

ANNEXE

augmenté. Dans ces communes, le parc de logement vacant a également augmenté car de nombreuses résidences secondaires ont été quittées et sont devenues vacantes. Ce phénomène de résidences secondaires devenues vacantes touche aussi Tarsac, Sabazan, Margouët encore Loussous

Enfin, même dans quelques communes attractives (Saint Mont par exemples), l'accueil de population s'est fait sans mobiliser le parc existant : la production neuve a été import nombre de logements vacants a fortement augmenté

En bref, sur de nombreuses communes, il existe une importante dissociation entre la dynamique démographique et la dynamique du parc de logements. Une partie de cette dissociation peut s'expliquer par les menaces qui pèsent sur la qualité des biens et les conditions d'habitat dans les logements anciens.

MENACES IMPORTANTES

La faible mobilisation du parc existant au profit de la production neuve et la baisse de la population portent des menaces sur l'état qualitatif du parc de logement. En 2015, la Communauté de Communes Armagnac Adour compte 543 logements vacants, soit 167 de plus qu'en 2010 (+44% en 5 ans, +64% depuis 1999). Selon l'INSEE, le taux de vacance atteint 13,4% du parc contre 10,6% à l'échelle départementale (le nombre de logements vacants a augmenté de 17% en moyenne dans le Gers entre 2010 et 2015).

vacance sur le territoire est l'un des plus forts par rapport aux Communauté de Communes voisines. La Communauté de Communes présente aussi l'une des plus fortes augmentations du nombre de logements vacants (seule la Communauté de Communes Bastides et ons du Gers présente des dynamiques plus négatives).

Selon les données foncières, le taux de vacance s'établit autour de 9,4% en 2016 soit 404 logements

- 178 logements sont vacants depuis moins de 2 ans,
- 226 logements sont vacants depuis plus de 2 ans, dont 138 qui le sont depuis plus de 5 ans.

Les graphiques suivants permettent de constater que la date de construction du logement est étroitement corrélée à la vacance. Selon les données foncières, le taux de vacance est ainsi supérieur à 12% pour les logements construits avant 1945, de 9,2% pour les logements construits entre 1946 et 1975 et de moins de 6% pour les logements construits après 1976.

Cela traduit particulièrement la vacance structurelle sur le territoire : une vacance qui est directement liée aux caractéristiques propres du logement. Il s'agit en effet de logements parfois sans jardins ou espaces de stationnement, aux volumétries et implantation spécifiques (étages, mitoyenneté...), aux performances énergétiques faibles... Des caractéristiques qui ne répondent pas aux attentes de nouvelles populations et qui ne répondent plus aux besoins des ménages résidents (notamment dans un contexte de vieillissement de la population et d'adaptabilité des logements).

A l'inverse, la vacance est dite conjoncturelle lorsqu'elle est inférieure à 7% : il s'agit alors d'une vacance nécessaire au bon fonctionnement du marché (délai d'achat/revente, de mises en location...). La vacance sur les logements construits après 1976 participe donc globalement au bon fonctionnement du marché immobilier local.

Quel que soit la donnée source, on constate que le phénomène de vacance touche essentiellement les communes centres de Riscle et Aignan et leurs proches périphéries. Comme vu précédemment, il s'agit de communes relativement attractives (du moins depuis 1999) mais où la vacance s'est développée au profit de l'habitat neuf.

LE PARC SOCIAL

Selon les données INSEE, 117 ménages résidents dans des logements sociaux (HLM), principalement à Aignan (46) et Riscle (48). Une offre plus ponctuelle existe en périphérie de Riscle Adour, Saint Germé, Viella). L'offre reste mesurée (4% des résidences principales) mais a le mérite d'exister sur un territoire rural connaissant peu de pressions démographiques, foncières et immobilières. En revanche, au regard de la fragilisation des ménages,



ANNEXE

la demande pour ces logements pourrait s'accroître. D'après les données de l'Observatoire de l'Habitat du Gers, la Communauté de Communes Armagnac Adour compte 183 logements sociaux en 2016 dont 63 construits depuis 2010.

L'offre sociale est similaire à l'offre conventionnelle avec près de 60% de logements de type T5 et plus. Elle ne répond donc pas à une logique de diversification de la structure du parc mais plutôt à une logique d'accessibilité au logement en termes de revenus et de niveau de vie.

Il peut donc apparaître qu'une partie du parc social ne réponde pas aux besoins des résidents. Ainsi, le taux de vacance dans le parc social s'élève à 12%. L'Observatoire de l'Habitat du Gers « en matière de typologie, les petits logements sont les plus recherchés (T2 et T3), ce qui s'explique à la fois par rapport à la taille des ménages mais également par rapport à leur capacité financière

En moyenne, dans la Communauté de Communes, on compte 1 attribution de logement social pour 2,2 demandes ce qui reste une demande mesurée ne traduisant pas spécialement de pressions sur l'offre. En revanche il existe une forte pression sur le parc social de type T2 avec 1 pour 9 demandes.

En complément, précisons que le territoire ne dispose pas d'aire d'accueil pour les gens du voyage et il n'en est pas prescrit par le Schéma Départemental d'Accueil des Gens du Voyage.

La diversification du parc de logements est une condition nécessaire au renforcement des parcours résidentiels pour les ménages résidents sur le territoire et constitue un levier d'attractivité pour les populations, notamment pour les plus jeunes et les familles. Cette diversification peut aussi s'expliquer en réponse face à la fragilisation d'une partie des ménages.

ISSU ECONOMIQUE, EMPLOIS, REVENUS ET TOURISME

Un tissu économique local marqué par une dominance des emplois dans le tertiaire (qui s'accroît) suivi par l'agriculture (qui décroît) et l'industrie (qui s'accroît)

Dans la CCAA, les emplois en 2018 sont répartis de la façon suivante : tertiaire 57.1% (Dept 71.1%) ; Agriculture 20.4% (Dept 11.5%) ; construction 3.7% (Dept 6.4%) ; industrie 18.8% (Dept 11.1%).

Cette structuration est atypique comparée à celle du Gers.

	Agriculture		Construction		Industrie		Tertiaire	
	CCAA	GERS	CCAA	GERS	CCAA	GERS	CCAA	GERS
2018	20.4%	11.5%	3.7%	6.4%	18.8%	11.1%	57.1%	71.1%
2013	27.7%	13.1%	6.1%	7.6%	17.4%	10.9%	48.8%	68.3%
2008	23.5%	14.0%	4.7%	8.1%	15.8%	11.1%	55.9%	66.9%

Variations 2008/2018

Le diagnostic du Plui fait apparaître des concurrences économiques exogènes fortes (CA d'Aire dur Adour, Nogaro ...)

Un tissu de TPE et de PME dynamique, marqué par une petite taille des entreprises

En 2019, 596 établissements sont présents sur le territoire de la CCAA. Le pourcentage des salariés est réparti de la façon suivante : 78.2% ne comptent aucun salarié ou un effectif inconnu ; 17.4% comptent entre 1 et 9 salariés ; 2.0% entre 10 et 19 ; 1% entre 20 et 49 ; 0.5% entre 50 et 99, 0.7% entre 100 et 249. Cette répartition est cohérente avec celle du département du Gers.

La transmission d'entreprises, un enjeu pour le territoire

Sur le territoire, plus de 46.3% des chefs d'entreprises, toutes filières confondues, ont plus de 55 ans (40.6% dans le Gers et 33.3% en Occitanie). Riscle 40.5%, Aignan 50.90%.

De façon globale, la dynamique du maintien et du renouvellement des entreprises est donc un enjeu principal de l'économie locale pour les années à venir.

D'après la Chambre des Métiers et de l'Artisanat du Gers (CMA), au 1^{er} aout 2022, sur le territoire de la CCAA on compte (inscrits à la CMA) :

	Etablissements	Actifs	Alimentation	Bâtiment	Fabrication	Services	NBE		NBS
CCAA	207	427	12%	36%	14%	38%			
RISCLE	69	155	12%	28%	10%	51%	18	26%	47
AIGNAN	27	71	15%	30%	11%	44%	9	33%	38

NBE : nombre potentiel d'établissements en transmission dans les 10 prochaines années (âgés de 55 ans et plus). NBS : nombre de salariés concernés par la transmission.

Une activité agricole encore très présente mais en baisse

Entre 2000 et 2010 on observe une baisse de 17% des exploitations agricoles et de 9% de la superficie agricole utilisée (en hectares). La réduction des exploitations a entraîné une diminution du travail (en unité de travail annuel) de -19% (moins importante que dans le Gers ou l'Occitanie).

Un territoire spatialement impacté par l'agriculture (surface cultivée / surface CCAA)

Les orientations agricoles des communes sur le territoire (RGA 2010) :

- Très majoritairement (19) tournées vers la polyculture et le polyélevage ;
- Quelques communes (3) vers la viticulture ;
- 2 communes l'une sur les céréales et oléoprotéagineux, l'autre les cultures générales

Pour la vigne, l'appellation St Mont est très majoritaire (18 communes) suivie des appellations Armagnac / Floc Gascogne / Côtes-de-Gascogne et Madiran / Pacherenc qui elles se retrouvent sur 3 ou 4 communes chacune.



ANNEXE

COMMERCE PROXIMITÉ

« commerces de proximité » a été réalisée à l'échelle des 6 petites villes de demain du Pays du Val d'Adour par les CCI du Gers et des Hautes Pyrénées entre avril et août 2022.

Outre des éléments généraux, cette étude a sollicité aussi l'avis des commerçants et des consommateurs des Petites Villes concernées. Voici ci après les principaux enseignements de cette

Un contexte difficile et en plein évolution à prendre en compte

Les évolutions de la consommation des Français

Baisse de la part consacrée aux achats de consommation courante, Hausse des parts affectées au logement et à la santé.

De nouveaux phénomènes de consommation liés à :

- La sociologie des ménages (1/3 de plus de 60 ans, 20% de familles monoparentales)
- La succession de crises alimentaires (vache folle, grippe aviaire, pesticides ...)
- Le ralentissement du pouvoir d'achat des ménages

Qui entraînent des changements de comportements d'achats

- Prise de conscience de l'impact écologique
- Baisse de la valeur de possession au profit de l'usage
- Développement de la seconde main ...

Une crise sanitaire qui a accéléré certaines tendances

- Diminution de la fréquentation des magasins en centre
- Augmentation de la vacance commerciale
- Augmentation des ventes en ligne (y compris alimentaire)
- De nouveaux concept « » mêlant activité de commerce et service se développent
- Des consommateurs qui souhaitent revenir à des commerces de proximité (notamment pour l'alimentaire spécialisé, les circuits courts)
- canalicité devient incontournable (click and collect, livraison, vitrine digitale...)
- Enseigne et commerces vont devenir plus flexibles (« », store et corners d'enseigne

- Exigence accrue vis-à-vis de la qualité des produits et des services mis en place par les commerçants
- Besoin de consommer plus responsable
 - o Soutenir la production locale, participer à une économie « plus circulaire (recyclage, seconde main)
 - o Tout en comparant les prix et en cherchant les « bonnes affaires

La hausse des prix à la consommation en 2022, place le pouvoir d'achat au cœur des préoccupations.

4 fonctions sont indispensables au bon fonctionnement du commerce en centre

- : conserver une fonction d'emploi et de lieu d'échange
- : proposer un habitat adapté aux nouveaux parcours résidentiels
- : Répondre à des besoins non marchands d'habitants
- : créer un attachement, un point de repère, une fierté.



ANNEXE

A l'échelle des deux intercommunalités Gersoise du Pays du Val d'Adour

Un niveau d'activité par EPCI très modeste (44M€ en 2020) comparé aux territoires voisins

Niveau d'activité en 2020 par EPCI

		Marsan 117 M€, Auch 314 M€, Pau 1
Total Pays du Val d'Adour		

Des polarités incontournables avec une offre commerciale qui présente des niveaux

	CC Armagnac Adour	CC Bastides et Vallons du Gers
Polansat en ce la Zone		

Un tissu de commerces et de services qui regroupe en centre ville la majorité des mais qui montre deux tendances très marquées différentes d'une communauté de communes à l'autre : pour la CCBVG : une dynamique très favorable ; pour la CCAA Dynamique défavorable.

	CC Armagnac Adour	CC Bastides et Vallons du Gers
Part des activités implantées au centre		
Taux de vacance commerciale en centre		
Evolution du nombre d'ETB RCS 2015		

Des points d'appuis et des éléments de fragilité communs

<ul style="list-style-type: none"> - Une dynamique complémentaire portée par le marché à conforter - une densité du tissu associatif - La présence des principaux équipements non marchands en centre - une diversité commerciale à développer par <ul style="list-style-type: none"> o La création de nouvelles activités (commerce + services sur un même o o Le développement d'une offre complémentaire par la diversification des commerces accessoires, prêt à porter) 	<ul style="list-style-type: none"> - Une offre de produits locaux (circuits courts) - une offre marquée par des concepts indépendants plus fragiles que les enseignes ou magasins sous groupement - Peu ou pas de diversité commerciale (offre de
--	--

ANNEXE

Ce que disent les consommateurs : Les points à retenir de l'enquête

Pour les consommateurs répondant à l'enquête

- Faire des achats et le marché sont les 2 principales raisons de leur fréquentation
- Les 3 priorités pour l'avenir du centre : attirer de nouveaux commerces et services (dont la santé); rénover l'habitat, améliorer la sécurité routière
- Pour développer une économie plus respectueuse de l'environnement les 3 d'activités à développer sont : circuits courts et vente directe des producteurs, des lieux hybrides, une offre bio

A retenir aussi

- En moyenne 42% des répondants fréquentent le centre ville tous les jours
- L'accueil des commerçants, la qualité du marché et les horaires sont les critères les plus appréciés (l'offre commerciale est plus sévèrement évaluée à Riscle, y compris le marché)
- La qualité des aménagements urbains, l'accessibilité, la sécurité piétonne/vélo et la circulation sont les plus sévèrement évalués à Riscle et Plaisance
- Pour renforcer l'attractivité du centre ville il faut mettre en avant davantage (atouts, : la gastronomie, la culture et le patrimoine, le sport

Il est important de noter et de prendre en compte dans les stratégies à venir

- D'une incohérence (pour les consommateurs) entre les attentes exprimées (attirer de nouveaux commerces et services...) et d'une part l'augmentation de la part de la vente en ligne et d'autre part le niveau de l'évasion commerciale ...
- De l'importance des aménagements urbains et mobilités actives dans l'attractivité des commerces de proximité.

Ce que disent les commerçants : Les points à retenir de l'enquête

Une fréquentation du centre ville en perte de vitesse

LA FREQUENTATION DU CENTRE VILLE	CC Armagnac Adour		C Bastides et Vallons du Gers	

Une baisse du niveau d'activité (2021/2019) très importante

Evolution du niveau d'activité en 2021/2019	CC Armagnac Adour		CC Bastides et Vallons du Gers	

- Les 3 principaux freins au développement de l'activité : baisse de la demande, financier, approvisionnement
- Pour accroître l'activité, les 3 besoins prioritaires : aide à l'embauche, financements pour rénovation et investissement, accompagnement commercial (stratégie, marketing)



ANNEXE

apport du tourisme et du marché très variable d'un pôle à l'autre

Apport du tourisme dans le CA/ taux de touristicité	CC Armagnac Adour		CC Bastides et Vallons du Gers	
	Aignan	Riscle	Marciac	Plaisance
Moyenne	14%	6%	21%	9%
Médiane	10%	2%	20%	5%

Influence du marché sur l'activité	CC Armagnac Adour		CC Bastides et Vallons du Gers	
	Aignan	Riscle	Marciac	Plaisance
Positive	36%	6%	50%	46%
Négative	9%	11%	25%	8%
Sans influence	54%	83%	25%	46%

La transmission : un enjeu majeur des prochaines années

Dans les 3 à 5 ans à venir, envisagez-vous de :	CC Armagnac Adour		CC Bastides et Vallons du Gers	
	Aignan	Riscle	Marciac	Plaisance
Poursuivre l'activité	9	15	8	24
Diversifier	2	5	1	6
Changer de local	1	0	1	1
Créer un point de vente supplémentaire	0	0	1	3
Arrêter l'activité	1 à 4 Boulangerie, Fleuriste ; Hôtel- Restaurant Café/Tabac/Bar du commerce	3 Coiffeur ; Fleuriste ; Agence immobilière	2 Artisanat (tissu ameublement) ; Restaurant	5 Boulangerie ; Boucherie ; Esthétique ; Tabac-Pêche- Chasse ; Café Bar- Chambre d'hôte

Des enjeux et des défis partagés à l'échelle du Pays et des EPCI

Les enjeux pour d

- Développer des concepts innovants et des retours d'expériences à partager :
 - o Objethèque, boutique « conciergerie rurale, livraison de produits locaux, drive fermier ...
 - o Urbanisme tactique/transitoire (aménager par l'expérimentation)
- Développer une approche transversale (écologique, esthétique et sociale)
 - o Végétalisation des espaces publics (par les citoyens)
 - ... : sur la santé et le bien être, fournit une climatisation naturelle, améliore la qualité de l'air, préserve la ressource en eau, offre des lieux de rencontre et de détente...
- Développer des concepts
 - o services + activités, services + commerces, produits neufs + seconde main
 - o tiers lieux (fédérateurs)
 - o Boutiques et/ou signalétiques éphémères

Les défis à relever pour renforcer l'attractivité commerciale



ANNEXE

- A l'échelle du PETR et des EPCI
 - o **Consolider les bases d'un pilotage efficace**
 - Mettre en place une démarche coordonnée de veille et gestion des locaux vacants identifiant les actifs à fort potentiel et les friches potentielles
 - Mettre en place une bourse des locaux vacants et un dispositif de mise en relation des porteurs de projets et les enseignes développant des nouveaux commerces en milieu rural (en partenariat avec les chambres consulaires)
 - Définir les fonctions d'un manager des centres villes du territoire
 - En complément
 - Droit de préemption commercial sur les linéaires commerciaux
 - o Périmètre de protection (PLUI), avec interdiction de changement d'affectation (commerce en appartement)
 - Dispositions incitatives pour engager la mutualisation immobilière
 - o Taxe d'habitation sur logement vacant, injonction de ravalement sur immeuble vétuste, aides pour réhabilitation des façades, taxes sur friches commerciales ...)
 - o **Favoriser la coopération, les synergies entre les ressources et le partage d'informations**
 - Création d'un guichet unique d'accueil (en partenariat avec le réseau CCI/CMA/CA)
 - Mise en relation des porteurs de projets de création
 - Proposition d'un parcours d'installation de l'entreprise jusqu'à 3 ans
 - Opération et journée de sensibilisation à la transmission
 - Animer le réseau d'entreprises
 - Accompagner les associations d'artisans et commerçants
 - Dans l'élaboration de leur plan d'action, partage des bonnes pratiques
 - Mise en place d'une interface/solution numérique
 - Elaboration d'une charte pour favoriser et mettre en place des enseignes au-dessus des arcades (Marciac, Plaisance, Aignan)
 - o **Renforcer la diversité commerciale et stimuler l'entrepreneuriat**
 - Maîtriser 1 ou 2 locaux vacants
 - Accord, contrat propriétaire ou acquisition pour encourager les initiatives (boutique partagée commerce + service, boutique éphémère, test ...)
 - Création d'un espace commercial
 - De type bibliothèque d'objet, recyclerie ... avec atelier de réparation
 - Organiser une journée porte ouverte locaux vacants
 - Etudier la faisabilité d'un réseau de points de ventes de producteurs locaux
 - Etudier la faisabilité de création d'une conciergerie rurale (associée au tiers lieu) ou extension des services « ... » (cordonnerie, pressing, ...)
 - o **Accompagner les chefs d'entreprise de commerce et services dans la transition numérique et écologique (énergie, éco circulaire ...) et le développement**



ANNEXE

- Programme d'ateliers collectifs, diagnostics et accompagnements
 - Transitions numérique et écologique
 - Développement commercial des commerces existants (diversification)
 - Mutualiser le besoin d'aide à l'embauche en sollicitant les services d'un groupement d'employeurs pour l'emploi partagé entre plusieurs commerces et en recourant à l'apprentissage.
- A l'échelle de chaque pôle (voir fiche par commune) :
- o et aménager ;
 - o
 - o Communiquer.

A l'échelle de la communauté de communes Armagnac Adour

Des flux d'achats qui montrent une forte progression de la part de marché de la vente en ligne et des « circuits courts » sur les produits non alimentaires

	CC Armagnac Adour	
	Aignan	Riscle
Part de marché de la vente en ligne des ménages de la ZC sur les produits non alimentaires	3M€ soit 15% De la dépense non alimentaire 2014/2020 : en forte augmentation sauf hifi, sport, parfumerie	
Part de marché « marché circuit court » sur la ZC	2M€ soit 10% De la dépense non alimentaire 2014/2020 : en forte augmentation sauf pain, pâtisserie fraîche	

Des destinations d'évasion commerciale importantes (2020)

	CC Armagnac Adour	
	Aignan	Riscle
Evasion produits alimentaires	78%	49%
	4.8M€	11.2M€
	Nogaro 2.3M€ Eauze 0.6M€	Air/Adour 9.8M€ VEL 0.4M€
Evasion produits non alimentaires	99%	85%
	5.3M€	17.2M€
	Nogaro 1.5M€ Auch 1.2M€	Air/Adour 9.5M€ Mont de Marsan 3.2M€

Vente en ligne = VEL



ANNEXE

villes avec image perçue plutôt négative, deux axes forts d'améliorations
d'écart entre l'identité et l'image perçue et la diversité de l'offre, prix et animation.

	CC Armagnac Adour	
	Aignan	Riscle
Occurrences positives	41%	9%
Occurrences négatives	55%	88%
Occurrences neutres	4%	3%
Solde d'opinion	-14	-79

	CC Armagnac Adour	
	Aignan	Riscle
Points d'appuis	Un cadre de vie à valoriser et mettre en avant pour renforcer l'attractivité du centre	La richesse du tissu associatif socle permettant de renforcer l'identité et les liens entre le centre et le territoire
	Une image de centre-bourg à conforter sur les atouts « verts/nature » du territoire	La richesse du tissu associatif, la culture et les patrimoines locaux
Éléments de fragilité	Axe d'amélioration sur la diversité de l'offre, les prix et l'animation de l'offre commerciale	
	Un décalage entre l'identité et l'image perçue	
	Propreté, rénovation, organisation du stationnement et de la circulation sur la place	Qualité des aménagements urbains, accessibilité, stationnement et circulation pénalisent le centre-ville.
	Une représentation du centre-bourg partagée entre « vide/banal/goudronné » et « accueillant, agréable »	Une image prédominante du centre-bourg : routier, triste, bruyant, désert.