

**TROISIEME PARTIE :**

***REPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE DE LA COMMUNE  
ET DU CENTRE-VILLE PAR CATEGORIE***

***EVOLUTION DEPUIS 2000***

# REPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE DE LA COMMUNE ET DU CENTRE-VILLE PAR CATEGORIES

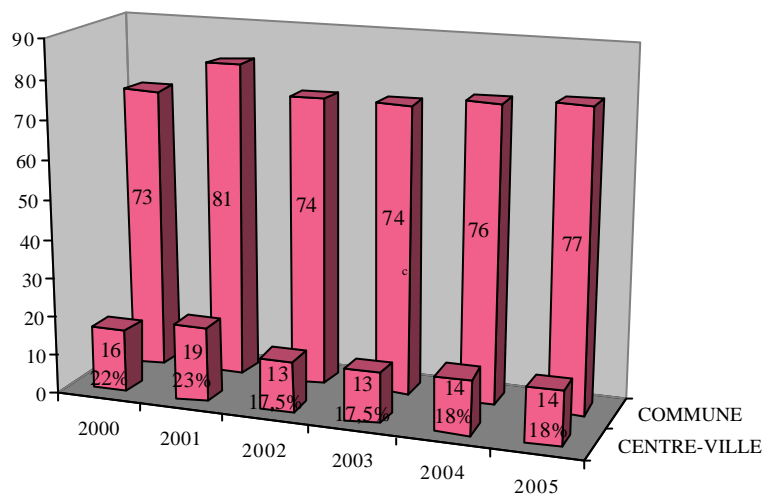
CATEGORIES	2000		2001		2002		2003		2004		2005	
	Ville	Centre ville	Ville	Centre ville	Ville	Centre ville	Ville	Centre ville	Ville	Centre ville	Ville	Centre ville
<b>AUTO / CYCLES :</b>	<b>73</b>	<b>16</b>	<b>81</b>	<b>19</b>	<b>74</b>	<b>13</b>	<b>74</b>	<b>13</b>	<b>76</b>	<b>14</b>	<b>77</b>	<b>14</b>
Commerces et réparation de véhicules automobiles	14	2	12	2	14	2	13	2	13	2	14	2
Commerces et réparation de moto-cycles	4	2	7	4	5	2	6	3	8	4	7	4
Réparation / Fournitures / Contrôles Techniques	50	10	54	11	47	7	48	7	48	7	49	7
Stations services	5	2	8	2	8	2	7	1	7	1	7	1
<b>COMMERCE ALIMENTAIRES SPECIALISES :</b>	<b>73</b>	<b>44</b>	<b>74</b>	<b>44</b>	<b>74</b>	<b>47</b>	<b>70</b>	<b>44</b>	<b>71</b>	<b>43</b>	<b>70</b>	<b>42</b>
Boucheries / Charcuteries / Traiteurs	13	7	12	8	14	10	15	10	16	10	14	9
Boulangeries / Pâtisseries / Confiseries	37	21	37	21	35	21	33	20	34	20	35	20
Caves	4	2	4	1	5	1	5	1	5	1	5	1
Poissonneries / Ecaillers	7	5	8	6	9	7	7	6	7	6	7	6
Primeurs	9	6	10	6	9	6	9	6	8	5	7	4
Alimentations spécialisées	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	2	2
<b>HYPERMARCHES/SUPERMARCHES/SUPERETTES</b>	<b>26</b>	<b>10</b>	<b>25</b>	<b>8</b>	<b>25</b>	<b>7</b>	<b>27</b>	<b>9</b>	<b>26</b>	<b>9</b>	<b>30</b>	<b>11</b>
Alimentations / Droguerie / Epiceries	16	5	15	3	12	3	13	4	12	4	16	6
Supermarchés / Supérettes	9	5	9	5	12	4	13	5	13	5	13	5
Hypermarchés	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
<b>CULTURE ET LOISIRS :</b>	<b>57</b>	<b>34</b>	<b>60</b>	<b>35</b>	<b>59</b>	<b>35</b>	<b>61</b>	<b>37</b>	<b>59</b>	<b>34</b>	<b>59</b>	<b>34</b>
Cinémas	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	0
Galleries	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5
Instruments de musique	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
Jouets / Jeux vidéos / Costumes	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	1
Librairies / Papeteries / Presses	16	9	15	9	16	10	17	11	15	9	14	9
Tabacs Presses	8	1	9	1	9	2	10	3	10	3	10	3
Locations de vidéos	7	4	6	4	5	3	5	3	3	2	3	3
Photos	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
Sport et loisirs :	11	7	14	7	14	7	14	7	16	8	18	9
<i>Salles de réception</i>					2	0	3	0	4	0	5	0
<i>Salles de remise en forme</i>					7	3	6	3	6	3	6	3
<i>Equipements sportifs</i>					4	3	4	3	4	3	4	3
<i>Ateliers créatifs</i>					1	1	1	1	2	2	3	3

# REPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE DE LA COMMUNE ET DU CENTRE-VILLE PAR CATEGORIES

CATEGORIES	2000		2001		2002		2003		2004		2005	
	Ville	Centre ville	Ville	Centre ville	Ville	Centre ville	Ville	Centre ville	Ville	Centre ville	Ville	Centre ville
<b>ELECTRONIQUE DOMESTIQUE :</b>	20	16	21	17	15	11	16	12	17	13	19	14
<b>EQUIPEMENT DE LA MAISON :</b>	43	35	39	32	37	29	37	32	40	33	37	28
Fleurs	11	10	10	10	10	10	9	9	10	9	8	7
Décoration / Vaisselle / Bazar...	23	19	20	16	18	13	20	17	23	18	21	16
Meubles / Literies	8	6	8	6	8	6	7	6	6	6	6	5
Bricolage	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	2	0
<b>EQUIPEMENT DE LA PERSONNE :</b>	102	69	103	70	104	69	104	67	107	72	99	66
Articles de sport	7	5	6	4	7	3	6	2	5	1	4	0
Cadeaux	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Chaussures	11	7	11	7	12	8	11	7	11	7	11	7
Equipelement du bébé	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0
Horlogeries / Bijouteries	13	9	14	10	15	11	14	10	13	9	12	8
Lingerie	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	3	2
Maroquinerie	5	4	5	4	4	3	4	3	3	2	3	2
Mercerie / Broderie / Couture / Tissus	8	7	11	10	8	7	8	7	10	10	11	11
Prêt-à-porter :	53	34	51	32	53	34	56	35	59	39	55	36
<i>Mixte</i>							15	6	17	10	17	9
<i>Feminin</i>							27	21	27	20	24	18
<i>Masculin</i>							9	4	10	5	9	5
<i>Enfants</i>							5	4	5	4	5	4
<b>HOTELLERIE :</b>	13	3	12	2	12	2	12	3	11	3	11	3
Avec restaurant	10	2	8	2	8	2	8	2	7	2	6	1
Sans restaurant	3	1	4	0	4	0	4	1	4	1	5	2
<b>HYGIENE / SANTE / SOINS DE LA PERSONNE :</b>	92	64	95	64	100	69	102	67	100	65	101	65
Salons de coiffure et articles pour la coiffure	44	31	45	31	47	32	48	30	45	29	45	30
Diététique	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
Optique / Surdité	10	8	10	8	10	8	10	8	12	10	12	9
Paramédical	24	14	27	15	28	17	28	16	27	14	27	13
Parfumeries / Esthétique	12	9	11	8	14	11	15	12	15	11	16	12

# REPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE DE LA COMMUNE ET DU CENTRE-VILLE PAR CATEGORIES

CATEGORIES	2000		2001		2002		2003		2004		2005	
	Ville	Centre ville	Ville	Centre ville	Ville	Centre ville	Ville	Centre ville	Ville	Centre ville	Ville	Centre ville
<b>RESTAURATION TRADITIONNELLE :</b>	74	40	72	39	70	40	68	36	71	39	69	39
<b>RESTAURATION RAPIDE :</b>	18	10	22	11	33	19	34	20	37	22	38	22
<b>SNACKS BARS :</b>	53	43	50	42	48	39	46	36	47	38	47	35
Avec tabac	7	4	8	5	8	5	8	5	8	5	8	5
Sans tabac	46	39	42	37	40	34	38	31	39	33	39	30
<b>SERVICES DIVERS :</b>	41	34	40	33	44	34	52	39	56	44	53	39
Blanchisserie			8	5	8	5	8	5	10	7	9	6
Electricité			2	2	2	2	2	2	0	0	0	0
Funéraire			3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
Imprimerie			4	3	4	3	4	3	4	3	3	2
Laverie			5	3	5	3	5	3	5	3	4	2
Serrurerie / cordonnerie			5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
Toiletage canin et félin			3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Activités liées à la construction									11	8	15	11
Autres			10	10	15	12	23	17	16	14	12	9
<b>SERVICES TERTIAIRES :</b>	102	88	103	90	104	88	107	90	108	90	115	95
Agences de voyage	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
Agences immobilières	17	14	16	14	19	16	19	16	20	18	23	20
Agences intérimaires	17	16	18	17	20	17	21	18	22	17	24	19
Agences Télécom et EDF	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
Auto-écoles	7	5	7	5	8	5	8	5	8	5	8	5
Banques	18	16	17	16	17	16	18	17	18	17	19	18
Bureaux d'études	3	2	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3
Compagnies d'assurances	19	18	21	20	20	18	22	20	21	19	21	19
Location de véhicules	6	2	5	1	4	1	5	1	5	1	6	1
Presse locale et petites annonces	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Autres	5	5	6	5	3	3	1	1	1	1	1	1
<b>ASSOCIATIONS :</b>					10	10	9	8	7	6	6	6
<b>LOCAUX DISPONIBLES :</b>	126	105	100	76	77	66	68	59	54	44	58	45

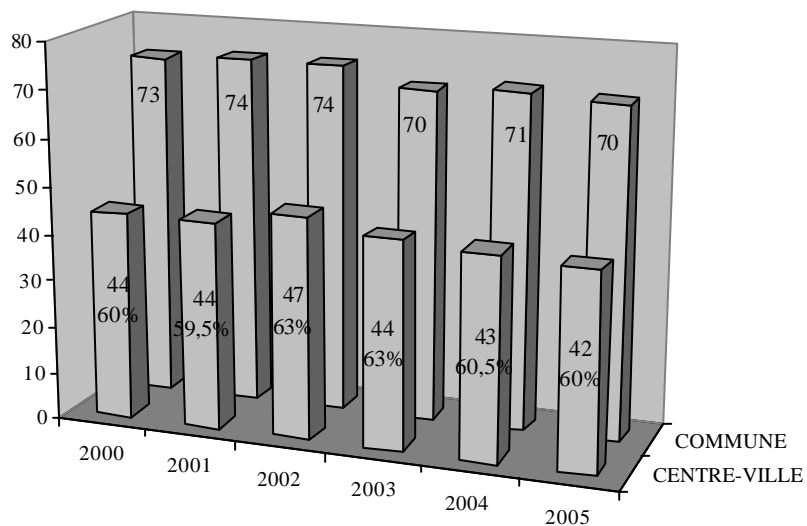


### CATEGORIE : AUTO/CYCLES

En 2005, l'activité auto/cycles est représentée par 77 entités (4ème rang), dont 14, soit 18 %, sont situées dans le centre-ville.

Depuis 2000, on compte 4 enseignes d'auto/cycles supplémentaires sur le territoire communal, alors que dans le même temps le centre-ville perd 2 entités. On constate ainsi que la catégorie auto/cycles est peu représentative d'une activité de centre-ville.

Sur la période considérée, l'évolution différenciée selon les territoires d'analyse s'explique par le fait que les zones d'activités, situées en périphérie, absorbent les nouvelles créations dans ce secteur, représentant 82 % de l'offre d'auto/cycles. Après une période de croissance relativement importante jusqu'en 2001, avec 8 entités supplémentaires, cette catégorie de commerces accuse, en 2002, une baisse de l'ordre de 7 commerces, dont 6 sur le seul centre-ville. Depuis 2002, on observe une légère amélioration.



### CATEGORIE : COMMERCE ALIMENTAIRES SPECIALISES

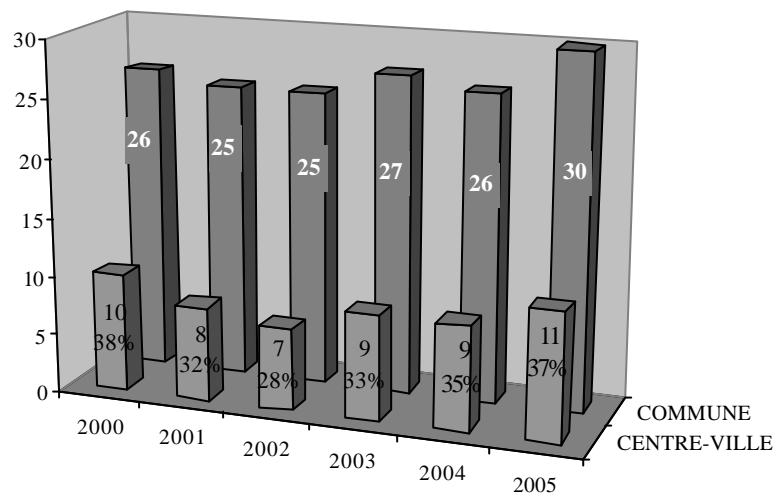
En 2005, la ville compte 70 commerces alimentaires spécialisés, dont 42 sont situés en centre-ville (4ème rang).

Depuis 2000, l'offre globale de commerces alimentaires spécialisés a légèrement diminué avec 3 entités en moins dont 2 pour le centre-ville.

La représentativité de cette activité en centre-ville se situant toujours autour de 60 %, témoigne d'une relative pérennisation des métiers de bouche dans le centre.

Une analyse plus fine montre que cette catégorie de commerces connaît une évolution en dents de scie. En effet, durant la période 2000-2002, le volume de commerces alimentaires spécialisés est en légère hausse, tant au niveau ville entière, + 1 entité, qu'au niveau centre-ville, + 3 entités. L'année 2003 marque une inversion de tendance sur les deux territoires d'analyse, avec la perte de 4 entités au niveau ville entière, dont 5 dans le centre-ville.

NB : cette catégorie comprend l'hypermarché Auchan et les alimentations de quartier.



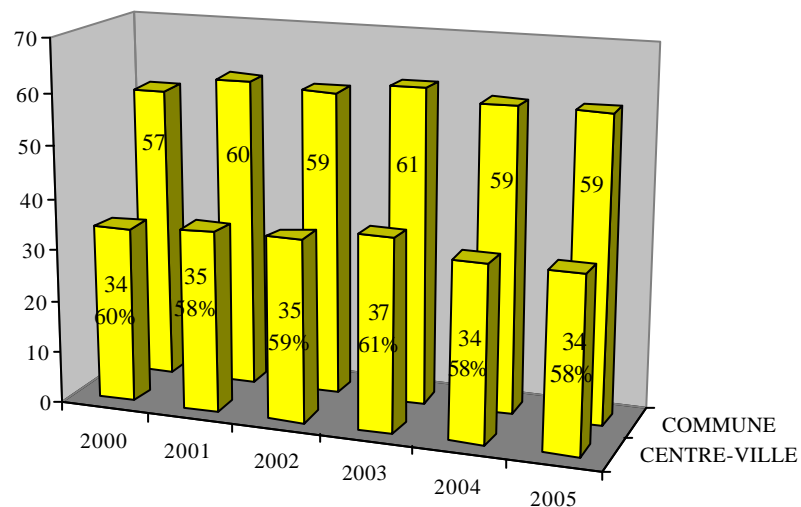
### CATEGORIE : HYPERMARCHES / SUPERMARCHES / SUPERETTES

En 2005, cette catégorie de commerces est représentée par 30 points de vente, dont 11, soit plus d'1/3 sont situés en centre-ville.

Depuis la date de référence, la commune compte 4 hypermarchés/supermarchés/superettes supplémentaires, soit un taux de croissance de 15 %. Parallèlement, le centre-ville, qui a vu naître 2 nouvelles entités au cours de la dernière année, connaît une relative stabilité pour la période étudiée.

Le taux de représentativité de ce type d'activités en centre-ville est également relativement stable. Passant de 38 % en 2000 à 37 % en 2005.

L'importance des implantations hors centre-ville s'explique par le fait que cette activité est répartie sur les zones commerciales, ainsi que dans la plupart des grands parcs de logements collectifs.

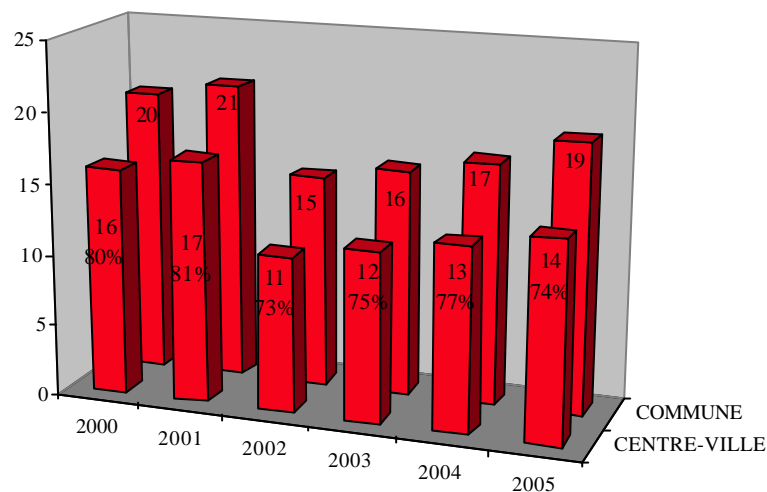


### CATEGORIE : CULTURE ET LOISIRS

En 2005, on recense 59 commerces liés à la culture et aux loisirs, repérés essentiellement dans le domaine de la librairie/papeterie/presse, du sport et de la location de vidéos. Le centre-ville regroupe 58 % de l'offre commerciale liée à cette catégorie, soit 34 entités.

Dans un contexte général à peu près stable, le centre-ville se caractérise également par un certain équilibre de ce type de commerces.

Là encore, l'importance des noyaux villageois et des "écarts" explique la différence d'évolution entre le centre-ville et la ville entière.



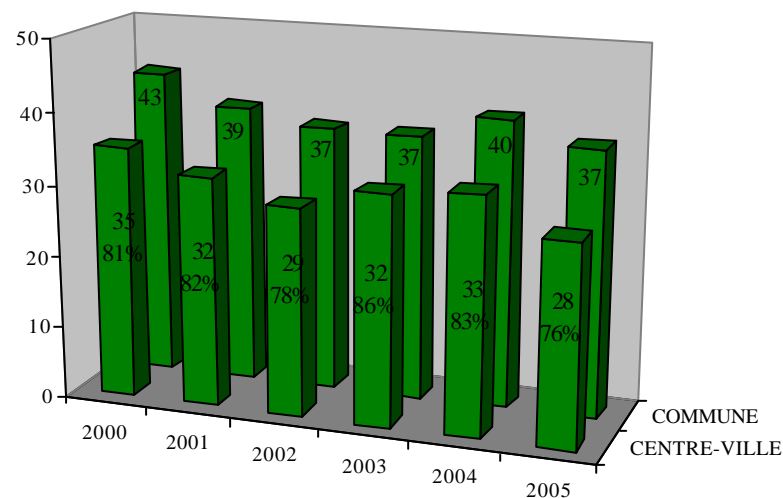
## CATEGORIE : ELECTRONIQUE DOMESTIQUE

En 2005, on compte 19 commerces d'électronique domestique, dont 14, soit 74 %, se trouvent en centre-ville.

Sur la période étudiée, les enseignes d'électronique domestique connaissent une évolution en dents de scie. Cependant, depuis 2002, ce secteur se densifie et ce, à l'échelle des deux territoires d'analyse.

L'électronique domestique semble être l'exemple type d'une activité de centre-ville, puisqu'en 2005, 3/4 des commerces y sont implantés. Dans l'avenir la place de cette activité dans le centre-ville dépendra en grande partie de l'évolution de l'urbanisme commercial et de la concurrence que peut représenter l'offre de terrains commerciaux en périphérie.

NB : cette catégorie comprend Leroy-Merlin, Monsieur Euro et Conforama.



## CATEGORIE : EQUIPEMENT DE LA MAISON

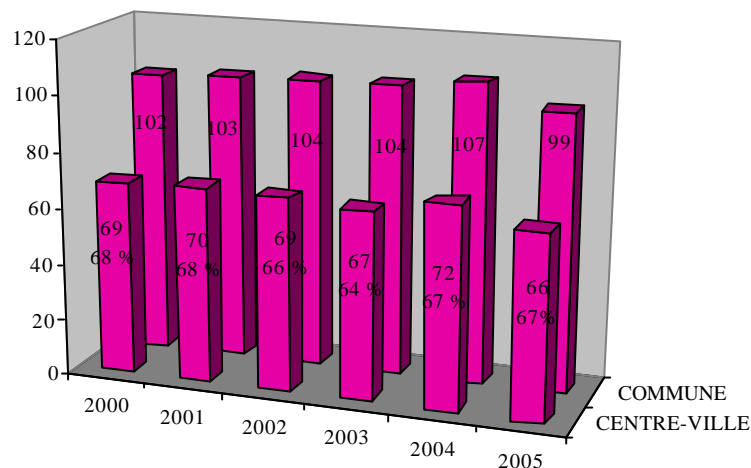
En 2005, on compte 37 commerces, dont 28 sont installés en centre-ville.

Sur la période étudiée, ce type de commerces accuse une baisse remarquable. Ce secteur d'activité semble depuis un an moins représentatif de l'offre commerciale du centre-ville que montrent un taux de représentativité et des volumes en baisse.

De 2000 à 2003, on note une baisse en volume de près de 16 % au niveau ville entière et 21 % sur le centre-ville. Cette diminution concerne en particulier les commerces de fleurs, ainsi que les commerces de décoration et de souvenirs. Malgré cette baisse, semblable sur les deux territoires d'analyse, le centre-ville maintient un taux de représentativité élevé.

Une analyse du centre-ville montre que plus de 50 % de l'offre se situe sur le quartier de Jonquières, près de 30 % sur le quartier de Ferrières et la différence sur l'Ile. Sur la période étudiée, le quartier de Ferrières assure une croissance régulière, alors que dans le même temps, le quartier de Jonquières est en légère perte de vitesse. La tendance observée s'explique en partie par l'attrait de l'espace piéton autour des ponts de franchissement du canal

Raussema



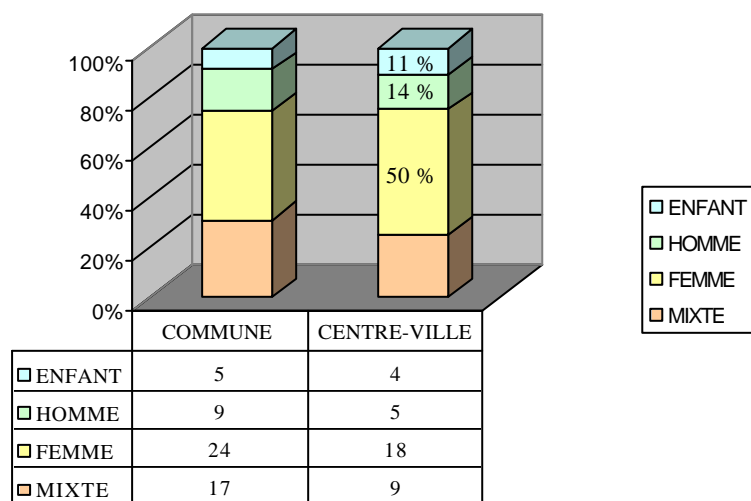
## CATEGORIE : EQUIPEMENT DE LA PERSONNE

En 2005, ce type d'activité occupe le troisième rang dans l'offre commerciale, avec 99 commerces, dont 66 installés en centre-ville (3/5).

Jusqu'en 2004, ce secteur d'activités assurait une certaine stabilité au niveau ville entière, date à laquelle il perd 8 entités. Cette baisse importante affecte également le centre-ville, qui perd 6 entités mais ne bouge pas en terme de représentativité.

Cette catégorie de commerces est constituée en majeure partie par des commerces de prêt-à-porter, de chaussures et des bijouteries/horlogeries qui représentent près de 80 % de l'offre globale de ce type de commerces. Hors centre-ville, c'est la galerie marchande de l'hypermarché Auchan qui couvre à elle seule l'offre dans ce secteur.

Une analyse plus précise par quartier du centre-ville, montre que 63 % des commerces d'équipement de la personne se situent dans le quartier de Jonquières, avec 42 entités.



Dans la mesure où la catégorie équipement de la personne est constituée à plus de 50% par du prêt-à-porter, avec 55 surfaces sur la commune dont 36 sur le centre-ville, il nous semble intéressant d'étudier plus particulièrement l'état de cette branche. Ainsi, plus de 6 commerces de prêt-à-porter sur 10 sont installés en centre-ville.

Le quartier de Jonquières compte le plus grand nombre de commerces de prêt-à-porter avec 22 entités, le quartier de Ferrières en recense 11 et le quartier de l'Ile, peu représentatif de ce type d'activités, 3.

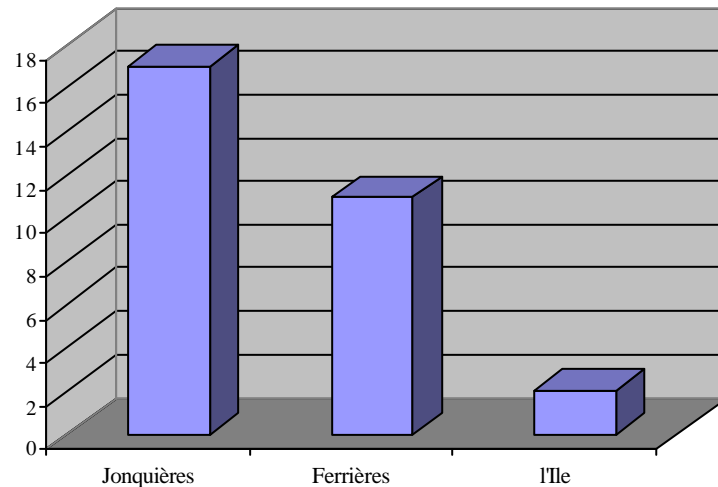
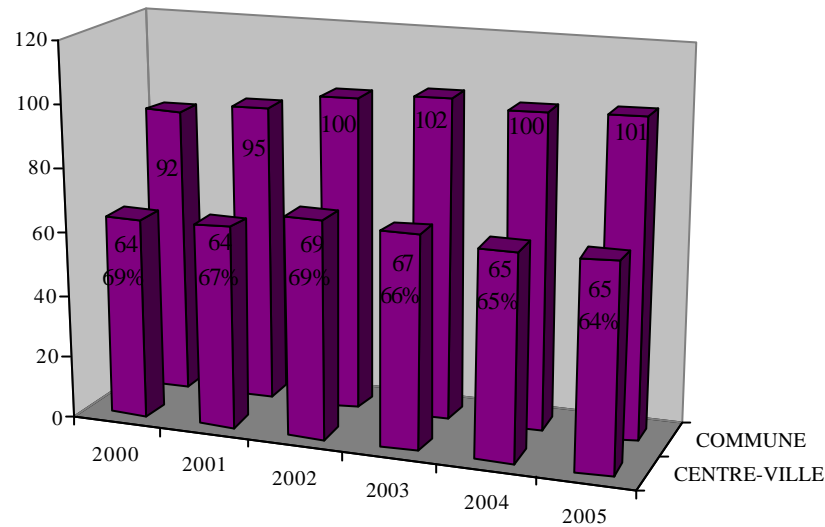
Au niveau ville entière, le prêt-à-porter féminin représente un peu moins de la moitié de l'offre de ce secteur, suivi du prêt-à-porter mixte avec 31 %. Seulement 16 % de ces enseignes sont des magasins de prêt-à-porter masculin et 9 % de prêt-à-porter enfants.

## CATEGORIE : HYGIENE / SANTE / SOINS DE LA PERSONNE

En 2005, la catégorie hygiène/santé/soins de la personne occupe le second rang, avec 101 entités, dont 65, c'est à dire près de 7 commerces sur 10, sont situées en centre-ville.

Cette activité, représentative de l'offre commerciale des centres, assure une certaine stabilité sur les deux territoires d'analyse.

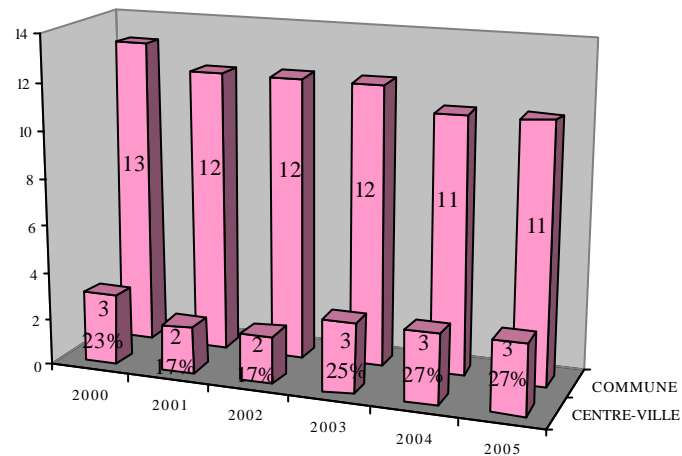
En effet, sur la période étudiée, on compte 9 commerces supplémentaires au niveau de la commune et 1 sur le centre-ville. Ce dernier a par ailleurs perdu 2 entités en 2003, alors que la ville entière en a gagné 2.



Dans la mesure où la catégorie hygiène/santé/soins de la personne est constituée à 47 % par des salons de coiffure, avec 45 surfaces sur la commune et 30 sur le centre-ville, il nous semble intéressant d'étudier plus particulièrement cette branche.

Ainsi, 67 % des salons de coiffure se situent dans le centre-ville. Cette catégorie de commerces ne cesse de croître au niveau ville entière et assure une certaine stabilité au niveau du centre-ville.

Le quartier de Jonquières-centre compte à lui seul 17 salons de coiffure, le quartier de Ferrières-centre, 11 et le quartier de l'Île, 2. L'évolution positive de ce type de commerces au niveau local est représentative de la courbe de croissance nationale.

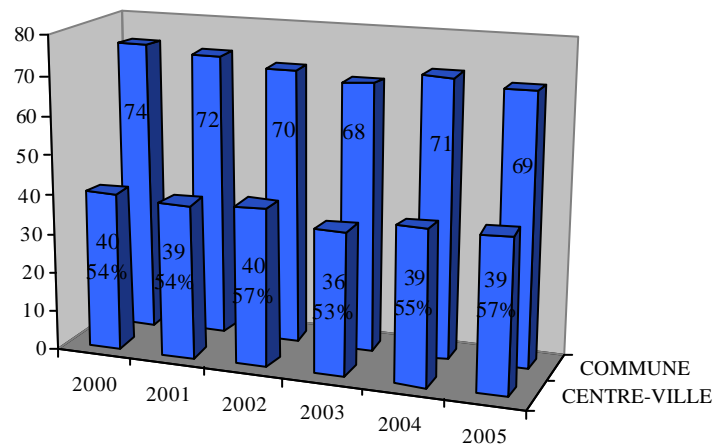


## CATEGORIE : HOTELLERIE

L'hôtellerie, peu représentative de l'activité tertiaire à Martigues, compte 11 entités, dont 3 seulement situées en centre-ville.

Ce secteur maintient le niveau de qualité qui le caractérise depuis toujours, à savoir : des hôtels majoritairement indépendants, dont le seul 3 étoiles de la ville et quelques hôtels de chaîne, partagés entre l'économique et la moyenne gamme. En 2005, 6 hôtels sur 11 disposent d'un restaurant en rez-de-chaussée. L'enjeu des années à venir est d'étoffer le nombre de chambres pour obtenir une offre qui corresponde à la stratégie de la Ville en matière de tourisme et de tourisme d'affaires, en centre-ville, à l'image de l'hôtel IBIS attendu sur la ZAC de l'Hôtel de ville et des équipements prévus sur la partie littorale Côte Bleue.

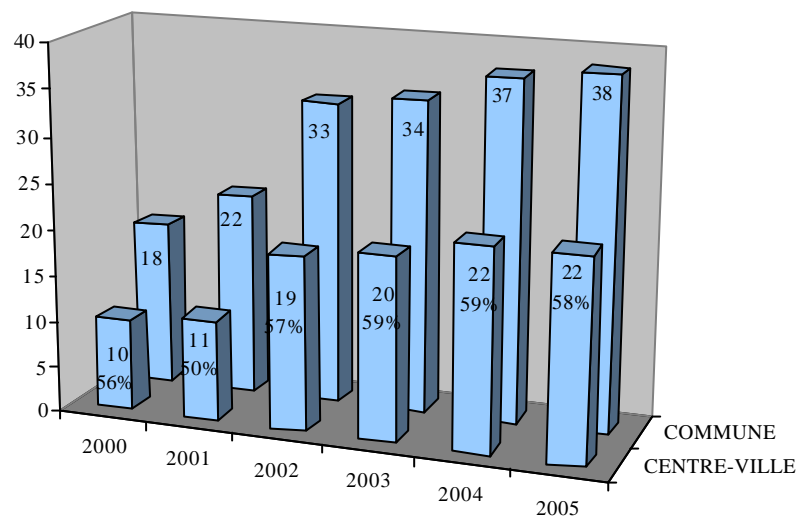
## CATEGORIE : RESTAURATION TRADITIONNELLE



En 2005, on dénombre 69 restaurants traditionnels, dont 39 se situent dans le centre-ville, représentant plus de la moitié de l'offre.

Sur la commune, le nombre de restaurants traditionnels connaît une baisse, avec 5 entités en moins depuis 2000. Le centre-ville perd, quant à lui, 1 surface. Entre 2000 et 2003, cette catégorie de commerces a regressé. 2003 est marquée par une forte régression en particulier dans le centre-ville avec 4 enseignes en moins.

Il est intéressant de constater que plus de 80 % des restaurants traditionnels du centre-ville se situent sur les quartiers de l'Ile et Jonquières, avec 15 entités chacun. Sur l'Ile, cette forme de spécialisation est liée à l'activité touristique du quartier. Les restaurants représentent 19 % des rez-de-chaussée commerciaux de l'Ile. Hors centre-ville, cette activité s'est naturellement étoffée sur la Côte Bleue où la stratégie de la Ville est de développer, par l'aménagement de nouveaux sites, la qualité et la diversité des prestations envers la clientèle touristique.



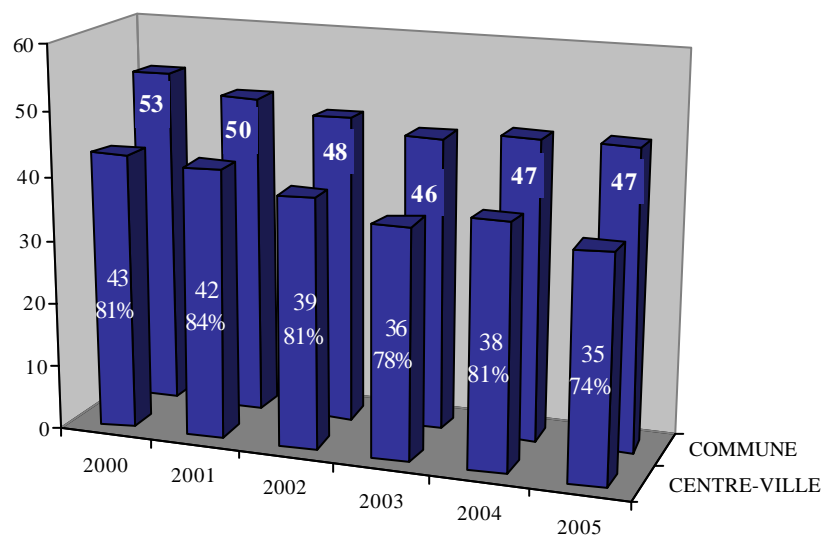
### CATEGORIE : RESTAURATION RAPIDE

En 2005, cette activité qui croît de manière significative, est représentée par 38 entités, dont près de 6 sur 10 se trouvent dans le centre-ville (22 entités).

En effet, au niveau ville entière, cette catégorie de commerces connaît une croissance de 53 %, passant de 18 entités en 2000 à 38 en 2005. De même, le centre-ville a plus que doublé le nombre de ses surfaces de vente.

Cette activité qui porte pourtant sur des volumes faibles, n'en est pas moins représentative des formes de développement commercial dans de petites surfaces en milieu urbain.

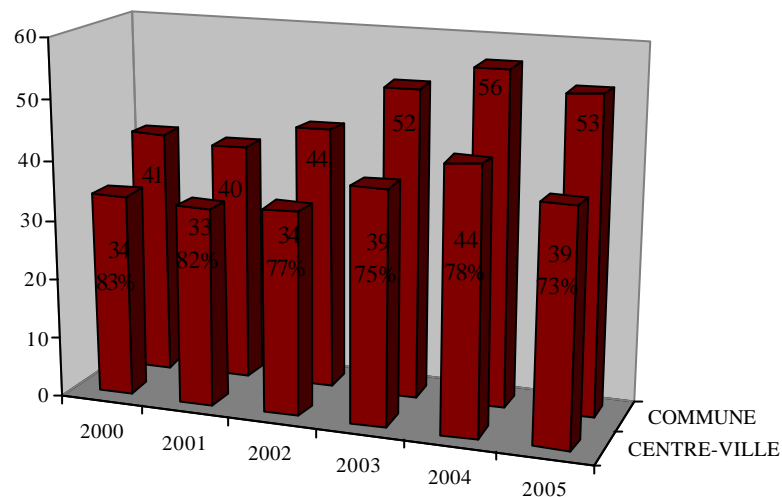
On observe que ce type de commerces est essentiellement installé sur les quartiers de Jonquières et Ferrières, avec environ 10 entités chacun.



### CATEGORIE : SNACKS BARS

En 2005, la ville compte 47 snacks bars, dont les 3/4 sont situés en centre-ville, celui-ci constituant le lieu classique d'implantation de ce type d'activités.

Cette catégorie de commerces connaît une baisse non négligeable en volume sur les deux territoires d'analyse. En effet, sur la période étudiée, on compte 6 commerces en moins au niveau ville entière, dont 8 en centre-ville, représentant globalement une baisse moyenne d'environ 11 %. Au-delà de ces évolutions, l'attrait du centre-ville pour les snacks bars se maintient autour de 75 %.

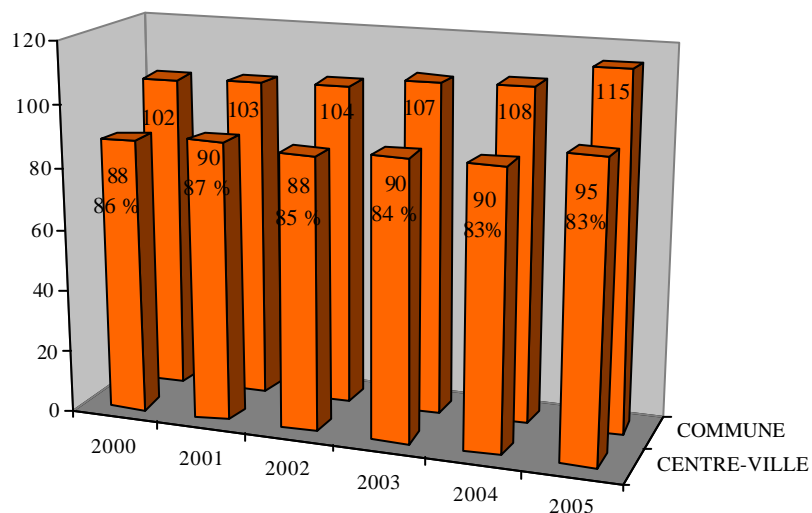


### CATEGORIE : SERVICES DIVERS

Cet ensemble très hétérogène de services à la personne, est formé de 53 surfaces, dont 39, soit 73 % sont implantées en centre-ville.

Sur la période étudiée et sur les deux niveaux d'analyse, cette catégorie de commerces connaît une évolution globalement positive. En effet, au niveau ville entière, on dénombre 12 entités supplémentaires, ce qui représente un taux de croissance de plus de 29 %. De même, le centre-ville compte 5 enseignes supplémentaires (+ 14,7 %). Cependant, la dernière année montre une baisse plus forte en centre-ville qu'au niveau ville entière. Dans ce contexte, la représentativité du centre est en baisse de 10 points, bien qu'elle demeure à un taux important.

Le développement des différentes formes de services, notamment à destination de la personne, en milieu urbain, constitue un enjeu important pour l'avenir du centre-ville qui doit se redéployer autour d'activités multiples.



### CATEGORIE : SERVICES TERTIAIRES

Les services tertiaires occupent la première place dans le tissu commercial avec 115 rez-de-chaussée occupés. Il est intéressant de constater que ce secteur connaît une évolution positive depuis 2000, tant au niveau ville entière avec + 13 entités, qu'au niveau du centre-ville, avec + 7 entités.

Pour ce dernier, ceci est partiellement justifié par le développement des agences intérimaires et des compagnies d'assurances. La part du centre-ville dans cette activité se maintient à des taux élevés, soit autour de 83 %. Une analyse plus précise de ce type d'activités en centre-ville montre que près de 7 entités sur 10 sont installées sur le quartier de Jonquières, soit 69 enseignes. Ferrières compte 17 surfaces et le quartier de l'Ile 9.

Comme pour les services divers, le tertiaire et son développement constituent un enjeu pour l'animation et l'attractivité du centre-ville.