

# Toulouse. Commerces de proximité plutôt que supermarchés XXL : la crise du Covid a changé les habitudes

Le Covid-19 et les confinements ont influé sur les habitudes de consommation des habitants de Toulouse et de son agglomération. Une étude menée en 2020 le montre.



*Le confinement a accentué une tendance déjà présente à Toulouse : les très grandes surfaces y ont de moins en moins la cote. Un pôle commercial récent comme celui de Fenouillet, rénové en 2016, résistera-t-il ? (©Espaces Fenouillet)*

Par **Lucie Fraisse** Publié le 6 Jan 21 à 7:02

Succès des drive, recours aux producteurs locaux, achats sur internet... Le Covid-19 et les confinements ont influé sur les habitudes de consommation des habitants de Toulouse. [L'Agence d'urbanisme et d'aménagement Toulouse aire métropolitaine](#) (AUAT) s'est penchée sur la question et a publié les résultats de ses observations en décembre dernier.

## Consommation de proximité

Première constatation de l'AUAT : les habitudes de consommation des Toulousains ont commencé à changer avant la crise du Covid-19, qui n'a fait qu'**accélérer les tendances**.

Dans son étude, l'AUAT précise :

Le parc toulousain de grandes surfaces a évolué au cours de la dernière décennie. Un des phénomènes marquants est l'émergence d'une consommation de proximité, avec des formats plus petits, notamment pour ceux qui proposent des produits locaux et bio.

### Agence d'urbanisme et d'aménagement Toulouse aire métropolitaine

Si l'offre de grandes surfaces s'est élargie ces dernières années, elle s'est surtout développée sur « des centralités plus petites » note l'AUAT comme à la Cartoucherie, à Borderouge ou à Empalot.

Baisse d'attractivité pour les grandes surfaces

Magasin ou supermarché de quartier plutôt que grande surface en périphérie. Un changement d'habitude de consommation qui se fait forcément au détriment des grandes et très grandes surfaces, comme le confirme l'enquête de consommation 2020 réalisée par la **Chambre de commerces et d'industries de Toulouse**.

Ainsi, sur les sept dernières années, la CCI constate une forte hausse de la vente à distance et du recours au Drive, accompagnés d'un engouement pour les circuits courts. En revanche l'attractivité des grandes surfaces est en baisse sur le territoire durant cette même période : **-7 points dans l'alimentaire et -2,5 points pour le non alimentaire**.

Une tendance qui semble s'être confirmée pendant le premier confinement.

## Les commerces de proximité engrangent

L'AUAT détaille :

« Les achats alimentaires de **produits de qualité et bio ont explosé**, corrélés, pour partie, à un sentiment de protection sanitaire. Les commerces de proximité et plus spécifiquement ceux qui valorisent les circuits courts ont largement profité de ces nouveaux comportements et des **contraintes de déplacements**, tandis que les

supermarchés ont globalement maintenu leurs chiffres d'affaire et que les hypers ont connu une légère baisse de fréquentation. »

## Quel avenir pour les centres commerciaux XXL ?

Alors que les hypers et supermarchés brassent de grandes quantités de personnes et sont donc des lieux favorables à la propagation du virus, la question de leur avenir se pose, estime l'AUAT. D'autant, qu'au-delà du Covid-19, l'enquête de la CCI montre que ce secteur de la grande distribution a **perdu des parts de marché, localement, ces six dernières années**, et que les hypers et supermarchés connaissent une érosion régulière de leur fréquentation.

L'AUAT interroge :

Qu'en sera-t-il pour les centres commerciaux de l'agglomération qui se sont étoffés pour se moderniser et proposer de nouvelles activités pour attirer plus de monde ? Va-t-on observer des ruptures dans les formats de distribution : après le XXL, le XS sera-t-il le nouveau gagnant ?

AUAT

## L'atout prix demeure pour les grandes surfaces

Certes, le confinement a accentué le recours aux commerces de proximité, aux petites structures et aux produits locaux et bio. Mais, selon l'analyse de l'AUAT, le recours à ce type de commerce ne pourra pas continuer de progresser éternellement.

« La croissance des petits commerces et des produits biologiques comme locaux ne devrait pas être exponentielle car les prix restent en moyenne 15 % plus élevés que dans la grande distribution, alors que les statistiques montrent que la part consacrée aux dépenses de consommation courante ne cesse de diminuer depuis trente ans, explique l'AUAT. L'impact de la crise actuelle sur l'économie toulousaine pourrait également avoir des répercussions importantes sur le budget de la consommation courante. »

## Deux gros projets dans l'attente

Crise économique, impact de la pandémie, nouvelles façons de consommer... Ces facteurs pourraient en tout cas ralentir le développement de nouveaux projets, « **en particulier les centres XXL** », note l'AUAT.

Une analyse qui ne fait pas les affaires des promoteurs des deux gros projets déjà fortement malmenés, et ce, sans même que le facteur « pandémie » n'entre en jeu : celui des **Portes des Pyrénées** (plus de 25 000 m<sup>2</sup>, à Muret) et l'emblématique **Val Tolosa, à Plaisance du Touch**.

Pour rappel, en octobre dernier, le projet de vaste centre commercial Portes des Pyrénées, à **Muret** a été mis à l'arrêt par la Commission nationale d'aménagement commercial (CNAC) qui a émis un deuxième avis défavorable. Elle estime que le projet posait problème sur le plan des équilibres de l'aménagement commercial **au sud de Toulouse**. Une version plus « light » de ce pôle commercial, moins gourmand en m<sup>2</sup>, est à l'étude.

**Val Tolosa, à Plaisance-du-Touch**, voit aussi son avenir compromis suite à plusieurs décisions de justice défavorables. La dernière date de fin décembre 2020 : [la cour administrative de Bordeaux a rendu un arrêt](#) estimant que le projet ne présente pas « une raison impérative d'intérêt majeur suffisante pour justifier les atteintes à la protection des espèces (protégées) du plateau de la Ménude (le site où il doit prendre place, NDLR) ». Une décision qui enterre un peu plus ce projet de méga centre commercial de plus de 63 000 m<sup>2</sup>, dans les cartons depuis plus de 20 ans.