

# Panorama du commerce en Pays de la Loire



**CHAMBRE DE COMMERCE  
ET D'INDUSTRIE**

1<sup>er</sup> ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

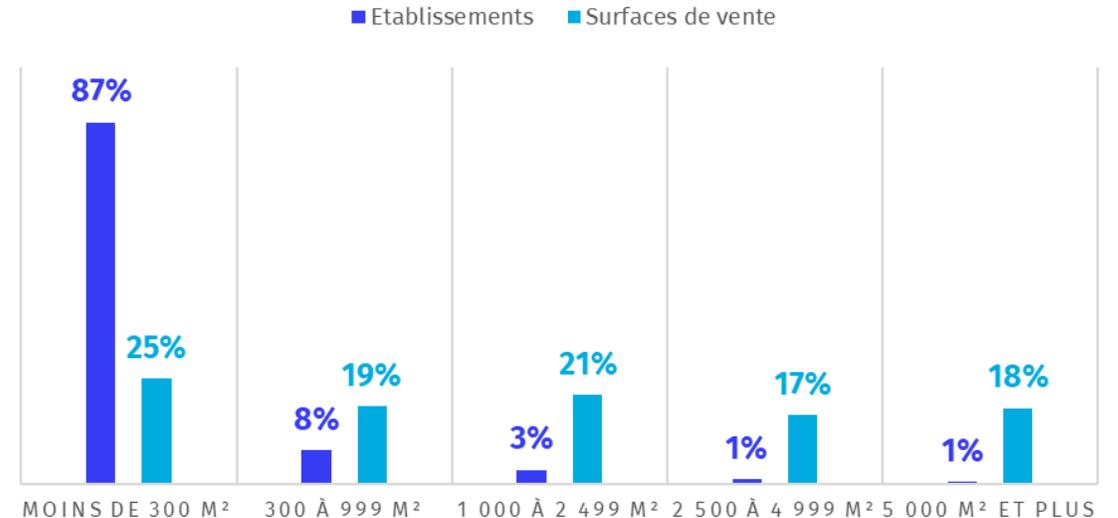
# Chiffres au 1er janvier 2024

- ✓ **25 594 commerces**
- ✓ **6,1 millions de m<sup>2</sup> de surface de vente**
- ✓ **113 183 ETP**

- L'offre est marquée par des **petits commerces de proximité qui jouent** un rôle dans l'emploi (près de 48% des emplois du secteur)
- **87 %** des établissements ont une surface de moins de 300 m<sup>2</sup>, représentant **25 % de la surface totale**.

Catégorie de surface de vente	Nombre de points de vente	Surface de point de vente (en milliers de m <sup>2</sup> )	Effectif, ETP
Moins de 300 m <sup>2</sup>	22 247	1 549	54 438
300 à 999 m <sup>2</sup>	2 038	1 134	14 621
1 000 à 2 499 m <sup>2</sup>	865	1 306	11 620
2 500 à 4 999 m <sup>2</sup>	296	1 007	15 676
5 000 m <sup>2</sup> et plus	148	1 109	16 828
<b>Total général</b>	<b>25 594</b>	<b>6 105</b>	<b>113 183</b>

## RÉPARTITION DES ÉTABLISSEMENTS ET DES SURFACES DE VENTE

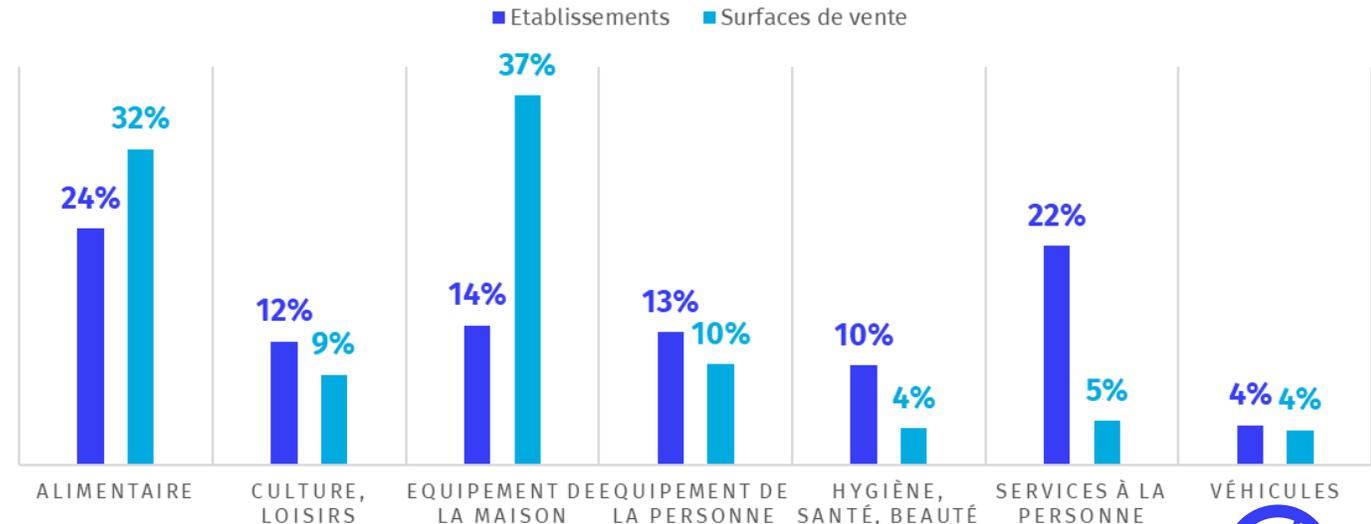


# Chiffres au 1er janvier 2024

- **Le commerce alimentaire** reste la principale composante de l'offre (24% des magasins)
- Suivent **les services à la personne** (avec 22%)
- **L'équipement de la maison** le plus grand consommateur de surfaces de vente (37 % de la surface de vente régionale)

Secteurs	Nombres de points de vente	Surface de vente (en milliers de m <sup>2</sup> )	Effectif, ETP
Alimentaire	6 066	1 937	50 791
Culture, loisirs	3 306	565	8 760
Equipement de la maison	3 588	2 266	19 599
Equipement de la personne	3 420	622	9 707
Hygiène, santé, beauté	2 563	225	8 956
Services à la personne	5 622	275	10 299
Véhicules	1 029	215	5 071
<b>Total général</b>	<b>25 594</b>	<b>6 105</b>	<b>113 183</b>

RÉPARTITION DES ÉTABLISSEMENTS ET DES SURFACES DE VENTE PAR SECTEUR



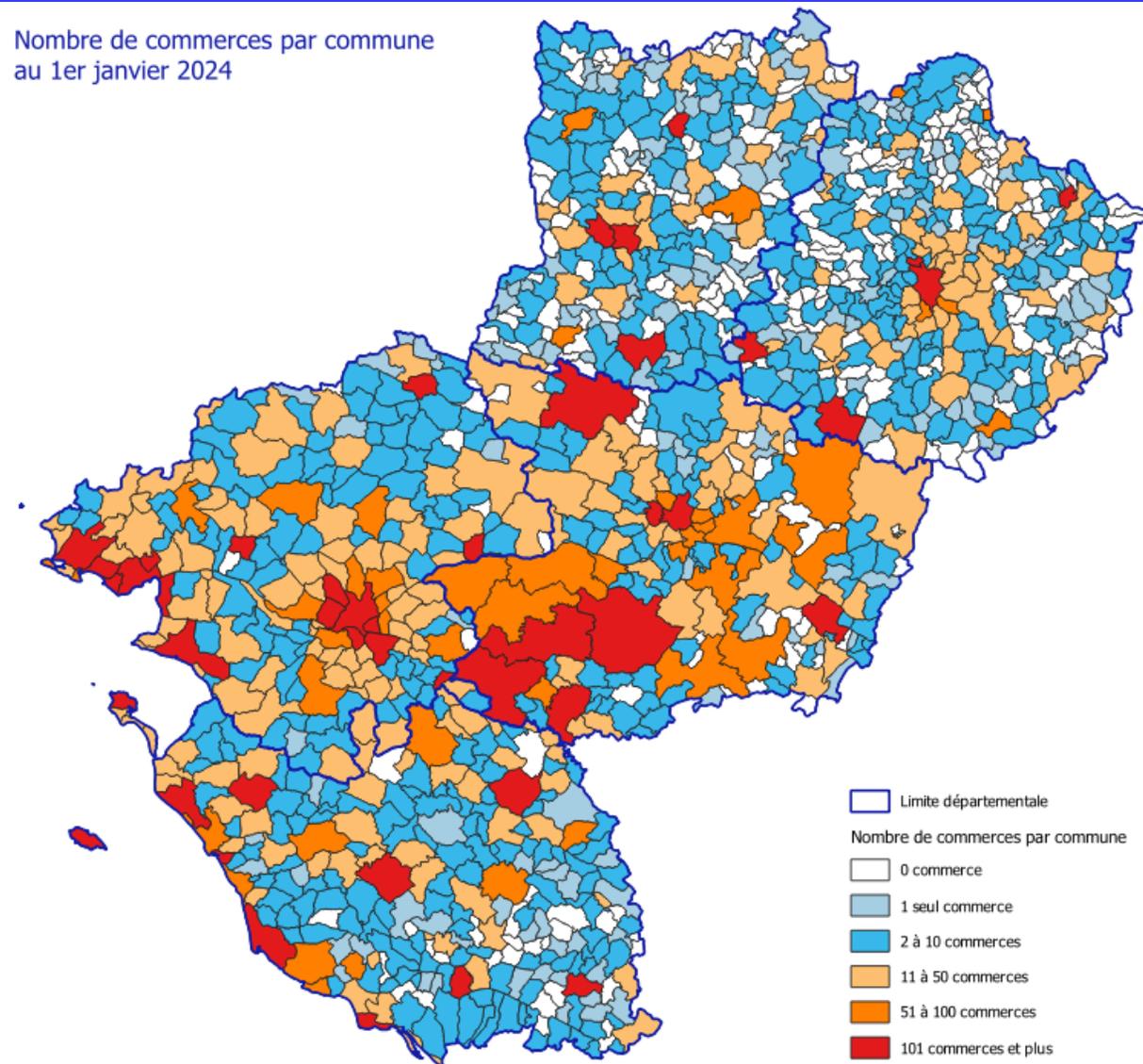
# La répartition des commerces dans les Pays de la Loire

## Concentration du commerce dans les principaux pôles urbains denses

- 22% des communes n'ont aucun commerce
- 13% en ont qu'un seul

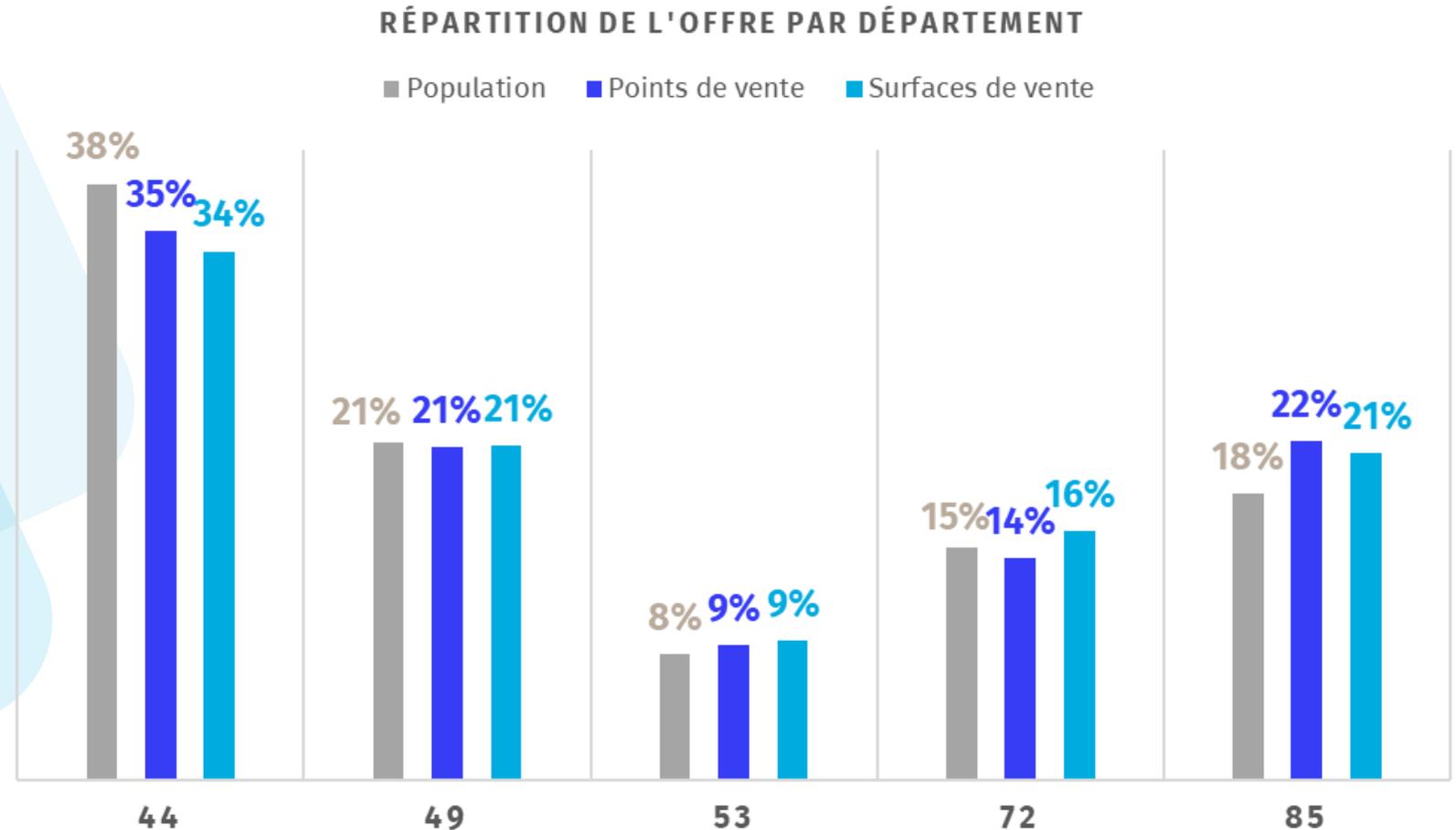
Département	Principaux pôles commerciaux	Caractéristiques
Loire-Atlantique (44)	Nantes, Saint-Nazaire, Rezé, Saint-Herblain	Département le plus urbain, forte concentration commerciale
Maine-et-Loire (49)	Angers, Cholet, Saumur	Équilibre entre pôles urbains et zones rurales
Sarthe (72)	Le Mans, La Flèche, Sablé-sur-Sarthe	Forte ruralité, concentration commerciale limitée au Mans
Mayenne (53)	Laval, Château-Gontier, Mayenne	Département le plus rural, faible densité commerciale
Vendée (85)	La Roche-sur-Yon, Les Sables-d'Olonne, Challans	Dynamisme sur le littoral, ruralité marquée à l'intérieur

Nombre de commerces par commune au 1er janvier 2024



# Une distribution de commerce corrélée à celle de la population

- La Loire-Atlantique (44) est le département le plus peuplé et concentre logiquement une part importante de l'offre commerciale.
- Le Maine-et-Loire (49) et la Mayenne (53) présentent une répartition homogène.
- La Sarthe (72) a une offre commerciale (en surface de vente) légèrement plus grande que son poids démographique.
- La Vendée (85) se distingue par une offre commerciale proportionnellement plus élevée, ce qui peut s'expliquer par des flux touristiques ou une attractivité locale plus forte.

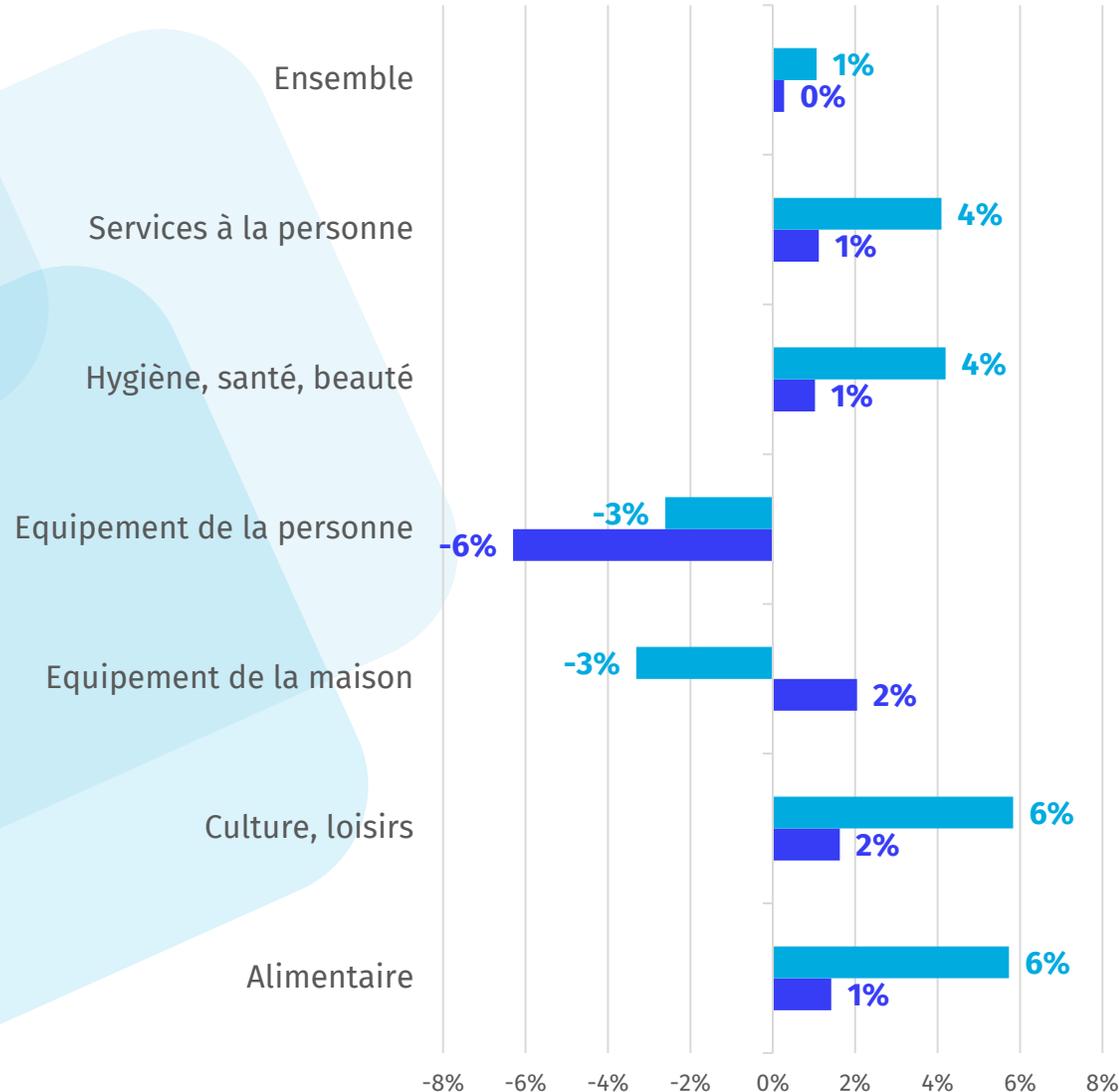


# Evolution régionale entre 2021 et 2024

• ↓↓ Les commerces traditionnels de proximité (boulangeries, salons de coiffure) souffrent face à la hausse des charges et à l'évolution des modes de consommation.

• ↑↑ Les secteurs liés à la beauté et aux produits alimentaires spécifiques (bio, circuits courts, CBD) sont en plein essor.

• Ces tendances reflètent des changements sociétaux majeurs : digitalisation, recherche de bien-être, transition écologique et nouvelles habitudes de consommation.



## Les points de vente

### ↓↓ Principales baisses

- Boulangerie, pâtisserie : - 137
- Multiservices (boulangerie ou café avec épicerie, presse....) : - 132
- Salon de coiffure / barbier : - 100
- Vêtements : -99

### ↑↑ Principales hausses

- Epicerie fines, Spécialités régionales, Produits exotiques, vrac, circuit court, CBD...(-300 m<sup>2</sup>) : + 114
- Institut de beauté Onglerie : + 102
- Supermarchés dont Bio (+ 300 m<sup>2</sup>) : + 88



# Evolution entre 2021 et 2024 Loire Atlantique

## Alimentaire (+69)

- ↑↑ Les commerces alimentaires spécifiques sont en plein essor : +33 pour les épiceries fines, +24 pour les fromageries, et également les cavistes (+16).
- ↓↓ Tandis que les commerces traditionnels type boulangeries (-22) et poissonneries (-7) souffrent durant cette période.

## Cultures et Loisirs (+19)

- ↑↑ On observe sur la période une forte augmentation des points de vente de cigarettes électroniques (+26).
- ↓↓ A contrario, on constate également une baisse notable pour les tabacs-presse (-17).

## Équipement de la maison (-6)

- ↑↑ Les points de vente de rideaux, tissus et arts de table portent la dynamique de ce secteur (+21). Suivent les GSS\* en bricolage (+12) et les bazars (+10).
- ↓↓ Seul les commerces de l'électroménager, TV et HiFi sont en difficulté sur cette période (-8).

## Hygiène, santé, beauté (+18)

- ↑↑ Une forte hausse des opticiens (+24) mais également des parfumeries (+17) marquent le département de la Loire Atlantique.
- ↓↓ Les pharmacies sont en baisse sur cette période, avec une diminution de 17 points de vente.

## Équipement de la personne (-130)

- ↑↑ On observe une forte augmentation des commerces de vêtements d'occasion (+23).
- ↓↓ A contrario, les commerces de vêtements femmes sont en forte baisse (-60), les bijouteries fantaisies (-20) et les vêtements homme également (-20).

## Services à la personne (+5)

- ↑↑ Une hausse du nombre d'instituts de beauté est constatée sur la période (+22), tout comme pour les salons de tatouages et piercings (+16) ainsi que les laveries automatiques (+14).
- ↓↓ Les salons de coiffure combinés aux soins esthétiques sont en baisse sur la période (-16).

## Véhicules (-10)

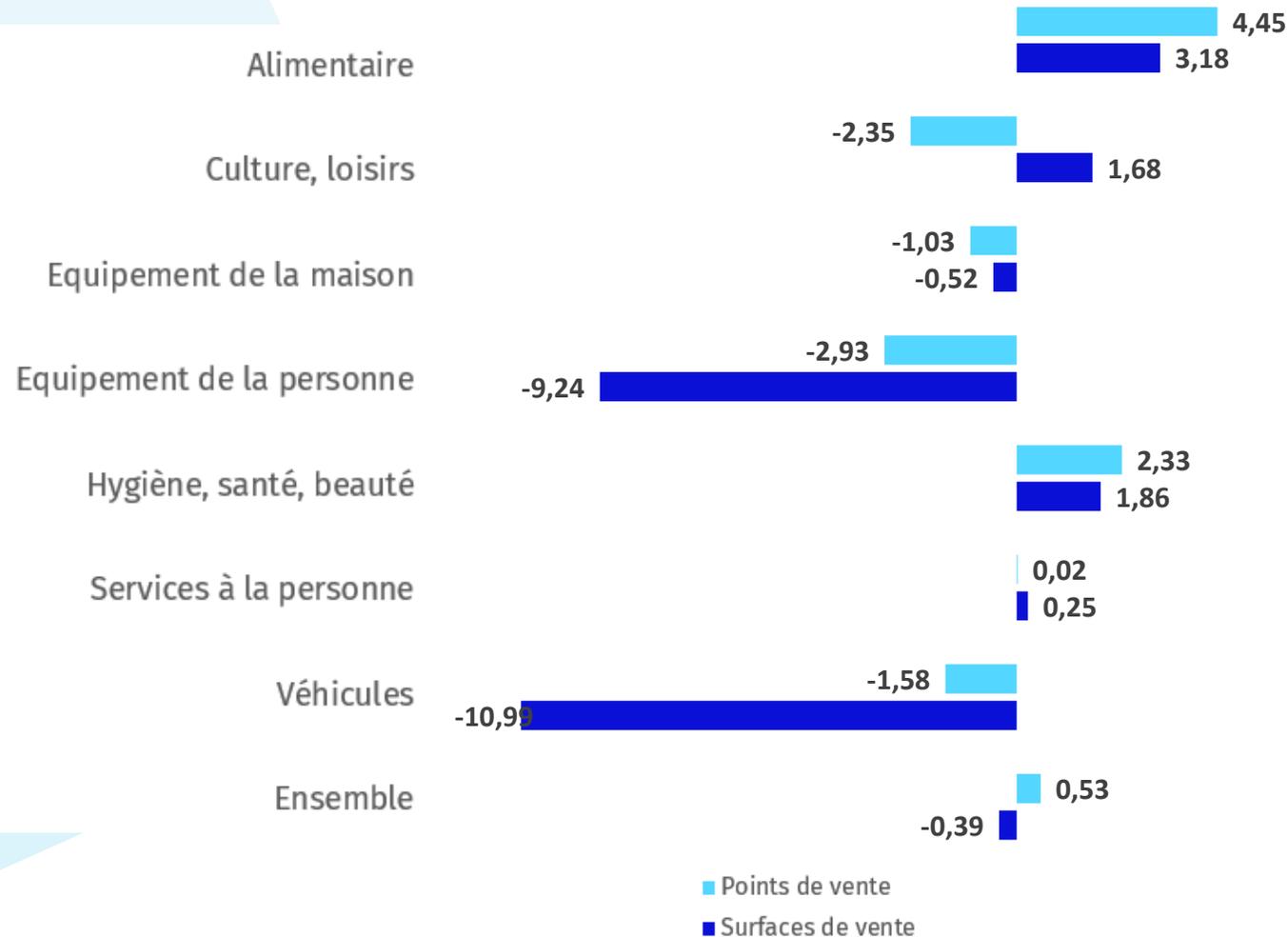
- ↑↑ Le secteur des commerces de véhicules connaît une baisse en Loire Atlantique. Globalement les petites surfaces d'accessoires et d'équipements automobiles diminuent (-6) compensé par les grandes surfaces dans la même activité ont augmenté (+3).
- ↓↓ Le nombre de motoculture est en baisse également (-6).

\*GSS : Grande surface spécialisée



# Evolution entre 2021 et 2024 Loire Atlantique

Évolution de l'offre commerciale entre 2021 et 2024 en Loire Atlantique (en %)



# Evolution entre 2021 et 2024 Maine-et-Loire

## Alimentaire (+75)

- ↑↑ Les commerces alimentaires spécifiques sont en plein essor (+61 pour les épiceries fines, chocolateries et caves à vins), tout comme les primeurs (+10).
- ↓↓ A contrario, les commerces traditionnels type boulangeries (-13) et boucheries/charcuteries (-7) souffrent durant cette période.

La pandémie a changé les habitudes de consommation, une partie des clients s'orientant vers des achats moins nombreux mais plus qualitatifs. Les commerces traditionnels ont été fortement touchés par l'augmentation des coûts de l'énergie, ce qui explique en partie la baisse sur cette période.

## Cultures et Loisirs (+8)

- ↑↑ On observe sur la période une augmentation des points de vente divers et d'occasion (+10) et de cycles (+8).
- ↓↓ Une baisse marquante est à noter pour les tabacs-presse (-17), qui sont, avec les boulangeries, des commerces primordiaux pour la vitalité des centres-bourgs.

Cette baisse pourrait s'expliquer par l'augmentation du prix du tabac. En corrélation de la diminution du nombre de tabacs-presse, on observe une hausse du nombre de vendeurs de cigarettes électroniques et de librairie-papeterie.

## Équipement de la maison (+58)

- ↑↑ Les points de vente de rideaux, tissus et arts de table portent la dynamique de ce secteur (+21). Suivent les GSS\* en bricolage (+12) et les bazars (+10).
- ↓↓ Seul les commerces de l'électroménager, TV et HiFi sont en difficulté sur cette période (-8).

L'évolution du secteur est forte sur ces trois dernières années. Ce dernier est vecteur de grande surface de vente, il sera donc amené à s'adapter et à se réinventer face aux nouvelles normes d'aménagement (loi ZAN notamment) pour continuer à se développer.

## Équipement de la personne (- 10)

- ↑↑ Le prêt-à-porter genré est en augmentation avec +15 points de vente pour les vêtements femmes et +11 pour les vêtements hommes. On observe aussi une forte augmentation des commerces de vêtements d'occasion (+11, +85%)
- ↓↓ A contrario, les commerces de vêtements mixtes sont en forte baisse (-40), tout comme les magasins de chaussures (-11).

Le recours aux plateformes de e-commerce met à mal ce secteur commercial, ou seuls les points de vente spécialisés (seconde main, concepts stores...) semblent tirer leur épingle du jeu.

On voit également se développer des offres bas et haut de gamme, alors que le moyen de gamme est en perte de vitesse.

Ces tendances sont nationales.

\*GSS : Grande surface spécialisée



# Evolution entre 2021 et 2024 Maine-et-Loire

## Hygiène, santé, beauté (+26)

- ↑↑ Dans ce secteur, les magasins de parfumerie et de beauté sont en augmentation (+13), tout comme ceux proposant des articles médicaux (+13) et les opticiens (+8).

- ↓↓ Les pharmacies sont en baisse sur cette période, avec une diminution de 14 points de vente.

L'évolution opticiens et pharmacies pourraient être mis en corrélation avec le nombre de diplômés. Entre 2014 et 2025, le nombre d'opticiens diplômés à presque doubler en France. A contrario, le nombre de pharmacien est en baisse constante depuis 2016.

L'augmentation du nombre de parfumerie semble être portée par l'intérêt grandissant des jeunes consommateurs (génération Z).

## Services à la personne (+53)

- ↑↑ Une hausse du nombre d'instituts de beauté est constatée sur la période (+35), tout comme pour les salons de tatouages et piercings (+15,+125%) ainsi que les laveries automatiques (+15,+88%).

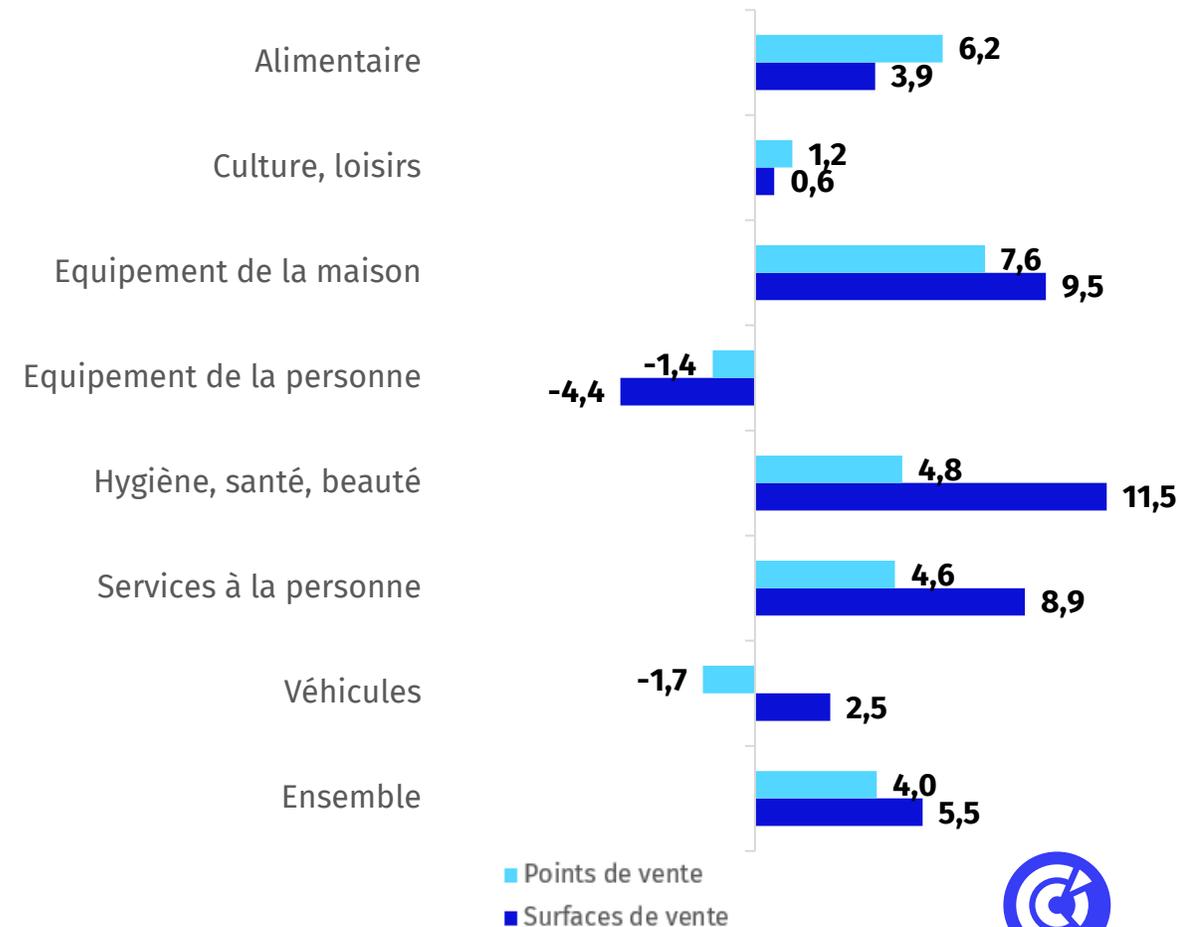
- ↓↓ Les salons de coiffure sont en baisse relative sur la période (-21,-2,9%)

Les difficultés rencontrées par les salons de coiffures peuvent s'expliquer par la hausse des prix de l'énergie et les remboursements parfois difficiles des prêts contractés durant la période de COVID.

## Véhicules (-2)

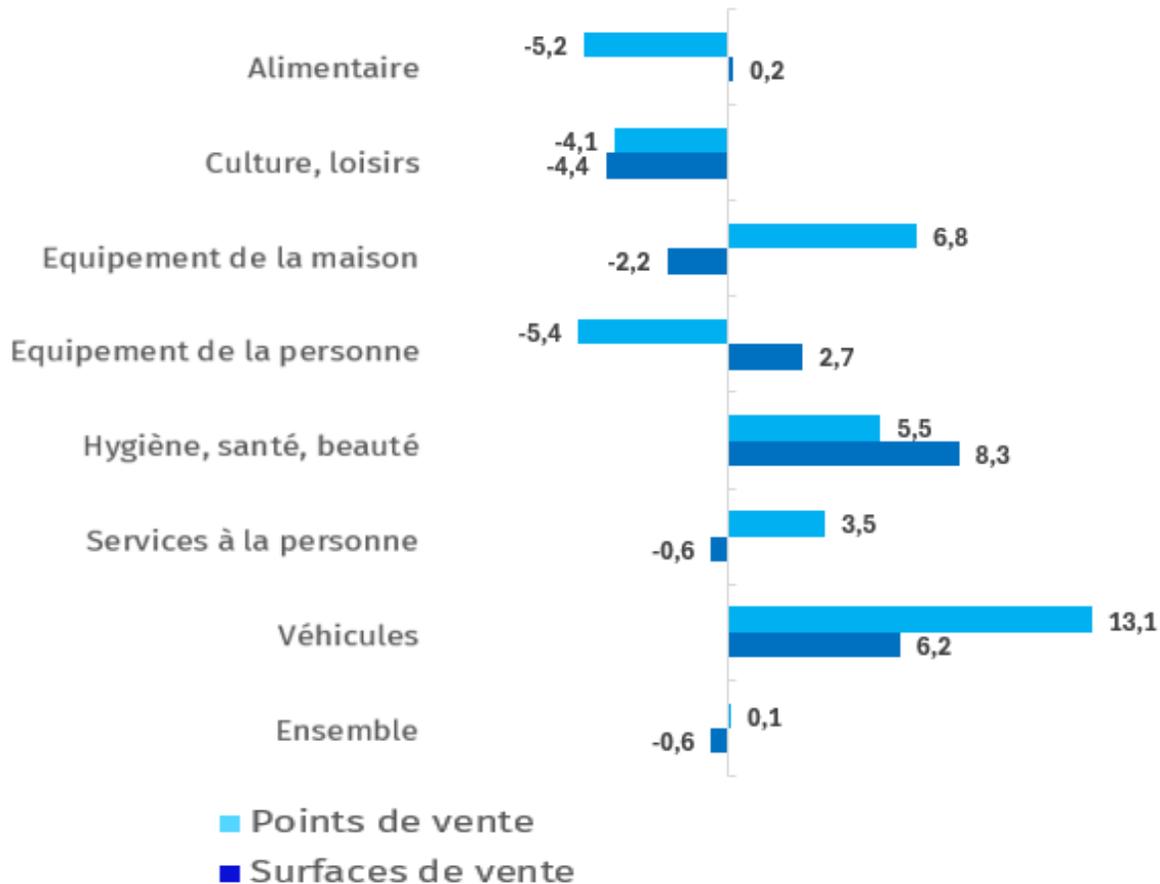
Le secteur des commerces de véhicules est très stable dans le Maine-et-Loire et nous ne notons pas de tendance particulière sur la période 2021-2024.

## Évolution de l'offre commerciale entre 2021 et 2024 dans le Maine-et-Loire (en %)



# Evolution entre 2021 et 2024 Mayenne

## Évolution de l'offre commerciale en Mayenne (en %)



### Alimentaire (-30)

- ↑↑ Les commerces alimentaires spécifiques se développent, notamment les caves à vins, les commerces de thés/café et les fromageries/crémeries (+7).

- ↓↓ A contrario, les commerces multiservices (-14) et les supérettes (-12) sont durement touchés sur la période considérée. Les supermarchés (>300m<sup>2</sup>) souffrent également (-5).

*Des changements d'habitudes de consommation post pandémie orientés vers des achats plaisirs plus qualitatifs et des achats de proximité quantitativement moins nombreux et moins fréquents sont probablement à l'origine de ces évolutions.*

### Culture et Loisirs (-12)

- ↑↑ On observe sur la période une augmentation des librairies (+3) et des points de vente de biens d'occasion (+3).

- ↓↓ La baisse conséquente pour les tabacs-presse (-11) n'est que très légèrement atténuée par la croissance des points de vente de cigarettes électroniques (+2). La téléphonie et ..... enregistrent également une baisse du nombre de points de vente.

*La baisse chez les buralistes peut s'expliquer par l'augmentation du prix du tabac.*



# Evolution entre 2021 et 2024 Mayenne

## Équipement de la maison (+24)

- ↑↑ La croissance est tirée par les points de vente de rideaux, tissus et arts de table (+6) et de revêtements de sols, murs, luminaires (+5). Côté grandes surfaces spécialisées, elle est le fait des jardineries/animaleries (+4) et de la vente de biens d'occasion (+2).
- ↓↓ Des difficultés constatées pour les commerces d'électroménager et les dépôts-vente d'équipements.

*Un secteur Equipement de la maison en croissance de près de 7% en nombre d'établissements en Mayenne mais un secteur qui amorce une tendance baissière (-2,2%) de ses surfaces de vente.*

## Équipement de la personne (- 14)

- ↑↑ La GSS en habillement, seul secteur en croissance significative (+4). Dans le commerce traditionnel, 2 secteurs en progression : la vente d'accessoires (+2) et l'horlogerie/bijouterie (+2).
- ↓↓ A contrario, les autres types de points de vente connaissent des difficultés, principalement le prêt-à-porter (-14) ainsi que les magasins de tissus/laine (-3) et de chaussures (-2).

*A l'instar des tendances nationales, ce secteur connaît des difficultés et affiche un recul significatif (-5,4%) du nombre de points de vente. Mais la Mayenne présente aussi un phénomène de concentration avec des surfaces de vente en croissance (+2,7%).*

## Hygiène, santé, beauté (+11)

- ↑↑ Dans ce secteur, les magasins d'articles médicaux sont en augmentation (+6), tout comme ceux proposant de la parfumerie/produits de beauté (+5) ainsi que les opticiens (+2).
- ↓↓ Une tendance baissière constatée dans la pharmacie et la para-pharmacie, chacun des 2 secteurs perdant 1 établissement.

*L'influence grandissante de la mode, notamment près des jeunes générations, peut être avancée pour expliquer la croissance significative des points de vente en parfumerie et en optique.*

## Services à la personne (+15)

- ↑↑ Une croissance des points de vente tirée par les instituts de beauté (+13) et la coiffure (+4). Gain d'un seul établissement pour les secteurs tatouage/piercing et laverie automatique.
- ↓↓ Des difficultés constatées dans le toilettage canin (-2), la cordonnerie/services minute (-1) et les articles funéraires (-1).

## Véhicules (+8)

Un secteur en croissance en Mayenne, exclusivement sur les points de vente d'accessoires et d'équipements automobile.



# Evolution entre 2021 et 2024 Sarthe

## Alimentaire (+50)

- ↑↑ Les supermarchés sont en plein essor (+27) ainsi que les supérettes (+17). Les commerces alimentaires spécifiques sont en progression (+17 pour les cavistes, +14 pour les épicerie fines).
- ↓↓ A contrario, les grandes surfaces hard discount (-13) souffrent durant cette période.

## Cultures et Loisirs (+99)

- ↑↑ On observe sur la période une augmentation des cafés/tabac/presse (+69), des points de loisirs créatifs (+5), de cigarettes électroniques (+5) et de vente d'articles de sport (+5).
- ↓↓ Une baisse marquante est à noter pour les activités de photographes (-13).

## Hygiène, santé, beauté (-18)

- ↑↑ Dans ce secteur, les grandes surfaces d'optique sont en augmentation (+26).
- ↓↓ Les pharmacies sont en baisse sur cette période (-39) ainsi que les magasins d'articles médicaux (-17).

## Équipement de la maison (+1)

- ↑↑ Les bazars portent la dynamique de ce secteur (+14). Suivent les GSS\* en bricolage (+11) et les brocantes (+11).
- ↓↓ Les petites surfaces de bricolage sont ceux qui enregistrent la plus forte baisse (-31). Viennent ensuite les dépôts vente (-6) et les magasins de meubles de petites surfaces (-6).

## Services à la personne (+40)

- ↑↑ Une hausse du nombre d'instituts de beauté est constatée sur la période (+27).
- ↓↓ Les boutiques d'articles funéraires sont en baisse sur la période (-5) ainsi que les laverie-pressing (-5).

## Équipement de la personne (-39)

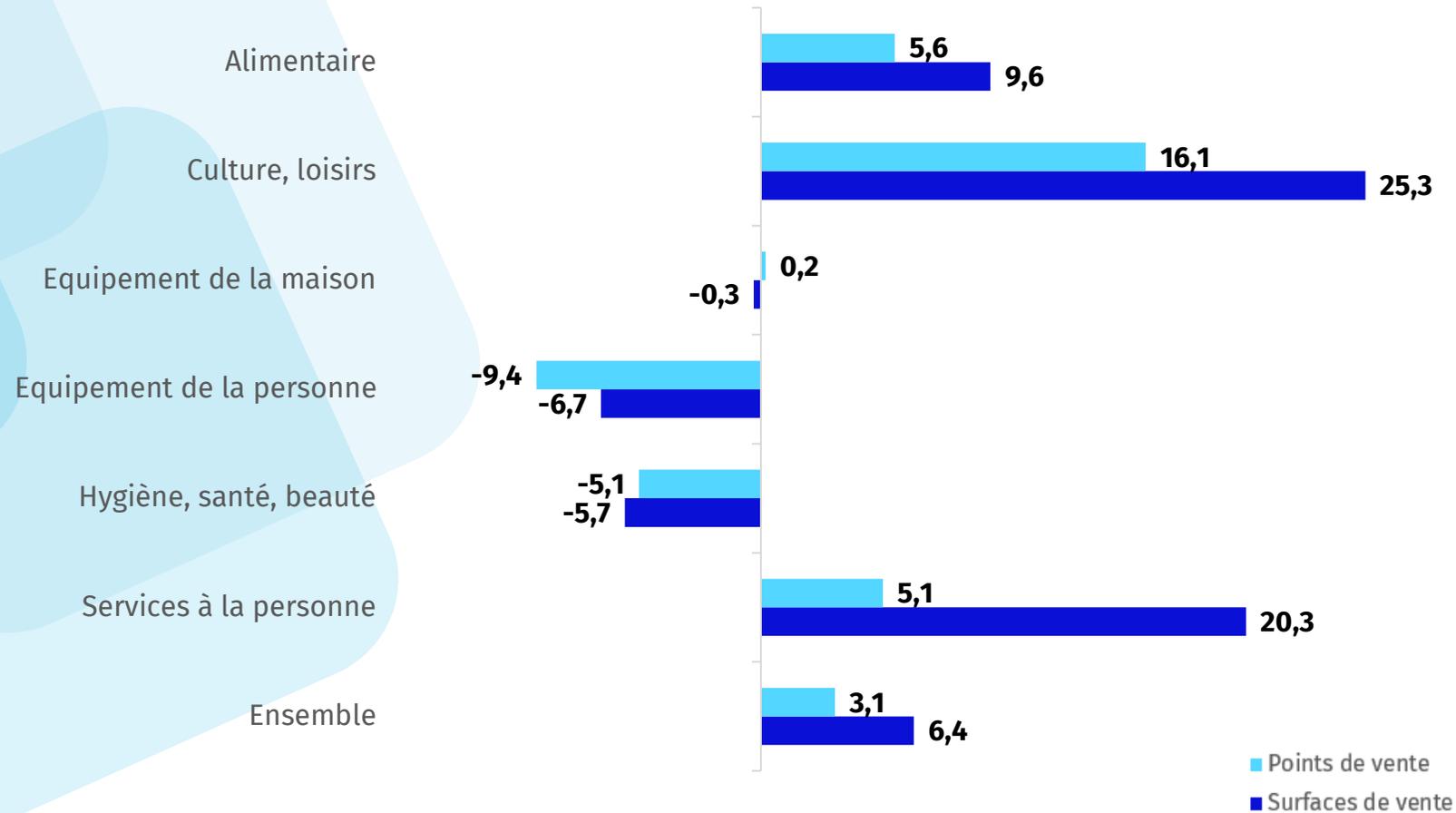
- ↑↑ Les grandes surfaces spécialisées marquent une progression (+10). On observe également une augmentation des commerces de vêtements d'occasion (+8).
- ↓↓ A contrario, les commerces de vêtements mixtes sont en forte baisse (-23).

\*GSS : Grande surface spécialisée



# Evolution entre 2021 et 2024 Sarthe

## Évolution de l'offre commerciale entre 2021 et 2024 en Sarthe (en %)



# Evolution entre 2021 et 2024 Vendée

## Alimentaire (+11)

- ↑↑ Les commerces alimentaires spécifiques :  
+15 confiseries, chocolatier, glacier, +13 épicerie fines, spécialités régionales, produits exotiques, +11 vins, boissons diverses
- ↓↓ Les commerces alimentaires traditionnels :  
-10 superettes, -38 boulangerie-pâtisserie

## Cultures et Loisirs (+85)

- ↑↑ +27 fournitures de bureaux, +24 cigarettes électroniques / CBD, +20 GSS en biens d'occasion culture-loisirs-divers
- ↓↓ -8 articles de sports, -3 téléphonie, -3 jouets et jeux

## Équipement de la maison (-2)

- ↑↑ +8 Electroménager de -300m<sup>2</sup>, +6 magasins de bricolage
- ↓↓ -13 Electroménager et Tv, -9 Meubles et literie

## Hygiène, santé, beauté (+24)

- ↑↑ +21 opticiens, +11 articles médicaux
- ↓↓ -1 GSS parfumerie- produits beauté (+300 m<sup>2</sup>), -1 Parapharmacie (-300 m<sup>2</sup>)

## Équipement de la personne (-0)

- ↑↑ +7 vêtements pour femmes, +6 Horlogerie
- ↓↓ -5 chaussures adultes, -5 vêtements pour enfants

## Services à la personne (-2)

- ↑↑ +23 soins de beauté, +13 tatouages et piercings
- ↓↓ -11 reprographie, -24 salon de coiffure

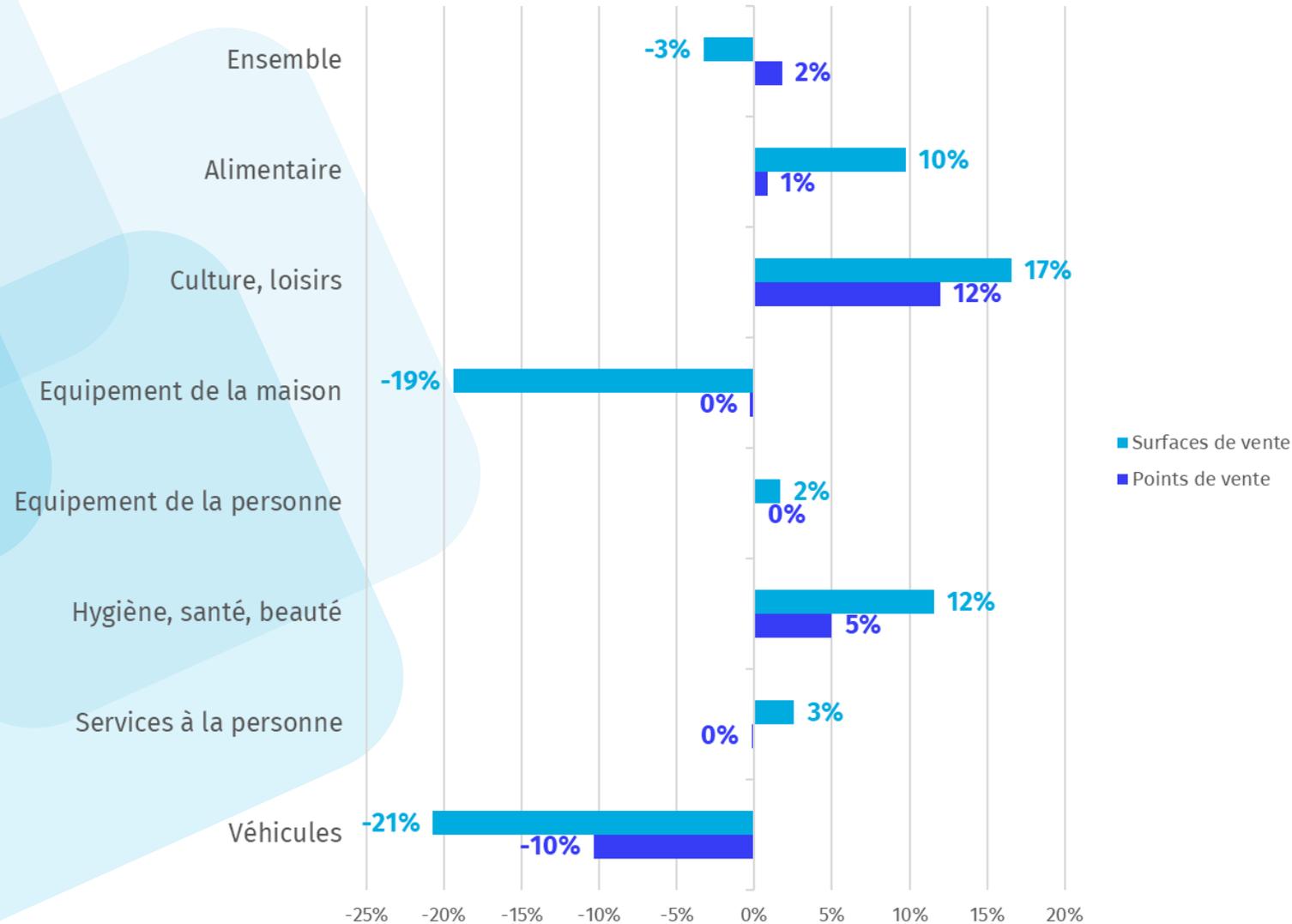
## Véhicules (-18)

- ↑↑ +4 GSS spécialisées en accessoires et équipement auto
- ↓↓ -10 Accessoires et équipements auto, -8 motoculture



# Evolution entre 2021 et 2024

## Vendée



# Evolution entre 2021 et 2024

## PAYS DE LA LOIRE

### Alimentaire (+175)

- ↑↑ Les commerces alimentaires spécifiques sont en plein essor (épiceries fines, caves à vin) sur l'ensemble du territoire régional.
- ↓↓ A contrario, les commerces traditionnels type boulangeries sont en forte baisse à l'ouest de la région (Loire-Atlantique, Maine-et-Loire et Vendée) alors que le nord-est est touché par une baisse marquée des superettes (Mayenne) et des grandes surfaces hard discount (Sarthe).

*La pandémie a changé les habitudes de consommation, une partie des clients s'orientant vers des achats moins nombreux mais plus qualitatifs. Les commerces traditionnels ont été fortement touchés par l'augmentation des coûts de l'énergie, ce qui explique en partie la baisse sur cette période.*

### Cultures et Loisirs (+199)

- ↑↑ A l'échelle régionale, on observe une légère augmentation des vendeurs de cigarettes électroniques ainsi que ceux spécialisés dans le sport (articles de sport, cycle, etc...).
- ↓↓ Une baisse marquée est à noter pour les tabacs-presse dans 3 départements du territoire (Loire-Atlantique, Maine-et-Loire et Mayenne), elle est compensée en partie par l'augmentation du nombre de points de vente en cigarettes électroniques.

*Cette baisse pourrait s'expliquer par l'augmentation du prix du tabac et les campagnes de santé publique pour la réduction de sa consommation. En corrélation de la diminution du nombre de tabacs-presse, on observe une hausse du nombre de vendeurs de cigarettes électroniques et de librairie-papeterie.*

### Équipement de la maison (+75)

- ↑↑ Dans la région Pays de la Loire, le secteur du bricolage est en augmentation sur la période 2021-2024, en particulier pour les GSS\*, tout comme les bazars et de façon plus réduite les magasins spécialisés en arts de la table et tissus.
- ↓↓ A l'échelle régionale, les commerces spécialisés dans l'électroménager et les TV sont en difficultés.

*L'évolution du secteur est forte sur ces trois dernières années. Ce dernier est vecteur de grande surface de vente, il sera donc amené à s'adapter et à se réinventer face aux nouvelles normes d'aménagement.*

\*GSS : Grande surface spécialisée



# Evolution entre 2021 et 2024

## PAYS DE LA LOIRE

### Équipement de la personne (- 193)

- ↑↑ Dans ce secteur d'activité, les commerces de vêtements d'occasion sont en hausse (44-49-72), ainsi que les grandes surfaces en habillement de manière plus localisée (Mayenne et Sarthe).
- ↓↓ Néanmoins, c'est un secteur en très forte baisse, liée à la disparition de nombreux points de vente de prêt à porter féminin en Loire-Atlantique, mixtes en Maine-et-Loire et en Sarthe, ou de chaussures (49+53+85)

*Le e-commerce met à mal ce secteur commercial, où seuls les points de vente spécialisés (seconde main, concepts stores...) et les GSS en habillement semblent tirer leur épingle du jeu. On voit également se développer des offres bas et haut de gamme, alors que le moyen de gamme est en perte de vitesse. Ces tendances sont nationales.*

### Hygiène, santé, beauté (+61)

- ↑↑ L'ensemble des départements est marquée par une hausse conséquente du nombre d'opticiens. On observe plus localement une augmentation du nombre de parfumerie et de points de vente d'article médicaux.
- ↓↓ Les pharmacies sont en baisse sur cette période à l'exception du département de la Vendée, cette baisse semble être une tendance nationale.

*L'évolution opticiens et pharmacies pourraient être mis en corrélation avec le nombre de diplômés. Entre 2014 et 2025, le nombre d'opticiens diplômés à presque doubler en France. A contrario, le nombre de pharmacien est en baisse constante depuis 2016. L'augmentation du nombre de parfumerie semble être portée par l'intérêt grandissant des jeunes consommateurs (génération Z).*

### Services à la personne (+111)

- ↑↑ La hausse marquante à l'échelle régionale est celle portée par les instituts de beauté, une tendance que l'on observe sur les 5 départements. Une hausse du nombre de salons de tatouages et piercings est observée à l'ouest de la région (44+49+85).
- ↓↓ A contrario, les salons de coiffures sont en baisse à l'échelle régionale, malgré une stabilité de l'offre dans le nord-est de la région (Mayenne et Sarthe)

*Les difficultés rencontrées par les salons de coiffures peuvent s'expliquer par la hausse des prix de l'énergie et les remboursements parfois difficiles des prêts contractés durant la période de COVID. Les mutations observées diffèrent entre l'ouest et le nord-est du territoire.*





**CHAMBRE DE COMMERCE  
ET D'INDUSTRIE**

**1<sup>er</sup> ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES**