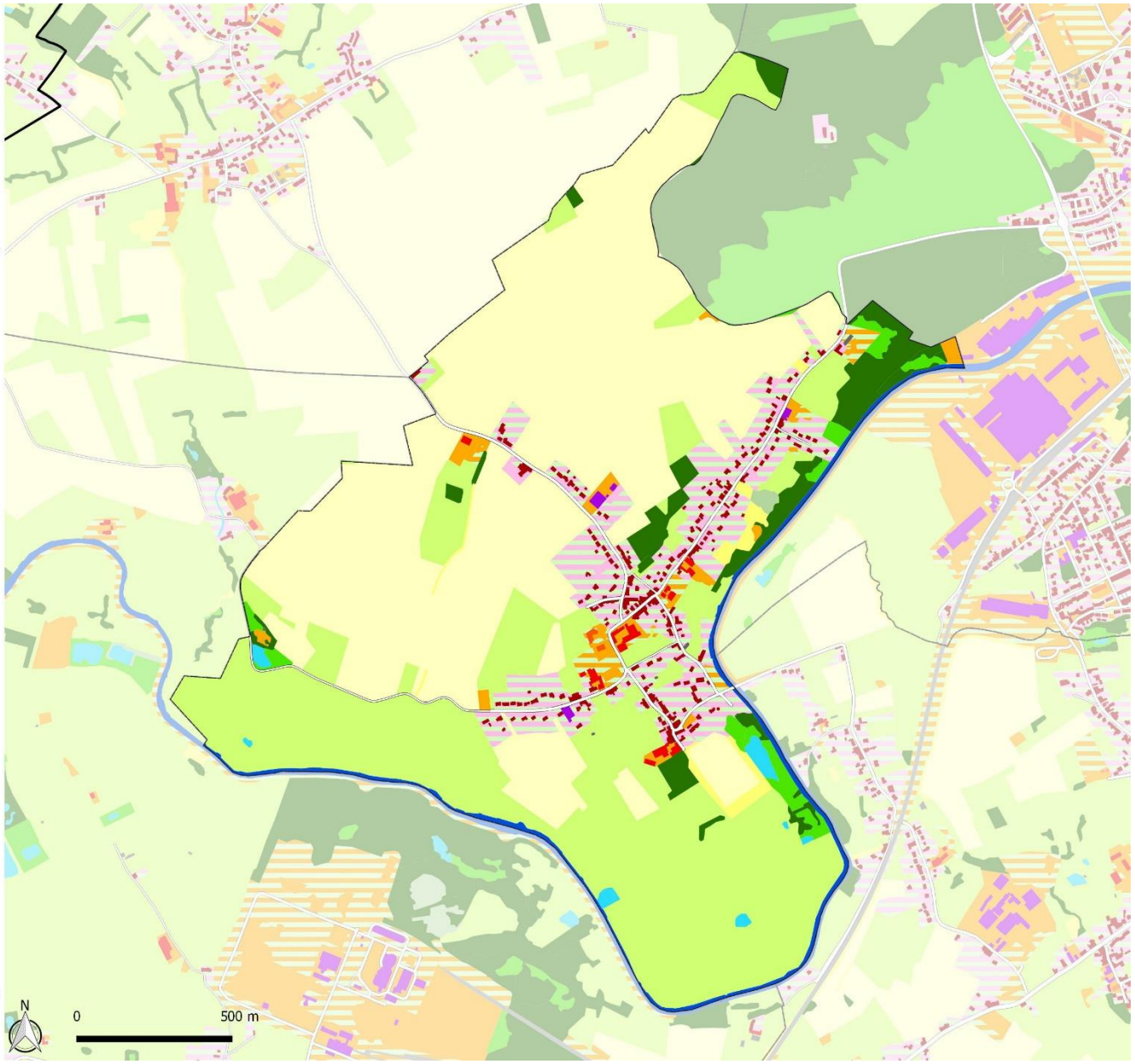
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

### Boussois

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

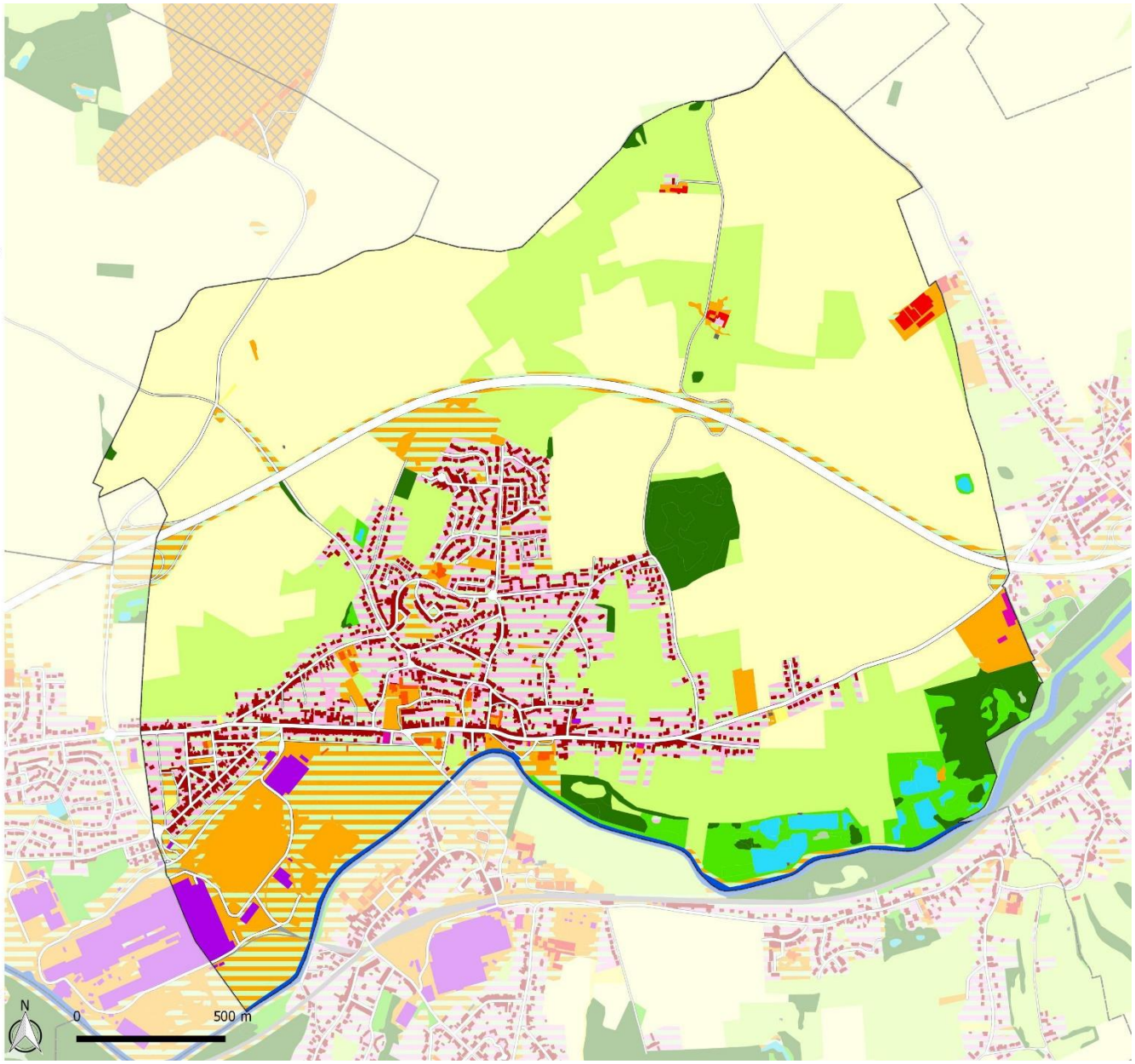
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Cerfontaine

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

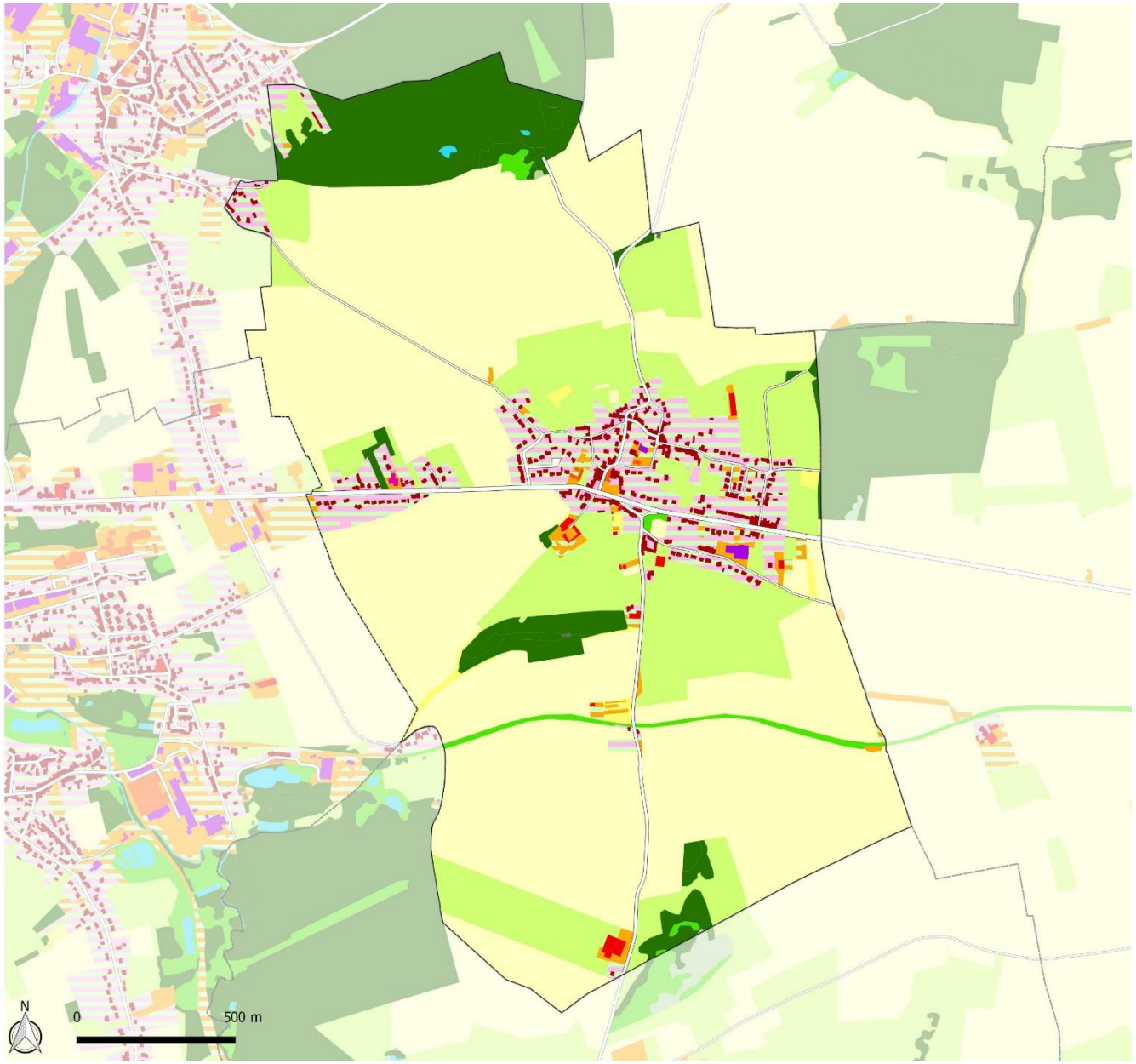
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

### Colleret

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

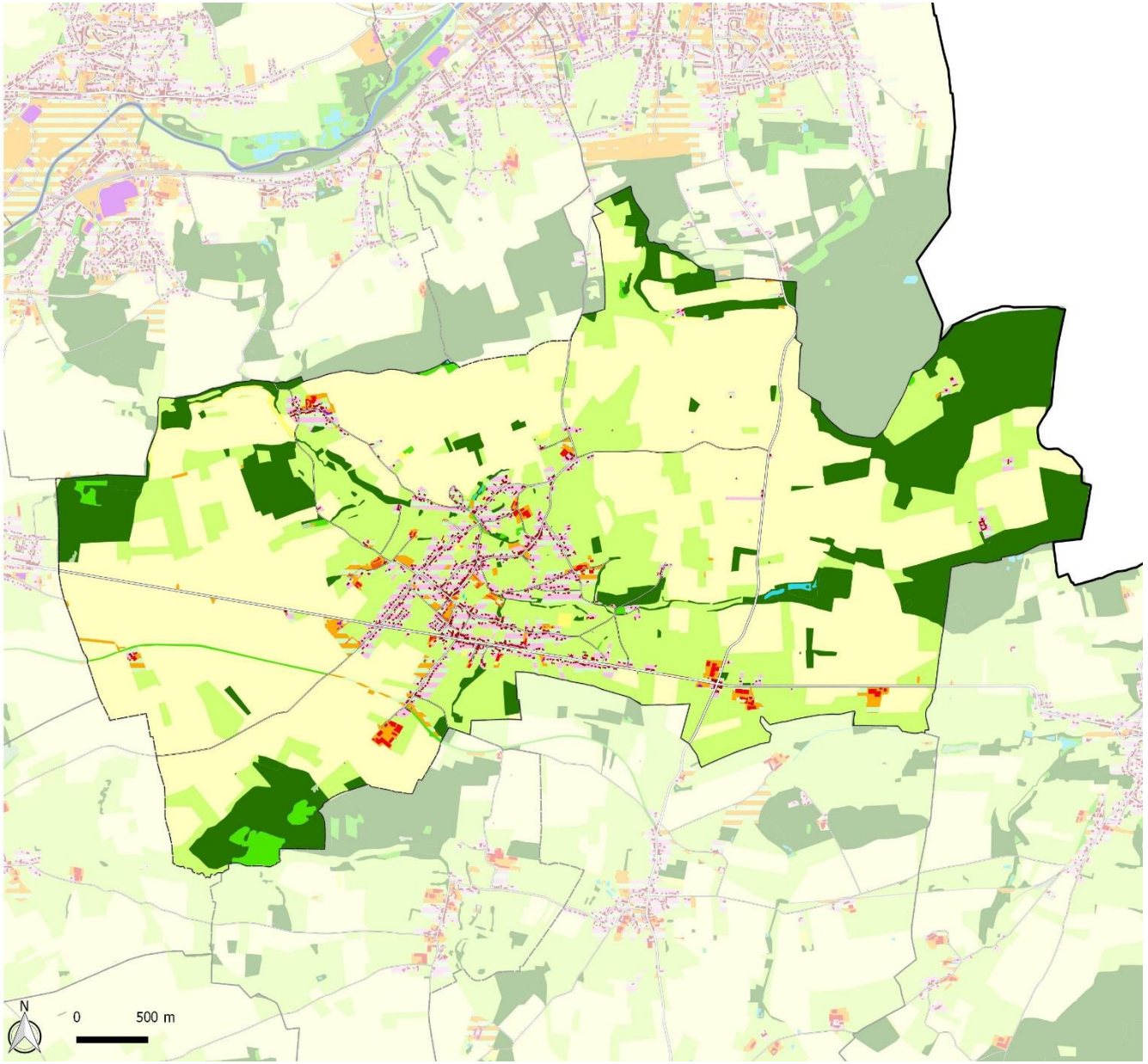
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Cousolre

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

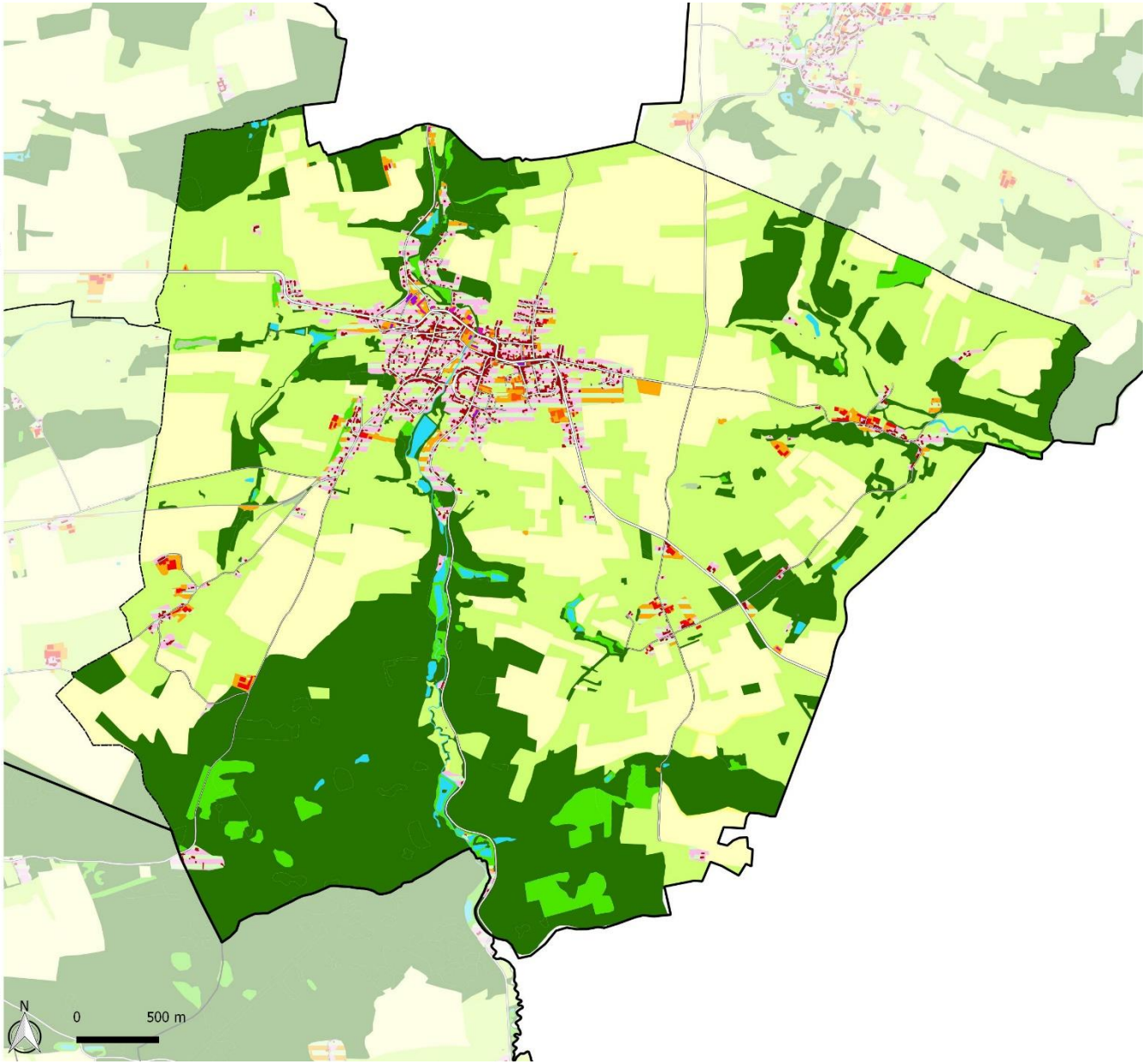
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Éclaibes

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

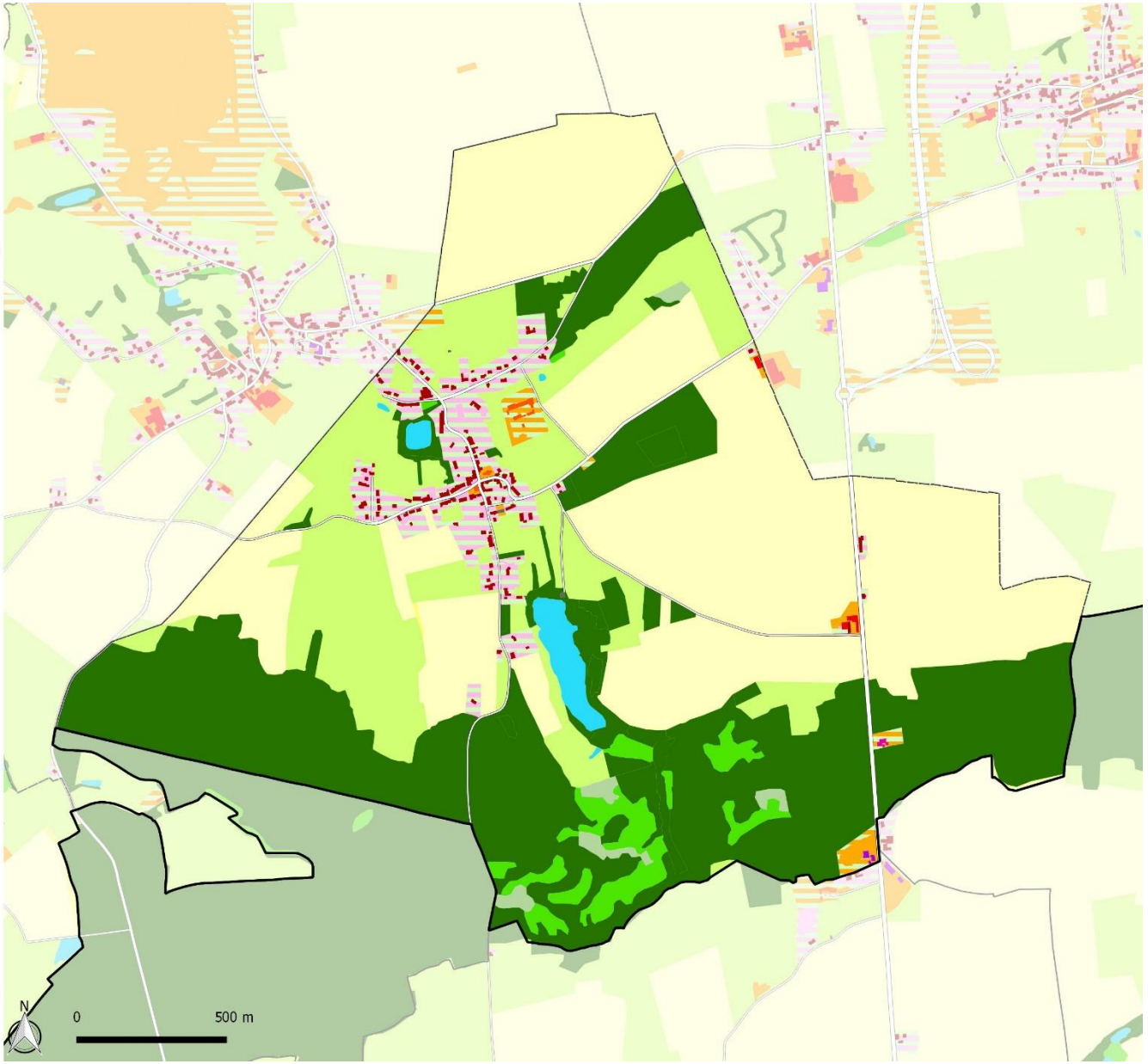
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Écuélin

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

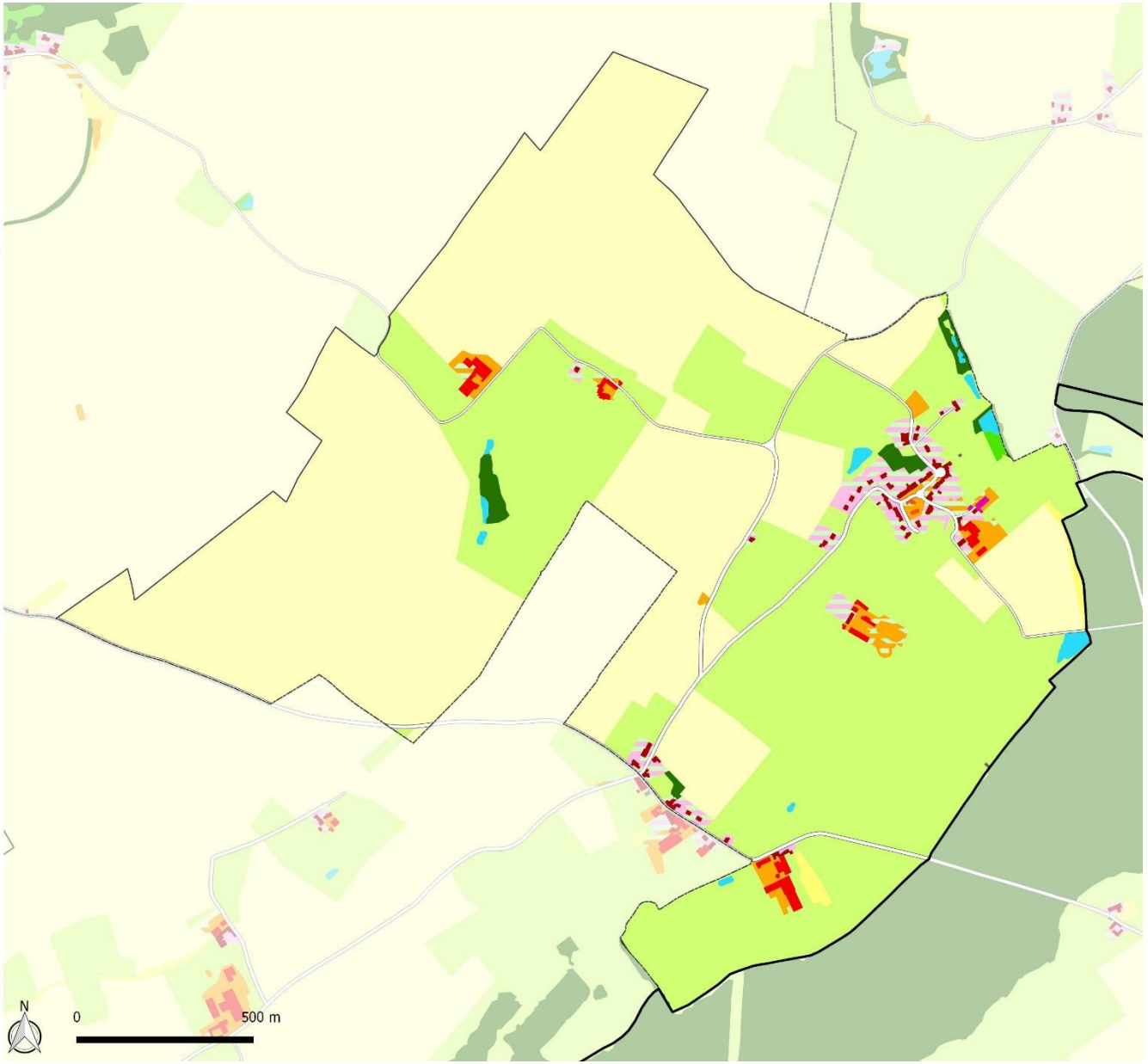
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Élesmes

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

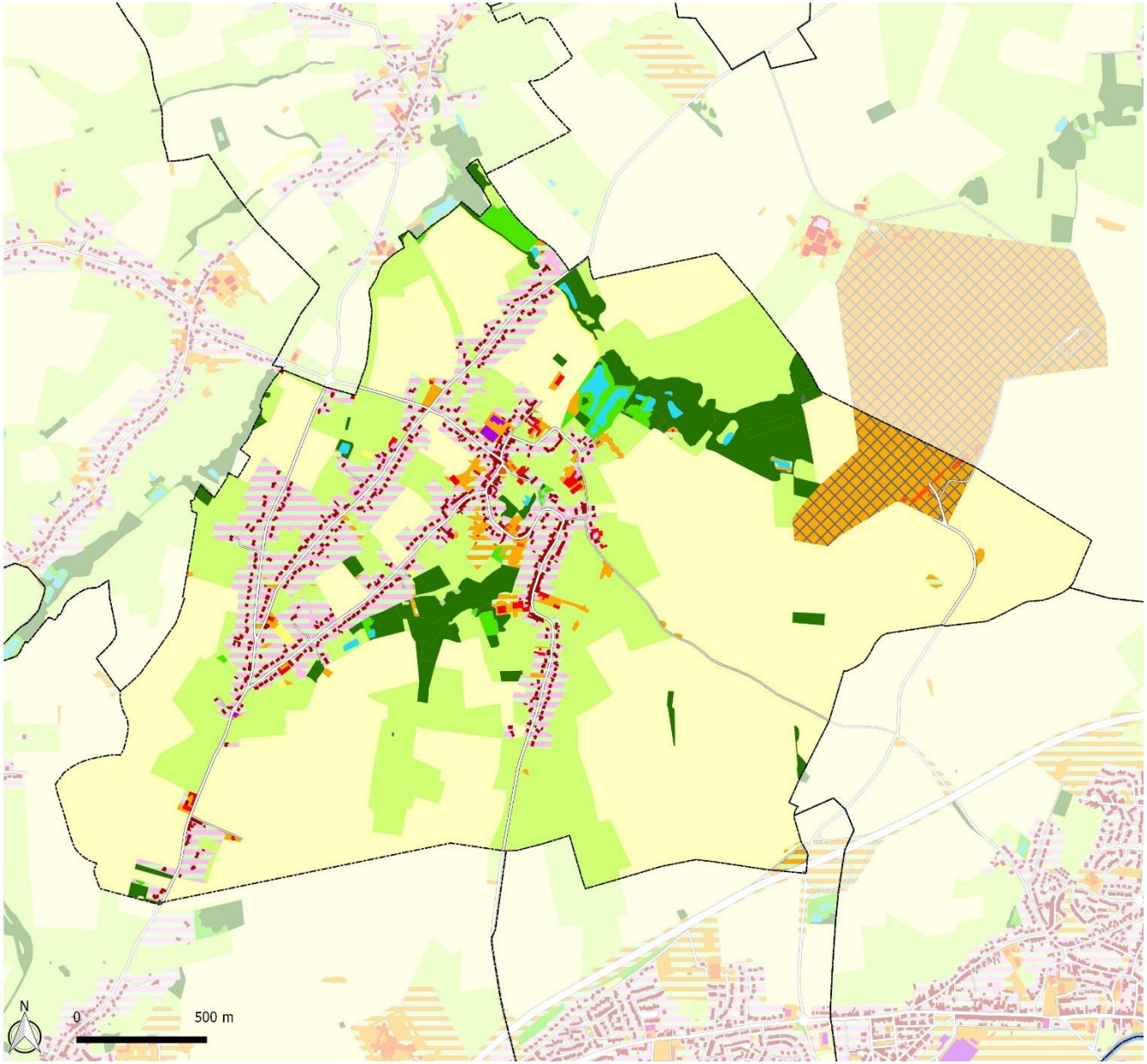
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Feignies

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

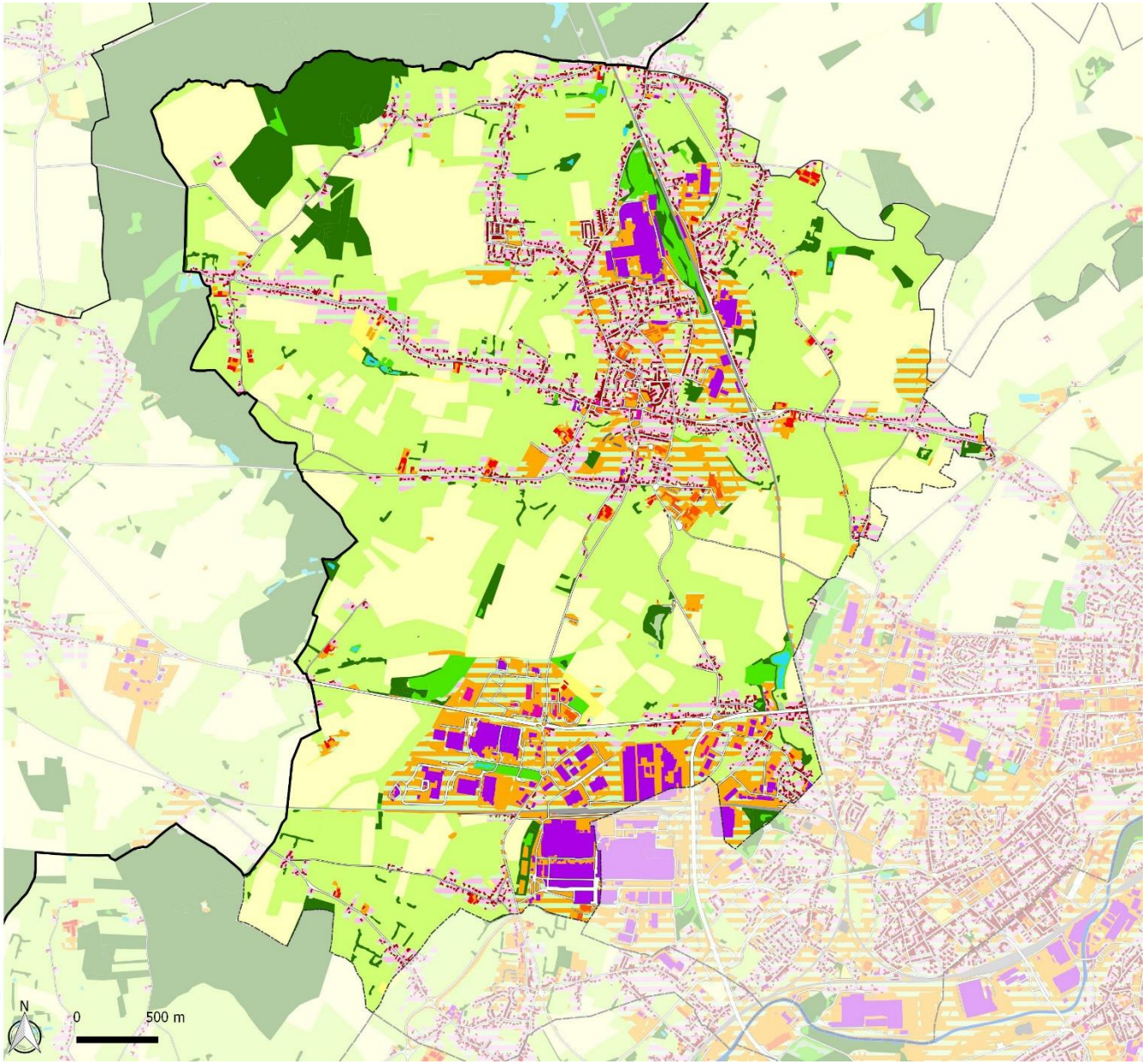
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Ferrière-la-Grande

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

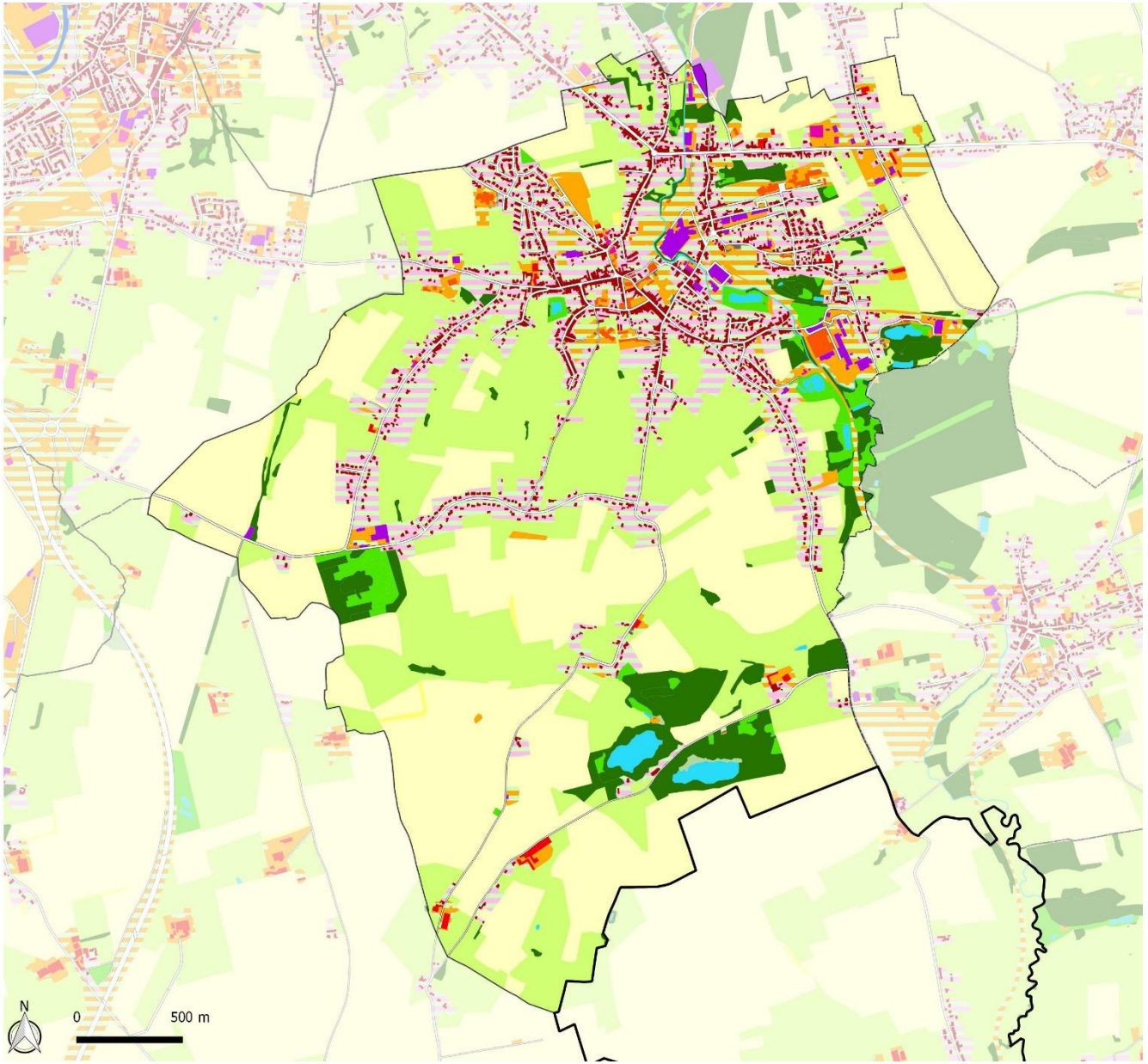
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

### Ferrière-la-Petite

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

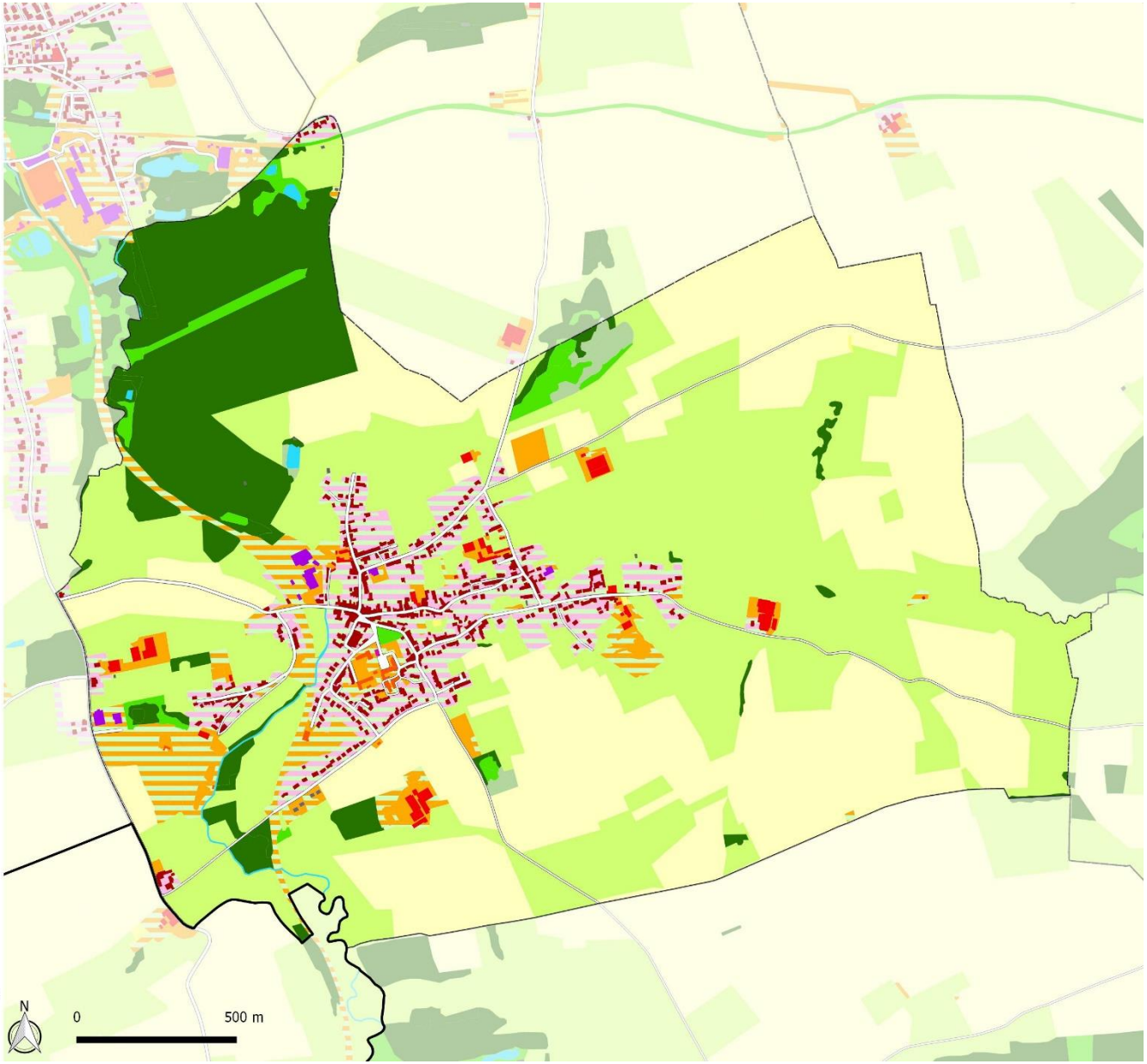
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Gognies-Chaussée

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

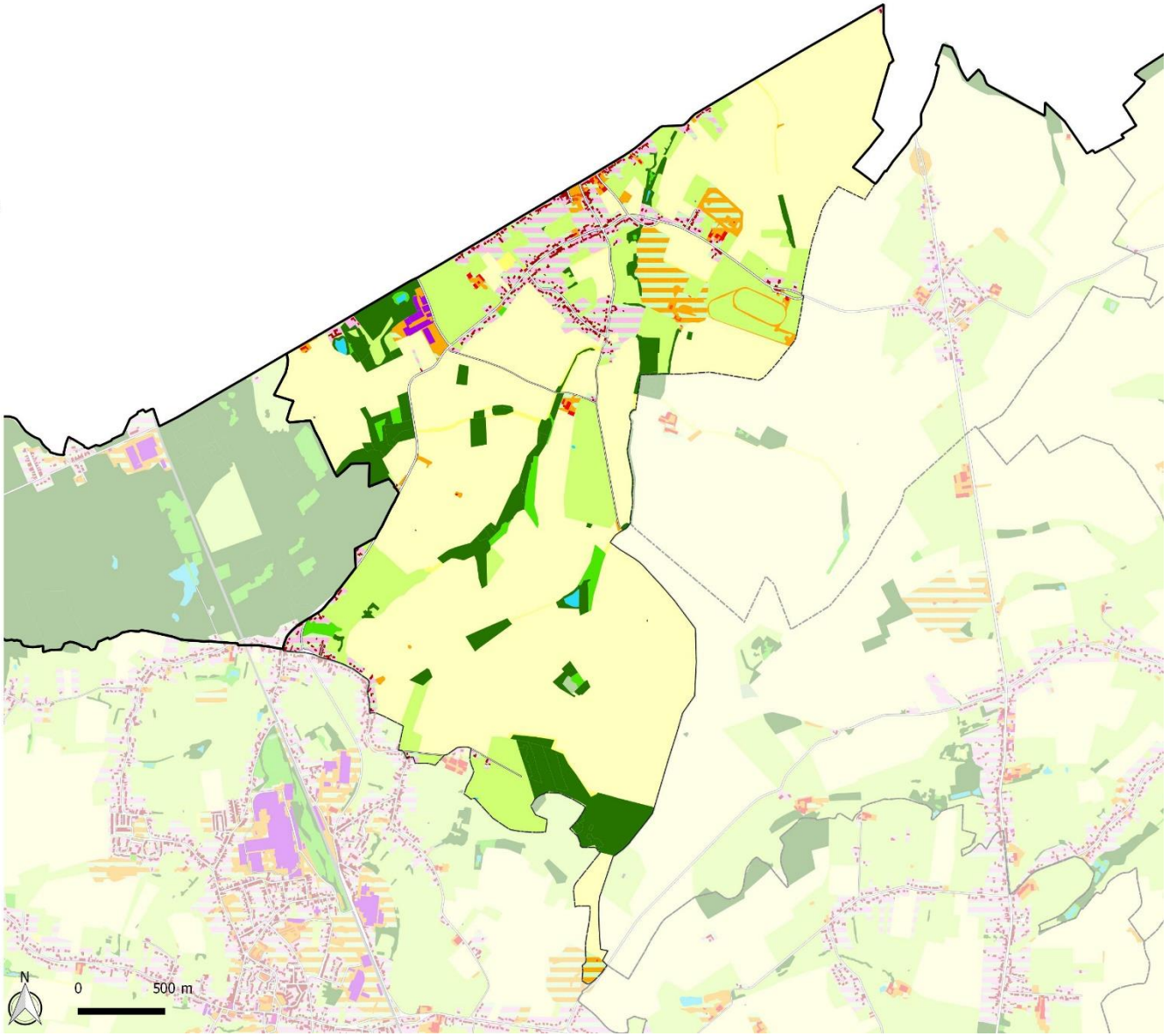
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Hautmont

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

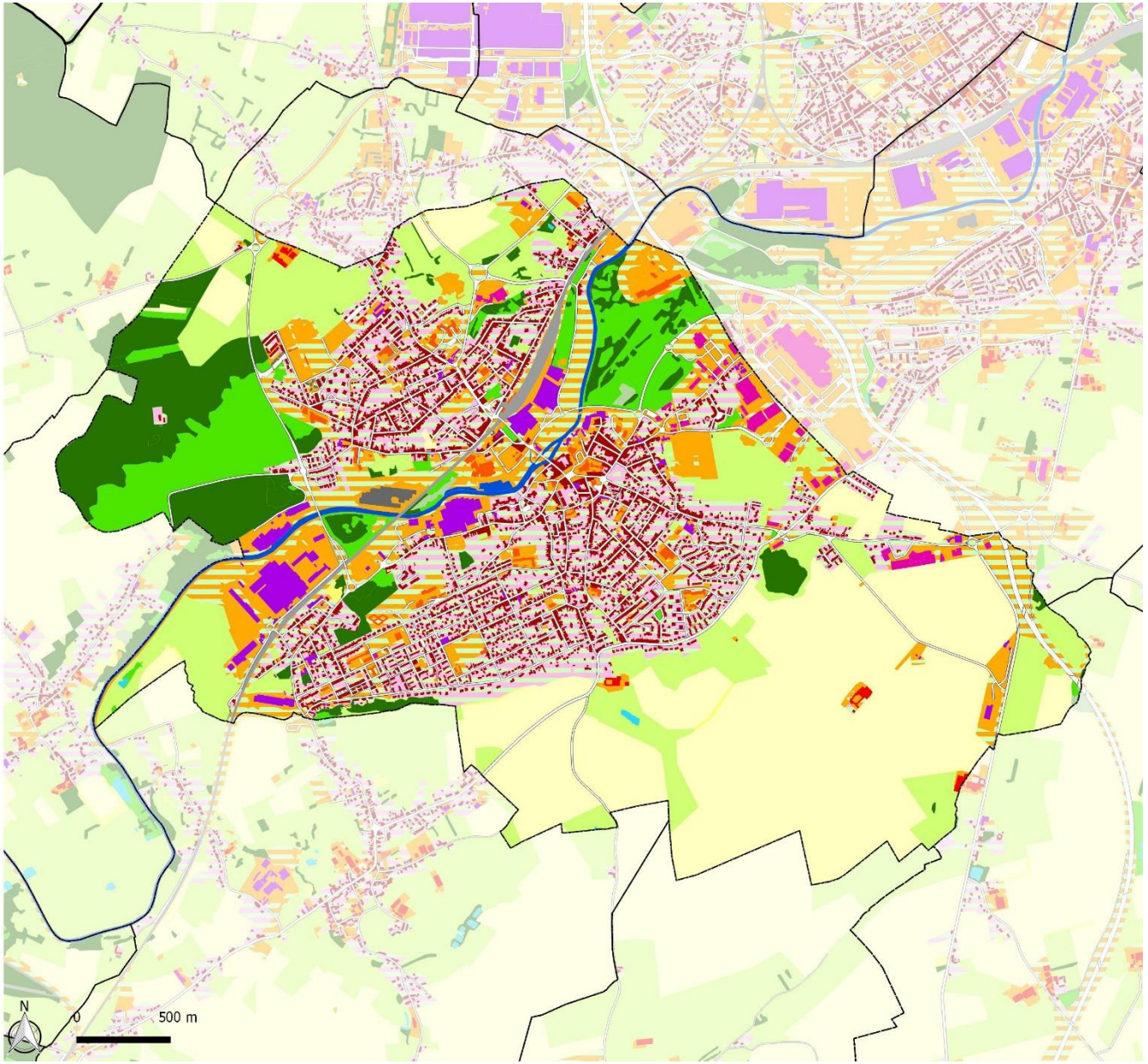
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

### Jeumont

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

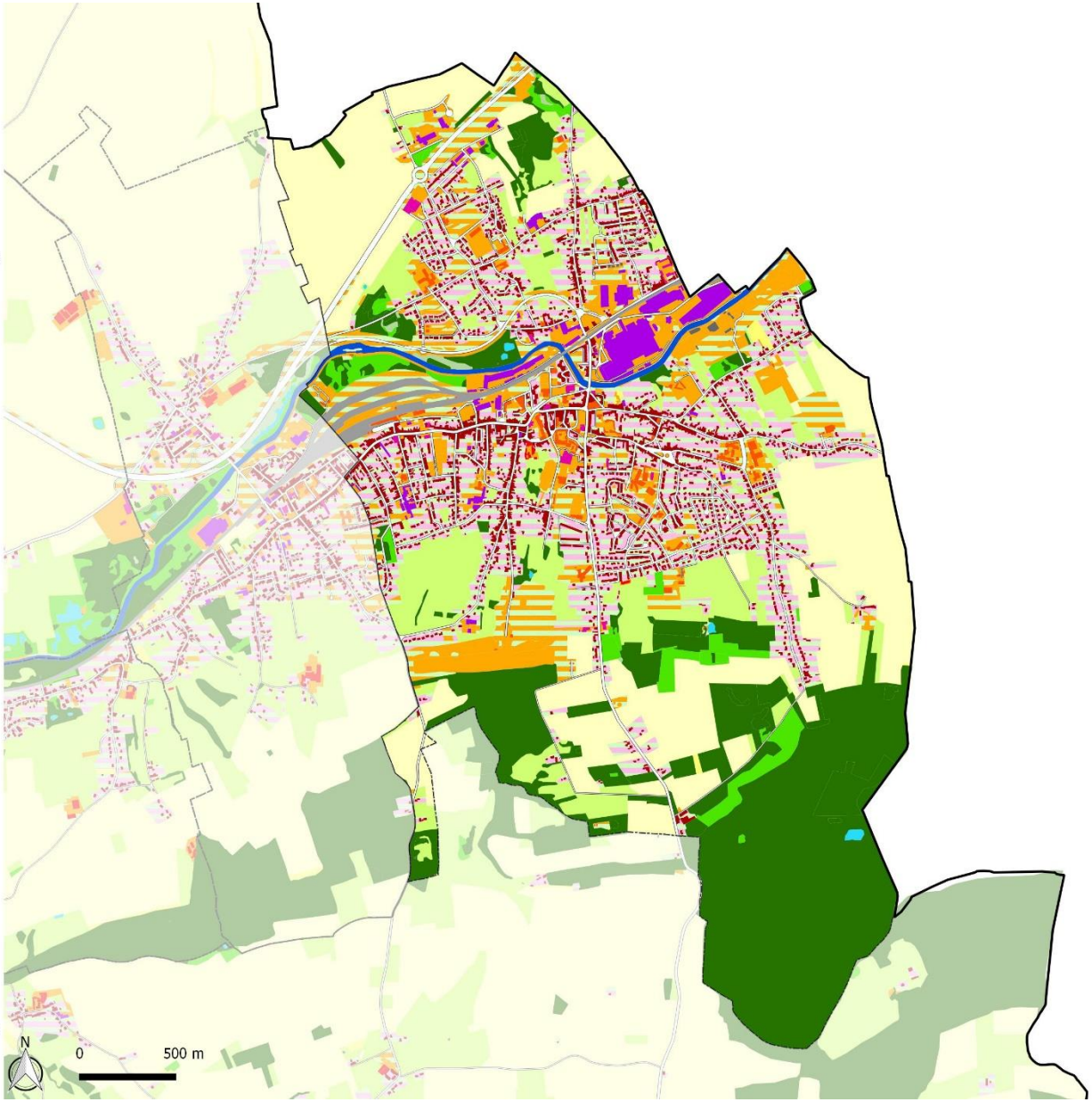
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

### Leval

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

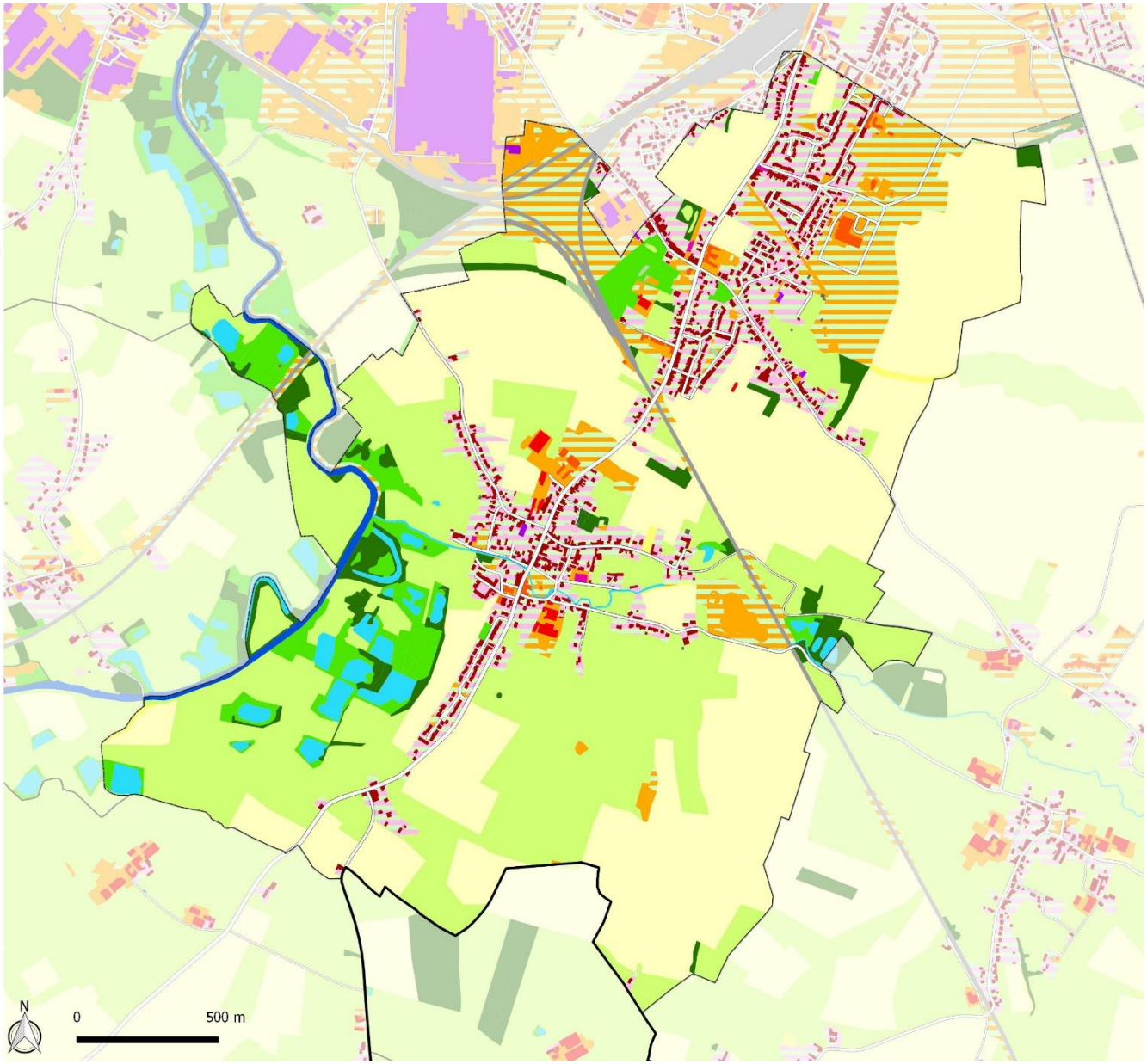
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Limont-Fontaine

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

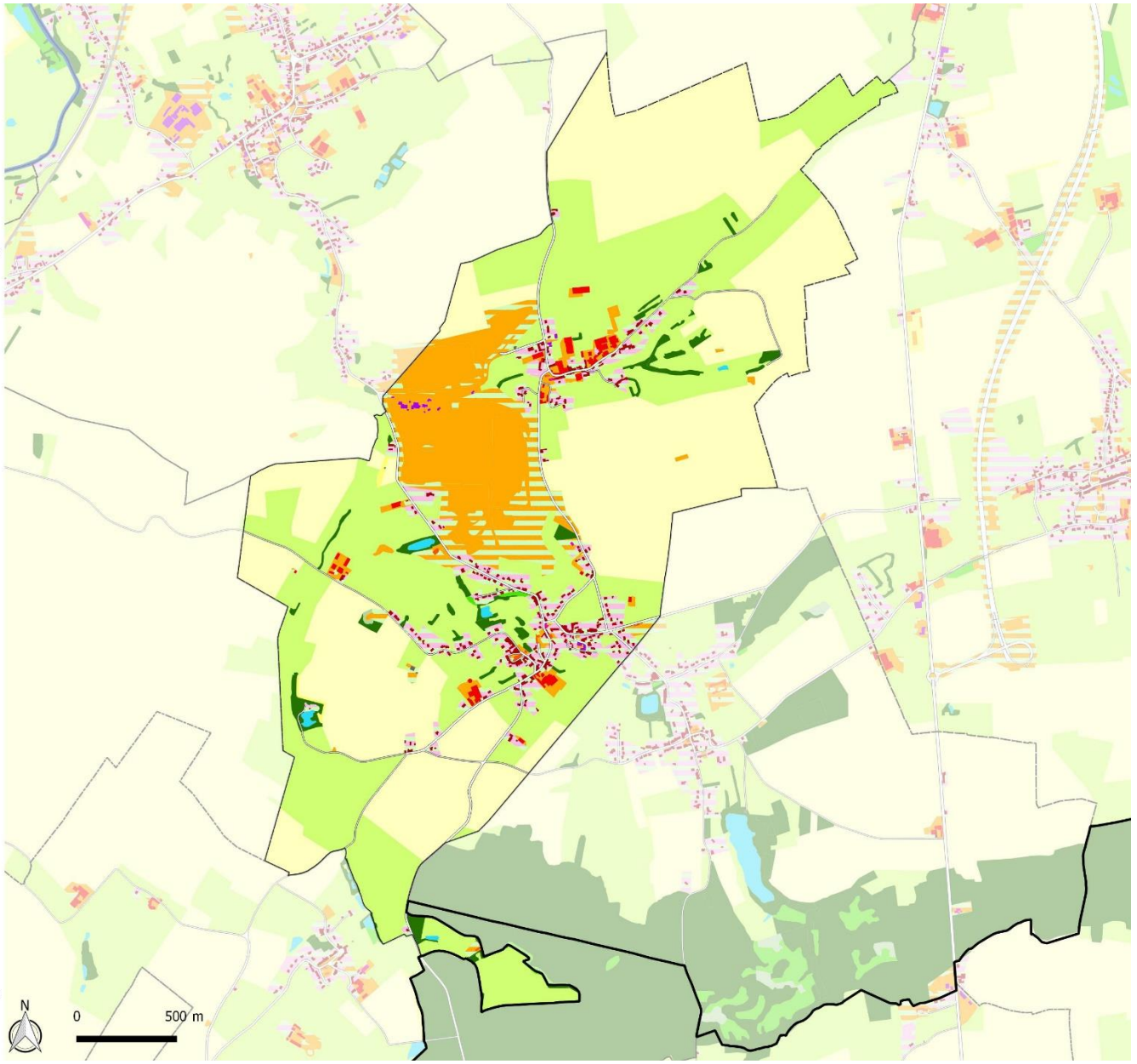
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Louvroil

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

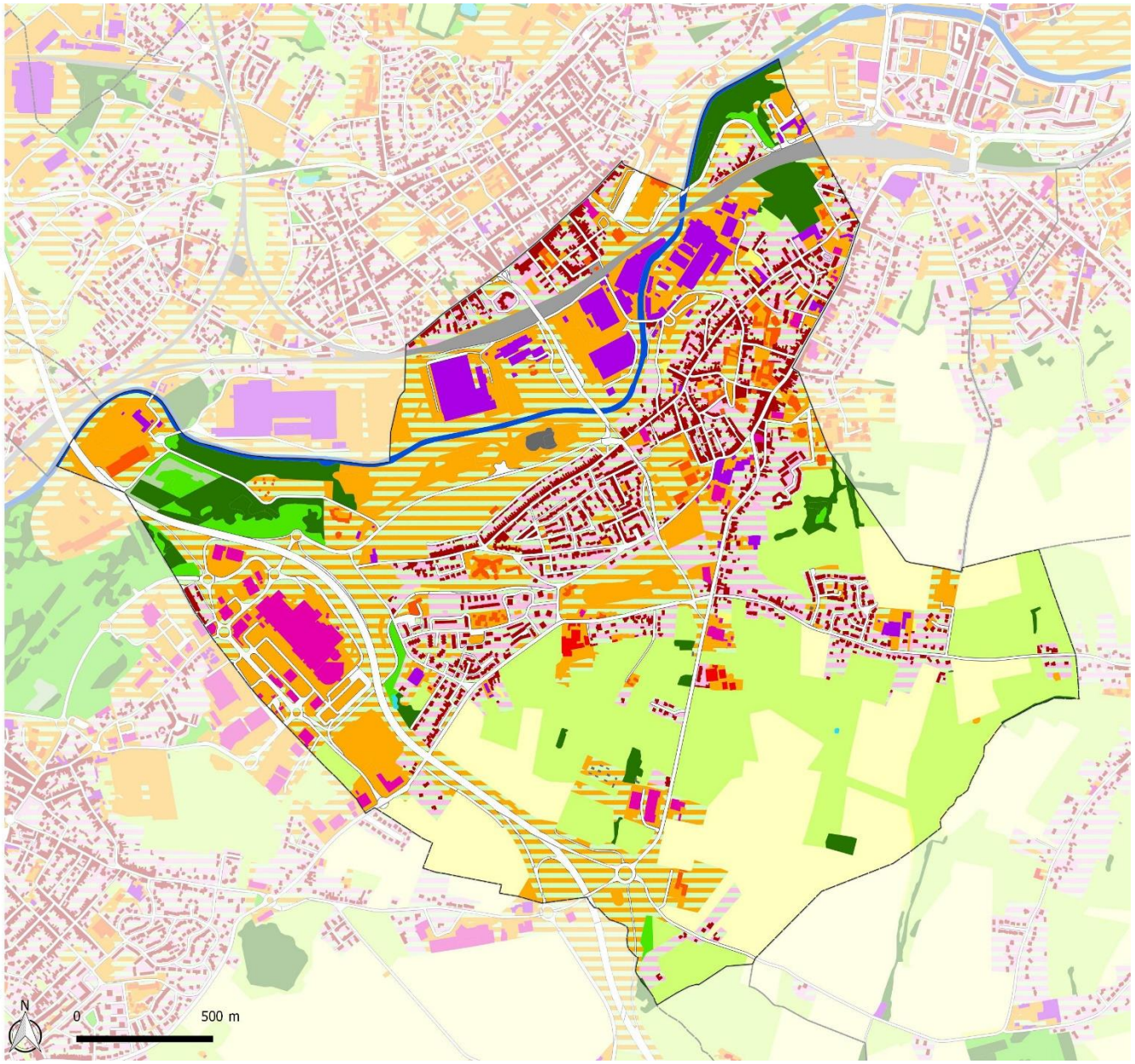
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Mairieux

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

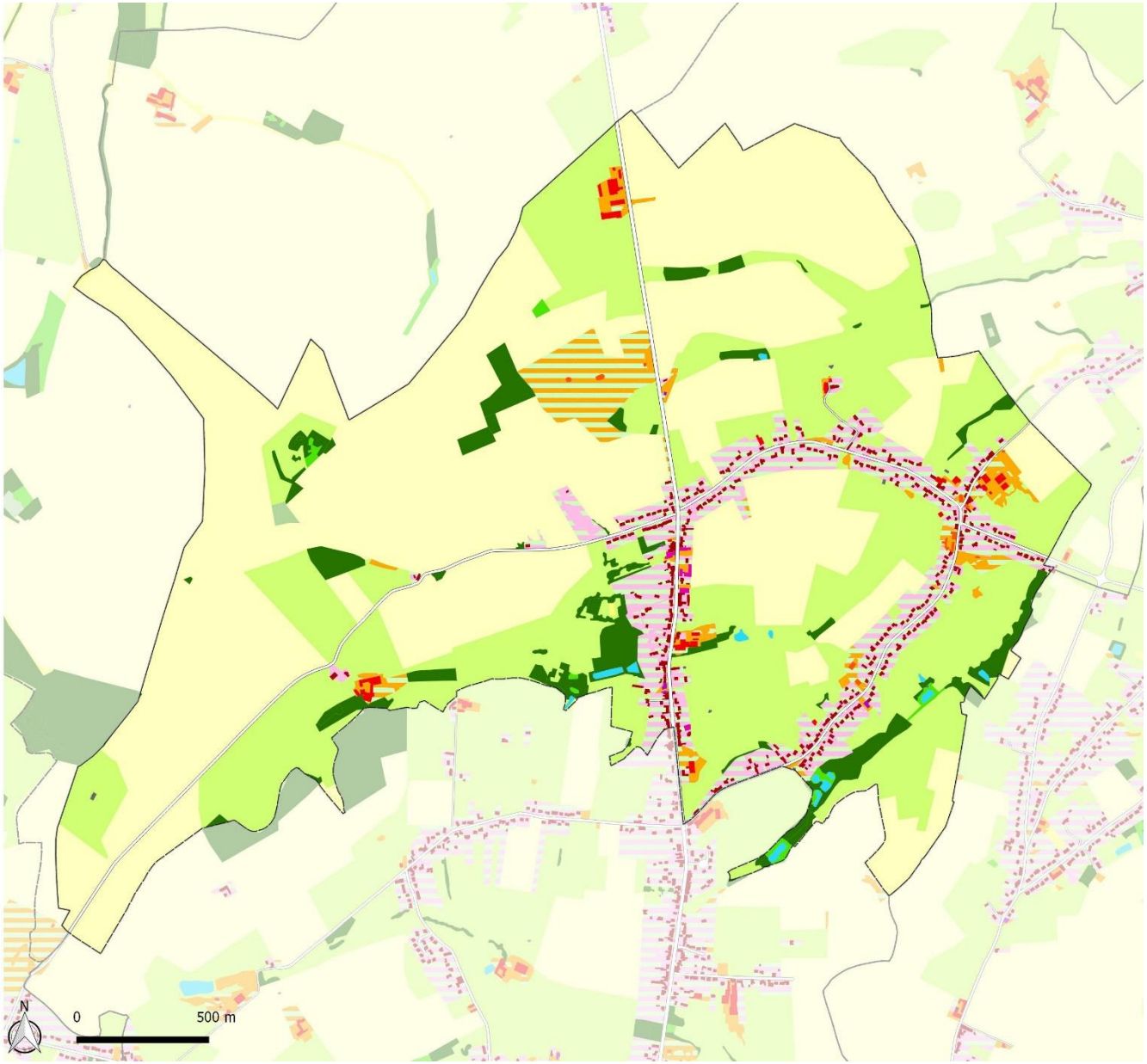
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Marpent

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

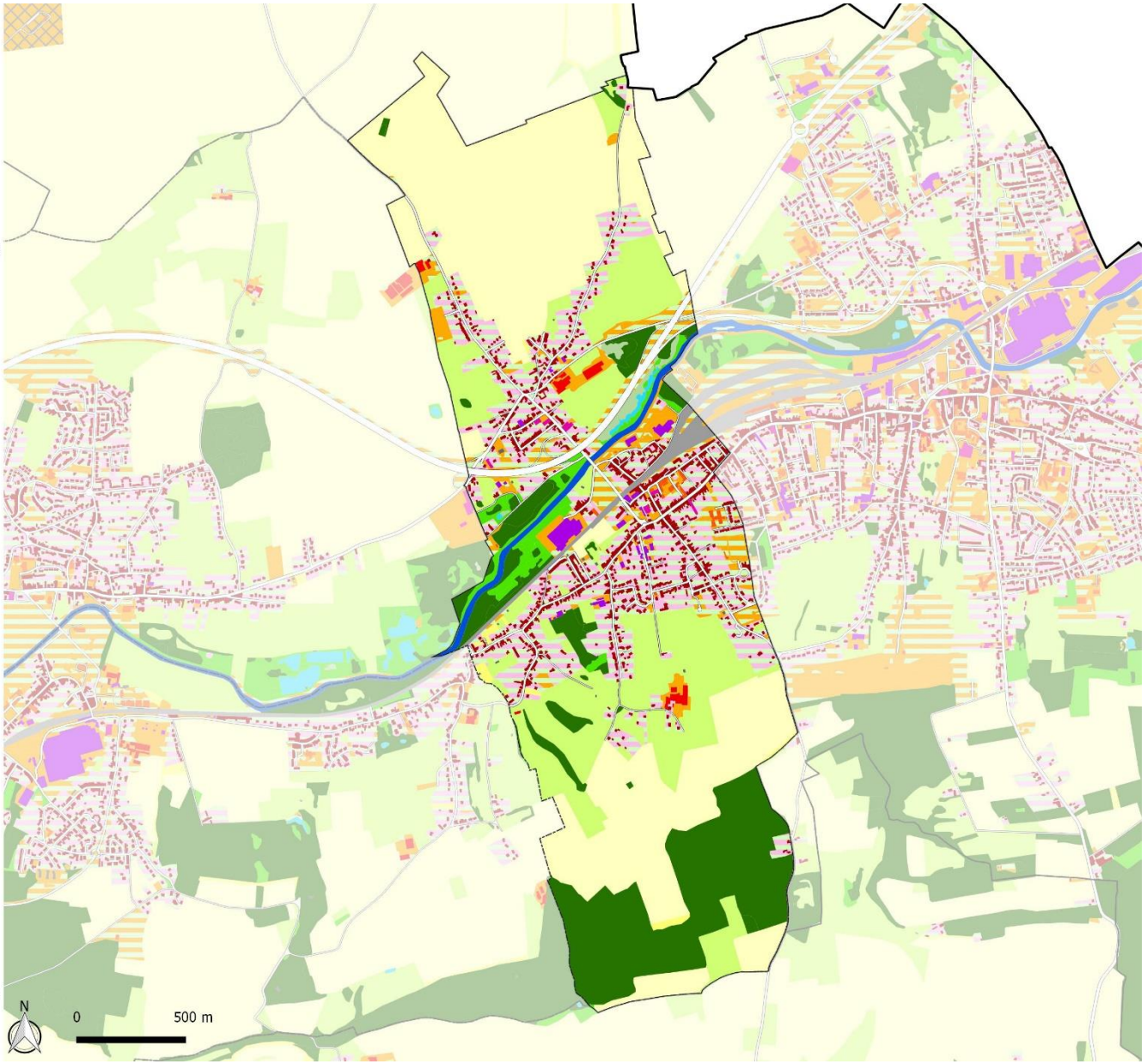
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Monceau-Saint-Waast

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

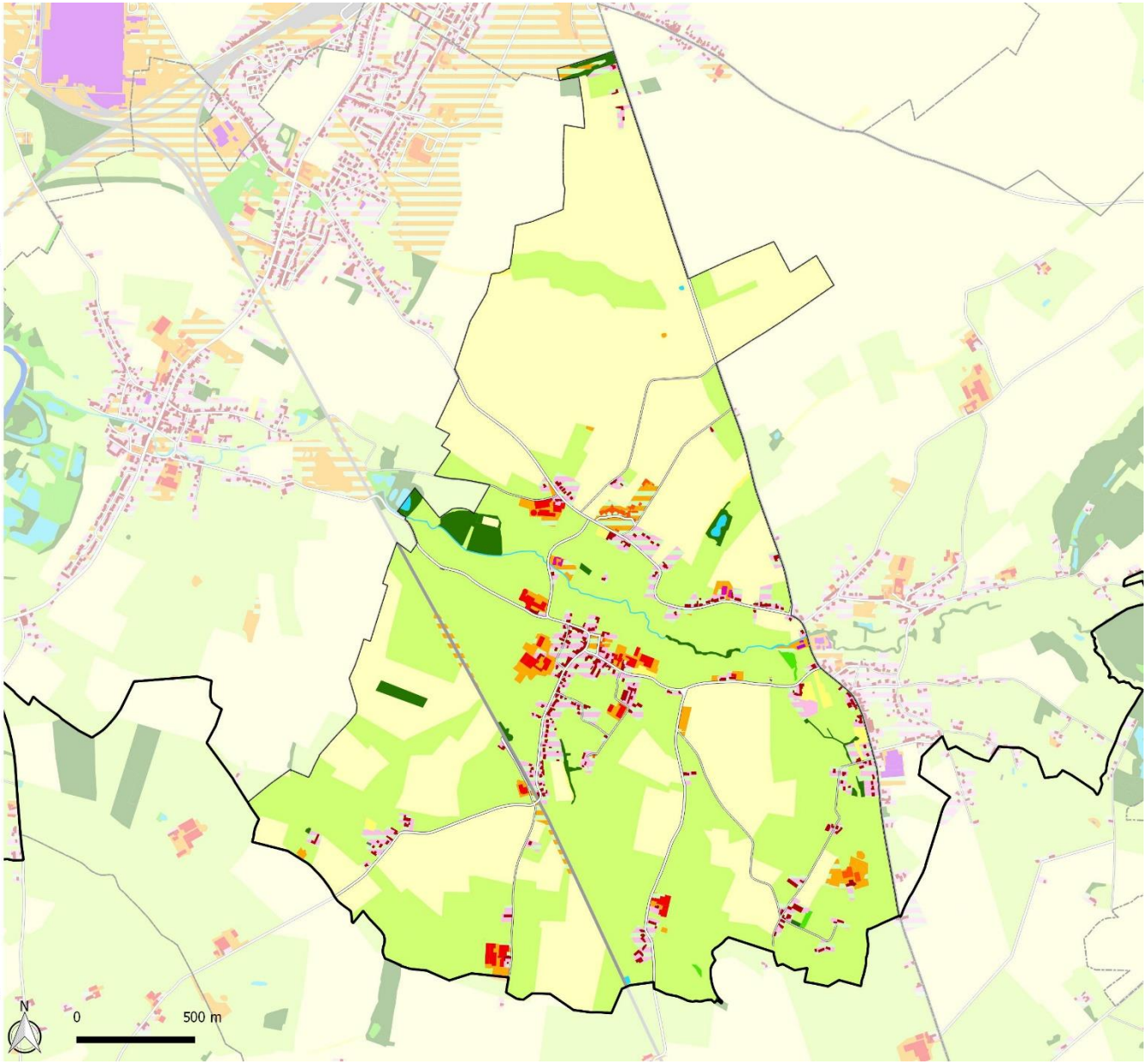
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Neuf-Mesnil

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

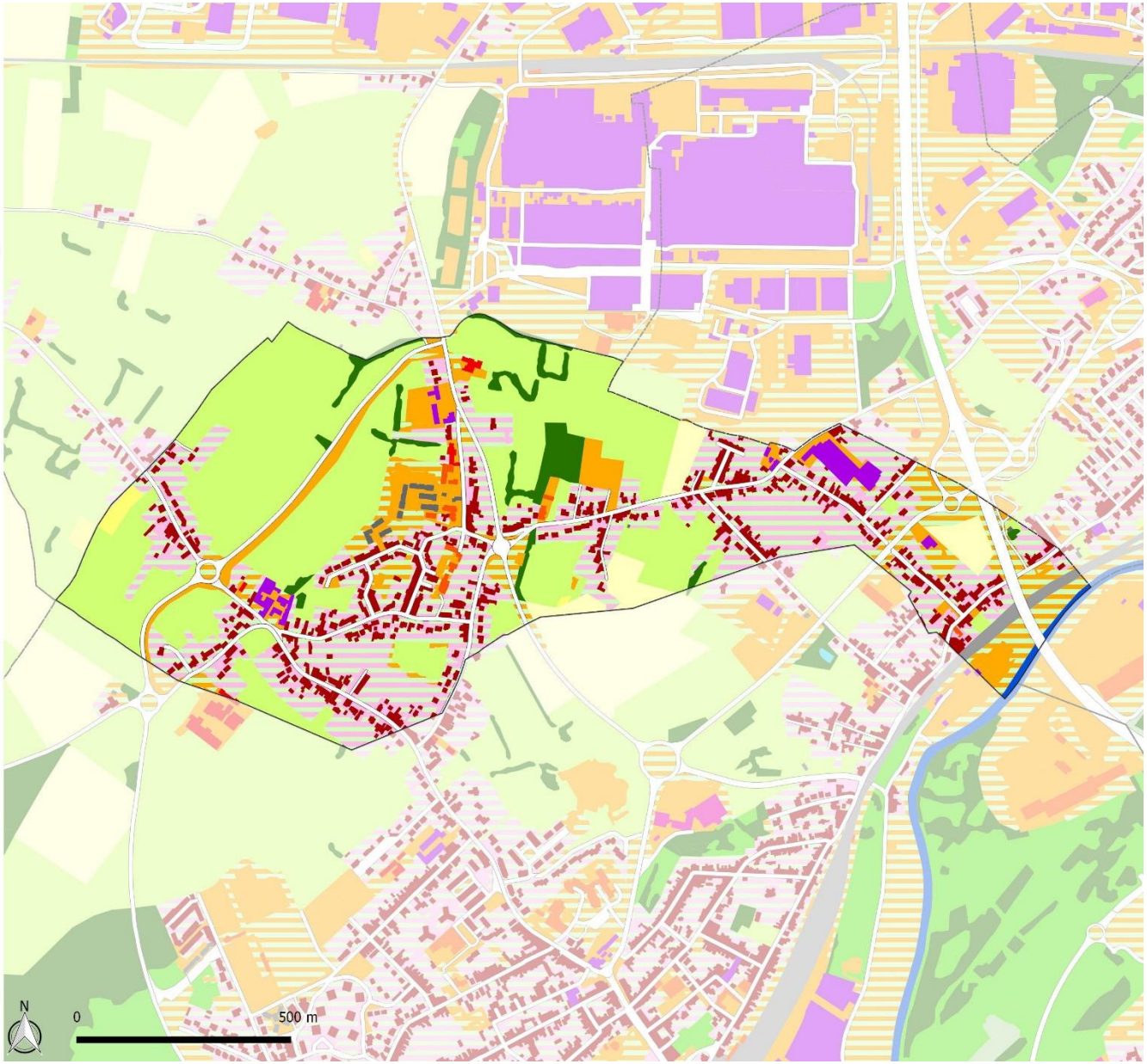
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Obrechies

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

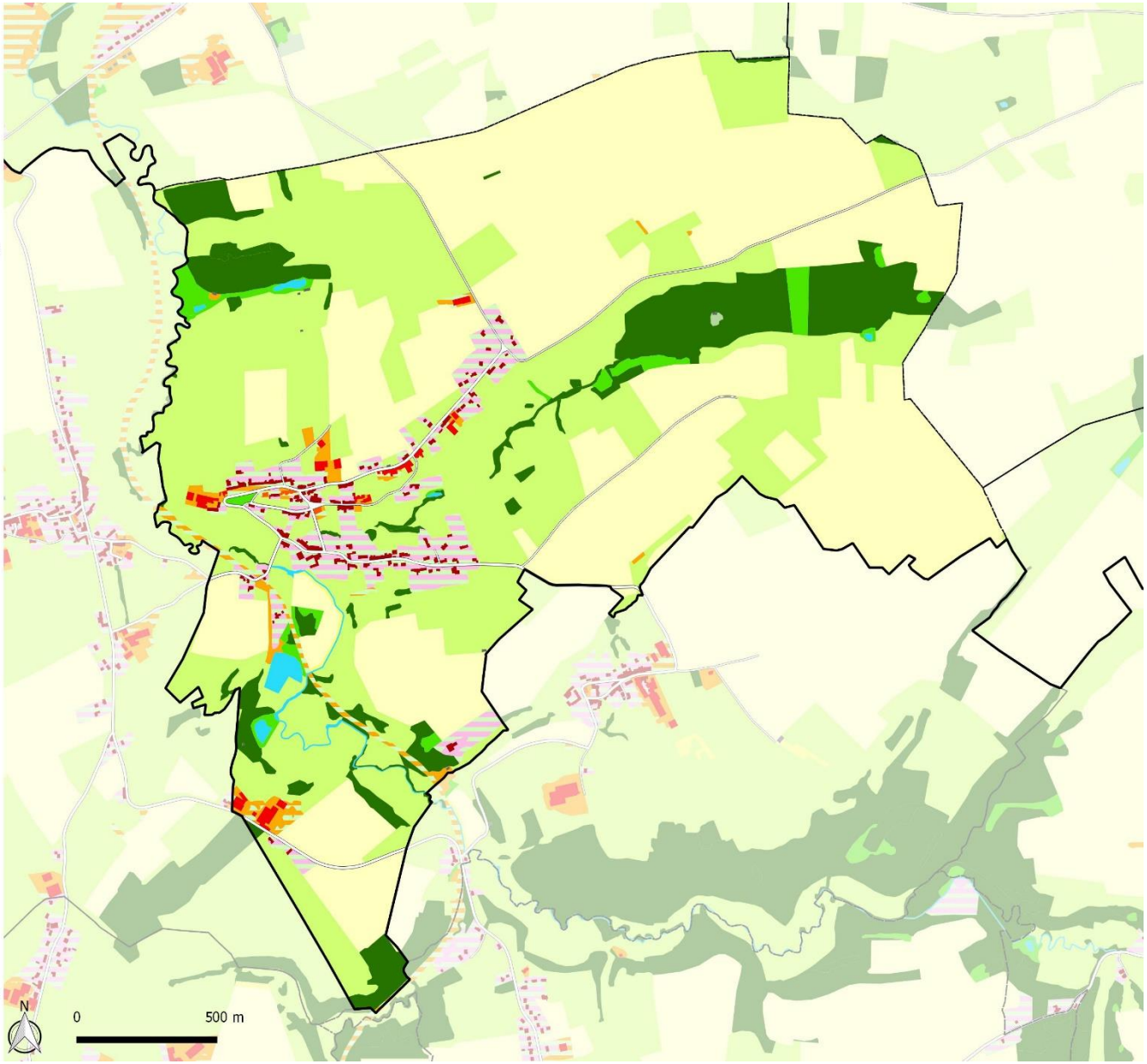
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Pont-sur-Sambre

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

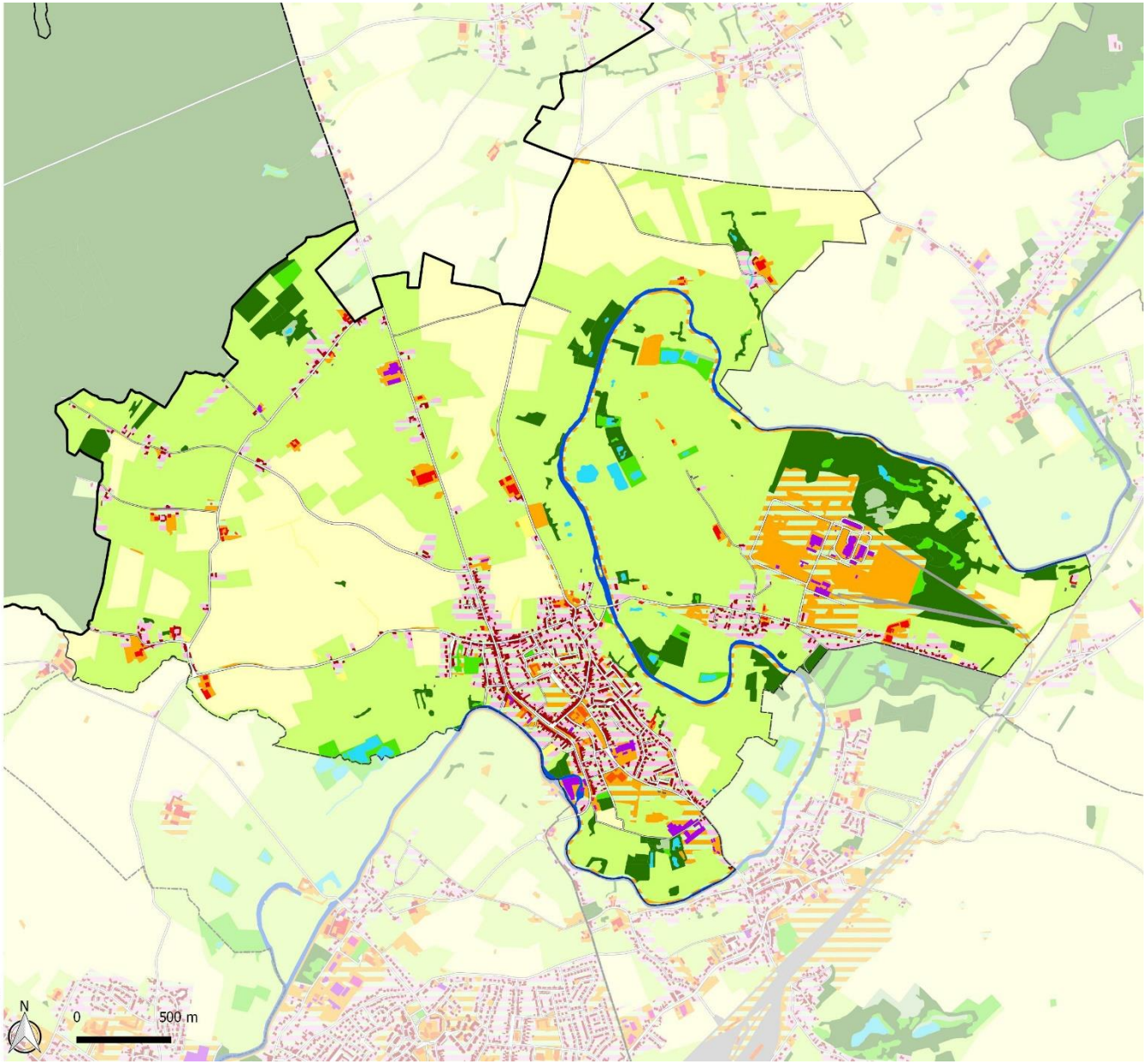
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Quiévelon

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

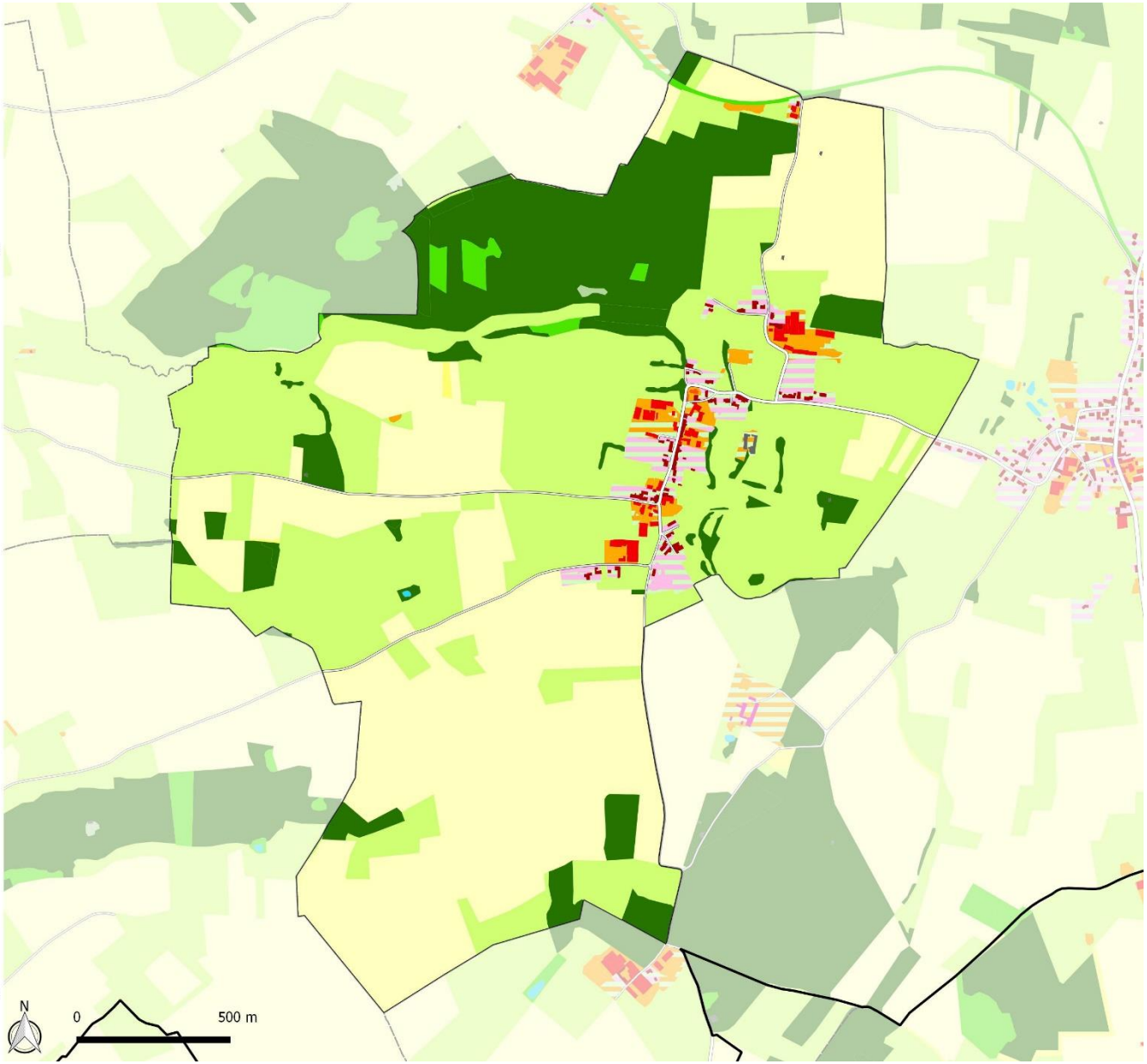
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

### Recquignies

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

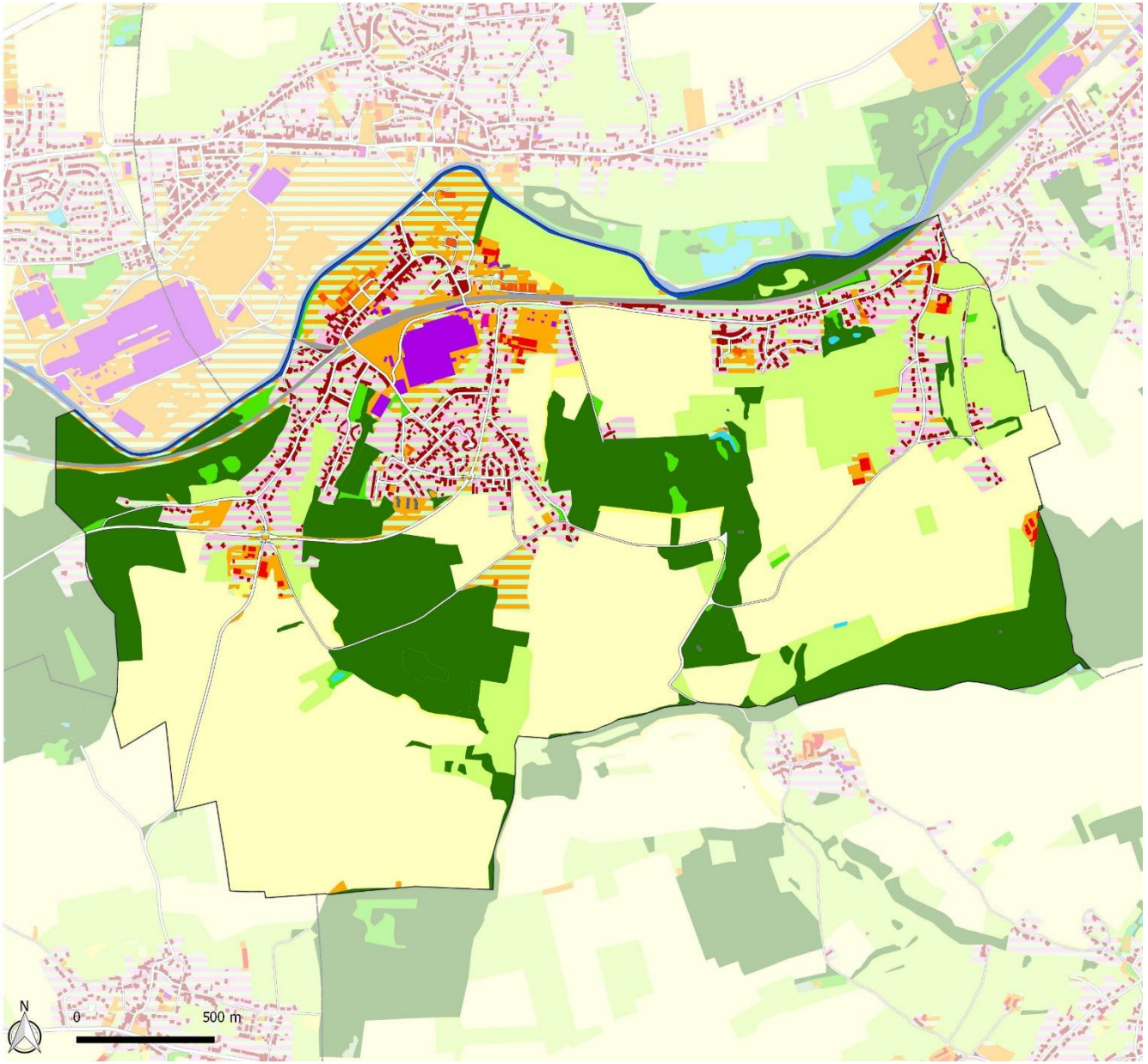
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Rousies

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

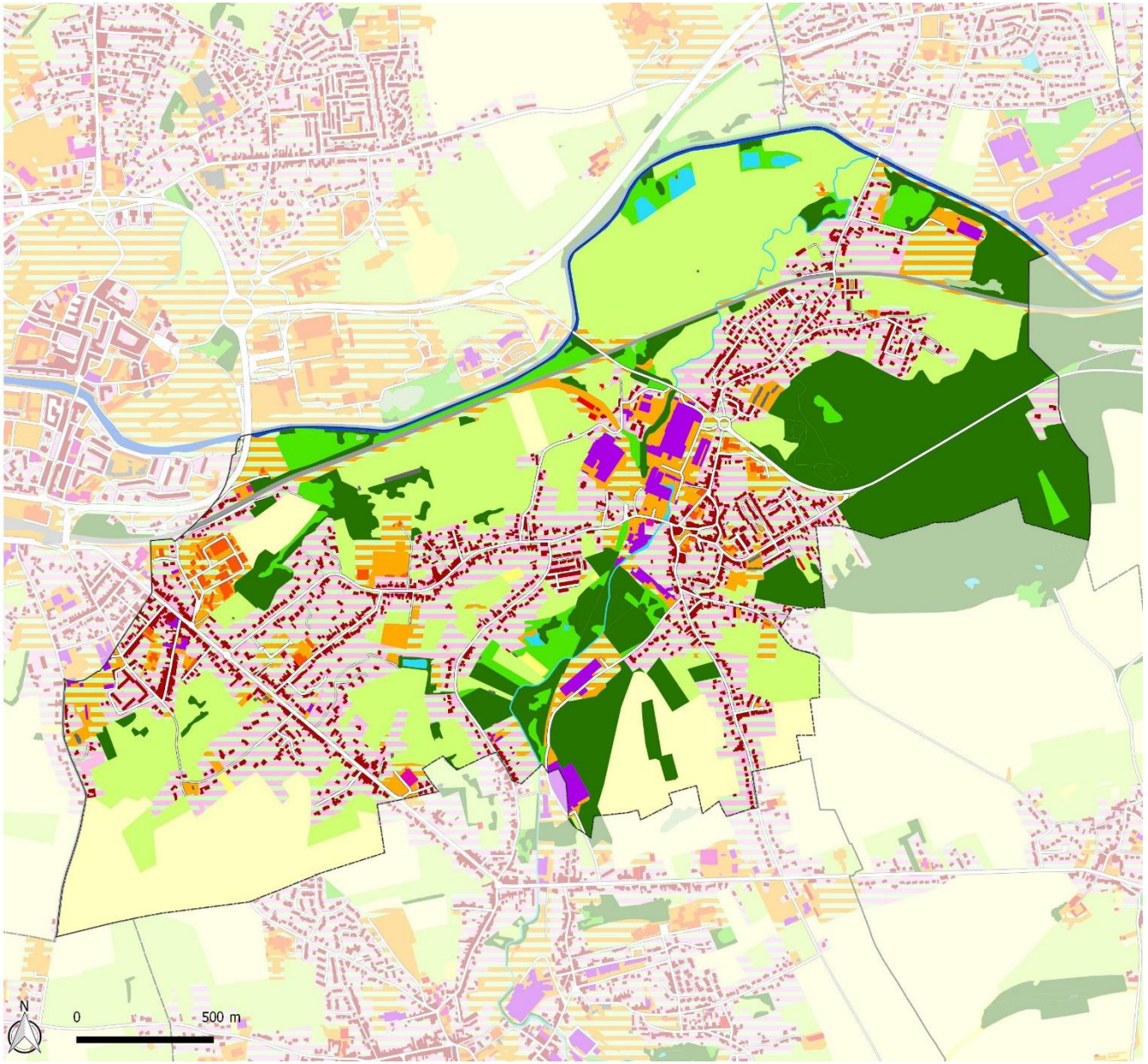
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Saint-Remy-Chaussée

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

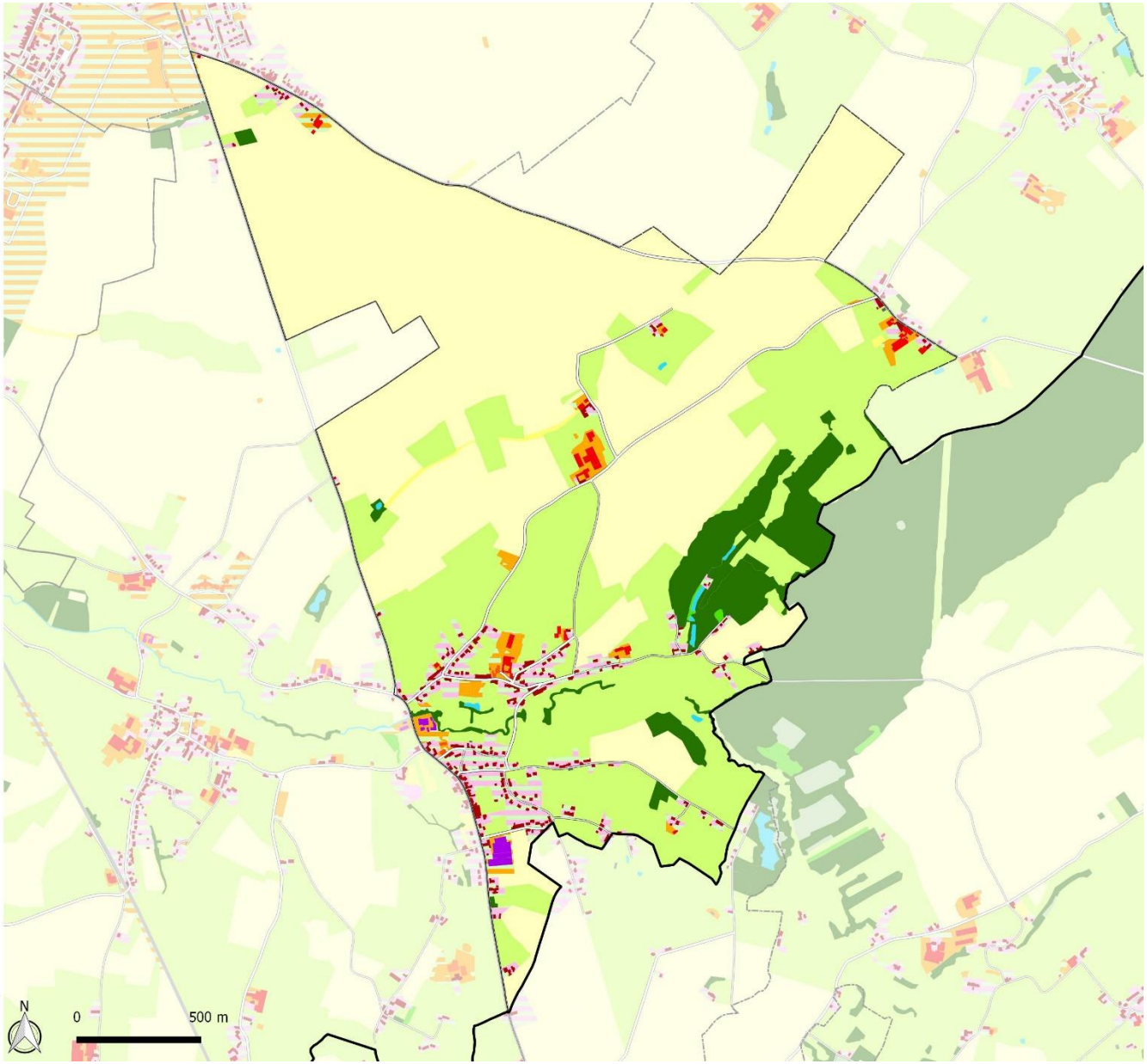
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Saint-Remy-du-Nord

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

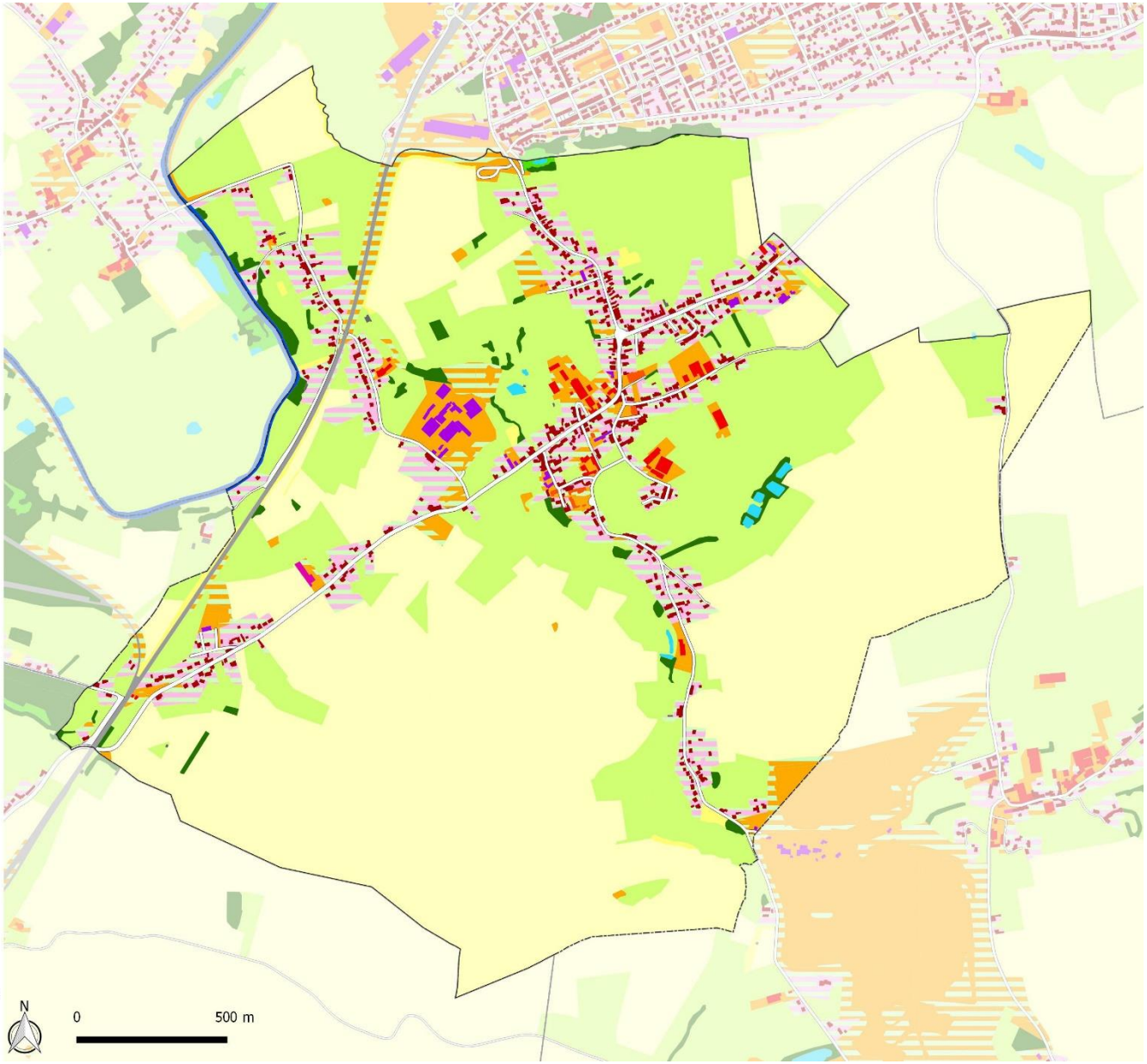
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

### Sassegnies

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

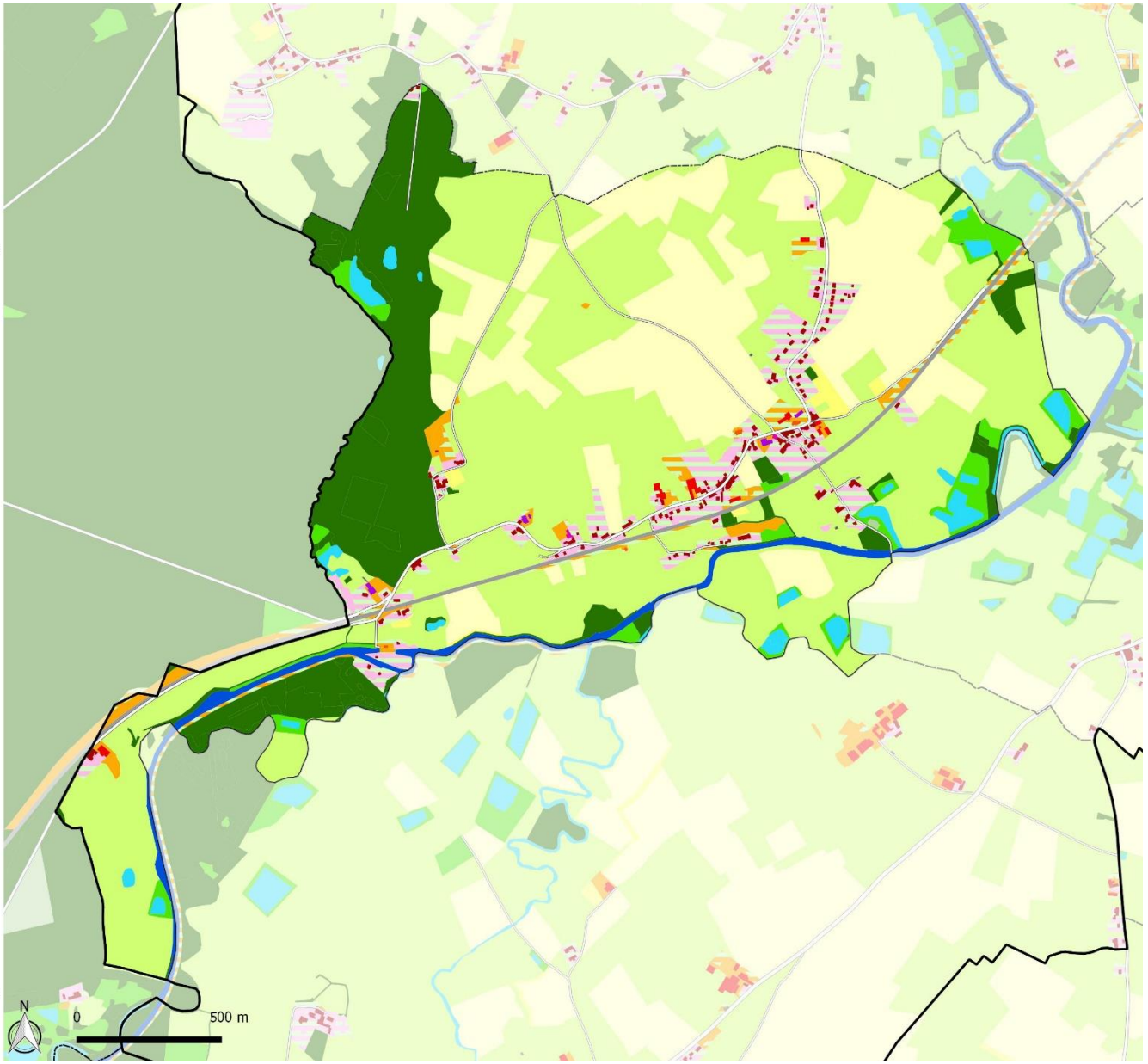
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Vieux-Mesnil

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

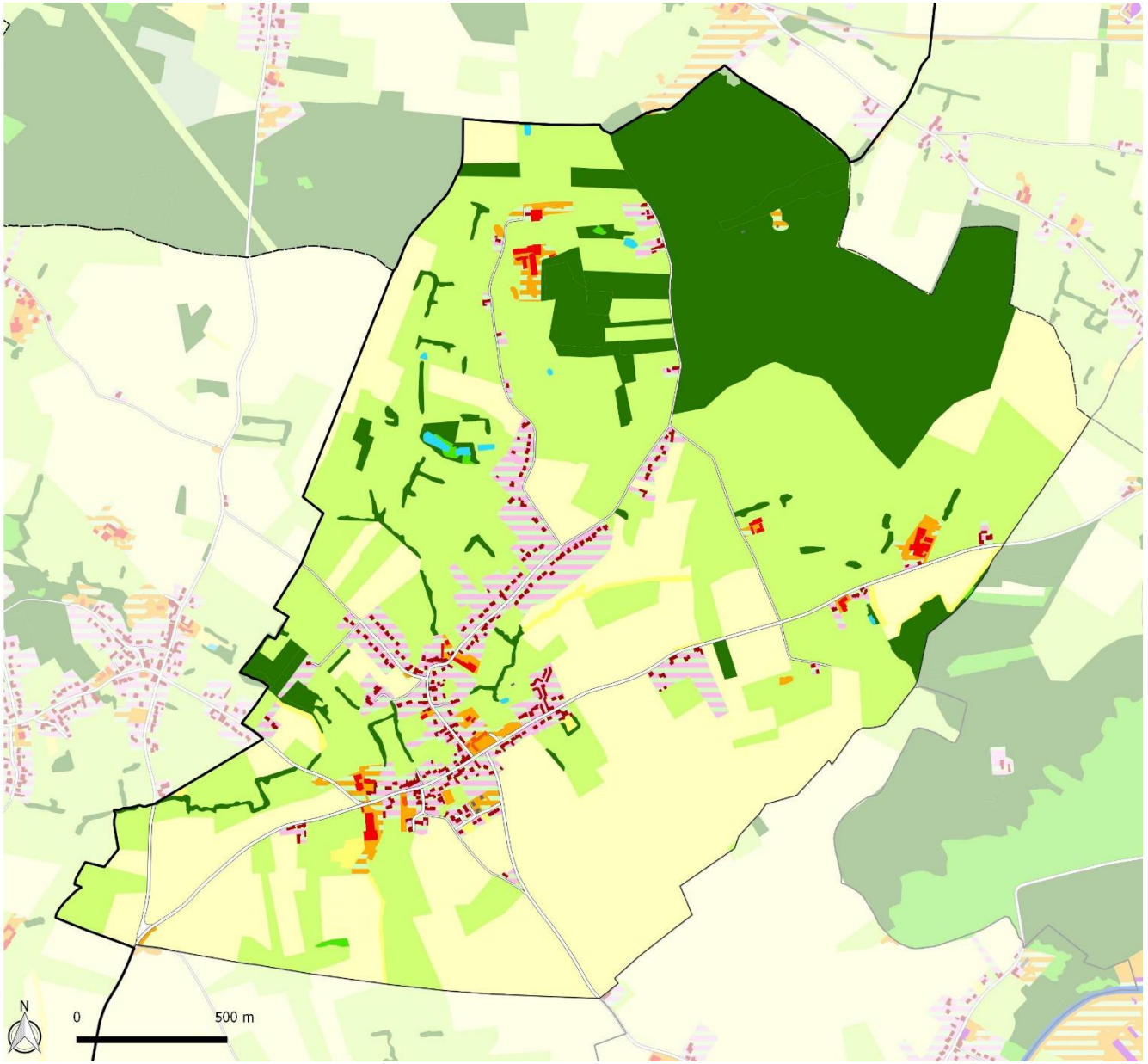
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Vieux-Reng

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

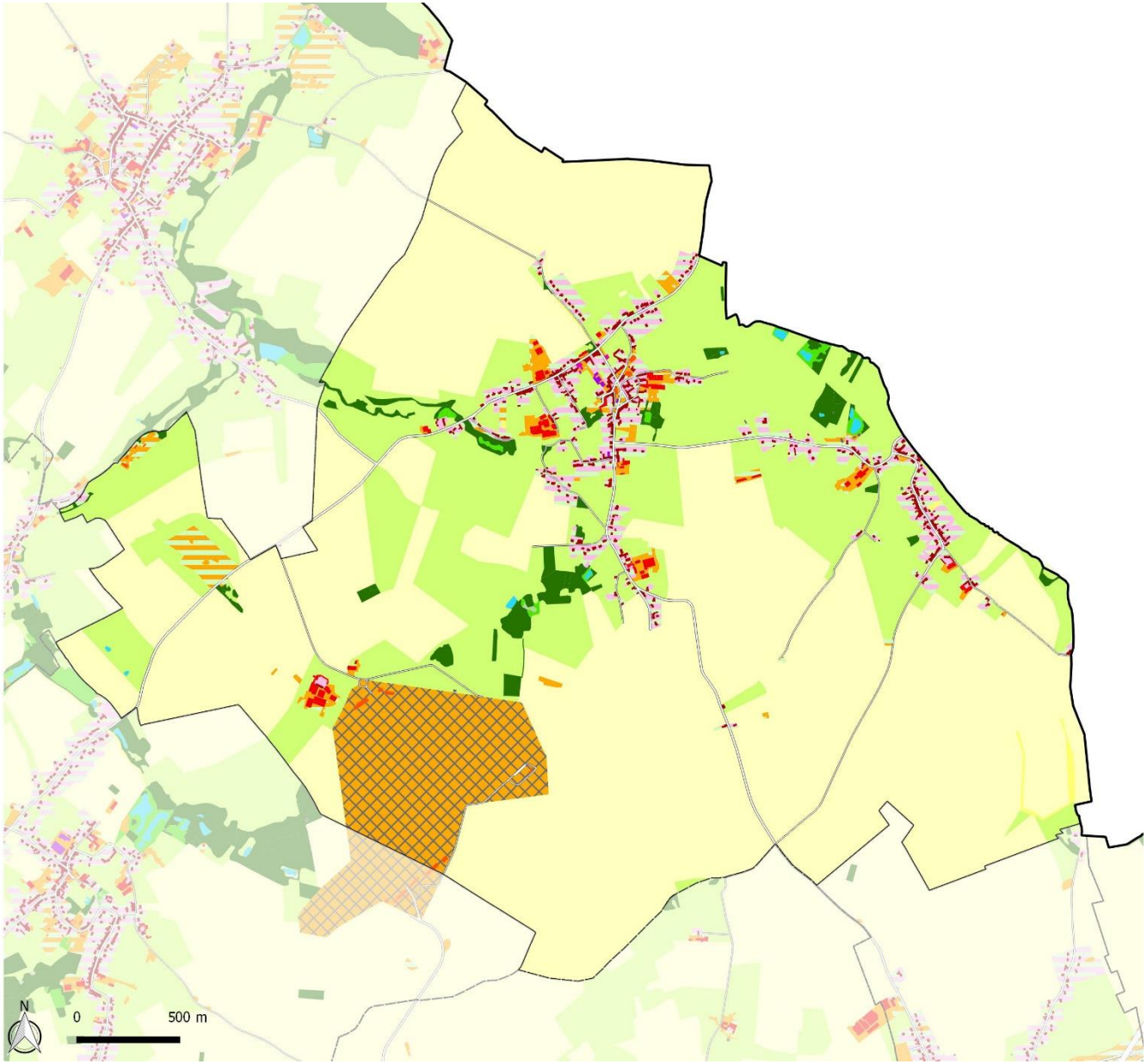
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Occupation du sol en 2015 (couvert/usage en 21 postes)

## Villers-Sire-Nicole

***Espaces artificialisés***

- Bâti de l'habitat
- Bâti des exploitations agricoles
- Bâti commercial
- Bâti industriel et autres activités économiques
- Bâti des services et transports
- Autres bâti
- Routes
- Voies ferrées
- Zones aéroportuaires
- Canaux et rivières navigables
- Espaces artificialisés non végétalisés
- Espaces végétalisés de l'habitat
- Autres espaces non végétalisés
- Autres espaces artificialisés végétalisés

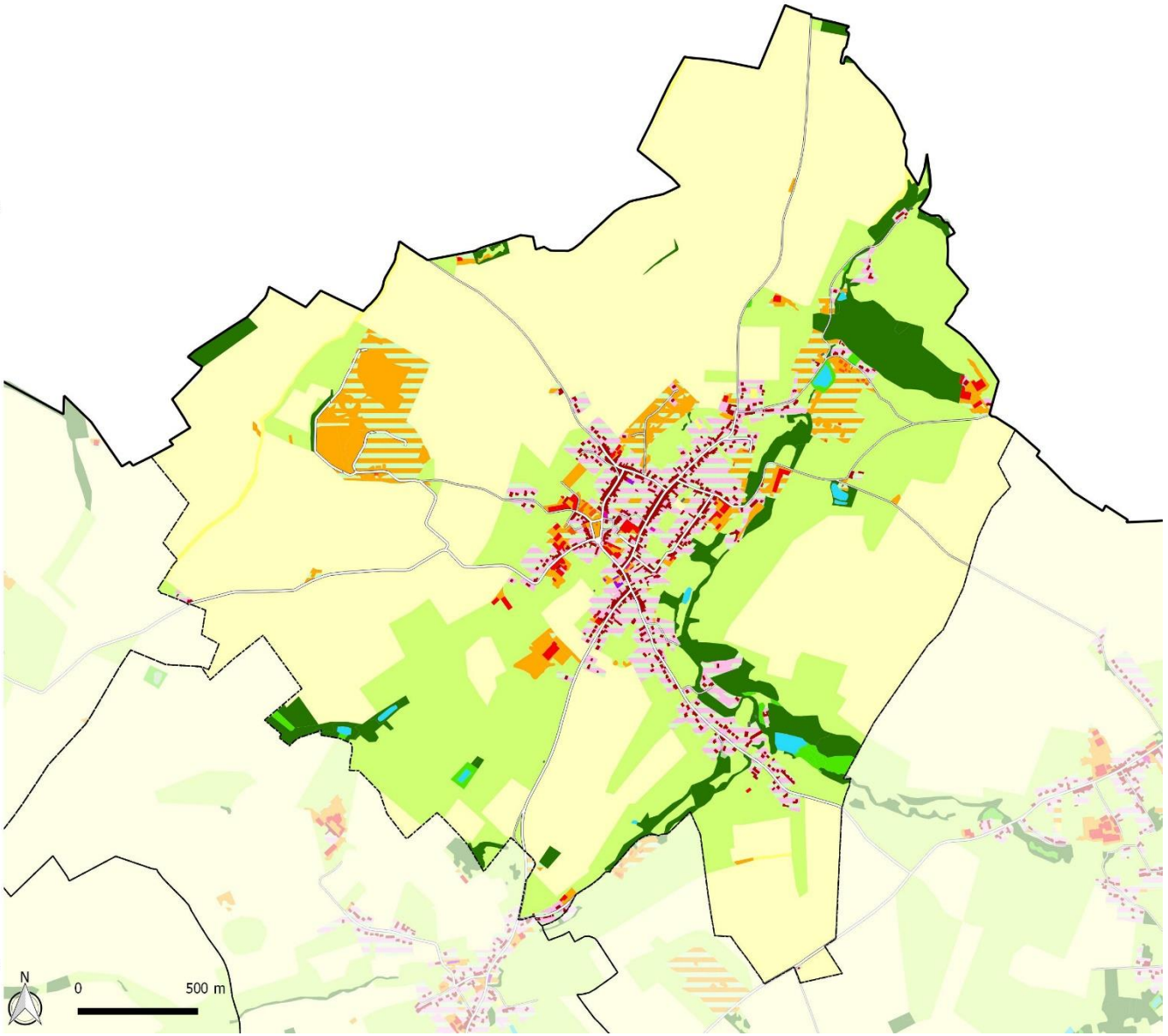
***Espaces agricoles***

- Prairies
- Cultures annuelles
- Autres terres agricoles

***Espaces naturels***

- Surfaces en eau
- Espaces boisés
- Espaces végétalisés non boisés
- Espaces non végétalisés

***Limites communales***




*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "21 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Analyse de la consommation d'espaces 2005-2015

L'artificialisation correspond à une perte irréversible des qualités physiques et fonctionnelles d'un site naturel ou agricole.

Le bilan total de l'artificialisation entre 2005 et 2015 sur le territoire de l'agglomération est de 415 hectares (passage de 7 352 hectares artificialisés en 2005 à 7 767 ha artificialisés en 2015). Le taux d'évolution de l'artificialisation en 10 ans est de +5,64%, soit une moyenne d'environ 42 ha par an.

La CAMVS est l'intercommunalité qui a, comparativement aux autres EPCI du périmètre du SCoT Sambre-Avesnois, le plus artificialisé d'hectares (26 hectares pour la CCPM, 13 pour la CCSA et 22 pour la 3CA). C'est également l'EPCI au caractère le plus urbain, qui contient le seul pôle supérieur majeur de l'arrondissement (Maubeuge-Hautmont-Louvroil) identifiée dans l'armature urbaine du SCoT.

Cependant, la CAMVS présente le taux d'évolution de ses espaces artificialisés le plus faible de l'arrondissement.

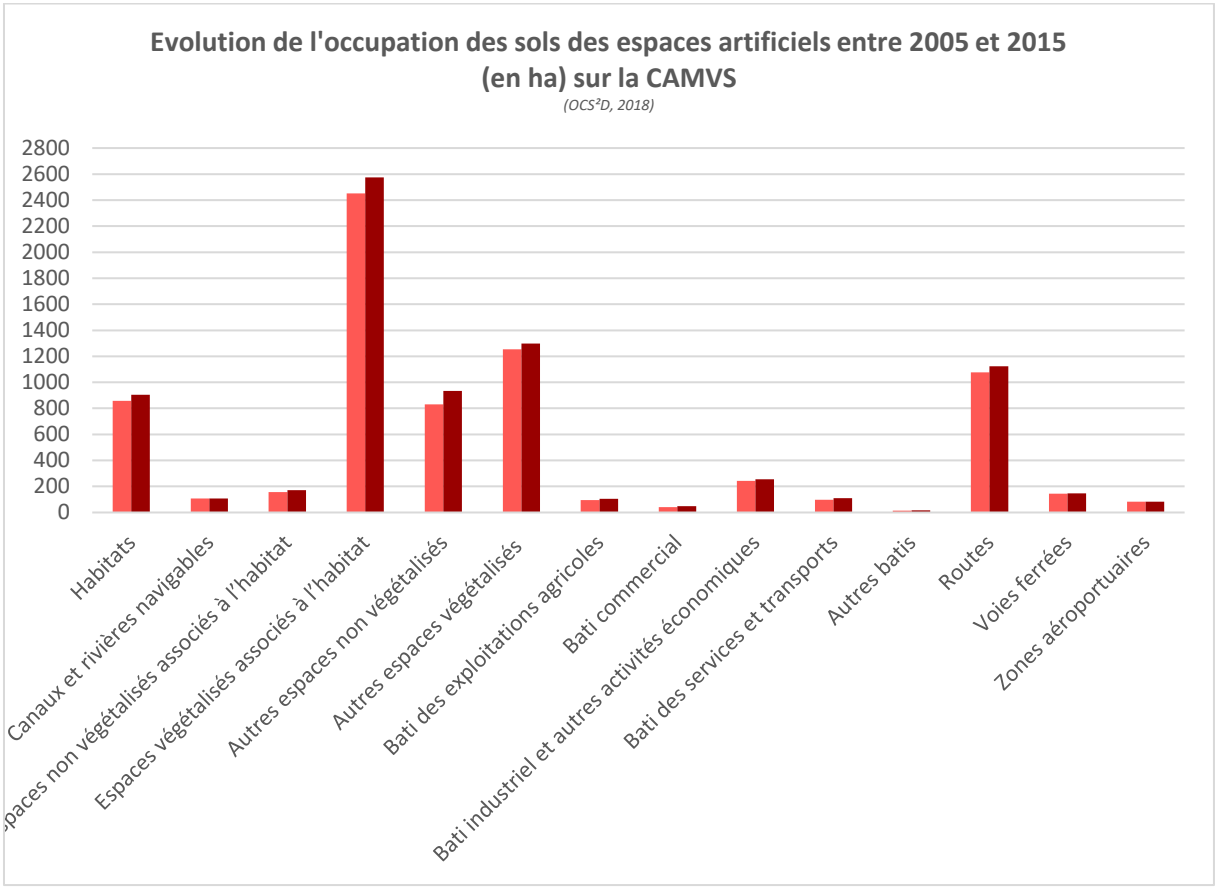
Entre 2005 et 2015, l'artificialisation s'est principalement réalisée au détriment des espaces agricoles, leur surface ayant diminué de 436 hectares. L'artificialisation des terres agricoles s'est réalisé principalement pour :

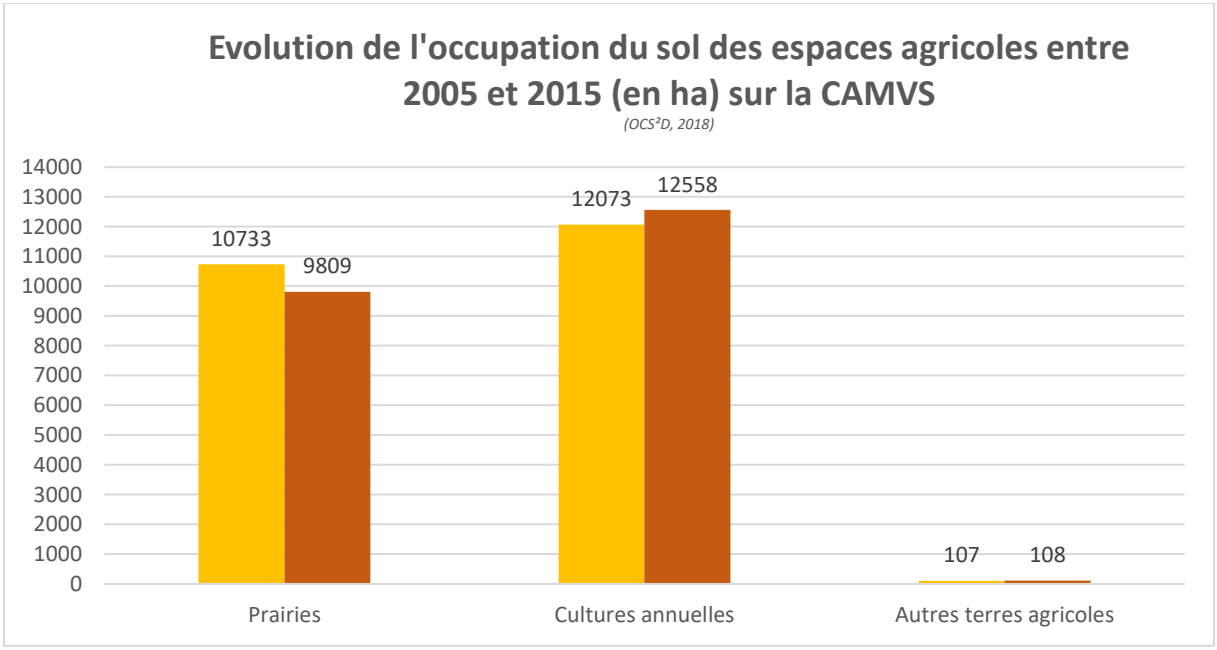
- Des espaces liés à l'habitat[1] (180 hectares) ;
- Des espaces non végétalisés et autres espaces végétalisés[2] (147 hectares) ;
- Des infrastructures routières[3] (47 hectares) ;
- Des bâtis industriels et autres activités économiques[4] (13 hectares) ;
- Des bâtis de services et transports[5] (11 hectares) ;
- Des bâtis des exploitations agricoles[6] (10 hectares) ;
- Des bâtis commerciaux[7] (6 hectares).

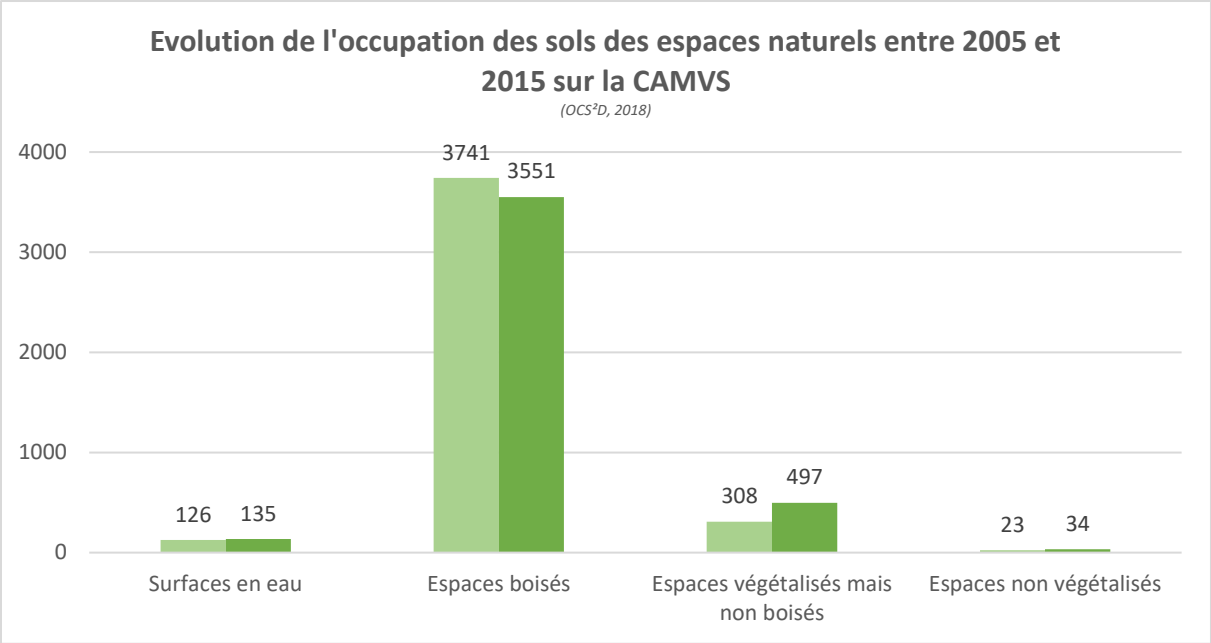
Ce sont les prairies qui ont été le plus impactées par le changement d'usage. Leur surface a diminué de 923 hectares entre 2005 et 2015. 486 ha de surfaces de cultures annuelles ont par ailleurs été créés. On constate donc une double mutation en cours avec l'artificialisation des prairies permanentes mais aussi leur reconversion en terres de cultures.

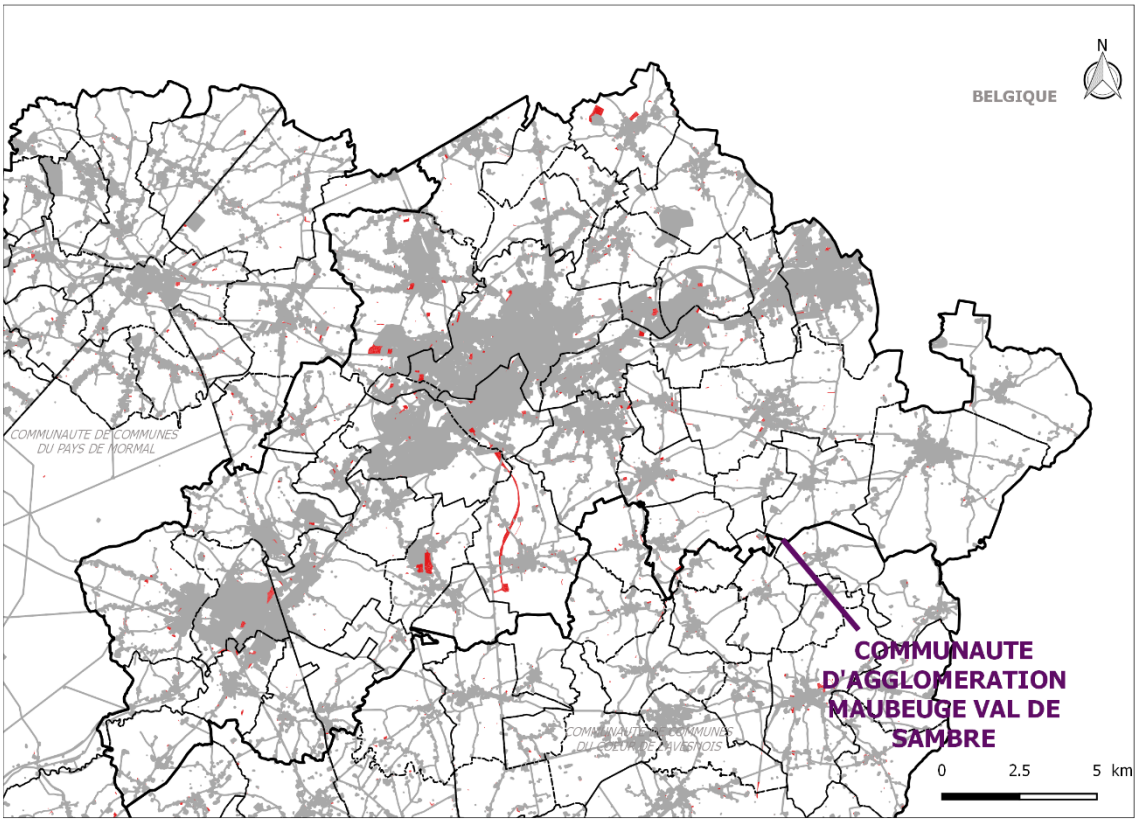
[1] Tissu urbain continu, discontinu, ensembles collectifs, habitat isolé, et espaces associés (jardins, potagers, …)
[2] Espaces associés aux infrastructures routières et aux bâtis à vocation économique (pelouses, stockage, bassins, parkings, …)
[3] Ensemble des axes routiers
[4] Ce poste regroupe les activités industrielles, économiques, artisanales et tertiaires. Sont inclus dans ces zones l'ensemble des bâtiments, y compris l'habitat associé (logements de fonction)
[5] Espaces associés aux réseaux de transport routiers et ferrés en intégrant les espaces fonctionnels directement liés à ces réseaux, végétalisés ou non.
[6] Sont classés dans ce poste l'ensemble des emprises fonctionnelles d'une exploitation agricole, soit les bâtiments et les espaces associés liés à leur fonctionnement même non bâtis (entreposage, fosse, bassin, …).
[7] Cette catégorie comprend les zones dédiées aux commerces accueillant du public. Elle englobe l'ensemble des bâtiments y compris l'habitat associé (logements de fonction), les zones de stationnement, les espaces verts, les autres bâtis associés à cet usage (entrepôts par exemple). Les rues commerçantes et les petits commerces intégrés au tissu urbain sont exclus de cette catégorie.

Les espaces boisés ont quant à eux été réduits de 189 hectares sur la période.




Evolution de l'occupation des sols des espaces naturels entre 2005 et 2015 sur la CAMVS
(OCS²D, 2018)
4000
3000
2000
1000
0
126
135
3741
3551
308
497
23
34
Surfaces en eau
Espaces boisés
Espaces végétalisés mais non boisés
Espaces non végétalisés




**Evolution de la tâche urbaine (espaces artificialisés et infrastructures) entre 2005 et 2015**

Tâche urbaine en 2005
Tâche urbaine en 2015

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Aibes

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

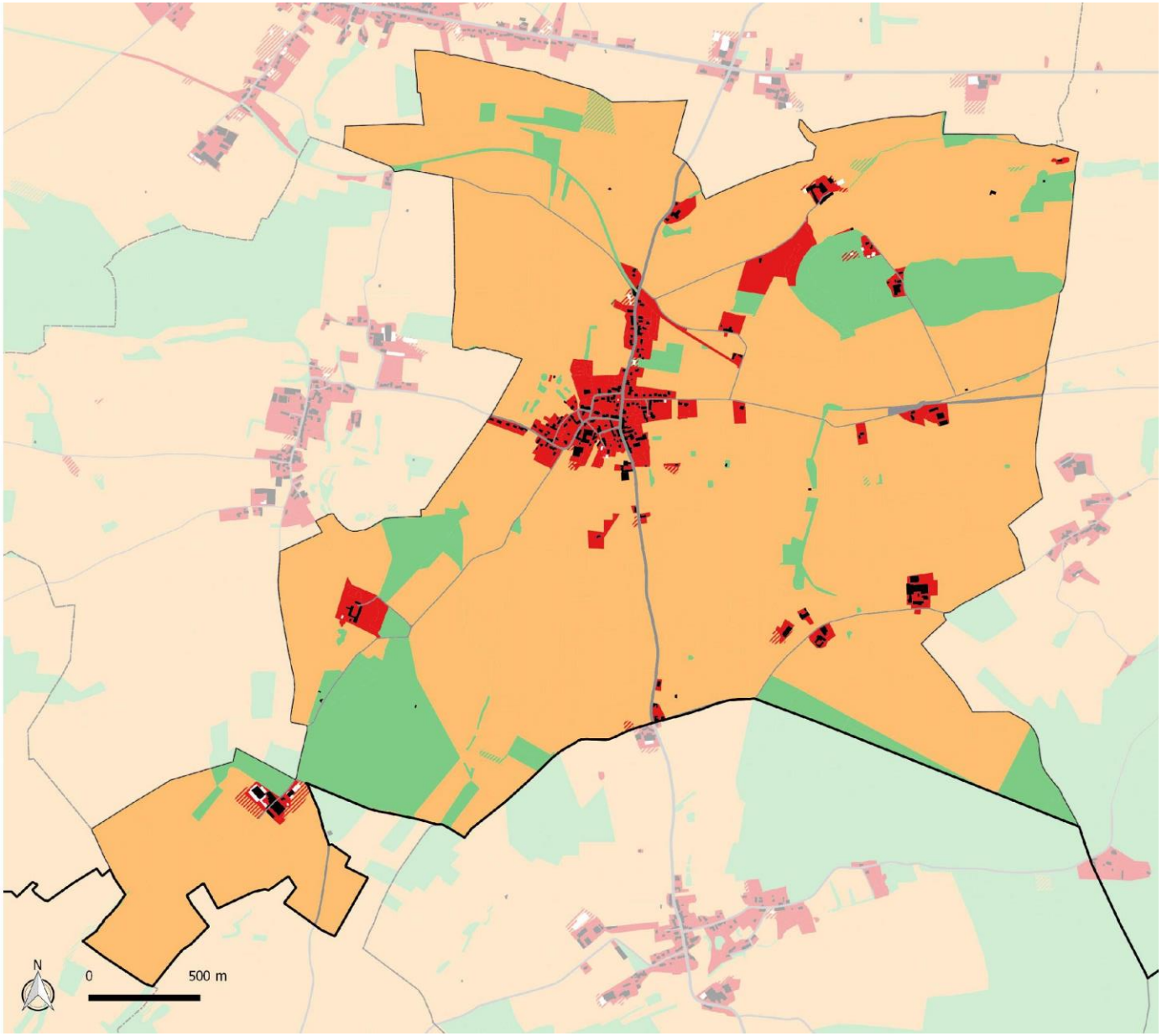
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Assevent

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

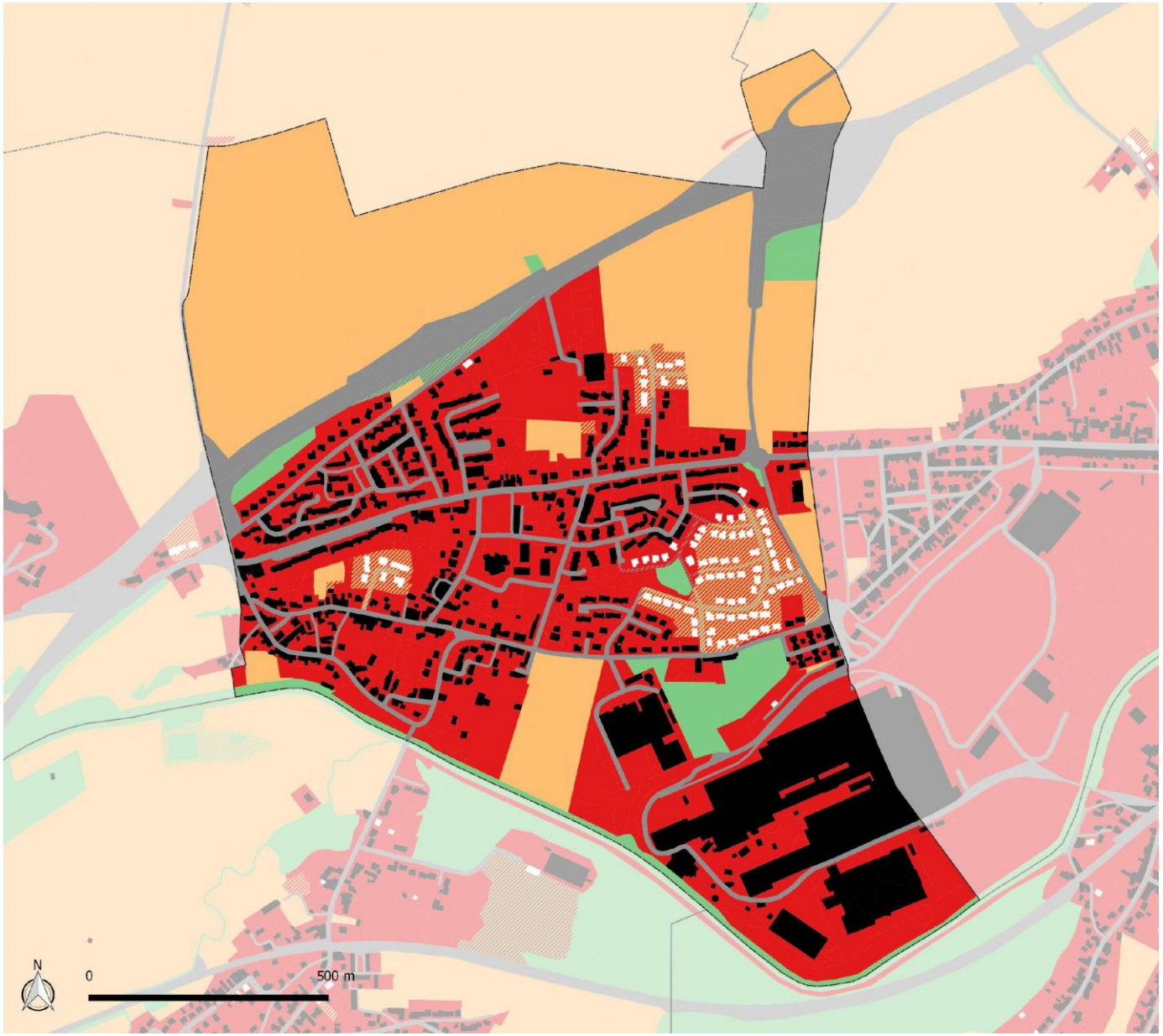
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Aulnoye-Aymeries

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

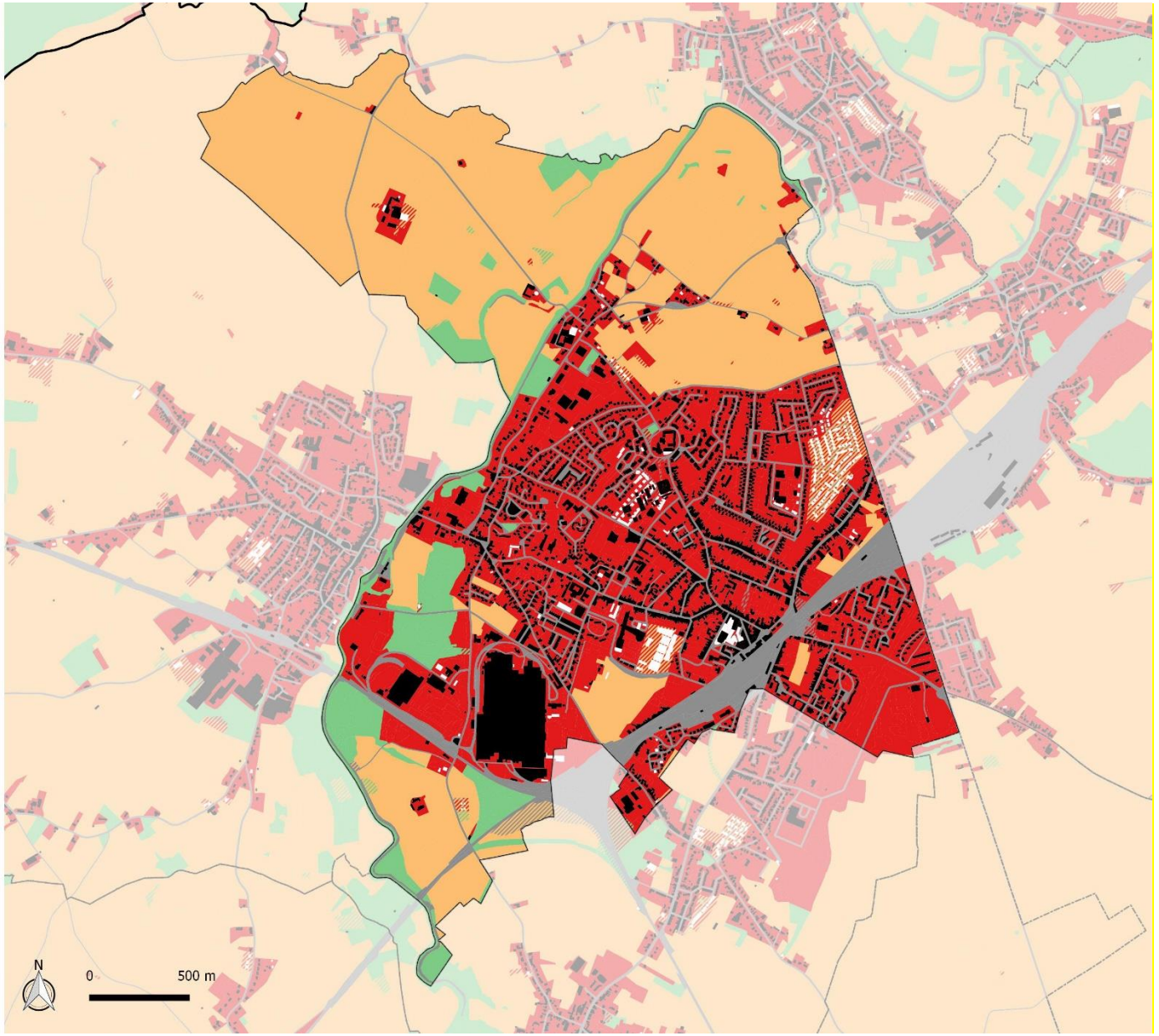
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Bachant

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

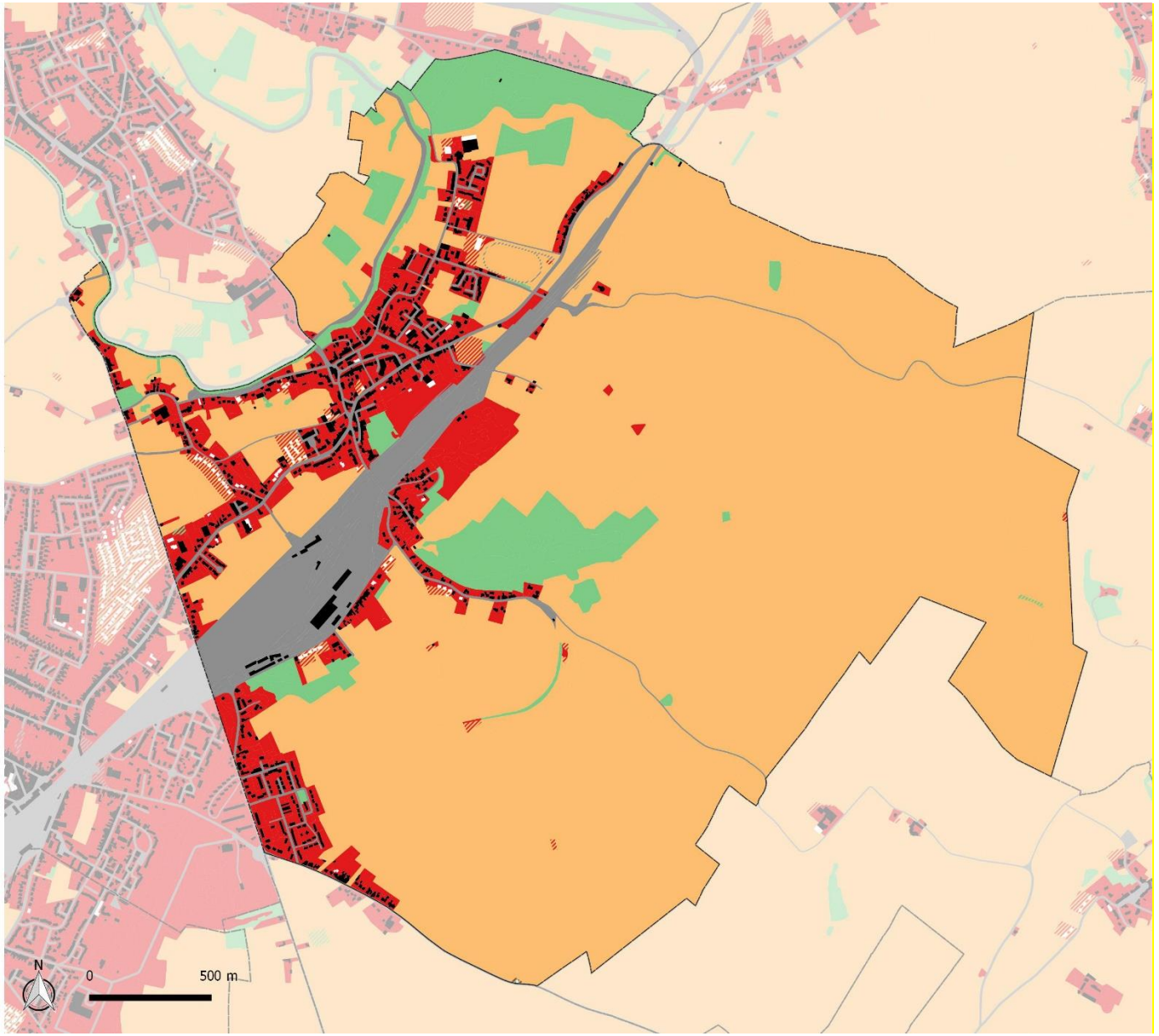
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Beaufort

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

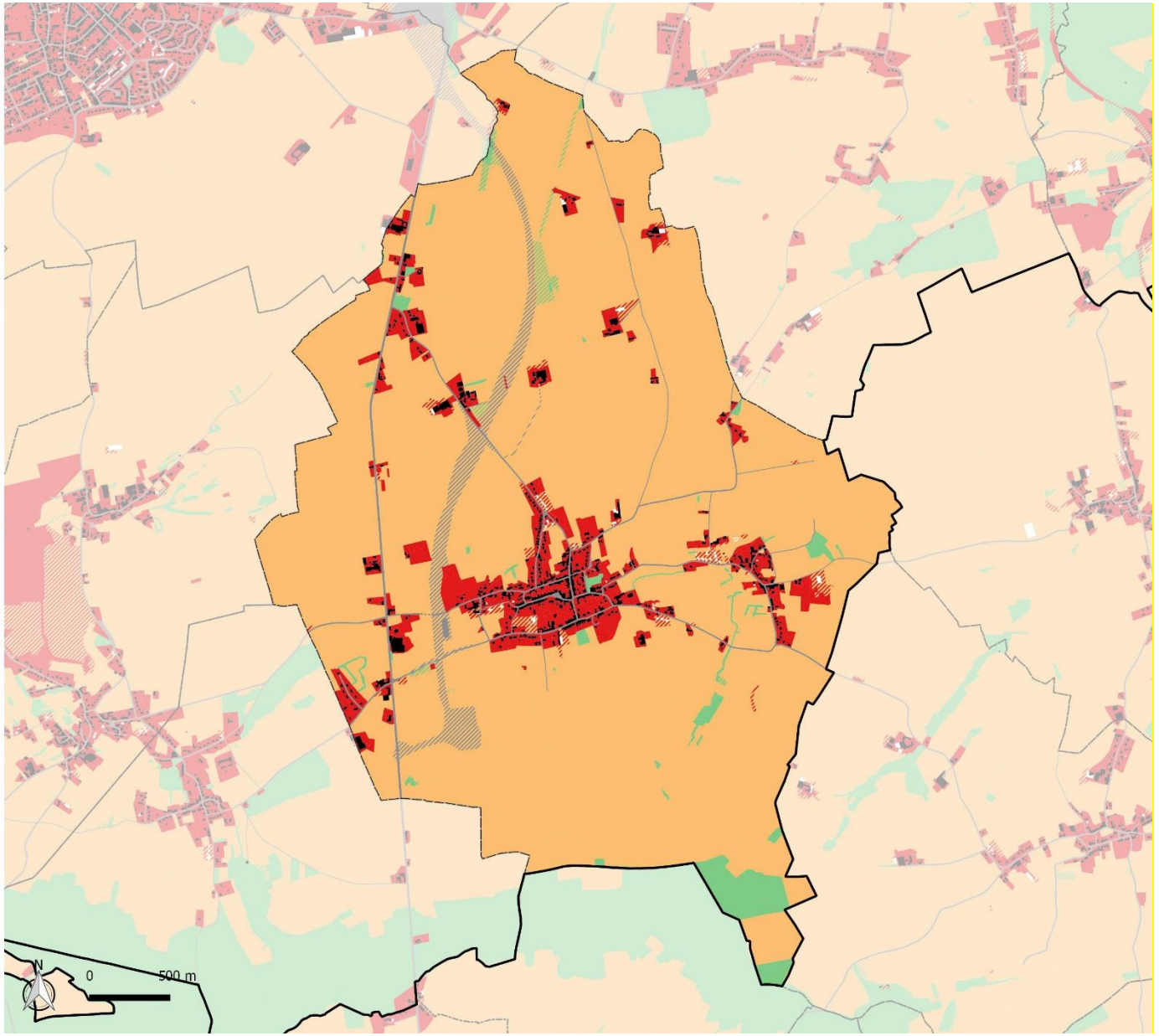
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Berlaimont

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

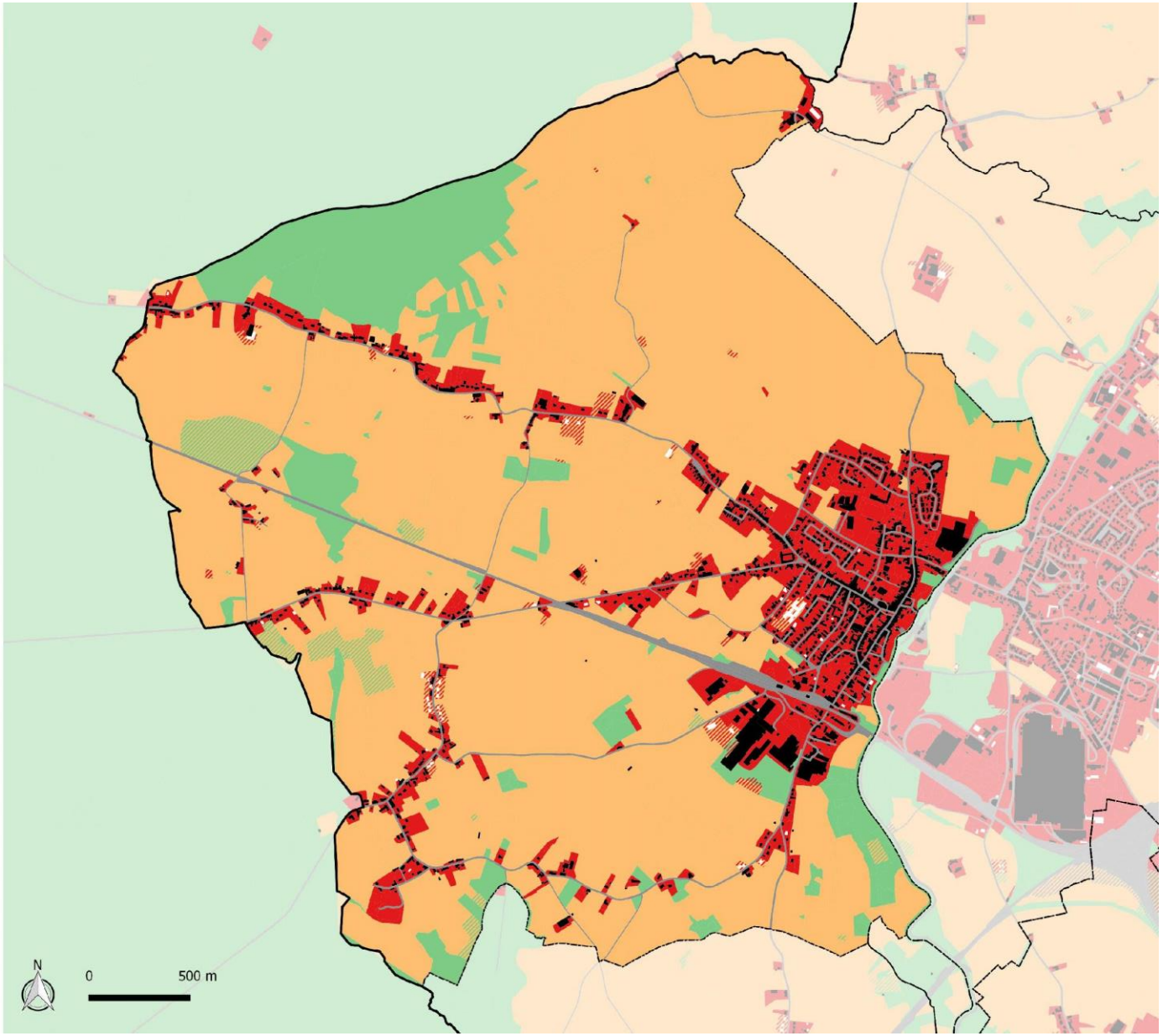
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Bersillies

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

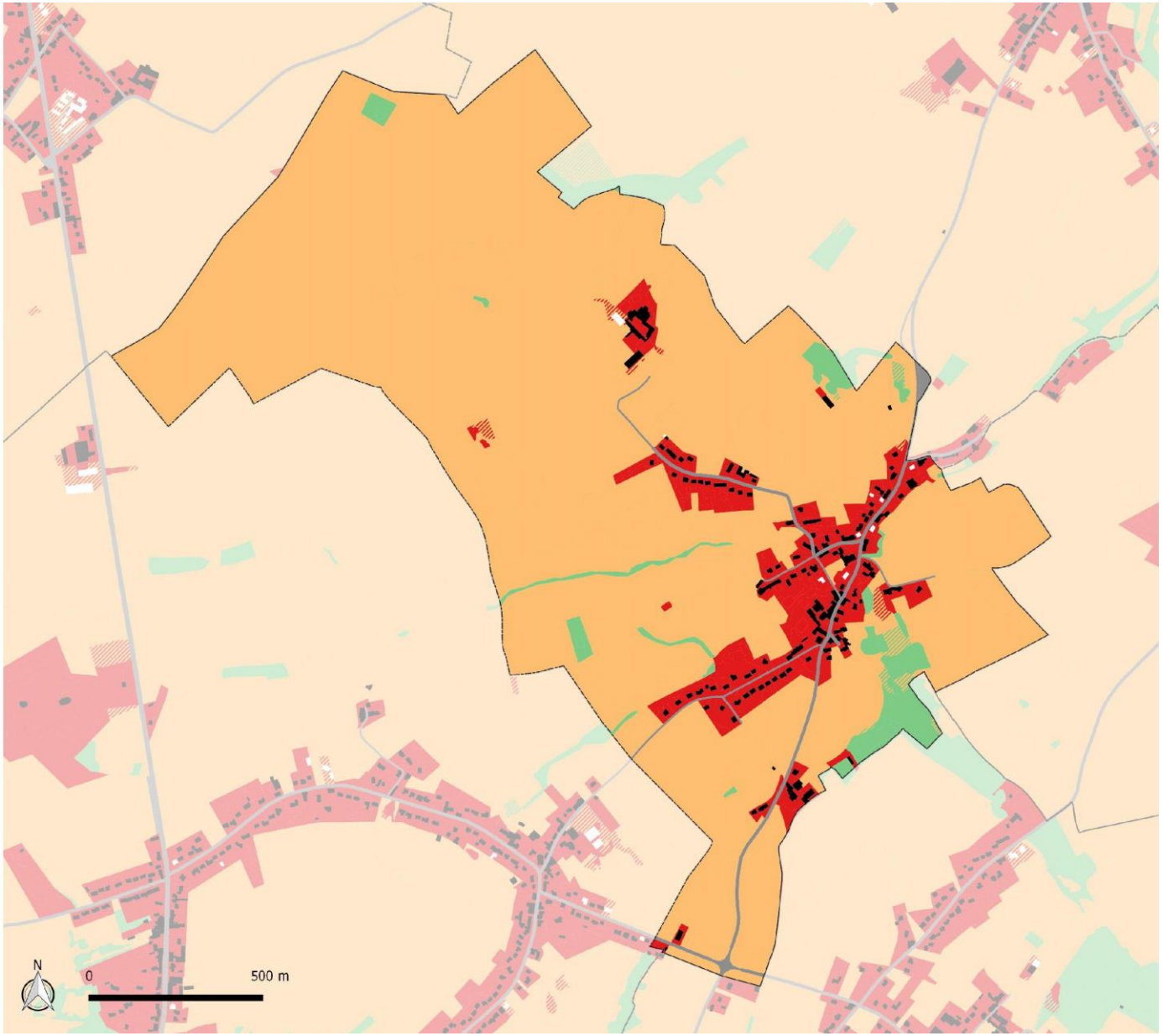
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

### Bettignies

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

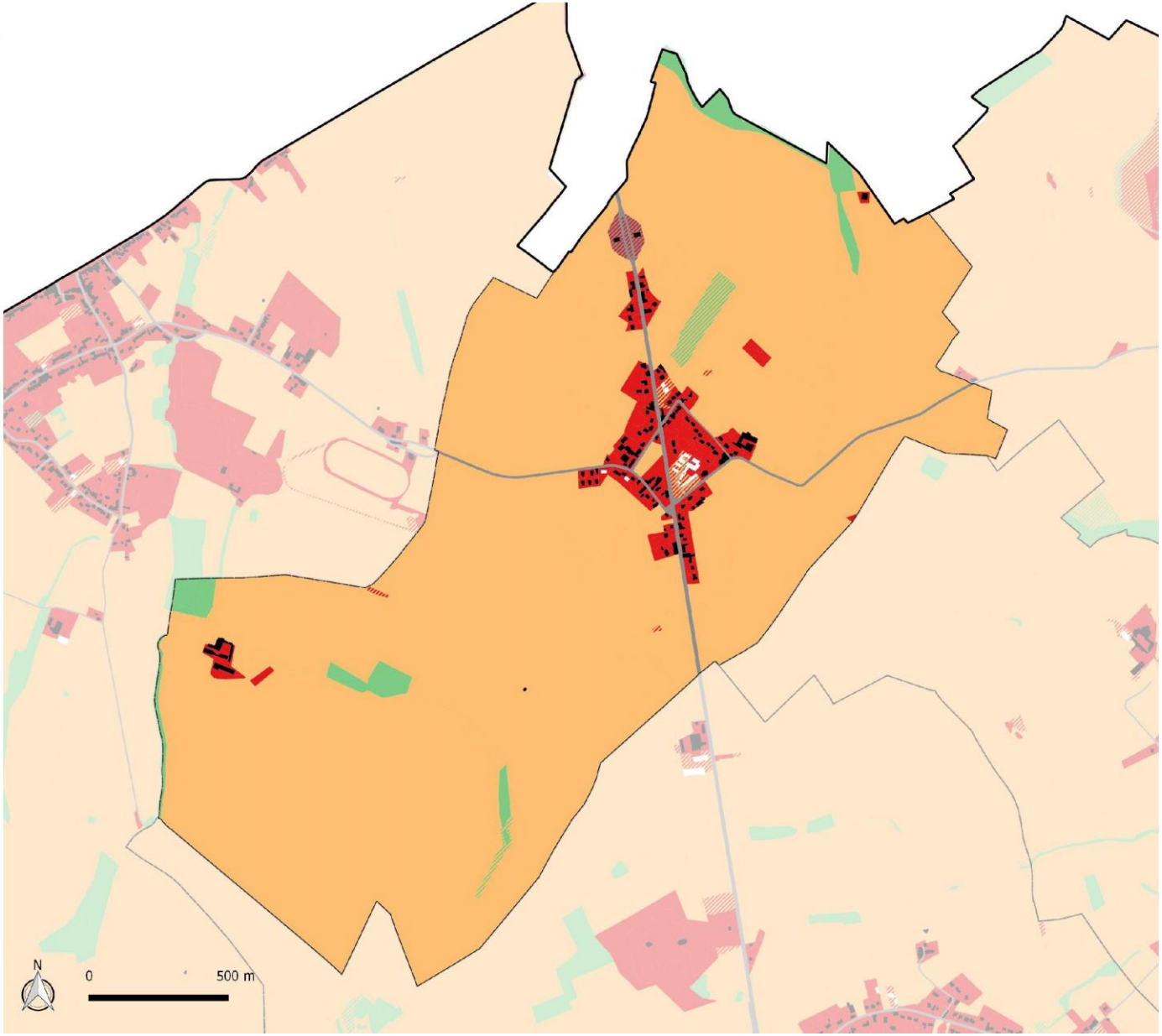
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

### Bousignies-sur-Roc

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

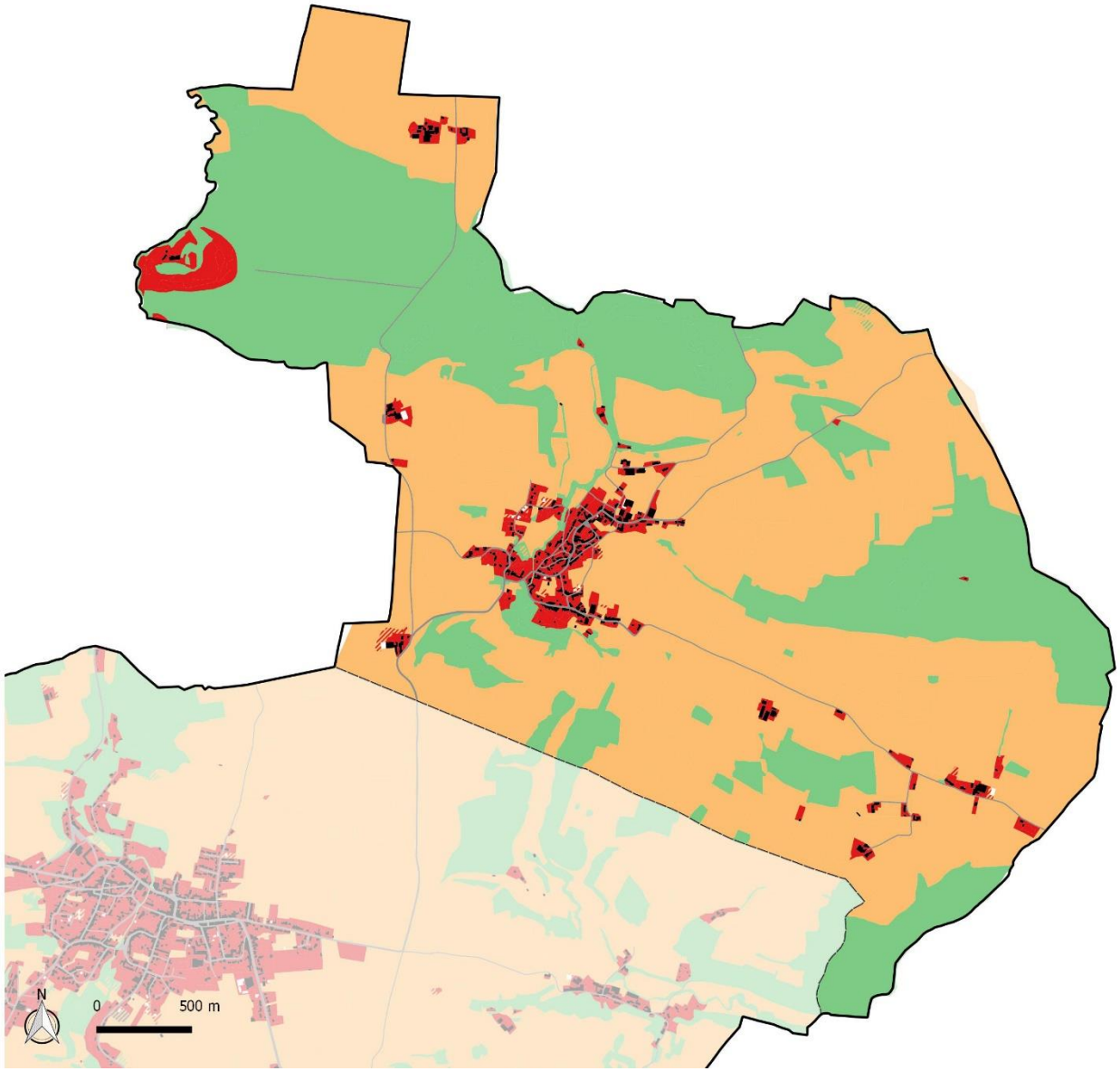
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Boussières-sur-Sambre

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

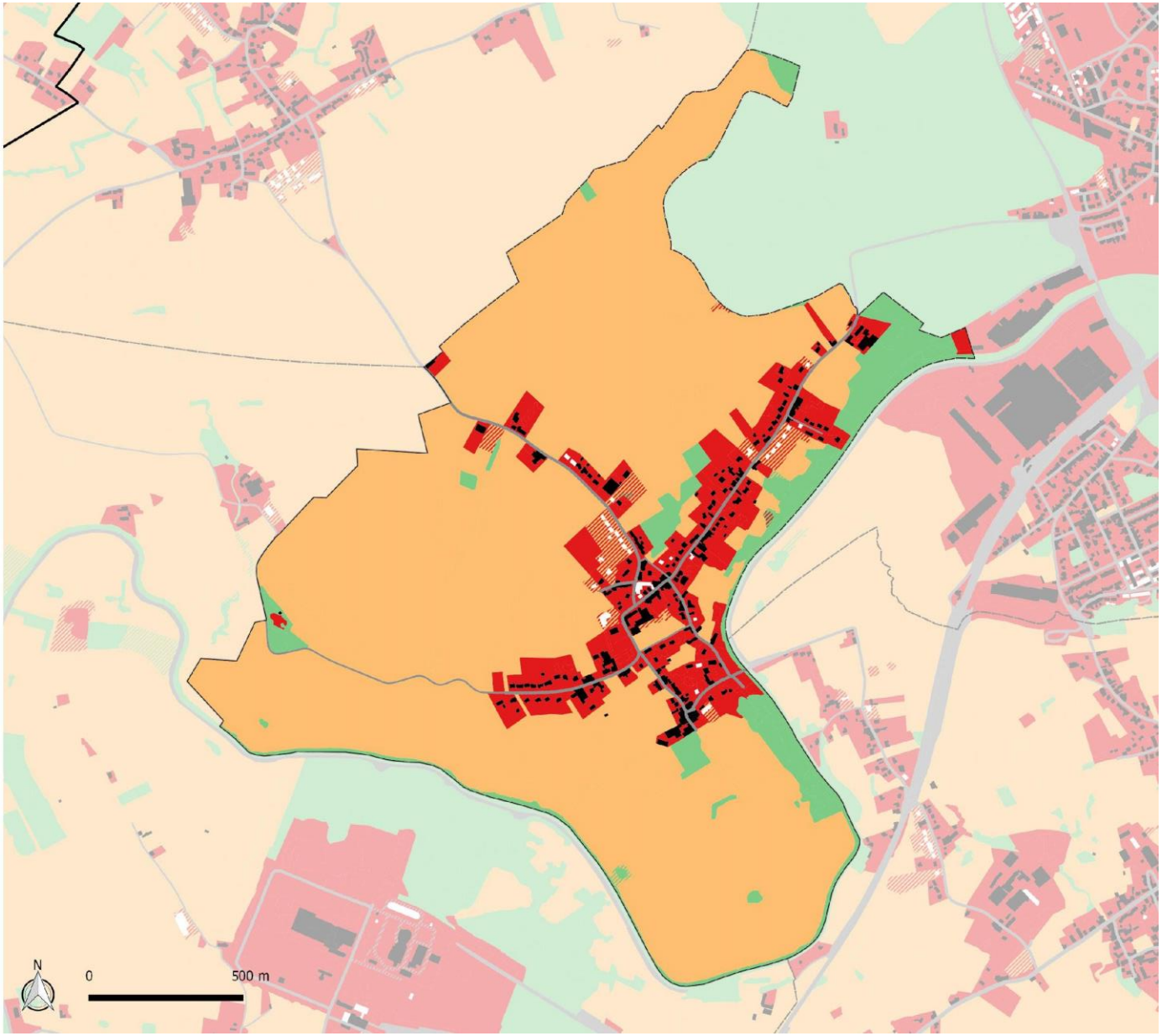
- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.



# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Boussois

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

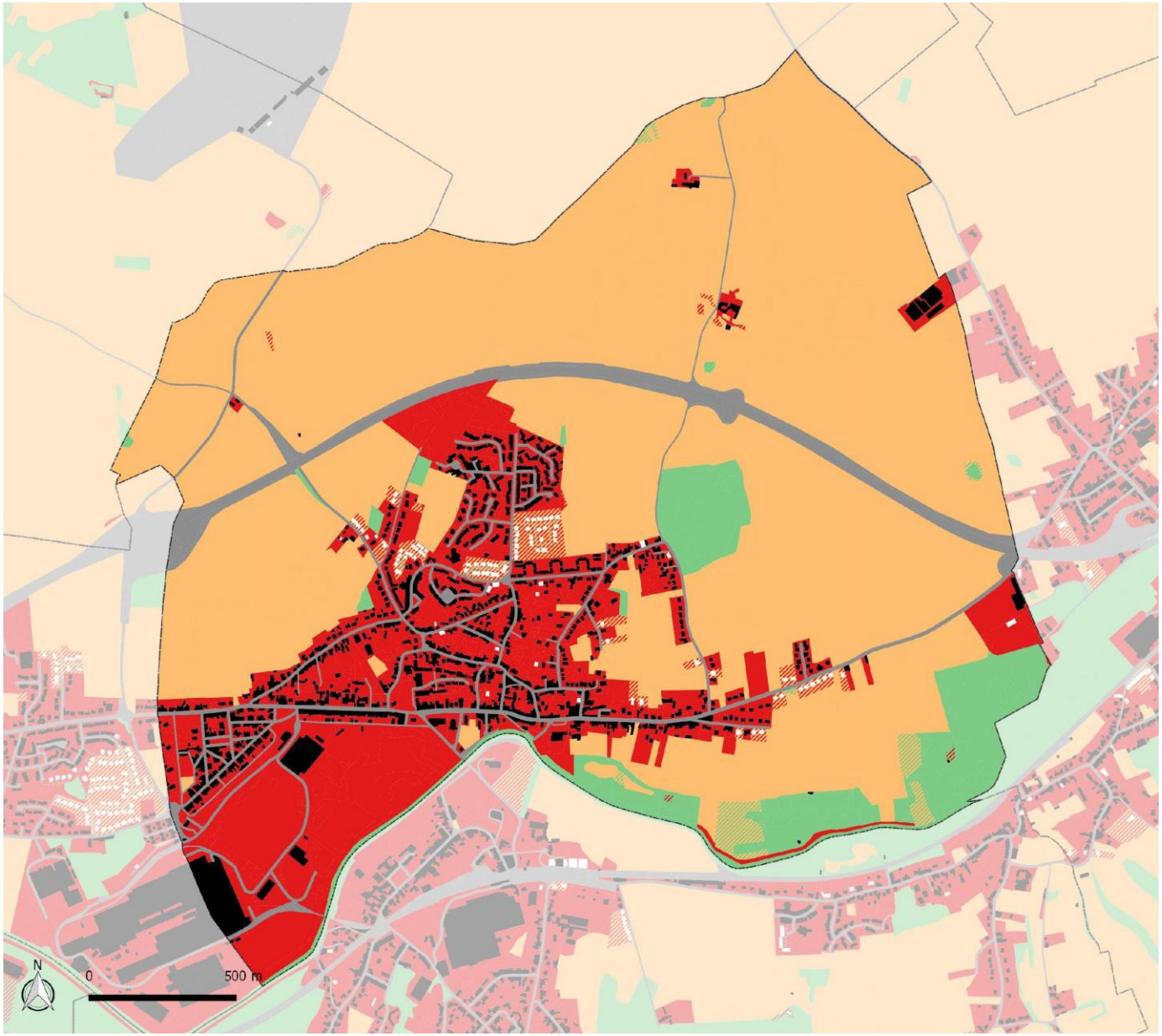
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Cerfontaine

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

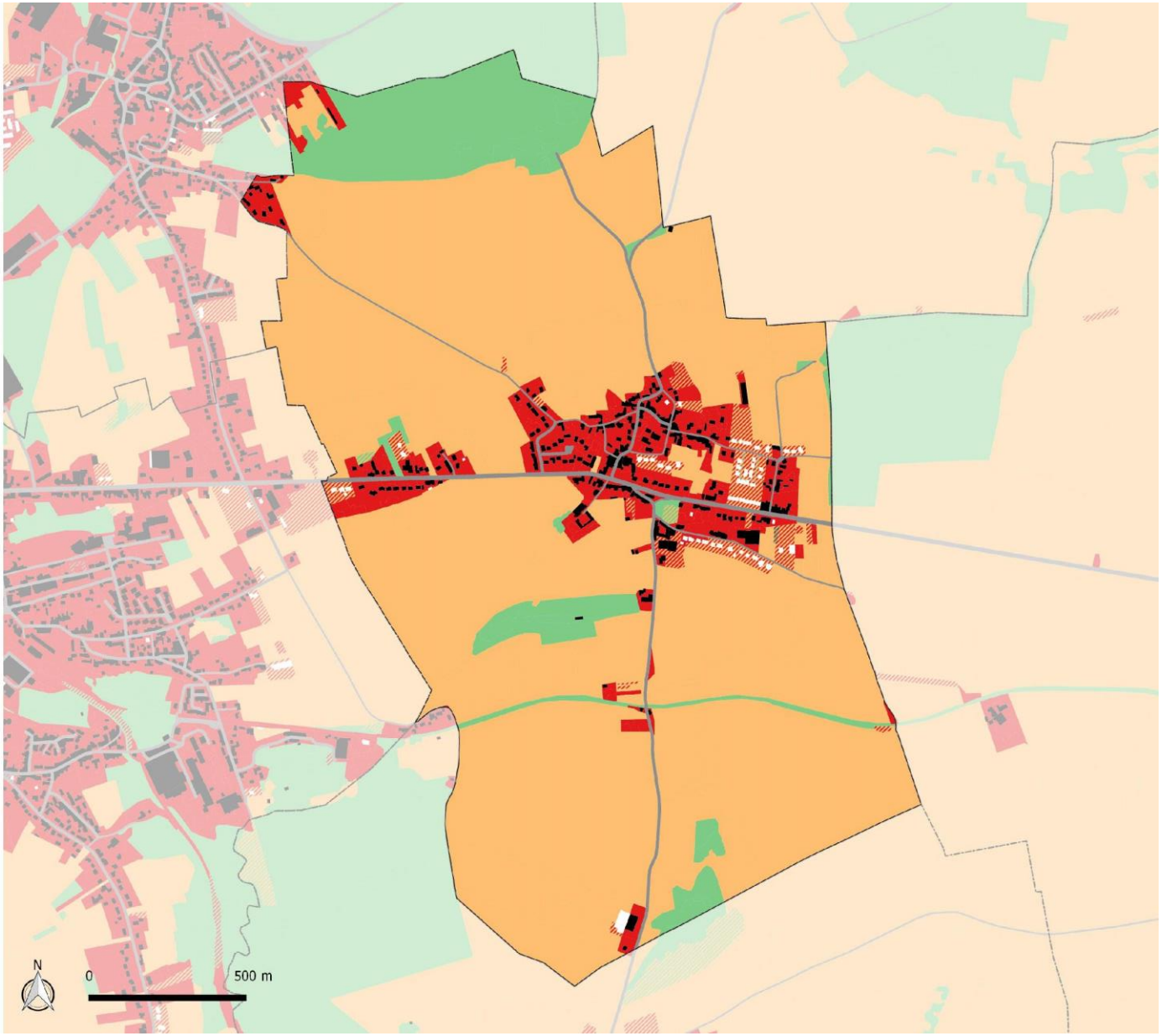
- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.



# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Colleret

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

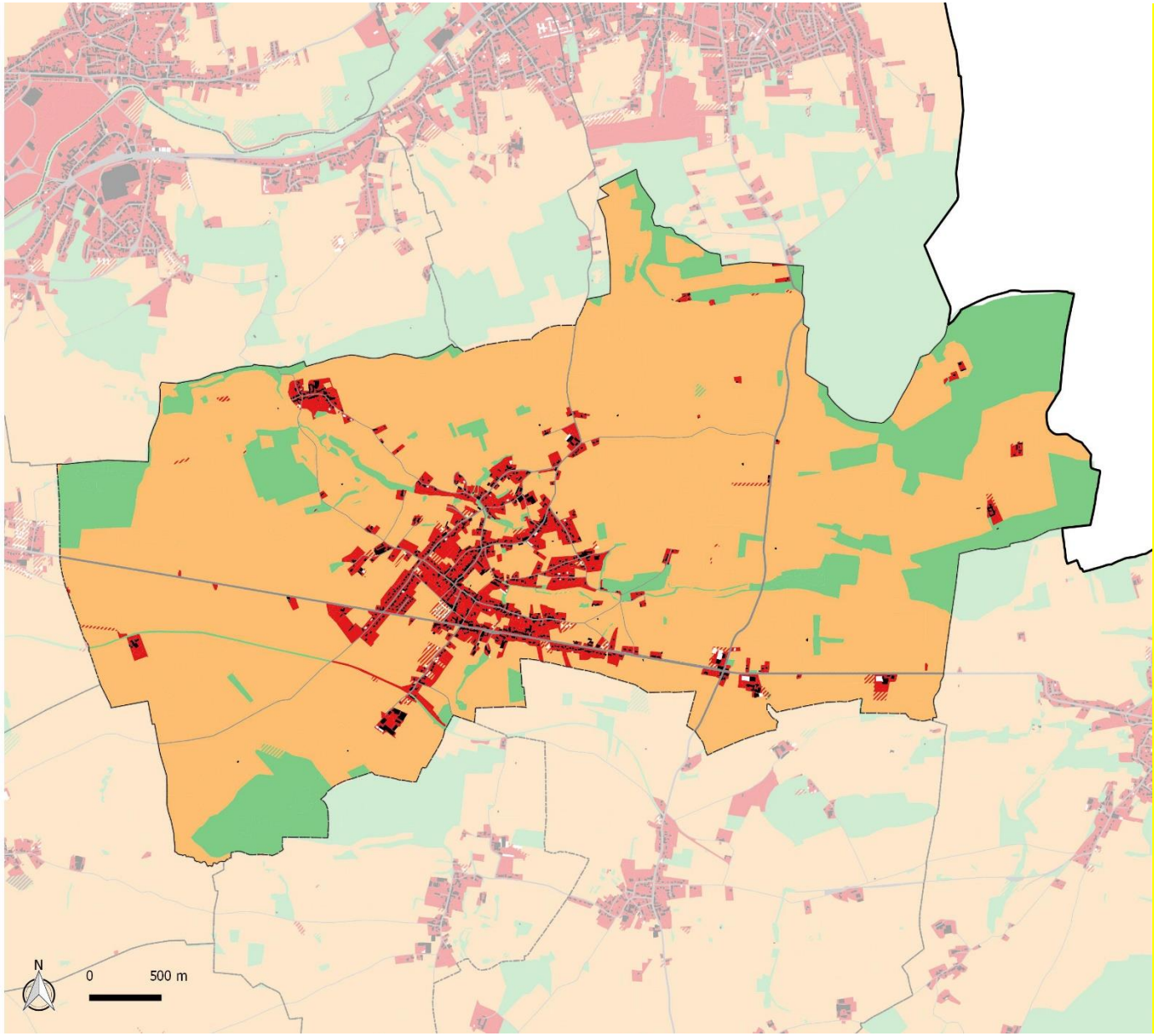
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Cousolre

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

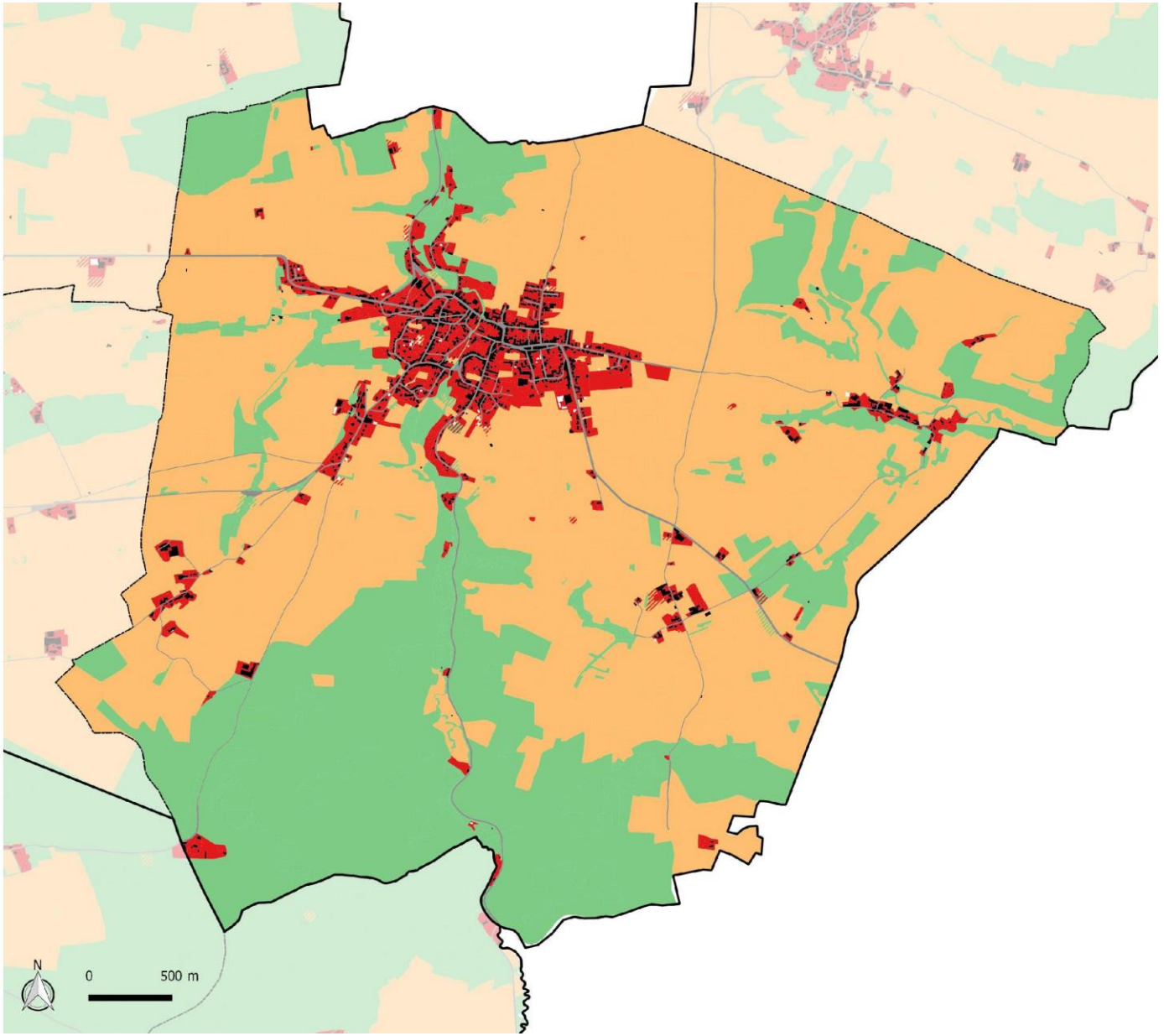
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Éclaibes

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

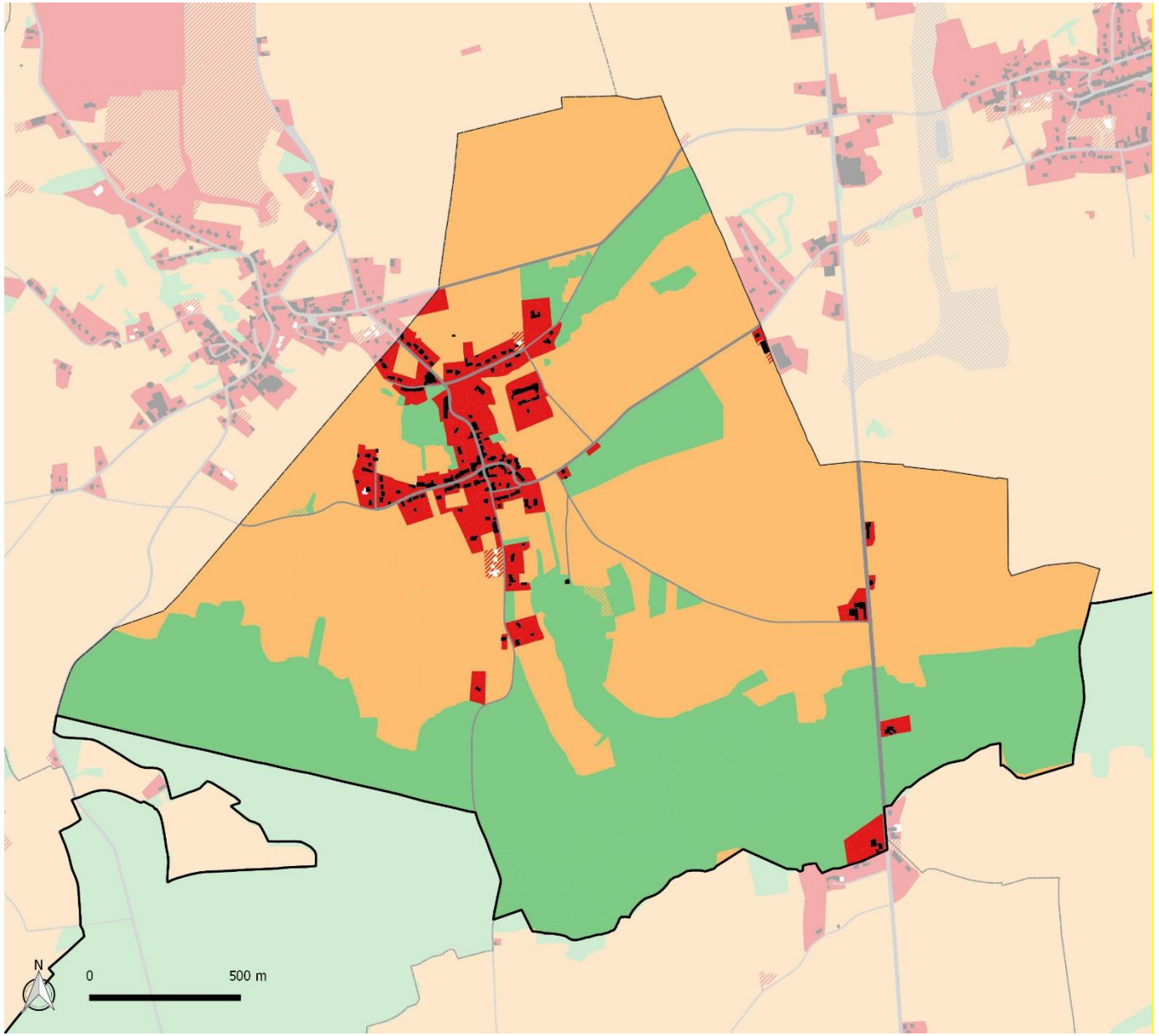
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Écuélin

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

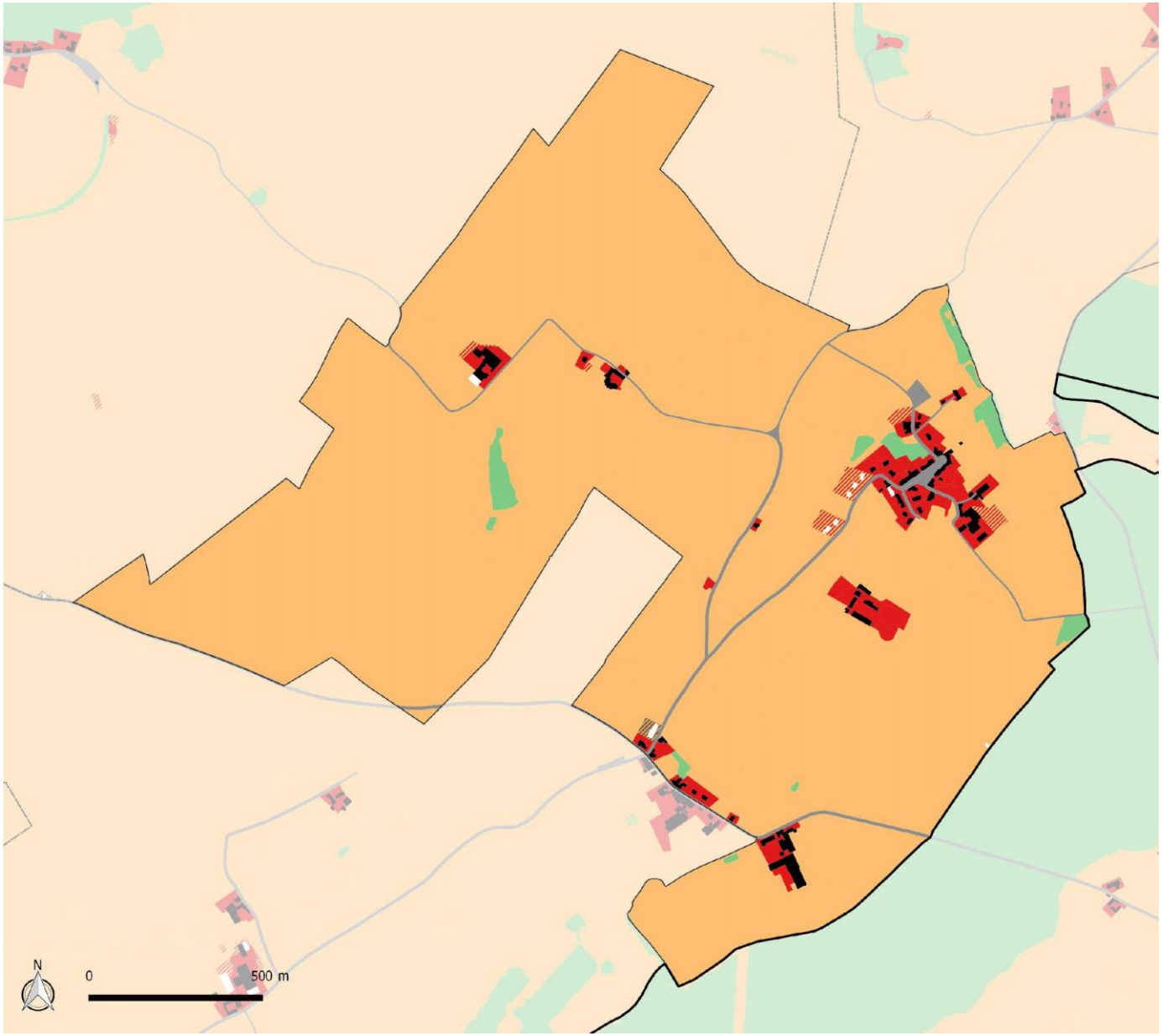
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Élesmes

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

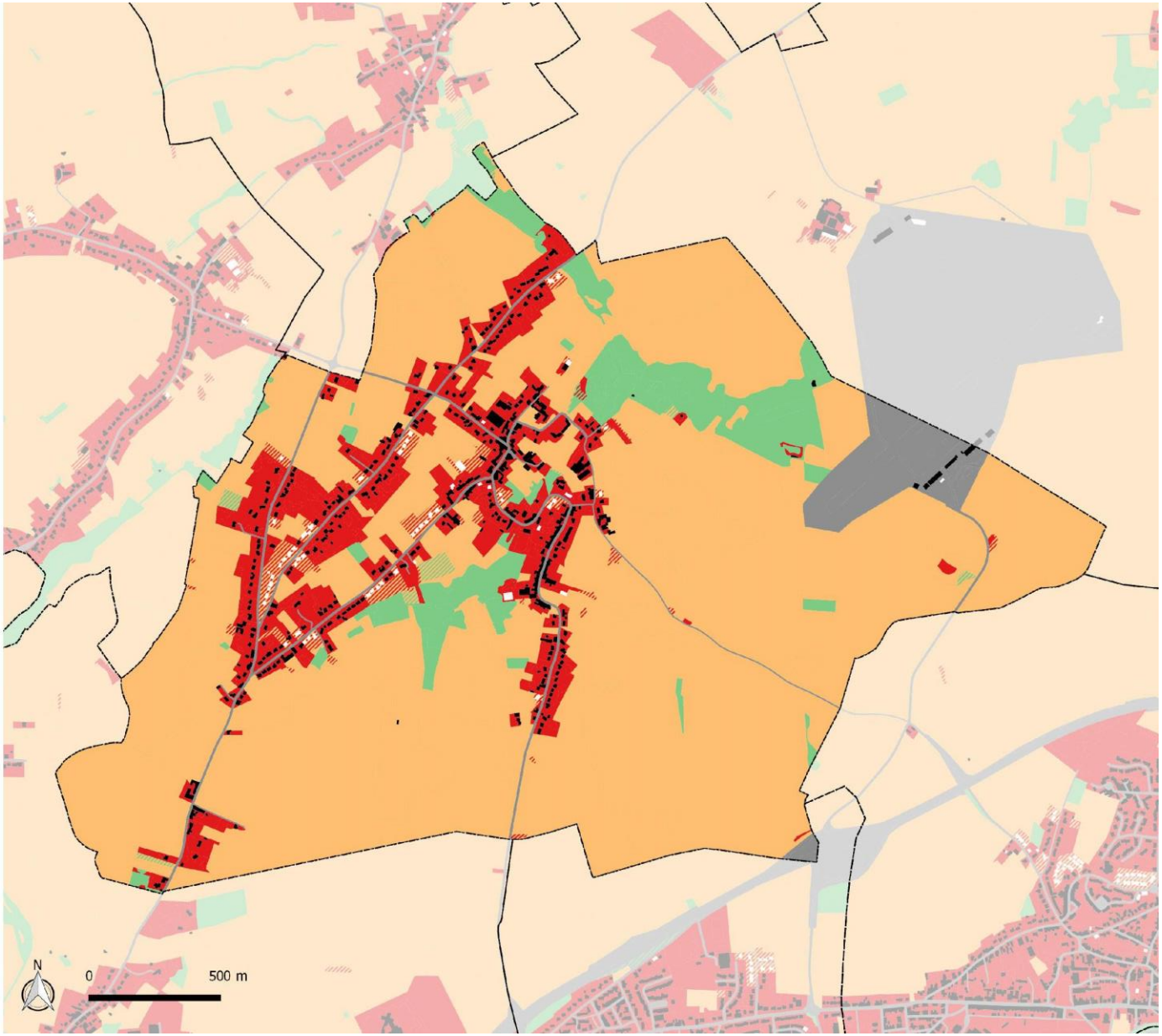
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Feignies

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

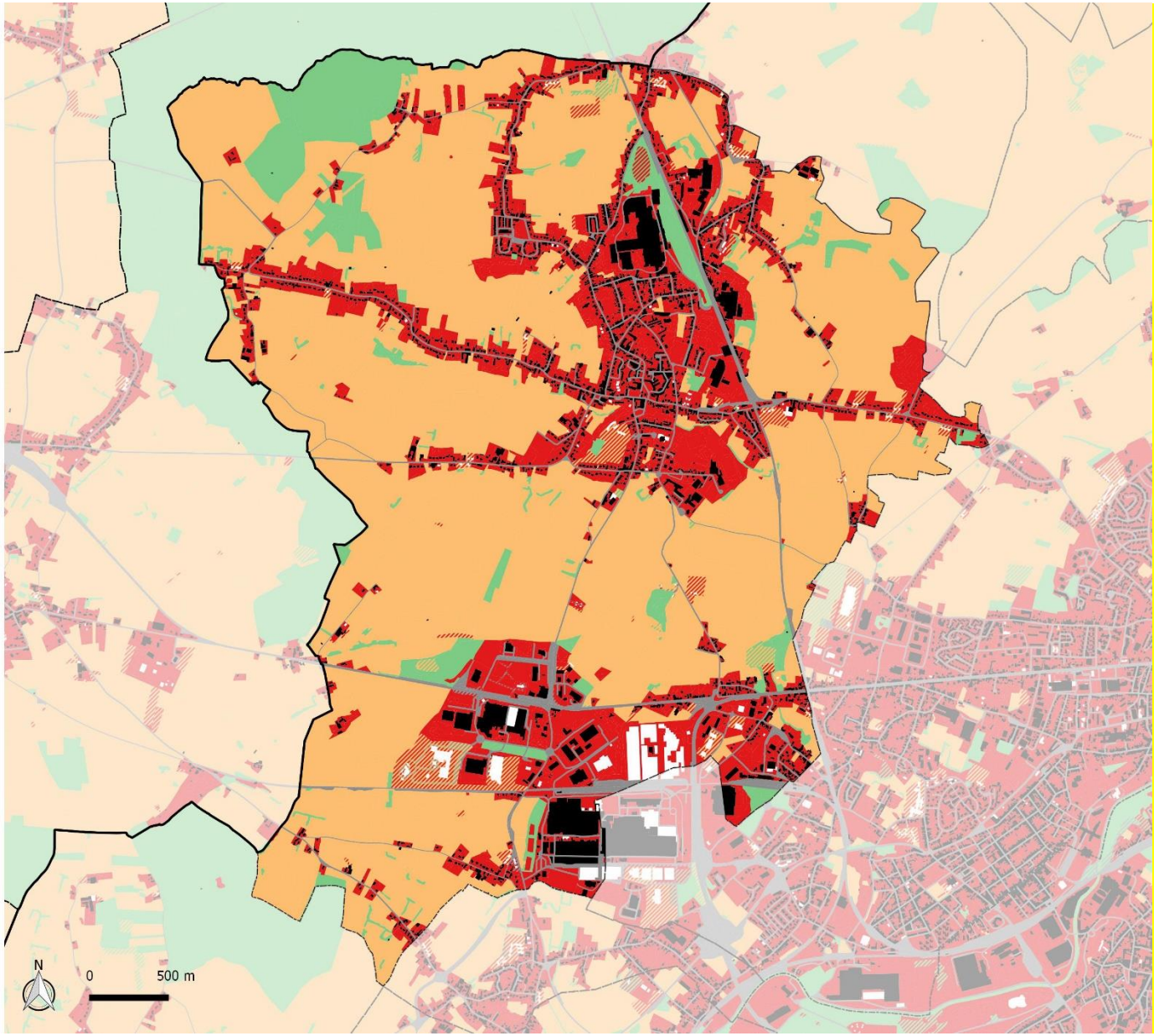
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Ferrière-la-Grande

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

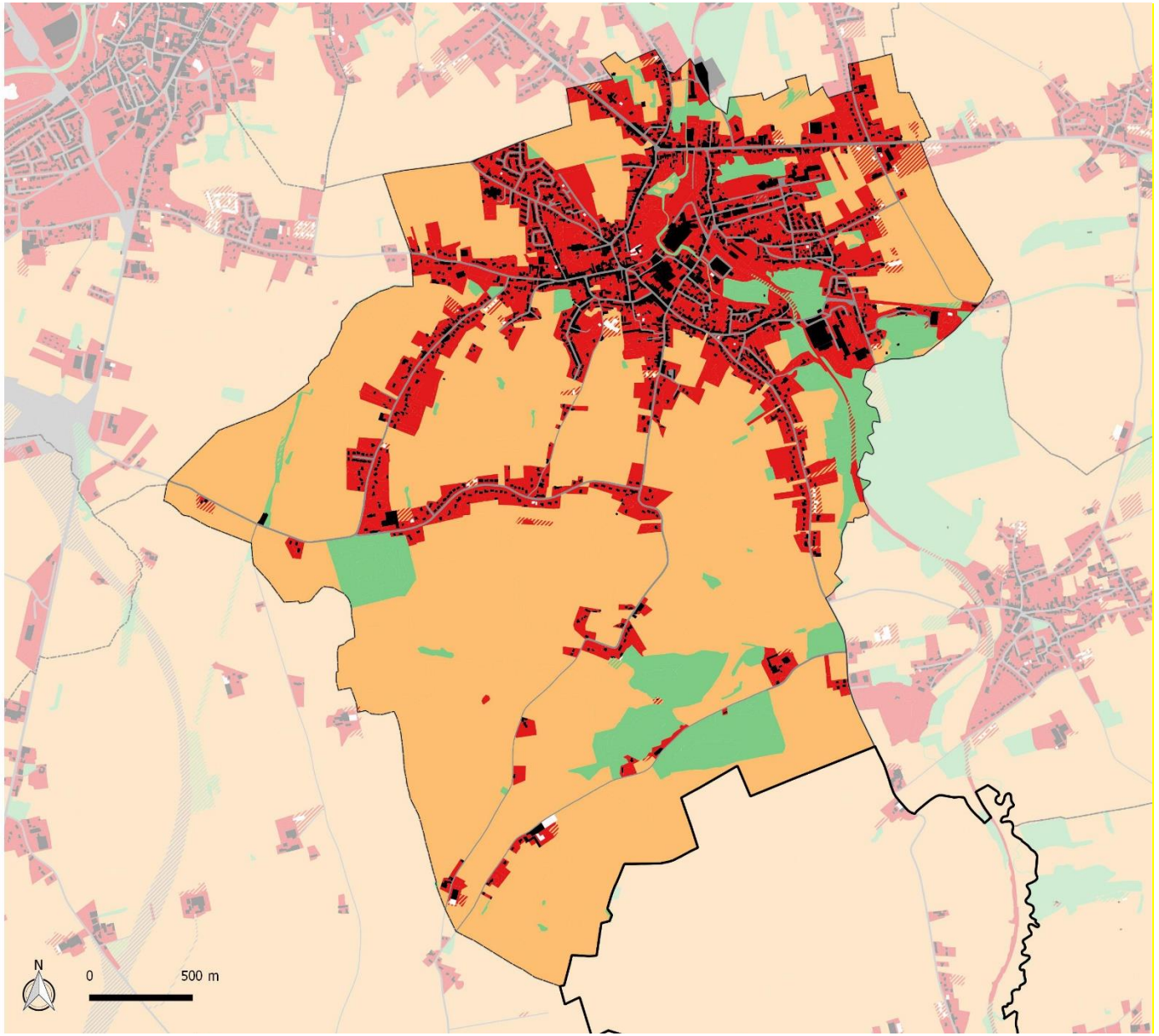
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Ferrière-la-Petite

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

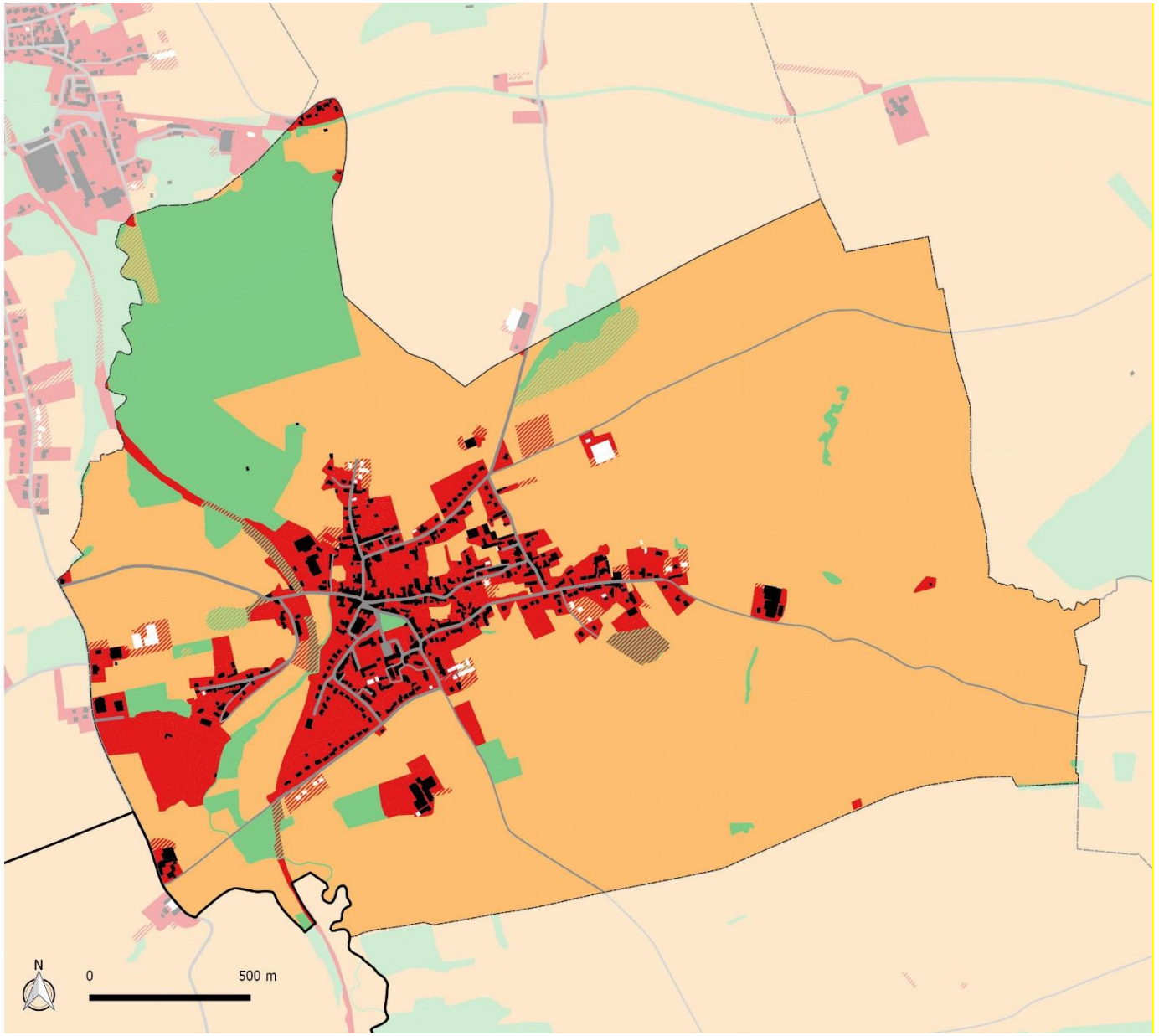
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

### Gognies-Chaussée

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

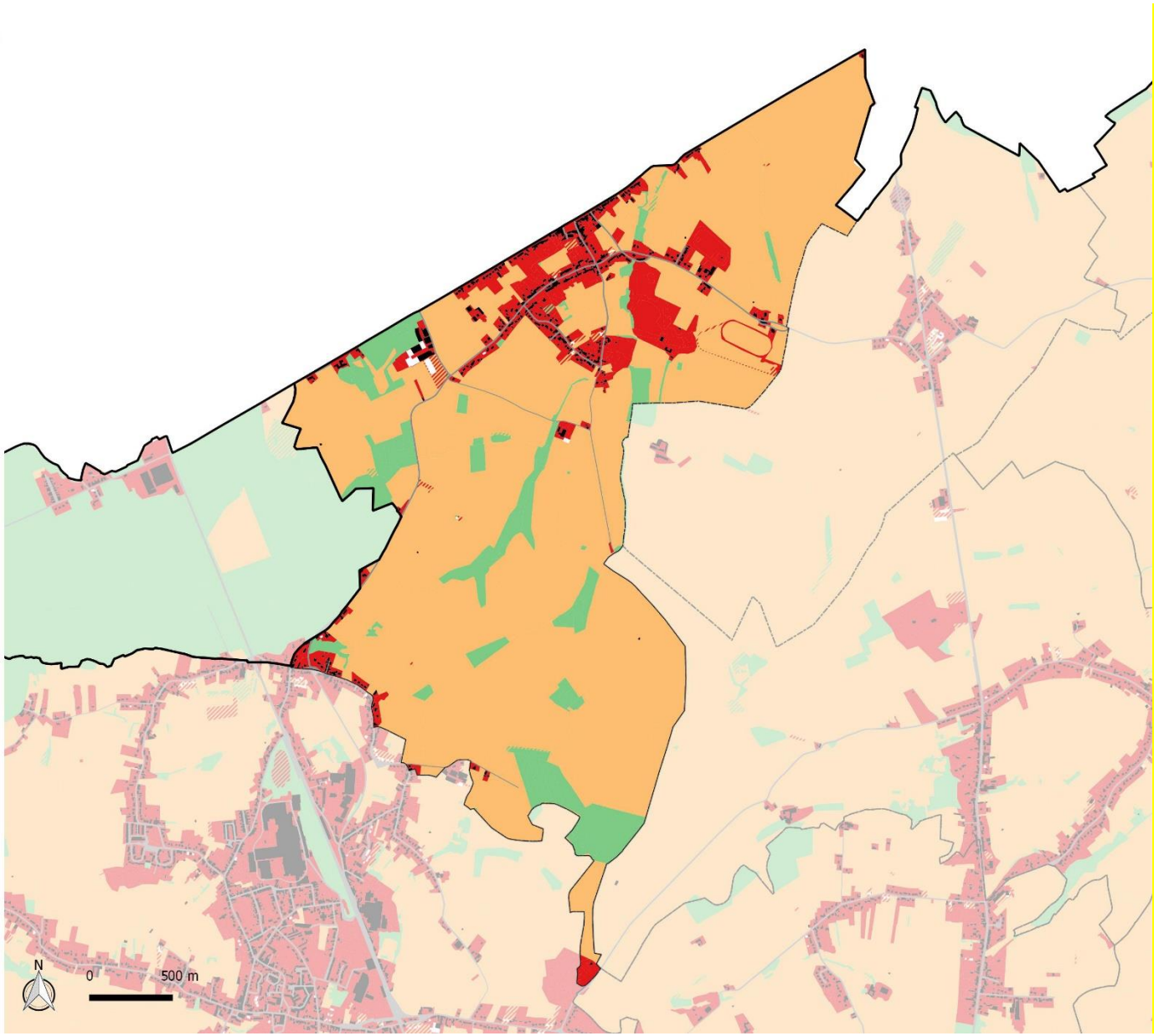
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

### Hautmont

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

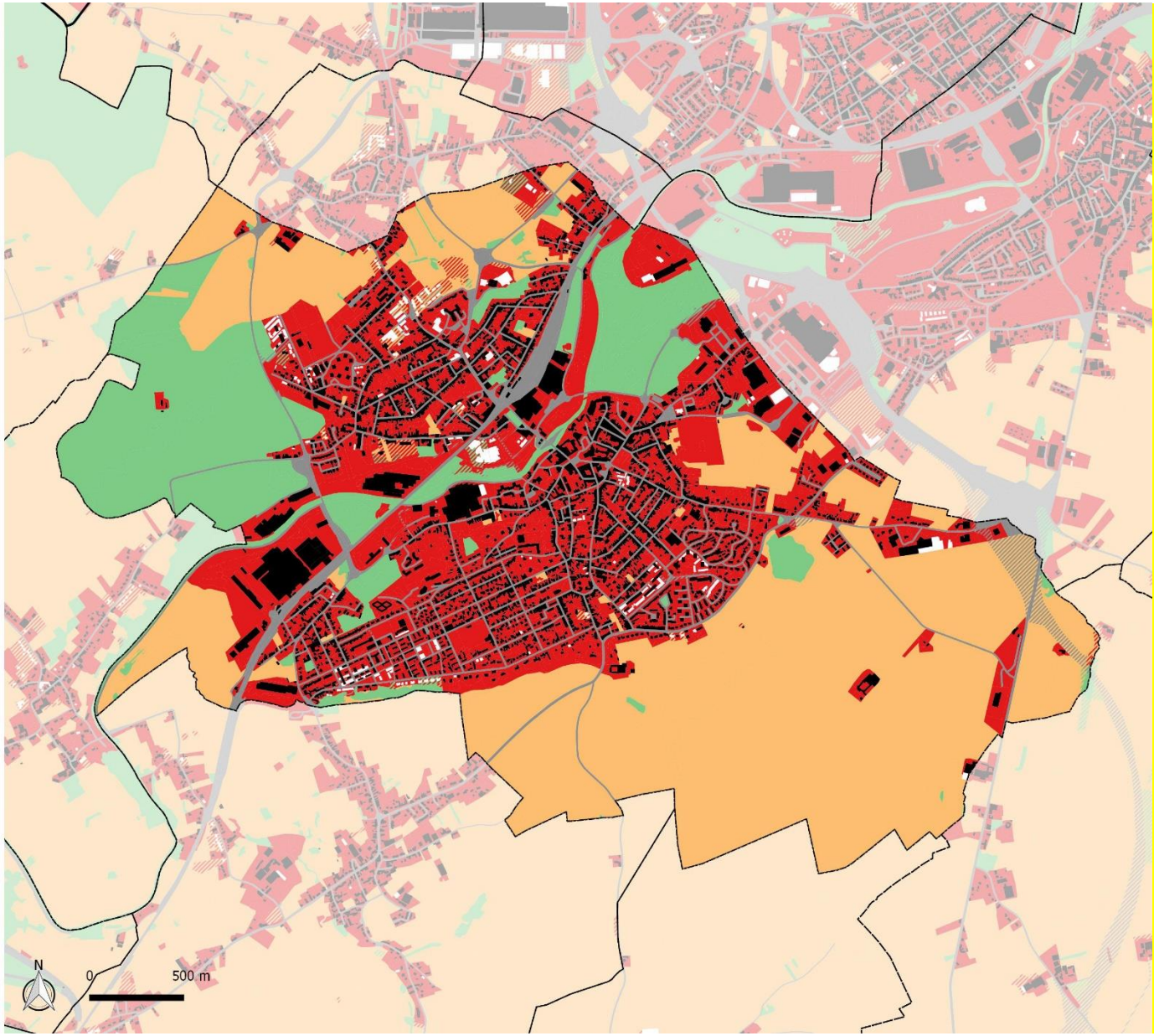
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

### Jeumont

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

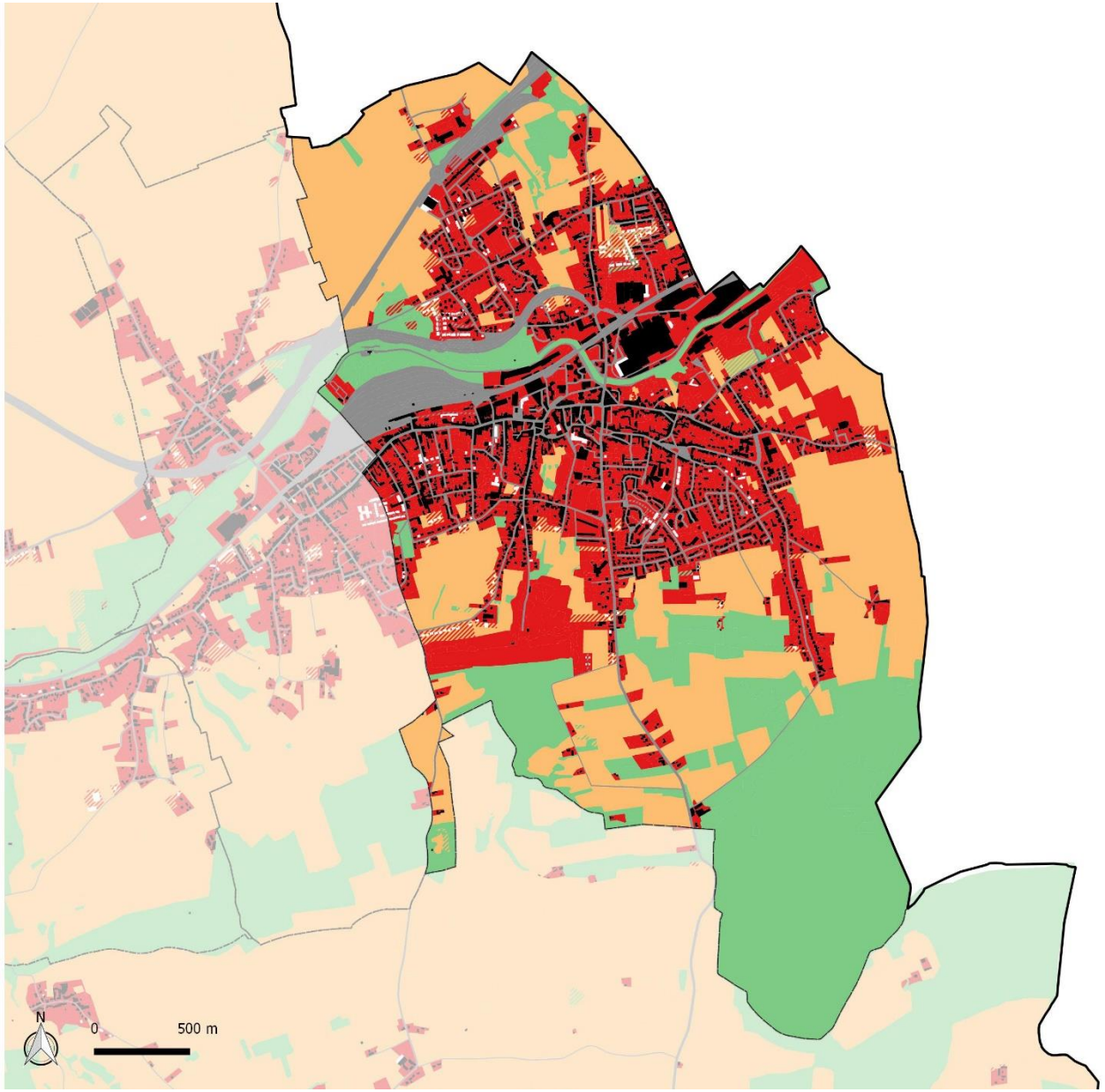
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Leval

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

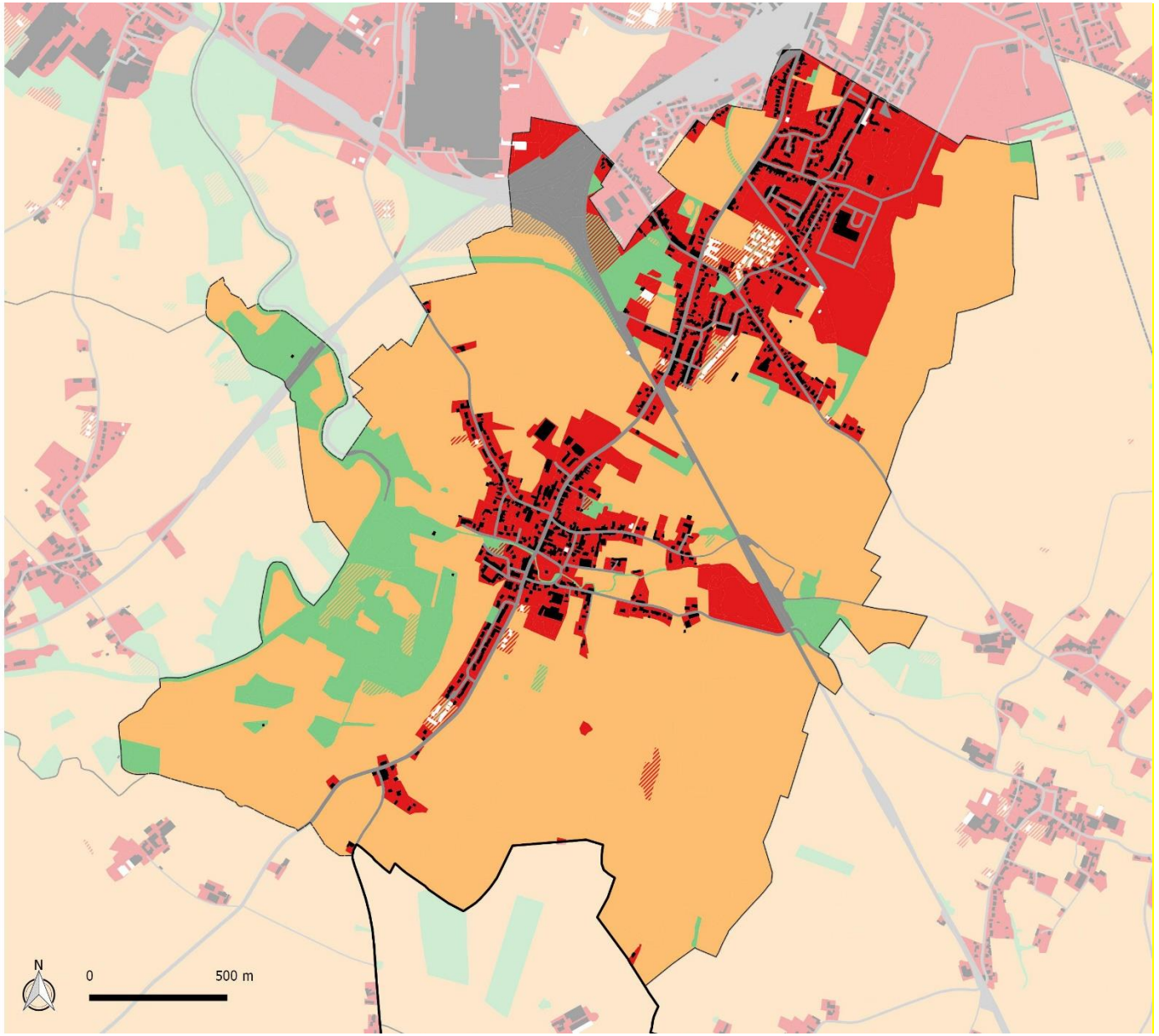
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Limont-Fontaine

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

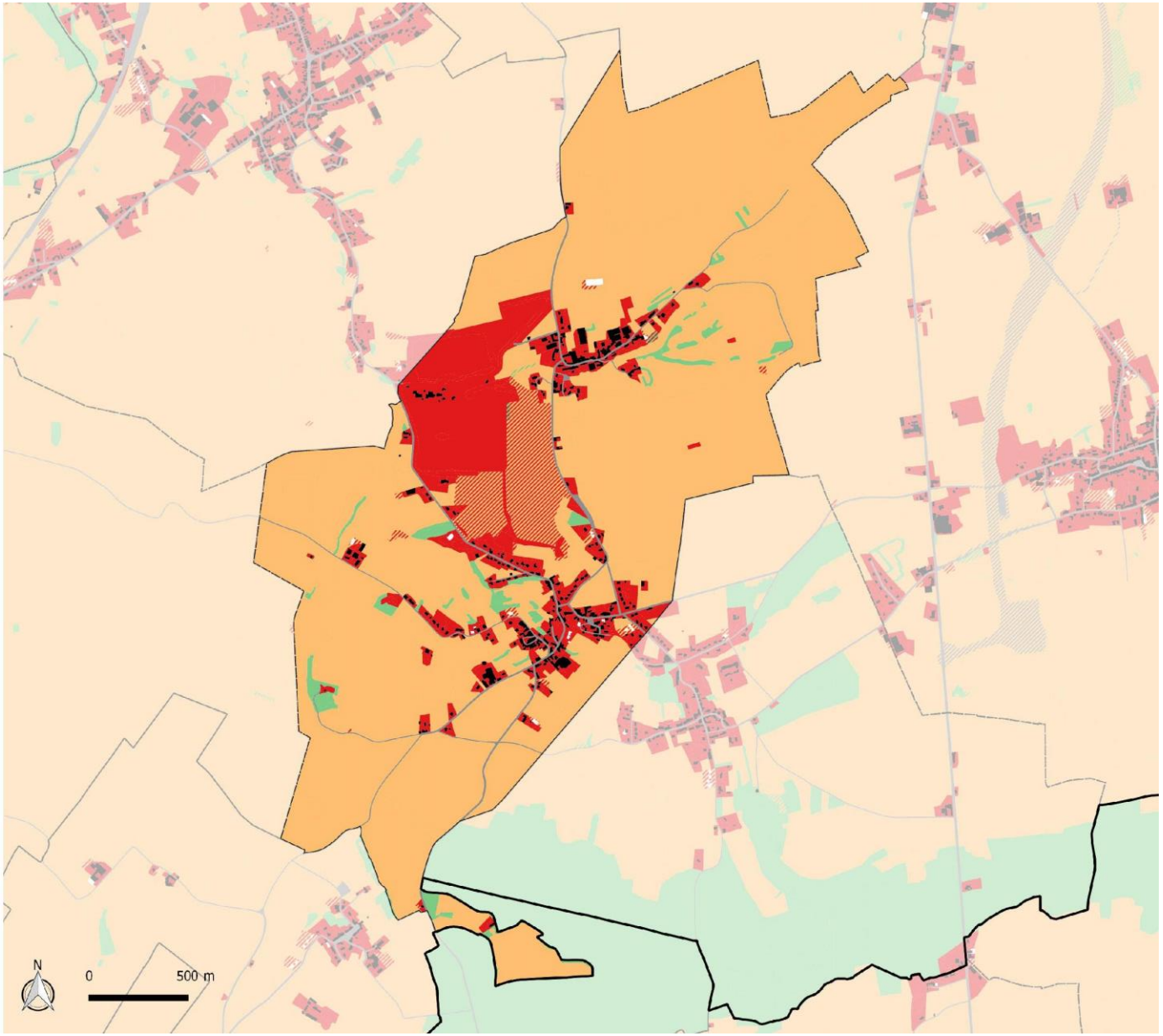
- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.



# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Louvroil

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

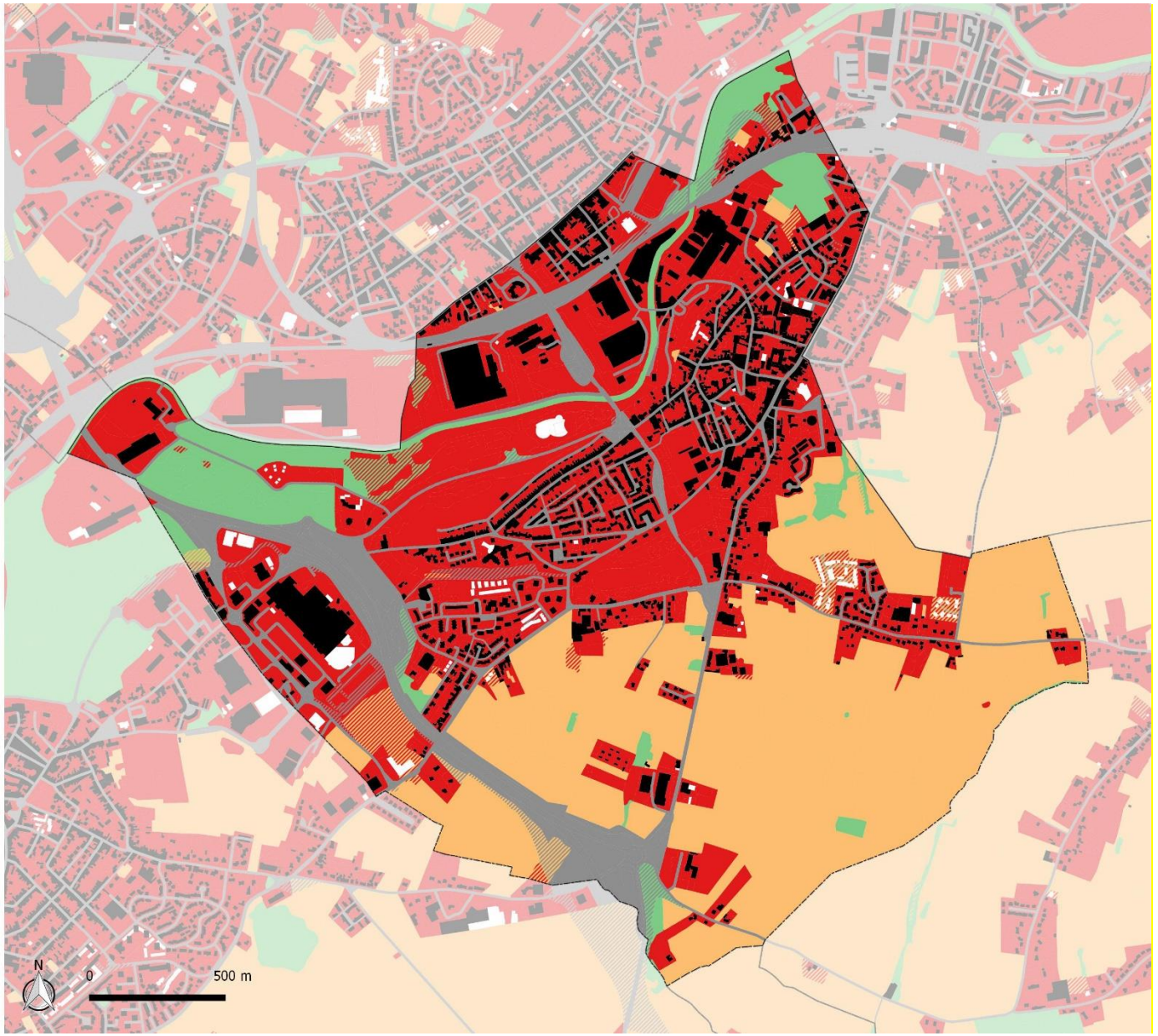
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Mairieux

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

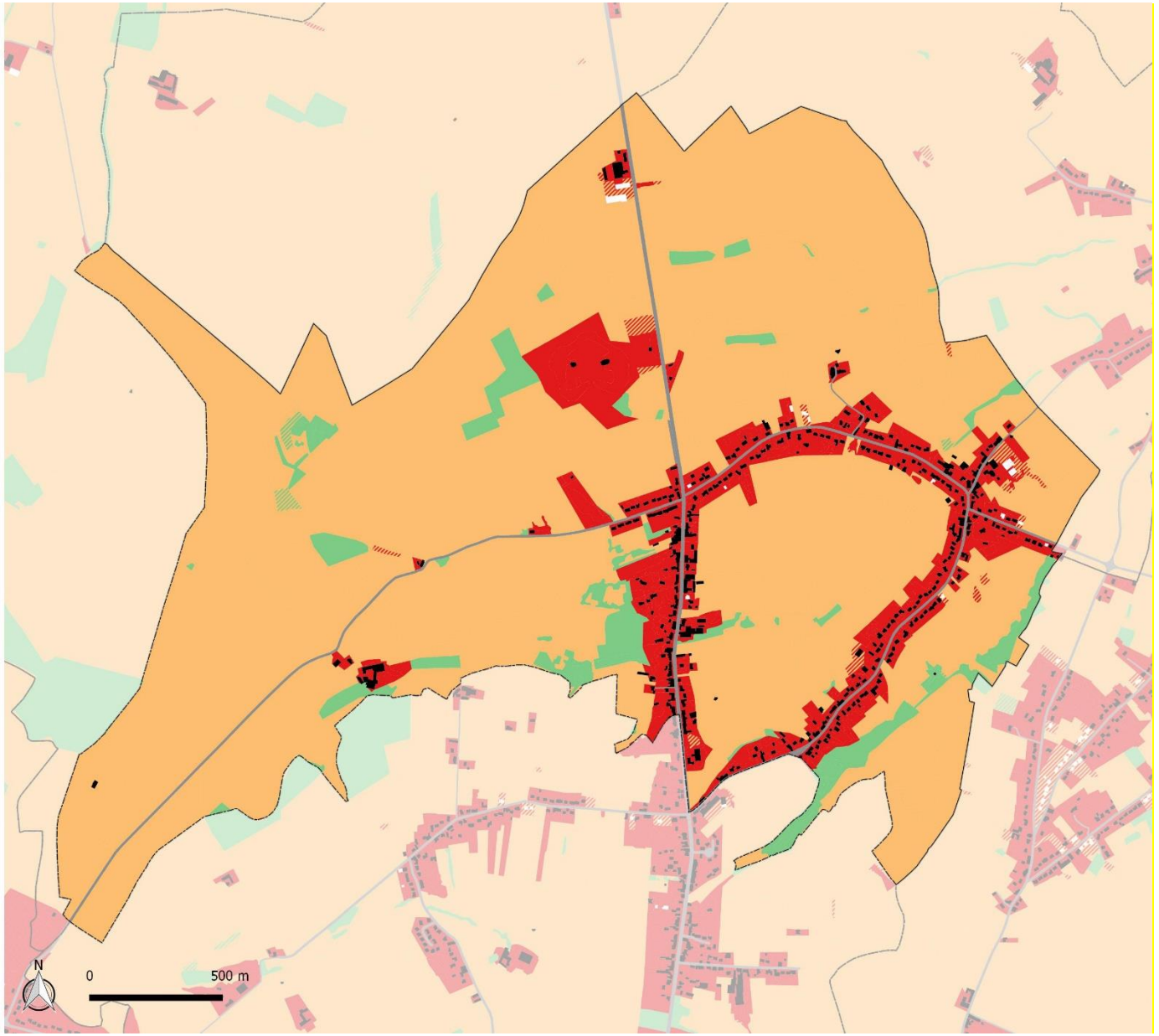
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Marpent

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

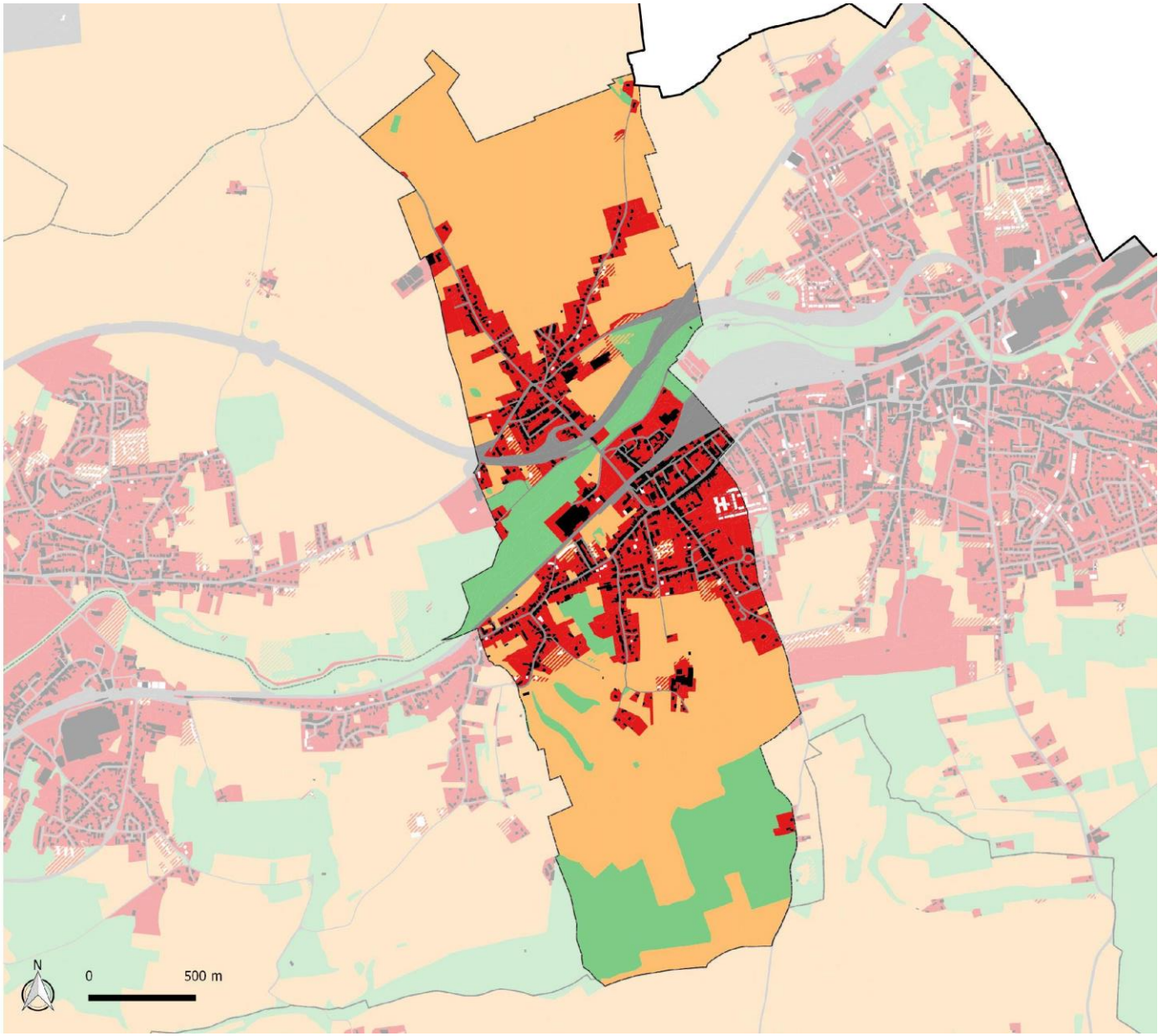
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

### Maubeuge

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

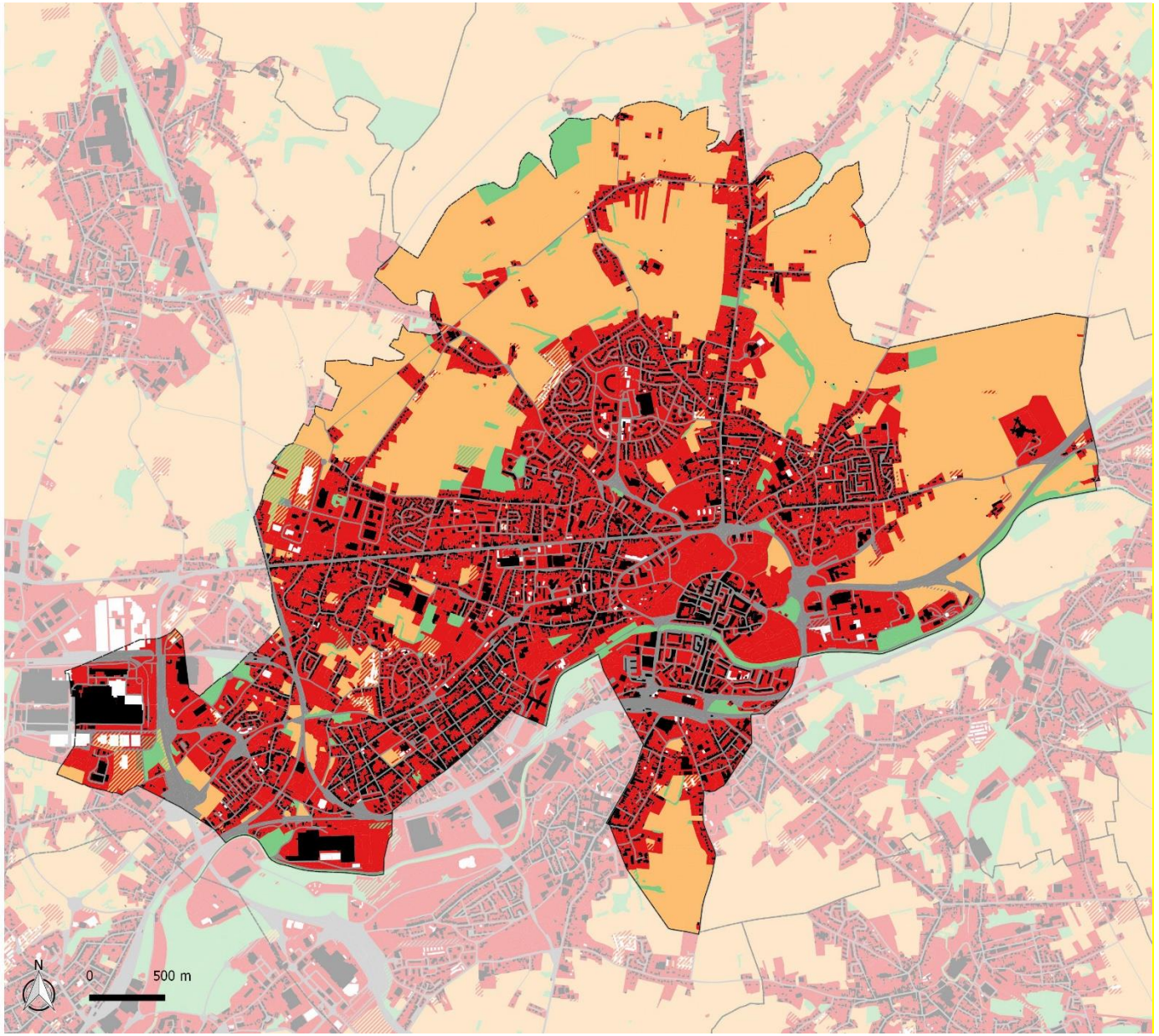
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Monceau-Saint-Waast

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

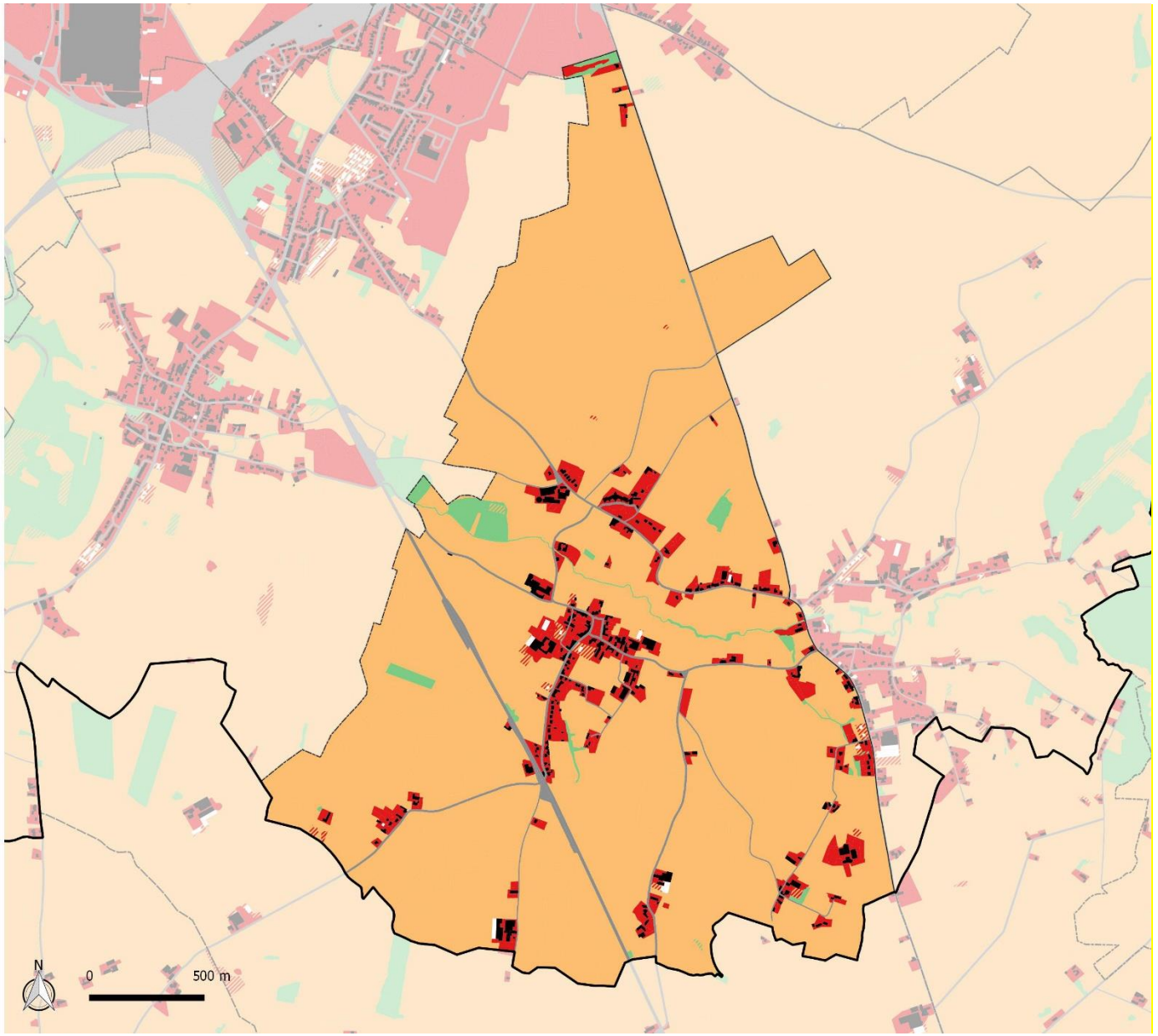
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Neuf-Mesnil

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

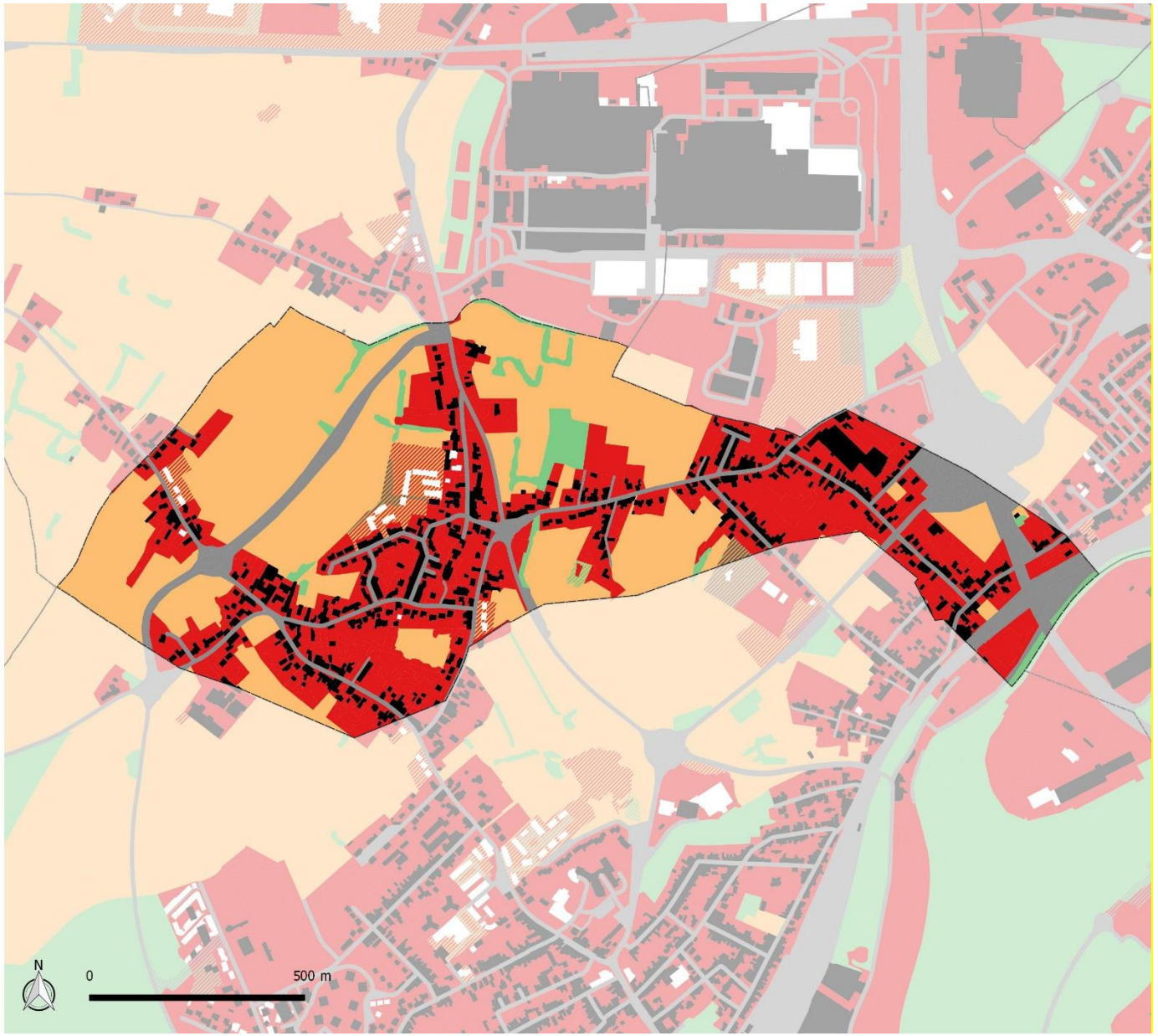
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Noyelles-sur-Sambre

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

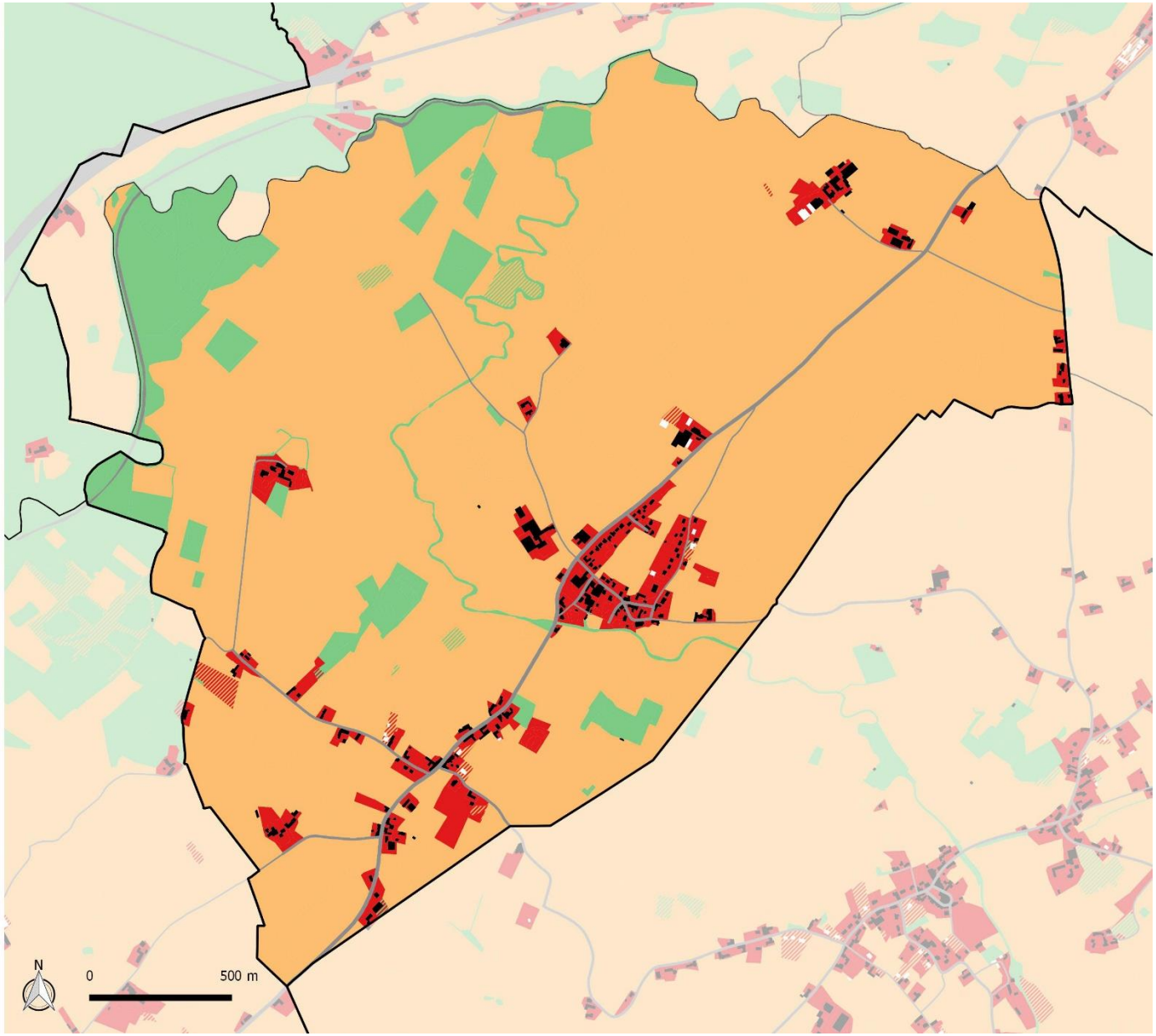
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Obrechies

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

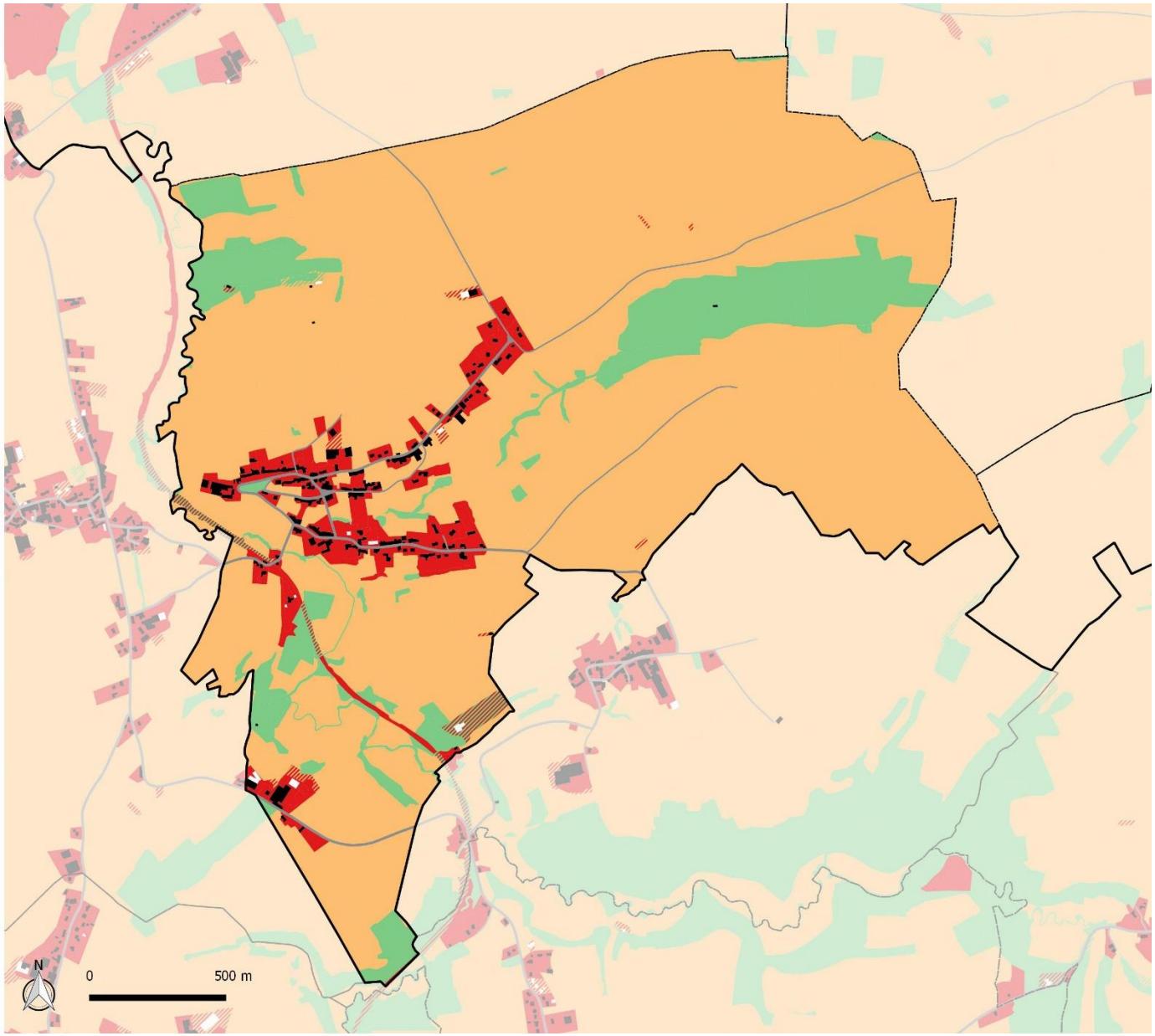
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Pont-sur-Sambre

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

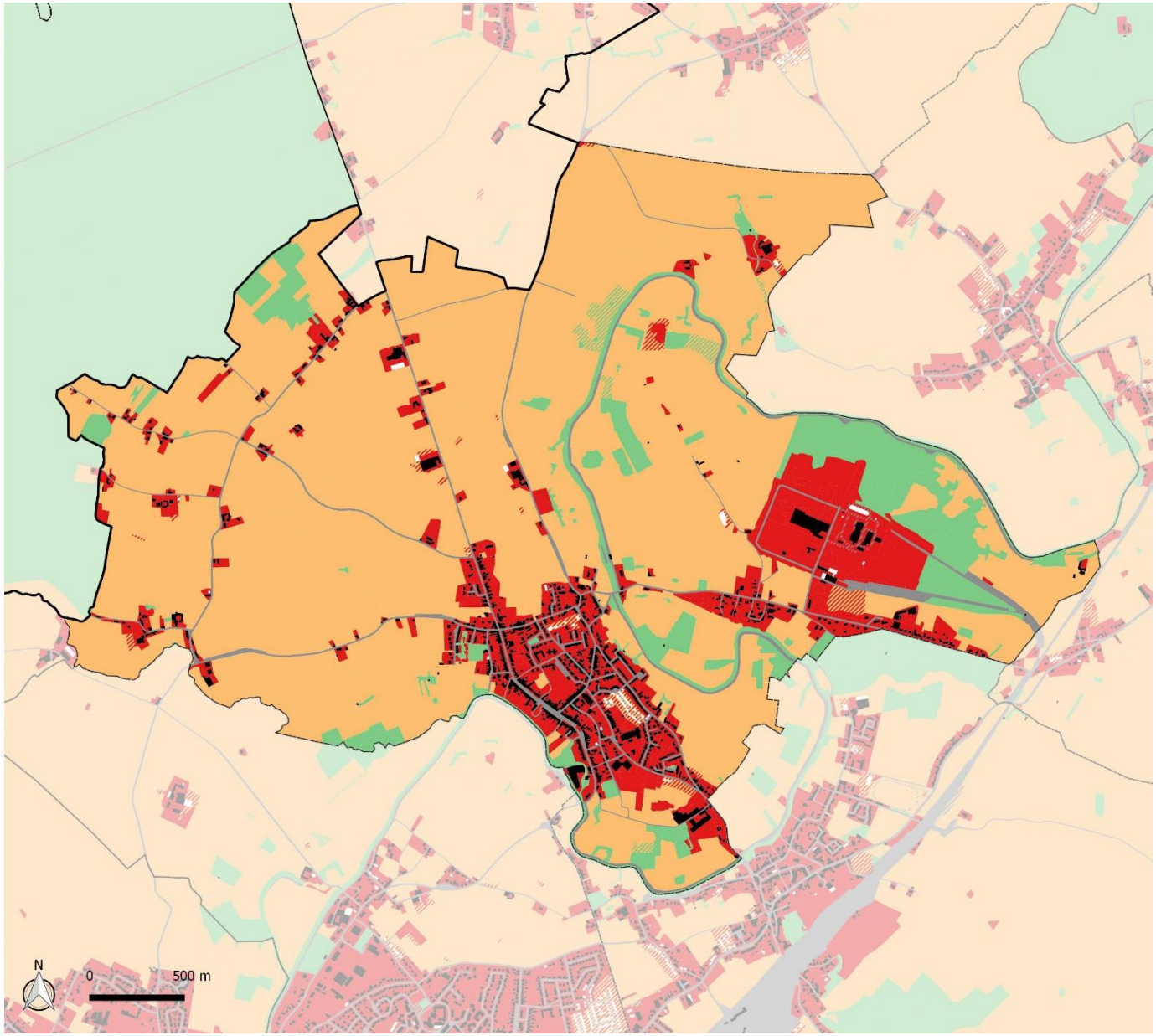
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Quiévelon

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

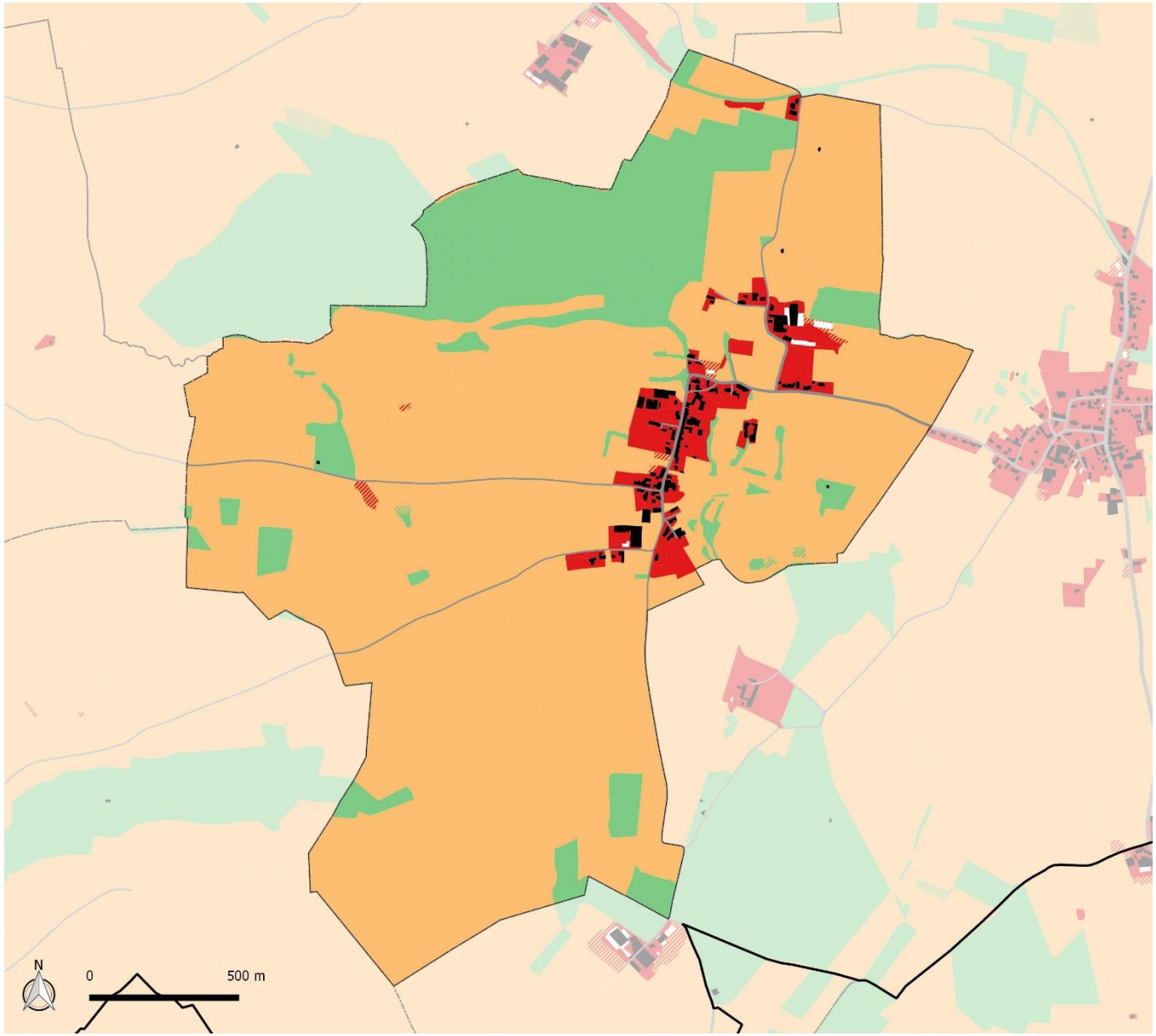
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Recquignies

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

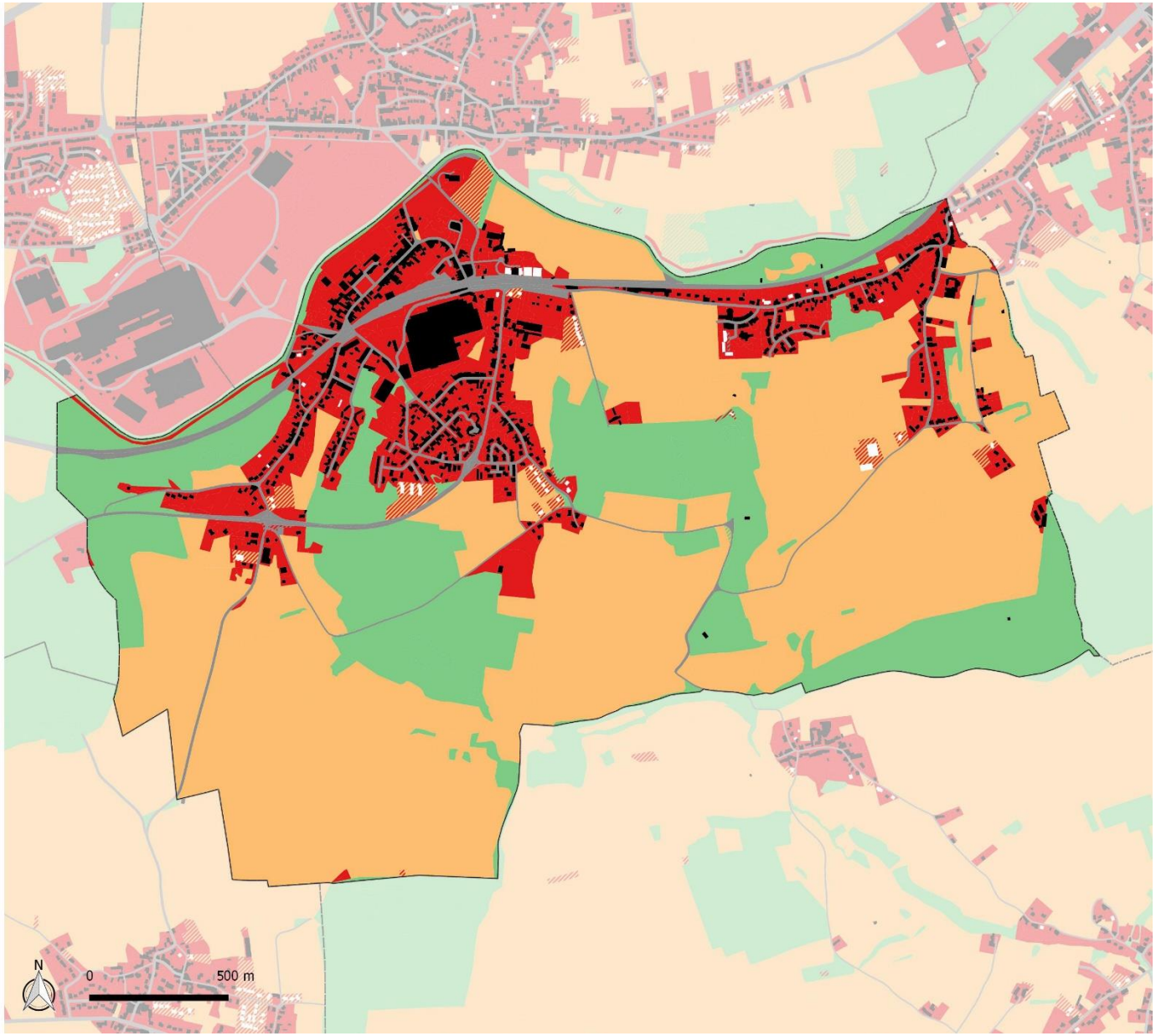
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Rousies

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

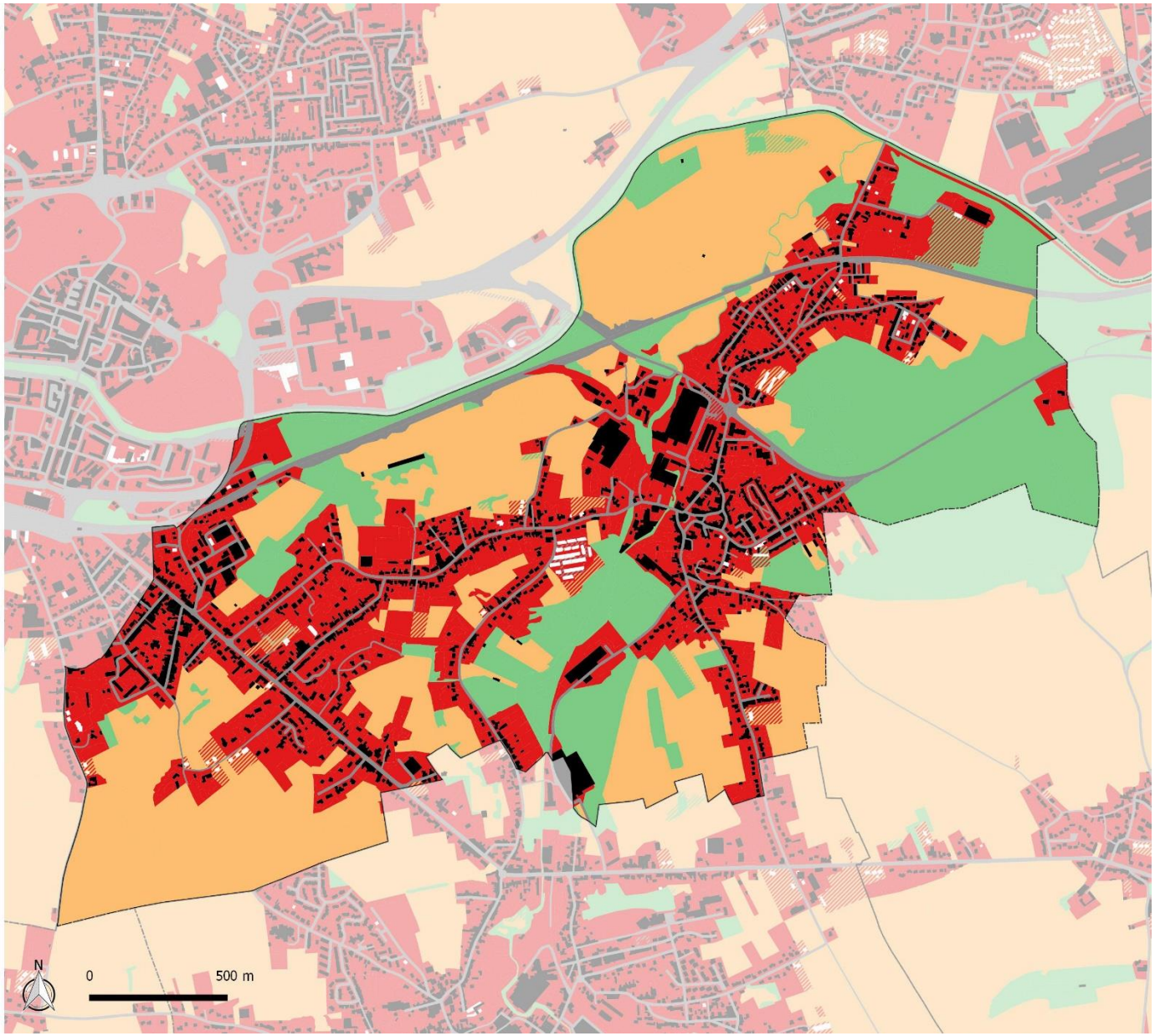
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Saint-Remy-Chaussée

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

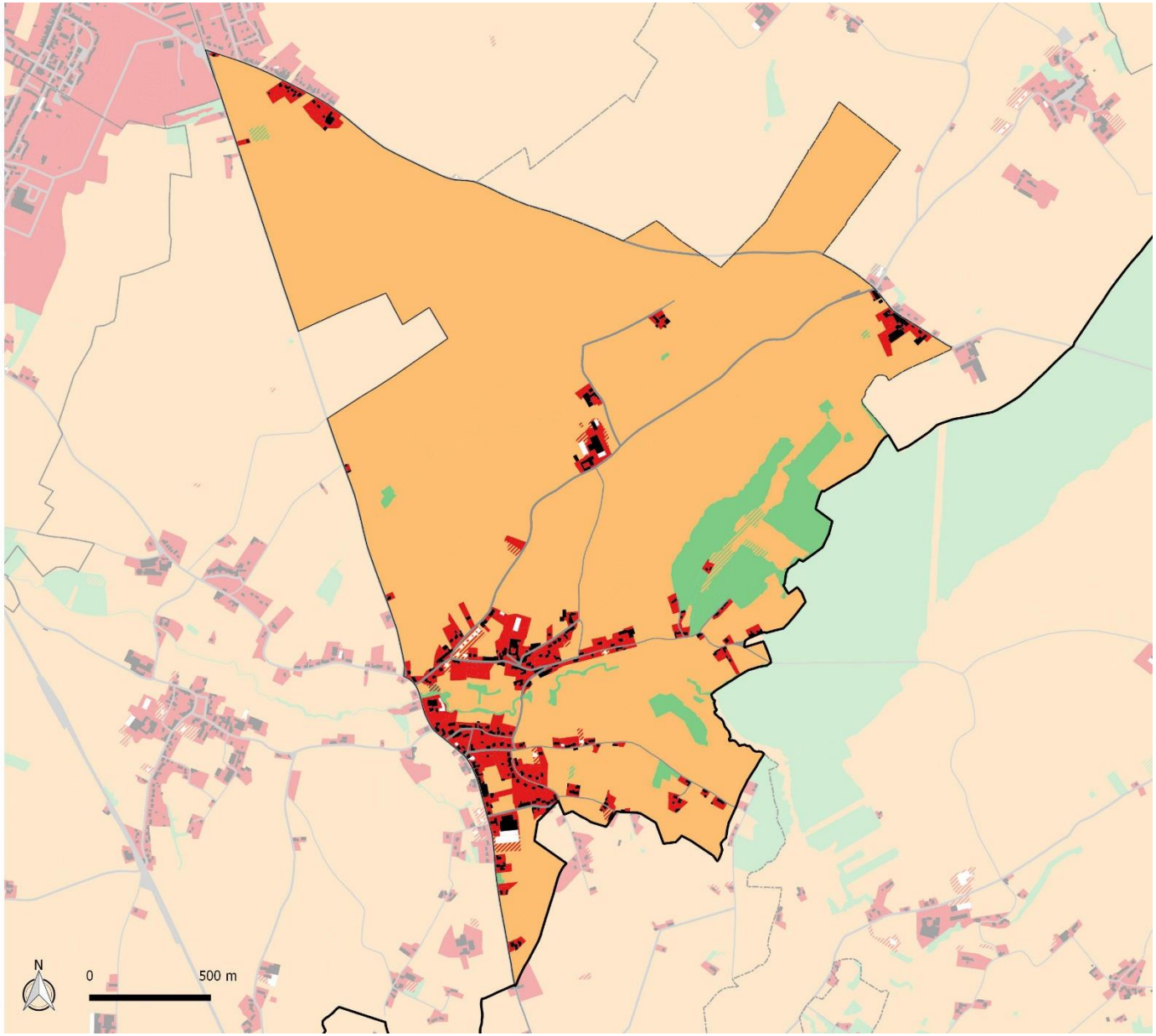
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Saint-Remy-du-Nord

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

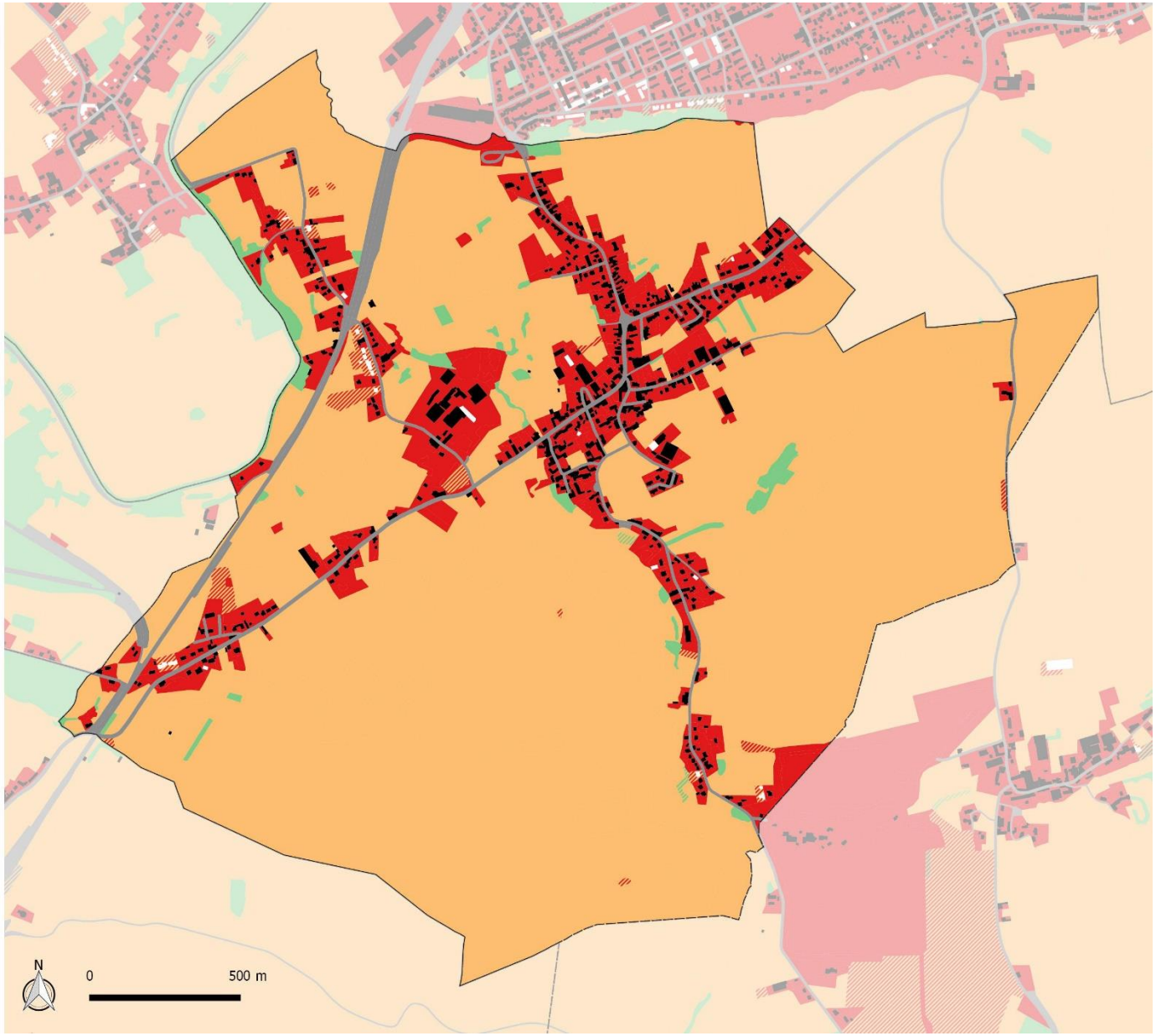
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Sassegnies

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

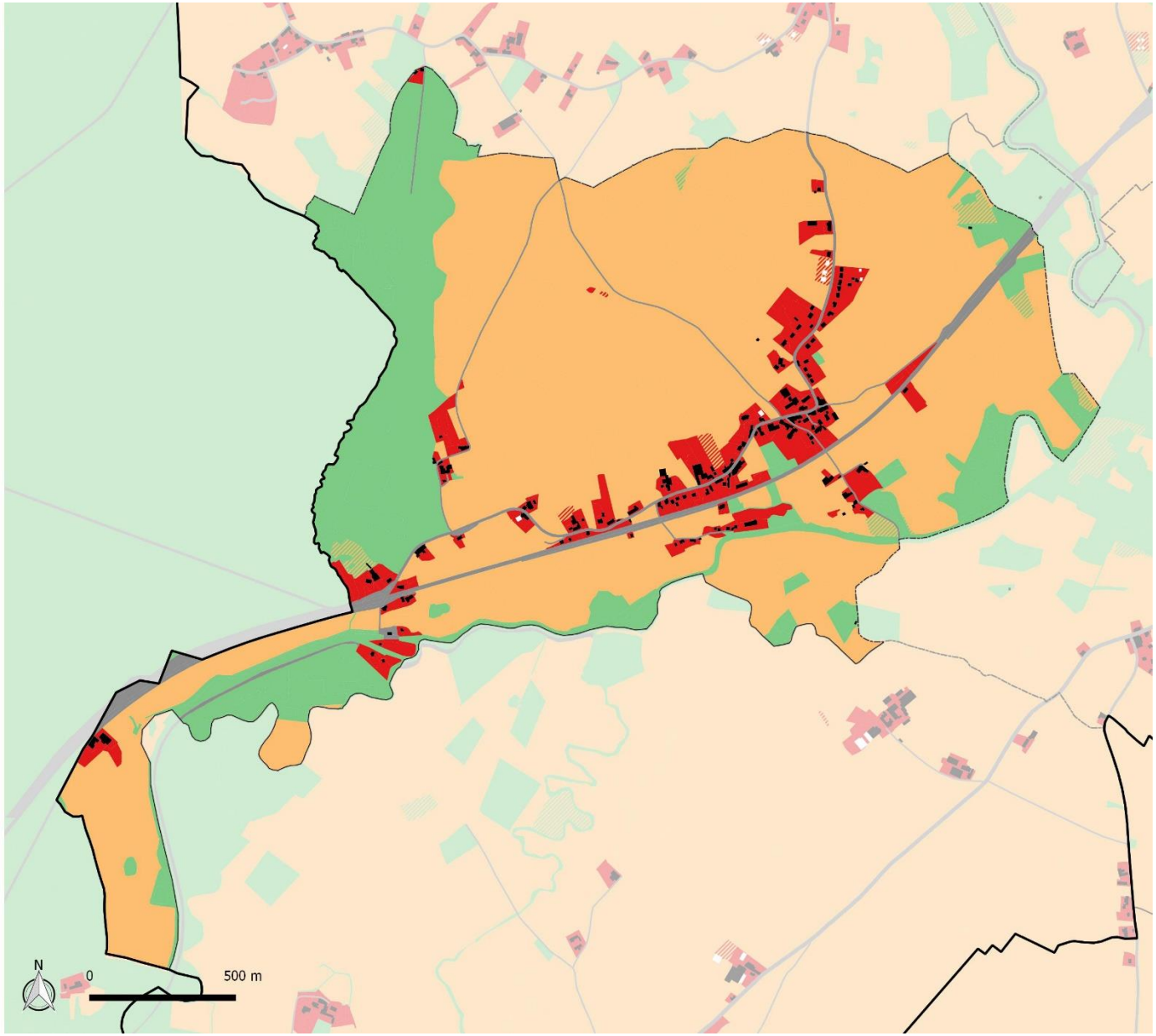
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Vieux-Mesnil

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

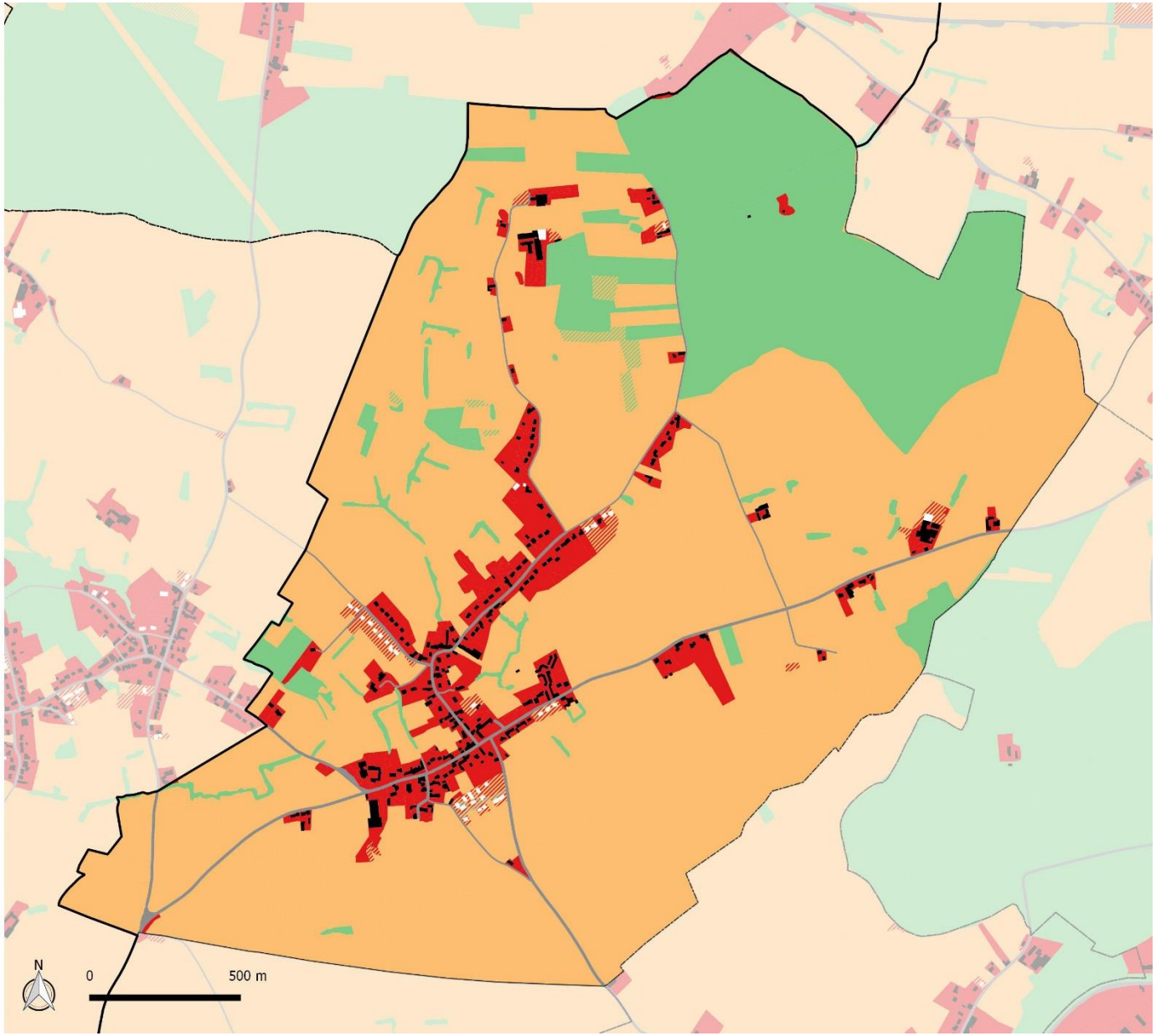
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

## Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Vieux-Reng

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

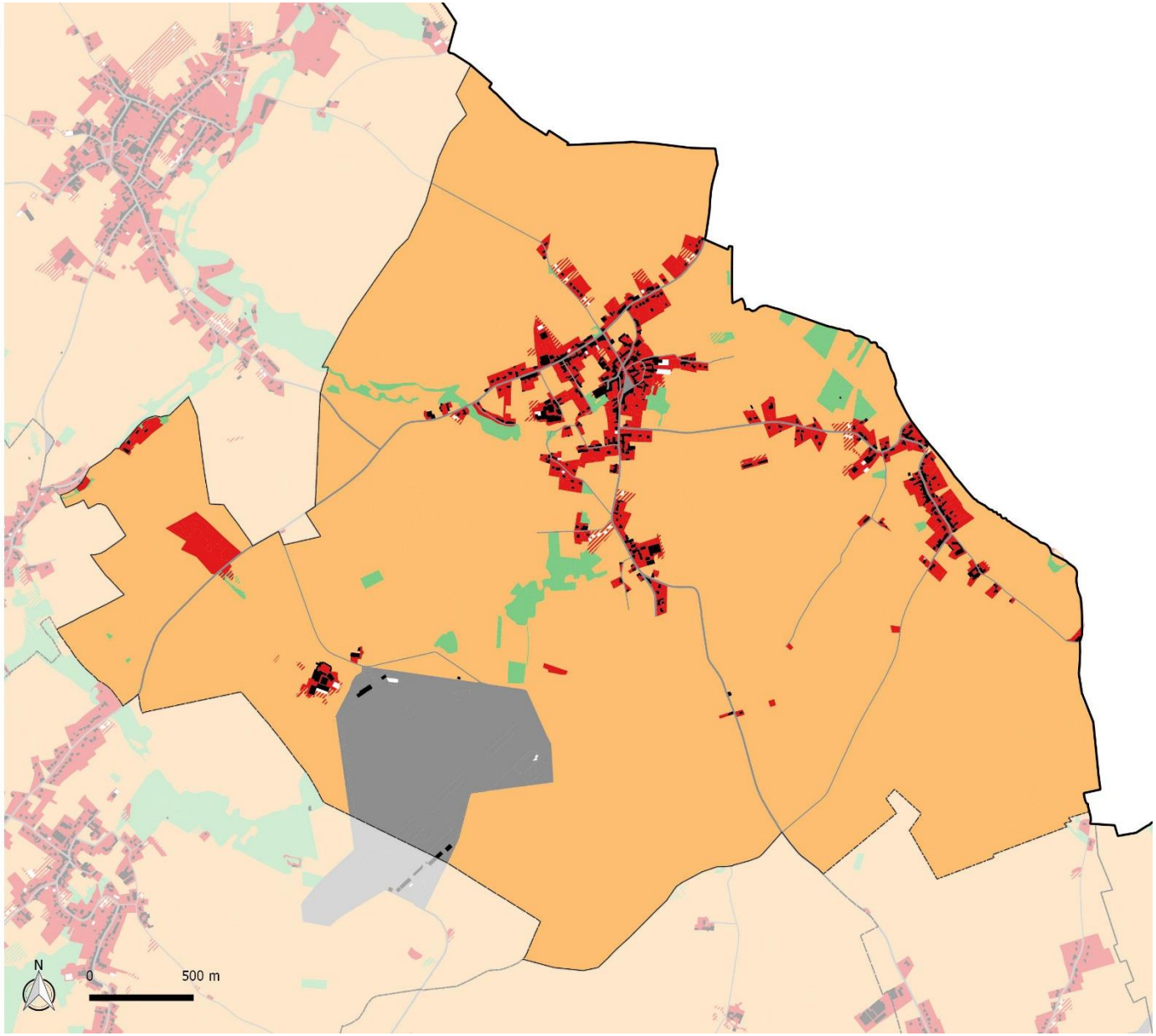
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

# Evolution de l'occupation du sol entre 2005 et 2015

## Villers-Sire-Nicole

***Occupation du sol en 2005 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

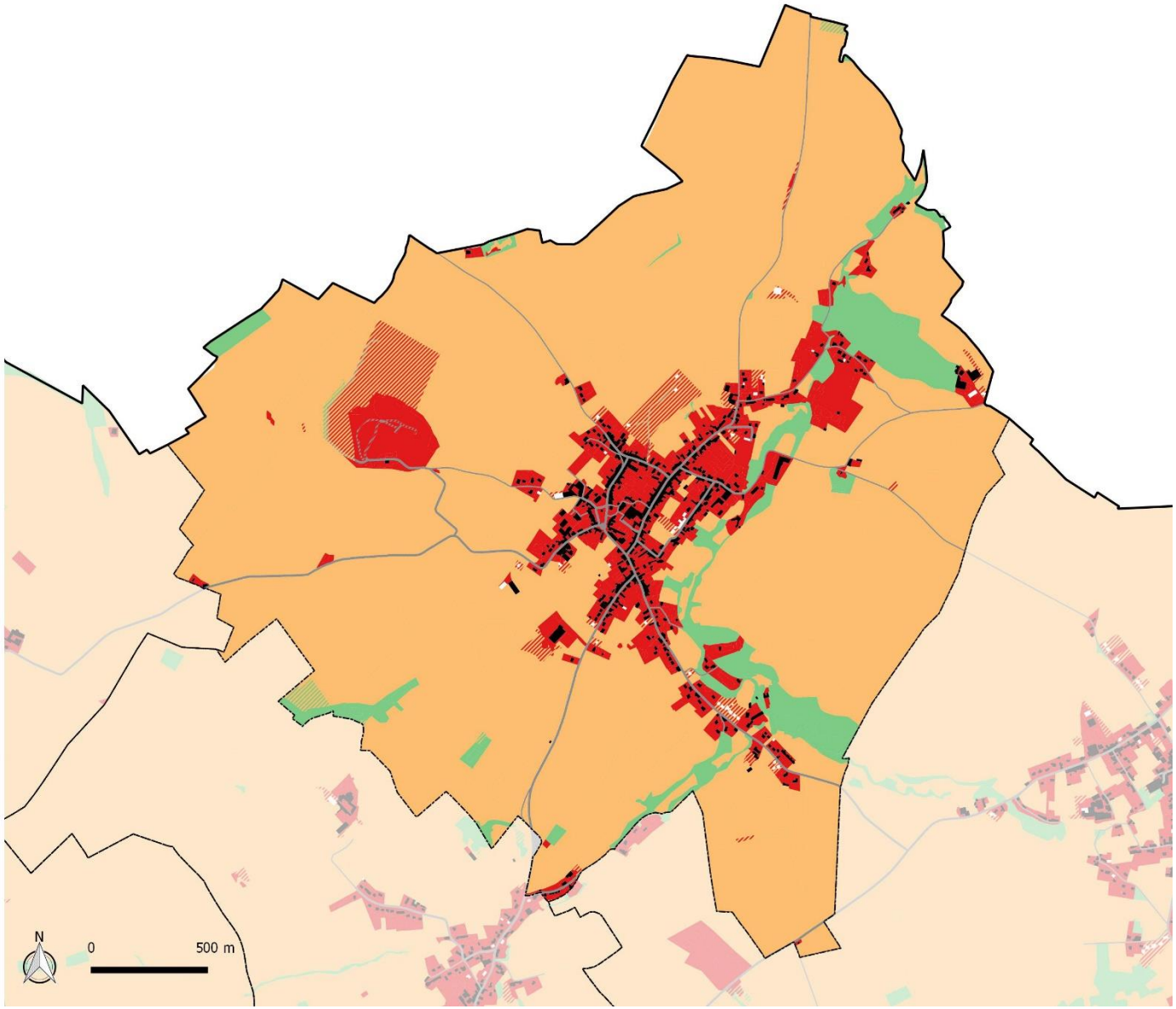
***Occupation du sol en 2015 (4 postes)***

- Espaces artificialisés
- Espaces agricoles
- Espaces naturels
- Infrastructures

***Surfaces bâties***

- Surfaces bâties en 2005 (CS 1.1.1.)
- Surfaces bâties en 2015 (CS 1.1.1.)

***Limites communales***




AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : OCS2D PPIGE NPDC 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo*
*Réalisation : ADUS, 2018*

A noter : La nomenclature "4 postes" est une nomenclature régionale issue d'une combinaison entre les 50 usages et les 32 couverts du sol identifiés dans la base de données OCS2D. Il s'agit d'un indicateur synthétique facilitant le traitement des données. Cette donnée peut être précisée selon les besoins.

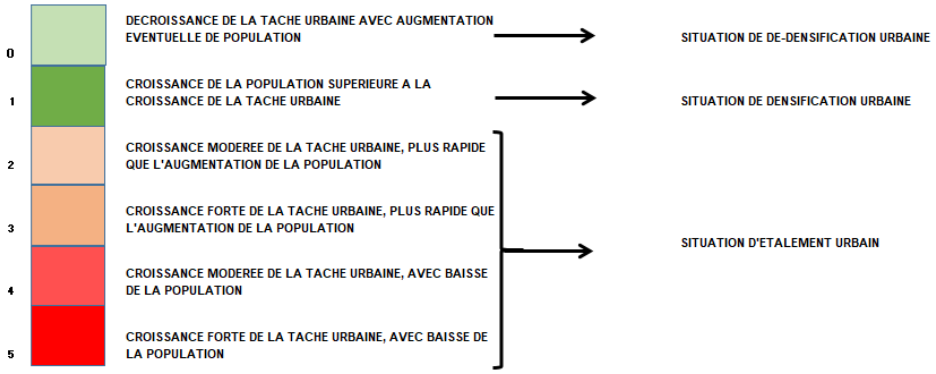
Entre 2005 et 2015, l'artificialisation a concerné en priorité les communes caractérisées par une faible densité.

| Commune | Evolution des espaces artificialisés (infrastructures comprises) entre 2005 et 2015 en ha (arrondi à l'hectare inférieur) | Taux d'évolution des évolutions artificialisés (infrastructures comprises) entre 2005 et 2015 | Type de commune (armature urbaine du SCoT) |
|---|---|---|---|
| Limont-Fontaine | 29 | 27,39% | Commune rurale |
| Vieux-Mesnil | 6 | 10,70% | Commune rurale |
| Elesmes | 10 | 9,64% | Commune rurale |
| Sassegnies | 1 | 2,50% | Commune rurale |
| Noyelles-sur-Sambre | 0 | 0% | Commune rurale |
| Gognies-Chaussée | 5 | 5,23% | Commune rurale |
| Boussières-sur-Sambre | 6 | 12,71% | Commune rurale |
| Villers-Sire-Nicole | 22 | 21,96% | Commune rurale |
| Obrechies | 4 | 10,19% | Commune rurale |
| Cerfontaine | 6 | 14,98% | Commune rurale |
| Saint-Rémy-Chaussée | 3 | 6,46% | Commune rurale |
| Colleret | 12 | 7,42% | Commune rurale |
| Mairieux | 4 | 4,31% | Commune rurale |
| Ecuelin | 2 | 12,35% | Commune rurale |
| Feignies | 36 | 6,35% | Pôle de proximité |
| Beaufort | 45 | 35,43% | Commune rurale |
| Aibes | 3 | 4,98% | Commune rurale |
| Vieux-Reng | 5 | 3,08% | Commune rurale |
| Bousignies-sur-Roc | 2 | 2,58% | Commune rurale |
| Ferrière-la-Petite | 9 | 11,29% | Commune rurale |
| Leval | 11 | 7,85% | Pôle de proximité |
| Bettignies | 1 | 5,68% | Commune rurale |
| Louvroil | 18 | 5,09% | Pôle supérieur majeur |
| Assevent | 8 | 7% | Pôle de proximité |
| Eclaibes | 1 | 2,35% | Commune rurale |
| Monceau Saint Waast | 2 | 3,78% | Commune rurale |
| Bersillies | 1 | 3,16% | Commune rurale |
| Saint-Rémy-du-Nord | 3 | 3,28% | Commune rurale |
| Aulnoye-Aymeries | 19 | 4,3% | Pôle intermédiaire |
| Rousies | 10 | 4,16% | Pôle de proximité |
| Quiévelon | 0 | 1,08% | Commune rurale |
| Recquignies | 8 | 5,72% | Pôle de proximité |
| Cousolre | 4 | 2,02% | Pôle de proximité |
| Hautmont | 19 | 3,40% | Pôle supérieur majeur |
| Ferrière-la-Grande | 11 | 4,06% | Pôle de proximité |
| Pont-sur-Sambre | 10 | 4,57% | Pôle de proximité |
| Marpent | 7 | 4,71% | Pôle de proximité |
| Bachant | 7 | 4,38% | Pôle de proximité |
| Maubeuge | 29 | 2,52% | Pôle supérieur majeur |
| Jeumont | 15 | 3,30% | Pôle intermédiaire |
| Neuf-Mesnil | 4 | 5,53% | Pôle de proximité |
| Berlaimont | 9 | 4,40% | Pôle de proximité |
| Boussois | 9 | 4,66% | Pôle de proximité |

## Un territoire concerné par une situation d'étalement urbain

L'étalement urbain se manifeste lorsque la progression des surfaces urbanisées excède la progression de la population.

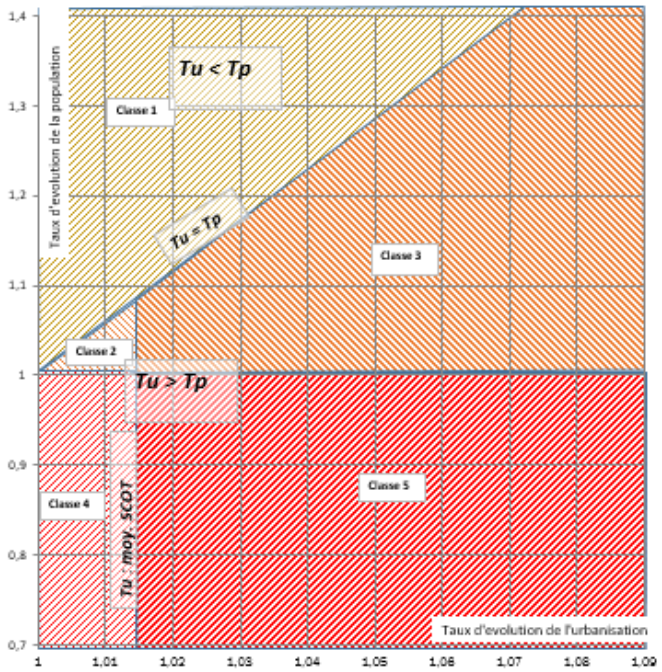
Ainsi, si la tâche urbaine due à l'habitat progresse plus rapidement que la population, le territoire est en situation d'étalement urbain. A contrario, si la croissance de la tâche urbaine est inférieure à celle de la population, le territoire est en situation de densification.




Le taux d'évolution de la population (Tp) correspond au taux d'évolution de la population entre 2005 et 2015 (INSEE).

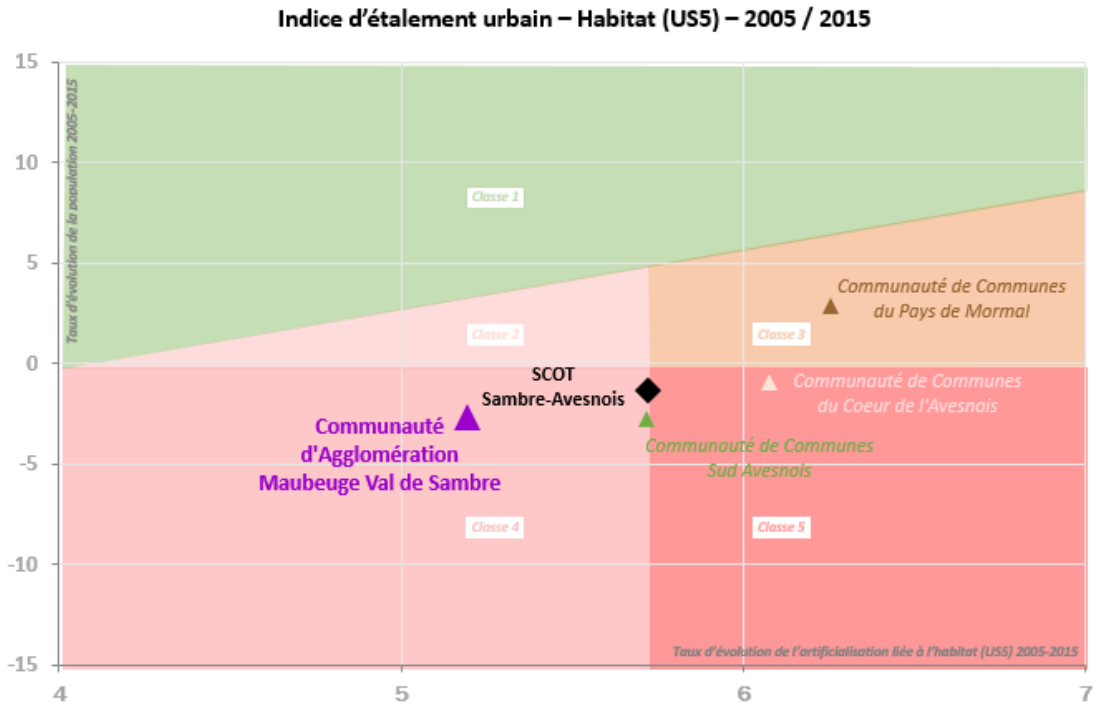
Le taux d'évolution de l'urbanisation (Tu) correspond au taux d'évolution de la tâche urbaine liée à l'habitat (poste US5) entre 2005 et 2015.

La croissance de la tâche urbaine liée à l'habitat est considérée comme forte quand elle est supérieure à la moyenne de l'arrondissement d'Avesnes-sur-Helpe. (« SCoT »)~~u SCOT.~~



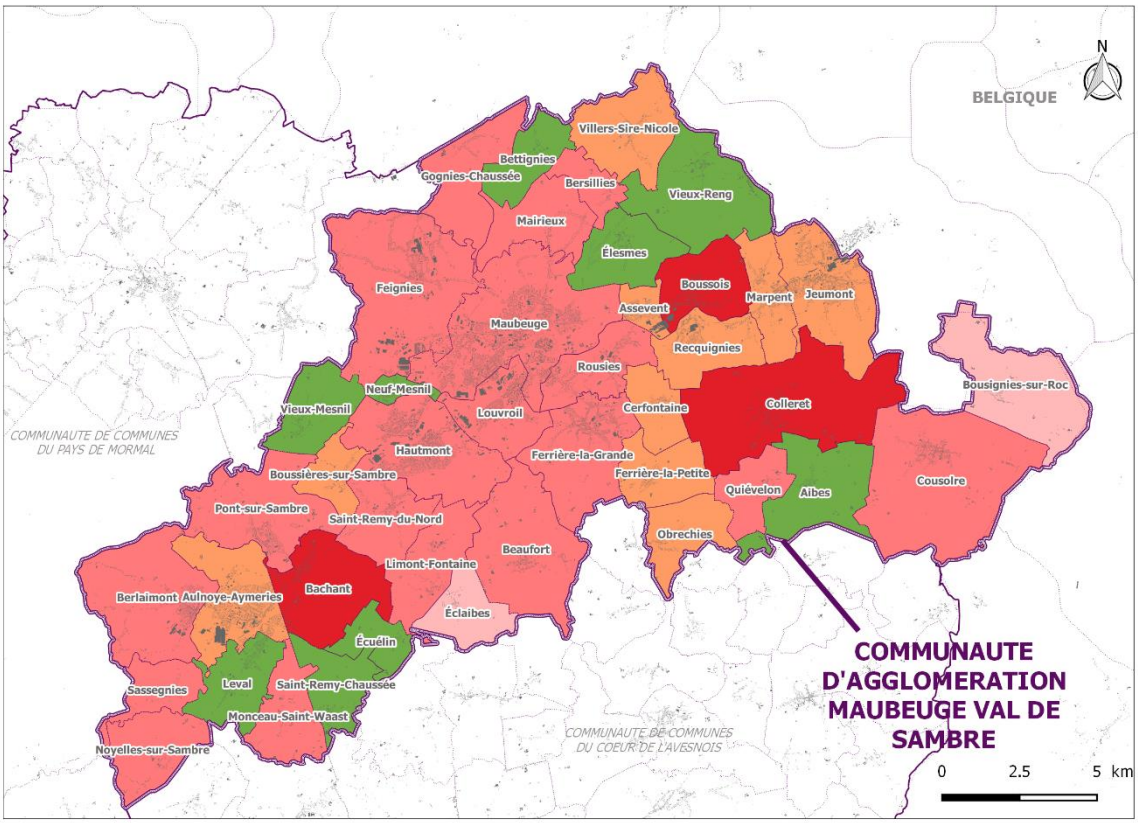
La très grande majorité du territoire de la CAMVS est concernée par cette situation d'étalement urbain. De manière générale, la progression de la tâche urbaine liée à l'habitat est supérieure au taux d'évolution de la population sur la même période. La situation est d'autant plus préoccupante lorsqu'elle se combine à une baisse de population (classe 4 et 5).

La CCSA et la 3CA se situent également dans une situation d'étalement urbain, mais avec une croissance plus forte de la tache urbaine liée à l'habitat, comparativement à celle de la CAMVS.




Pour autant, il semble important de rappeler que la manière dont la Sambre s'est constituée prédisposait ce territoire à l'étalement. La Communauté d'Agglomération Maubeuge Val de Sambre est en effet une agglomération multipolaire. Cette forme de développement, comparativement à une agglomération radiocentrique, favorise les effets d'étalement. En effet, sur ce territoire, il est aisé de s'installer à la campagne tout en se trouvant relativement proche du centre de l'un des pôles : les coûts engendrés (de déménagement, de déplacements, en temps de transports et sociaux) restent raisonnables.

Par ailleurs, la Sambre-Avesnois présente, au regard de l'accroissement du nombre de ménages (cf. diagnostic démographique), une augmentation de l'artificialisation liée à l'habitat supérieure à celle qui peut être constatée dans tout le reste l'ex-région Nord-Pas de Calais. Autrement dit, il est logique que l'artificialisation se révèle conséquente en Sambre-Avesnois, dans la mesure où sa première source, l'habitat, s'effectue de manière plus extensive qu'ailleurs.




## Indice d'étalement urbain entre 2010 et 2015 par commune

Classe 1
Croissance de la population supérieure à la croissance de la tâche urbaine liée à l'habitat

Classe 2
Croissance modérée de la tâche urbaine liée à l'habitat, plus rapide que l'augmentation de la population

Classe 3
Croissance forte de la tâche urbaine, plus rapide que l'augmentation de la population

Classe 4
Croissance modérée de la tâche urbaine, avec baisse de la population

Classe 5
Croissance forte de la tâche urbaine, avec baisse de la population

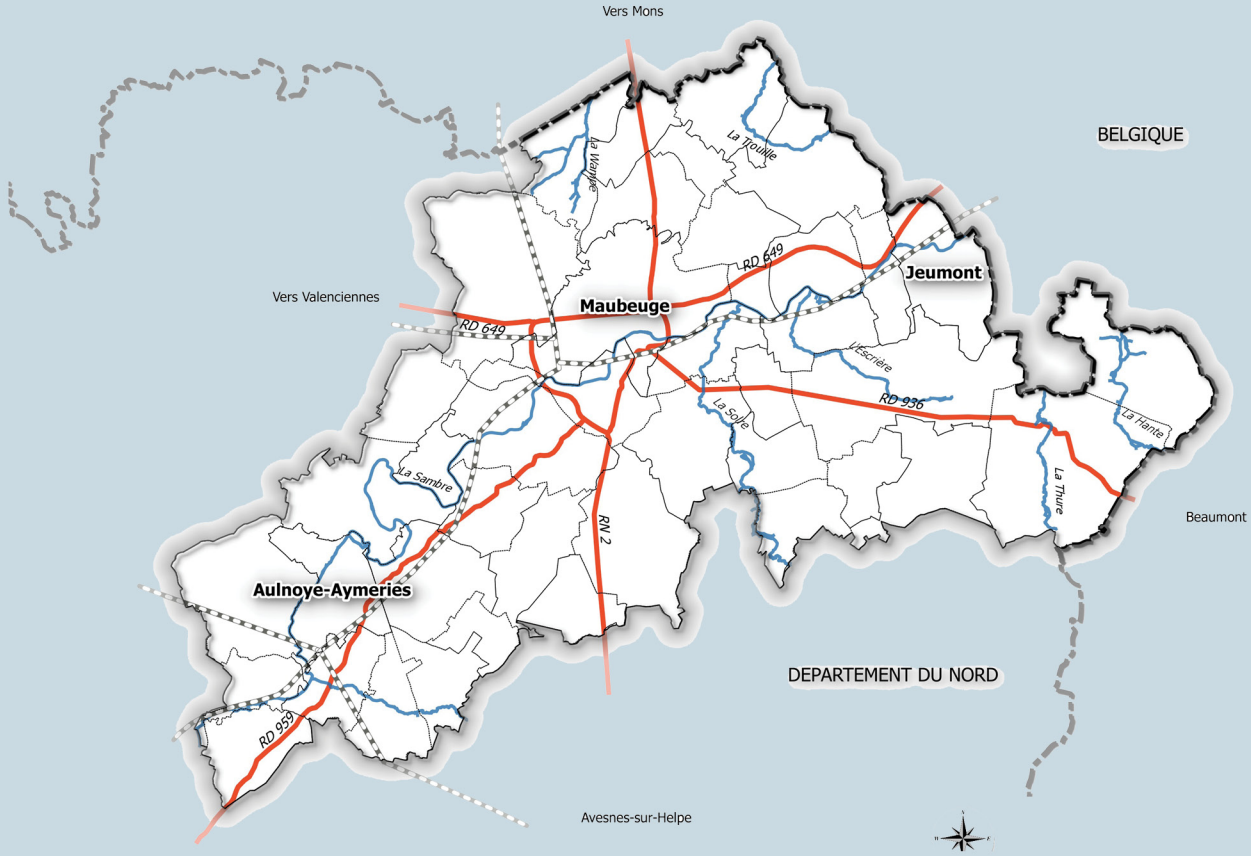
AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : Insee, Recensements de la population, 2015, PPIGE, OCS2D 2005 2015, 2018*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo, Open Street Map, PNRA*
*Réalisation : ADUS, 2019*

Plan Local d'Urbanisme Intercommunal

# PLUi CAMVS

## INDICATEURS DE SUIVI




Vu pour être annexé à la délibération n° 2266
du Conseil Communautaire en date du 12/12/19

Le Président

**1.1.11**

verdi
Sensible à vos ambitions

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

PIVADIS

SPHÈRE AVOCATS

Maubeuge Creative Cities

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

Conformément à l'article L.153-27 du code de l'urbanisme, l'organe délibérant de l'EPCI procède, neuf ans au plus tard après la délibération portant approbation ou révision du plan local d'urbanisme, à une analyse des résultats de l'application du plan, au regard des objectifs prévus à l'article L.101-2 du code de l'urbanisme. L'analyse des résultats donne lieu à une délibération de l'organe délibérant sur l'opportunité de réviser ce plan.

Ces objectifs sont les suivants :

- Equilibre entre
    - Renouvellement urbain, développement urbain maîtrisé, restructuration des espaces urbanisés, revitalisation des centres urbains et ruraux
    - Utilisation économe des espaces naturels, préservation des espaces affectés aux activités agricoles et forestières, protection des sites, milieux et paysages naturels
    - Sauvegarde des ensembles urbains et du patrimoine bâti remarquables
    - Besoins en matière de mobilité
- Qualité urbaine, architecturale et paysagère, notamment en entrées de ville
- Diversité des fonctions urbaines et rurales et mixité sociale dans l'habitat, en prévoyant des capacités de construction et de réhabilitation suffisantes pour la satisfaction, sans discrimination, des besoins présents et futurs de l'ensemble des modes d'habitat, d'activités économiques, touristiques, sportives, culturelles et d'intérêt général ainsi que d'équipements publics et d'équipement commercial, en tenant compte en particulier des objectifs de répartition géographiquement équilibrée entre emploi, habitat, commerces et services, d'amélioration des performances énergétiques, de développement des communications électroniques, de diminution des obligations de déplacements motorisés et de développement des transports alternatifs à l'usage individuel de l'automobile.
- Réduction des émissions de gaz à effet de serre, maîtrise de l'énergie et production énergétique à partir de sources renouvelables , préservation de la qualité de l'air, de l'eau, du sol et du sous-sol, des ressources naturelles, de la biodiversité, des écosystèmes, des espaces verts, la préservation et la remise en bon état des continuités écologiques, et la prévention des risques naturels prévisibles, des risques miniers, des risques technologiques, des pollutions et des nuisances de toute nature.

Par ailleurs, conformément à l'article R.151-3 du Code de l'urbanisme, le rapport de présentation du PLUi définit « les critères, indicateurs et modalités retenus pour l'analyse des résultats de l'application du plan mentionnée à l'article L.153-27 et, le cas échéant, pour le bilan de l'application des dispositions relatives à l'habitat prévu à l'article L.153-29. Ils doivent permettre notamment de suivre les effets du plan sur l'environnement afin d'identifier, le cas échéant, à un stade précoce, les impacts négatifs imprévus et envisager, si nécessaire, les mesures appropriées. »

Pour y répondre, le suivi du PLUi est détaillé par thématique et précise les éléments suivants :

- Les **impacts suivis** fixent les objectifs poursuivis ;
- Les **indicateurs** représentent les données qui seront analysées ;
- Les **sources des données** précisent l'origine des données ;
- Les **périodicités** sont les échéances auxquelles seront analysées les données,
- Les **valeurs de référence** de l'indicateur donnent l'unité de la donnée.

Les périodicités hiérarchisent les indicateurs de façon à proposer des suivis usuels réguliers, qui seront annuels, mais aussi des bilans intermédiaires complets, prévus tous les 3 ans. Ces périodicités n'ont pas vocation à refléter les périodes de disponibilité des données.

Il est à noter que de nombreux facteurs indépendants du PLUi peuvent influer sur les impacts suivis, notamment sur le marché du logement ou sur le cadre de vie. Des variables explicatives pourront donc être développées dans l'analyse des résultats afin d'ajuster le suivi du PLUi.

| IMPACT SUIVI | INDICATEUR | SOURCE DES DONNEES | PERIODICITE | VALEUR DE REFERENCE |
|---|---|---|---|---|
| **Attractivité territoriale** | | | | |
| **Dynamique démographique** | Nombre d'habitants et taille des ménages aux échelles intercommunale et communales | INSEE | Annuelle et par références de 5 ans | En nombre |
| **Production de logements au regard de l'armature urbaine et de l'enveloppe urbaine** | Permis de construire délivrés | Observatoire Habitat<br><br>Services instructeurs des autorisations d'urbanisme<br><br>Sit@del | Annuelle | En nombre |
| **Diversité du parc de logements** | Part des différentes typologies de logements (individuel, collectif, taille, statut d'occupation, …) | Observatoire Habitat<br><br>Services instructeurs des autorisations d'urbanisme<br><br>Sit@del | Annuelle | En pourcentage |
| **Qualité du parc de logements** | Taux de vacance des logements | Observatoire Habitat<br><br>DGFIP / Fichiers Fonciers | Annuelle | En pourcentage |
| **Evolution des services à la population** | Répartition géographique des équipements | Base Permanente des équipements, INSEE | Annuelle | En nombre |
| **Gestion du foncier** | | | | |
| **Artificialisation des sols à vocation de logements** | Localisation des nouvelles constructions à vocation de logements au regard de l'enveloppe urbaine | SCoT Sambre-Avesnois<br><br>Services instructeurs des autorisations d'urbanisme<br><br>Sit@del<br><br>OCCSOL2D | Annuelle | En pourcentage, en surface et en nombre |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Registre Parcellaire Graphique | | |
| **Densité des logements dans les nouvelles opérations** | Permis d'aménager et de construire délivrés | Services instructeurs des autorisations d'urbanisme | 3 ans | En nombre de logements par hectare |
| **Artificialisation des sols à vocation d'activités** | Localisation des nouvelles constructions à vocation d'activités au regard de l'enveloppe urbaine | SCoT Sambre-Avesnois<br><br>Services instructeurs des autorisations d'urbanisme<br><br>OCCSOL2D<br><br>Registre Parcellaire Graphique | Annuelle | En pourcentage, en surface et en nombre |
| **Valorisation du cadre de vie** | | | | |
| **Evolution de la qualité de l'air** | Indice ATMO | ATMO | Annuelle | En valeur d'indice |
| **Qualité de la ressource en eau** | Qualité des eaux de surface et souterraines | Agence de l'eau | Annuelle | En valeur d'indice |
| **Evolution du linéaire bocager** | Localisation et nombre de linéaires de haies créés et détruits | Services instructeurs des autorisations d'urbanisme<br><br>Communes<br><br>PNRA | 3 ans | En kilomètre linéaire |
| **Qualité paysagère et architecturale** | Qualité architecturale des nouvelles constructions et des réhabilitations | Reportage photographique<br><br>Services instructeurs des autorisations d'urbanisme | 3 ans | Analyse qualitative |
| **Evolution de la mobilité** | Répartition des parts modales | INSEE | 3 ans | En pourcentage |
| **Prise en compte des risques** | | | | |
| **Exposition de la population aux risques** | Nombre de logements construits en zone inondable selon le niveau d'aléa et en zones de risques technologiques | Services instructeurs des autorisations d'urbanisme<br><br>PPRI<br><br>BRGM - BASIAS, BASOL | Annuelle | En nombre et en surface |
| **Dynamique de résorption des friches** | Nombre de sites pollués réhabilités / en cours de réhabilitation | Services instructeurs des autorisations d'urbanisme | 3 ans | En nombre et en surface |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | BRGM - BASIAS, BASOL | | |

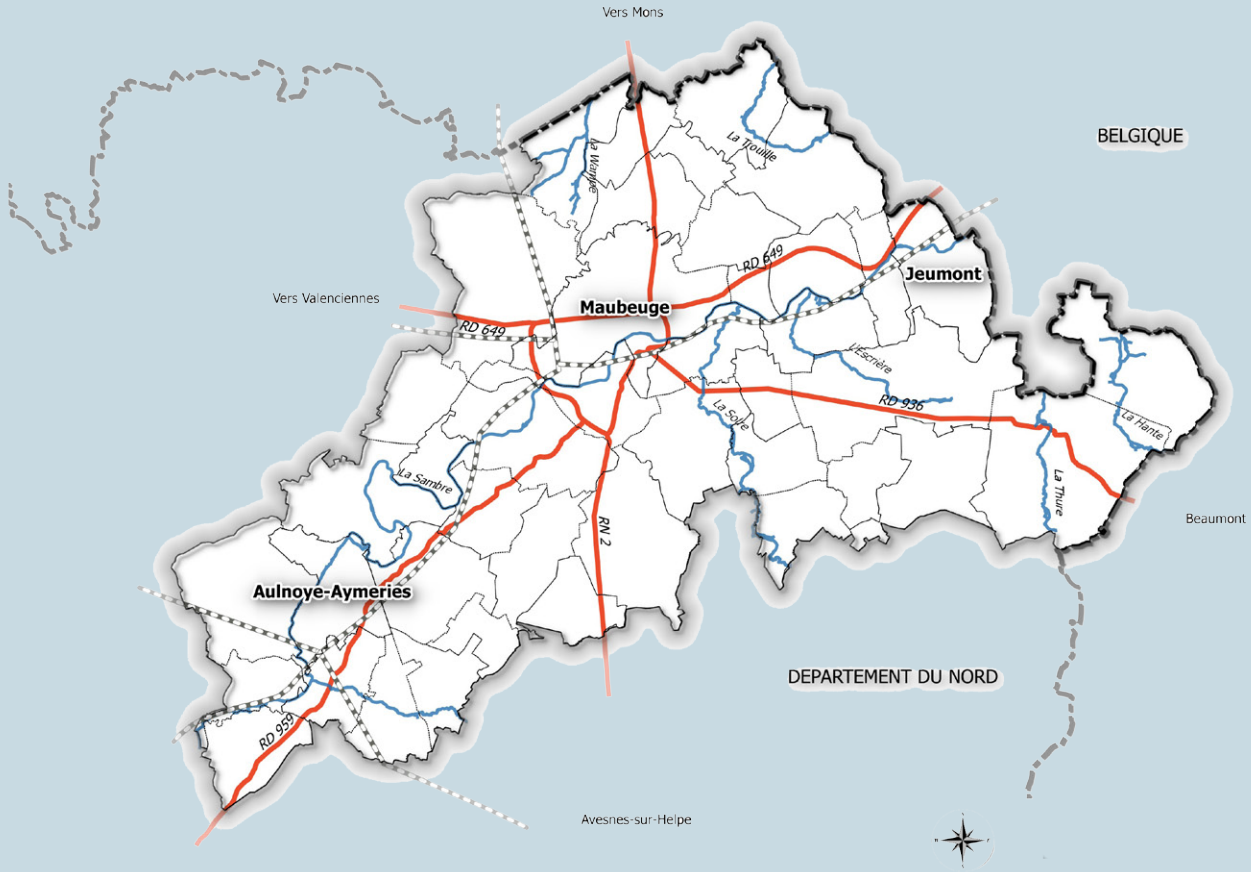
Plan Local d'Urbanisme Intercommunal

# PLUi CAMVS

## MODIFICATION N°1 : PROCEDURE SIMPLIFIEE

Annule et remplace les pièces approuvées le 19 décembre 2019

# DIAGNOSTIC ECONOMIE SERVICES TOURISME




Vu la délibération du 18 mars 2021 approuvant la modification simplifiée du PLUi n°1,

**1.1.4**

# SOMMAIRE


I. Tissu économique ..... 2

II. Emploi ..... 5

III. Les Zones d'Activités Economiques ..... 8

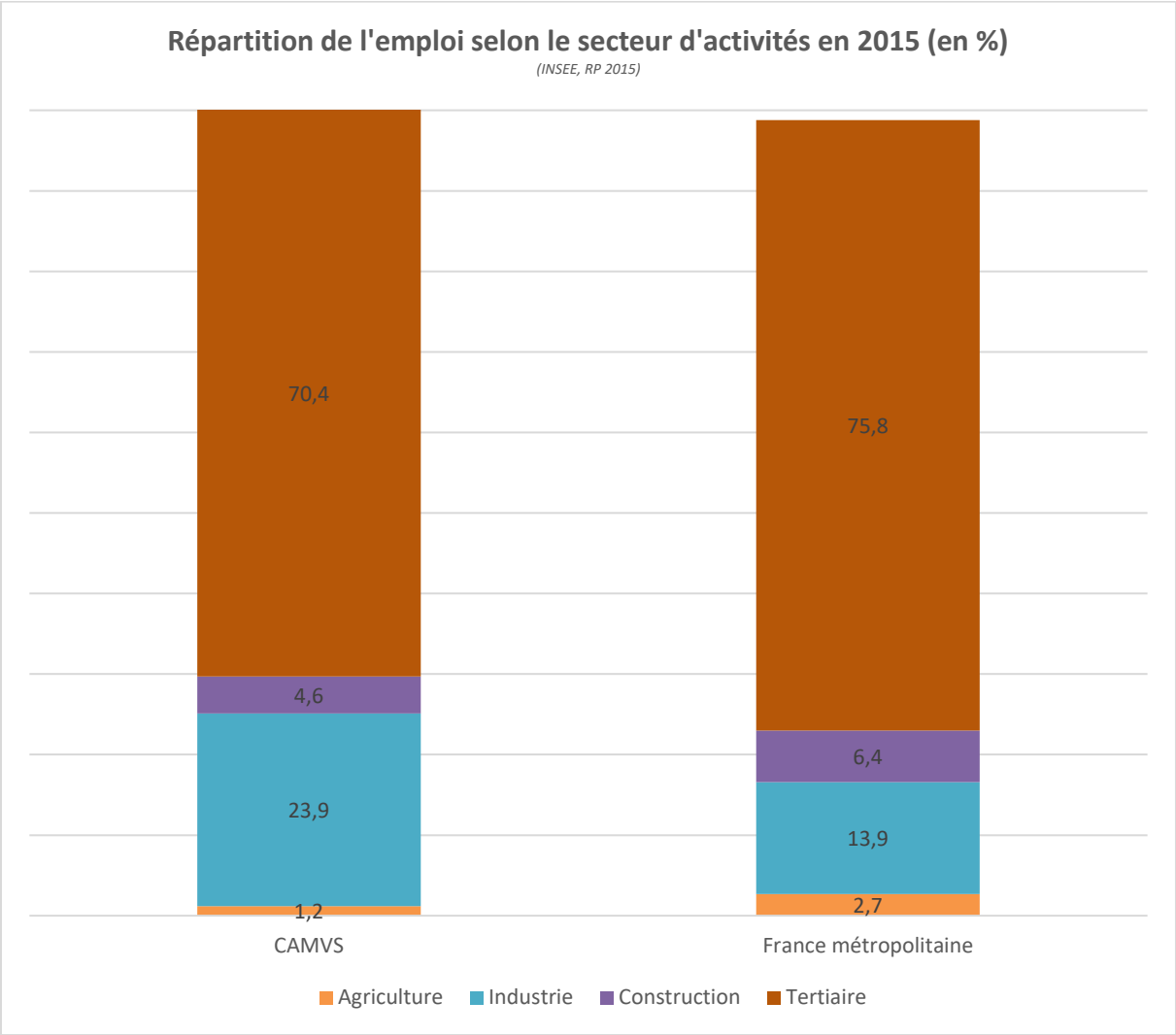
IV. Equipements et services ..... 34

1. Offre d'équipements et de services publics ..... 36
2. Offre d'équipements et de services de santé ..... 37
3. Offre d'équipements et de services scolaires ..... 43
4. Offre d'équipements et de services numériques ..... 46

V. Tourisme ..... 49

1. Le positionnement touristique de l'agglomération et ses déclencheurs de visite ..... 49
2. L'offre d'hébergement ..... 53

# I. Tissu économique




**La CAMVS est historiquement une terre d'industrie.** Selon l'INSEE, 23,9% des emplois de l'agglomération étaient des emplois industriels en 2015, contre 13,9% à l'échelle nationale. D'après l'Agence centrale des organismes de sécurité sociale (ACOSS), en décembre 2015, 222 entreprises industrielles étaient implantées sur le territoire de l'agglomération. Elles employaient 9 208 salariés.

Au sein du tissu industriel, plusieurs activités sont présentes de manière significative :

- le secteur de la **métallurgie** qui employait en décembre 2015 plus de 2 000 salariés (Myriad, Vallourec, Mannesmann, Oil et Gas France, Vesuvius, …) présente le coefficient de spécificité le plus élevé. En 2015, le coefficient de spécificité était de 8 pour ce secteur. Un coefficient supérieur à 1 désigne un secteur d'activité sur-représenté localement.
- les **industries du transport** (automobile, mécanique) qui employaient en décembre 2015 1800 salariés (MCA, Lantoine, …) présentent un coefficient de spécificité égal à 1,7 en 2015.
- l'**agroalimentaire** avec 1 120 employés en décembre 2015 (Neuhauser, Menissez, Bigard).

Le tissu économique de l'agglomération est caractérisé par deux grands types d'établissements :

- Les établissement et filiales dépendant de grands groupes, français ou étrangers, qui disposent de grandes capacités d'investissements (Graham Packaging à Assevent, AREVA à Jeumont, Tata Steel à Louvroil, …),
- Les entreprises d'essences locales, fortement attachées au territoire, parfois à caractère familiale, et s'inscrivant dans une perspective de pérennité à long terme (Carnière et Defossez à Maubeuge, Ateliers mécaniques de Bersillies, …).

**Depuis l'après-guerre, la CAMVS comporte donc un nombre exceptionnel d'établissements industriels de grande taille.** Les cinq plus grosses unités économiques de la CAMVS regroupent près de ¼ des effectifs salariés des ressortissants de la CCI. Les dix premiers employeurs rassemblent 1/3 de ces emplois.

Cependant, la disparition ou la contraction de ces grandes unités économiques (Akers, Sambre et Meuse, …) au fil des décennies attenue de plus en plus ce constat. L'impact sur l'emploi d'une réduction d'activité, d'investissement, d'une stabilité du marché peut être extrêmement conséquent à l'échelle d'une agglomération de taille moyenne telle que la Communauté d'Agglomération Maubeuge Val de Sambre.

Cette tendance est d'autant plus inquiétante que les secteurs sur-représentés localement (métallurgie, production de produits minéraux, fabrication d'équipements électriques et fabrication de véhicules de transports) sont ceux ayant supprimé le plus de postes entre 2008 et 2015 à l'échelle nationale.

**CAMVS**
**Industrie**
**Coefficients de spécificité**
**2015**

| | |
|---|---|
| Métallurgie | 8,0 |
| Fabrication d'autres produits minéraux non métalliques | 2,4 |
| Fabrication d'équipements électriques | 1,8 |
| Industrie du transport | 1,7 |
| Fabrication de machines et équipements nca | 1,4 |
| Fabrication de produits métalliques hors machines et équip. | 1,0 |
| Réparation et installation de machines et équipements | 0,9 |
| Agroalimentaire | 0,7 |
| Imprimerie et reproduction d'enregistrements | 0,6 |
| Energie eau et environnement | 0,4 |
| Fabrication de produits en caoutchouc et en plastique | 0,3 |
| Industries extractives | 0,2 |
| Bois | 0,3 |
| Industrie chimique et parapharmacie | 0,1 |
| Autres industries manufacturières | 0,0 |
| Textile - cuir | 0,0 |
| Fabrication de meubles | 0,0 |
| Fabrication de produits informatiques électron. et optiques | 0,0 |
| Industrie du papier et du carton | 0,0 |
| Cockéfaction et raffinage | 0,0 |
| Total | 1 |

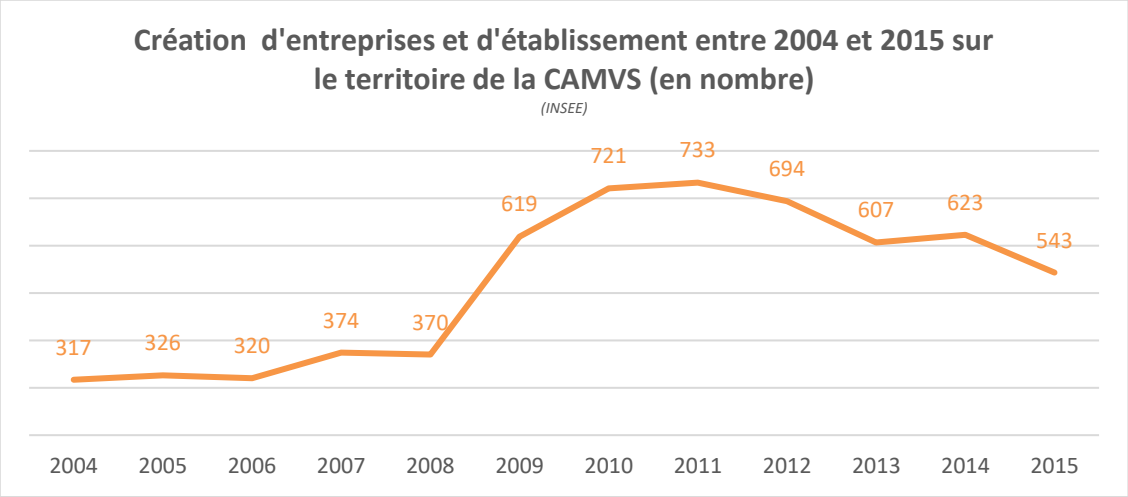
**France**
**Evolution des effectifs salariés de l'industrie**
**2008 à 2015**
**En %**

| | |
|---|---|
| Energie eau et environnement | 6 |
| Agroalimentaire | -2 |
| Réparation et installation de machines et équipements | -6 |
| Autres industries manufacturières | -7 |
| Industrie chimique et parapharmacie | -8 |
| Industrie du transport | -11 |
| Fabrication de produits informatiques électron. et optiques | -15 |
| Fabrication de machines et équipements nca | -15 |
| Fabrication de produits métalliques hors machines et équip. | -16 |
| Industrie du papier et du carton | -17 |
| Fabrication de produits en caoutchouc et en plastique | -17 |
| Industries extractives | -18 |
| Fabrication d'équipements électriques | -18 |
| Fabrication d'autres produits minéraux non métalliques | -18 |
| Bois | -19 |
| Métallurgie | -19 |
| Textile - cuir | -23 |
| Cockéfaction et raffinage | -23 |
| Imprimerie et reproduction d'enregistrements | -30 |
| Fabrication de meubles | -31 |

**Source : ACOSS**

**Le tissu économique de la Communauté d'Agglomération Maubeuge Val de Sambre bénéficie de plusieurs sources de développement**. Plusieurs « pôles » de recherches, publics et privés, sont implantés sur le territoire. Le Laboratoire des Matériaux Céramiques et Procédés Associés (LMCPA) et sa cellule de transfert de technologie favorisent notamment la compétitivité des entreprises locales au travers de diverses prestations de services et éventuellement d'opérations de transfert et qui ouvre également la porte à des créations d'entreprises.

**Cependant, le taux de créations d'entreprises sur le territoire de la CAMVS reste deux fois moins élevé qu'en moyenne en France, malgré une augmentation du nombre de créations d'entreprises constatées en 2004 et 2015.** Cette évolution était cependant fortement liée à l'émergence du dispositif auto entrepreneur en 2004.




Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette faiblesse du taux de création d'entreprises sur le territoire de la CAMVS :

- La Région Hauts-de-France a été traditionnellement une région marquée par de faibles taux de créations d'entreprises. En effet, son histoire a été marquée par la forte présence d'établissements industriels imposants dépendants de grands groupes générant une culture du salariat. Cette tendance évolue cependant de manière positive ces dernières années, sous l'impulsion volontaire de la Région dans ce domaine.
- La faiblesse du niveau de formation de la population locale constitue un autre élément jouant dans le sens d'un taux de création d'entreprises limité.
- La faiblesse des revenus de la population de la CAMVS produit quant à elle deux effets :
    - Une épargne réduite peut dissuader des idées ou des projets de créations d'entreprises.
    - La faiblesse du pouvoir d'achat réduit la demande potentielle de services à la personne et commerciale.
- La concentration des entités économiques dépendant de grands groupes réduit la demande de services.

La structure de l'emploi est donc atypique sur le territoire. **Une sous-représentation du secteur des services, au sens large, est à constater.** Deux explications peuvent être fournies :

- Pour les services à la personne et le commerce, une faiblesse des revenus de la population qui réduit la demande et l'offre envisageable ;
- Pour les services aux entreprises, un tissu économique composé principalement de lieux de productions.

L'analyse via les coefficients de spécificité corrobore cette caractéristique de l'agglomération. La CAMVS présente une faible implantation du tertiaire supérieur :

- La programmation, le conseil informatique, le traitement de données et plus largement le secteur de l'information et de la communication présente en 2015 un coefficient de spécificité de 0,4, soit le type de service le moins représenté sur le territoire/
- Les activités spécialisées scientifiques et techniques (activités juridiques, conseil pour les affaires, traduction-interprétariat, économistes de la construction, …) présentent un coefficient de spécificité de 0,5 en 2015.
- C'est hors champ économique, dans les activités relevant du secteur public et para-public que l'ACOSS relève des coefficients de spécificité très élevés (2,6 pour l'administration publique et 1,8 pour l'enseignement, la santé et l'action sociale).

**Le secteur artisanal reste dynamique sur le territoire de l'agglomération.** Chaque année, depuis 2010, entre 150 et 300 entreprises artisanales sont créées sur la communauté d'agglomération d'après la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, soit une augmentation de 21% du nombre d'entreprises artisanales entre 2011 et 2016. Le taux de création d'entreprises artisanales sur la CAMVS est supérieur à la moyenne de l'ex-Région Nord Pas-de-Calais : pour 10 000 habitants en 2015, 107 entreprises artisanales ont été créées contre 94 à l'échelle de l'ex-Région. Cette tendance s'explique principalement par le dynamisme constaté pour le secteur de l'alimentation et des services.

## II. Emploi

Depuis plusieurs décennies, la CAMVS voit son tissu économique se contracter. Les fermetures d'établissements et les réductions d'effectifs ont été particulièrement marquées depuis les années 1970 et 1980. Le territoire perdait durant cette période plus de 1 100 emplois par an. Depuis, le mouvement s'est ralenti mais l'agglomération continue à voir son tissu économique se réduire de manière quasi constante.

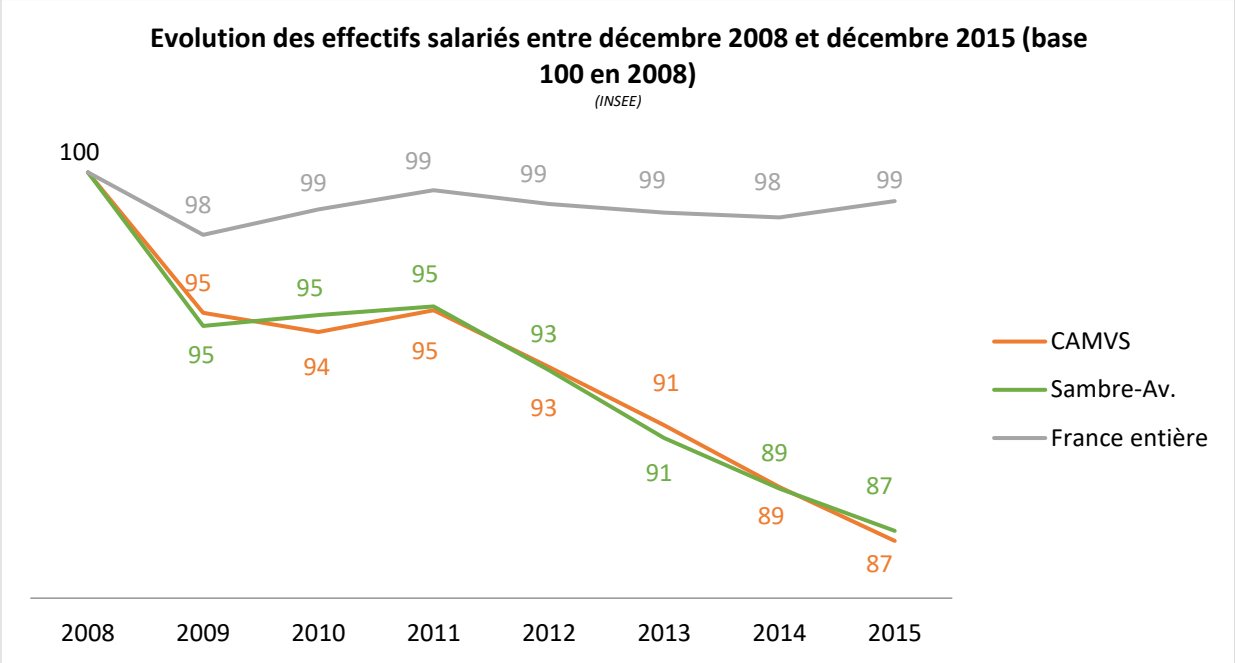
**La CAMVS a subi plus fortement les impacts de la crise économique qu'ailleurs en France en raison de son caractère industriel prégnant.** Entre 2008 et 2015, l'agglomération a perdu en moyenne 530 emplois par an en raison des fermetures et réductions d'effectifs intervenues principalement dans le secteur industriel. Mais les autres grands secteurs ont également nourri cette évolution.

**Effectifs salariés entre 2008 et 2015 sur le territoire de la CAMVS**

| | 2008 | 2015 | Evolution |
|---|---|---|---|
| **Agriculture sylviculture pêche** | 2 | 0 | -2 |
| **Industrie** | 11 584 | 9 208 | -2 376 |
| **Construction** | 1 849 | 1 340 | -509 |
| **Commerce** | 4 226 | 4 004 | -222 |
| **Services** | 11 032 | 10 416 | -616 |

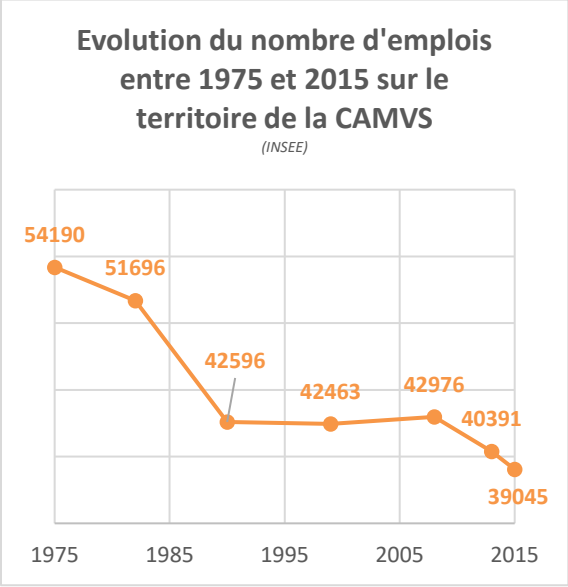
| | | | |
|---|---|---|---|
| **Total** | **28 693** | **24 968** | **-3 725** |

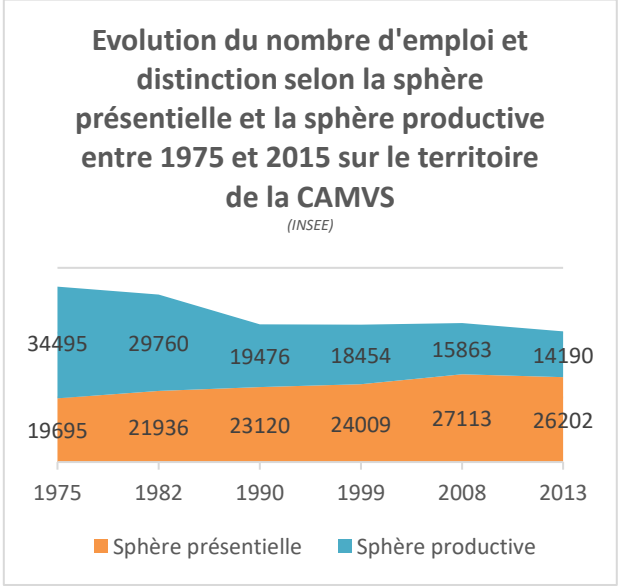
Source : ACOSS




**L'effondrement de l'emploi provient essentiellement de la sphère productive** (production de biens majoritairement consommés hors de la zone et activités de services tournées principalement vers les entreprises correspondantes : industrie, transport, commerce de gros, services aux entreprises).

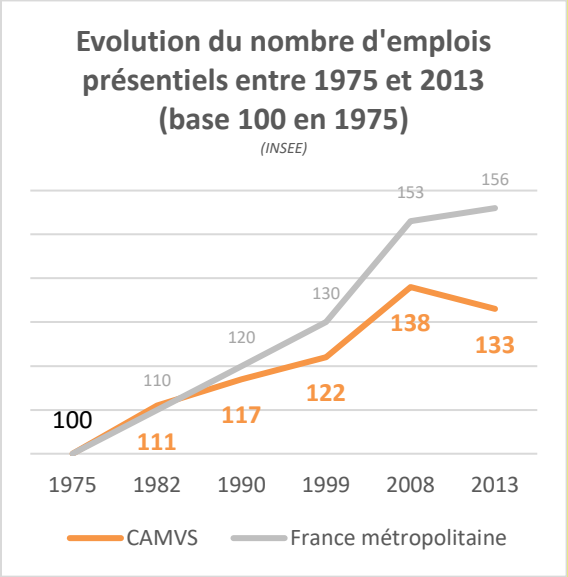
**On constate un développement de la sphère présentielle** qui correspond aux activités mises en œuvre localement pour la production de biens et de services visant la satisfaction des besoins des personnes présentes sur le territoire, qu'elles soient résidentes ou touristes (commerce de détail, construction, services à la personne, éducation, santé, …).

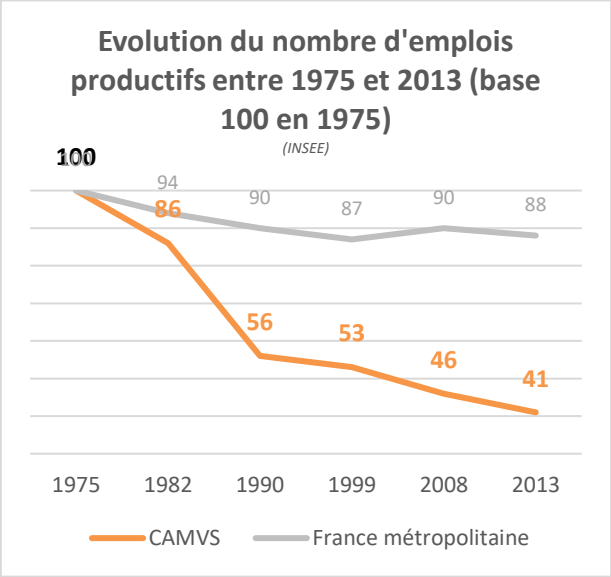


Le développement de la sphère présentielle constitue une tendance nationale notamment liée à l'accroissement du niveau de vie et à son impact sur les services à la personne. La progression de cette sphère a été plus lente localement qu'en moyenne en France.

La contraction de la sphère productive constitue également un fait national qui s'explique quant à lui par les gains de productivité qui ont été réalisés ces dernières années. Mais là aussi, la CAMVS affiche une évolution plus défavorable que celle observable en France.




**Derrière la réduction globale du nombre d'emploi, on peut donc noter des évolutions différentes selon les fonctions.**

En effet, la CAMVS affiche une croissance du nombre d'emploi pour la moitié des fonctions.

- On relève une progression forte, plus forte localement qu'en moyenne en France, pour les fonctions administration publique et surtout santé - action sociale.
- La CAMVS bénéficie pour cinq autres fonctions d'une croissance d'effectif, mais à un rythme moins élevé qu'à l'échelle nationale, au regard de la situation sociale de la population et de l'impact de celle-ci sur ses revenus :
    - Commerce inter-entreprises
    - Culture-loisirs
    - Education-Formation
    - Prestations intellectuelles
    - Services de proximité

A l'inverse, les fonctions conception-recherche, distribution, entretien-réparation, gestion et transports logistiques voient leurs effectifs se réduire, ce qui contraste avec les croissances observables en France. La réduction du nombre d'habitants, le développement accentué du grand commerce au détriment du commerce de proximité et la contraction du tissu industriel peuvent expliquer ce phénomène.

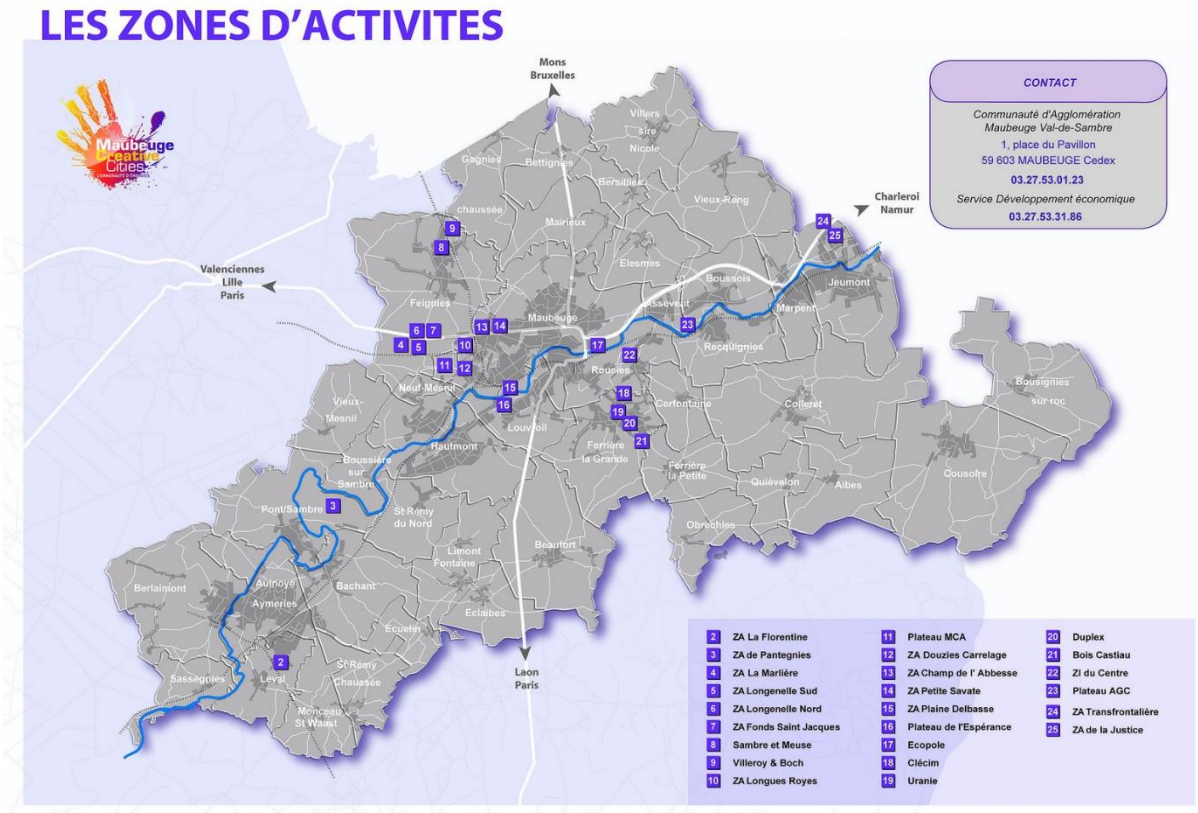
Les fonctions agriculture, BTP et fabrication sont en diminution en France comme sur la CAMVS mais la réduction d'effectif est plus élevée localement.

**Le territoire souffre d'un déficit d'attractivité résidentielle.** Le PDU a révélé que la très large majorité des actifs résidant sur son territoire y travaillent. Seuls 23% des actifs sambriens travaillent à l'extérieur du territoire. Par ailleurs, 30% des emplois du territoire sont occupés par des actifs résidents sur d'autres territoires. Plus des deux tiers viennent de l'arrondissement d'Avesnes-sur-Helpe, 15% du Valenciennois et moins de 4% de Lille. Le territoire attire 1,5 fois plus d'actifs qu'il n'en émet. Ce sont les cadres qui sont le plus enclins à travailler sur le territoire sans y habiter : les emplois de cadre représentent 10,3% des emplois locaux en 2011, mais seulement 8,4% des actifs en emploi résidant sur le territoire ont ce statut.

## III. Les Zones d'Activités Economiques

La CAMVS dispose de 22 zones d'activités économiques d'intérêt communautaire, hors zones commerciales.

Les trois principales zones en développement dans les prochaines années seront les zones de la Marlière à Feignies, la Justice et la Transfrontalière à Jeumont. D'autres sites complémentaires pourront être étendus, en prolongement de l'activité existante.

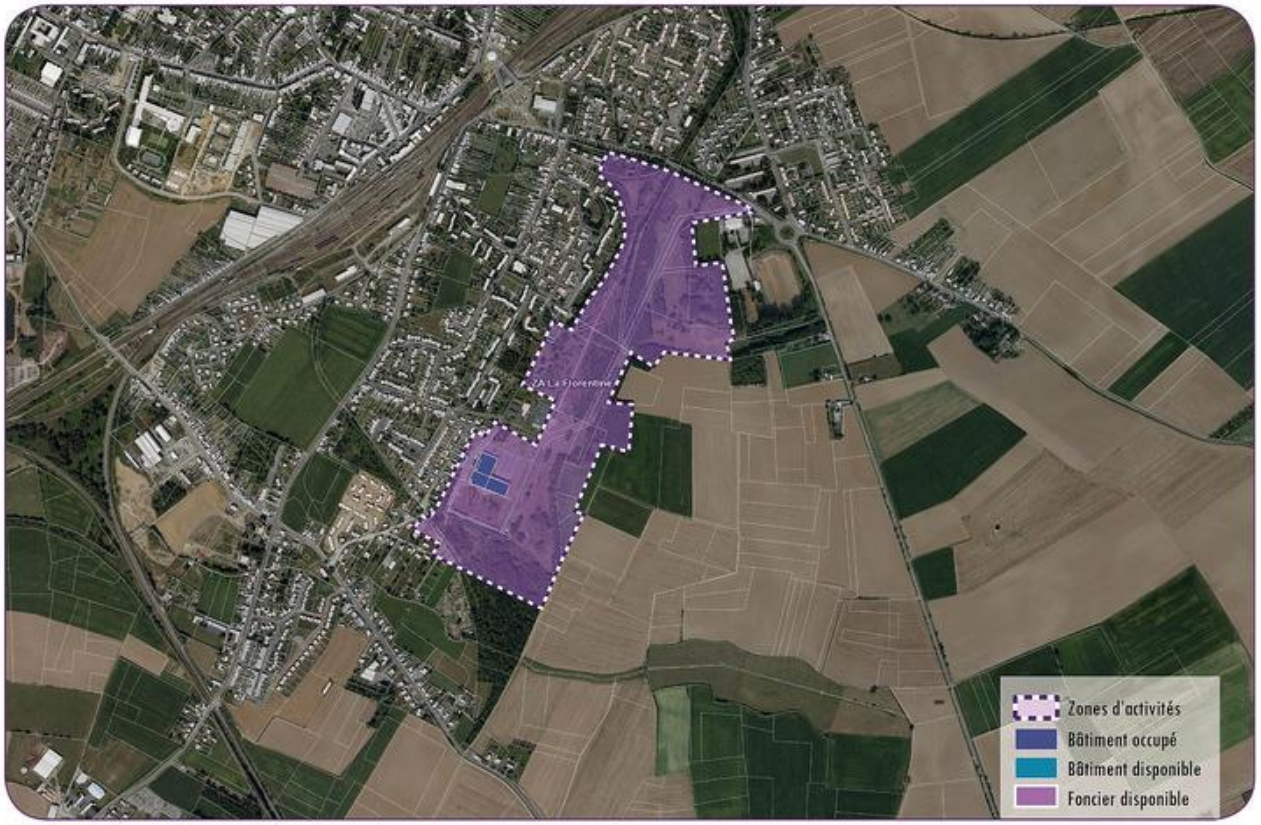


| Nom de la zone | Commune | Surface totale (en ha) | Taux de remplissage |
|---|---|---|---|
| Plateau AGC | Assevent | 8,5 | Friche |
| | | | |
| Plateau MCA | Feignies | 21,8 | 100% |
| Longenelle Sud (Grévaux) | Feignies | 47,8 | 100% |
| Longenelle Nord (Grévaux) | Feignies | 18,6 | 85% |
| Fonds Saint Jacques (Grévaux) | Feignies | 5,7 | 87% |
| Longues Royes | Feignies | 17,2 | 86% |
| Villeroy et Boch | Feignies | 10,3 | 100% |
| Sambre et Meuse | Feignies | 22,6 | Friche |
| Duplex | Ferrière-la-Grande | 2 | 100% |
| Uranie | Ferrière-la-Grande | 2,6 | Friche |
| Bois Castiaux | Ferrière-la-Grande | 9,2 | 100% |
| Transfrontalière (partie) | Jeumont | 6,4 | 24% |
| Justice (partie) | Jeumont | 4,1 | 39% |
| La Florentine | Leval | 31,8 | Friche |
| Plateau de l'Espérance | Louvroil | 40,5 | 54% |
| Plaine Delbasse | Louvroil | 41 | 100% |
| Champs de l'Abbesse | Maubeuge | 27,9 | 97% |
| Petite Savate | Maubeuge | 11 | 100% |
| Douzies Carrelage | Maubeuge | 19,5 | 65% |
| Pantegnies | Pont-sur-Sambre | 99,6 | 100% |
| ZI du Centre | Rousies | 8,8 | 100% |

# Aulnoye-Aymeries/Leval — La Florentine



## Entreprises présentes sur la zone




### CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement séparatif
- Station d'épuration
- Electricité :
  - moyenne tension : (≤ 20 000 volts)
  - haute tension : (entre 63 et 90 000 volts)
- Gaz - 800 m3/h
- Embranchement ferré
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

### EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 1 Km |
| • Hôtel | 2 km |
| • Restauration | 2 km |
| • Poste | 2 km |
| • Transport en commun | 500 m |
| • Centre de Recherche | 8 km |
| • Station service | 200 m |
| • Pépinière d'entreprises | 5 km |
| • Bâtiment-relais | 8 km |
| • Centre de formation | 5 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 8 km |

### FONCIER :

Propriétaire : CAMVS
Surface totale : 320 000 m²
Surface équipée :
Surface occupée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée : 258 000 m²

### BATIMENT :

Propriétaire :
Surface totale :
Surface équipée :
Surface occupée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée :

### CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

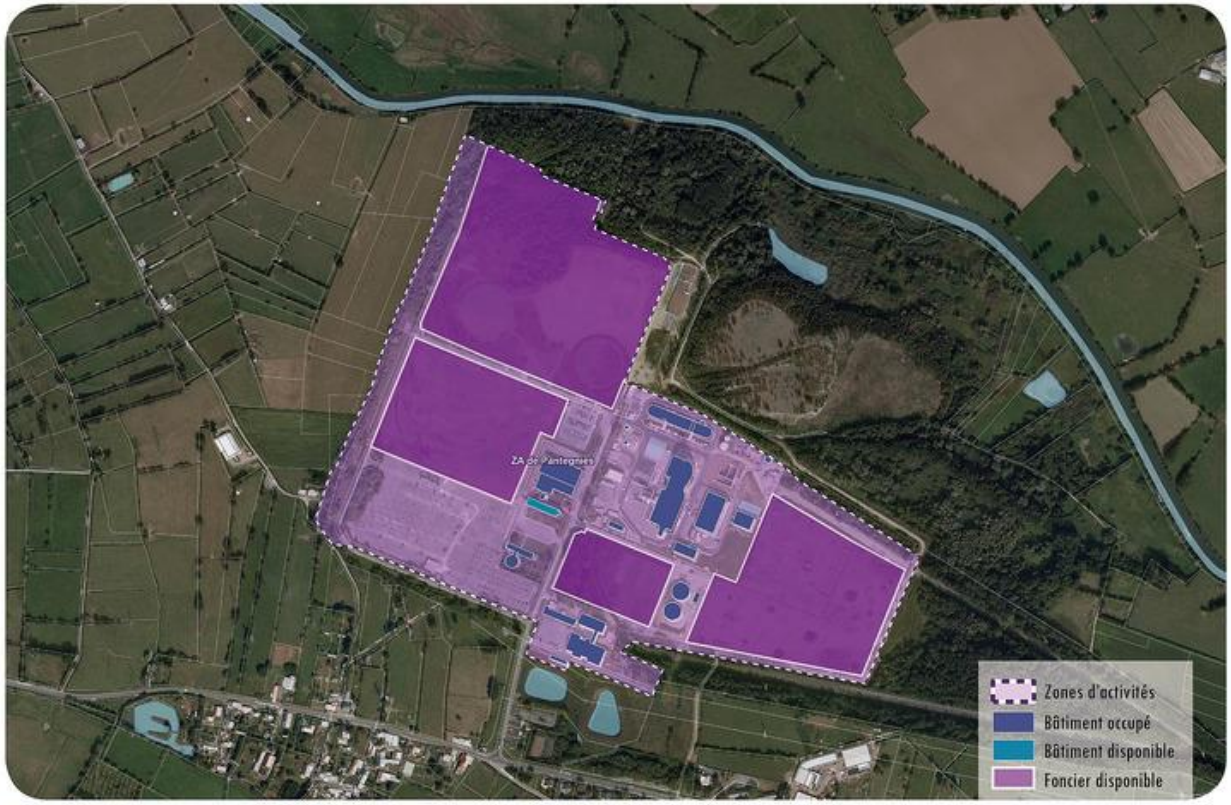
# Pont sur Sambre

# ZA de Pantegnies



## Entreprises présentes sur la zone

**TRICYLANDRE( Textile), SAMBRE HPI (Hydraulique pneumatique), PONT SUR SAMBRE POWER (Production d'éléctricité), BALSA/MERCURE (Tôlerie industrielle), EODA (mécanique, machine spéciale).**




## CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement séparatif
- Station d'épuration
- Electricité :
  - moyenne tension : (≤ 20 000 volts)
  - haute tension : (entre 63 et 90 000 volts)
- Gaz - 800 m3/h
- Réseau incendie
- Embranchement ferré
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

## EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Hôtel | 5 km |
| • Restauration | 5 km |
| • Poste | 2 km |
| • Transport en commun | 500 m |
| • Centre de Recherche | 8 km |
| • Station service | 2 km |
| • Pépinière d'entreprises | 5 km |
| • Centre de formation | 5 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 8 km |

## FONCIER :

**Propriétaire : CAMVS**
**Surface totale : 434 000 m²**
**Surface équipée :**
**Surface occupée :**
**Surface disponible équipée : 17 638 m²**
**Surface disponible non équipée : 200 000 m²**

## BATIMENT :

**Propriétaire : CAMVS**
**Surface totale :**
**Surface équipée : 2 600 m²**
**Surface occupée :**
**Surface disponible équipée : 2 600 m²**
**Surface disponible non équipée :**

## CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

# Feignies

# La Marlière



## Entreprises présentes sur la zone




### CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

Zone à viabiliser

### EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 4 Km |
| • Hôtel | 200 m |
| • Restauration | 1 km |
| • Poste | 3 km |
| • Transport en commun | 200 m |
| • Centre de Recherche | 2 km |
| • Station service | 1 km |
| • Pépinière d'entreprises | 2 km |
| • Centre de formation | 1 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 2 km |

### FONCIER :

Propriétaire : CAMVS
Surface totale : 445 000 m²
Surface équipée :
Surface occupée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée :

### BATIMENT :

Propriétaire : CAMVS
Surface totale :
Surface équipée : 1200 m²
Surface occupée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée :

### CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION MAUBEUGE-VAL DE SAMBRE

# Feignies

# Longenelle Sud



## Entreprises présentes sur la zone

**BIGARD** (viandes de boucherie (gros)), **CANTINIAU** (Levage, manutention, transports exceptionnels), **ETS TROMONT** (Electricité : installations industrielles), **EV2** (aménagement, entretien de jardins et parcs), **MENISSEZ** (boulangeries, pâtisseries industrielles), **SNEF** (Vente, installation de Chauffage)




## CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement séparatif
- Station d'épuration
- Electricité :
  - moyenne tension : (≤ 20 000 volts)
- Oxygène : à proximité
- Hydrogène : à proximité
- Gaz : 42,4 bars
- Réseau incendie
- Embranchement ferré possible
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

## EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 4 Km |
| • Hôtel | 200 m |
| • Restauration | 1 km |
| • Poste | 3 km |
| • Transport en commun | 200 m |
| • Centre de Recherche | 2 km |
| • Station service | 1 km |
| • Pépinière d'entreprises | 2 km |
| • Centre de formation | 1 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 2 km |

## FONCIER :

Propriétaire : AMVS
Surface totale : 480 000 m²
Surface équipée :
Surface occupée : 480 000 m²
Surface disponible équipée : 480 000 m²
Surface disponible non équipée :

## BATIMENT :

Propriétaire :
Surface totale :
Surface équipée :
Surface occupée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée :

## CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

# Feignies

# Longenelle Nord



## Entreprises présentes sur la zone

**BECKER INDUSTRIE** (peinture, vernis, produits assimilés (gros)), **GEDIMAT** (vente de materiaux), **HOTEL 1ère CLASSE** (hotellererie), **RENAULT, RENAULT OCCASION, CITROËN, PEUGEOT** (Concessionnaire automobile, vente de véhicules d'occasion), **SERVAIS CARRE** (hauffage, climatisation) **ATSD** (tuyauterie industrielle)




## CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement séparatif
- Electricité :
  - moyenne tension : (≤ 20 000 volts)
- Oxygène : à proximité
- Hydrogène : à proximité
- Gaz : 42,4 bars
- Réseau incendie
- Embranchement ferré possible
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

## EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 4 Km |
| • Hôtel | 200 m |
| • Restauration | 1 km |
| • Poste | 3 km |
| • Transport en commun | 200 m |
| • Centre de Recherche | 2 km |
| • Station service | 1 km |
| • Pépinière d'entreprises | 2 km |
| • Centre de formation | 1 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 2 km |

## FONCIER :

Propriétaire : AMVS
Surface totale : 270 000 m²
Surface équipée : 270 000 m²
Surface occupée : 52 000 m²
Surface disponible équipée : 73 500 m²
Surface disponible non équipée :

## BATIMENT :

Propriétaire :
Surface totale :
Surface équipée :
Surface occupée :
Surface disponible équipée : 2 600 m²
Surface disponible non équipée :

## CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

# Feignies — Les Fonds St Jacques



## Entreprises présentes sur la zone

**FRANS BONHOMME** (négoce de matériaux de construction), **HERTZ EQUIPEMENT** (location de matériel industriel), **NORD MENUISERIE DIFFUSION** (menuiserie), **PEPINIERES DE BEAUFORT** (pépiniériste), **PEUGEOT** (Concessionnaire automobile), **SATELEC** (Eléctricité)




## CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement séparatif
- Electricité :
  - moyenne tension
- Oxygène : à proximité
- Hydrogène : à proximité
- Gaz : 42,4 bars
- Réseau incendie
- Embranchement ferré possible
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

## EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 4 Km |
| • Hôtel | 200 m |
| • Restauration | 1 km |
| • Poste | 3 km |
| • Transport en commun | 200 m |
| • Centre de Recherche | 2 km |
| • Station service | 1 km |
| • Pépinière d'entreprises | 2 km |
| • Centre de formation | 1 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 2 km |

## FONCIER :

Propriétaire : AMVS
Surface totale : 85 000 m²
Surface équipée : 85 000 m²
Surface occupée : 77 500 m²
Surface disponible équipée : 8 500 m²
Surface disponible non équipée :

## BATIMENT :

Propriétaire : CAMVS
Surface totale : 3460 m²
Surface équipée :
Surface occupée : 3460 m²
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée :

## CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION MAUBEUGE-VAL DE SAMBRE

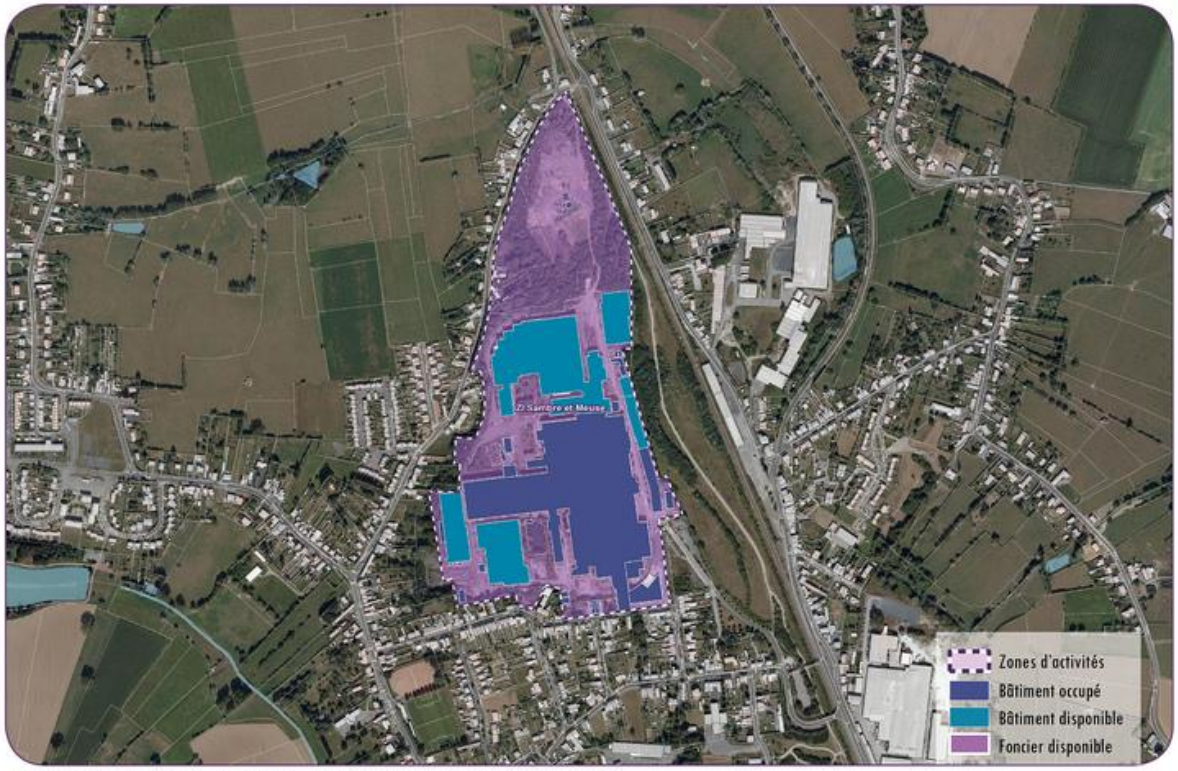
# Feignies

# Sambre et Meuse



## Entreprises présentes sur la zone

**UVZ SAMBRE ET MEUSE** (Fonderie d'acier)




## CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement
- Electricité :
  - moyenne tension
- Oxygène : à proximité
- Hydrogène : à proximité
- Réseau incendie
- Embranchement ferré possible
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

## EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 5 Km |
| • Hôtel | 1 m |
| • Restauration | 1 km |
| • Poste | 1km |
| • Transport en commun | 200 m |
| • Centre de Recherche | 2 km |
| • Station service | 2 km |
| • Pépinière d'entreprises | 3 km |
| • Centre de formation | 3 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 3km |

## FONCIER :

Propriétaire : AMVS
Surface totale : 223 000 m²
Surface équipée :
Surface occupée :
Surface disponible équipée : 35 000m²
Surface disponible non équipée :

## BATIMENT :

Propriétaire : CAMVS
Surface totale : 40 000m²
Surface équipée :
Surface occupée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée : 40 000 m²

## CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION MAUBEUGE-VAL DE SAMBRE

# Feignies

# Villeroy & Boch



## Entreprises présentes sur la zone

**TRANSPORT WILLIAME (Logistique)**




### CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement
- Electricité :
  - moyenne tension :
- Oxygène : à proximité
- Hydrogène : à proximité
- Réseau incendie
- Embranchement ferré possible
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

### EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 5 Km |
| • Hôtel | 1 m |
| • Restauration | 1 km |
| • Poste | 1km |
| • Transport en commun | 200 m |
| • Centre de Recherche | 2 km |
| • Station service | 2 km |
| • Pépinière d'entreprises | 3 km |
| • Centre de formation | 3 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 3km |

### FONCIER :

**Propriétaire : AcMVS**
**Surface totale : 75 000 m²**
**Surface équipée :**
**Surface occupée :**
**Surface disponible équipée :**
**Surface disponible non équipée : 32 000 m²**

### BATIMENT :

**Propriétaire :**
**Surface totale :**
**Surface équipée :**
**Surface occupée :**
**Surface disponible équipée :**
**Surface disponible non équipée :**

### CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

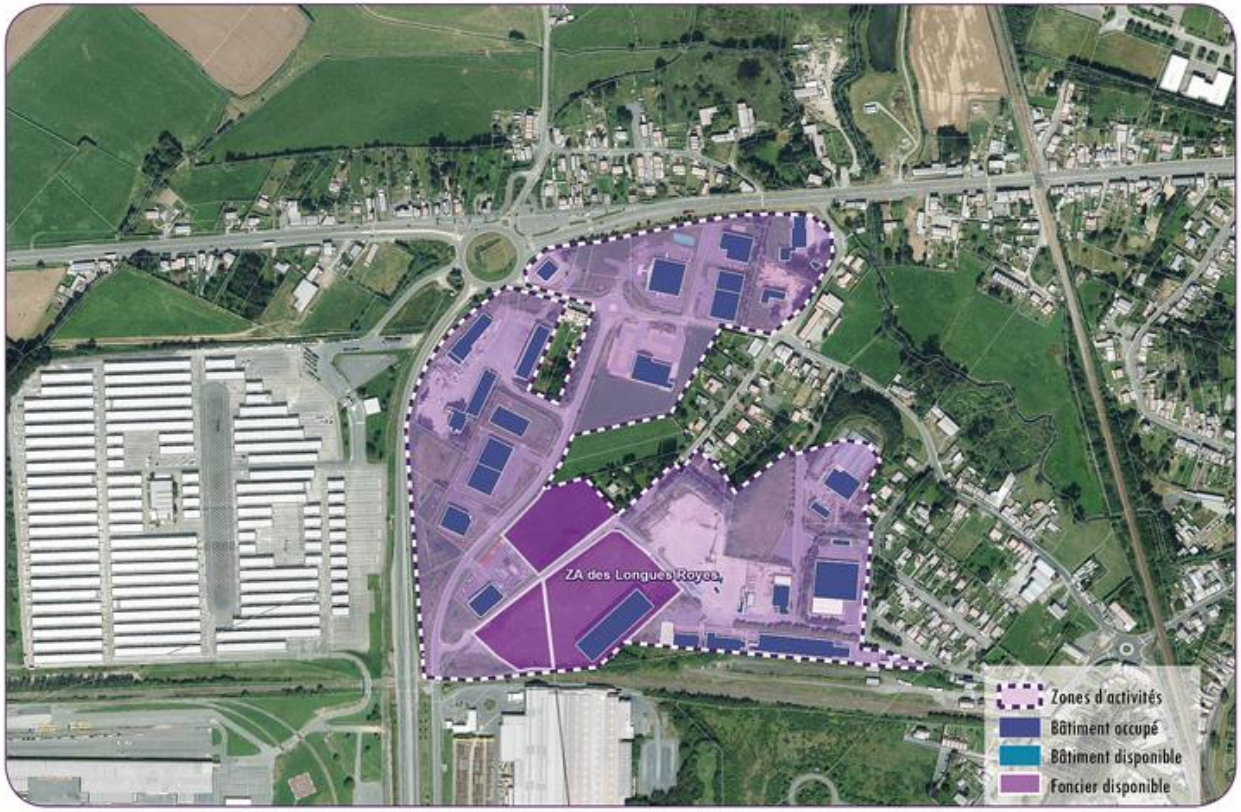
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION MAUBEUGE-VAL DE SAMBRE

# Maubeuge/Feignies — Les Longues Royes



## Entreprises présentes sur la zone

**AUTO SECURITE, CB PREMIX** (Béton prêt à l'emploi), **OUISTITILAND** (Plaine de jeux), **CGE-DISTRIBUTION** (Eléctricité, éléctronique (vente gros)), **COMPTOIR PROVENCAL** (Boissons (gros), **DELCORTE (DMO)** (Fabrication maintenance machines outils), **DESENFANS** (Outillage, Quincaillerie), **HB BUREAUTIQUE** (informatique), **KIT JARDIN** (Paysagiste), **LIDL** (Supermarché discount), **LOXAM , POINT VERT, PUM PLASTIQUE** ( tubes plastiques), **REXEL,SANELEC,** (Matériel éléctrique), **SEAT** (Concessionnaire automobile), **SRMS** (mécanique générale), **TRESNOIS DECAMPS** (Quincaillerie), **UNEAL** (Coopérative Agricole), **VAN MARCKE** (Sanitaire chauffage outillage)




## CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement séparatif
- Electricité :
  - moyenne tension : (≤ 20 000 volts)
- Oxygène : à proximité
- Hydrogène : à proximité
- Gaz : 42,4 bars
- Réseau incendie
- Embranchement ferré possible
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

## EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 4 Km |
| • Hôtel | 500 m |
| • Restauration | 1 km |
| • Poste | 3 km |
| • Transport en commun | 100 m |
| • Centre de Recherche | 1 km |
| • Station service | 100 m |
| • Pépinière d'entreprises | 1 km |
| • Centre de formation | 1 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 1 km |

## FONCIER :

Propriétaire : Ville / CAMVS
Surface totale : 201 000 m²
Surface équipée : 201 000 m²
Surface occupée : 173 700 m²
Surface disponible équipée : 29 300 m²
Surface disponible non équipée :

## BATIMENT :

Propriétaire :
Surface totale :
Surface équipée :
Surface occupée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée :

## CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

# Maubeuge/Feignies

# Plateau MCA



## Entreprises présentes sur la zone

**CAT (Compagnie d'Affrètement et de Transport), CCI, CFPH-IPHC (Formation), CHAMBRE DES METIERS DU NORD, DAHER CORPORATION (stockage, gestion, destruction d'archives), LEAR FAURECIA (fabrication d'équipements et de pièces automobiles), MCA (Construction d'automobiles), REICHAART (Lignes d'Echappement), SOMANU (Maintenance industrielle), VALEO ((fabrication d'équipements et de pièces automobiles) AREVA (centre d'essai), Crèche inter-entreprises.**




## CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement séparatif
- Electricité :
  - moyenne tension : (≤ 20 000 volts)
- Oxygène : à proximité
- Hydrogène : à proximité
- Gaz : 42,4 bars
- Réseau incendie
- Embranchement ferré possible
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

## EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 4 Km |
| • Hôtel | 500 m |
| • Restauration | 1 km |
| • Poste | 3 km |
| • Transport en commun | 100 m |
| • Centre de Recherche | 1 km |
| • Station service | 1k m |
| • Pépinière d'entreprises | 1 km |
| • Centre de formation | 1 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 1 km |

## FONCIER :

**Propriétaire : CAMVS**
**Surface totale : 1 169 000 m²**
**Surface équipée :**
**Surface occupée : 1 169 000 m²**
**Surface disponible équipée :**
**Surface disponible non équipée : 18 000 m²**

## BATIMENT :

**Propriétaire : Privé /CAMVS**
**Surface totale : 267 480 m²**
**Surface équipée :**
**Surface occupée : 260 649 m²**
**Surface disponible équipée : 13000 m²**
**Surface disponible non équipée :**

## CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

# Maubeuge — Douzies Carrelage



## Entreprises présentes sur la zone

**AS 24 (Station essence), LOCATION (Location de matériel pour entrepreneurs), INTERFIT (Fabrication raccord tubes aciers), WILLIAME (Transport logistique)**




### CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement séparatif
- Electricité :
  - moyenne tension : (≤ 20 000 volts)
- Oxygène : à proximité
- Hydrogène : à proximité
- Gaz : 42,4 bars
- Réseau incendie
- Embranchement ferré possible
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

### EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 4 Km |
| • Hôtel | 1000 m |
| • Restauration | 1 km |
| • Poste | 3 km |
| • Transport en commun | 100 m |
| • Centre de Recherche | 1 km |
| • Station service | 100 m |
| • Pépinière d'entreprises | 1 km |
| • Centre de formation | 1 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 1 km |

### FONCIER :

Propriétaire : Privé / Ville de Maubeuge
Surface totale : 198 500 m²
Surface équipée :
Surface occupée : 198 500 m²
Surface disponible équipée : 135 500 m²
Surface disponible non équipée : 60 000 m²

### BATIMENT :

Propriétaire : Privé
Surface totale :
Surface équipée :
Surface occupée :
Surface disponible équipée : 1 100 m²
Surface disponible non équipée :

### CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

# Maubeuge — Le Champ de l'Abbesse



## Entreprises présentes sur la zone

**BARBIEUX DRANCOURT** (charcuteries (gros)), **DERTES** (Eléctricité communication), **ECLAT** (Ruche d'Entreprises), **EIFFAGE CONSTRUCTION** (Bâtiment), **GRT GAZ**, **LA POSTE** (envoi, distribution de courrier, de colis), **MALGOGNE** (Transport routier), **NEUHAUSER** (Boulangerie industrielle), **SIGNASOL** (signalisation routière, urbaine, de chantiers)**CARNIERE DESFOSSEZ** (Production de fixation).




## CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement séparatif
- Electricité :
  - moyenne tension : (≤ 20 000 volts)
- Oxygène : à proximité
- Hydrogène : à proximité
- Gaz : 42,4 bars
- Réseau incendie
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

## EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 3 km |
| • Hôtel | 1 km |
| • Restauration | 1 km |
| • Poste | 2 km |
| • Transport en commun | 100 m |
| • Centre de Recherche | 50 m |
| • Station service | 1 km |
| • Pépinière d'entreprises | 100 m |
| • Centre de formation | 50 m |
| • Université | |
| - formations supérieures | 50 m |

## FONCIER :

Propriétaire : Privé / Ville de Maubeuge
Surface totale : 282 469 m²
Surface équipée : 282 469 m²
Surface occupée :217 000 m²
Surface disponible équipée : 30 000 m²
Surface disponible non équipée :

## BATIMENT :

Propriétaire :
Surface totale :
Surface équipée :
Surface occupée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée :

## CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION MAUBEUGE-VAL DE SAMBRE

# Maubeuge — La Petite Savate



## Entreprises présentes sur la zone

3MS (mécanique générale), ATELIERS DU VAL DE SAMBRE, BENAKMOUN (bâtiment,construction), BG AUTOMOBILES, CERP pharmacie gros), CHAUFFAMAT (matériel thermique, C2 (Appareils de mesure), FRYDEL SA (Eléctricité industrielle), HBTP COURTIN (bâtiment chauffage sanitaire), INTERACTIF (Formation), MONTARON (travaux publics), NMI, NOVAMECA, PM INDUSTRIE (chaudronnerie industrielle), PRODUCTION KING'S (adhésifs), RUCHE DEPARTEMENTALE D'ENTREPRISES, SAMBRONIC (affichage électronique lumineux) , SATO (mécanique générale), TULOUT SA (étiquettes, sérigraphie) APREVA (Pharmacie, mutuelle)




## CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement séparatif
- Electricité :
  - moyenne tension : (≤ 20 000 volts)
- Oxygène : à proximité
- Hydrogène : à proximité
- Gaz : 42,4 bars
- Réseau incendie
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

## EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 3 km |
| • Hôtel | 1 km |
| • Restauration | 1 km |
| • Poste | 2 km |
| • Transport en commun | 100 m |
| • Centre de Recherche | 100 m |
| • Station service | 1 km |
| • Pépinière d'entreprises | 50 m |
| • Centre de formation | 100 m |
| • Université | |
| - formations supérieures | 100 m |

## FONCIER :

Propriétaire : Ville de Maubeuge
Surface totale : 114 000 m²
Surface équipée :
Surface occupée : 114 000 m²
Surface disponible équipée : 111 335 m²
Surface disponible non équipée : 2 665 m²

## BATIMENT :

Propriétaire : CAMVS
Surface totale : 2 673 m²
Surface équipée :
Surface occupée :
Surface disponible équipée : 2 673 m²
Surface disponible non équipée :

## CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION MAUBEUGE-VAL DE SAMBRE

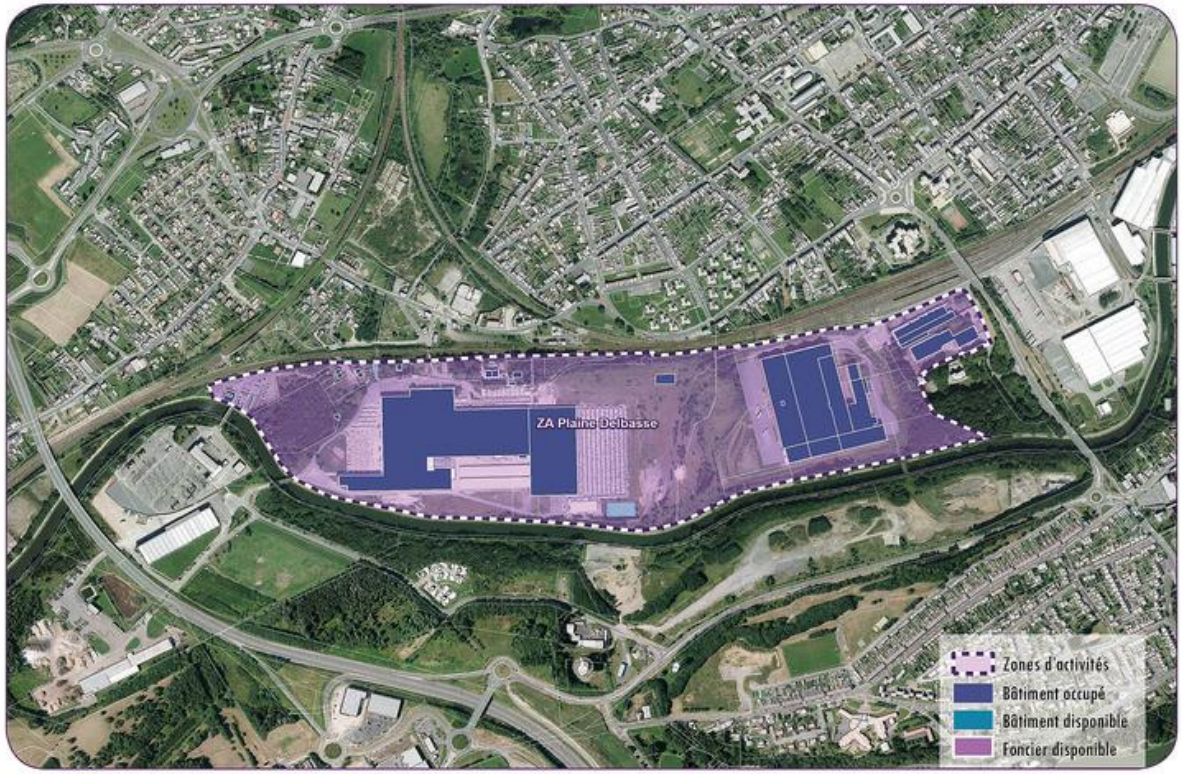
# Louvroil

# Plaine Delbasse



## Entreprises présentes sur la zone

**DESVRES** (carrelages, dallages (fabrication, gros), **WILLIAME** (Logistique), **SHEC** (Bureau d'études), **SHCI** (construction métalique) **WASTRAETE** (pièces auto), **EUROTOILE**, **STIBUS** (ateliers de réparation bus), **TATA STEEL**.




COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION MAUBEUGE-VAL DE SAMBRE

## CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement Uniaire
- Electricité :
  - moyenne tension : (≤ 20 000 volts)
- Réseau incendie
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

## EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 2 km |
| • Hôtel | 500 m |
| • Restauration | 500 m |
| • Poste | 1 km |
| • Transport en commun | 100 m |
| • Centre de Recherche | 3 km |
| • Station service | 1 km |
| • Pépinière d'entreprises | 3 km |
| • Centre de formation | 3 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 3 Km |

## FONCIER :

**Propriétaire : Privé / CAMVS**
**Surface totale : 416 000 m²**
**Surface équipée :**
**Surface occupée :**
**Surface disponible équipée :**
**Surface disponible non équipée : 20 980 m²**

## BATIMENT :

**Propriétaire :**
**Surface totale :**
**Surface équipée :**
**Surface occupée :**
**Surface disponible équipée :**
**Surface disponible non équipée :**

## CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

## Louvroil

# Plateau de l'Espérance



### Entreprises présentes sur la zone

**EDF ( production d'éléctricité),**
**FLAMME ENVIRONNEMENT(collecte de déchets ménagers et assimilés),**
**VILLE DE LOUVROIL (Centre technique)**




### CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement Uniaire
- Electricité :
  - moyenne tension : (≤ 20 000 volts)
- Réseau incendie
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

### EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 2 km |
| • Hôtel | 500km |
| • Restauration | 500km |
| • Poste | 1km |
| • Transport en commun | 100 m |
| • Centre de Recherche | 3 km |
| • Station service | 3 km |
| • Pépinière d'entreprises | 500 m |
| • Centre de formation | 3 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 3 Km |

### FONCIER :

**Propriétaire : Privé / Ville**
**Surface totale : 427 620 m²**
**Surface équipée :**
**Surface occupée :**
**Surface disponible équipée :**
**Surface disponible non équipée : 205 000 m²**

### BATIMENT :

**Propriétaire :**
**Surface totale :**
**Surface équipée :**
**Surface occupée :**
**Surface disponible équipée :**
**Surface disponible non équipée :**

### CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

# Maubeuge

# Ecopôle



## Entreprises présentes sur la zone

**CAMVS (collectivités),**
**SMIAA (centre de valorisation énergétique)**
**CAMVS (STEP de maubeuge, garage, déchetterie, chenil intercommunal, centre de tri)**




**FONCIER :**

**Propriétaire : CAMVS / SMIAA**
**Surface totale : 222 907 m²**
**Surface équipée**
**Surface occupée :**
**Surface disponible équipée : 200 000 m²**
**Surface disponible non équipée :**

**BATIMENT :**

**Propriétaire : Privé**
**Surface totale : 4 000 m²**
**Surface équipée :**
**Surface occupée :**
**Surface disponible équipée :**
**Surface disponible non équipée : 1160 m²**

*CONTACT*

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

# Ferrière la Grande/Rousies

# La Clécim



## Entreprises présentes sur la zone

**Aucune.**




**FONCIER :**

**Propriétaire : Privé**
**Surface totale : 114 024 m²**
**Surface occupée :**
**Surface disponible équipée : 114 024 m²**
**Surface disponible non équipée :**

**BATIMENT :**

**Propriétaire : Privé**
**Surface totale : 26 850 m²**
**Surface équipée :**
**Surface occupée : 26 850 m²**
**Surface disponible équipée :**
**Surface disponible non équipée :**

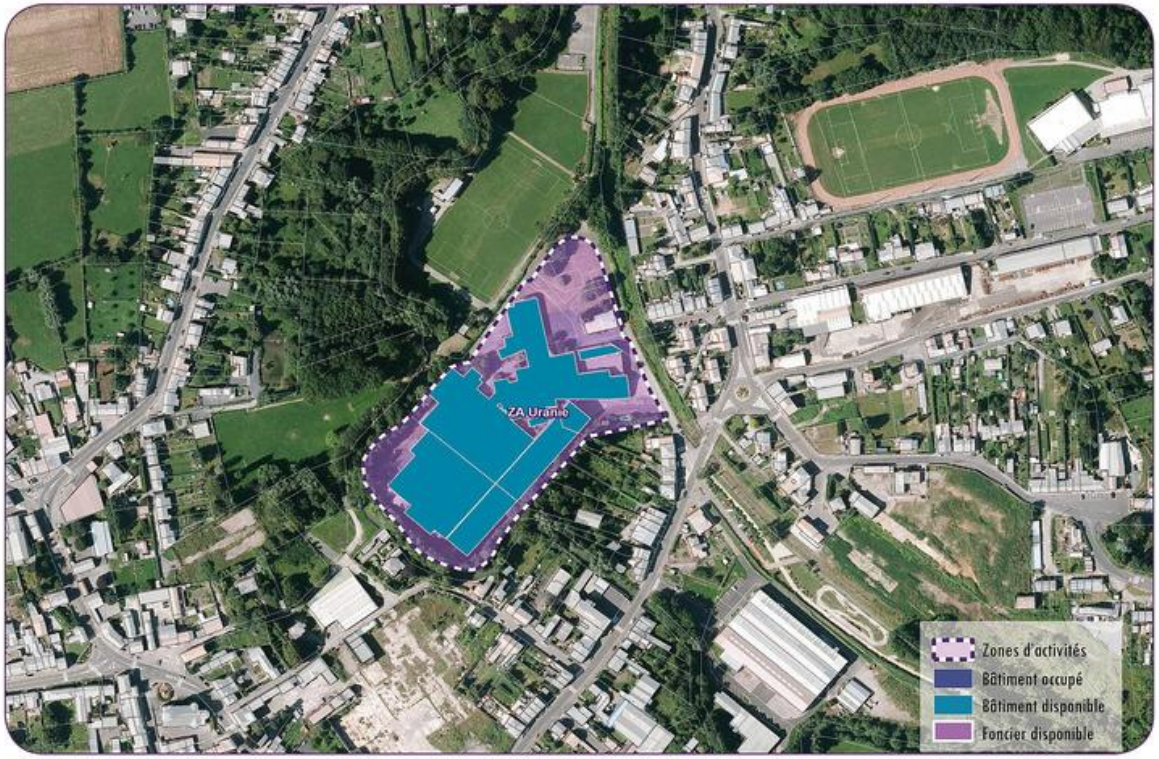

*CONTACT*

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

# Ferrière la Grande — Uranie



## Entreprises présentes sur la zone




### CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement séparatif
- Electricité :
  - moyenne tension : 220 V Tri
- Gaz
- Réseau incendie
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

### EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 4 km |
| • Hôtel | 4 km |
| • Restauration | 1 km |
| • Poste | 2 km |
| • Transport en commun | 100 m |
| • Centre de Recherche | 9 km |
| • Station service | 500 m |
| • Pépinière d'entreprises | 6 km |
| • Centre de formation | |
| • Université | 6 km |

### FONCIER :

Propriétaire : EPF
Surface totale : 26 375 m²
Surface occupée :
Surface équipée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée : 26 375 m²

### BATIMENT :

Propriétaire : EPF
Surface totale : 13 790 m²
Surface équipée :
Surface occupée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée : 13 790 m²

### CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION MAUBEUGE-VAL DE SAMBRE

# Ferrière la Grande — Duplex



## Entreprises présentes sur la zone

**ACTEG (chaudronnerie industrielle),**
**STEEI (installations industrielles électriques).**




### CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement séparatif
- Electricité :
  - moyenne tension : 220 V Tri
- Gaz
- Réseau incendie
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

### EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 4 km |
| • Hôtel | 4 km |
| • Restauration | 1 km |
| • Poste | 2 km |
| • Transport en commun | 100 m |
| • Centre de Recherche | 9 km |
| • Station service | 500 m |
| • Pépinière d'entreprises | 6 km |
| • Centre de formation | 6 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 9 km |

### FONCIER :

Propriétaire : Privé
Surface totale : 20 159 m²
Surface occupée :
Surface équipée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée : 26 375 m²

### BATIMENT :

Propriétaire : EPF
Surface totale : 13 790 m²
Surface équipée :
Surface occupée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée : 13 790 m²

### CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION MAUBEUGE-VAL DE SAMBRE

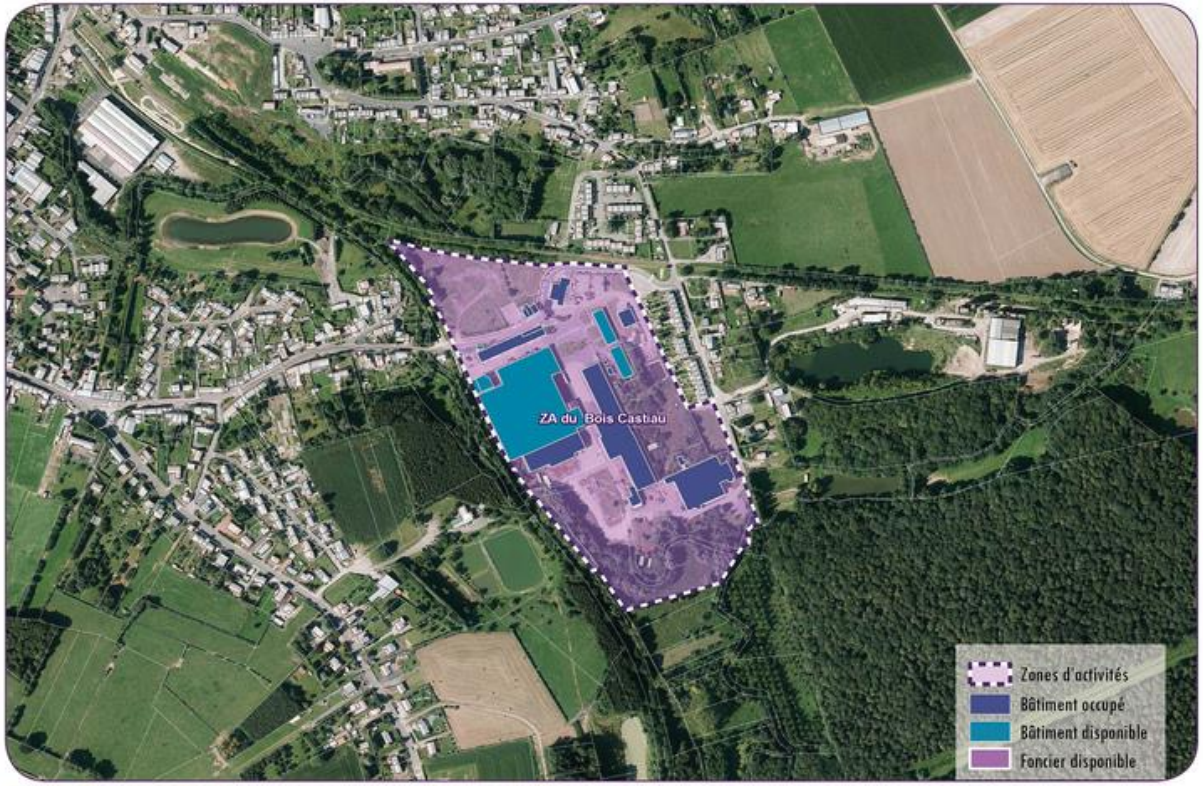
# Ferrière la Grande

# Bois Castiau



## Entreprises présentes sur la zone

**BEUVELET** (couverture),
**DELFOLIES** (Bois d'aménagement de construction),
**HAINAUT ACIERS** (Sciage d'acier),
**RESSOURCERIE** (valorisation).




## CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement séparatif
- Electricité :
  - moyenne tension : 220 V Tri
- Gaz
- Réseau incendie
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

## EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 5 km |
| • Hôtel | 5 km |
| • Restauration | 1.5 km |
| • Poste | 2.5 km |
| • Transport en commun | 200 m |
| • Centre de Recherche | 9.5 km |
| • Station service | 1 km |
| • Pépinière d'entreprises | 6 km |
| • Centre de formation | 6 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 9 km |

## FONCIER :

Propriétaire : CAMVS / Privé
Surface totale : 98 573 m²
Surface occupée :
Surface équipée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée :

## BATIMENT :

Propriétaire : Privé
Surface totale : 23 278 m²
Surface équipée :
Surface occupée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée : 13 790 m²

## CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

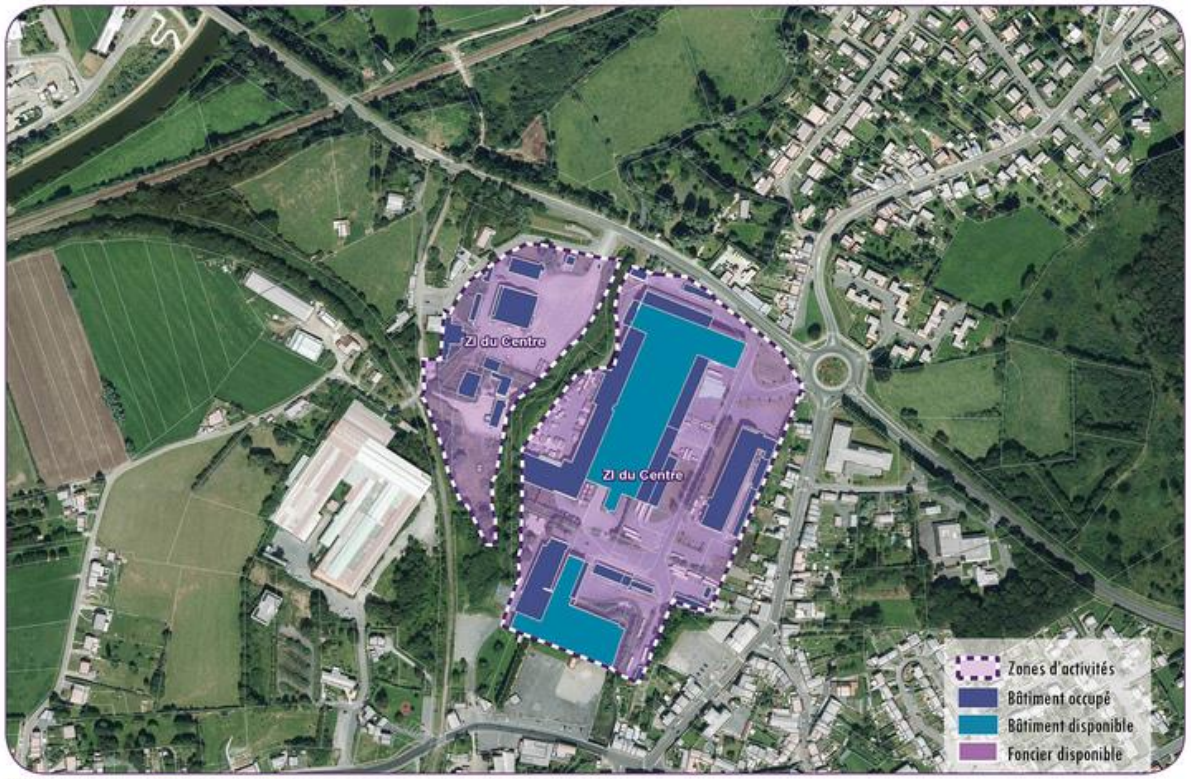
# Rousies

# ZI du Centre



## Entreprises présentes sur la zone

PARTNER ELEC, TENS, TME ENGINEERING, AMB, ITS FABRY, ROUSSEAU 2000, FEMA INDUSTRIE, SCI JLM, AQUIBOIS,CPM-PKL, HERPY FRANCE, NEW DESIGN, TIMAC INDUSTRIE, EASY ROBOTIC, SWISSCOM, COLEXPRESS




## CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement unitaire
- Electricité :
- Gaz
- Réseau incendie
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

## EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 3 km |
| • Hôtel | 3 km |
| • Restauration | 2 km |
| • Poste | 1 km |
| • Transport en commun | 100 m |
| • Station service | 2 km |
| • Pépinière d'entreprises | 5 km |
| • Centre de formation | 5 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 5 km |

## FONCIER :

Propriétaire : CAMVS
Surface totale : 88 763 m²
Surface équipée :
Surface occupée : 88 763 m²
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée :

## BATIMENT :

Propriétaire : Privé
Surface totale : 32 492 m²
Surface équipée : 21 492 m²
Surface occupée :
Surface disponible équipée : 15 300 m²
Surface disponible non équipée :

## CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION MAUBEUGE-VAL DE SAMBRE

## Boussois/Assevent

# Le Plateau AGC



### Entreprises présentes sur la zone

**AGC** (verrerie industrielle),
**DESVRES** (siège administratif),
**GRAHAM PACKAGING** (fabrication de corps creux rigides).




### CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement unitaire
- Electricité :
- Gaz
- Réseau incendie
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

### EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 4 km |
| • Hôtel | 4 km |
| • Restauration | 2 km |
| • Poste | 1 km |
| • Transport en commun | 100 m |
| • Station service | 3 km |
| • Pépinière d'entreprises | 7 km |
| • Centre de formation | 3 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 7 km |

### FONCIER :

Propriétaire : EPF
Surface totale : 800 000 m²
Surface occupée
Surface disponible équipée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée : 80 000m²

### BATIMENT :

Propriétaire : EPF
Surface totale :
Surface équipée :
Surface occupée :
Surface occupée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée :

### CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION MAUBEUGE-VAL DE SAMBRE



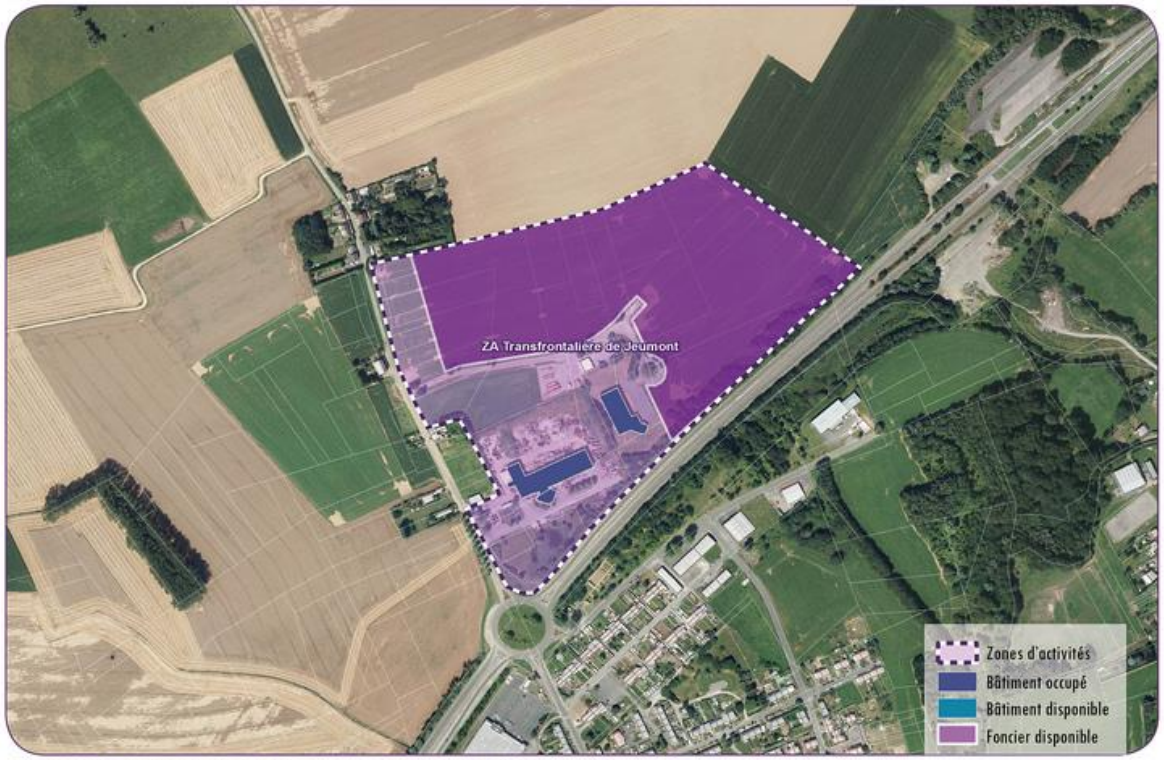
AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

# Jeumont — Transfrontalière



## Entreprises présentes sur la zone

2MPA (Automatisation de processus industriels),
FOURNITEC,
VITRANT MANESSE,
FROMONT (Transport).




## CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement unitaire
- Electricité :
- Gaz
- Réseau incendie
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

## EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 3 km |
| • Hôtel | 2 km |
| • Restauration | 2 km |
| • Poste | 1 km |
| • Transport en commun | 300 m |
| • Station service | 300 m |
| • Pépinière d'entreprises | 10 km |
| • Centre de formation | 10 km |
| • Université - formations supérieures | 10 km |

## FONCIER :

Propriétaire : CAMVS
Surface totale : 158 000 m²
Surface occupée :
Surface disponible équipée : 51 000 m²
Surface disponible équipée : 25 000 m²
Surface disponible non équipée : 85 000 m²

## BATIMENT :

Propriétaire :
Surface totale :
Surface équipée :
Surface occupée :
Surface occupée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée :

## CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION MAUBEUGE-VAL DE SAMBRE

# Jeumont

# Justice



## Entreprises présentes sur la zone

**ATELIER TACQUENIER WILLOT** (Mécanique générale de précision),
**COMEPAL** (Menuiserie),
**ECOTHERM** (Vente, installation de chauffage),
**PRODUIT St CHRISTOPHE** (Vente de sauces),
**SCMI** (Mécanique générale).




## CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE :

- Eau potable
- Assainissement unitaire
- Electricité :
- Gaz
- Réseau incendie
- Eclairage public
- ADSL/SDSL

## EQUIPEMENTS A PROXIMITE DE LA ZONE :

| | |
|---|---|
| • Gare | 3 km |
| • Hôtel | 2 km |
| • Restauration | 2 km |
| • Poste | 1 km |
| • Transport en commun | 300 m |
| • Station service | 300 m |
| • Pépinière d'entreprises | 10 km |
| • Centre de formation | 10 km |
| • Université | |
| - formations supérieures | 10 km |

## FONCIER :

Propriétaire : CAMVS
Surface totale : 218 000 m²
Surface occupée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible équipée : 30 000 m²
Surface disponible non équipée : 130 000 m²

## BATIMENT :

Propriétaire :
Surface totale :
Surface équipée :
Surface occupée :
Surface occupée :
Surface disponible équipée :
Surface disponible non équipée :

## CONTACT

*Communauté d'Agglomération*
*Maubeuge-Val de Sambre*
1, place du Pavillon
59 603 MAUBEUGE Cedex
**03.27.53.01.23**
*Service Développement Economique*
**03.27.53.31.86**

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION MAUBEUGE-VAL DE SAMBRE



AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

# IV. Equipements et services

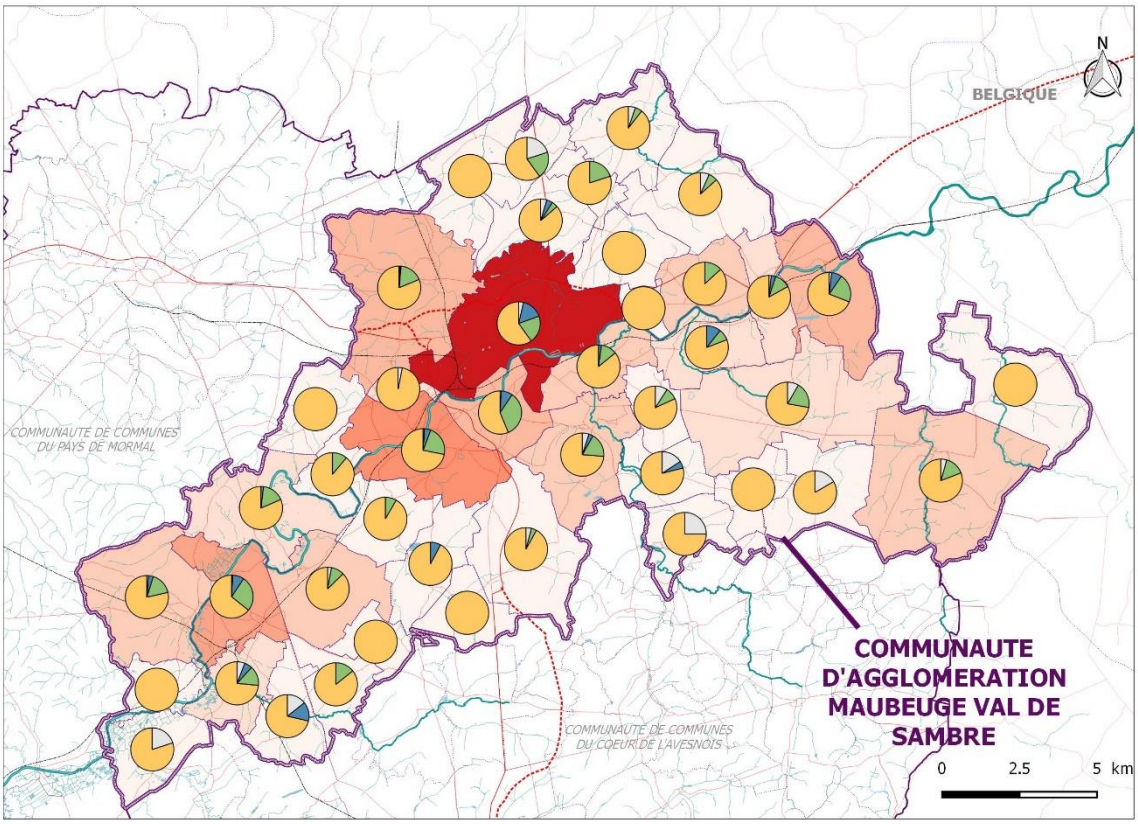
L'analyse des équipements et services présents sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Maubeuge Sambre-Avesnois a été réalisée à partir des données de la Base Permanente des Equipements (BPE) 2017 de l'INSEE. Mise à jour chaque année, elle permet d'évaluer le niveau de services rendus à la population. En effet, elle recense un large panel d'équipements et services qui va du commerce, à l'éducation, en passant par la santé, les transports, les loisirs, les services aux particuliers, etc. En tout, 186 types d'équipements et 2,3 millions d'équipements y sont répertoriés.

Au sein de la BPE, un équipement est défini comme étant un service rendu par un établissement, ainsi il se peut qu'un établissement qui rende plusieurs services apparaisse plusieurs fois dans la base de données. A titre d'exemple, un hôpital qui offre un service de soin de courte durée et des services de soins de suite et réadaptation comptera deux fois ; une fois en tant qu'établissement de santé de court séjour et une fois en tant qu'établissement de santé de moyen séjour.

Par ailleurs l'INSEE a mis en place une classification des équipements en gamme, en réunissant ensemble des équipements qui suivent une logique d'implantation similaire, c'est-à-dire ceux qui sont présents sur le même type de commune. Ceci permet de faire ressortir une organisation hiérarchisée du territoire. Cette classification se fait selon trois gammes : la gamme de proximité, la gamme intermédiaire et la gamme supérieure. Par exemple, les écoles maternelles, les pharmacies, boulangeries font partie de la gamme de proximité ; les collèges, les orthophonistes, les supermarchés, la police et la gendarmerie de la gamme intermédiaire ; les lycées, les maternités, les hypermarchés, les agences pôle emploi de la gamme supérieure.

La gamme de proximité compte 27 types d'équipements, la gamme intermédiaire compte 36 types d'équipements et la gamme supérieure compte 47 types d'équipements. Certains types d'équipements ne sont pas inclus dans cette classification en gamme, il a été décidé de les faire apparaître en tant qu'équipement « sans catégorie ».

La base permanente des équipements 2017 recense sur le territoire de la CAMVS **3 174 équipements, dont 70,6% d'équipements de proximité, 19% d'équipements intermédiaire, 7,9% d'équipements supérieur** et 2,5 % sans catégorie. Une analyse de la répartition géographique des équipements met en lumière l'importance du poids de la ville de Maubeuge qui concentre 30,7 % des équipements, ce chiffre atteint 61,5% des équipements de gamme supérieure. De plus, il apparaît que les communes proches de la Sambre concentrent plus d'équipements. Hautmont, Aulnoye-Aymeries, Louvroil et Jeumont accueillent respectivement 9,99%, 8,1%, 6,99% et 6,93% des équipements.




## Répartitions des équipements et services sur la CAMVS en 2017

***Répartition des équipements***

- < 1%
- 1% - 2%
- 2% - 4,5%
- 4,5% - 7%
- 7% - 9,5%
- 9,5% - 12%
- 12% - 14,5%
- 14,5% - 17%
- 17% - 19,5%
- 19,5% - 22%
- 22% - 24,5%
- 24,5% - 27%
- 27% - 29,5%
- >29,5%

***Répartition par gamme des équipements pour chaque commune***

- Proximité
- Intermédiaire
- Supérieure
- Sans Catégorie

| Commune | Equipement | Commune | Equipement | Commune | Equipement |
|---|---|---|---|---|---|
| Aibes | 6 | Écuélin | 3 | Neuf-Mesnil | 33 |
| Assevent | 29 | Élesmes | 11 | Noyelles-sur-Sambre | 5 |
| Aulnoye-Aymeries | 257 | Feignies | 144 | Obrechies | 4 |
| Bachant | 71 | Ferrière-la-Grande | 122 | Pont-sur-Sambre | 54 |
| Beaufort | 25 | Ferrière-la-Petite | 19 | Quiévelon | 1 |
| Berlaimont | 84 | Gognies-Chaussée | 14 | Recquignies | 47 |
| Bersillies | 5 | Hautmont | 317 | Rousies | 92 |
| Bettignies | 5 | Jeumont | 220 | Saint-Remy-Chaussée | 7 |
| Bousignies-sur-Roc | 2 | Leval | 34 | Saint-Remy-du-Nord | 24 |
| Boussières-sur-Sambre | 9 | Limont-Fontaine | 13 | Sassegnies | 4 |
| Boussois | 68 | Louvroil | 222 | Vieux-Mesnil | 7 |
| Cerfontaine | 11 | Mairieux | 22 | Vieux-Reng | 15 |
| Colleret | 36 | Marpent | 59 | Villers-Sire-Nicole | 19 |
| Cousolre | 68 | Maubeuge | 974 | | |
| Éclaibes | 5 | Monceau-Saint-Waast | 7 | | |

AGGLO2030 Créons le territoire de demain !

*Sources des données : Insee, Base permanente des équipements, 2017*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo, Open Street Map, PNRA*
*Réalisation : ADUS, 2018*

Globalement, la répartition des équipements confirme l'armature urbaine définit par le SCoT Sambre-Avesnois ; à savoir un territoire organisé de la manière suivante :

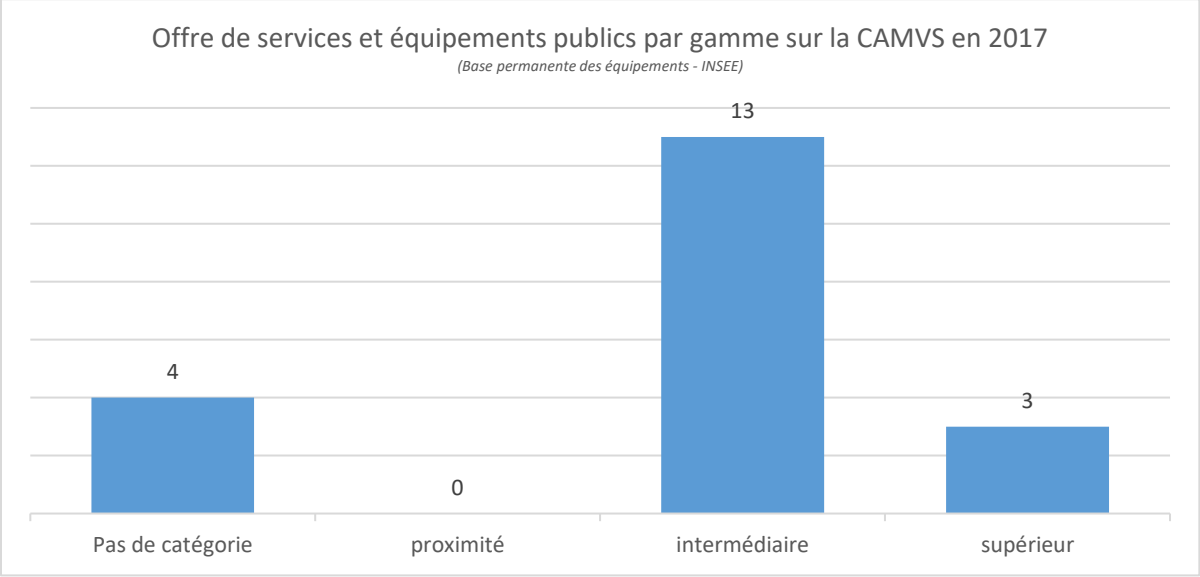
- un pôle supérieur majeur constitué de Maubeuge, Louvroil et Hautmont ;
- des pôles intermédiaires constitués des communes d'Aulnoye-Aymeries et Jeumont
- des pôles de proximité constitués d'Assevent, Bachant, Berlaimont, Boussois, Cousolre, Feignies, Ferrière-la-Grande, Leval, Marpent, Neuf-Mesnil, Pont-sur-Sambre, Recquignies et Rousies.

Enfin, la densité d'équipements (nombre d'équipements par habitant) est plus faible sur la CAMVS, 25,1 équipements pour 1 000 habitants que sur l'arrondissement d'Avesnes-sur-Helpe qui comptabilise 26,6 équipements pour 1 000 habitants. Le département du Nord présente aussi une densité en équipement supérieure avec de 28,1 équipements pour 1 000 habitants, de même que la France qui compte 36,4 équipements pour1 000 habitants.

## 1. Offre d'équipements et de services publics

En 2017, la Communauté d'Agglomération de la Sambre-Avesnois compte vingt équipements et services publics. Il s'agit d'établissements de la Direction Régionale des Finances Publiques (huit établissements recensés), d'établissements de police et gendarmerie (cinq établissements), de trois établissements de proximité du réseau de pôle emploi, de deux maisons de justices et du droit, d'un tribunal d'instance et d'une antenne de justice.

Avec dix équipements, Maubeuge concentre le plus grand nombre d'équipements de services publics du territoire. Cet élément illustre le rôle de la commune-centre de l'agglomération. De même, l'ensemble Maubeuge-Louvroil-Hautmont regroupe 12 des 20 équipements de cette catégorie affirmant son rôle de pôle supérieur majeur.




La majorité de ces équipements appartiennent à la gamme intermédiaire. La CAMVS compte deux communes avec des équipements de niveau supérieur : Maubeuge et Aulnoye-Aymeries. Il s'agit des établissements de « proximité du réseau de pôle emploi ». Par ailleurs, il n'y a pas d'établissements de proximité dans cette catégorie.

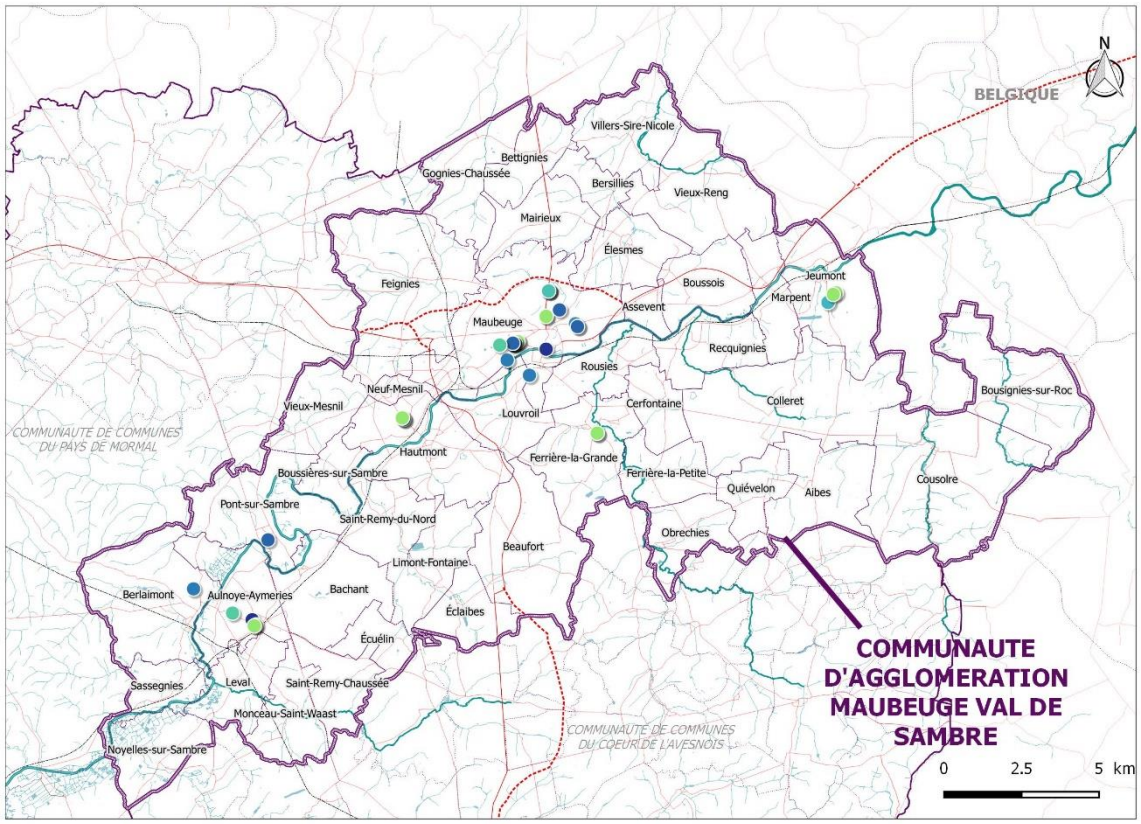
La densité d'équipements de services publics au sein de l'agglomération est inférieure à celle de l'arrondissement, mais légèrement supérieure à celle du département avec 1,58 équipements pour 10 000 habitants contre 2,07 équipements pour 10 000 habitants pour l'arrondissement et 1,54 équipements pour 10 000 habitants pour le département du Nord.

## 2. Offre d'équipements et de services de santé

La base permanente des équipements fait apparaître qu'en 2017, le territoire compte 40 « établissements et services de santé » ; 629 établissements et services de « fonction médicale et paramédicale » ; 80 établissements de type « autre établissements et services à caractère sanitaire ».

Sur les 40 « établissements et services de santé », 35 sont des établissements et services de gamme supérieure et 5 n'ont pas de gamme. Pour l'INSEE, ce type d'équipement ne peut être de gamme intermédiaire ou de proximité ce qui dénote un rôle structurant de ce type de service sur le territoire.

La majorité des établissements médicaux de court, moyen ou long séjour sont concentrés à Maubeuge et dans une moindre mesure le long de la Sambre, la partie la plus peuplée de l'agglomération.




**Etablissements et services de santé sur la CAMVS en 2017**

- Centre de santé
- Centre médecine préventive
- Dialyse
- Établissement psychiatrique avec hébergement
- Établissement santé court séjour
- Établissement santé long séjour
- Établissement santé moyen séjour
- Hospitalisation à domicile
- Maison de santé pluridisciplinaire
- Maternité
- Structures psychiatriques en ambulatoire
- Urgences

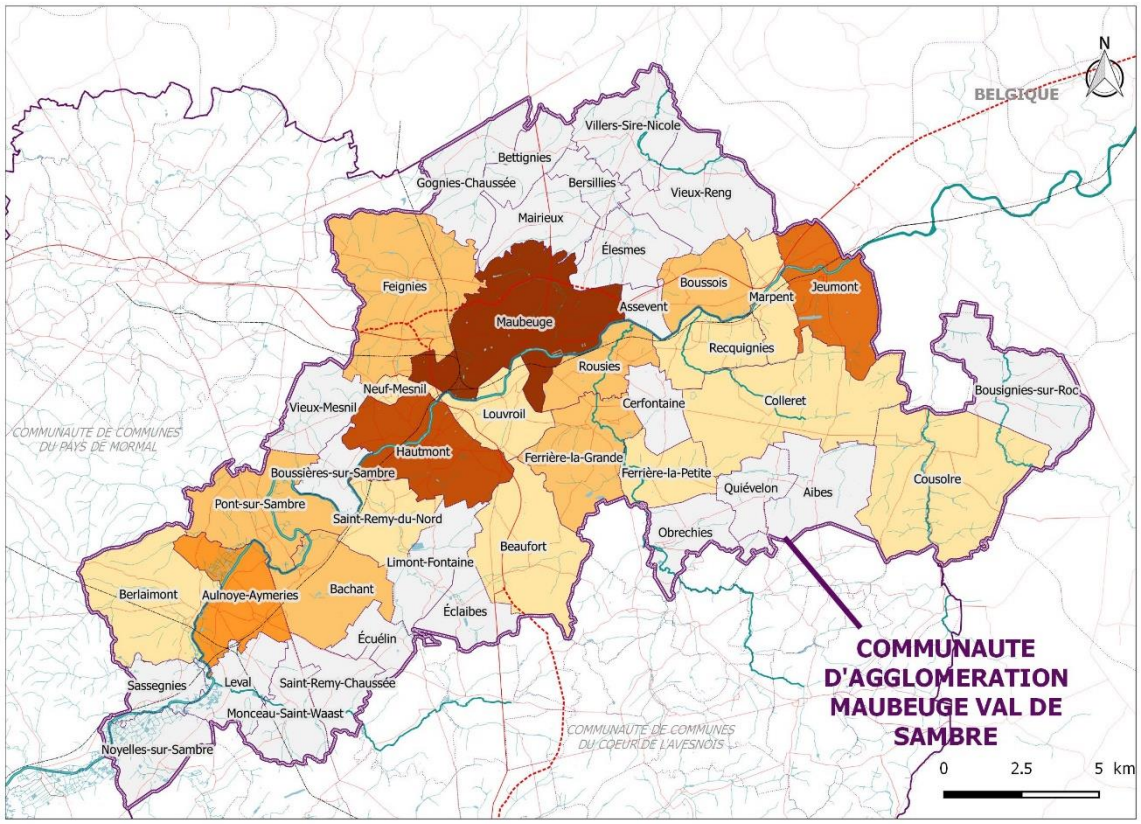
AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : Insee, Base permanente des équipements, 2017*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo, Open Street Map, PNRA*
*Réalisation : ADUS, 2018*

Sur les 643 établissements et services de « fonction médicale et paramédicale », 94 sont de gamme supérieure, 74 de gamme intermédiaire, 472 de gamme de proximité et 3 sont sans catégorie. Cette

forte valeur des services de proximité s'explique par un important maillage de médecins omnipraticiens (90 recensés sur le territoire), de chirurgiens-dentistes (50 recensés sur le territoire), de masseur-kinésithérapeutes (95) et surtout d'infirmiers avec 237 répertoriés par la base permanente des équipements.

Sur les 43 communes de l'agglomération, 20 comptent au moins un médecin omnipraticien. Les quatre communes qui comptent le plus d'habitants, Maubeuge, Haumont, Jeumont et Aulnoye-Aymeries, concentrent le plus de médecins (57 médecins sur les 90 répertoriés). Excepté Leval et Assevent, les communes dépourvues de medecin omnipraticien appartiennent au groupe des communes rurales (au sens du PLUi).




Pas de médecin
1 - 2
3 - 4
4 - 7
8 - 11
12- 15
>15

## Nombre de médecins généralistes par commune en 2017

| Commune | Effectif |
|---|---|
| Aibes | 0 |
| Assevent | 0 |
| Aulnoye-Aymeries | 7 |
| Bachant | 4 |
| Beaufort | 1 |
| Berlaimont | 1 |
| Bersillies | 0 |
| Bettignies | 0 |
| Bousignies-sur-Roc | 0 |

| Commune | Effectif |
|---|---|
| Boussières-sur-Sambre | 0 |
| Boussois | 3 |
| Cerfontaine | 0 |
| Colleret | 1 |
| Cousolre | 2 |
| Éclaibes | 0 |
| Écuélin | 0 |
| Élesmes | 0 |
| Feignies | 4 |
| Ferrière-la-Grande | 3 |
| Ferrière-la-Petite | 1 |
| Gognies-Chaussée | 0 |
| Hautmont | 13 |
| Jeumont | 10 |

| Commune | Effectif |
|---|---|
| Leval | 0 |
| Limont-Fontaine | 0 |
| Louvroil | 1 |
| Mairieux | 0 |
| Marpent | 2 |
| Maubeuge | 27 |
| Monceau-Saint-Waast | 0 |
| Neuf-Mesnil | 2 |
| Noyelles-sur-Sambre | 0 |
| Obrechies | 0 |
| Pont-sur-Sambre | 3 |
| Quiévelon | 0 |
| Recquignies | 1 |
| Rousies | 3 |
| Saint-Remy-Chaussée | 0 |
| Saint-Remy-du-Nord | 1 |
| Sassegnies | 0 |
| Vieux-Mesnil | 0 |
| Vieux-Reng | 0 |

AGGLO2030 Créons le territoire de demain !

*Sources des données : Insee, Base permanente des équipements, 2017*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo, Open Street Map, PNRA*
*Réalisation : ADUS, 2018*

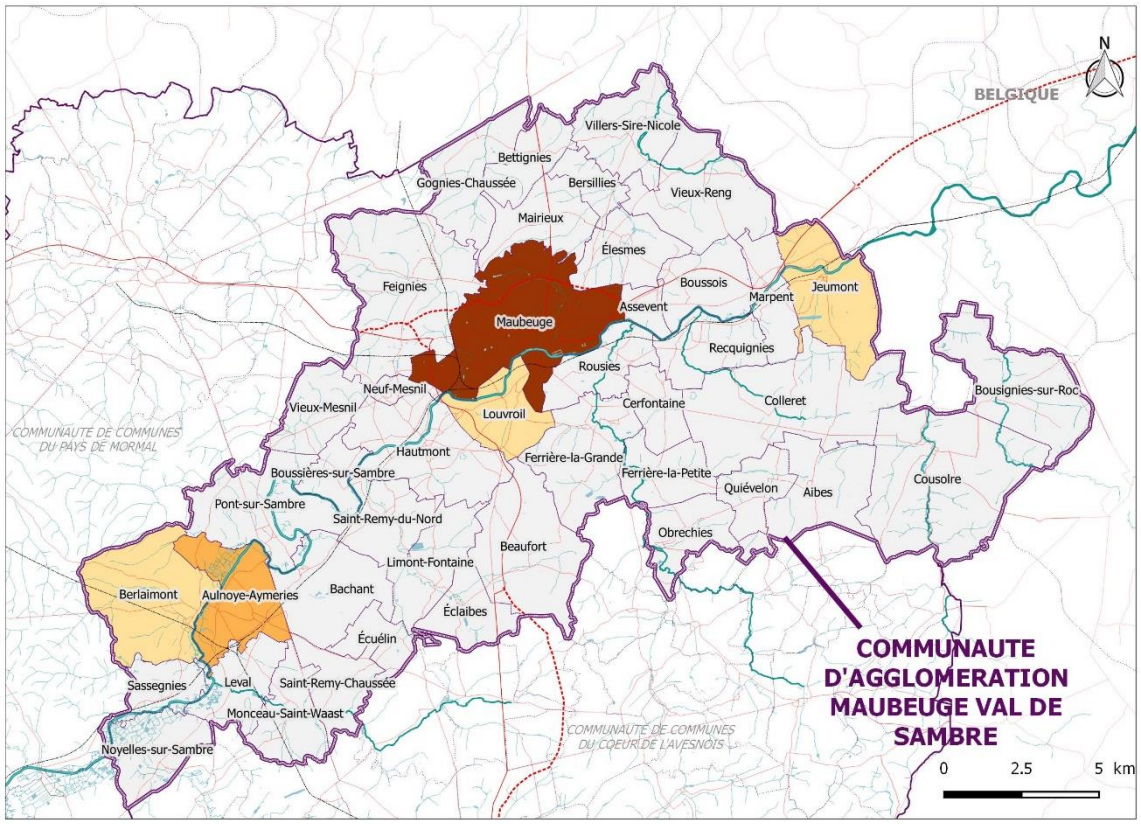
Une comparaison des effectifs entre 2015 et 2017 met en exergue plusieurs constats : une diminution du nombre de médecins généralistes (de l'ordre de -5,3%), des médecins spécialistes (de

l'ordre de -7,7%) et des pharmacies (une pharmacie répertoriée en moins) ; il y a cependant une augmentation du nombre de chirurgiens-dentistes (2 chirurgiens-dentistes supplémentaires par rapport à 2015, soit une augmentation de 4,2%) et surtout une augmentation du nombre d'infirmiers de l'ordre de +7,2%.

Les données issues de la BPE mettent aussi en lumière **une concentration des médecins spécialistes sur la commune centre avec 93% de l'effectif** (soit 67 spécialistes) **établit à Maubeuge**, ce qui correspond à une augmentation de 2 points par rapport à 2015. Les autres spécialistes sont localisés à Aulnoye-Aymeries, Berlaimont, Louvroil et Jeumont, qui accueillent deux spécialistes pour le premier et un seul pour chacun des autres. Ce constat rejoint une des conclusions du rapport de l'Observatoire Régional de la Santé intitulé *Évolutions, mutations attendues de la santé dans les territoires - La recomposition territoriale et ses outils dans les Hauts-de-France,* qui fait état d'un phénomène de polarisation de l'implantation des médecins spécialistes au profit des grandes agglomérations.

Il est intéressant de noter que les médecins spécialistes en radiologie et imagerie médicale représentent 45,6% des médecins spécialistes de la CAMVS, alors qu'ils représentent 26,5% des spécialistes sur le département du Nord. Par ailleurs, la densité en médecin de cette spécialité est de 2,6 pour 10 000 habitants au sein de la CAMVS contre 1,4 pour 10 000 habitants pour la France entière.

En parallèle, le territoire semble moins bien pourvu pour les autres spécialités que la moyenne nationale. Ainsi, par exemple, si la CAMVS compte 0,47 cardiologues pour 10 000 habitants, la France en compte 0,78 pour 10 000 habitants ; en psychiatrie, sur la CAMVS, il y a 0,15 spécialistes pour 10 000 habitants contre 0,98 pour 10 000 habitants en France ; en ophtalmologie, il y a 0,47 spécialistes pour 10 000 habitants sur la CAMVS contre 0,81 à l'échelle nationale.




Pas de médecin spécialiste
1
2
3 - 4
5- 10
>10

## Nombre de médecins spécialistes par commune en 2017

| Commune | Effectif |
|---|---|
| Aibes | 0 |
| Assevent | 0 |
| Aulnoye-Aymeries | 2 |
| Bachant | 0 |
| Beaufort | 0 |
| Berlaimont | 1 |
| Bersillies | 0 |
| Bettignies | 0 |
| Bousignies-sur-Roc | 0 |

| Commune | Effectif |
|---|---|
| Boussières-sur-Sambre | 0 |
| Boussois | 0 |
| Cerfontaine | 0 |
| Colleret | 0 |
| Cousolre | 0 |
| Éclaibes | 0 |
| Écuélin | 0 |
| Élesmes | 0 |
| Feignies | 0 |
| Ferrière-la-Grande | 0 |
| Ferrière-la-Petite | 0 |
| Gognies-Chaussée | 0 |
| Hautmont | 0 |
| Jeumont | 1 |

| Commune | Effectif |
|---|---|
| Leval | 0 |
| Limont-Fontaine | 0 |
| Louvroil | 1 |
| Mairieux | 0 |
| Marpent | 0 |
| Maubeuge | 67 |
| Monceau-Saint-Waast | 0 |
| Neuf-Mesnil | 0 |
| Noyelles-sur-Sambre | 0 |
| Obrechies | 0 |
| Pont-sur-Sambre | 0 |
| Quiévelon | 0 |
| Recquignies | 0 |
| Rousies | 0 |
| Saint-Remy-Chaussée | 0 |
| Saint-Remy-du-Nord | 0 |
| Sassegnies | 0 |
| Vieux-Mesnil | 0 |
| Vieux-Reng | 0 |

AGGLO2030 Créons le territoire de demain !

*Sources des données : Insee, Base permanente des équipements, 2017*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo, Open Street Map, PNRA*
*Réalisation : ADUS, 2018*

Enfin, dans le domaine de la santé, l'INSEE comptabilise une catégorie dénommée « autre établissements et services à caractère sanitaire ». Cette catégorie regroupe les pharmacies, les laboratoires d'analyse médicale, les ambulances, les transfusions sanguines et enfin les établissements thermaux. La base permanente des équipements répertorie 66 équipements appartenant à cette catégorie. Sur ces 66 équipements, 19 sont de gamme intermédiaires (7 laboratoires d'analyse médicales et 12 services d'ambulance) et 47 sont des équipements de proximité (qui sont dans leur intégralité des pharmacies).

## 3. Offre d'équipements et de services scolaires

La Communauté d'Agglomération Maubeuge Val-de-Sambre compte sur son territoire 40 écoles maternelles et 76 écoles élémentaires, ces établissements scolaires appartiennent à la catégorie des établissements de proximités.

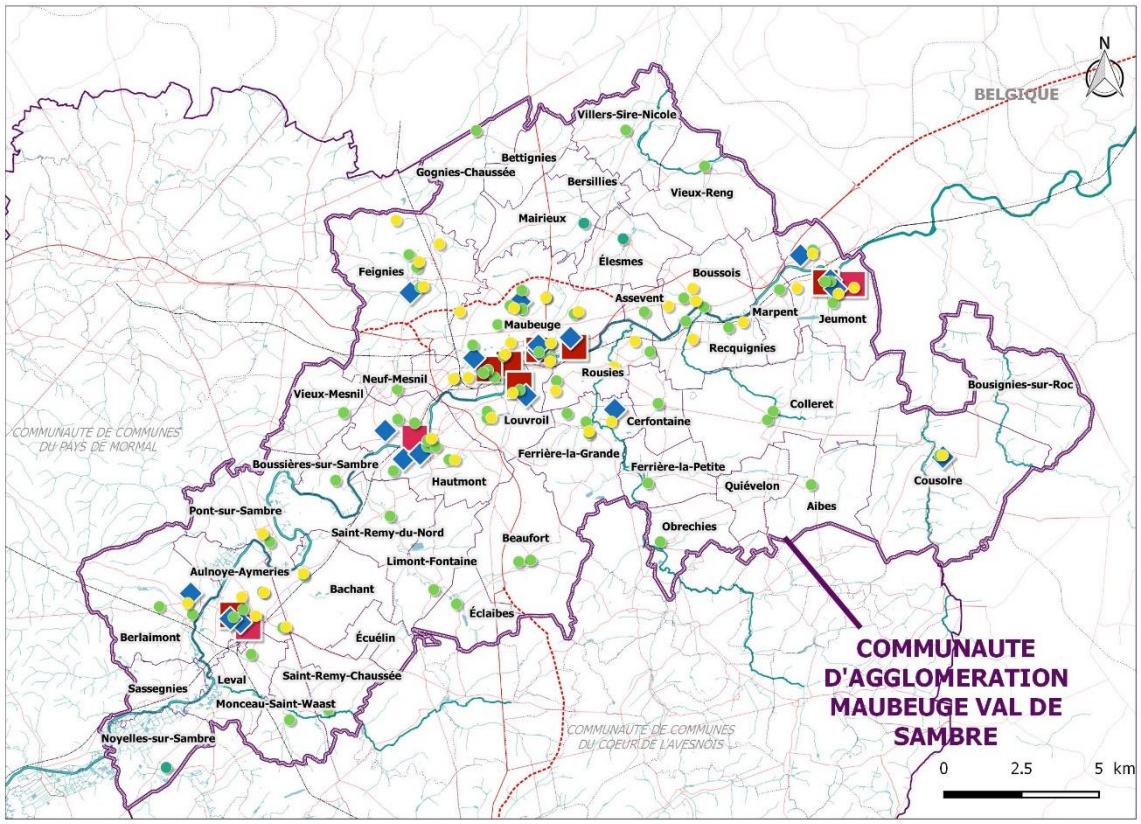
Ces écoles maternelles sont des écoles maternelles au sens « strict », ce qui explique qu'elles sont principalement situées dans les espaces urbanisés de l'agglomération, le long de la Sambre, à Cousolre et à Feignies. Pour les communes rurales, les classes de petites, moyennes et grandes sections sont souvent dans le même groupe scolaire que les écoles élémentaires. Ils sont donc répertoriés en tant qu'école élémentaire par la base permanente des équipements. C'est ce qui explique pourquoi le maillage des écoles élémentaires est plus dense et plus uniforme sur le territoire.

Seules six communes ne possède aucune école, il s'agit de : Bersillies, Bettignies, Bousignies-sur-Roc, Ecuelin, Quiévelon et Sassegnies, ce sont les cinq communes les moins peuplées avec Bettignies qui est la huitième moins peuplée (selon la population légale 2015).

La CAMVS possède aussi trois écoles élémentaires de regroupement pédagogique intercommunal qui aident au maintien d'une offre scolaire de proximité dans les communes rurales.

18 collèges sont présents sur le territoire, ils appartiennent à la gamme d'équipement intermédiaire. Ces collèges sont localisés sur les communes du long de la Sambre, ainsi qu'à Cousolre, Feignies et Ferrière-la-Grande.

Il y a enfin 7 lycées d'enseignement général et/ou technologiques et 3 lycées d'enseignement professionnel sur le territoire qui correspondent à des établissements de gamme supérieure. Comme pour les écoles maternelles, il s'agit de lycées d'enseignement professionnel au sens strict. Les lycées polyvalents, qui accueillent à la fois des classes d'enseignements général et/ou technologiques et d'enseignements professionnels sont répertoriés dans la catégorie lycée d'enseignement général et/ou technologiques. Les lycées sont concentrés dans cinq des six communes les plus peuplées de la CAMVS, Maubeuge, Hautmont, Louvroil, Jeumont et Aulnoye-Aymeries. Ceci permet d'avoir un maillage de lycée le long de la Sambre, selon un axe Sud-Ouest/Nord-Est.




## Etablissements scolaires de premier et second degré sur la CAMVS en 2017

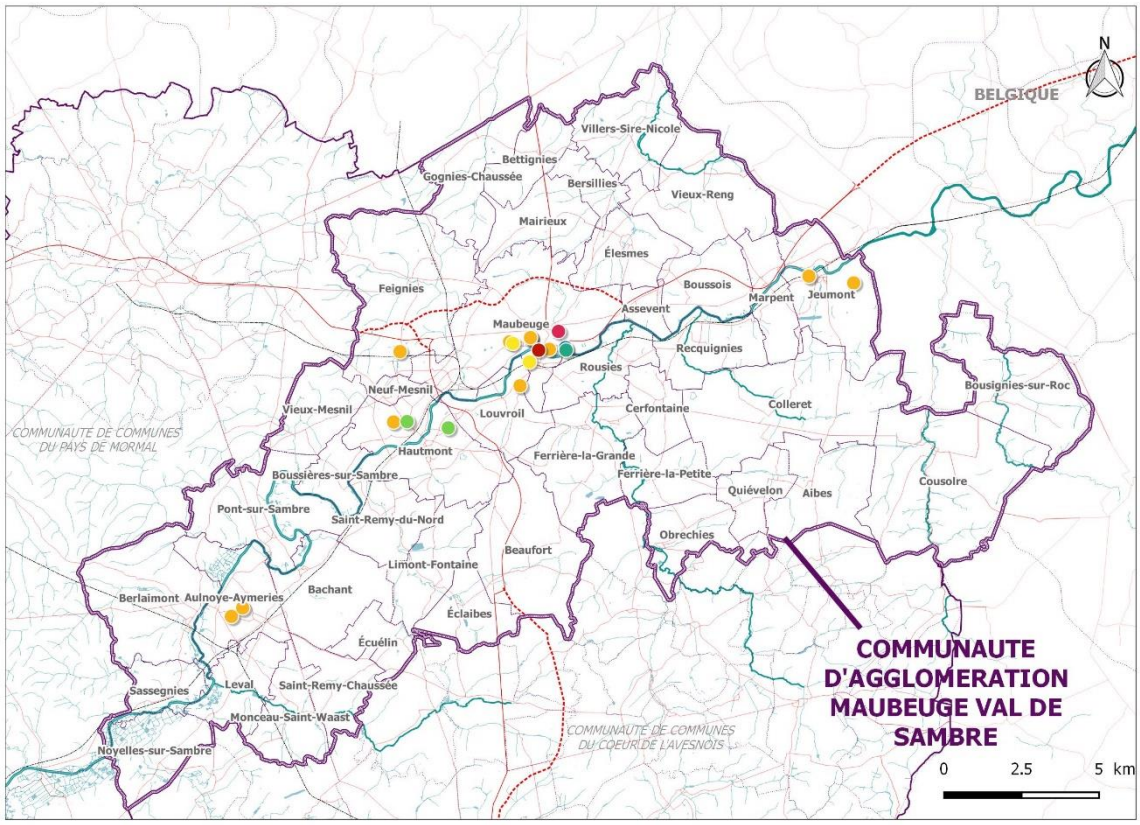
- École maternelle
- École élémentaire
- École élémentaire de regroupement pédagogique intercommunal (RPI) dispersé
- Collège
- Lycée d'enseignement général et/ou technologique
- Lycée d'enseignement professionnel

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : Insee, Base permanente des équipements, 2017*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo, Open Street Map, PNRA*
*Réalisation : ADUS, 2018*

Enfin le territoire compte 4 établissements d'enseignement supérieur non universitaire : 2 formations de commerce à Hautmont et 2 formations de santé à Maubeuge ; 4 établissements supérieurs universitaire, tous situés à Maubeuge et enfin 12 établissements et services proposant des formations continues qui sont dans leur intégralité des centres de formation d'apprentis, hors agriculture. A noter que les établissements universitaires du territoire font partis de l'Université de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis.

Là encore, ces établissements de gammes supérieures sont situés dans les communes les plus peuplées, le long de la Sambre. L'intégralité des établissements d'enseignement supérieur (hors formation continue) sont situées au sein du pôle supérieur majeur, Maubeuge, Louvroil, Hautmont.




**Etablissements d'enseignement supérieur et de formation continue sur la CAMVS en 2017**

- Formation santé
- Formation commerce
- UFR
- Institut universitaire
- Enseignement général supérieur privé
- Autres enseignements supérieurs
- Centre de formation d'apprentis (hors agriculture)

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : Insee, Base permanente des équipements, 2017*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo, Open Street Map, PNRA*
*Réalisation : ADUS, 2018*

## 4. Offre d'équipements et de services numériques

Les équipements et services numériques sont aujourd'hui indispensables à l'attractivité et au développement des territoires. Le numérique fait aujourd'hui partie intégrante du mode de vie de nombreux citoyens, il a changé la façon de communiquer, de se divertir, de consommer et de travailler. C'est devenu aussi un critère d'implantation des entreprises. Consciente des enjeux, la CAMVS travaille depuis plusieurs années au développement d'une offre attractive sur son territoire.

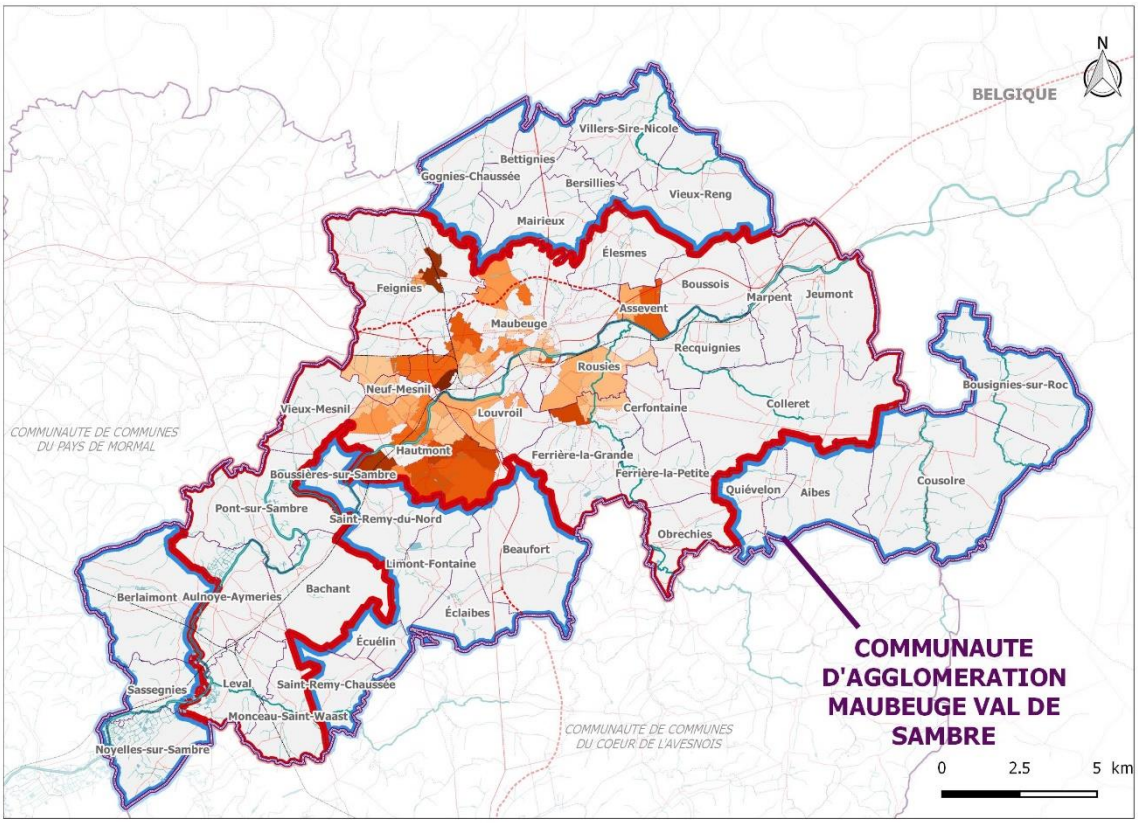
La mise en place d'une offre numérique attrayante passe aujourd'hui par le déploiement d'un réseau très haut débit (THD) sur l'ensemble de l'agglomération. Les premiers travaux ont commencé il y a plusieurs années, les premiers locaux ont été raccordés en 2017 et il est prévu que d'ici à 2022, les 43 communes soient raccordés au réseau.

Ces aménagements sont réalisés par une initiative privée pour 23 des 43 communes du territoire, il s'agit principalement des communes situées le long de la Sambre, et par une initiative publique pour les 20 autres. La représentation cartographique ci-dessous indique à quelle zone appartient chaque commune.

La CAMVS propose sur son site internet de suivre précisément l'avancée du déploiement avec une carte régulièrement mise à jour.

L'Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes (Arcep) suit le déploiement des réseaux haut et très haut débit sur la France entière. Elle fournit notamment un taux de déploiement de la fibre ; celui-ci correspond au taux de locaux raccordables à la fibre par rapport au nombre de locaux présents sur le quartier, il permet donc de quantifier l'arrivée du réseau sur le territoire. Cette ressource est mise à jour de manière trimestrielle.

Le déploiement a commencé dans la zone d'initiative privée dans les communes du centre de l'agglomération ; au premier trimestre 2018 tout ou partie des locaux d'Hautmont, de Feignies, de Neuf-Mesnil, de Louvroil, de Maubeuge, de Rousies et d'Assevent étaient raccordés au réseau.




**Déploiement du très haut débit sur la CAMVS au premier trimestre 2018**

***Responsable du déploiement de la fibre***

- Zone de déploiement d'initiative publique
- Zone de déploiement d'initiative privée

***Taux de déploiement de la fibre sur le périmètre (en %)***

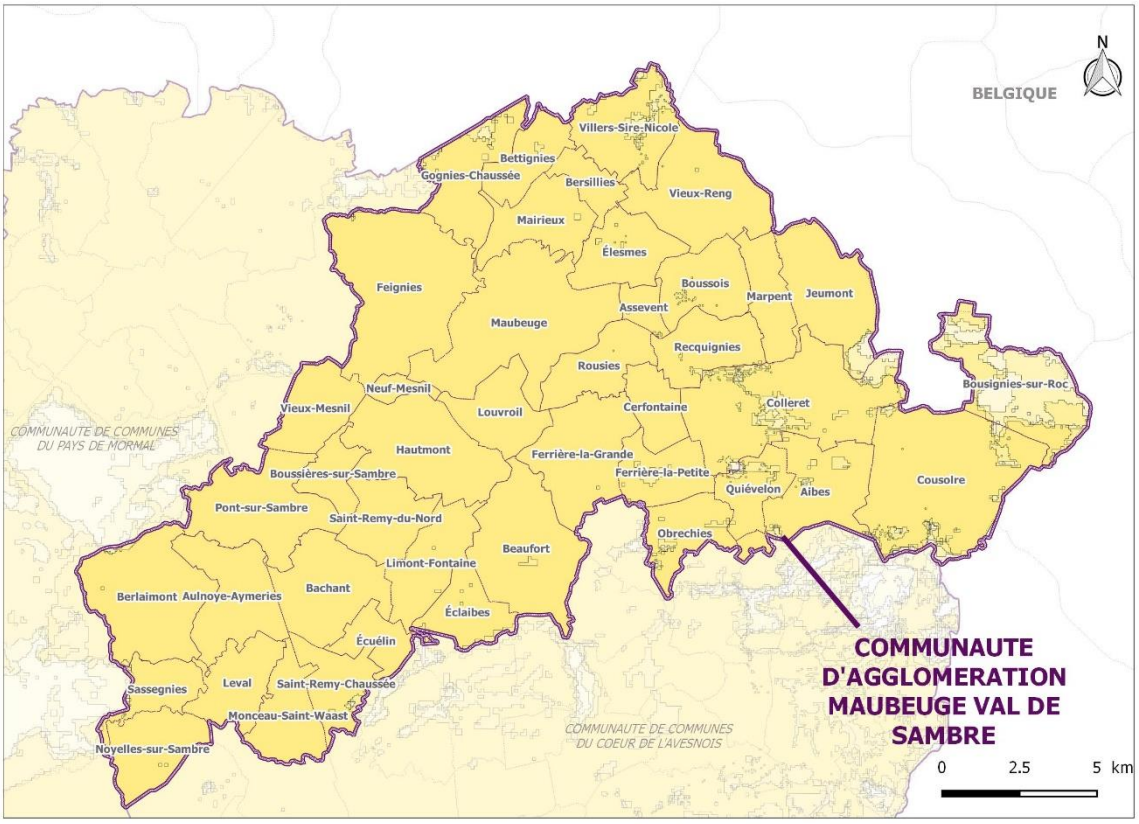
- Absence de fibre
- 0 - 5
- 5 - 10
- 10 - 15
- 15 - 20
- 20 - 25
- 25 - 30
- 30 - 35
- 35 - 40
- 40 - 45
- 45 - 50
- 50 - 55
- 55 - 60
- 60 - 65
- 65 - 70
- 70 - 75
- 75 - 80
- 80 - 85
- 85 - 90
- 90 - 95
- 95 - 100

AGGLO2030
Créons le territoire de demain !

*Sources des données : Insee, Base permanente des équipements, 2017*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo, Open Street Map, PNRA*
*Réalisation : ADUS, 2018*

La couverture 4G est aussi un élément déterminant dans la connectivité des habitants et des personnes de passage sur le territoire. Les données de couverture 4G fournies par l'Arcep montre

que le territoire est globalement bien couvert par les quatre opérateurs nationaux. Cependant, celle-ci est un peu moins bonne sur quelques zones, comme au niveau du centre-bourg de Colleret, au centre de Villers-Sire-Nicole, le long de la Trouille, au Sud de Cousolre, sur le Bois Jeumont et sur la majeure partie de Bousignies-sur-Roc. Cette moindre couverture peut notamment s'expliquer par un relief accidenté, des espaces boisés importants et par la proximité avec la frontière Belge. Attention cependant, ces données fournit par l'Arcep sont issues de simulations numériques réalisés à partir de données fournies par les opérateurs, il ne s'agit pas de valeurs mesurées. Il se peut donc que des différences soient constatées par rapport aux conditions réelles d'utilisation.




**Couverture du réseau 4G sur la CAMVS au premier avril 2018**

*Nombre d'opérateurs présents*

- Absence d'opérateur
- 1 opérateur
- 2 opérateurs
- 3 opérateurs
- 4 opérateurs

AGGLO2030 Créons le territoire de demain !

*Sources des données : Insee, Base permanente des équipements, 2017*
*Sources cartographiques : IGN BD Parcellaire, IGN BD Topo, Open Street Map, PNRA*
*Réalisation : ADUS, 2018*

Par ailleurs, l'agglomération possède plusieurs espaces dédiés au numérique et à son développement.

Ouvert en mars 2018 à Maubeuge, le **pôle numérique** est un espace ambitieux et dédié à l'innovation. Il vise à accueillir et à répondre aux besoins de profils variés comme des étudiants, des entreprises, des startups et des indépendants/particuliers. Elle a pour but d'accompagner tous les porteurs de projets et se positionne comme une référence dans le domaine de la cybersécurité.

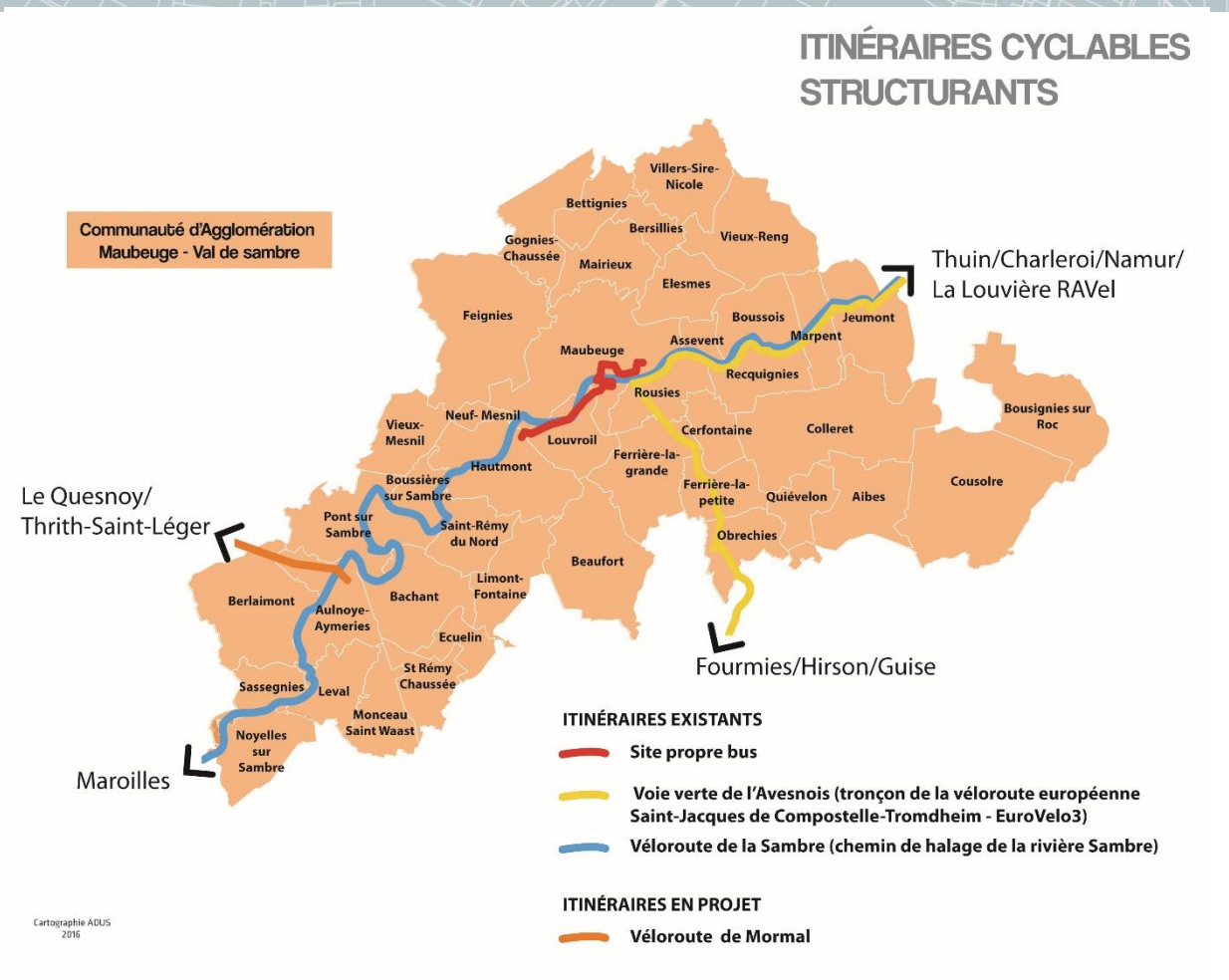
**La gare numérique** de Jeumont est, quant à elle, un espace de 4 000 m² dédiée à l'expérimentation du numérique. Cet espace dédié aux nouvelles technologies est à la fois un lieu de formation, un lieu de création et un lieu pour entreprendre. Ses ateliers créatifs, son fablab, ses résidences d'artistes, ses formations, la recherche, ses expositions, ses concerts en font un lieu qui allie culture et nouvelles technologies.

# V. Tourisme

## 1. Le positionnement touristique de l'agglomération et ses déclencheurs de visite

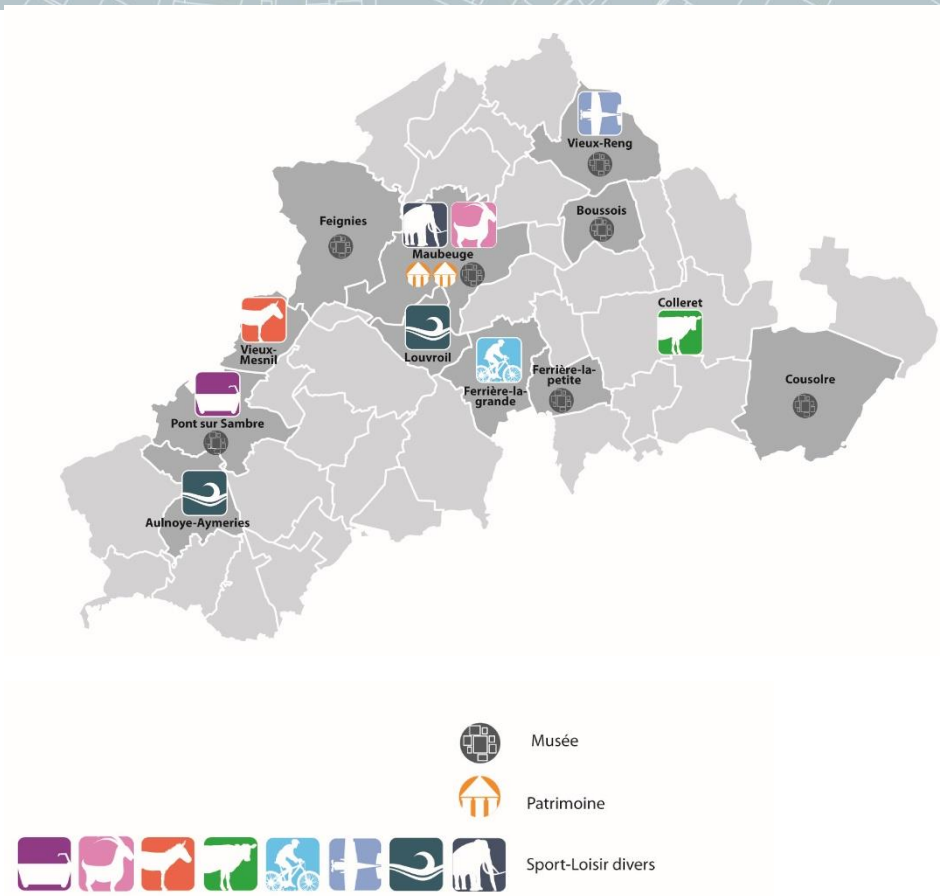
**La Communauté d'Agglomération Maubeuge Val de Sambre bénéficie d'un positionnement touristique privilégié.** Sa situation aux portes de l'Avesnois et au cœur du Hainaut franco-belge lui confère une histoire riche et des savoirs faires reconnus. La richesse de son patrimoine naturel, paysager et bâti ainsi que la présence du zoo de Maubeuge sont des déclencheurs de visites pour le territoire. A ce titre, la CAMVS est inscrite dans un Contrat de Rayonnement Touristique porté par le PNRA à l'échelle de l'arrondissement.

**L'agglomération possède tout d'abord un patrimoine naturel et paysager de grande qualité** (cf. diagnostic paysage). Les 33 kilomètres de vélo routes voies vertes parcourant le territoire et le tourisme fluvial constituent de véritables atouts en matière d'attractivité. Le site du Watissart, par exemple, est un espace naturel en lieu et place d'une ancienne carrière. Le port à flot d'Hautmont, dans le centre-ville, peut quant à lui accueillir des bateaux de plaisance de huit à quinze mètres.




Ce maillage conséquent peut être renforcé par l'amélioration et le développement de liaisons douces quotidiennes qui contribuent également à la valorisation du cadre de vie et à l'amélioration de la qualité des déplacements des usagers.

## Les équipements tourisme-loisirs 2016




Le **zoo de Maubeuge** est situé au cœur des remparts Vauban sur une superficie de 7 hectares. Avec plus de 350 animaux, il est l'équipement touristique majeur de l'agglomération. En 2016, il était le 10ème équipement du Nord Pas de Calais suivant le nombre d'entrées (175 000 entrées). En 2017, les fréquentations ont continué d'augmenter pour atteindre 186 469 visiteurs.

**L'aérodrome de la Salmagne,** sur les communes de Vieux-Reng et d'Elesmes, outre les adhérents des associations implantées sur le site (parachutisme, avion moteur, planeau, ulm, aéromodélisme, construction d'avions) accueille des parachutistes hollandais et parisiens attirés par un site à l'écart des grands couloirs aériens.

La commune de Ferrière la Petite propose le principal musée de l'agglomération, le **Musée de la faïence et de la poterie**, organisé autour de son four bouteille classé aux monuments historiques.

S'ajoutent plusieurs autres musées qui, s'ils ne sont pas susceptibles isolément de générer un déplacement dans la Sambre, peuvent favoriser un temps de présence plus conséquent :

- Mémoire verrière de Boussois
- Musée de la machine parlante à Cousolre
- Musée du Fort Leveau à Feignies
- Musée du corps de garde à Maubeuge
- Maison de Pays à Pont sur Sambre
- Fort de la Salmagne à Vieux-Reng

**La CAMVS dispose également d'équipements de loisirs de nature diverses** :

- le relais Eco-Vélo à Ferrière la grande
- les centres aquatiques de Louvroil et Aulnoye
- la Ferme du zoo à Maubeuge
- La ferme de Noisette à Vieux-Mesnil
- la plaine de jeux Ouistiti land à Feignies
- le centre de remise en forme Bleu campagne à Pont sur Sambre
- une exploitation agricole permettant la visite à la ferme : le petit coin de campagne à Colleret

**S'ajoutent l'offre évènementielle.**

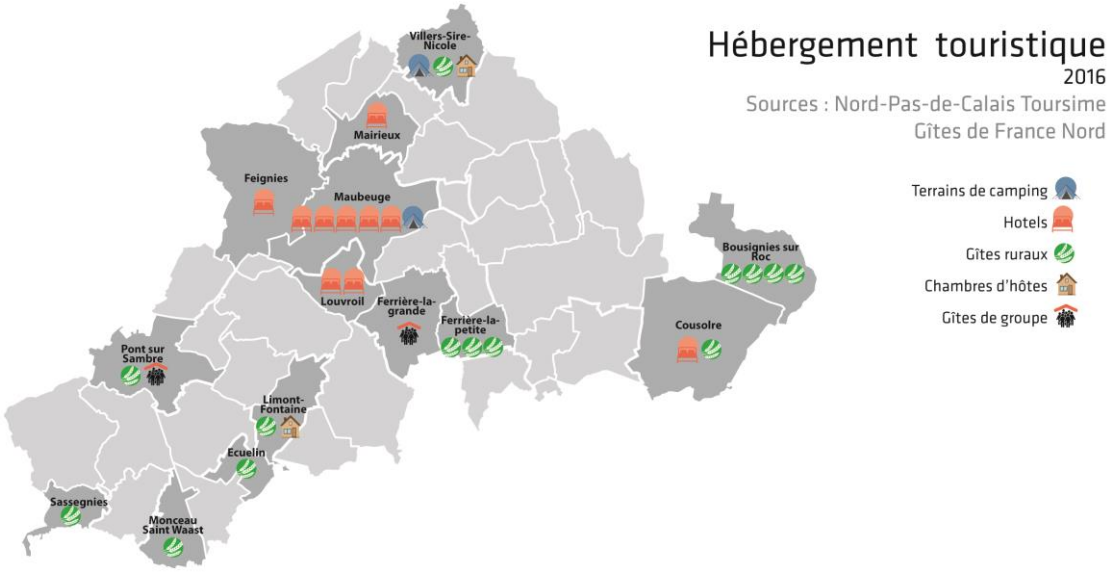
- Dans le domaine sportif doivent être mis en exergue le Jumping international de Maubeuge et le Rallye Charlemagne.
- Le Rendez vous des saveurs à Aulnoye-Aymeries constitue une des plus importantes Fêtes du terroir de l'arrondissement.

**C'est dans le domaine culturel que les initiatives sont les plus nombreuses.**

- A Aulnoye-Aymeries les Nuits Secrètes constituent l'évènement majeur, mais peuvent également être relevées la Foire aux disques et les Rencontres Léo Ferré
- Maubeuge bénéficie du festival organisé par Secteur 7 et d'une grande partie de la programmation du Manège, qui intervient également à Jeumont, Aulnoye et Feignies. Cette dernière dispose également de sa propre programmation.
- Il existe aussi une programmation municipale à Louvroil.
- Dernier élément : le Festival de harpe se déroulant à Feignies Maubeuge Ferrière la Grande et Valenciennes.

**Les éléments patrimoniaux majeurs que sont les remparts de Maubeuge et le bâti Lurçat de la reconstruction, les bâtiments et maisons relevant de l'art déco et plus largement le patrimoines industriels et militaires sont également des vecteurs d'attractivité touristique non négligeable et en plein développement** (cf. diagnostic patrimoine). La salle Strauh, reconstruite et sublimée par Henri Lafitte en 1925 est un exemple emblématique de ce patrimoine art déco ; l'Eglise de Boussois rebâtie par les ouvriers des glaces de Boussois, l'Eglise Notre Dame du Tilleul dans le quartier Sous-le-Bois de Maubeuge unique édifice religieux à charpente métallique de la région, des témoins du développement historique d'un secteur industriel.

## 2. L'offre d'hébergement




**La CAMVS compte deux terrains de camping :**

- les Avallées, à Villers-Sire-Nicole, classé deux étoiles, il propose 4 emplacements de passage et 106 emplacements à l'année
- le camping du clair de lune à Maubeuge, non classé depuis le changement de classement (trois étoiles suivant l'ancien classement), qui repose sur 91 emplacements de passage

Ces deux terrains de camping représentent moins du dixième des emplacements comptabilisés dans l'arrondissement.

**L'agglomération comporte 10 hôtels regroupant 424 chambres dont 225 chambres 3 étoiles.**

**Hôtels implantés sur la CAMVS**

**2016**

| | Type d'hôtel | Commune | Nb chambres | Classement |
|---|---|---|---|---|
| **Le grand hôtel** | Hôtels - restaurant | Maubeuge | 30 | 3 étoiles |
| **Le Viennois** | Hôtels - restaurant | Cousolre | 10 | 3 étoiles |
| **La tour des Lys** | Hôtels | Mairieux | 14 | 3 étoiles |
| **Best Western l'atelier 117** | Hôtels - restaurant | Maubeuge | 42 | 3 étoiles |
| **Campanile** | Hôtels - restaurant | Maubeuge | 39 | 3 étoiles |
| **IBIS** | Hôtels | Maubeuge | 90 | 3 étoiles |
| **Première classe** | Hôtels | Feignies | 72 | 2 étoiles |
| **B&B HOTELS** | Hôtels | Louvroil | 82 | Non classé |
| **CLASS'ECO** | Hôtels | Louvroil | 32 | Non classé |
| **Rex hôtel** | Hôtels | Maubeuge | 13 | Non classé |

Source : Nord-Pas-de-Calais Tourisme

La CAMVS regroupe les 4/5ème de l'offre hôtelière de l'arrondissement. Les données statistiques relatives à la fréquentation hôtelière en Sambre-Avesnois témoignent donc bien des résultats de l'hôtellerie locale. **Le nombre d'arrivées dans les hôtels a fortement progressé au cours des dernières années, et de manière plus intense qu'à l'échelle régionale**. Ce mouvement est totalement lié au développement de la clientèle française, la fréquentation étrangère s'étant réduite. La population française regroupe suivant les années, de 69 à 85% du total des arrivées. L'évolution du nombre de nuitées fait écho à celle des arrivées (progression des nuitées de la population française atténuée par le recul de la clientèle étrangère).

**Sambre-Avesnois**

**Hôtellerie**

**Nb d'arrivées**

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Clientèle française** | 42 371 | 49 554 | 68 345 | 74 088 | 74 448 | nc |
| **Clientèle étrangère** | 19 409 | 16 720 | 16 218 | 13 544 | 13 041 | nc |
| **Total** | 61 780 | 66 274 | 84 564 | 87 632 | 87 489 | 89 695 |

Source : Nord-Pas-de-Calais Tourisme

**Sambre-Avesnois**

**Hôtellerie**

**Nb de nuitées**

**Nb de personnes ou d'arrivées x nb de nuits passées dans l'hôtel**

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Clientèle française** | 63 753 | 73 312 | 101 373 | 106 392 | 108 902 | nc |
| **Clientèle étrangère** | 29 324 | 25 999 | 24 748 | 20 704 | 21 117 | nc |
| **Total** | 93 077 | 99 311 | 126 121 | 127 096 | 130 019 | 133 557 |

Source : Nord-Pas-de-Calais Tourisme

Cependant, l'accroissement du nombre d'arrivées et de nuitées n'empêche pas le maintien d'un taux de fréquentation des hôtels de Sambre-Avesnois inférieur à la moyenne régionale. De plus, il faut noter que les clients des hôtels de l'arrondissement les fréquentent majoritairement pour raisons professionnelles. On peut penser, vu le poids du tissu industriel sambrien, de surcroit dominé par des établissements dépendant de grands groupes, que si on se limitait à la CAMVS la part de la clientèle d'affaire serait encore plus conséquente.

**Hôtellerie**

**Taux d'occupation**

**Nb de chambres occupées /nb cumulé de chambres offertes x 100**

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Sambre-Av.** | 52 | 46 | 48 | 48 | 51 | 51 |
| **Nord-PdC** | 57 | 58 | 56 | 54 | 56 | nc |

Source : Nord-Pas-de-Calais Tourisme

**Hôtellerie**

**Taux de clientèle professionnelle**

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Sambre-Av.** | 73 | 68 | 68 | 67 | 60 |
| **Nord-PdC** | 56 | 56 | 55 | 54 | 55 |

Source : Nord-Pas-de-Calais Tourisme

**Grâce à sa composante rurale, le territoire bénéficie également de la présence de 14 gîtes ruraux, majoritairement classés trois épis**.

S'ajoutent deux chambres d'hôtes et deux gîtes de groupe.

**Gîtes ruraux implantés sur la CAMVS**

**2016**

| | | Nb de chambres | Nb de pers. | Nb d'épis |
|---|---|---|---|---|
| **La petite frontière** | **Villers-Sire-Nicole** | 1 | 2 | 3 |
| **Le frêne** | **Bousignies-sur-Roc** | 1 | 3 | 3 |
| **La voute** | **Bousignies-sur-Roc** | 3 | 5 | 3 |
| **4079** | **Bousignies-sur-Roc** | 1 | 4 | 2 |
| **Hurtebise** | **Bousignies-sur-Roc** | 2 | 4 | 1 |
| **Aux logis de la Solre** | **Ferrière-la-Petite** | 3 | 5 | 3 |
| **Aux logis de la Solre** | **Ferrière-la-Petite** | 2 | 6 | 3 |
| **Au grés de la ruelle** | **Ferrière-la-Petite** | 2 | 6 | 3 |
| **4390** | **Limont-Fontaine** | 2 | 4 | 3 |
| **La grenouillère** | **Sassegnies** | 5 | 9 | 2 |
| **La Bruyère** | **Cousolre** | 2 | 4 | 2 |
| **Le bocage** | **Ecuelin** | 2 | 5 | 3 |
| **Aux berges de Sambre** | **Pont sur Sambre** | 2 | 4 | 2 |
| **Le moulin de Becqueriau** | **Monceau-St-Waast** | 3 | 4 | 1 |

Source : Gites de France Nord

**Chambres d'hôtes implantées sur la CAMVS**

**2016**

| | | Nb de chambres | Nb de pers. | Nb d'épis |
|---|---|---|---|---|
| **Le Sequoïa** | **Limont-Fontaine** | 1 | 4 | 4 |
| **Moulin de la Trouille** | **Villers-Sire-Nicole** | 1 | 3 | 3 |

Source : Gites de France Nord

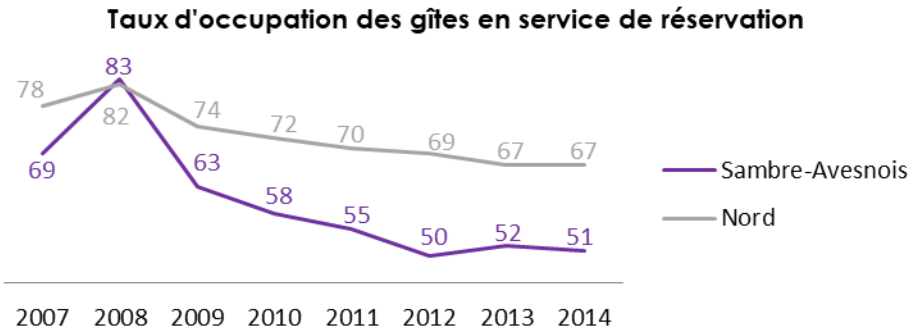
**Gîtes de groupe implantés sur la CAMVS**

**2016**

| | | Nb de chambres | Nb de pers. | Nb d'épis |
|---|---|---|---|---|
| **Relais Eco-vélo** | **Ferrière la Grande** | 5 | 16 | 3 |
| **Aux berges de Sambre** | **Pont sur Sambre** | 5 | 18 | 2 |

Source : Gites de France Nord

Depuis 2008, la fréquentation des gîtes ruraux de Sambre-Avesnois est en baisse. Cette évolution a débouché sur un taux d'occupation en 2014 assez faible.




Le recul de fréquentation apparaissant nettement moins prononcé à l'échelle du département, il en résulte en fin de période un taux d'occupation local nettement inférieur à la moyenne nordiste.

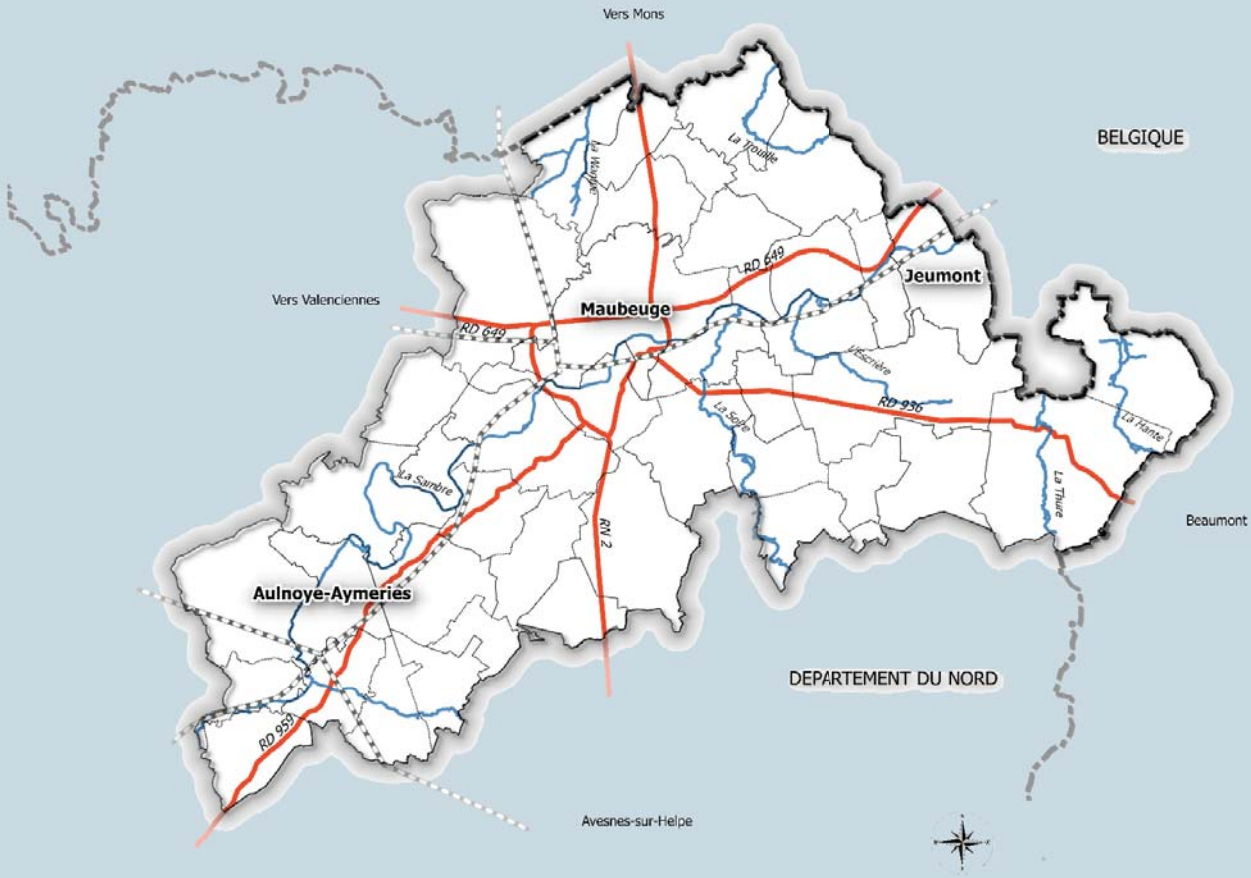
Plan Local d'Urbanisme Intercommunal

# PLUi CAMVS

## MODIFICATION N°1 : PROCEDURE SIMPLIFIEE

Annule et remplace les pièces approuvées le 19 décembre 2019

# DIAGNOSTIC COMMERCIAL




Vu la délibération du 18 mars 2021 approuvant la modification simplifiée du PLUi n°1,

**1.1.9**

DIAGNOSTIC COMMERCIAL DE LA CCI GRAND HAINAUT HAUTS-DE-FRANCE – PAGE 4

Préambule – page 5

1. POSITIONNEMENT DÉMOGRAPHIQUE DE LA CAMVS – page 7
1.1. Positionnement du territoire – page 8
1.2. Dynamique démographique et revenus – page 9
1.3. Emplois et déplacements domicile travail – page 11

2. ANALYSE DE L'OFFRE COMMERCIALE DE LA CAMVS – page 15
2.1. Contexte concurrentiel – page 16
2.2. Analyse de l'offre des petites et grandes surfaces – page 17
2.3. Analyse de la performance commerciale – page 26
2.4. Les C.A. réalisés par forme de vente – page 27

3. ANALYSE DE LA CLIENTÈLE ET DES COMPORTEMENTS D'ACHATS – page 30
3.1. Détermination de la zone de chalandise – page 31
3.2. Analyse de l'attractivité – page 38
3.3. Analyse des dépenses annuelles de consommation – page 41
3.4. Analyse de l'évasion – page 42
3.5. Destinations par produits – page 43
3.6. Destinations des dépenses par forme de vente – page 51

4. DIAGNOSTIC URBANISTIQUE DES POLARITES COMMERCIALES DE LA CAMVS IDENTIFIÉES COMME STRATÉGIQUES – page 58

ANNEXES – page 81

La méthodologie – page 82
Les produits pris en compte – page 84
Lexique – page 85

I- DIAGNOSTIC COMMERCIAL – PIVADIS – PAGE 87

1. EVALUATION DE LA DEMANDE – page 90
1.1. De l'incidence du contexte sociodémographique sur le potentiel commercial. – page 91
1.2. Rappel de quelques grands indicateurs démographiques comme terreau de la situation commerciale actuelle… et future. – page 92
1.3. Un marché théorique important en valeur totale… mais qui baisse… - page 95
… et est très réparti spatialement. – page 97

2. OFFRE COMMERCIALE – page 98
2.1. Une assez faible densité en nombre de locaux commerciaux, qui n'empêche pas un fort taux de locaux inactifs. – page 99
2.2. Le faible nombre de commerces et services actifs, par rapport à la population, implique des niveaux d'équilibre qui peuvent sembler en nette carence… - page 100
… mais une densité importante en surfaces de vente, en grandes et moyennes surfaces. – page 101
2.3. Des carences limitées et très ciblées dans l'offre proposée – page 102
2.4. Une répartition en gamme de prix qui se focalise sur le centre du marché – page 108
2.5. Un assez bon état général des locaux commerciaux, sauf pour les locaux inactifs. – page 109

3. ARMATURE COMMERCIALE– page 110
3.1. 75 sites commerciaux pour 1.000 commerces et services actifs ! – page 111
3.2. L'organisation urbaine historique amène à une faible hiérarchisation des effets de centralité. – page 112
3.3. Mais le centre commercial Val de Sambre est clairement quantitativement dominant, en surfaces de vente. – page 113
3.4. répartition spatiale de l'offre alimentaire spécialisée montre une offre « à minima ». – page 114

3.5. Offre généraliste : le squelette fondamental de l'armature commerciale. – page 115
3.6. Equipement de la personne: un choix insuffisant et insuffisamment concentrée pour maintenir la consommation. – page 116
3.7. Equipement de la maison: un choix théoriquement insuffisant et insuffisamment concentré mais dont le positionnement mass market permet de tenir la consommation. – page 117
3.8. Hygiène santé beauté: une offre fortement contributrice aux effets de centralité. – page 118
3.9. Culture loisirs: des offres limitées en nombre et en enseignes. – page 119
3.10. Cycles Auto: une répartition classique sur les effets d'axes – page 120
3.11. Cafés Hôtels Restaurants: une nette présence dans les effets de centralités. – page 121
3.12. Services en agence: une forte présence dans les centralités. – page 122
3.13. Quel avenir d'une offre « dispersée » ? – page 123

4. BILAN ET ENJEUX – page 128
4.1. Des mutations profondes des comportements, très liées à l'évolution sociologique de la population, et suivant 4 grandes fonctions – page 129
4.2. Face à ces mutations, en cours, les concepts commerciaux se cherchent et peinent à innover – page 133
4.3. Bilan AFOM – page 137
4.4. Les principaux enjeux pour le territoire dans le cadre du PLUi – page 138

ANNEXE: fiches sites – page 139
Maubeuge – page 143
Aulnoye Aymeries – page 190
Bachant – page 199
Berlaimont – page 203
Bettignies – page 205
Boussois – page 207
Cousolre – page 209
Feignies – page 213
Ferrière la Grande – page 223
Ferrière la Petite – page 229
Gognies Chaussée – page 231
Hautmont – page 233
Jeumont – page 247
Leval – page 259
Louvroil – page 261
Louvroil / Hautmont – page 269
Marpent – page 271
Neuf-Mesnil – page 273
Pont-sur-Sambre – page 275
Recquignies – page 277
Rousies – page 281
Saint-Rémy-du-Nord – page 287
Villers-Sire-Nicole – page 289

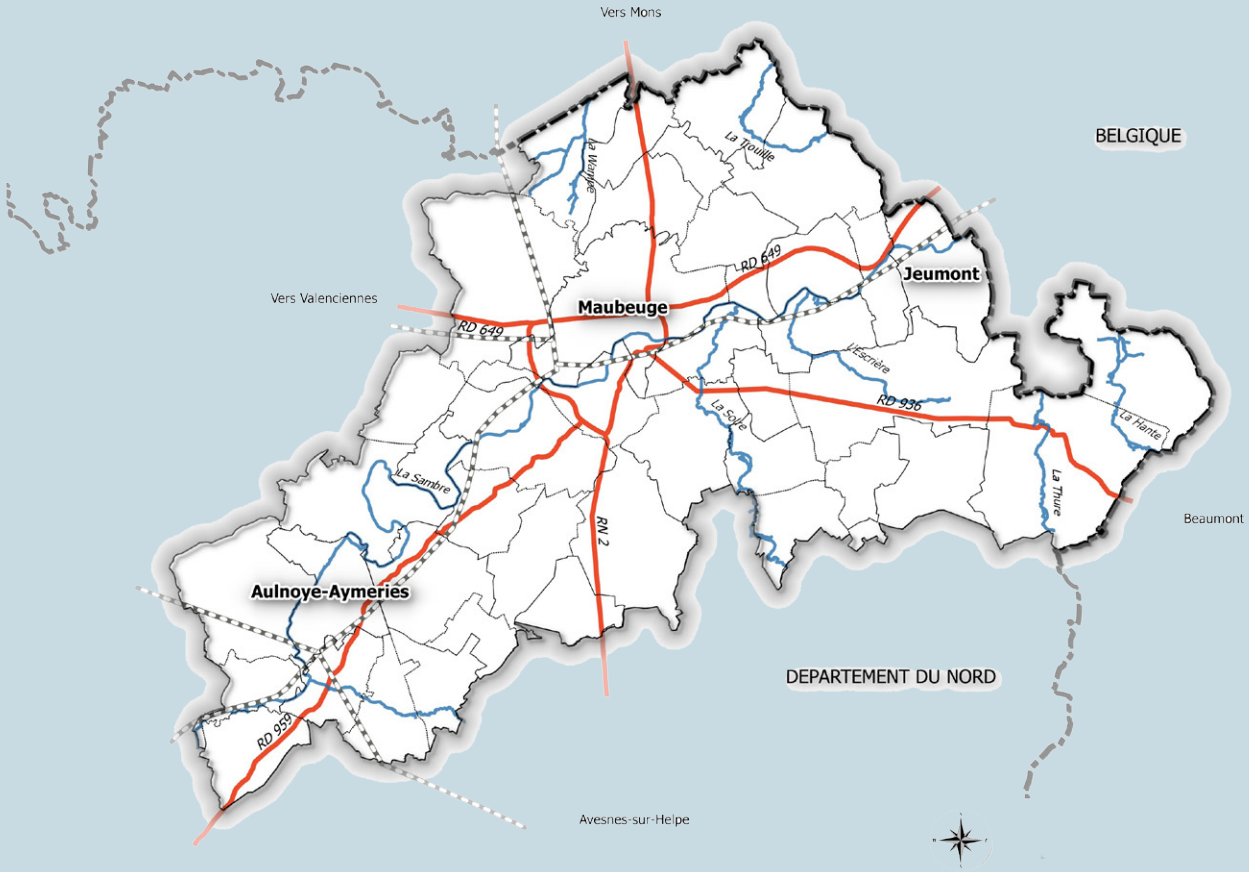
Plan Local d'Urbanisme Intercommunal

# PLUi CAMVS

## MODIFICATION N°1 : PROCEDURE SIMPLIFIEE

Annule et remplace les pièces approuvées le 19 décembre 2019

# TOME 1 : ETATS DES LIEUX THEMATIQUES




Vu la délibération du 18 mars 2021 approuvant la modification simplifiée du PLUi n°1,

Le Président

**1.1**

verdi Sensible à vos ambitions

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LA SAMBRE

PIVADIS

SPHÈRE AVOCATS

Maubeuge Creative Cities

AGGLO2030 Créons le territoire de demain !