Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

© Raynaud Photo

Schéma de Cohérence Territoriale
2.1- DOCUMENT D'AMÉNAGEMENT ARTISANAL, COMMERCIAL ET LOGISTIQUE

vu pour être annexé à la délibération du conseil communautaire du 9 février 2026 approuvant le SCoT
Paul Salvador, Président

Gaillac-Graulhet AGGLOMÉRATION
entre vignoble et bastides

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Sommaire

Sommaire..... 2

Préambule.....3

Qu'est-ce que le Document d'Aménagement Artisanal, Commercial et Logistique dans le Document d'Orientation et d'Objectifs ? 5

DIAGNOSTIC 7

L'évolution des modes de consommation 8

La demande sur le territoire 9

L'offre commerciale de la Communauté d'Agglomération de Gaillac Graulhet.....19

Le niveau d'activité 25

Les dynamiques commerciales à l'œuvre sur le territoire..... 28

Zoom sur les quatre principales centralités urbaines 31

L'analyse qualitative des zones commerciales. 38

Zoom sur les deux principales polarités commerciales.....41

La logistique..... 44

Diagnostic commercial et logistique > Synthèse 50

PROJET D'AMÉNAGEMENT STRATÉGIQUE (PAS)..... 53

4.D - Cibler le développement du commerce pour favoriser une consommation de proximité 53

DOCUMENT D'ORIENTATION ET D'OBJECTIFS ET DAACL 57

Préambule..... 58

GLOSSAIRE.....71

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

© AUAT

Préambule

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Qu'est-ce que le Document d'Aménagement Artisanal, Commercial et Logistique dans le Document d'Orientation et d'Objectifs ?

Dans le Schéma de Cohérence Territoriale, **le Document d'Orientation et d'Objectifs (DOO) fixe notamment les orientations et les objectifs** en matière de :

- **Localisations préférentielles des commerces** dans les polarités existantes et à proximité des lieux de vie, des secteurs de revitalisation des centres-villes, des transports et pour favoriser la préservation environnementale, paysagère et architecturale des entrées de villes. *(art. L141.5 du Code de l'Urbanisme)*

Le Document d'Orientation et d'Objectifs contient un **Document d'Aménagement Artisanal, Commercial et Logistique (DAACL)** qui :

- Détermine les conditions d'implantation des constructions commerciales et des constructions logistiques commerciales *(art. L141.6 du Code de l'Urbanisme) ;*
- Localise les secteurs d'implantation périphérique ainsi que les centralités urbaines qui peuvent accueillir des commerces *(art. L141.6 du Code de l'Urbanisme).*

Le DAACL est un exercice complexe qui doit s'attacher à concilier liberté d'entreprendre, libre concurrence économique et aménagement du territoire

Il permet de fixer des conditions d'implantation au nom de « motifs impérieux d'intérêt général » à travers des règles « proportionnées » :

- Vitalité des centres-villes / centres-bourgs (économique, démographique, équipements, …) ;
- Optimisation des flux de consommateurs, de marchandises… ;
- Qualité urbaine et paysagère ;
- Lutte contre l'artificialisation des sols ;
- …

Le Document d'Aménagement Artisanal, Commercial et Logistique (DAACL) est indépendant juridiquement du reste du Schéma de Cohérence Territoriale.

Le DAACL est une « brique » de la stratégie commerciale du territoire et doit être élaboré en cohérence avec les autres politiques publiques qui traitent du commerce :

- CDAC ;
- PLUi ;
- Politiques supra-communautaires (Région, etc…) ;
- Stratégie foncière ;
- Politique locale du commerce et outils associés.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

DIAGNOSTIC

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

L'évolution des modes de consommation

Des modes de consommation qui bousculent le tissu commercial

Crise climatique, développement du numérique, bouleversements démographiques, transformations des rythmes de vie, le commerce n'échappe pas aux grandes transitions que connaît notre société. Chacune, à des degrés divers, modifie les comportements d'achats des consommateurs, les stratégies des acteurs du commerce et transforme le commerce physique sur les territoires.
Les changements démographiques avec le vieillissement de la population ou les mutations de la composition des ménages changent la structure des dépenses et les lieux de consommation. L'accélération des rythmes de vie et la volonté de consommer à toute heure et en tout lieu obligent les acteurs du commerce à revoir leur stratégie d'implantation et d'ouverture. L'évolution des valeurs de consommation (individualisme, éthique, qualité…) transforme également les comportements d'achats des habitants. Ces quelques exemples montrent la multitude des changements à l'œuvre et doit amener à prendre en considération l'éclectisme des stratégies de consommation des habitants d'un territoire (entre les ménages et au sein d'un même ménage).

Changement le plus ancré dans l'imaginaire collectif, le numérique a transformé la manière de consommer et de commercer de multiples façons. L'essor fulgurant du e-commerce grignote des parts de marché et concurrence certaines activités commerciales traditionnelles. Les loisirs, l'électroménager, l'ameublement, l'équipement de la personne sont les secteurs les plus touchés, ce qui peut, à terme, requestionner l'implantation ou la mutation des grandes surfaces vendant ce type de produits. Avec la dématérialisation de certains biens de consommation (culture), le e-commerce touche encore plus fortement le secteur des services commerciaux et réoriente les stratégies des acteurs de ce secteur (banques, voyagistes…). Il peut à ce titre être source de difficultés pour les centres-villes dans lesquels ces activités sont bien souvent implantées.

Pour autant la numérisation du commerce ne se fait pas toujours qu'au détriment du commerce physique. La digitalisation des points de vente, l'hybridation des parcours d'achats entre web et commerce physique, le recours aux points de vente comme terminal de livraison sont autant d'exemples de la complexité des changements à l'œuvre et devraient continuer à faire évoluer les caractéristiques du commerce physique (show-room, lieux de stockage…).
L'apparition de nouvelles valeurs collectives de consommation est une autre caractéristique majeure de la décennie 2010. La prise de conscience des enjeux environnementaux et sociaux amène certains consommateurs à revoir leurs habitudes. Le retour en grâce de la proximité, longtemps délaissée avec le développement des grandes surfaces de périphérie, est un des phénomènes les plus marquants. Cela se traduit par la création de points de vente de taille plus réduite, plus souvent intégrés aux centres-villes et centres-bourgs avec des stratégies d'enseignes qui s'adaptent à cette nouvelle tendance.

L'enjeu de proximité influe sur les choix des consommateurs et sur la provenance de leurs achats. Le développement des circuits-courts, dont les AMAP sont un exemple emblématique, témoigne de cette tendance. Les marchés de plein-vent se nourrissent également de cette dynamique. Cela s'accompagne bien souvent par la recherche de qualité pour les achats qui se traduit par l'essor du commerce de produits biologiques et de produits plus durables et de meilleure qualité. Les enjeux éthiques (made in France, juste rémunération des agriculteurs…) exercent également une influence sur le choix de certains consommateurs.

Le développement de la seconde main, très important depuis quelques années, est à la croisée de plusieurs attentes des consommateurs. Plus durable dans un contexte de raréfaction des ressources, moins cher et facilité par la numérisation des usages, il prend de plus en plus de place dans les comportements d'achats notamment des nouvelles générations. Il amène déjà les enseignes à s'adapter en proposant des espaces dédiés et pourrait à terme engendrer des transformations plus profondes de l'appareil commercial.

La crise sanitaire de la covid-19 est venue accélérer de nombreuses tendances déjà à l'œuvre dans la période prépandémique. L'essor massif du recours au e-commerce ou à une consommation de proximité sont des exemples caractéristiques de ce phénomène. Toutefois, le prolongement des habitudes prises lors des périodes de restrictions ne semble aujourd'hui pas systématique avec des consommateurs qui adaptent leurs parcours d'achat en permanence.

Ainsi, bien que le commerce soit percuté par de nombreuses évolutions de long terme qui transforment les manières de consommer, le contexte inflationniste post-pandémique dont les perspectives à long terme et leurs impacts sur la consommation sont encore incertaines (transition écologique) doit également être pris en compte. Il rappelle par

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

ailleurs que l'argument « prix » reste le premier facteur de choix dans la consommation des ménages avec des arbitrages qui se portent bien souvent en faveur des grandes surfaces de périphérie et du commerce en ligne.

Les implications en matière d'urbanisme commercial

Vecteur de richesse, le commerce remplit une fonction économique majeure sur le territoire (activités, emplois) et joue également un rôle dans le fonctionnement urbain. Qu'il soit de centre-ville, de centre-bourg ou de périphérie, il influe sur l'attractivité du territoire, sur les flux de personnes, sur la qualité de vie et l'animation des quartiers et des communes.

Etroitement lié à l'histoire des villes, qu'il a depuis longtemps façonné, le commerce est le témoin des mutations territoriales contemporaines. Révélateur d'un dynamisme né au cœur des villes et des villages (places centrales, halles, marchés, rues commerçantes…), l'essor des grandes surfaces commerciales a, depuis plusieurs décennies, déplacé l'épicentre de l'activité commerciale en périphérie des tissus historiques.

Ces changements, perceptibles sur les principales communes de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet, ont eu de multiples conséquences sur le fonctionnement des villes : déprise et vacance des commerces de centre-bourg, expansion des commerces de périphérie et banalisation des formes urbaines, étalement urbain, multiplication des flux de personnes et de marchandises et allongement des distances, émissions de gaz à effet de serre…

Le commerce, par la complexité de ses liens avec les dynamiques territoriales, revêt un caractère particulier, relevant à la fois du Code du Commerce et de celui de l'Urbanisme. Si le premier régit les procédures d'autorisations commerciales en Commission Départementale d'Aménagement Commercial (CDAC) et en Commission Nationale d'Aménagement Commercial (CNAC), le second s'attache à réglementer l'intégration des locaux commerciaux dans leur environnement urbain. En particulier, il enjoint les Schémas de Cohérence Territoriale à travers les DAACL à jouer un rôle majeur dans la répartition des activités commerciales et logistiques sur le territoire. Ces prérogatives renforcées visent également à tendre vers un développement plus vertueux du commerce (préservation de la vitalité des centres-villes, non consommation d'espaces, amélioration de la qualité paysagère et architecturale…).

La plupart des éléments présentés dans ce chapitre sont issus du diagnostic réalisé par Terre d'Avance et la CCI du Tarn dans le cadre du Schéma Directeur de Développement Economique (SDE) de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet. Les résultats de ce diagnostic ont été constitués sur le périmètre de la collectivité effectif en 2020.

La demande sur le territoire

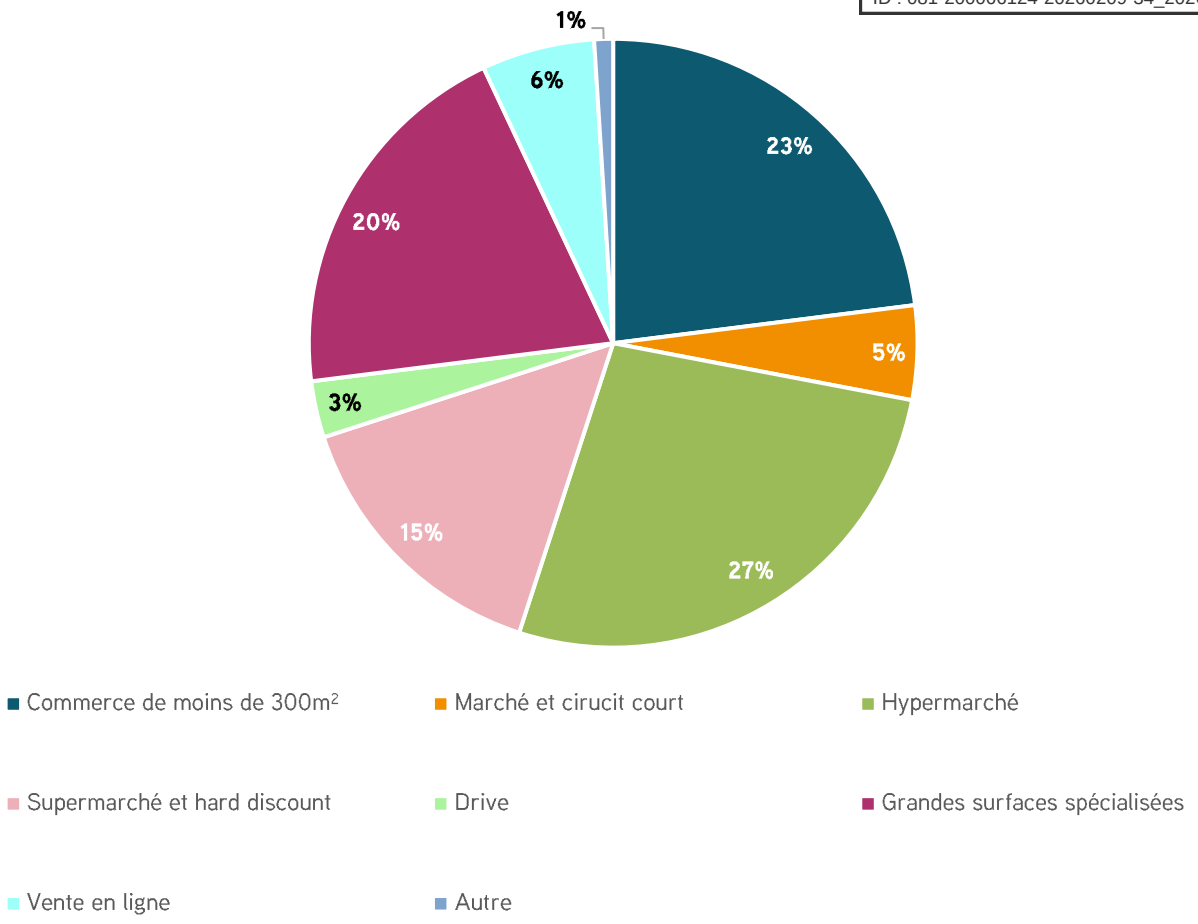
→ **430** millions d'euros de potentiel de consommation sur la zone de chalandise

→ **316** millions d'euros de niveau d'activité pour les commerces du territoire

Une consommation prépondérante dans les grandes surfaces

Sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet, le potentiel de consommation est de 430 millions d'euros. Cette donnée correspond au budget de consommation des ménages résidant sur le territoire.
Aujourd'hui, les habitants consomment principalement dans les grandes surfaces (hypermarché, supermarché, grandes surfaces spécialisées, drives), pour 65% de leurs dépenses comme le souligne le graphique ci-contre. Ces chiffres restent importants sur le territoire bien qu'ils s'inscrivent dans une tendance de baisse sur le long terme du poids des grandes surfaces dans la consommation. Cette évolution s'observe également à l'échelle nationale. Ce choix des consommateurs, hérité de la généralisation de la consommation dans les enseignes de la grande distribution à l'œuvre depuis les années 1970, peut s'expliquer par la praticité de fréquenter ces points de vente implantés en périphérie mais également pour des raisons financières, les produits achetés étant généralement moins onéreux que dans les magasins spécialisés (commerce de proximité, vente directe etc.).
En parallèle, le poids des drives et du e-commerce a augmenté au sein de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet. Cette tendance est caractéristique du changement des modes de consommation et notamment de l'utilisation d'internet avec un souhait de gagner du temps.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE



Les circuits de distribution fréquentés par les ménages de la zone de chalandise
Sources : Insee Recensement 2019, Diagnostic Commerce SDE Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet, 2022

Le recours aux circuits courts augmente également avec une nouvelle appétence des consommateurs pour les produits locaux et de qualité. Les marchés de plein vent, très fréquentés depuis des décennies sur le territoire perdurent aujourd'hui et bénéficient de cette dynamique.
Ce mode de consommation, associé au commerce itinérant, est structurant pour répondre aux besoins quotidiens de consommation et maintenir des populations en zone rurale, notamment vieillissantes. Cette forme de consommation reste malgré tout modeste et ne représente que 5% des dépenses des ménages du territoire.
La vente en ligne s'établit à 6% des dépenses des ménages résidant sur la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet. Ce chiffre est en deçà des niveaux constatés à l'échelle nationale, bien que la tendance soit à l'accélération du recours au e-commerce
Aujourd'hui, la complexification des parcours d'achats est à l'œuvre, avec notamment des habitants qui se rendent dans plusieurs lieux pour effectuer leurs dépenses alimentaires. La crise sanitaire a accéléré cette tendance.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

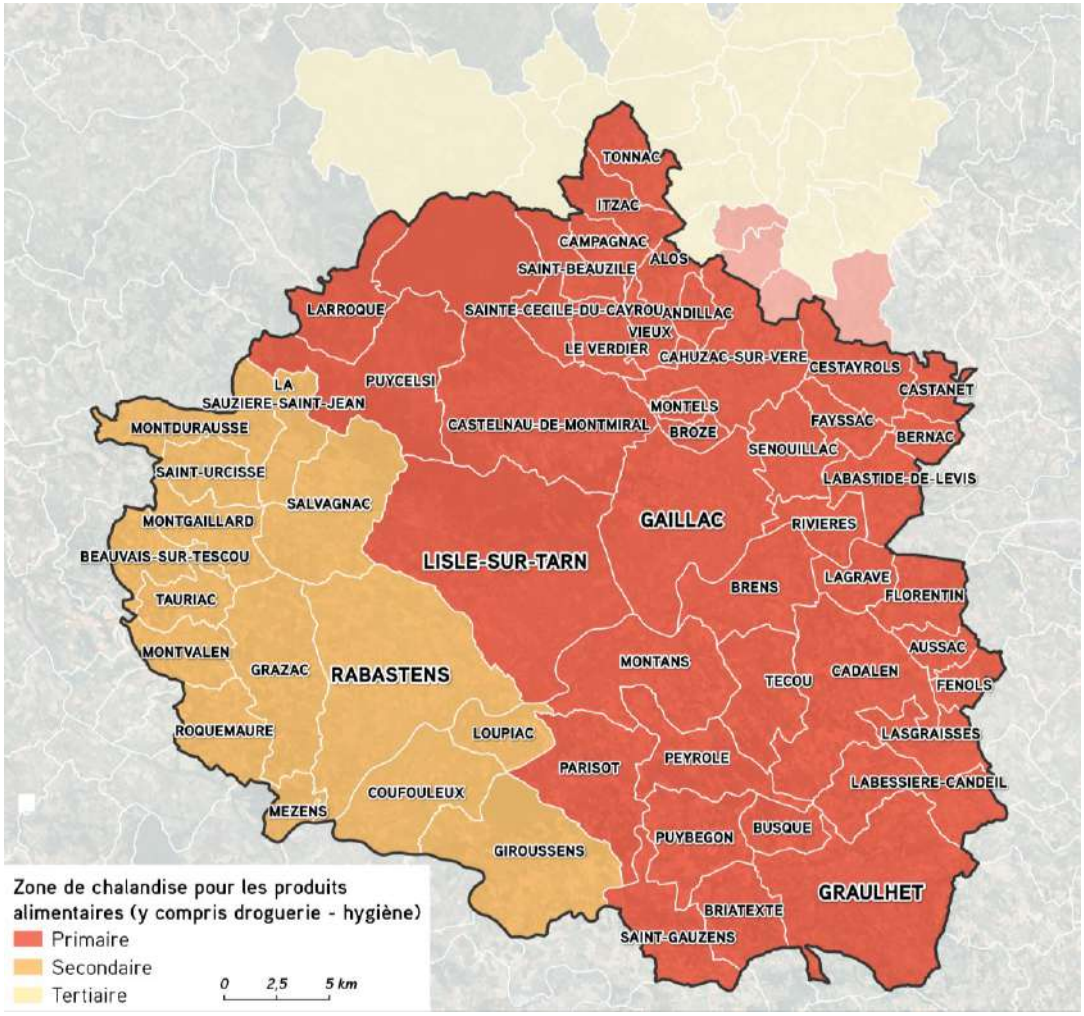
Une attraction commerciale forte pour l'alimentaire, plus limitée pour l'offre non alimentaire

Le territoire de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet compte de nombreux commerces qui permettent de répondre à la demande des habitants du territoire. En effet, l'analyse des zones de chalandise met en exergue que les commerces sont relativement attractifs pour les habitants de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet et au-delà.

La zone de chalandise pour les produits alimentaires correspond au périmètre de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet. Elle s'étend également sur les communes au nord, hors de l'agglomération, sur la Communauté de Communes du Cordais et du Causse.

En 2020, cette zone de chalandise comprend 81 680 habitants et correspond à 230,3 millions d'euros de potentiel de dépenses de consommation alimentaires annuelles par les ménages de la zone de chalandise.

Une zone de chalandise (ou aire) : de quoi s'agit-il ?
C'est l'aire d'attraction commerciale d'un magasin, d'un ensemble de commerce, d'une centralité, ou d'un pôle commercial. Les sous-zones d'attraction (primaire, secondaire...) sont tracées en fonction des taux d'emprise (présentant généralement des points de ruptures entre les sous zones) et du niveau de contribution des secteurs d'habitation au chiffre d'affaires d'un lieu donné. La zone de chalandise est découpée en principe en trois parties :
• La zone primaire comporte les secteurs de résidence qui enregistrent les plus forts taux d'emprise et permettant de reconstituer 40% du chiffre d'affaires du pôle ;
• La zone secondaire comporte les secteurs dont les taux d'emprise sont moins importants et permettant de reconstituer de l'ordre de 20% du chiffre d'affaires supplémentaire par à la zone primaire ;
• La zone tertiaire comporte les secteurs de résidence de la zone de chalandise dont les taux d'emprise sont les plus faibles et permettant de reconstituer 20% du chiffre d'affaires supplémentaire par rapport aux zones primaire et secondaire.



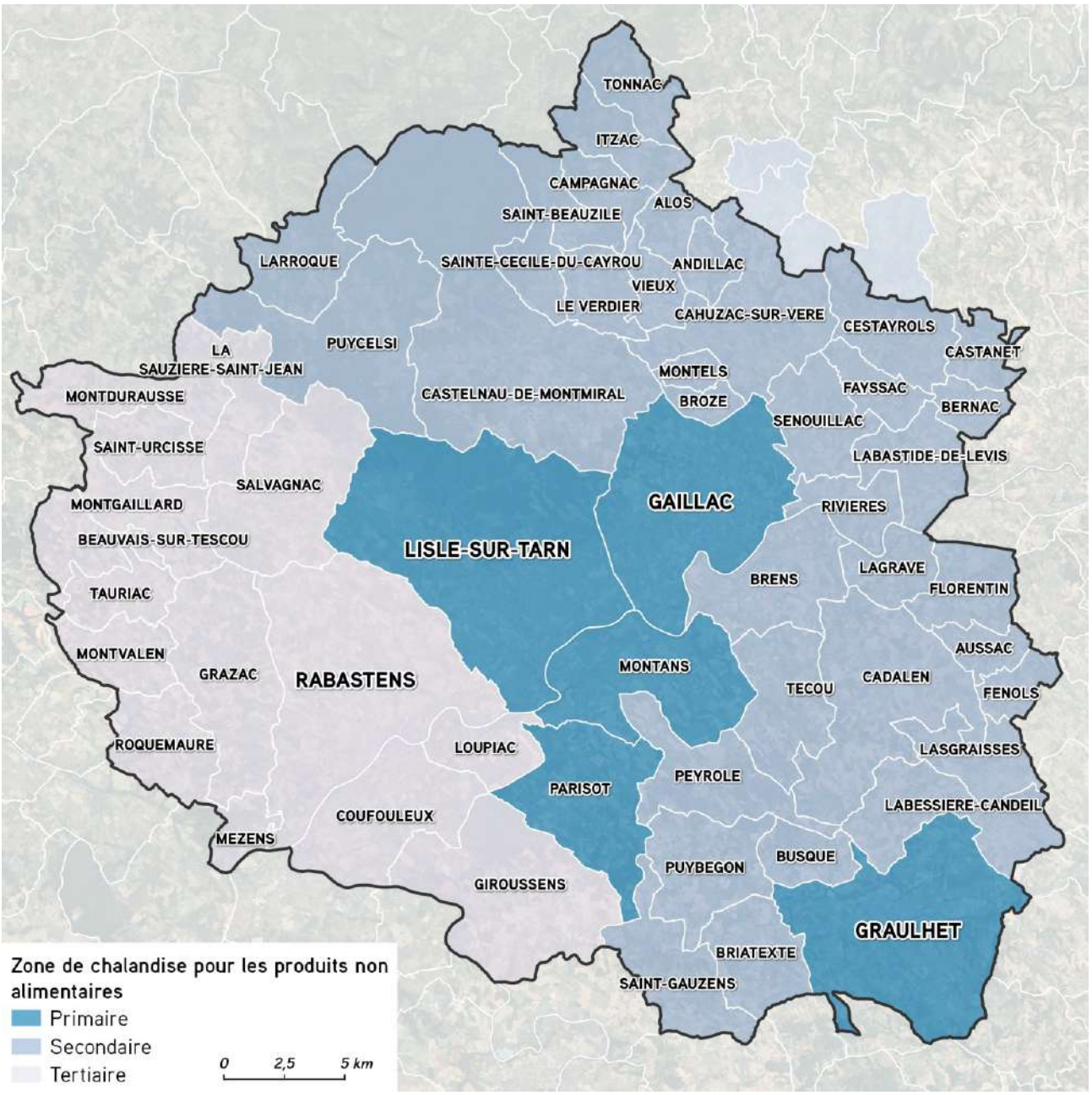
Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

La zone de chalandise pour les biens non alimentaires reprend également le périmètre de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet avec deux polarités bien distinctes qui ressortent sur la carte ci-dessous, à savoir Gaillac et Graulhet.

En 2020, cette zone de chalandise compte 77 215 habitants pour un potentiel de dépenses de consommation annuelle de 199,4 millions d'euros par les ménages.

La zone de chalandise pour les biens non alimentaires est moins importante que pour les biens alimentaires comme en témoigne les deux cartes précédentes.

Les deux zones de chalandise, cohérentes avec le périmètre de l'intercommunalité, sont le reflet du rayonnement de l'appareil commercial de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet. Elles traduisent le fait que les commerces répondent en grande partie aux besoins de la population du territoire mais qu'ils n'ont pas vocation à « desservir » les territoires voisins sauf en direction du plateau cordais vers lequel ils étendent leur influence pour l'alimentaire.

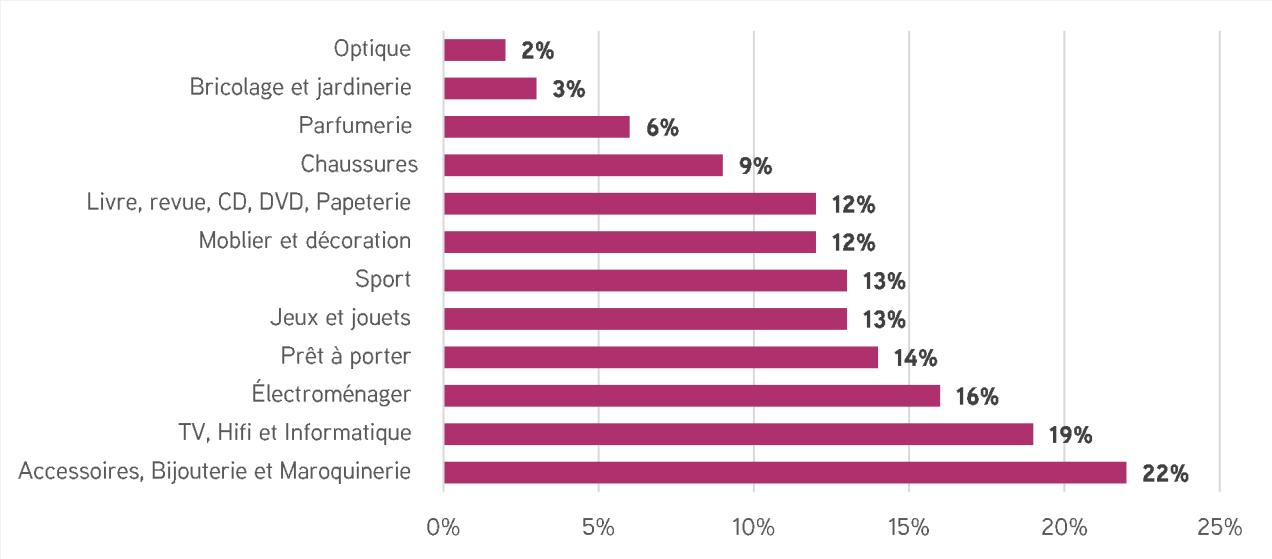


Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Zoom sur les nouveaux modes de consommation…

Comme évoqué, les habitants du territoire ont tendance à consommer leurs biens non alimentaires à l'extérieur de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet mais également à recourir au e-commerce. Les parts de marché de la vente en ligne sont très hétérogènes entre les différents types de produits et s'établissent en moyenne à 12% pour le non alimentaire. Sur la zone de chalandise de Gaillac-Graulhet, elles se répartissent de la manière suivante :

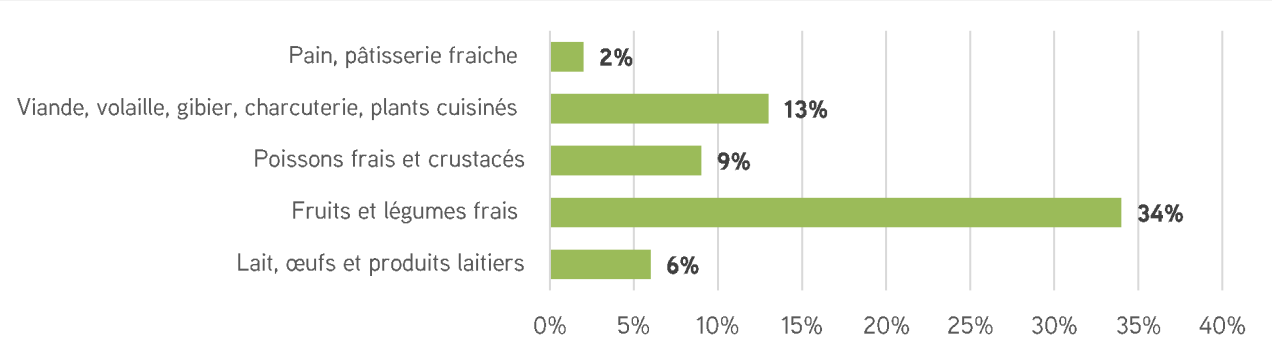
Part de marché de la vente en ligne des ménages de la zone de chalandise sur les produits non alimentaires, en 2020
Source : OBSéco CCI Occitanie – Étude comportements d'achat des ménages en Occitanie, 2020



Les achats en ligne sont importants pour les catégories « accessoires, bijouterie et maroquinerie », « TV, hifi et informatique » ainsi que pour « l'électroménager » en raison notamment du manque d'offre commerciale au sein de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet et du changement dans le rapport des habitants à leurs achats (expertise lors de l'achat, souhait d'un bien non alimentaire d'une marque spécifique ou présence de promotion pour certains biens…).

Un autre mode de consommation qui occupe une part de marché importante et qui ne cesse d'augmenter ces dernières années, sont les circuits courts. Le territoire est historiquement tourné vers ce mode de consommation notamment à cause de la part importante d'agriculteurs et de l'augmentation ces dernières années des productions maraichères. Cette demande importante traduit une nouvelle appétence des consommateurs pour des produits locaux et de qualité.
Les circuits courts pèsent pour 17 millions d'euros soit 14% des parts de marché pour les produits frais. La part de marché des circuits courts de la zone de chalandise sur les produits alimentaires se répartit de la manière suivante :

Part de marché des circuits courts de la zone de chalandise sur les produits alimentaires, en 2020
Source : OBSéco CCI Occitanie – Étude comportements d'achat des ménages en Occitanie, 2020



La part de fruits et légumes frais achetée par le biais des circuits courts est importante sur le territoire comme le souligne le graphique ci-dessus.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

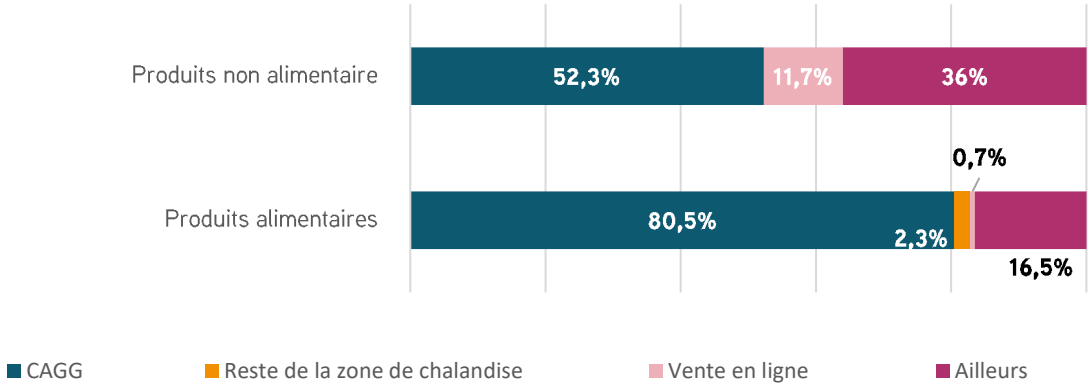
Une évasion commerciale faible pour l'alimentaire mais beaucoup plus importante pour les biens non alimentaires

→ **20%** d'évasion commerciale pour les biens alimentaires
→ **48%** d'évasion commerciale pour les biens non alimentaires

L'analyse de la zone de chalandise alimentaire précédente met en lumière que les commerces alimentaires au sein du territoire, répondent aux besoins des habitants puisque seulement 20% d'évasion commerciale est constatée. En revanche, l'évasion commerciale est plus importante pour les achats de biens non alimentaires avec 48% d'évasion commerciale (dont 12% pour le commerce en ligne), comme le souligne le graphique ci-dessous. Les achats en ligne pour le non alimentaire occupent une place importante avec 11,7% des consommations. A l'horizon temporel du SCoT, les gains de part de marché du e-commerce doivent être considérés pour la « menace » qu'ils représentent pour le commerce physique existant ou en projet.

Flux d'évasion commerciale de la zone de chalandise de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet, en 2019

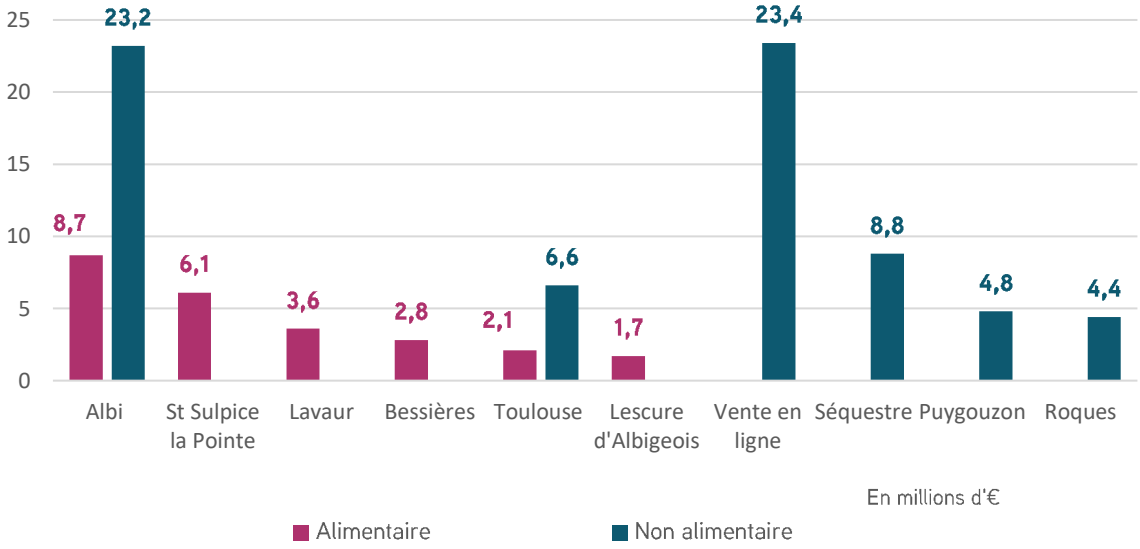
Source : OBSéco CCI Occitanie – Étude comportements d'achat des ménages en Occitanie, 2020



Cette évasion se traduit par des dépenses réalisées par les habitants de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet sur les territoires voisins, à hauteur de 33% de l'ensemble des achats. Les principaux pôles commerciaux qui attirent les consommateurs de la Communauté d'Agglomération de Gaillac-Graulhet sont Albi/Le Séquestre, Toulouse et Saint-Sulpice. Sur le graphique ci-dessous, la vente en ligne se démarque comme destination d'évasion commerciale pour les achats non alimentaire tout comme le pôle commercial d'Albi, à la fois pour de l'alimentaire (8,7 millions d'euros) et pour le non alimentaire (23,2 millions d'euros). A noter que les communes du Séquestre et de Puygouzon à proximité sont également fortement représentées pour les achats en non alimentaire.

Principales destinations d'évasion hors zone de chalandise

Source : OBSéco CCI Occitanie – Étude comportements d'achat des ménages en Occitanie - 2020



Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

L'évasion commerciale est « causée » par les achats d'équipements du foyer et de biens culturels, de loisirs, de jouets, et de sport en dehors de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet. Cette dynamique peut s'expliquer par :

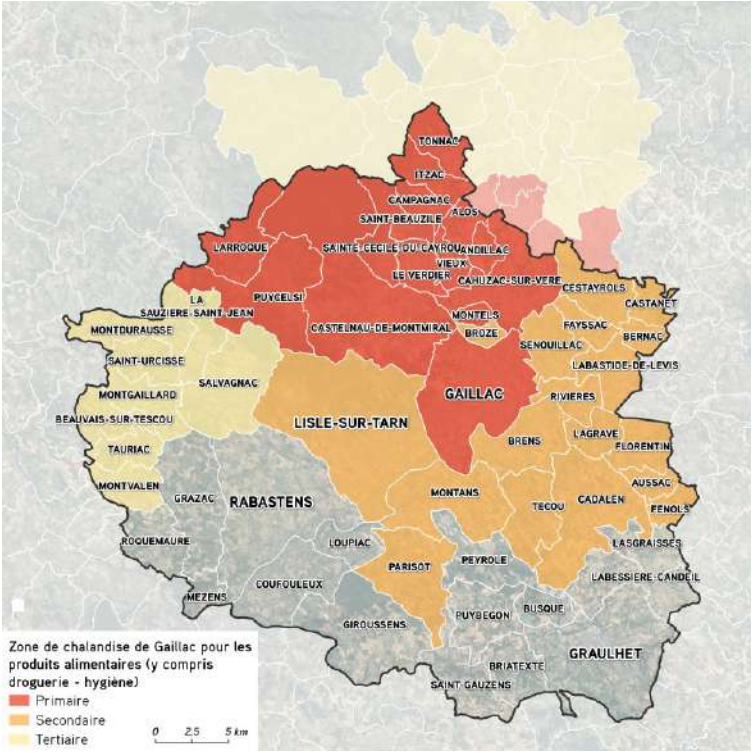
- L'absence d'offre sur le territoire (mais présente dans les trois pôles commerciaux Albi, Toulouse et Saint Sulpice par exemple), et notamment l'absence de certaines activités commerciales (électroménager, ameublement…) ;
- La difficulté des commerces présents sur la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet à répondre aux besoins de la population (qualité, services, diversité…) ;
- La forte proportion des actifs qui travaillent à l'extérieur du territoire et qui ont ainsi la facilité de consommer à proximité de leur lieu de travail.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

L'analyse de la demande par pôle

Gaillac

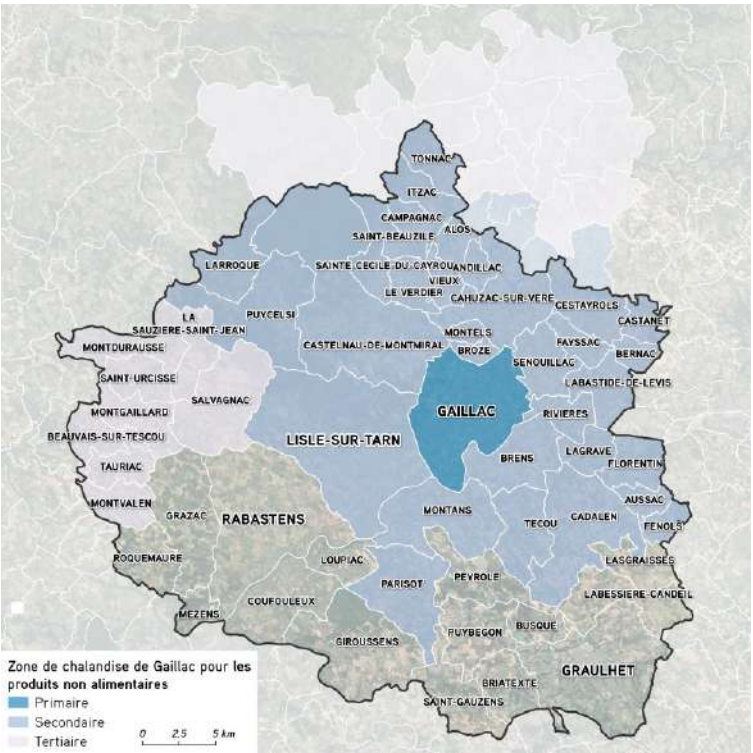
Sur la commune de Gaillac, les aires de chalandise pour les produits alimentaires et non alimentaires sont globalement identiques et concentrent 49 724 habitants en 2020, soit le triple des habitants de la commune (15 245 habitants en 2020). Que ce soit pour les produits alimentaires et non alimentaires, les aires de chalandise sont tournées vers le nord de l'agglomération et influent sur le cordais.



Pour les produits alimentaires, la zone de chalandise primaire compte 21 498 habitants, pèsent pour 43% du chiffre d'affaires, contre 20 183 habitants en zone secondaire (41% du chiffre d'affaires) et 8 043 habitants en zone tertiaire (16% du chiffre d'affaires).
La zone de chalandise pour les produits alimentaires de Gaillac correspond à 142,1 millions d'euros de potentiel de consommation alimentaire annuel par les ménages de la zone de chalandise.

A noter que sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet, un ménage de la zone de chalandise dépense proportionnellement moins en alimentaire que la moyenne des ménages français. Ce chiffre pourrait notamment s'expliquer par la présence de nombreux jardins vivriers privés sur le territoire.

Pour les produits non alimentaires, la zone de chalandise primaire est équivalente à la commune de Gaillac et compte 16 648 habitants dans la zone primaire (31% du chiffre d'affaires), 25 033 habitants en zone secondaire (52% du chiffre d'affaires) et 8 043 en zone tertiaire (16% du chiffre d'affaires).
La zone de chalandise non alimentaire correspond à un potentiel de consommation non alimentaire annuel des ménages de la zone de chalandise de 129,7 millions d'euros.



A Gaillac, l'évasion commerciale pour les produits non alimentaires est importante puisque près de la moitié des dépenses réalisées se font en dehors de la commune. Elles correspondent notamment aux achats d'équipements du foyer, de biens culturels et de loisirs. Pour cette zone de chalandise, l'albigeois est le premier secteur d'évasion commerciale alimentaire et non alimentaire, suivi des achats sur internet.

En contrepoint, en matière de produits alimentaires, la commune répond bien aux besoins de la population de sa zone de chalandise.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

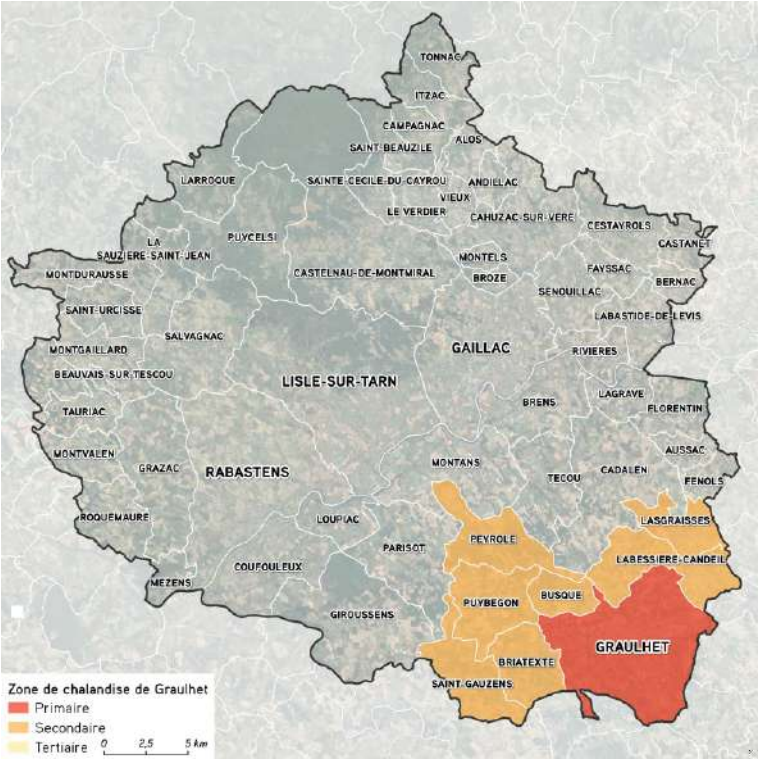
Graulhet

A Graulhet, la zone de chalandise pour les biens alimentaires et non alimentaires est similaire et compte 19 480 habitants en 2020 et qui se répartissent comme suit :

- 13 282 habitants pour la zone primaire, soit l'équivalent de la commune de Graulhet et 67% du chiffre d'affaires ;
- 6 198 habitants en zone secondaire, soit 33% du chiffre d'affaires ;
- 8 043 habitants en zone tertiaire, soit 16% du chiffre d'affaires.

En matière de potentiel de consommation annuel par les ménages de la zone de chalandise, cela représente 51,3 millions d'euros pour les biens alimentaires et 46,9 millions d'euros pour les biens non alimentaires.

Au global, plus de 88% des achats de biens alimentaires des ménages de la zone de chalandise se font sur Graulhet. La commune répond donc très bien aux besoins des habitants résidant sur son aire de chalandise. Pour ces biens alimentaires, Lavaur est la première commune d'évasion commerciale des habitants de la zone de chalandise, suivi par les communes de Gaillac, Lisle-sur-Tarn et Albi.



Pour les biens non alimentaires, l'évasion commerciale est de 50%. L'équipement du foyer est particulièrement concerné par cette évasion commerciale. Les achats sur internet sont la première destination de cette évasion.

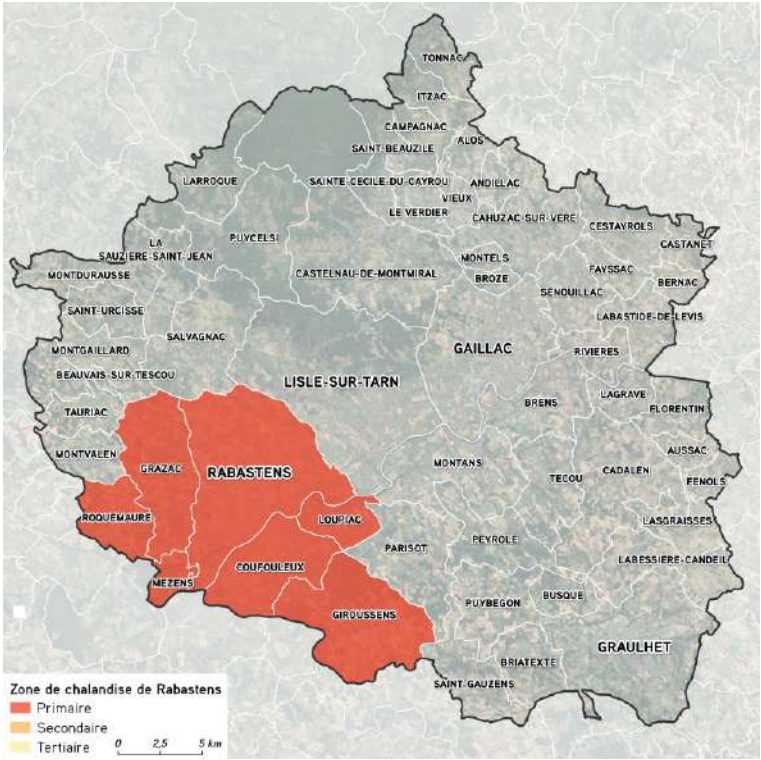
Rabastens

La zone de chalandise de Rabastens comptabilise 12 476 habitants en 2020, ce qui correspond au double de la population présente sur la commune. L'aire de chalandise pour les biens alimentaires et non alimentaires est la même et correspond à :

- 36,8 millions d'euros de potentiel de consommation alimentaire annuel par les ménages de la zone de chalandise ;
- 35,3 millions d'euros de potentiel de consommation annuel en produits non alimentaires par les ménages de la zone de chalandise.

Pour Rabastens, 40% des achats alimentaires se font sur la commune contre 14% pour les achats non alimentaires. L'évasion commerciale représente donc 86% pour les biens non alimentaires et apparait comme cohérente au regard de la classification de la commune (polarité principale à l'échelle du territoire vécu). La vente en ligne est la première destination d'évasion commerciale pour les biens non alimentaires, suivie par Toulouse, Gaillac et Albi.

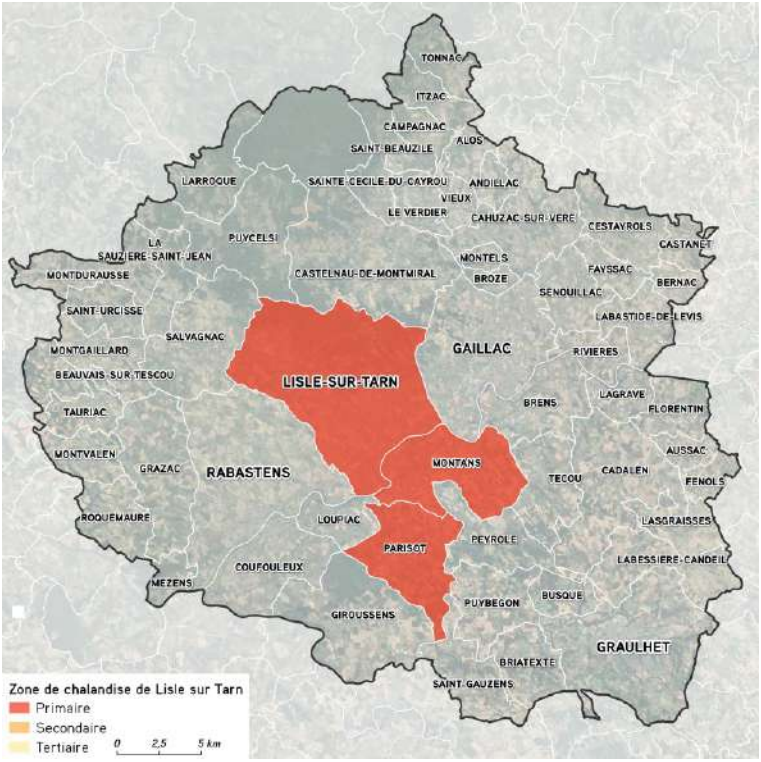
Pour l'alimentaire, Saint-Sulpice-la-Pointe est le premier secteur d'évasion commerciale alimentaire.



Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Lisle-sur-Tarn

La zone de chalandise de Lisle-sur-Tarn est la même pour le commerce alimentaire et non alimentaire.
Elle compte 7 268 habitants en 2020 et comprend les communes de Montans et Parisot.
Pour les biens alimentaires, le potentiel de consommation annuel par les ménages de la zone de chalandise est de 20,7 millions d'euros contre 19,4 millions d'euros pour les biens non alimentaire.



Sur la zone de chalandise, 40% des achats alimentaires des ménages se font à Lisle-sur-Tarn. Les achats pour les biens non alimentaires se font à 6% sur la commune et l'évasion commerciale est donc de 94% (cohérent pour une polarité principale à l'échelle du territoire vécu).
Que ce soit pour les biens alimentaires ou non alimentaires, la première destination d'évasion commerciale est Gaillac. Pour le non alimentaire, les achats sur internet et les communes d'Albi et Toulouse sont également des destinations d'évasion commerciale importantes.

A retenir

- La demande est encore très largement orientée vers l'offre de grandes surfaces ;
- Des résultats contrastés entre l'alimentaire et le non alimentaire sur lequel une attention particulière doit être portée ;
- Un territoire bien doté pour l'alimentaire avec une évasion commerciale faible ;
- Une évasion commerciale importante pour les biens non alimentaires ;
- Un développement de la vente en ligne qui vient en concurrence du commerce physique pour certaines activités commerciales ;
- Des nouvelles appétences des consommateurs pour les formes alternatives de commerces : circuits courts, marchés de plein vent, commerces itinérants, etc.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

L'offre commerciale de la Communauté d'Agglomération de Gaillac Graulhet

Le territoire compte 1 011 commerces et services. Depuis 2015, 162 établissements ont été créés dont 50 cafés et restaurants, 44 services à vitrine et 44 commerces d'automobiles ou de moto.

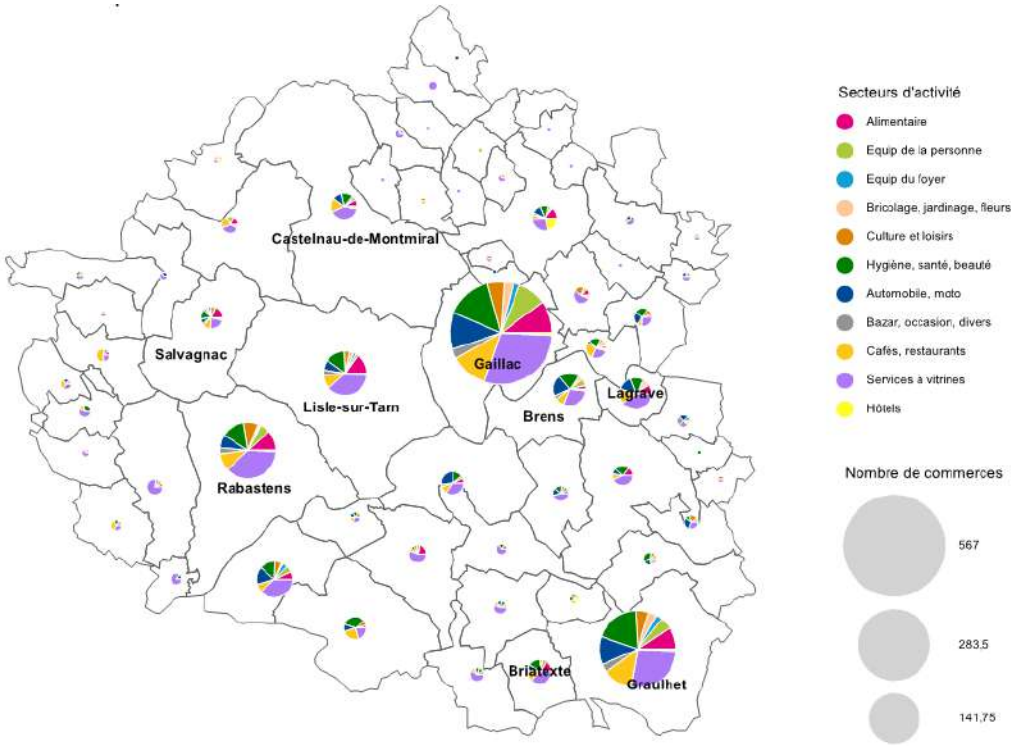
→ **1 011** commerces et services
→ **19%** de croissance des établissements depuis 2015

Un service à vitrine : de quoi s'agit-il ?

C'est un service à la population qui prend la forme d'un commerce (local commercial) mais vend un service plutôt qu'un bien matériel (coiffeur, agence bancaire, agence immobilière, auto-école…).

Les commerces sont répartis sur le territoire de la manière suivante :

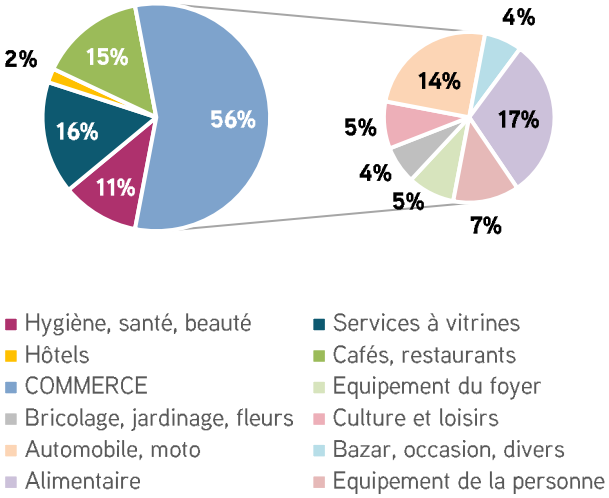
Répartition des commerces par famille de commerces et par commune
Sources : Diagnostic Commerce SDE – Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet, 2022



De nombreuses communes sur le territoire comptent des commerces. Le graphique ci-contre répartit les familles de produits sur le territoire. Les cafés et restaurants ainsi que les services à vitrine occupent une place importante, tout comme les commerces alimentaires et les commerces automobiles/motos.

L'offre commerciale est de bon niveau et apparait diversifiée et complète en comparaison à des territoires similaires.

Elle est complétée par d'autres formes de vente dont les marchés de plein vent et les commerces itinérants. En effet, ces points de vente permettent de répondre aux besoins de la population et de pallier le manque de commerce sédentaires sur certaines communes.



Répartition du nombre de commerces et services de proximité par famille de produits
Sources : Diagnostic Commerce SDE – Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet, 202

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Zoom sur les marchés de plein vent…

Les marchés de plein vent sont présents sur le territoire depuis de nombreuses années et sont historiquement importants au sein de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet. Ce mode de consommation allie à la fois une consommation proche des producteurs (circuits courts, vente de production locale…) et entraîne un dynamisme dans les centres-villes, générateur de lien social. L'offre commerciale de proximité du territoire est donc complétée par la présence de 16 marchés de plein vent réguliers, répartis sur 11 communes du territoire :

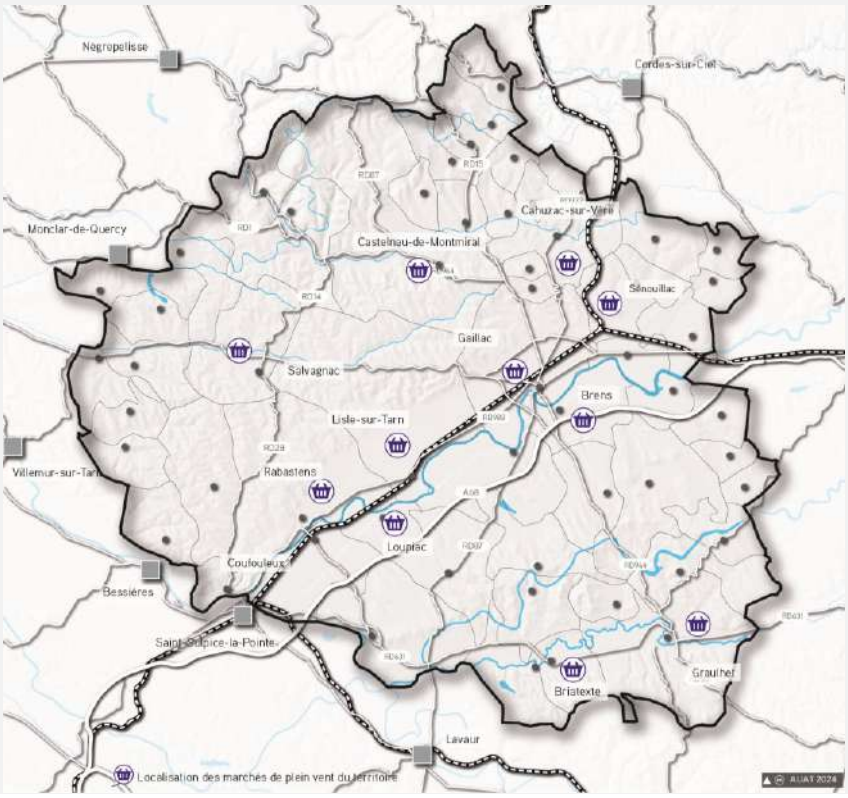
Liste des principaux marchés de plein vent réguliers de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet

Source : CDT Tarn, avril 2024

Commune	Lieu	Jour de marché	Spécificité
Gaillac	Place du Griffoul	Dimanche	
		Mardi	Noctambio
		Vendredi	
Graulhet	Place de la République	Jeudi	
		Dimanche	
	Place du Jourdain		
	Place Neuve	Mardi	Petit marché primeur
Rabastens	Les Promenades	Samedi	Producteurs locaux et artisans
Lisle-sur-Tarn	Place Paul Saissac	Dimanche	
Castelnau-de-Montmiral	Place aux Arcades	Mardi	Marché de producteurs
Cahuzac-sur-Vère		Mercredi	
Salvagnac		Mercredi	Marché des Paysans
Senouillac		Jeudi	Marché des producteurs
Brens		Samedi	
Briatexte	Village	Lundi	
Loupiac		Vendredi	

Noctambio : marchés de producteurs et/ou de transformateurs labellisés « Nature et Progrès » ou « Agriculture Biologique »

L'offre commerciale des marchés de plein vent propose une grande amplitude horaire pour les consommateurs puisque ces derniers ont lieu tous les jours de la semaine et également certains en soirée. Cette diversité permet de répondre aux besoins et aspirations d'une large part de la population, avec des marchés qui se déroulent en nocturne ou le week-end pour les actifs.
Les achats qui se font sur ces marchés sont principalement des achats alimentaires.



Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Une offre de grandes surfaces conséquente

→ **50** grandes surfaces
→ **84 600 m²** de surface de vente en grandes surfaces

Aujourd'hui sur le territoire, les grandes surfaces (commerces de plus de 300 m² de surface de vente) occupent une surface de 84 600 m². Ces commerces rayonnent sur l'ensemble du territoire et répondent aux besoins hebdomadaires et occasionnels de consommation des habitants.

Les années entre 1980 et 2000 sont marquées par une augmentation importante des surfaces de vente sur le territoire. Entre 1980 et 1990, on comptabilise 8 créations de grandes surfaces pour une surface de vente totale de 21 400 m² tandis que dans les années 2000, 13 nouvelles grandes surfaces ont été créées sur une surface de vente de 30 100 m². Bien que le nombre de grandes surfaces ne cesse d'augmenter, la tendance est aujourd'hui à la diminution des formats de distribution comme en témoigne les chiffres précédents et les chiffres des années 2010 où 14 grandes surfaces ont été construites pour une surface de 17 400 m².

ANNÉE DE CREATION	SURFACE DE VENTE en m²	NOMBRE DE GRANDES SURFACES
Années 1980	21 400	8
Années 1990	7 800	3
Années 2000	30 100	13
Années 2010	17 400	14
Années 2020	7 400	9

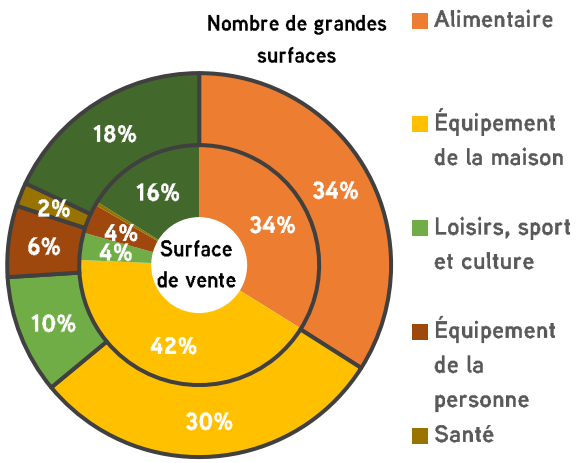
Le ratio entre la surface cumulée de vente en grandes surfaces et le nombre d'habitants au sein de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet est légèrement supérieure à la moyenne nationale en s'établissant à 1,1 m² de surface de vente pour un habitant.

Les commerces d'équipement de la maison sont majoritaires avec 42% des surfaces de ventes. Cette catégorie prend notamment en compte les commerces de bricolage et de jardinage très consommateurs en surface (bien volumineux, gros espace de stockage, …). L'équipement de la maison a également la part la plus importante en nombre de points de vente.

Les commerces alimentaires sont également très présents sur la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet avec 34% des surfaces de vente et 34% des grandes surfaces.

Part du nombre de grandes surfaces et de la surface de vente par type d'activité commerciale

Source : Nielsen Trade Dimensions 2024, Traitement AUAT

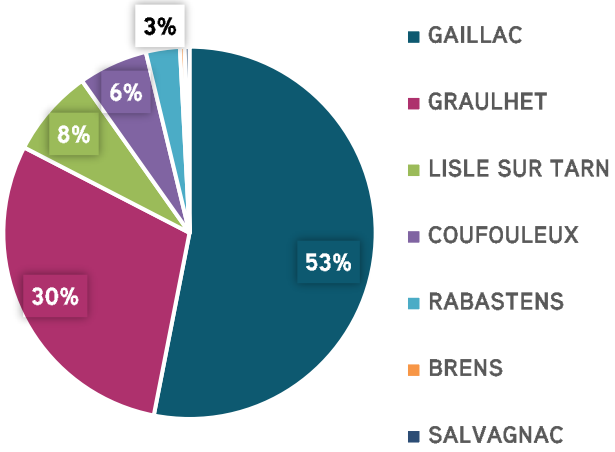


Les grandes surfaces se situent principalement sur la commune de Gaillac avec près de 53% de la surface de vente totale. Graulhet se démarque en deuxième position avec 30% des grandes surfaces du territoire, comme en témoigne le graphique ci-dessous :

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Répartition des grandes surfaces par commune

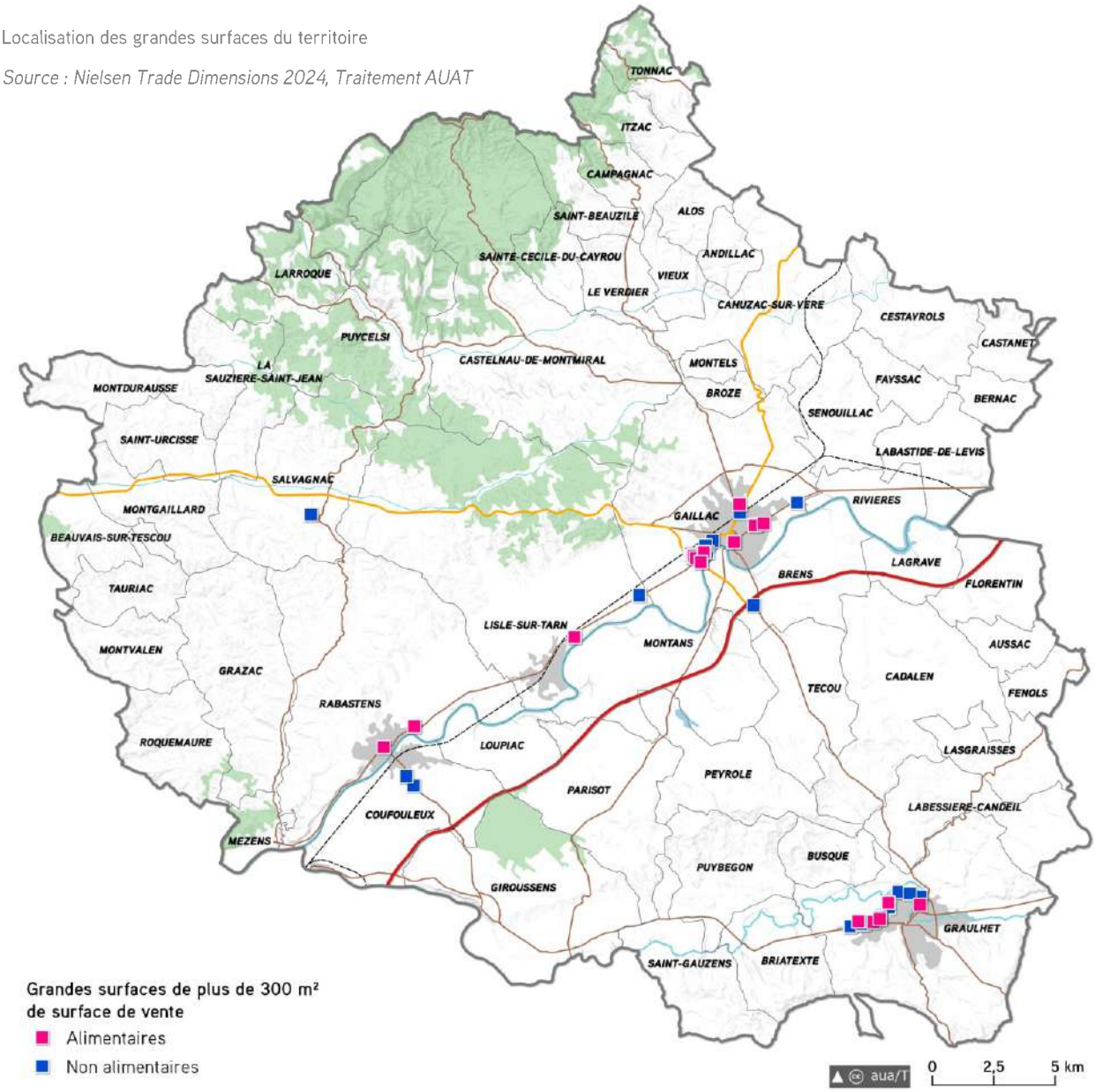
Source : Nielsen Trade Dimensions 2024, Traitement AUAT



Les grandes surfaces occupent une place importante dans les achats des habitants, notamment pour les achats alimentaires et l'équipement de la maison.

Localisation des grandes surfaces du territoire

Source : Nielsen Trade Dimensions 2024, Traitement AUAT



Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Zoom sur l'offre de proximité

→ **290 commerces** avec une activité commerciale du quotidien répartis sur **26 communes**

Les commerces de proximité jouent un rôle important sur le territoire. Aussi, entre 2015 et 2020 cette offre commerciale a fortement augmenté sur la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet. Avec une croissance de près de 20% sur la période, ce qui représente 160 points de vente supplémentaires, la dynamique témoigne de la vitalité économique et commerciale du territoire en accompagnement de la croissance démographique.
Parmi ces commerces, une sélection est faite sur les activités commerciales du quotidien qui structurent notamment les flux de consommation des habitants. En effet, disposer au sein de chaque bassin de vie des commerces et services qui répondent aux besoins élémentaires de consommation des habitants est un enjeu majeur pour le territoire. Le recensement de ces activités de proximité du quotidien se fait au travers de 8 types de commerces différents, à savoir :

- ⇒ L'alimentation générale, les supérettes, les multiservices et primeurs ;
- ⇒ Les agences bancaires ;
- ⇒ Les bars et cafés ;
- ⇒ Les boucheries et charcuteries ;
- ⇒ Les boulangeries et pâtisseries ;
- ⇒ Les librairies, magasins de presse et bureaux de tabac ;
- ⇒ Les pharmacies ;
- ⇒ Les stations-services.

Dans cette sélection, 290 commerces ont été recensés sur 26 communes du territoire de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet.

Les centres anciens sont les lieux où se situent principalement ce type de commerces. Il est à noter que l'implantation de ce type de commerces en périphérie, notamment près des axes routiers importants, a pu fragiliser la fréquentation des magasins implantés sur les lieux historiques. En réponse à cette problématique, le programme Petite Ville de Demain (PVD) dont Graulhet, Gaillac, Rabastens et Lisle-sur-Tarn sont lauréates est une solution pour dynamiser les centres anciens et notamment le maintien des commerces.

Le territoire compte également des commerces itinérants. Il s'agit des commerçants qui s'implantent de manière ponctuelle (fréquence généralement hebdomadaire) sur l'espace public pour vendre leurs biens. Ce type de commerces joue un rôle de proximité auprès des habitants, notamment dans les secteurs plus ruraux du territoire et répond aux besoins commerciaux de première nécessité.

Zoom sur l'offre alimentaire

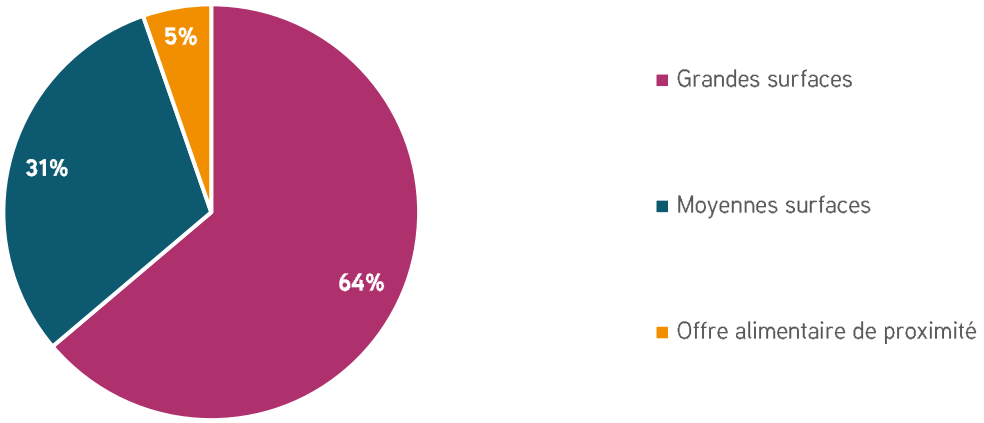
Le territoire de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet compte 27 commerces alimentaires généralistes, ce qui représente un total de 30 300 m² de surface de vente. Ces 27 surfaces alimentaires sont réparties en trois catégories :

- Les grandes surfaces de plus de 1 000 m² de surface de vente correspondent aux enseignes Leclerc et Intermarché du territoire ;
- Les moyennes surfaces dont la surface de vente est comprise entre 300 et 1 000 m² correspondent à un large panel d'enseignes (Aldi, Lidl, Carrefour, Netto, Grand Frais, Biocoop, Mangeons frais et So Bio) ;
- Les commerces alimentaires généralistes de moins de 300 m² de surface de vente correspond aux enseignes Carrefour, Vival, Spar, Proxi etc.

Les deux dernières catégories constituent l'offre alimentaire de proximité qui profitent d'un regain d'intérêt de la part des consommateurs. Les grandes surfaces occupent la plus grande part de la surface de vente (64% soit 17 300 m²). Les moyennes surfaces et les commerces de moins de 300 m² regroupent respectivement 9 400 m² (31%) et 1 600 m² (5%) de surface de vente.

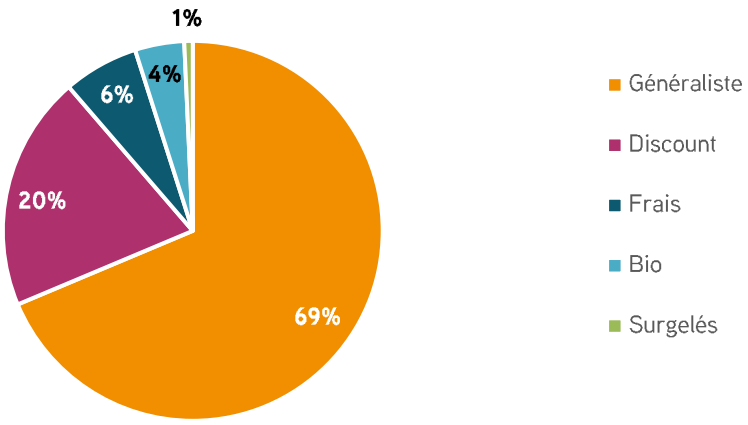
Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Répartition des surfaces alimentaires en fonction de la surface de vente
Source : Nielsen Trade Dimensions 2024, Traitement AUAT



Parmi les 27 commerces alimentaires, Gaillac en compte 11, contre 6 pour Graulhet, 2 pour Lisle-sur-Tarn et 2 pour Rabastens. Ce sont principalement les grandes et moyennes surfaces qui sont implantées sur ces communes.
Des commerces alimentaires sont également présents sur les communes de Briatexte, Cadalen, Cahuzac-sur-Vère, Castelnau-de-Montmiral, Lagrave ou encore Salvagnac. Ce sont uniquement des commerces de moins de 300 m² qui sont recensés sur ces communes.
La plupart de ces commerces correspondent à une offre alimentaire généraliste (supermarché, superette…) et représentent 20 800 m² de la surface de vente alimentaire (soit 69%). Les magasins de discount (Lidl, Netto, Aldi) équivalent à 6 100 m² de surface de vente, soit 20% de l'ensemble. Les magasins de frais (Mangeons Frais et Grand Frais) représentent 1 900 m² de surface de vente (6%) et ont été créés récemment sur le territoire. Les commerces de produits biologiques représentent 1 300 m² de surface de vente (4%) avec les enseignes Biocoop et So Bio.

Part des types de magasin surfaces alimentaires sur l'ensemble du territoire de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet
Source : Nielsen Trade Dimensions 2024, Traitement AUAT



Bien que les commerces alimentaires généralistes soient les plus présents sur le territoire, les commerces spécifiques, magasin bio et discount, représentent une part significative de l'offre alimentaire et permettre de répondre à l'éclectisme des besoins de la population.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Zoom sur l'offre commerciale et projet sur les territoires voisins

Le territoire de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet se trouve au croisement de plusieurs grandes polarités commerciales structurantes à l'échelle du grand bassin toulousain : Toulouse, Albi, Castres ou Montauban. Dans ces communes, les pôles commerciaux sont attractifs, facilement accessibles et les surfaces de vente en grande surface y sont importantes :

- Toulouse Métropole : 575 700 m² de surface de vente en grande surface ;
- Communauté d'Agglomération du Grand Montauban : 137 700 m² de surface de vente en grande surface ;
- Communauté d'Agglomération du Grand Albigeois : 125 500 m² de surface de vente en grande surface ;
- Communauté d'Agglomération de Castres-Mazamet : 104 400 m² de surface de vente en grande surface.

Autour de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet, d'autres pôles intermédiaires sont présents notamment au sud avec le vaurais ou au nord-est avec le carmausin. A noter également la présence de Villemur-sur-Tarn ou de Réalmont qui ont également une offre significative de commerces sur leur territoire, bien que ces pôles aient un impact moindre.

Plusieurs projets commerciaux extérieurs à la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet pourraient avoir une incidence sur le territoire en matière commerciale :

- Déplacement/extension de l'Intermarché de Lavaur et de sa galerie commerciale ;
- Possible création d'un pôle commercial sur la ZAC des Portes de Tarn à Saint-Sulpice ;
- Réhabilitation des pôles commerciaux toulousains ;
- Renforcement des pôles albigeois, castrais et montalbanais.

Les projets listés sont néanmoins moins nombreux et d'une moindre ampleur en comparaison aux projets initiaux sur ces différentes communes.

A retenir

- Un équilibre de mètres carrés par habitant à maintenir pour limiter le développement d'une sur-offre et l'augmentation de la vacance déjà présente sur les pôles périphériques

Le niveau d'activité

→ Un niveau d'activité de **316 millions d'euros** en 2019

Un niveau d'activité : de quoi s'agit-il ?
C'est la somme des dépenses de consommation des habitants du territoire dans les commerces du territoire.

Une population qui augmente plus vite que la consommation dans les commerces du territoire

Le niveau d'activité est de 316 millions d'euros en 2019 pour les commerces et les prestataires de services.

Le niveau d'activité a augmenté de 3% entre 2014 et 2020 soit un rythme moins élevé que la population qui a cru de 6% sur la même période. Ce phénomène traduit la difficulté des commerces présents sur le territoire à capter les dépenses de consommation des habitants.

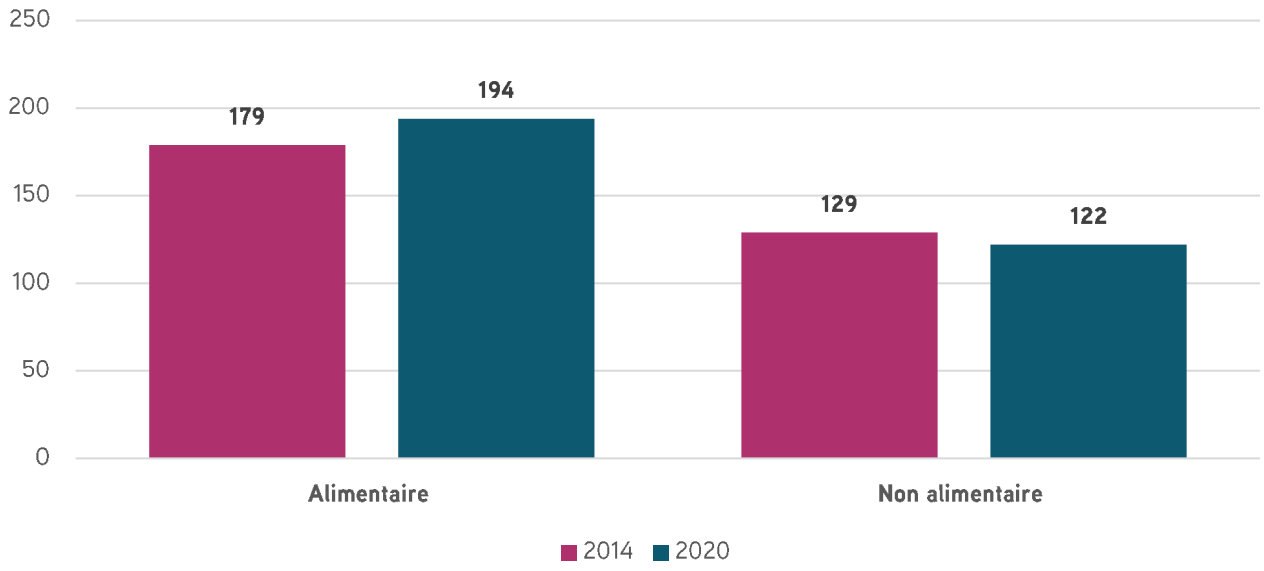
Parmi les 316 millions d'euros, 61% sont issus de l'achat de produits courants (alimentaire, droguerie et hygiène). Les biens non alimentaires représentent 39% du niveau d'activité dont 13% pour l'équipement de la personne, 11% pour le bricolage et le jardinage notamment.

Entre 2014 et 2020, le niveau d'activité des commerces a augmenté pour les produits alimentaires avec une hausse de 8% entre ces deux dates. Le niveau d'activité est donc passé de 179 millions d'euros en 2014 à 194 millions d'euros en 2020. A l'inverse, le niveau d'activité a diminué pour les biens non alimentaires avec 5% de moins en 6 ans, en passant ainsi de 129 millions d'euros en 2014 à 122 millions d'euros en 2020. Cela signifie que les commerces alimentaires du territoire ont une plus grande propension à capter les dépenses de consommation des habitants du territoire que les commerces non alimentaires. Ce constat peut s'expliquer de plusieurs manières : une

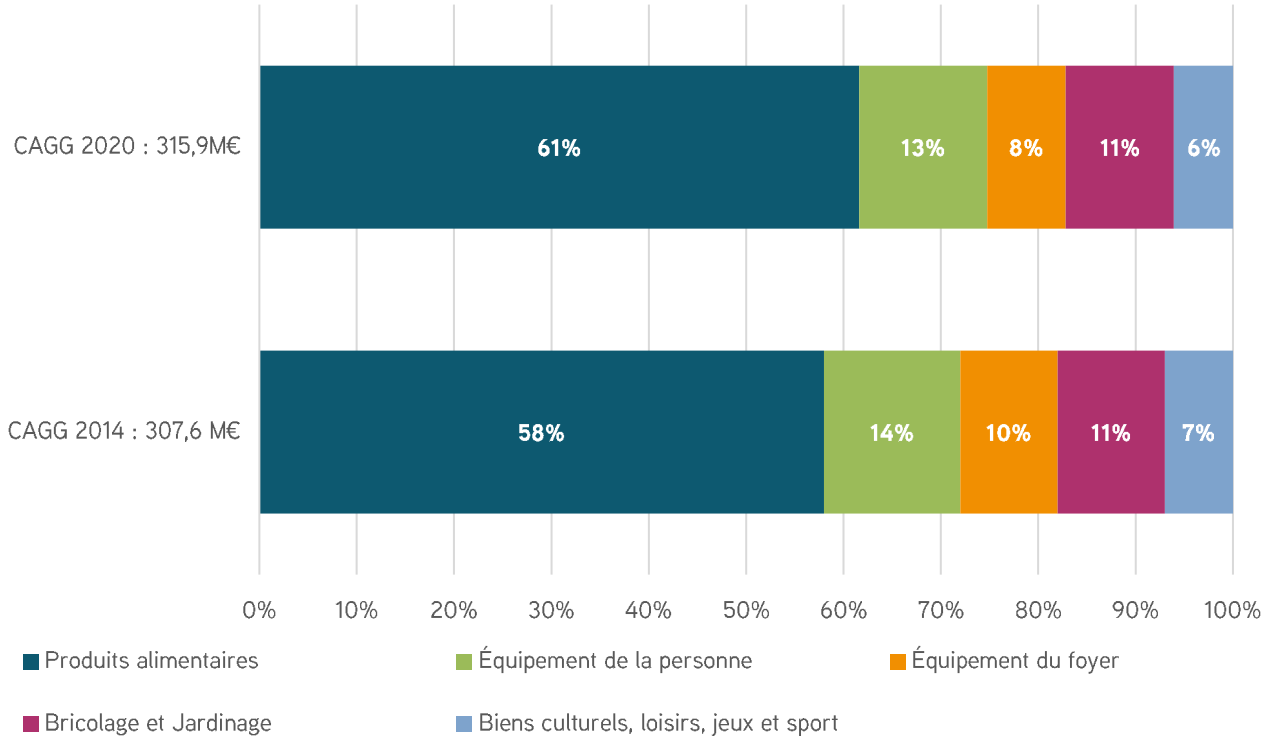
Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

offre commerciale moins développée sur certains types d'activités, un impact plus fort du e-commerce… Dans le même temps le développement de l'offre commerciale a été conséquent puisque depuis 2009, 25 projets ont été autorisés en Commission Départementale d'Aménagement Commercial (CDAC).

Évolution du niveau d'activité par catégorie de produits (en millions d'euros)
Source : OBSéco – Observatoire économique des CCI Occitanie / Enquête flux de consommation des ménages 2014 et 2019



Niveau d'activité par famille de produits
Source : OBSéco – Observatoire économique des CCI Occitanie / Enquête flux de consommation des ménages 2014 et 201

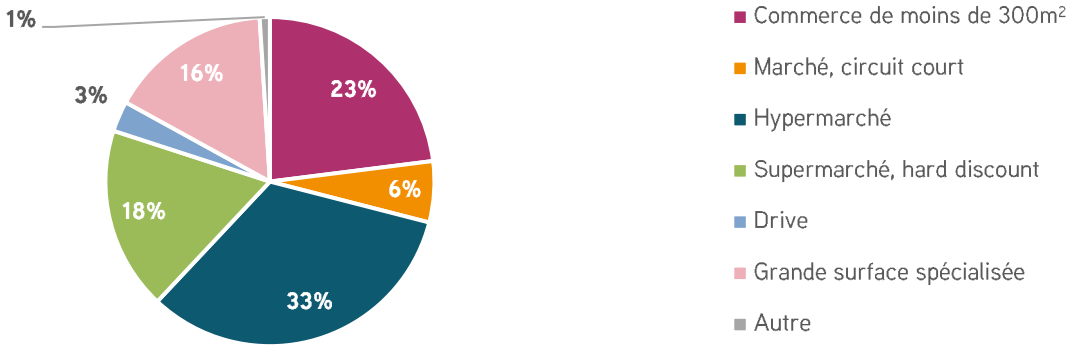


Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Un niveau d'activité majoritairement porté par les grandes surfaces

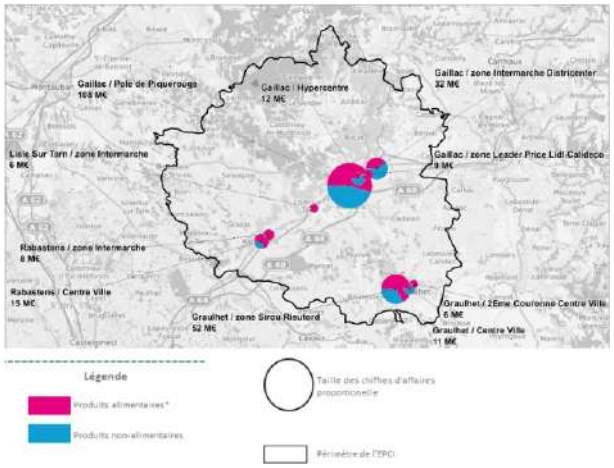
Le niveau d'activité est principalement porté par la grande distribution avec 70% du total (72% pour l'alimentaire et 68% pour le non alimentaire) comme le souligne le graphique ci-dessous :

Répartition du niveau d'activité en 2020 par forme de distribution
Source : OBSéco – Observatoire économique des CCI Occitanie / Enquête flux de consommation des ménages 2014 et 2019



Depuis 2014, le poids des marchés et des circuits courts a progressé de +0,5 point. Les grandes surfaces et les commerces de moins de 300 m² ont tendance à être stables.

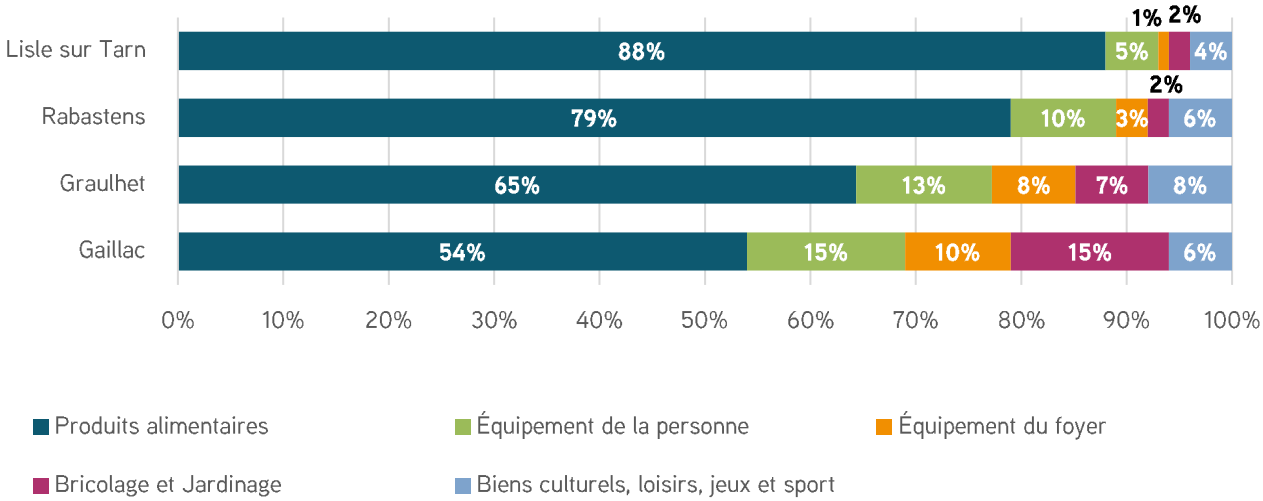
Localisation



Les dépenses sont concentrées sur Gaillac et Graulhet où 83% de l'activité de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet y est réalisée (58% de l'activité commerciale se fait sur Gaillac).
D'autres communes ont également une activité commerciale complémentaire dont Rabastens (8%), Lisle-sur-Tarn (3%) et quelques communes de plus petite taille qui comptent généralement des commerces alimentaires.

Les communes de Lisle-sur-Tarn et Rabastens ont un niveau d'activité porté essentiellement par les biens alimentaires (respectivement 88% et 79% des dépenses totales). Le déséquilibre est moins marqué pour les communes de Graulhet et Gaillac pour lesquelles la moitié du niveau d'activité se fait sur des biens non alimentaires.

Répartition du niveau d'activité commerciale sur le territoire
Source : OBSéco : Observatoire économique des CCI Occitanie/Enquête flux de consommation des ménages 2019



Répartition du niveau d'activité 2019 par famille de produits et par commune
Source : OBSéco : Observatoire économique des CCI Occitanie/Enquête flux de consommation des ménages 2019

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

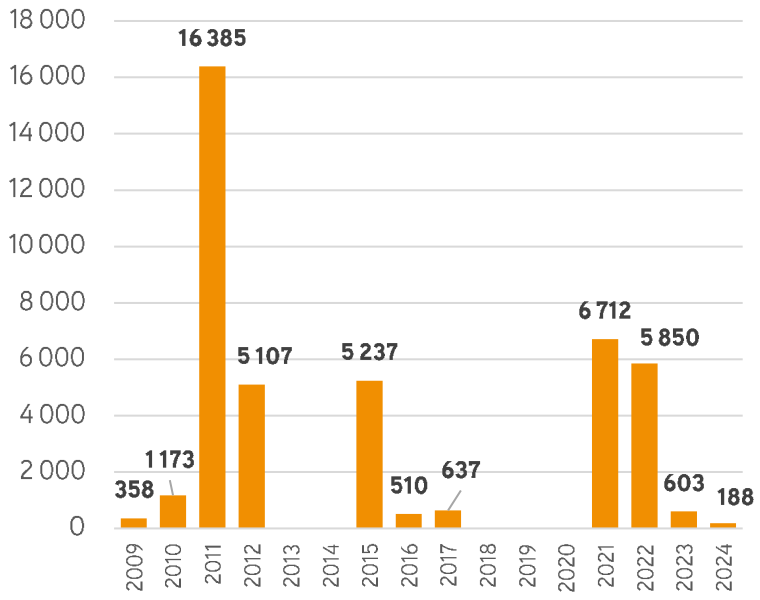
Les dynamiques commerciales à l'œuvre sur le territoire

→ **42 700 m²** de surfaces autorisées en CDAC

Le bilan des autorisations en CDAC et les projets à venir

Depuis 2009, la moyenne de surface autorisée en Commission Départementale d'Aménagement Commercial (CDAC) est de 2 700 m² par an. Au total, ce sont 42 700 m² de surface de vente qui ont été autorisés sur le territoire grâce à 25 projets (13 à Graulhet, 10 à Gaillac, 1 à Lisle-sur-Tarn et 1 à Rabastens).
Entre 2009 et 2024, plusieurs années se démarquent en matière d'autorisations, notamment 2011 où plusieurs projets ont été autorisés dont le Retail Park de Piquerouge à Gaillac (9 000m²) ou encore Styleco, également à Gaillac, sur une surface de vente de plus de 4 000 m².
A l'inverse, les années 2013 et 2014 ainsi que la période de 2018 à 2020, aucun projet n'a été présenté en CDAC. Ces deux dernières années (2023 et 2024), le nombre de CDAC a diminué.

Évolution des surfaces autorisées en CDAC (en m²)
Source : Préfecture du Tarn, Traitement AUAT



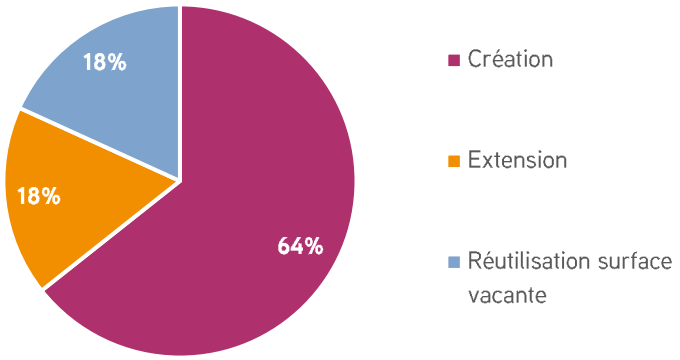
Ces dernières années, les CDAC autorisées étaient pour 64%, de la création de commerces, 17% pour de l'extension de commerce d'ores-et-déjà existant et 18% pour une réutilisation de surfaces vacantes.

Sur ces 25 projets autorisés, 32% des surfaces correspondent à des ensembles commerciaux et des galeries marchandes, 27% à des commerces alimentaires et 24% à de l'équipement de la maison.
Aujourd'hui, il reste 600 m² de surface de vente autorisées en CDAC, qui ne sont pas encore en activité, soit 0,7% de l'offre existante. Cette surface correspond à deux cellules commerciales adossées au Grand Frais de Gaillac.

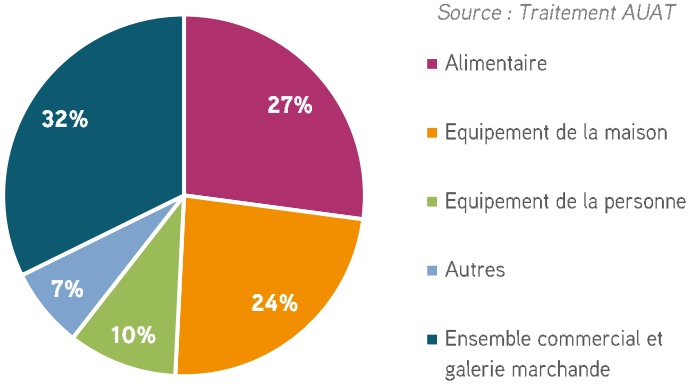
Plusieurs projets commerciaux privés ou publics sont aujourd'hui en réflexion sur la commune de Graulhet :

- OAP commerciale permettant la création de 8 cellules commerciales ;
- Le projet d'extension d'Aldi.

Type d'autorisation de surface de vente en CDAC
Source : Traitement AUAT



Répartition de la surface de vente autorisée en CDAC par type d'activité commerciale
Source : Traitement AUAT



Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

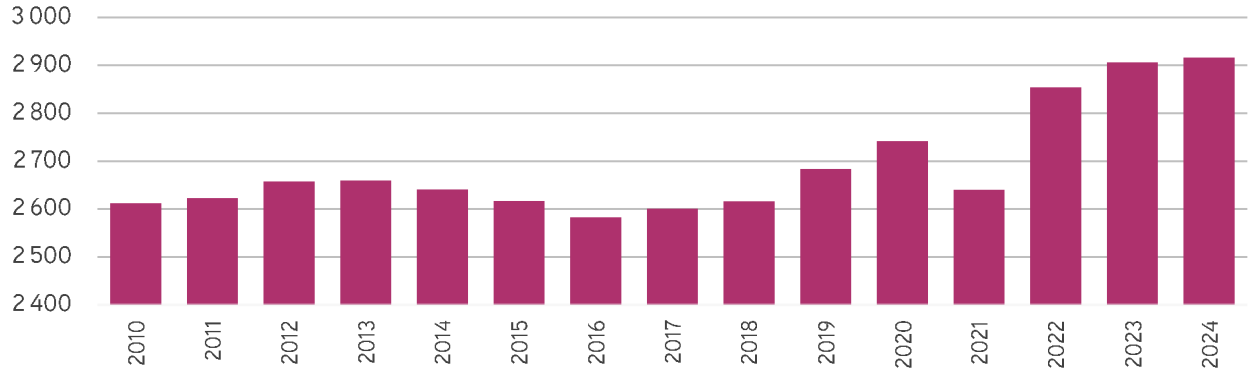
Les emplois commerciaux sur le territoire

→ **2 900** emplois salariés privés en 2024

Les commerces sur le territoire génèrent de l'emploi. En 2024, les emplois commerciaux sont au nombre de 2 900 et représentent 25,7% des emplois salariés privés (source : URSSAF Caisse Nationale 2024). La tendance est à l'augmentation du nombre d'emplois ces dernières années comme en témoigne le graphique ci-dessous.
A noter que la diminution en 2021 du nombre d'emplois salariés privés dans le commerce s'explique par la pandémie de la Covid-19 qui a entrainé la fermeture temporaire de nombreux commerces devant, de facto, réduire leur masse salariale notamment pour les commerces considérés comme non essentiels pour faire face à la crise.

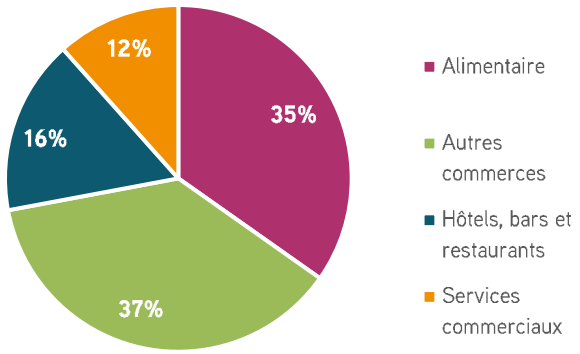
En 2015, le nombre d'emplois salariés privés dans le commerce était de 2 600 emplois. En comparaison avec 2024, la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet compte environ 300 emplois supplémentaires soit une progression de 12% sur la période, qui témoigne de la croissance de l'offre commerciale sur le territoire.

Évolution du nombre d'emploi salarié privé dans le commerce
Source : URSSAF Caisse Nationale 2024

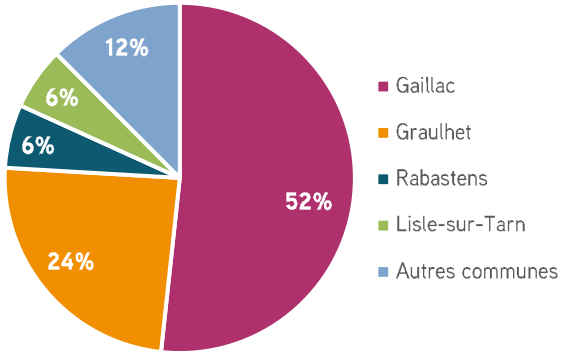


Les commerces alimentaires sont le principal générateur d'emplois avec 35% du total, soit 1 000 emplois. Les emplois dans ce secteur ne cessent d'augmenter ces dernières années et confirment l'essor de cette activité commerciale.
L'autre gros pourvoyeur d'emplois est la catégorie « Autres commerces » - qui correspond aux emplois dans l'équipement de la personne, de la maison, de l'hygiène et la santé ainsi que les commerces automobiles, avec un total de 1 100 emplois en 2024.

Répartition des emplois dans le commerce par activités commerciales
Source : URSSAF Caisse Nationale 2024



Répartition des emplois dans le commerce par communes
Source : URSSAF Caisse Nationale 2024



Enfin, les emplois salariés dans le commerce sont pour la majorité localisés sur la commune de Gaillac avec 1 500 emplois en 2024 (52%). A Graulhet, le nombre d'emplois est de 700 et représentent 24% du total du territoire.
Les quatre polarités commerciales (Gaillac, Graulhet, Rabastens et Lisle-sur-Tarn) apparaissent comme créatrice d'emplois dans le commerce et jouent un rôle prédominant dans l'emploi sur le territoire.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Une vacance commerciale importante dans les centralités

→ **142 locaux vacants,** soit 20% des locaux commerciaux

Un inventaire des commerces a été réalisé par la CCI du Tarn en avril 2022 et a permis de recenser 700 locaux à potentiel commercial sur le territoire.
Parmi ces locaux, 558 sont occupés et 142 sont vacants soit 20% des locaux commerciaux.
La réhabilitation des locaux vacants est un enjeu fort, à la fois pour l'attractivité des centres-villes et pour la réduction de la consommation d'espaces.
Le type de commerces présent dans ces centres-villes correspond à 13% à des commerces alimentaires de proximité, à 60% à des activités tertiaires (des services commerciaux de type banques, agences immobilières…) et 17% à des restaurants. La diversité commerciale est importante et une vigilance doit être portée sur la mono-activité ainsi que sur la localisation des locaux. En effet, les banques et agences immobilières ont tendance à s'implanter dans les locaux premium, aux endroits les mieux placés sans participer à l'animation commerciale des centres-villes.

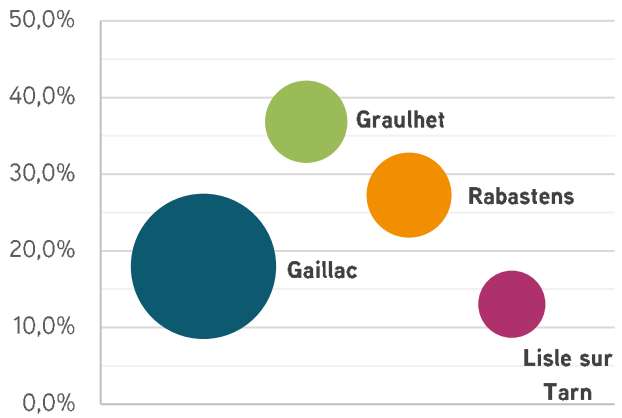
Sur les 4 centralités urbaines ayant fait l'objet de l'inventaire, Gaillac a le nombre de locaux commerciaux le plus important (228) soit la moitié des locaux commerciaux recensés tandis que Graulhet et Rabastens comptent respectivement 95 et 88 locaux au total. Enfin, la commune de Lisle-sur-Tarn a 46 locaux commerciaux.

Dans les périmètres de centralité, la part des locaux commerciaux vacants est la plus importante sur la commune de Graulhet avec un taux de 36,8% (soit 35 locaux commerciaux). Rabastens a un taux de vacance de 27,3% (soit 24 locaux commerciaux vacants) tandis que Gaillac compte 18% de vacance commerciale (41 locaux vacants). Enfin, Lisle-sur-Tarn compte 6 commerces vacants soit l'équivalent de 13% du parc de commerces.
Sur ces 4 secteurs cumulés, le taux de vacance est de 23,2% ce qui est un taux élevé.

Répartition des locaux commerciaux sur les 4 centralités
Source : CCI du Tarn, traitement AUAT

Centralités	NB Locaux occupés	NB locaux vacants	NB locaux total	Taux de vacance
Gaillac	187	41	228	18,0%
Graulhet	60	35	95	36,8%
Rabastens	64	24	88	27,3%
Lisle sur Tarn	40	6	46	13,0%
Total 4 centralités	**351**	**106**	**457**	**23,2%**

Part des locaux commerciaux vacants sur les 4 centralités
Source : Traitement AUAT



La présence de locaux vacants dans les centres anciens refrène l'attractivité de ces lieux. Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette vacance :

- Les difficultés pour la cession/ la reprise des fonds de commerce (manque d'anticipation des commerçants, difficulté à trouver un repreneur…) ;
- La problématique foncière sur certains locaux (rétention foncière, coût des locaux trop importants, difficulté de mobilisation des locaux…) ;
- Le manque de modernisation des commerces ;
- L'offre des commerçants qui peut être en inadéquation avec les attentes des consommateurs ;
- Les difficultés d'accessibilité aux commerces par les consommateurs.

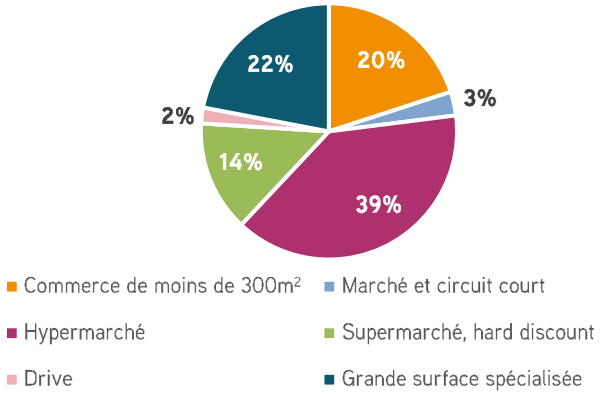
A retenir

- Un niveau d'activité en croissance, mais plus faible que la croissance démographique : une rétention commerciale à améliorer ;
- Des projets autorisés conséquents sur les deux communes principales malgré les changements de modes de consommation ;
- Une vacance importante sur les centralités urbaines de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet malgré des résultats contrastés ;
- Des freins importants à la résorption de la vacance (locaux inadaptés, rétention…).

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Zoom sur les quatre principales centralités urbaines

Le territoire compte quatre communes importantes en matière de commerces que sont Gaillac, Graulhet, Rabastens et Lisle-sur-Tarn. Ces communes bénéficient également du dispositif Petite Ville de Demain (PVD) pour améliorer l'attractivité des centres villes. Les enjeux commerciaux s'insèrent dans la dynamique globale mise en place par ce programme.



Répartition du niveau d'activité 2020 par forme de distribution
Source : Traitement OBSéco – Observatoire économique des CCI Occitanie / Enquête flux de consommation des ménages 2014-2019

Gaillac

La commune de Gaillac compte 404 commerces. Cette offre commerciale est de bon niveau. En effet, de nombreux commerces diversifiés sont implantés et l'offre commerciale apparaît comme complète en comparaison avec des territoires similaires.

Depuis 2015, 96 établissements ont été créés, dont :

- 28 établissements supplémentaires en Automobile/moto ;
- 22 établissements supplémentaires en matière de café et restauration ;
- 13 établissements supplémentaires en service à vitrine.

Sur la même période, 11 établissements de commerce et d'équipement ont été fermés.

Le taux de commercialité est de 52%.

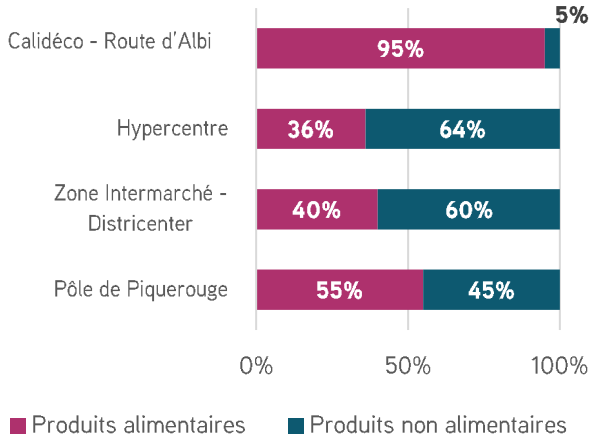
Le taux de commercialité : de quoi s'agit-il ?
C'est la part des commerces « purs » (hors services, cafés, hôtels, restaurants et automobile) parmi les établissements commerciaux.

L'ensemble des commerces et prestataires de services de la commune de Gaillac ont réalisé 184,4 millions d'euros d'activités en 2019, ce qui représente 58% de l'activité de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet.
Le niveau d'activité des commerces présents sur la commune reste relativement stable depuis 2014. En matière de répartition du niveau d'activité en 2019, 54% se fait sur les produits alimentaires contre 46% pour les produits non alimentaires (15% pour l'équipement de la personne, 10% pour l'équipement du foyer, 15% pour le bricolage et le jardinage et 6% pour les biens culturels, loisirs, jeux et sport).
En matière de forme de distribution, 77% du niveau d'activité de Gaillac en 2020 se réalisent dans la grande distribution (les supermarchés, hypermarchés, grandes surfaces spécialisées et drives) dont 81% pour l'alimentaire et 71% pour le non alimentaire, comme le souligne le graphique suivant.

Le poids de la grande distribution a légèrement diminué entre 2014 et 2019. A l'inverse, l'activité des drives a légèrement augmenté sur la même période.

En matière de niveau d'activité, 59% de l'activité commerciale sur la commune est réalisée par le pôle commercial de Piquerouge-Leclerc. Cette tendance est à la diminution (-2 points depuis 2014). 18% de l'activité est réalisée dans le secteur Intermarché / Districenter. Le niveau d'activité dans le centre-ville a augmenté depuis 2014 et correspond à 7% de part de marché.

Le niveau d'activité dans la zone de Lidl, Leader Price et Calideco est principalement le fruit de la vente de produits alimentaires. A l'inverse l'hypercentre ou la zone d'Intermarché et Districenter ont un niveau d'activité pour les produits non alimentaires prépondérant.



Répartition du niveau d'activité commerciale par secteur en 2020 à Gaillac
Source : Traitement OBSéco – Observatoire économique des CCI Occitanie / Enquête flux de consommation des ménages 2014-2019

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

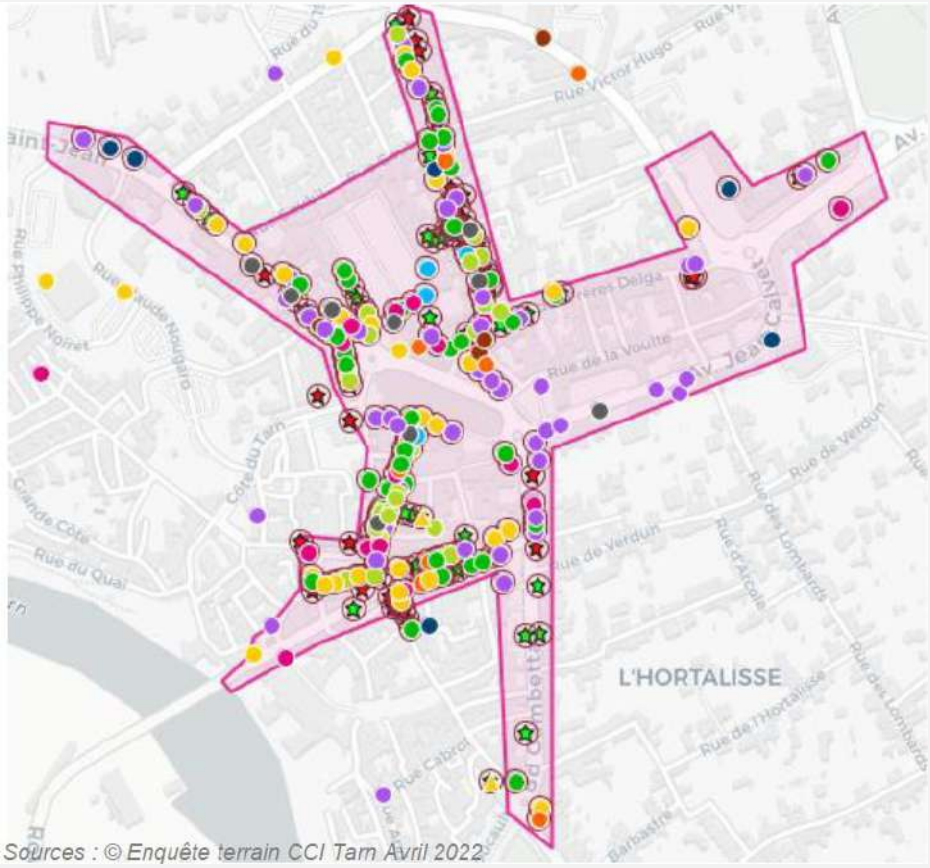
Zoom sur le centre-ville de Gaillac…

Le centre-ville de Gaillac est le premier pôle commercial de la commune en termes de nombre de commerces. En effet, la densité commerciale est importante et l'offre de commerces y est particulièrement diversifiée. Les nombreux services administratifs et culturels ainsi que le secteur patrimonial (avec une vocation touristique), encouragent la fréquentation du commerce dans le centre ancien de Gaillac. Autour de la place de la Libération, cinq rues se démarquent en matière de commerces : rue Joseph Rigal, Rue de la Madeleine, rue Portal, rue Jean Jaurès et le début de la rue des Frères Delga. Néanmoins, le parcours client est peu intuitif et formalisé notamment pour les non-gaillacois.
Une association de commerçants est présente et apporte du dynamisme au centre-ville (l'Association Gaillacoise des Artisans, Commerçants et Industriels (AGACI)). Il est également renforcé par la présence de plusieurs marchés de plein vent à fréquence hebdomadaire.

Le centre-ville compte 228 locaux à potentiels commerciaux. Parmi ces locaux, 187 sont occupés par une activité et 41 sont vacants, soit 18%. Ces locaux vacants sont visibles (rues de la Madeleine). Néanmoins, la difficulté est qu'ils sont peu ou pas mobilisables (vacance structurelle). Ce type de vacance n'encourage pas l'installation de nouveaux commerces.
La fréquentation des commerces dans le centre-ville est généralement liée à des achats quotidiens et occasionnels.

Répartition des activités commerciales dans le centre-ville de Gaillac

Source : Enquête terrain CCI Tarn, Avril 2022



Sources : © Enquête terrain CCI Tarn Avril 2022

En matière de répartition commerciale, 10% de l'offre est liée aux commerces alimentaires et 17% à des cafés et restaurants. Les enseignes nationales y sont également implantées et représentent 12% des commerces. Le centre ancien est principalement composé de petites surfaces indépendantes. Seul un commerce dans le centre occupe une surface de plus de 300 m². Le taux de commercialité est de 39%. Le taux de tertiarisation y est de 59%, avec la présence d'enseignes nationales de services bancaires, immobiliers et d'assurances souvent localisées sur des emplacements stratégiques.

Le centre ancien de Gaillac a connu des travaux récents d'embellissements des espaces publics et le secteur offre une appréciation plutôt qualitative des espaces publics. Concernant le stationnement, de nombreuses places gratuites sont présentes, dont certaines sont règlementées par une zone bleue, qui permet de répondre en partie au besoin de stationnement des personnes qui se rendent dans le centre-ville.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Graulhet

La commune de Graulhet compte 213 commerces et services de proximité en 2022 ce qui fait de la commune le 5ème pôle commercial du département, en nombre d'établissements.
L'offre commerciale du territoire apparait comme diversifiée et plutôt complète.
Le taux de commercialité du territoire est de 57%.

La commune compte 22 établissements de plus entre 2015 et 2020 dont :

- 10 établissements supplémentaires pour les cafés et la restauration ;
- 6 établissements nouveaux pour les services à vitrine ;
- 6 établissements supplémentaires pour les bazars.

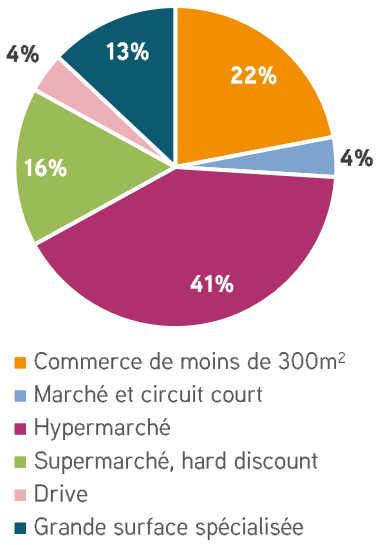
Les commerces de la commune génèrent 77,5 millions d'euros d'activités en 2019, ce qui représente ¼ de l'activité de la Communauté d'Agglomération Gaillac Graulhet. Le niveau d'activité de la commune était en diminution de 1% entre 2009 et 2014 mais est en augmentation depuis 2014 de +10%.

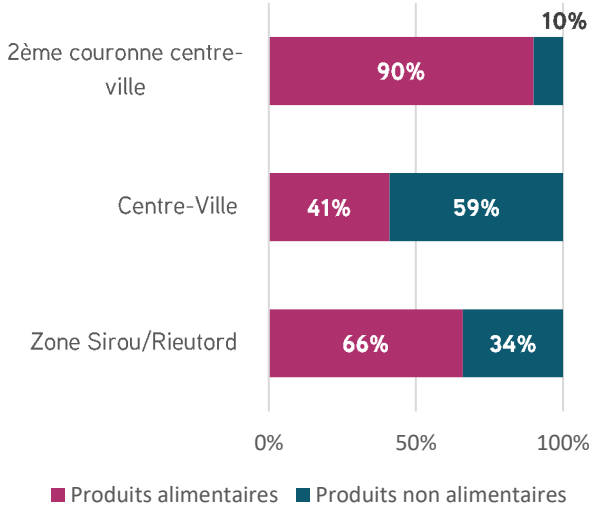
En matière de spécification, le niveau d'activité se fait à 65% sur des produits alimentaires contre 35% pour des produits non alimentaires, dont 12% pour l'équipement de la personne, 8% pour l'équipement du foyer, 7% pour le bricolage et le jardinage et 8% pour les biens culturels, de loisirs, de jeux et de sport.

La grande distribution joue un rôle majeur puisque 74% du niveau d'activité sur la commune est réalisé dans ce type de points de vente (80% pour l'alimentaire et 63% dans le non alimentaire).

Comme pour Gaillac, les formes de distributions principales à Graulhet sont l'hypermarché, le discount et les grandes surfaces spécialisées.

Répartition du niveau d'activité 2020 par forme de distribution
Source : Traitement OBSéco – Observatoire économique des CCI Occitanie / Enquête flux de consommation des ménages 2014-2019





Concernant l'évolution des moyens de distribution, le poids de la grande distribution a augmenté sur la commune depuis 2014, tout comme les marchés de plein vent et les circuits courts. A l'inverse, le poids des commerces de moins de 300 m² a diminué.

Aujourd'hui, une part importante de l'activité (68%) est réalisée par le pôle commercial Sirou / Rieutord et 14% de l'activité de la commune est portée par le centre-ville comme le souligne le graphique ci-dessous.

Le niveau d'activité dans le centre-ville est principalement dû aux achats de produits non alimentaires, contrairement à la zone de Sirou/Rieutord et de la 2ème couronne du centre-ville où le niveau d'activité pour les produits alimentaires est important.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

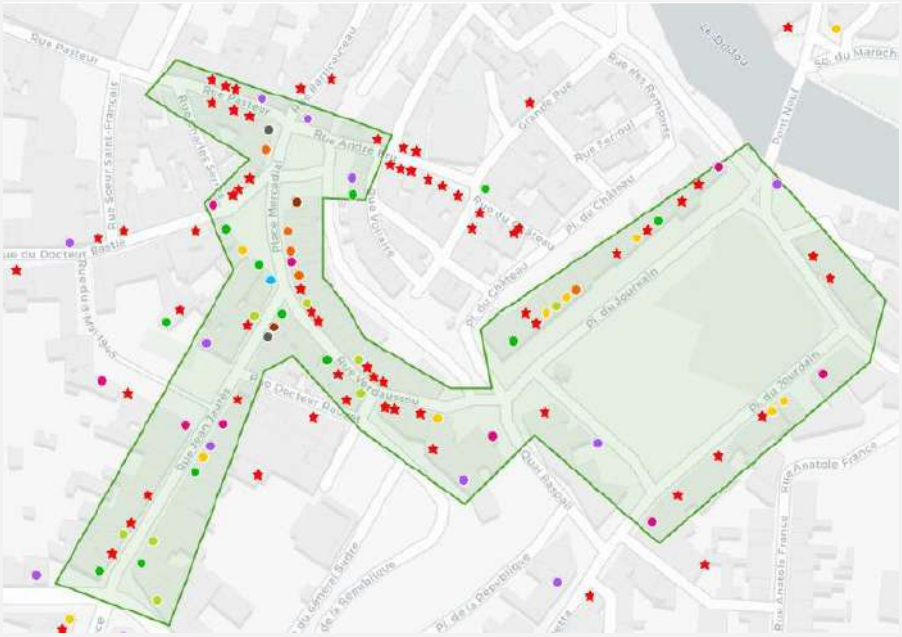
Zoom sur le centre-ville de Graulhet…

Dans le centre-ville de Graulhet, de nombreux commerces sont présents, renforcés par la présence de services administratifs et culturels ainsi que par la qualité patrimoniale du bâti, qui renforce l'attractivité du centre ancien. Le périmètre commerçant s'étend sur la place Mercadial, la rue Verdaussou, la place du Jourdain, la rue Jean-Jaurès, le début des rues Pasteur et André Bras. Le périmètre commerçant est peu intuitif, notamment à cause du manque de lien entre la place du Mercadial et la place du Jourdain notamment sur la rue Verdaussou. Une union commerciale est présente pour fédérer les commerces du centre ancien.

Dans le centre-ville de Graulhet, 95 locaux commerciaux sont recensés sur le périmètre commerçant dont 60 locaux occupés par une activité et 35 locaux vacants, soit 36% de vacance commerciale. Sur le périmètre du Quartier Politique de la Ville (QPV), 121 ont été recensés et 41% sont vacants. Ces vitrines vacantes se situent sur des emplacements stratégiques, notamment sur la place Mercadial. Ces vitrines, en mauvais état, renvoient une image dégradée du centre-ville et n'encouragent pas sa fréquentation.
Dans le centre-ville, la fréquentation des commerces est alimentée par des achats du quotidien et occasionnels.
La densité commerciale est importante.

Concernant la répartition de l'offre commerciale, 13% de l'offre concerne l'alimentaire et 13% des cafés et restaurants. Le taux de commercialité est de 46% dans le centre-ville. Le taux de tertiarisation est de 13%. L'offre en commerces et services de proximité est diversifiée mais peu abondante, avec uniquement de petites surfaces indépendantes.

Répartition des activités commerciales dans le centre-ville de Graulhet
Source : Enquête terrain CCI Tarn – Avril 2022



Le dynamisme est également renforcé par la présence de plusieurs marchés de plein vent hebdomadaires.

Sur le secteur, les vitrines sont hétérogènes avec à la fois des vitrines qualitatives, qui encouragent la fréquentation, et d'autres vieillissantes, peu vendeuses. Le potentiel de places de stationnement gratuites dans les parkings ou le long des voies est présent, bien qu'un point de vigilance soit émis sur cet aspect.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Rabastens

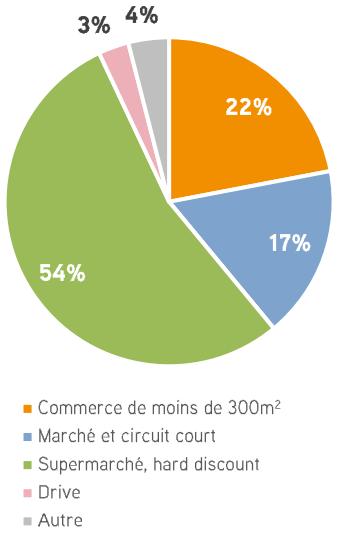
Rabastens compte 98 commerces et services en 2022 et dispose d'une offre commerciale de proximité diversifiée et relativement complète.
La commune polarise une petite offre non alimentaire mais qui reste malgré tout incomplète.

La commune a connu une augmentation de ses établissements entre 2015 et 2020 avec 17 établissements supplémentaires dont 6 dans l'alimentaire, 4 dans les services à vitrine, 4 dans le domaine de la culture et des loisirs et 3 relevant de la catégorie « bazar/occasion ».

Le taux de commercialité de la commune est de 53%.

En 2019, le niveau d'activité de la commune était de 24,3 millions d'euros et a augmenté de plus de 3% depuis 2014. Le niveau d'activité provient à 79% de la vente des produits alimentaires. Cette tendance s'est accentuée depuis 2014. A l'inverse, la part des produits non alimentaires dans le niveau d'activité a diminué et correspond à 21% dont 10% pour l'équipement de la personne, 3% pour l'équipement du foyer, 2% pour le bricolage et le jardinage et 6% pour les biens relevant de la culture, des loisirs, des jeux et du sport.

En matière de forme de distribution, la commune a connu une diminution importante des parts de marché des commerces de moins de 300 m² (-4,4 points entre 2014 et 2019) au profit des marchés et circuits courts qui ont largement augmenté (+3,9 points entre ces deux dates).
Le supermarché reste le principal format générant de l'activité sur le territoire avec 54% du niveau d'activité total.



Répartition du niveau d'activité 2020 par forme de distribution
Source : Traitement OBSéco – Observatoire économique des CCI Occitanie / Enquête flux de consommation des ménages 2014-2019

Zoom sur le centre-ville de Rabastens…

Le centre de Rabastens compte de nombreux commerces, accompagnés de la présence de services administratifs et culturels de niveau local, renforcés par le tourisme. Le centre ancien est également attractif, du fait de la présence de marchés de plein vent hebdomadaires. Dans le centre-ville, 88 locaux à potentiel commercial sont comptabilisés dont 64 sont occupés et 24 vacants, soit 27% de vacance commerciale. Le taux de vacance commerciale est important mais localisé sur les extrémités du périmètre.

Les commerces du centre-ville ont une fréquentation pour des achats quotidiens. Le parcours commercial est assez intuitif, à l'exception de la rue du Pont.
Le taux de commercialité est de 46%. La densité commerciale est importante.

En matière de répartition de l'offre commerciale, 13% des commerces relèvent de l'offre alimentaire de proximité et 17% sont des cafés et les restaurants. L'offre de commerces et services de proximité est diversifiée, avec une offre notable de points de vente dédiés aux équipements de la personne d'occasion. Le taux de tertiarisation y est de 60%.

Les vitrines sont globalement qualitatives bien que certaines puissent faire l'objet d'amélioration. Le stationnement est présent en nombre dans le centre ancien et il est gratuit.

Répartition des activités commerciales dans le centre-ville de Rabastens
Source : Enquête terrain CCI Tarn – Avril 2022

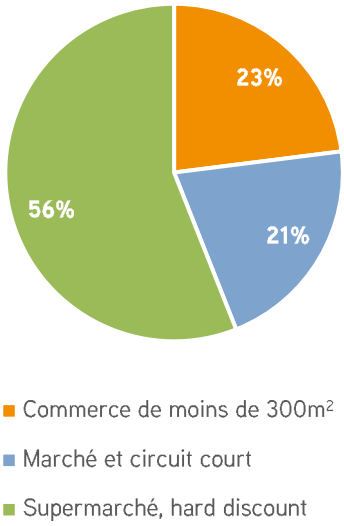
Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Lisle-sur-Tarn

La commune compte 57 commerces et services de proximité en 2022. L'offre présente sur la commune est diversifiée et plutôt complète. Le taux de commercialité y est de 53%.
La commune a connu une augmentation de son nombre d'établissements entre 2015 et 2020 avec 13 établissements supplémentaires dont 5 dans l'alimentaire, 5 cafés et restaurants et 4 établissements dans l'automobile et la moto.

Le niveau d'activité sur la commune en 2019 est de 10,7 millions d'euros. Le niveau d'activité a augmenté depuis 2014 de +20% principalement en raison de l'extension de l'enseigne alimentaire. Le niveau d'activité est réalisé à 87% par la distribution de produits alimentaires en 2020. A noter que 56% du niveau d'activité du territoire est réalisé dans la grande distribution.

L'évolution des formes de distribution depuis 2014 souligne l'importance prise par les marchés et les circuits courts sur le territoire (+4,4 points), ainsi que les supermarchés et le discount.



Répartition du niveau d'activité 2020 par forme de distribution

Source : Traitement OBSéco – Observatoire économique des CCI Occitanie / Enquête flux de consommation des ménages 2014-2019

Zoom sur le centre-ville de Lisle-sur-Tarn…

Le centre ancien de Lisle-sur-Tarn apparaît comme particulièrement attractif, avec notamment la présence de services administratifs et culturels, un attrait touristique de la bastide et également de nombreuses animations dans le cœur de ville. La présence d'un marché de plein vent hebdomadaire renforce le dynamisme du centre.
A noter cependant que le stationnement est un point de vigilance pour l'attractivité commerciale.

Dans le centre-ville, 46 locaux à potentiel commercial sont recensés dont 40 sont occupés et 6 sont vacants (soit 13% de vacance commerciale). Les commerces dans le centre ont une fréquentation pour des achats quotidiens. Le parcours client est très intuitif.
Le taux de commercialité est de 37%. La densité commerciale y est importante.
Concernant la répartition commerciale, 26% de l'offre alimentaire de proximité et 22% pour les cafés et les restaurants. L'offre commerciale et de service de proximité est diversifiée. Le taux de tertiarisation y est de 63%.
Une association de commerçants est à nouveau active.

Les vitrines commerciales sont globalement qualitatives mais pourraient être améliorées notamment pour les cafés et les restaurants.

La difficulté aujourd'hui de Lisle-sur-Tarn est le manque de locaux commerciaux disponibles pour accueillir des porteurs de projets. En parallèle, la reprise et la cession de fonds de commerce sont très peu anticipées.

Répartition des activités commerciales dans le centre-ville de Lisle-sur-Tarn

Source : Enquête terrain CCI Tarn – Avril 2022

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

A retenir

- Le commerce au sein des centralités urbaines est un enjeu transversal qui doit être pensé en cohérence avec l'habitat, l'équipement, l'accessibilité, etc. ;
- Le dispositif Petites Ville de Demain (PVD) peut permettre d'améliorer la dynamique commerciale des centralités urbaines ;
- Des périmètres à réétudier au regard de la dynamique commerciale des centralités urbaines ;
- Des activités de proximité menacée par la concurrence au sein des centralités urbaines d'activités plus lucratives (vigilance de la tertiarisation) ;
- La diversité commerciale doit être préservée pour répondre à un panel large de besoins de consommation ;
- Une armature commerciale existante pour accueillir de nouveaux commerces de proximité.

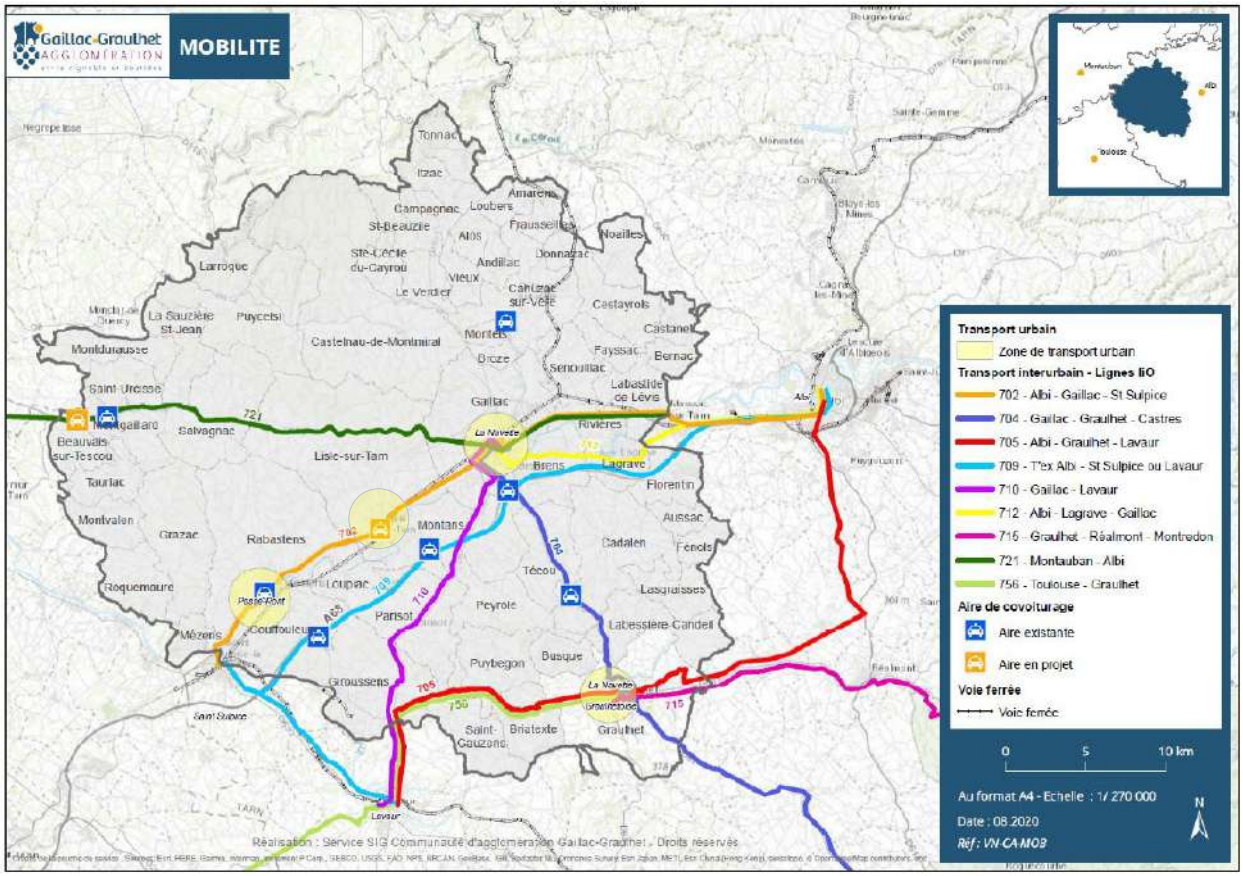
Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

L'analyse qualitative des zones commerciales

Une desserte en transport en commun qui répond aux besoins de tous

Afin de faciliter les déplacements sur le territoire et notamment pour l'accessibilité des commerces, plusieurs moyens de déplacements ont été mis en place :

- Ligne de transport à la demande (TAD) qui permet de se rendre sur l'ensemble des communes de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet ;
- Ligne de réseaux urbains gratuits sur les communes de Rabastens/Coufouleux, Gaillac, Graulhet et Lisle-sur-Tarn.



Ce type de transport favorise les déplacements des habitants non-motorisés (principalement les jeunes et les personnes âgées), notamment en milieu rural.

Le service de TAD se déploie sur l'ensemble du territoire de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet et concerne toutes les communes. Ce dispositif permet de répondre au besoin de transport de l'ensemble de la population, notamment des zones rurales.

Les quatre centralités urbaines qui comptent le plus de commerces sur le territoire sont donc particulièrement bien desservies par une offre de transport en commun gratuit, mise en place par la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet. Ce type d'équipement participe à la fréquentation des commerces dans les centres villes.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Une amélioration sur les aménagements à faire pour encourager les déplacements doux

En matière de déplacements doux et plus spécifiquement d'utilisation des cycles, le territoire compte peu de bandes ou de pistes cyclables aménagées, notamment pour se rendre dans les zones commerciales de périphérie. Les espaces de stationnement pour les cycles y sont limités (peu nombreux, peu visibles) et n'encouragent ainsi pas la pratique des mobilités douces pour se rendre dans les commerces. Des aménagements pourraient être envisagés pour encourager la pratique du vélo.

Les aménagements adaptés pour les piétons dans les pôles commerciaux de périphérie sont également très peu développés, à la fois pour s'y rendre depuis le centre ancien et également pour déambuler entre les différents points de vente d'un pôle commercial (absence de passage piéton pour traverser des voies, sécurisation des cheminements, …).

A contrario, dans les centres anciens, les déplacements piétons sont facilités dans l'ensemble des communes présentant des commerces. Les espaces publics ont dans la plupart des cas été réaménagés pour faciliter les circulations piétonnes. Une vigilance est néanmoins à avoir sur l'étroitesse des trottoirs qui ne permettent pas toujours une accessibilité pour les personnes à mobilité réduite ou avec des achats. L'occupation de l'espace public par des restaurants et des cafés ou bien par des étals commerçants est également compliquée.

Des pôles périphériques en manque de qualité urbaine et paysagère

Beaucoup de commerces se situent donc en périphérie des communes. Ces espaces sont généralement les portes d'entrées sur un territoire et sont la première image donnée de la commune. Aussi, l'aspect paysager, urbain et architectural est majeur.
Aujourd'hui, sur le territoire le moyen de transport privilégié est la voiture individuelle. Les cheminements piétons et cyclables sont très peu présents dans ces secteurs.

Autour de ces commerces, les espaces de stationnement occupent une grande place et sont généralement surdimensionnés au regard de la fréquentation comme en témoigne les photographies suivantes :

Néanmoins, sur plusieurs espaces de stationnement du territoire, des panneaux photovoltaïques ont été installés et permettent ainsi une production d'énergie renouvelable.

En matière de paysage, les espaces sont très peu aménagés et les sols sont particulièrement artificialisés.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

A noter que sur certaines zones commerciales, un aménagement qualitatif des espaces publics a été fait avec des plantations d'arbres, de la signalétique comme c'est le cas dans la zone d'activité de Piquerouge à Gaillac.

Une attention particulière pourrait également être portée sur les enseignes lumineuses dans les espaces commerciaux de périphérie ainsi que dans les centres anciens.

Crédit Photo : AUAT

Un foncier commercial à mobiliser

La Loi Climat et Résilience durcit les règles d'autorisations en CDAC notamment en actant l'interdiction de toute consommation d'espaces liée au développement du commerce lors de l'examen en CDAC des projets commerciaux. Des exceptions sont faites pour les commerces qui seraient implantés à l'intérieur d'un Quartier Politique de la Ville (QPV) ou d'une Opération de Revitalisation de Territoire (ORT), ou s'il y a une compensation. Ainsi, le développement du commerce devra se faire sur des espaces d'ores-et-déjà artificialisés.
Dans un premier temps, le réinvestissement des locaux vacants pourrait être une priorité. Le territoire compte une dizaine de grandes surfaces vacantes au sein des pôles commerciaux périphériques.

Crédit Photo : AUAT

Cette vacance témoigne de différents phénomènes : le turnover de certains commerces avec l'attente d'un potentiel repreneur, des locaux neufs sans preneur ou encore des fermetures définitives qui peuvent devenir à terme des friches.
Dans un second temps, les zones commerciales de périphérie pourraient être optimisées, notamment sur des surfaces commerciales aujourd'hui inoccupées. Sur le territoire, près de 70% de la surface des unités foncières occupées par des grandes surfaces au sein des pôles périphériques ne sont pas bâties et pourraient ainsi être réinterrogées pour de la densification.

Exemple d'emprise au sol des grandes surfaces sur des pôles périphériques de l'agglomération qui pourraient être réinterroger pour accueillir de nouveaux commerces

A retenir

- Une consommation d'espaces importante sur la décennie passée ;
- La nécessité de densifier les emprises foncières dédiées aux commerces de périphéries ;
- La désimperméabilisation et la végétalisation des espaces dédiés au stationnement à développer ;
- Une qualité architecturale et paysagère des commerces de périphéries très inégale ;
- Des efforts constatés en matière de production d'énergie renouvelable à l'œuvre sur le territoire ;
- Des espaces de parking très importants qui offrent des possibilités d'optimisation.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Zoom sur les deux principales polarités commerciales

Deux pôles commerciaux de périphérie concentrent la majorité de l'offre en grandes surfaces et mérite à ce titre un zoom spécifique.

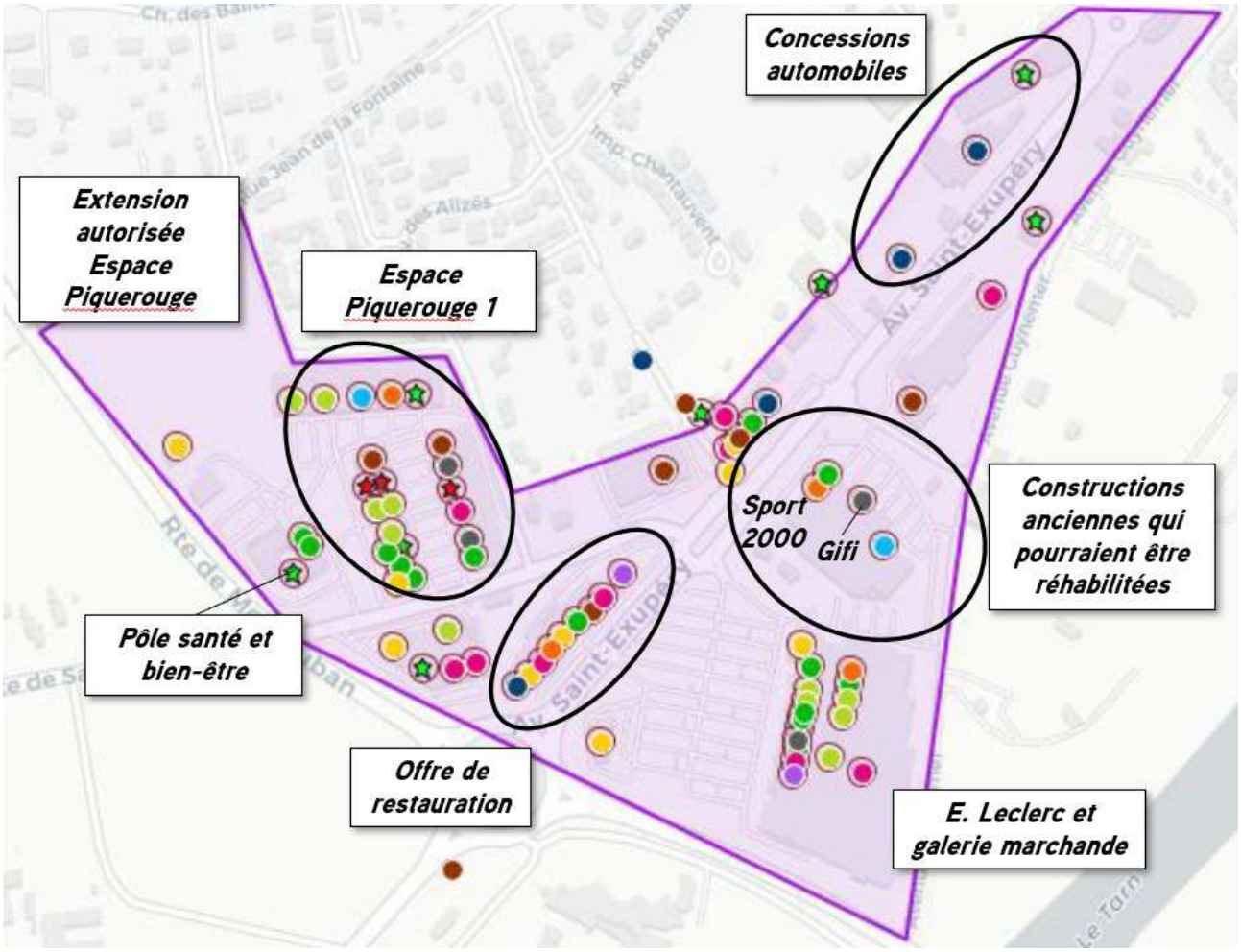
Secteur commercial de Piquerouge à Gaillac

La zone se situe au sud-ouest du centre-ville de Gaillac. Elle s'étend sur plus de 50 000 m² de surface de vente avec une quinzaine de grandes surfaces (sur Piquerouge 1). Sur ce secteur, 77 locaux à potentiel commerciaux sont identifiés dont 4 sont vacants soit une vacance commerciale de 5%.

Le taux de commercialité est de 56% sur la zone. Le taux d'enseigne nationale sur la zone de Piquerouge est de 50%. Les commerces de plus de 300 m² occupent la majeure partie de la surface de vente de la polarité et représentent près de 30 000 m² cumulés.
Le taux de tertiarisation est de 38%. Sur le secteur commercial de Piquerouge, les commerces en lien avec l'hygiène, la santé et la beauté ainsi que les services à vitrine sont les plus nombreux (avec respectivement 21% et 20% de commerces). Les cafés et restaurants occupent 17% des commerces.

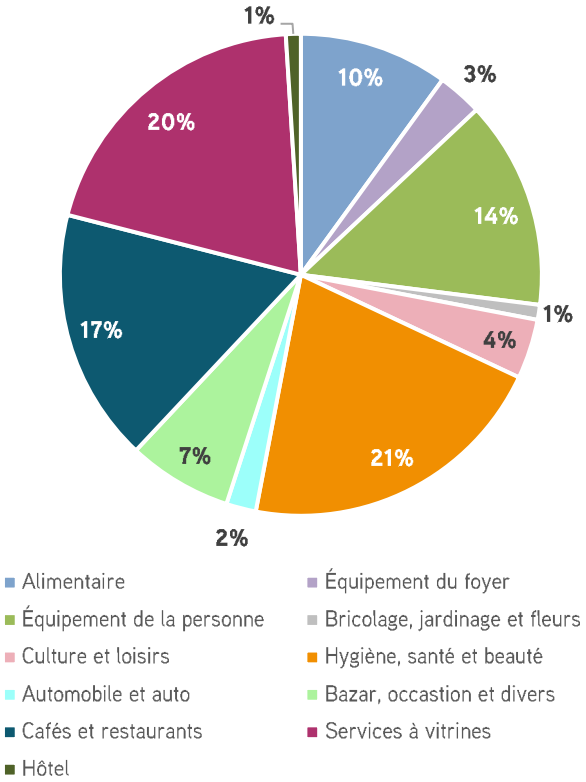
Piquerouge est le premier pôle gaillacois en termes de superficie commerciale et de niveau d'activité.
L'aménagement de la zone s'est fait depuis plusieurs années, autour du centre commercial Leclerc, avec des ensembles commerciaux privés et de qualités diverses. En effet, il apparait que des constructions anciennes seraient en cours de réhabilitation (actuel Gifi, Sport 2000, etc).

Sur le secteur, les parcours clients sont totalement dissociés entre l'hypermarché Leclerc, l'espace commercial de Piquerouge, les secteurs autour du Gifi ou encore le pôle santé. L'utilisation de la voiture est primordiale pour les déplacements internes à la zone, même si les clients souhaitent acheter dans deux commerces de cette polarité commerciale.



Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Répartition des commerces par famille de produits
Source : Enquête terrain CCI Tarn, avril 2022



Par sa localisation, en entrée de ville de Gaillac et à sa proximité du collège, la zone d'activité bénéficie d'une très bonne visibilité.

Sur le secteur de Piquerouge 1, le stationnement est mutualisé entre les différents espaces et permet ainsi de limiter l'artificialisation du sol et d'encourager la pratique de la marche à pied entre les différentes enseignes.

La zone d'activité a connu un important développement depuis 2008. Le secteur commercial de Piquerouge est particulièrement attractif pour la ville de Gaillac. En effet, la zone compte la quasi-totalité des grandes surfaces et enseignes nationales de la ville. Les commerces présents permettent de répondre aux besoins quotidiens de la population avec notamment des commerces alimentaires, une pharmacie, un bureau de tabac mais également plus occasionnels avec des commerces vendant de l'équipement de la maison et de la personne.
Une offre de restauration ainsi que des commerces alimentaires de proximité complètent l'offre commerciale de la polarité.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Sirou - Rieutord à Graulhet

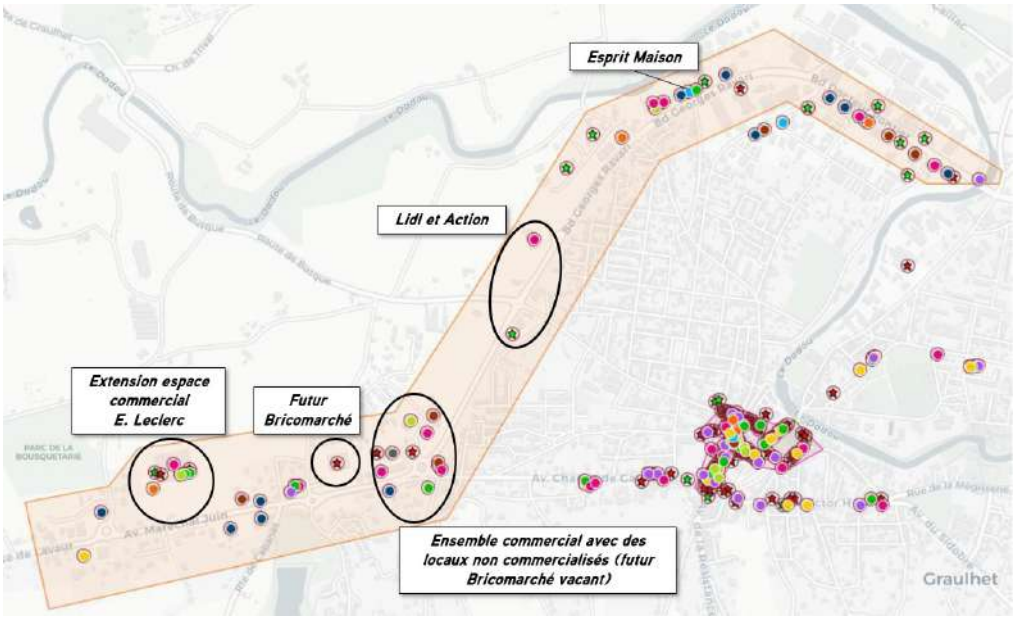
La zone de Sirou - Rieutord se situe au nord et à l'ouest du centre-ville de Graulhet, le long de la RD 631. La commune de Graulhet compte 60 locaux à potentiel commercial dont 53 sont occupés et 7 sont vacants soit 12% de vacance commerciale.

Cette zone commerciale a une fréquentation quotidienne avec notamment une offre commerciale alimentaire, une pharmacie, un tabac, etc, et également une fréquentation plus occasionnelle avec des commerces d'équipement de la maison et de la personne.

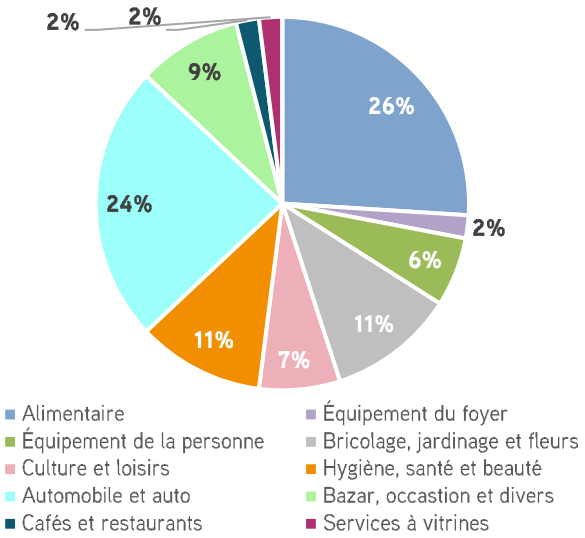
Sur la zone, le taux d'enseigne nationale est de 27%. Les commerces et les enseignes présents sont attractifs, au-delà du bassin de vie, notamment avec des enseignes comme Esprit Maison.

Le secteur compte plusieurs commerces de 300 m² et plus pour une surface cumulée d'environ 24 000 m².
Le taux de tertiarisation du secteur est de 15% et le taux de commercialité est de 61%.

Le graphique ci-dessous met en exergue la présence importante de commerce alimentaire ainsi que de commerces dédiés à l'automobile et à la moto. A l'inverse, l'offre de restauration reste modeste.



Répartition des commerces par famille de produits
Source : Enquête terrain CCI Tarn, avril 2022



Le secteur de Sirou-Rieutord est le premier pôle commercial de Graulhet en termes de nombre de commerces, de superficie commerciale et de niveau d'activité.
La zone est particulièrement visible en entrée de ville.
Elle s'est développée au fil des années, au gré d'investissements privés. L'espace commercial s'est donc structuré autour de plusieurs ensembles commerciaux, de différentes qualités selon l'ancienneté et principalement situés le long de l'axe routier (la plupart des grandes surfaces commerciales se situe sur le secteur du Sirou). Aussi, les parcours clients sont totalement dissociés entre les différents secteurs (Leclerc, Bricomarché, Esprit Maison…). La densité commerciale et la qualité de certains bâtis sont perfectibles.

A retenir

- Nécessité de rendre plus qualitatives les deux polarités commerciales en redonnant plus de place aux piétons, en végétalisant, et en mutualisant le stationnement etc.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

La logistique

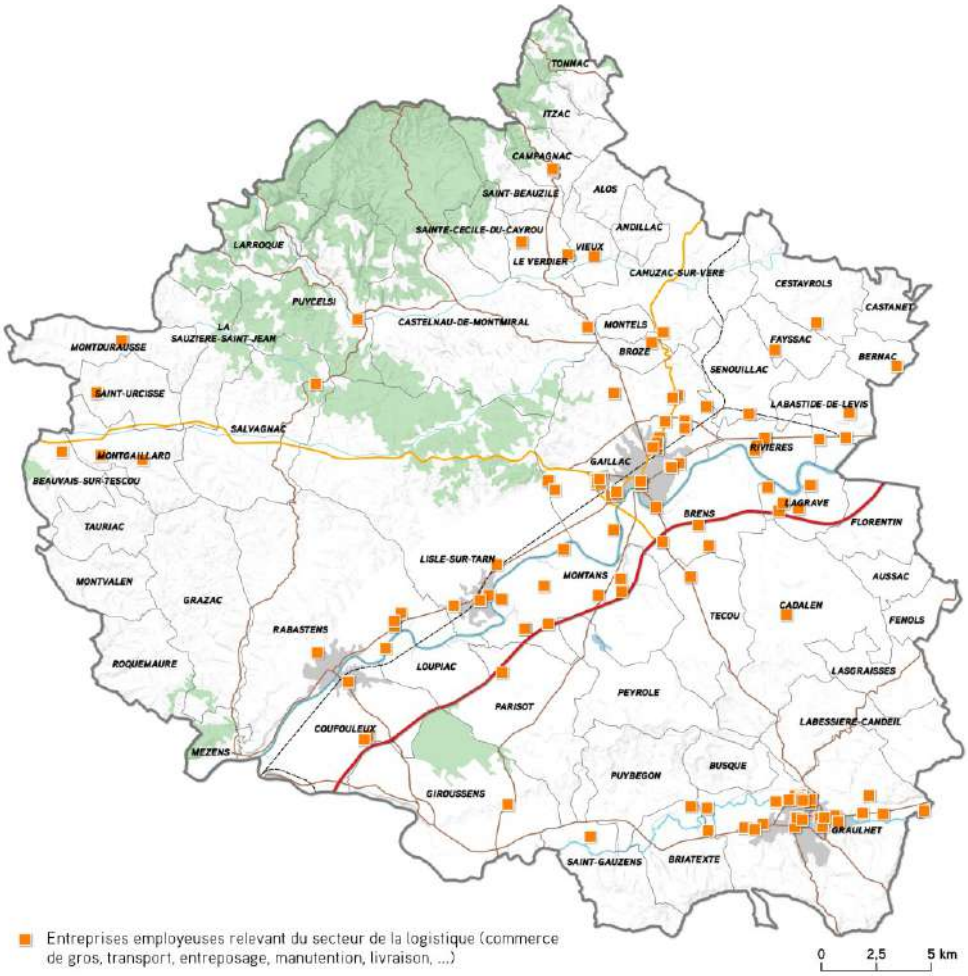
→ **120 établissements** employeurs relevant de la logistique avec **1 140 emplois salariés privés.**

L'évolution des modes de consommation à l'œuvre depuis plusieurs années est à l'origine de nombreux bouleversements pour le commerce physique. Parmi les mutations à l'œuvre, le développement du e-commerce depuis une vingtaine d'années engendre une concurrence pour les activités de commerce traditionnelles et augmente les besoins logistiques. Le déploiement rapide d'entrepôts et de plateformes logistiques pour répondre à ces besoins en plus du soutien au reste des activités économiques génère un certain nombre d'externalités négatives sur les territoires et amène les collectivités à devoir faire face à de nouveaux enjeux en matière d'aménagement : équilibres territoriaux, complémentarité avec les territoires voisins, optimisation et décarbonation des flux, encadrement de la livraison du dernier kilomètre, limitation de la consommation foncière liée à la logistique, etc.

Ces nouveaux enjeux ont amené l'Etat à doter les collectivités de nouveaux outils pour encadrer le développement des activités logistiques et notamment intégrer cette activité spécifique dans les Documents d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC) qui deviennent des Documents d'Aménagement Artisanal, Commercial et Logistique (DAACL) depuis la Loi Climat et Résilience du 22 août 2021. Seule la logistique commerciale est couverte par les règles édictées par ce document ce qui signifie que la logistique qui répond aux besoins industriels ou agricoles en est exclue. Les DAACL permettent en particulier de définir, comme pour le commerce, les localisations préférentielles et les conditions d'implantations des nouvelles constructions logistiques
(Article L141-6 du Code de l'Urbanisme).

Les établissements logistiques et les établissements « générateurs de flux »

Le territoire de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet compte un peu plus de 120 établissements employeurs relevant de la logistique. Ces entreprises sont spécialisées dans les activités de transport, de stockage et de manutention de marchandises ainsi que dans le commerce de gros (hors agriculture et équipements industriels). Une trentaine de communes du territoire disposent d'au moins une entreprise relevant de ce secteur. Toutefois, ce sont les zones d'activités les plus proches de l'A68, axe routier structurant pour le territoire, qui disposent du plus grand nombre d'établissements exerçant une activité logistique. Ainsi, à travers leurs zones d'activités respectives, les communes de Montans, de Brens, ou de Lagrave polarisent les établissements de transport. Les deux pôles économiques de Gaillac et Graulhet disposent également d'une activité logistique significative en soutien des autres activités économiques présentes sur ces deux communes (industrie, agroalimentaire, recyclage, BTP, …).



Localisation des entreprises employeuses relevant de la logistique sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet
Source : Insee Sirene 2024

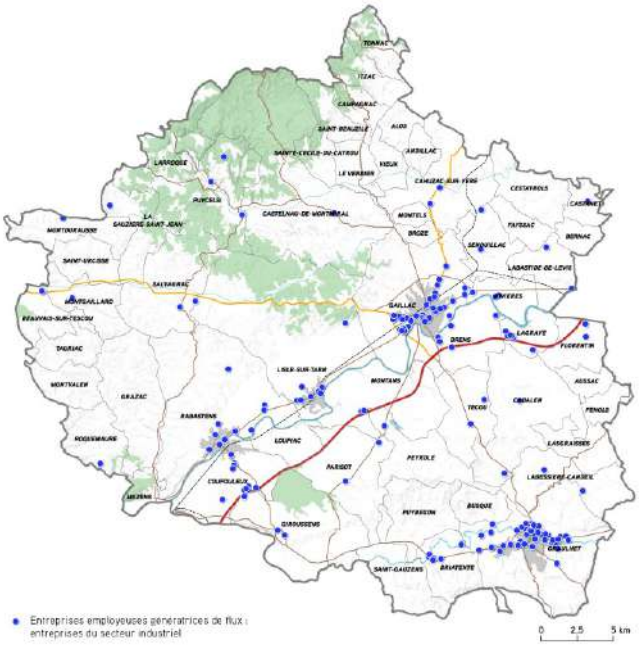
Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

L'activité logistique, généralement organisée sous forme de « chaine logistique » entre les lieux d'approvisionnement en ressources ou en biens physiques et les lieux de consommation, avec parfois de multiples opérateurs intermédiaires (grossistes, plateformes de stockage…) polarise les flux de marchandises en différents points du territoire. Ces acteurs à l'origine des flux logistiques sont de trois natures différentes et structurent de manière différenciée ces flux en provenance ou en direction de l'extérieur du territoire mais aussi à l'échelle de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet.
Les producteurs de « ressources » sont le premier « générateur de flux ». La Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet n'étant pas une porte d'entrée directe des importations de biens manufacturés (port, aéroport, plateforme logistique d'envergure nationale), c'est essentiellement l'activité agricole qui est à l'origine de ces flux de marchandises spécifiques à partir des différents lieux de production qui se répartissent sur le territoire (culture céréalière, viticulture…).

Le second « générateur de flux » est le tissu d'entreprises du territoire relevant de secteurs économiques qui par leur activité engendrent des flux logistiques. Quatre secteurs d'activités répondent à ce critère sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet :

- Les entreprises industrielles sont à l'origine de flux de marchandises conséquents aussi bien, en termes de matière première, qu'en biens manufacturés qui sortent des chaines de production. Près de 200 établissements relevant d'une activité industrielle sont implantées sur la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet en 2024 et polarisent les flux au sein des principaux parcs d'activité du territoire, notamment sur les communes de Gaillac et Graulhet. Il est à noter que la logistique industrielle ne sera pas traitée dans le cadre du Document d'Aménagement Artisanal Commercial et Logistique ;

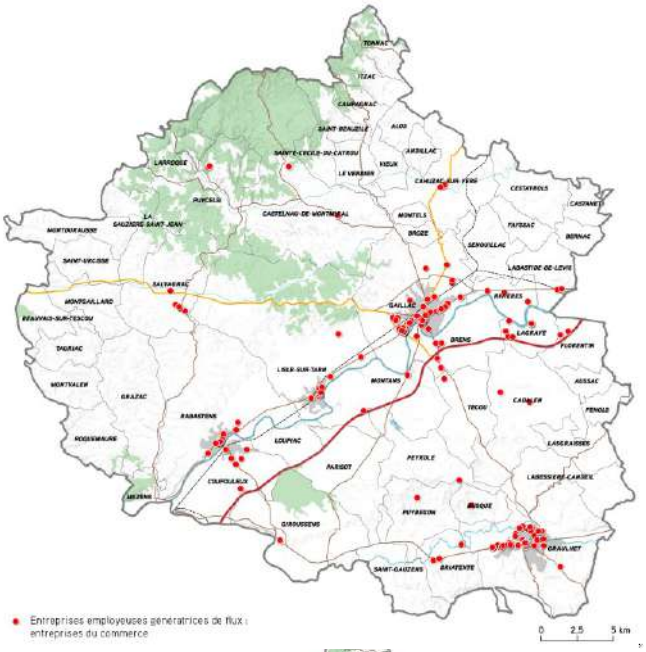
Localisation des entreprises employeuses génératrices de flux dans le secteur industriel
Source : Insee Sirene 2024



- Dans le prolongement, le commerce de détail à destination des habitants du territoire est un « générateur de flux » important avec des enjeux spécifiques (fréquence, chaine de froid, multitude de points de livraison…). La géographie du commerce, avec des points de vente aussi bien implantés en périphérie qu'au sein des centralités urbaines, génère des flux de marchandises de natures différentes. Il soulève la problématique des livraisons en centre-ville souvent génératrices de conflits d'usages ;

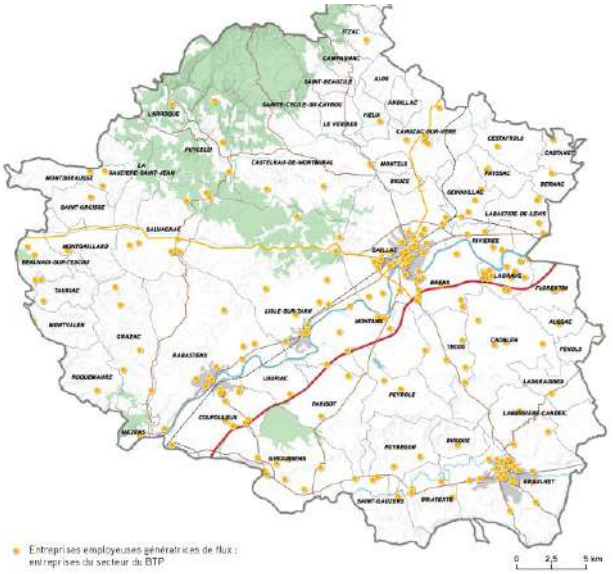
Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

- Les plus de 270 entreprises (établissements employeurs) du bâtiment présentes sur le territoire sont un autre secteur d'activités qui génèrent des flux logistiques conséquents. Leurs implantations moins polarisées que l'industrie ou le commerce de gros et la localisation des chantiers sur des territoires économiques comme résidentiels complexifie la matrice des origines - destinations des flux de marchandises essentiellement constitués de matériaux de construction (problématique de gabarit des voiries) ;



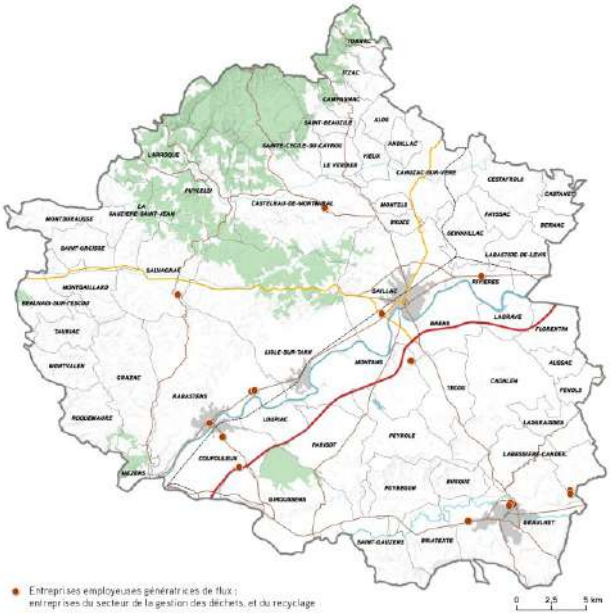
Localisation des entreprises employeuses génératrices de flux dans le commerce / *Source : INSEE Sirene 2024*

- Enfin, la gestion des déchets et le recyclage est une activité économique stratégique pour la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet et génératrice de flux logistique depuis la collecte jusqu'au transit des produits retraités. Bien que peu nombreux sur le territoire (moins d'une cinquantaine avec les organismes publics de gestion des déchets), la taille importante de ces établissements, et la volonté de développer cette activité qui participe à l'économie circulaire, doit amener à prendre en considération ces flux de marchandises spécifiques ;



Localisation des entreprises employeuses génératrices de flux dans le BTP / *Source : INSEE Sirene 2024*

En plus de la production agricole et des entreprises du territoire, les habitants sont le troisième gros « générateur de flux ». La montée en puissance du e-commerce a massifié les besoins de livraison vers les zones résidentielles, qu'elles soient situées dans les cœurs urbains ou dans les zones périurbaines pavillonnaires. Le développement de ces livraisons à des particuliers aussi appelée « logistique du dernier kilomètre » est aujourd'hui au centre des attentions puisqu'elle génère de nombreuses externalités négatives pour les territoires (stationnement, pollution, engorgement…). Elle est ainsi une problématique d'aménagement du territoire à part entière pour les collectivités sur des enjeux tels que la décarbonation et l'optimisation des flux de livraison ou l'implantation de nouveaux entrepôts dans un contexte de « zéro artificialisation nette ». La « logistique de retour », avec le principe de l'échange gratuit des produits achetés sur le web qui se généralise, et le développement de la seconde main, est aujourd'hui un phénomène à prendre en compte dans la structuration des flux logistiques.



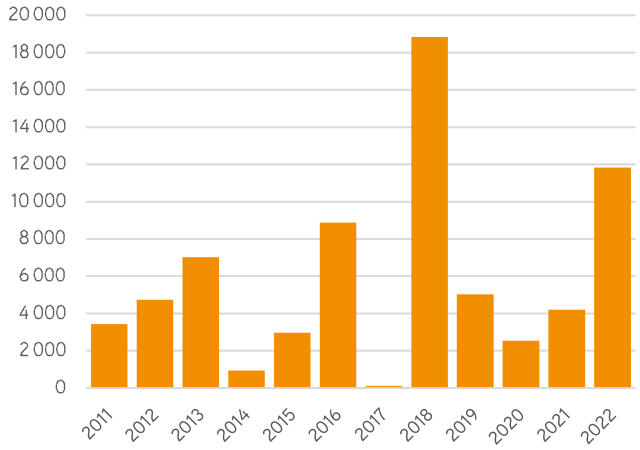
Localisation des entreprises employeuses génératrices de flux dans la gestion des déchets et du recyclage / *Source : INSEE Sirene 2024*

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

La création d'entrepôts pour les besoins de la logistique

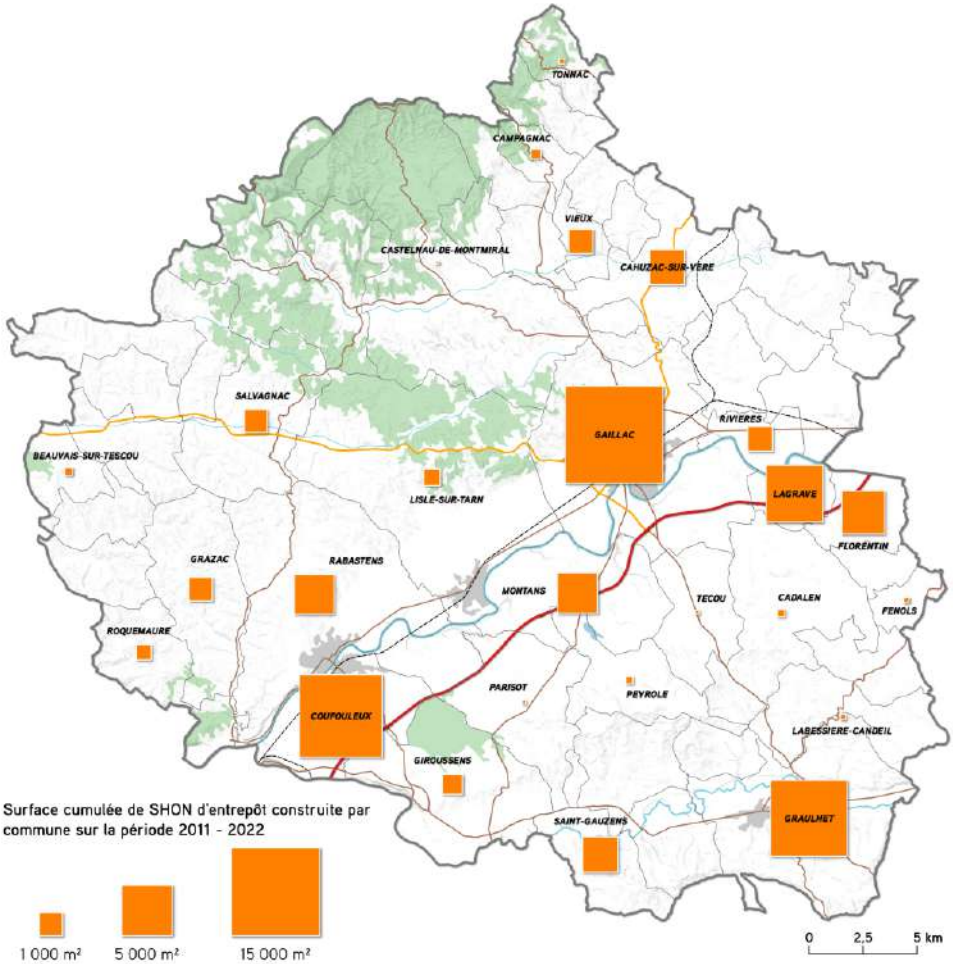
L'analyse des créations d'entrepôts destinés aux activités logistiques sur une période de 10 ans grâce aux données d'autorisation de permis de construire (dont la construction a été engagée) montre une augmentation du besoin de ce type de produit immobilier sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet. Alors que sur la période 2011 – 2016, les surfaces construites s'élevaient à 4 700 m² de surface hors d'œuvre nette (SHON) par an, elles ont progressé sur la période 2016 – 2022 pour atteindre une moyenne de 7 000 m² par an. Ce sont ainsi 70 000 m² de SHON qui ont été construits sur la décennie et qui se répartissent sur 26 communes de l'agglomération. Par rapport à l'ensemble de l'immobilier d'entreprise (bureaux, locaux d'activités, commerces, …) construit sur la même période, la logistique représente 31,7% des nouvelles constructions.

Évolution des surfaces construites des entrepôts par année
Source : Sitadel Base des permis commencés



Cette variable permet également de mettre en lumière la géographie du parc d'entrepôt logistique sur le territoire. Gaillac a vu la construction de 18 300 m² d'entrepôts, soit 26% du total. Coufouleux et Graulhet suivent avec respectivement la création de près de 13 200 et 11 200 m² entre 2011 et 2022. Les communes de Lagrave, Florentin, Montans et Rabastens situées le long de l'A68 concentrent près de 23% (16 000 m²) de la création d'entrepôts sur la décennie passée ce qui souligne le rôle majeur de cet axe autoroutier dans la structuration des flux logistiques du territoire (42% en ajoutant Coufouleux

Surface cumulée de SHON d'entrepôt construite par commune sur la période 2011-2022 / *Source : Sitadel Base des permis commencés*



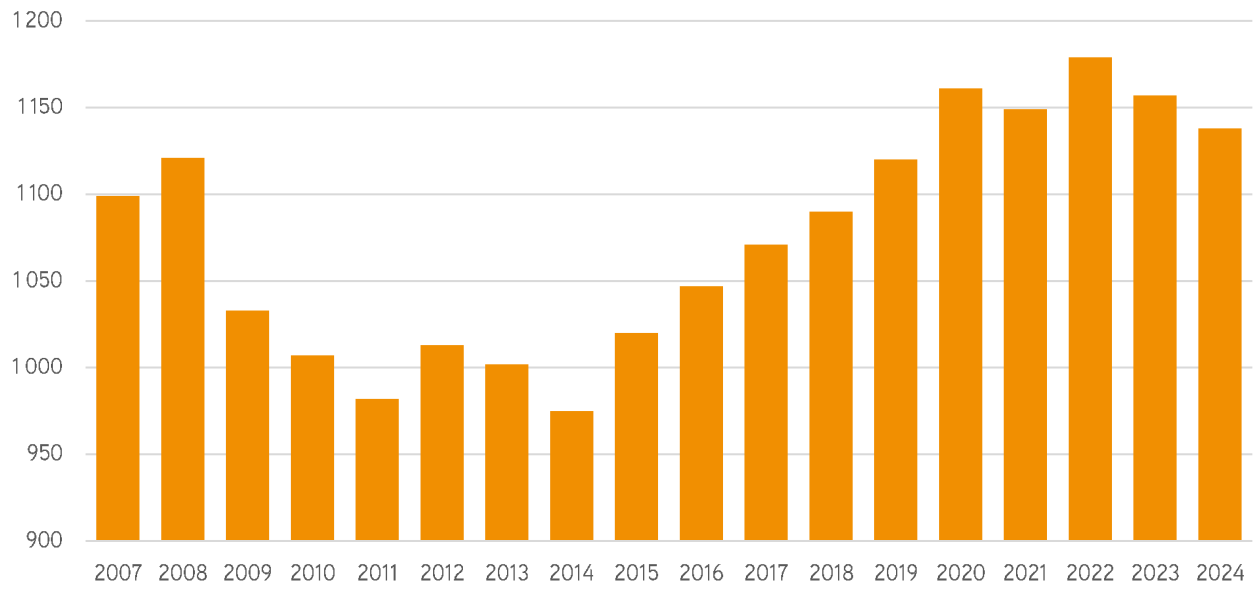
Il est à noter que plusieurs collectivités proches de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet ont des projets de développement importants. C'est notamment le cas de la Communauté de Communes Grand Sud Tarn et Garonne, avec la zone Grand Sud Logistique sur la commune de Montbartier, de la Communauté de Communes du Frontonnais avec le plateforme logistique Eurocentre, et de la Communauté de Communes limitrophe de Tarn-Agout avec le développement de la Zone des Portes du Tarn (Occitanie Zones Économiques (OZE) de la Région Occitanie).

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

L'emploi salarié du secteur de la logistique

Le secteur de la logistique comme toute activité économique est pourvoyeur d'emplois. La Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet compte 1 140 emplois salariés privés au sein des entreprises exerçant une activité logistique en 2024. Elle représente 10,0% de l'ensemble de l'emploi salarié du territoire. Cette proportion est plus élevée que pour les deux autres communautés d'agglomération du département du Tarn avec respectivement 6,9% et 7,2% pour l'Albigeois et Castres-Mazamet. Elle reste toutefois très en-deçà de territoires comme le Frontonnais ou le Grand Sud Tarn et Garonne avec des taux qui s'élèvent respectivement à 44% et 37,5% de l'emploi salarié total. Cela témoigne du statut de fonction support au reste de l'activité économique de la logistique implantée sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet qui ne porte pas l'ambition d'être un pôle logistique d'envergure régionale comme le sont les deux EPCI précédemment cités.
En cohérence avec la création de nouveaux entrepôts, ce volume d'emplois est en légère croissance depuis une quinzaine d'année (+0,2% par an en moyenne).
Cette croissance résulte de plusieurs dynamiques et notamment une diminution de l'emploi de -1,7% par an en moyenne entre 2007 et 2014, suivi d'une progression importante de 3% par an en moyenne jusqu'en 2020. Ces dernières années, la tendance est à la diminution du nombre d'emplois avec -0,5% par an en moyenne entre 2020 et 2024.
Ce sont essentiellement les sous-secteurs du transport et des grossistes (hors agriculture et industrie) qui sont pourvoyeurs d'emplois sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet et qui portent la croissance.

Évolution des surfaces construites des entrepôts par année
Source : URSSAF 2007-2024



Le développement d'activité économique à forts besoins logistiques (industrie, agriculture…), du e-commerce et des livraisons à domicile peuvent expliquer ce phénomène. Le secteur a d'ailleurs été parmi les plus épargnés par la crise sanitaire de la covid-19 avec un marché de l'emploi qui n'a pas connu les soubresauts vécus par les autres activités économiques du fait de la fermeture de nombreux commerces et du recours très important aux livraisons à domicile.
Les emplois du secteur de la logistique se répartissent sur une vingtaine de communes. Trois d'entre elles concentrent 77% des emplois du secteur : Gaillac qui compte près de 435 emplois dans le domaine de la logistique, Graulhet avec 241 emplois et Montans avec le développement des Transports Maurel qui concentre 201 emplois en 2024.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Les infrastructures « support » de la logistique et les flux

Les flux logistiques s'organisent autour des infrastructures routières du territoire. En premier lieu, l'A68 qui traverse la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet d'ouest en est, en reliant Toulouse à Albi, est l'équipement structurant pour les activités logistiques. L'autoroute polarise les flux, et les zones d'activités essaimées le long de son tracé concentrent les entreprises liées à ce secteur d'activités. En matière de flux, deux points de comptage de trafics routiers permettent de connaître le volume de poids lourds qui transitent sur cet axe. A Lisle-sur-Tarn, 1 900 camions circulaient chaque jour, en 2023, soit 7,5% du trafic global, et à hauteur de Florentin, 1 950 poids lourds transitaient soit 7,2% du trafic. Cet indicateur doit toutefois être appréhendé avec prudence puisque la logistique n'est pas le seul motif de déplacement des poids lourds (BTP, transport de personnes…) sur les axes routiers de l'agglomération. Par ailleurs, les flux enregistrés n'ont pas forcément pour destination le territoire gaillaco-graulhetois et peuvent être simplement des flux qui traversent cet espace. C'est particulièrement significatif sur un axe d'envergure régionale voire nationale comme l'A68.
Le réseau de routes départementales structure également les flux logistiques, même si les volumes de trafic observés sont moins importants. A ce titre, la D999 qui relie Gaillac à Montauban voit passer 670 poids lourds par jour en 2023, la D964 entre Gaillac et Graulhet sert à 500 poids lourds par jour, la portion de la D988 située entre Rabastens et Gaillac est empruntée par 250 véhicules chaque jour et 280 poids lourds transitent par la D631 entre Graulhet et Rabastens.
La Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet ne dispose pas d'infrastructures de transport adaptées au fret ferroviaire (gare de triage), au fret aérien et au fret fluvial (pas de voie navigable).

A retenir

- Une offre logistique qui répond aux besoins de l'économie locale (agriculture, industrie, recyclage, BTP…) sans rayonnement sur les territoires limitrophes ;
- Des besoins en immobilier logistique en croissance pour soutenir le développement économique et la croissance du e-commerce ;
- Une dynamique d'emploi positive pour les activités logistiques cohérente avec le développement du secteur ;
- L'A68, un axe structurant qui polarise les flux logistiques notamment des poids-lourds et l'implantation des entreprises de la logistique.

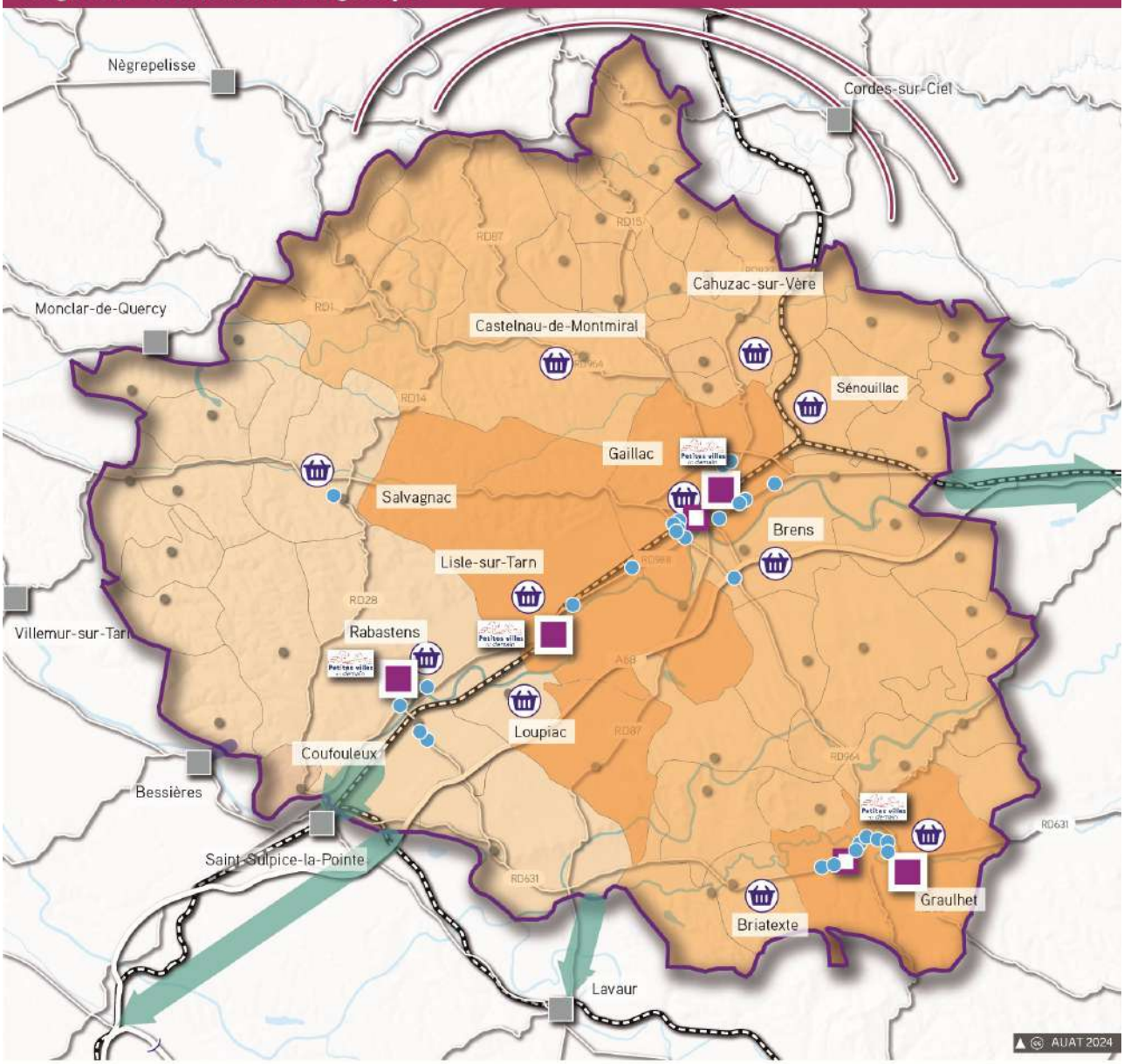
Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Diagnostic commercial et logistique > Synthèse

Les points forts	Les points de vigilance	Les enjeux
• Un poids économique conséquent à considérer dans les réflexions sur les équilibres territoriaux • Le dispositif Petites Villes de Demain (PVD) comme un moyen d'améliorer la dynamique commerciale des centralités urbaines • La présence de formes de commerces alternatives pour répondre aux besoins quotidiens en zone rurale (circuits courts, commerces itinérants, marchés…) • Des espaces de parking très importants qui offre des possibilités d'optimisation	• Une évasion commerciale importante sur la consommation non alimentaire • Une vacance importante sur les centralités urbaines de l'agglomération malgré des résultats contrastés • Des freins importants à la résorption de la vacance (locaux inadaptés, rétention…) • La nécessité de densifier les emprises foncières dédiées aux commerces de périphéries • Une qualité architecturale et paysagère des commerces de périphéries perfectible bien qu'inégale • Une consommation d'espace importante pour le développement du commerce	⇒ La rétention commerciale à améliorer en particulier sur le non alimentaire ⇒ Un développement mesuré du commerce alimentaire et non alimentaire en cohérence avec les évolutions démographiques et les attentes des consommateurs ⇒ Le commerce au sein des centralités urbaines : enjeu transversal pour l'habitat, l'équipement, l'accessibilité, etc. ⇒ Le maintien des activités de proximité au sein des centralités urbaines (vigilance de la tertiarisation) ⇒ Le maintien de la diversité commerciale ⇒ L'appui sur l'armature commerciale existante pour accueillir de nouveaux commerces de proximité ⇒ Les synergies à encourager entre l'implantation de l'offre en équipements et l'offre commerciale de proximité ⇒ Des espaces de parking très importants qui offre des possibilités d'optimisation ⇒ La désimperméabilisation et la végétalisation des espaces dédiés au stationnement ⇒ Une accessibilité des commerces par les modes doux et en transport en commun à développer ⇒ L'optimisation du foncier consommé pour le développement de la logistique ⇒ La complémentarité avec les territoires limitrophes, en particulier la zone des Portes du Tarn ⇒ L'optimisation des flux logistiques s'appuyant sur les axes de transport structurants ⇒ L'accompagnement du développement de la logistique de proximité (dernier kilomètre) lié aux changements de modes de consommation

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Diagnostic commercial et logistique



- Zone de chalandise alimentaire et non-alimentaire primaire
- Zone de chalandise alimentaire primaire et secondaire pour le non-alimentaire
- Zone de chalandise alimentaire secondaire
- Zone de chalandise alimentaire tertiaire qui s'étend sur le cordais
- Evasion commerciale
- Grandes surfaces (alimentaire et non alimentaire)
- Principales polarités commerciales identifiées par la CCI : les centralités
- Principales polarités commerciales identifiées par la CCI : les pôles périphériques
- Communes dans le dispositif Petites Villes de Demain (PVD*)
- Localisation des marchés de plein vent du territoire
- 1 011 commerces et services de proximité pour 2 900 salariés

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

PROJET D'AMÉNAGEMENT STRATÉGIQUE (PAS)

Le PAS planifie le développement des activités commerciales au sein de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet, au travers de six grandes orientations :

- Agir pour un développement mesuré du commerce qui répondra aux besoins supplémentaires liés à la croissance démographique et aux mutations du commerce et aux enjeux de transition écologique ;
- S'appuyer sur l'armature territoriale pour orienter l'accueil de nouveaux commerces en favorisant un fonctionnement de proximité ;
- Prioriser l'accueil du commerce au sein des centralités pour maintenir leur attractivité et favoriser une consommation de proximité ;
- Encourager une diversification de l'offre au profit des commerces favorisant une consommation durable, qualitative et de proximité ;
- Repenser les zones commerciales de périphérie pour améliorer la qualité urbaine et l'intégration paysagère de ces espaces.
- Prioriser la logistique aux abords de l'A68, tout en veillant à la sobriété foncière

Un extrait du PAS, sur le volet Artisanal, Commercial et Logistique est repris dans les pages suivantes.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

4.D - Cibler le développement du commerce pour favoriser une consommation de proximité

L'activité commerciale au sein de la Communauté d'Agglomération est un élément clé du développement économique. Les élus souhaitent permettre un développement du commerce cohérent avec les projections d'accueil démographiques retenues pour le territoire et maintenir l'attractivité commerciale. La stratégie commerciale du territoire passe par une priorisation des commerces dans les centres-bourgs.

Agir pour un développement mesuré du commerce qui répondra aux besoins supplémentaires liés à la croissance démographique, aux mutations du commerce et aux enjeux de transition écologique

Les nouvelles implantations devront :

- Répondre aux besoins de consommation supplémentaires générés par l'accueil de nouveaux habitants ;
- Limiter l'évasion commerciale constatée pour le non alimentaire ;
- Permettre la recomposition du commerce physique face aux nouveaux modes de consommation (proximité, circuits-courts…).

Une attention particulière sera portée sur les risques d'apparition d'une suroffre et sur les effets de concurrence entre les pôles commerciaux. En particulier, cela vise à prévenir le turn-over important et la vacance commerciale sur l'ensemble des polarités. Le développement du commerce se fera dans le respect des objectifs de durabilité et de qualité urbaine portée par le SCoT en promouvant la limitation de la consommation d'espaces et la densification, le fonctionnement de proximité des territoires et une intégration urbaine vertueuse des constructions commerciales.

S'appuyer sur l'armature territoriale pour orienter l'accueil de nouveaux commerces en favorisant un fonctionnement de proximité

En cohérence avec les orientations d'accueil de population et d'emplois et pour répondre au principe de fonctionnement des territoires par bassin de vie, le développement des activités commerciales sera adapté en fonction de l'armature territoriale définie par le projet d'aménagement.

Chaque niveau d'armature urbaine devra répondre aux différents besoins de consommation des habitants (quotidiens, hebdomadaires, occasionnels), tout en respectant le principe de priorisation des centralités urbaines. Les communes rurales de l'armature territoriale feront l'objet d'une attention particulière pour permettre aux habitants de disposer des commerces répondant aux besoins courants de consommation dans un environnement proche. Les commerces non sédentaires pourront compléter cette offre le cas échéant pour favoriser le maintien des populations, notamment les plus âgées, sur ces communes.

Prioriser l'accueil du commerce au sein des centralités urbaines pour maintenir leur attractivité et favoriser une consommation de proximité

L'attractivité des centralités urbaines est un enjeu transversal reposant sur les orientations portées par le SCoT en matière d'habitat, d'équipements, d'espace public, d'accessibilité, etc.

Le commerce, facteur de lien social et de convivialité, doit également servir à conforter cette attractivité en attirant les habitants permanents ou de passage (tourisme) vers les cœurs historiques.

Prioriser le commerce dans les centralités

Afin de soutenir le dynamisme économique et commercial des centralités, et en corrélation avec les dispositifs mis en œuvre (programme Petites Villes de Demain (PVD) dont bénéficient les communes de Gaillac, Graulhet, Lisle-sur-Tarn et Rabastens par exemple), l'accueil du commerce au sein des centralités urbaines sera privilégié par rapport aux zones commerciales de périphérie pour les commerces qui peuvent s'intégrer dans cet environnement urbain.

Cette priorisation sera accompagnée par la mise en place d'outils règlementaires et opérationnels pour :

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

- Limiter et résorber la vacance commerciale existante ;
- Promouvoir le réinvestissement des cellules inoccupées.

Une vigilance particulière sera portée sur la diversité commerciale des centres anciens afin de prévenir la tertiarisation (services commerciaux) de l'offre.

Renforcer les équipements dans les centres anciens et repenser les espaces publics

De manière plus générale, la présence de flux (habitants, actifs, touristes…) étant prépondérante dans le modèle économique du commerce, les synergies avec le déploiement de l'offre d'équipements notamment publics au sein des centralités urbaines seront recherchées.

Par ailleurs, la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet souhaite mettre en place des actions favorisant l'amélioration de la qualité des parcours marchands au sein des centres historiques notamment par l'amélioration et l'embellissement des espaces publics.

Encourager une diversification de l'offre au profit des circuits-courts en favorisant une consommation durable, qualitative et de proximité

Le territoire de l'Agglomération dispose d'une activité agricole riche et variée qui trouve déjà des débouchés au sein du tissu commercial local.

En complémentarité avec le Projet Alimentaire Territorial (PAT), la collectivité souhaite promouvoir les initiatives permettant de valoriser les productions locales, y compris de produits finis.

L'objectif est d'accompagner le développement des différentes formes de commerces qui permettent aux habitants de consommer les produits fabriqués sur le territoire : marchés de plein-vent, circuits-courts, ventes à la ferme, magasins de producteurs…. Ces formats de distribution devront contribuer à l'attractivité des centralités urbaines.

Repenser les espaces commerciaux de périphérie pour améliorer la qualité urbaine et l'intégration paysagère de ces espaces

Optimiser le foncier commercial

Conformément aux attentes législatives, dans le cadre de l'installation de nouveaux commerces ou de l'évolution des points de vente existants, les développements sur des espaces déjà artificialisés seront la règle.

Toujours dans une optique d'optimisation, et lorsque cela sera pertinent une mutation des espaces de stationnement sera encouragée. L'objectif est de dimensionner au plus juste ces surfaces à partir des usages réels, et le cas échéant, de permettre l'accueil de nouveaux bâtiments en densification.

En complément, la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet portera une attention particulière aux espaces bitumés en promouvant des traitements paysagers plus qualitatifs via, notamment, la végétalisation et la désimperméabilisation.

Corréler mobilités et activités commerciales

En matière de mobilité, l'accueil de nouveaux commerces sera priorisé au sein des espaces commerciaux de périphérie qui permettent un accès par les modes de déplacements alternatifs à la voiture. A ce titre, le développement des modes actifs (voies cyclables, cheminements piétons…) et des transports en commun dans ces secteurs sera un objectif de la collectivité.

Dans le prolongement, le mitage de l'offre commerciale au sein des zones dédiées aux activités productives ou le long des principaux axes routiers sera limité.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Prioriser l'implantation des activités de logistique commerciale sur les zones d'activités situées aux abords de l'A68 et sur le bassin graulhétois

Aujourd'hui, la logistique commerciale se développe fortement du fait des changements de modes de consommation des habitants (e-commerce) et cet essor génère des besoins immobiliers conséquents. Elle est aujourd'hui décriée pour les nuisances que son déploiement génère notamment en matière de consommation d'espaces et de flux de poids lourds.

Prioriser la logistique aux abords de l'A68 et sur le bassin graulhétois, tout en veillant à la sobriété foncière

En conséquence, pour lutter contre ces externalités négatives, le développement de nouveaux bâtiments répondant aux besoins de la logistique commerciale sera priorisé aux abords de l'axe de transport structurant pour le territoire, l'A68 et sur le bassin graulhétois. A ce titre, les zones d'activités situées à proximité de l'autoroute et sur le bassin graulhétois seront ciblées en priorité pour l'accueil des nouvelles constructions.

Ces espaces feront l'objet d'une attention particulière de la collectivité pour promouvoir des formats limitant la consommation d'espaces et l'imperméabilisation des sols, et favorisant une bonne intégration paysagère et une meilleure qualité énergétique (isolation et production d'énergie notamment).

Soutenir la logistique du dernier kilomètre

Par le biais du SCoT, la Communauté d'Agglomération souhaite accompagner le développement de la logistique de proximité en répondant aux enjeux de la livraison du dernier kilomètre. Par ailleurs, la stratégie du territoire en matière de logistique commerciale se déclinera en complémentarité avec les développements à l'ordre du jour sur les territoires voisins, notamment sur le secteur des Portes du Tarn.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

© Toscane Occitane

DOCUMENT D'ORIENTATION ET D'OBJECTIFS ET DAACL

Les orientations du PAS sont déclinées dans le Document d'Orientation et d'Objectifs (DOO) du SCoT par l'intermédiaire d'un ou plusieurs objectifs. Certains d'entre eux font l'objet d'un traitement particulier en fixant notamment des conditions d'implantations pour les constructions commerciales et les constructions logistiques commerciales et intègrent le Document d'Aménagement Artisanal Commercial et Logistique (DAACL) contenu dans le DOO. Une mention spécifique précise en amont les objectifs intégrant le DAACL.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Préambule

Les orientations du Projet d'Aménagement Stratégique matérialisant l'ambition de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet en matière d'aménagement commercial sont déclinées dans le Document d'Orientation et d'Objectifs (DOO) du SCoT par l'intermédiaire d'un ou plusieurs objectifs. Ils sont traduits en règles et orientations opposables pour répondre aux ambitions de consolidation de l'armature territoriale par le commerce, de priorisation des centralités urbaines pour l'accueil de magasins et de refonte des espaces commerciaux de périphérie.

Les orientations du présent DOO encadrant les nouvelles implantations s'appliquent à l'ensemble des établissements relevant du commerce de détail. A cet effet, les activités commerciales suivantes sont concernées :

- Les commerces de toutes tailles y compris les commerces automobiles ;
- L'artisanat commercial (boulangerie, boucherie, coiffeur…) ;
- Les services commerciaux aussi appelés « services à vitrine » (agences bancaires, agences d'assurances, agences immobilières, services à la personne à vitrine, auto-école…) ;
- Les activités d'hôtellerie et de restauration,
- Les points de retrait de marchandises commandées par internet (drive).

Les activités du commerce de gros ne sont pas couvertes par les dispositions relatives au commerce. En particulier, les établissements relevant du commerce de gros dédié à l'activité agricole (motoculture notamment) ne sont pas soumis aux règles présentées ci-dessous. Cette typologie d'activité est régie par les objectifs relatifs aux territoires de l'économie (dédiés et mixtes) de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet au sein du Projet d'Aménagement Stratégique et du Document d'Orientation et d'Objectifs.

Certains objectifs font l'objet d'un traitement particulier en fixant notamment des conditions d'implantations pour les constructions commerciales et les constructions logistiques commerciales et intègrent le Document d'Aménagement Artisanal Commercial et Logistique (DAACL) contenu dans le Document d'Orientation et d'Objectifs. Une mention spécifique précise en amont les objectifs intégrant le DAACL.

Il doit encadrer l'implantation des « équipements commerciaux qui, en raison de leur importance, sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'aménagement du territoire, le commerce de centre-ville et le développement durable » *(art. L.141-6 du Code de l'Urbanisme).*

Le contexte commercial à l'échelle de la Communauté d'Agglomération et le diagnostic de l'offre en activité conduit à faire porter les règles du DAACL sur les commerces de détail de plus de 300 m² de surface de vente. De facto, l'ensemble des grandes et moyennes surfaces dont l'implantation peut être soumise à un examen par la Commission Départementale d'Aménagement Commercial (CDAC) est donc concerné. Aussi, les commerces automobiles ne sont pas couverts par le DAACL.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Agir pour un développement mesuré du commerce qui répondra aux besoins supplémentaires liés à la croissance démographique, aux mutations du commerce et aux enjeux de la transition écologique

Le commerce joue un rôle essentiel pour accompagner la croissance démographique. Une offre commerciale diversifiée et équilibrée est alors la base d'une consommation adaptée aux besoins et attentes de la population. Générant également des besoins en équipements commerciaux, le volet touristique doit être pris en compte dans le dimensionnement de l'offre.

Pour ce faire, le développement de l'offre commerciale doit s'appuyer sur les recompositions en cours et à venir liées à l'évolution des modes de consommation. De plus, le territoire doit connaître une croissance de l'offre commerciale cohérente avec l'essor démographique en repensant la densité commerciale existante, et en respectant les objectifs d'aménagement durable fixés dans le Projet d'Aménagement Stratégique.

Pour soutenir cette activité commerciale, la Communauté d'Agglomération souhaite favoriser sa localisation dans les centres-villes et centres-bourgs en cohérence avec les politiques publiques identifiées dans le Projet d'Aménagement Stratégique et prioriser l'implantation du commerce au plus près des zones d'habitat afin de réduire les flux automobiles et l'émission de Gaz à Effet de Serre (GES). Le commerce favorise aussi l'animation urbaine et apparaît indispensable au lien social et à la convivialité.

La Communauté d'Agglomération souhaite, par le présent document, réguler et orienter la dynamique de l'appareil commercial dans le but d'éviter les effets déstructurants sur le tissu urbain et social qui pourraient résulter d'une évolution de l'offre décorrélée des besoins commerciaux de la zone de chalandise. Cette dynamique ne doit ainsi pas générer une suroffre susceptible d'entraîner l'apparition d'une vacance commerciale préjudiciable pour l'attractivité des centres-villes comme des périphéries.

A cet effet, la Communauté d'Agglomération doit, par la déclinaison de sa stratégie commerciale, déterminer les conditions permettant le développement d'une offre commerciale qui répond à l'ensemble des futurs besoins de consommation des résidents, maintient l'équilibre offre-demande, limite l'évasion commerciale vers les EPCI limitrophes.

Dans le même temps, elle précise, à travers ses documents d'urbanisme (carte communale, PLU, futur PLUi) les critères d'intégration urbaine, de mixité des fonctions (résidentielle, commerciale, servicielle…), de polarisation et de limitation des déplacements automobiles auxquels les projets d'implantation commerciaux doivent répondre.

S'appuyer sur l'armature territoriale pour orienter l'accueil de nouveaux commerces en favorisant un fonctionnement de proximité

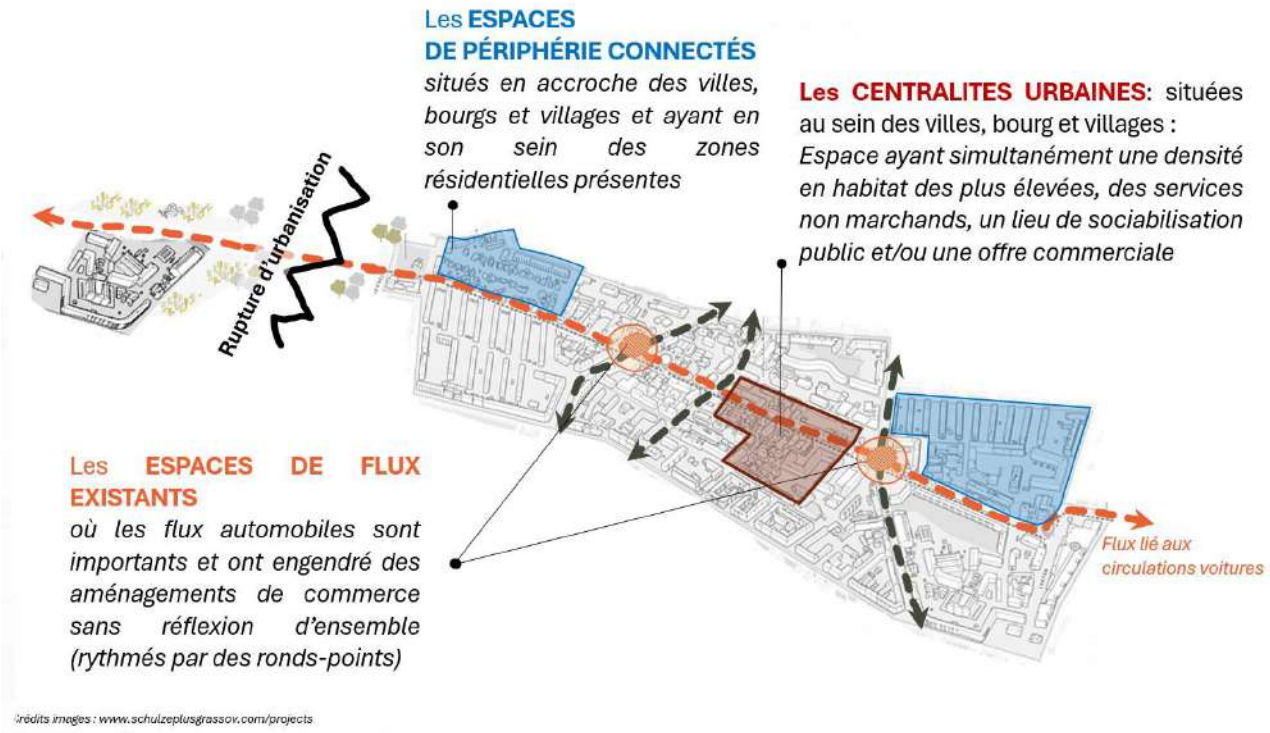
Pour fixer les conditions d'un développement équilibré de l'offre commerciale et prévenir la croissance d'une offre décorrélée de la demande du territoire, tout en respectant la ligne du Projet d'Aménagement Stratégique en matière d'équité territoriale, visant notamment un nouvel équilibre de la relation urbain-rural, la localisation de l'activité commerciale doit à la fois s'appuyer sur l'armature commerciale et répondre aux différents besoins de consommation. Ces deux critères se déclinent successivement de la manière suivante :

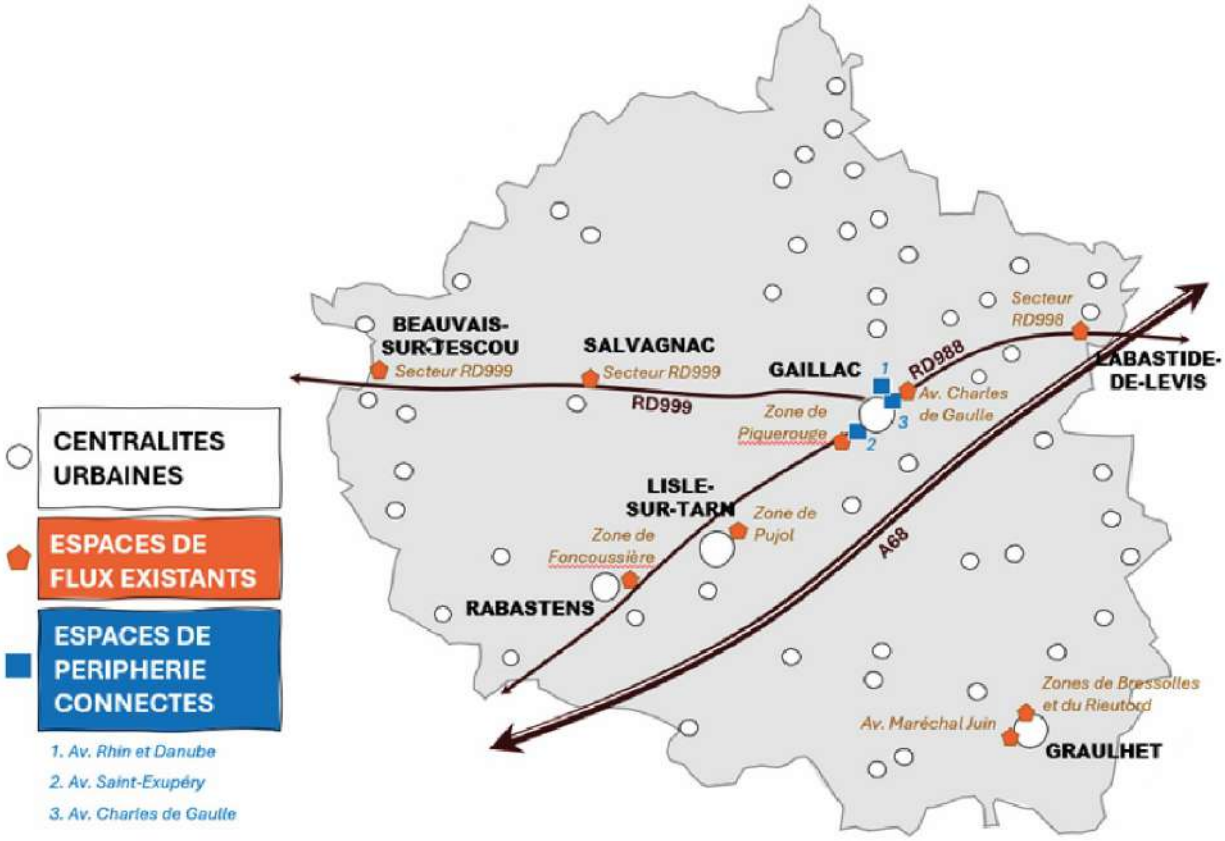
- **Besoins quotidiens :** besoins couverts par les activités commerciales de premier recours vendant des produits ou des services du quotidien comme les commerces de proximité tels que les commerces alimentaires généralistes (supérette, primeur, multiservices…), les bars et cafés, les boucheries et charcuteries, les boulangeries/pâtisseries, les tabac-presses et les pharmacies. D'autres commerces de taille plus conséquente peuvent y répondre.
- **Besoins hebdomadaires :** besoins couverts par les activités de commerce vendant des biens et des services nécessitant une fréquence d'achat allant de quelques jours à une semaine tels que les supermarchés, hypermarchés, commerces de discount alimentaires et les drives. Certaines activités commerciales de type « bricolage » et « jardinage » vendant des biens à usage fréquents peuvent relever des besoins hebdomadaires.
- **Besoins occasionnels :** besoins couverts par les activités commerciales proposant à la vente des produits avec une fréquence d'achat mensuelle à maxima comme les magasins de sports, de produits culturels, d'ameublement, d'électroménager ou d'habillement.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

L'armature commerciale de la Communauté d'Agglomération de Gaillac-Graulhet s'organise autour de 3 types d'espaces :

- Les centralités urbaines ;
- Les espaces de périphérie connectés aux centralités ;
- Les espaces de flux existants.





Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

En s'appuyant sur les besoins de consommation quotidiens, hebdomadaires et occasionnels ainsi que sur l'armature commerciale proposant une déclinaison en trois niveaux, la Communauté d'Agglomération de Gaillac-Graulhet définit les localisations préférentielles suivantes :

TYPOLOGIE D'ESPACES COMMERCIAUX	BESOIN QUOTIDIEN DE CONSOMMATION	BESOIN HEBDOMADAIRE DE CONSOMMATION	BESOIN OCCASIONNEL DE CONSOMMATION
Centralités urbaines	✓	✓	✓
Esp. de périphérie connecté	⊘	✓*	✓
Espace de flux	⊘	✓**	✓**

✓ : **implantations préférentielles**

✓* : **implantations possibles sous conditions** *dès lors qu'il n'est pas possible de satisfaire le besoin de développement commercial au sein du périmètre des centralités urbaines.*

✓** : **extensions possibles mesurées et limitées** *par tranche de surface de vente existante*

⊘ : **implantations non souhaitées**

Prioriser l'accueil du commerce au sein des centralités urbaines pour maintenir leur attractivité et favoriser une consommation de proximité

Prioriser le commerce dans les centralités

Le territoire se structure autour d'un réseau de centralités urbaines qui par l'offre de services et de commerces de proximité qu'il propose, crée du lien social, valorise l'histoire et les sites patrimoniaux du territoire tout en optimisant les déplacements de la population. Véritable moteur pour l'animation de ces lieux, le commerce joue un rôle important pour le maintien et le développement de l'attractivité des centralités urbaines de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet. Il permet par ailleurs de conforter l'attractivité touristique du territoire.

55 communes de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet disposent d'une centralité urbaine. Elles se caractérisent de manière simultanée par une densité en habitat parmi les plus élevées de la commune, par l'existence de services non marchands (services publics, services médicaux, écoles…) et par la présence d'un lieu de sociabilisation public (lieu de culte, place, espace public), en plus de l'offre commerciale traditionnelle.

Concurrencées depuis des années par le développement au fil de l'eau d'une offre en périphérie, ces centralités urbaines sont fragilisées et rencontrent des difficultés à maintenir un panel de commerces complet et diversifié.

Face à ce constat, la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet souhaite revaloriser l'attractivité des centres-villes pour les habitants et désire, à travers son DAACL, porter des orientations des politiques de développement commercial au profit :

- D'un fonctionnement de proximité en cohérence avec la problématique de l'artificialisation des sols ;
- D'un maintien d'un lieu de sociabilisation et d'un cadre de vie accueillant ;
- De l'optimisation des flux carbonés de personnes ou de marchandises.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Ainsi, les centralités urbaines doivent être la localisation préférentielle des nouvelles implantations commerciales pour augmenter les afflux de consommateurs afin de répondre à l'objectif de revitalisation commerciale et, plus largement, de revalorisation des espaces publics. Dans les limites des potentiels fonciers et de renouvellement urbain existants, cela sous-entend sur les périmètres identifiés :

- D'inciter l'implantation de nouveaux équipements publics et médicaux (professions médicales et paramédicales) ;
- De privilégier les implantations d'une offre permettant de capitaliser une dimension plus affective et expérientielle de l'espace public, comme :
    - Les équipements culturels, de loisirs ;
    - L'offre nomade (food-trucks, marchés…) et servicielle (distributeurs) ;
    - L'implantation d'une offre de magasins hybrides, de concepts-stores.
- D'améliorer :
    - L'attractivité de l'offre commerciale via un travail sur les enseignes, les devantures… ;
    - La qualité des cafés et des restaurants (gestion des terrasses…).

Les commerces de petite taille devront être préférentiellement localisés au sein des centralités. Conformément, ces espaces sont les lieux préférentiels d'implantation :

- Des commerces de moins de 300 m² de surface de vente, y compris les locaux commerciaux relevant de l'artisanat commercial ;
- Des services commerciaux à la population (notaires, banques, assurances…) afin de proposer un bouquet complet d'offre lié à l'économie de proximité ;
- Des cafés et restaurants.

Conditionner les implantations au sein des centralités urbaines favorisant le réinvestissement de l'existant et la densification

Orientations relevant du DAACL

Dans la perspective du « Zéro Artificialisation Nette » nécessitant une gestion économe du foncier, le développement limité des nouvelles constructions rendra difficile toutes nouvelles implantations commerciales.

Le diagnostic de l'offre en matière de locaux commerciaux identifie très peu de possibilités de développement de commerces qui seraient incompatibles avec le fonctionnement urbain d'ensemble des centralités urbaines de la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet.

Par ce constat, la collectivité ne souhaite pas fixer de conditions d'implantation qui s'appuieraient sur des critères de taille ou de nature d'activités commerciales pour les centralités urbaines. Cette disposition est définie en cohérence avec les dispositions offertes en matière de commerce par les Opérations de Revitalisation des Territoires (ORT) qui visent à favoriser les implantations au sein des périmètres concernés.

Toutefois, le cas-échéant, au sein des espaces de centralités urbaines, les nouvelles constructions commerciales de plus de 300 m² de surface de vente doivent se soumettre au respect des conditions suivantes :

- L'utilisation prioritaire des surfaces vacantes adaptées à l'activité commerciale concernée avant d'envisager une nouvelle construction ;
- L'optimisation et le réinvestissement des surfaces de stationnement et le cas échéant des surfaces artificialisées non bâties ;
- La limitation de la consommation d'espaces (sauf les espaces de centralités concernés par le périmètre ORT) ;
- La compacité des formes bâties.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Il revient aux documents d'urbanisme locaux (carte communale, PLU, futur PLUi) de délimiter précisément les périmètres des centralités urbaines sur lesquels s'appliquent ces conditions d'implantations. Les périmètres d'ORT sur les communes concernées pourront servir de base à la définition de ces périmètres.

Mettre en place les outils en faveur du maintien d'une diversité de l'offre commerciale et de lutte contre la vacance

La Communauté d'Agglomération peut mettre en place des outils permettant le maintien d'une offre commerciale complète et diversifiée en prévenant des phénomènes tels que la vacance ou la tertiarisation du tissu commercial.

Les dispositifs règlementaires ciblés sont :

- Les périmètres de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité pour activer, le cas échéant, une procédure de préemption sur les fonds artisanaux, les fonds de commerce ou les baux commerciaux ;
- Les linéaires commerciaux au sein des documents d'urbanisme locaux pour renforcer les parcours marchands et favoriser la diversité commerciale sur les emplacements commerciaux stratégiques ;
- Tous nouveaux dispositifs règlementaires permettant d'atteindre les objectifs fixés par le présent Document d'Orientation et d'Objectifs.

Encourager une diversification de l'offre au profit des circuits-courts en favorisant une consommation durable, qualitative et de proximité

La Communauté d'Agglomération de Gaillac-Graulhet est riche d'une production agricole importante et diversifiée. La collectivité souhaite encourager la valorisation et la distribution des produits issus de cette activité qui permet le développement économique du territoire et une optimisation des flux logistiques.

Accompagner le développement de l'offre commerciale de circuits-courts en priorisant l'accueil au sein des centralités

Au-delà des actions ciblées de soutien à la filière agricole, le présent document fixe des conditions d'implantation pour cette offre commerciale, spécifique en matière de stratégie de localisation.

Ainsi, les commerces valorisant la production de plusieurs exploitations agricoles au sein d'un même local mutualisé doivent préférentiellement être localisés au sein des centralités urbaines lorsqu'ils ne dépassent pas le seuil de 300 m² de surface de vente.

Les commerces de même type dépassant le seuil de 300 m² de surface de vente doivent préférentiellement s'implanter au sein des espaces de périphérie connectés.

Les localisations préférentielles des activités de vente directe d'un producteur déportées du lieu de production sont les centralités urbaines.

Les activités de « vente à la ferme » ne faisant pas l'objet de construction d'un local commercial sont autorisées sur le site de l'exploitation agricole.

Accompagner le développement d'une offre commerciale non sédentaire pour répondre aux besoins de proximité

Les marchés de plein vent sont une forme de commerce déjà bien ancrée sur le territoire de la Communauté d'Agglomération et ils permettent de répondre à des besoins de proximité au plus près des populations locales. Leur intérêt est d'autant plus important pour les habitants rencontrant des difficultés pour se déplacer (personnes âgées notamment). Ils sont également générateurs de sociabilité et d'animation en particulier sur les secteurs les plus ruraux.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

A cet effet, la Communauté d'Agglomération de Gaillac-Graulhet accompagne le développement des marchés existants, ainsi que les créations, en favorisant, dès que possible, la présence d'éventaires distribuant les productions agricoles locales.

Le territoire de la Communauté d'Agglomération est composé de très petites communes qui couvrent des espaces ruraux de faible densité peu favorables à l'implantation de commerces. La réponse aux besoins de consommation du quotidien des populations résidantes sur ces espaces est ainsi rendue difficile par la complexité à trouver un modèle économique viable pour l'installation d'un commerce physique au sein des bourgs ruraux.

Pour répondre à cet objectif, la collectivité peut soutenir le développement d'une offre en commerces alimentaires itinérants au sein des « territoires vécus » rencontrant cette problématique d'absence d'offre sédentaire.

Repenser les espaces commerciaux de périphérie pour en améliorer la qualité urbaine et l'intégration paysagère

Accueillir en priorité les grandes surfaces de plus de 300 m² de surface de vente au sein des espaces commerciaux de périphérie

La CAGG s'est inscrite dans la tendance nationale de développement massif de l'offre commerciale en périphérie avec l'implantation régulière de grandes surfaces alimentaires et spécialisées répondant aux besoins des habitants du territoire. Elle a généré, comme ailleurs, un développement urbain peu vertueux, facteur de flux automobiles conséquents, d'une consommation d'espaces excessive et présentant une qualité architecturale et urbaine perfectible.

L'enjeu de recomposition des zones commerciales de périphérie est apparu comme prépondérant lors de l'élaboration du Projet d'Aménagement Stratégique avec un objectif de rééquilibrage de l'offre commerciale au profit des centralités urbaines et d'amélioration du fonctionnement urbain de ces espaces commerciaux. Pour autant, l'environnement urbain des cœurs historiques densément peuplés ne permet pas d'accueillir l'ensemble des activités commerciales nécessaires pour répondre aux besoins des habitants du territoire. En particulier l'inadaptation des locaux commerciaux pour certaines activités commerciales et les nuisances potentielles appuie ce constat. Il s'agit donc dans le cadre du présent document de permettre le développement mesuré des commerces qui en raison de leur taille et des flux qu'ils sont susceptibles de générer, ne peuvent s'inscrire au sein des espaces urbanisés les plus denses.

Les espaces de périphérie, comprenant les espaces de périphérie connectés aux centralités et les espaces de flux existants, sont la localisation préférentielle des activités commerciales avec une surface de vente supérieure à 300 m², soit les activités dont la nature et le fonctionnement seraient incompatibles avec les centres-villes et les centres bourgs.

En contrepoint, le développement commercial des pôles commerciaux de périphérie doit répondre à une double injonction commerciale et environnementale que les orientations suivantes tâcheront de concilier. Premièrement, à partir du constat d'un potentiel d'amélioration important des qualités urbaines et paysagères, il promeut un développement de l'offre plus vertueux en matière de durabilité des aménagements. Pour cela, il prend en compte les enjeux de sobriété foncière, de désimperméabilisation des sols et de desserte par des solutions de mobilités douces et/ou décarbonées.

Deuxièmement, pour maintenir les équilibres territoriaux entre espaces de périphérie et centralités urbaines, le DAACL fixe un volume maximal de surface de vente supplémentaire pour les espaces de périphérie connectés aux centralités et les espaces de flux existants. Il permet à ces deux catégories de polarités d'assurer la réponse aux besoins commerciaux ne pouvant être satisfaits au sein des centralités urbaines, tout en respectant les objectifs précédemment cités.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Conditionner les implantations au sein des espaces commerciaux de périphérie (espaces connectés et espaces de flux) favorisant le réinvestissement de l'existant et la densification

Orientations relevant du DAACL

En matière d'occupation de l'espace, les nouvelles constructions commerciales de plus de 300 m² de surface de vente situées au sein des espaces commerciaux de périphérie du territoire doivent se soumettre au respect des conditions suivantes :

- L'utilisation prioritaire des surfaces vacantes adaptées à l'activité commerciale concernée avant d'envisager une nouvelle construction ;
- L'optimisation et le réinvestissement des surfaces de stationnement ;
- L'optimisation et le réinvestissement des surfaces déjà artificialisées mais non bâties ;
- La limitation de la consommation d'espaces ;
- La compacité des formes bâties.

Conditionner les implantations au sein des espaces commerciaux de périphérie (espaces connectés et espaces de flux) favorisant l'amélioration de la qualité urbaine et environnementale

Orientations relevant du DAACL

Les nouvelles implantations de plus de 300 m² doivent s'attacher à mettre en pratique une ambition plus vertueuse portée par la Communauté d'Agglomération de Gaillac-Graulhet en matière d'intégration urbaine et paysagère des points de ventes pour améliorer la qualité d'usage et la durabilité des aménagements des espaces commerciaux de périphérie. A cet effet, elles sont soumises aux conditions d'implantation suivantes :

- L'implantation au plus près des dessertes prévues pour les modes de déplacements alternatifs à l'usage de la voiture (transport en commun, pistes cyclables, cheminements piétons) ;
- L'aménagement d'espaces facilitant les flux piétons ou de cyclistes vers les commerces les plus proches ;
- L'optimisation des surfaces consacrées au stationnement automobile et la mutualisation quand cela est possible ;
- La désimperméabilisation d'au moins 30% de l'espace dédié au stationnement ;
- La présence de végétation, notamment arbustive et arborée sur les surfaces dédiées au stationnement et les espaces non construits pour améliorer l'intégration paysagère et le confort thermique (limitation des îlots de chaleur urbain) ;
- La recherche d'une qualité urbaine et paysagère des constructions avec un parti pris architectural s'appuyant sur les caractéristiques historiques du bâti local ;
- La mise en place d'aménagements destinés à l'organisation des flux logistiques inhérents à l'activité commerciale visant à limiter les nuisances pour les usagers du pôle (sécurisation, pollution…) ;
- Le respect des obligations légales en matière d'implantation de capacité de production d'énergie renouvelable sur les espaces de stationnement et de toiture.

Conditionner les implantations au sein des espaces commerciaux de périphérie (espaces connectés et espaces de flux) au respect de la hiérarchie commerciale existante

Orientations relevant du DAACL

Le maintien des équilibres territoriaux à l'échelle de la Communauté d'Agglomération conduit à conditionner les nouvelles constructions de plus de 300 m² de surface de vente au respect des règles suivantes.

Les espaces de périphérie connectés et les espaces de flux ne pourront accueillir que 5 000 m² de surface de vente supplémentaire à l'échelle du SCoT par rapport à l'offre existante à compter de la date d'approbation du présent document. Seule la création de surface de vente au sein d'une friche bâtie existante ne sera pas comptabilisée dans le volume énoncé pour répondre aux objectifs de renouvellement urbain initiés par ailleurs dans le Document d'Orientation et d'Objectifs.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Pour favoriser l'accueil des commerces de proximité au sein des centralités urbaines, la création de nouvelles galeries marchandes attenantes aux grandes surfaces alimentaires existantes ainsi que l'extension de galerie marchande dans les espaces de périphérie (espace connectés et espaces de flux existants) est interdite.

Pour l'ensemble des espaces de périphérie, les extensions de commerces doivent être privilégiées par rapport aux créations de nouvelles grandes surfaces.

Au sein des espaces de périphérie connectés aux centralités, les extensions sont autorisées dans la limite des plafonds suivant :

- 10% de la surface de vente existante à l'approbation du SCoT avec un plafond maximum de 300 m² pour les commerces supérieurs à 1 000 m² ;
- 25% de la surface de vente existante à l'approbation du SCoT pour les commerces compris entre 500 et 1 000 m² ;
- 50% de la surface de vente existante à l'approbation du SCoT pour les commerces de moins de 500 m².

Au sein des espaces de flux existants, les créations de nouvelles cellules commerciales sont limitées à la seule réutilisation de surfaces de vente vacantes ou au réinvestissement de friches bâties. De plus, les extensions de cellules commerciales sont limitées à 10% de la surface de vente existante à l'approbation du SCoT.

Il revient aux documents d'urbanisme locaux (carte communale, PLU, futur PLUi) de délimiter les périmètres des espaces de périphérie identifiés par le présent document sur lesquelles s'appliquent les conditions d'implantation énoncées.

Améliorer l'urbanité des zones commerciales de périphérie (espaces connectées et espaces de flux)

Les zones commerciales de périphérie souffrent d'un manque de qualité des aménagements paysagers et d'un déficit d'insertion urbaine.
Les espaces commerciaux de périphérie doivent faire l'objet au même titre que l'ensemble des zones dédiées aux activités économiques de la Communauté d'Agglomération de Gaillac-Graulhet, d'une politique communautaire visant à renforcer leur desserte par des modes de transport alternatifs à la voiture et à améliorer la qualité des espaces publics (sécurisation, végétalisation…). Les orientations du présent document relatives à cette problématique de requalification des espaces commerciaux de périphérie figurent dans un paragraphe conjoint avec les espaces à vocation économique.
La Communauté d'Agglomération de Gaillac-Graulhet veille à limiter la pollution visuelle générée par les enseignes et la signalétique publicitaire situées à proximité des pôles commerciaux de périphérie et qui nuisent à la qualité paysagère des entrées de villes. Les éclairages nocturnes et les enseignes lumineuses font l'objet d'une attention particulière de la part de la collectivité.

Prioriser l'implantation des activités de logistique commerciale sur les zones d'activité situées aux abords de l'A68.

Orientations relevant du DAACL

L'évolution des modes de consommation en cours depuis plusieurs années est à l'origine de nombreux bouleversements pour le commerce physique. Parmi les mutations à l'œuvre, le développement du e-commerce depuis une vingtaine d'années engendre une concurrence accrue pour les activités commerciales traditionnelles et augmente les besoins logistiques des territoires.

Le déploiement rapide d'entrepôts et de plateformes logistiques pour répondre à ces besoins, en plus du soutien au reste des activités économiques, génère des « externalités négatives » (consommation de terre agricole, pollution atmosphérique, massification des flux routiers, …) et amène les collectivités à faire face à de nouveaux enjeux en matière d'aménagement. Il s'agit d'organiser la réponse aux besoins des entreprises comme des habitants en matière de logistique commerciale tout en amenant ces activités à s'inscrire dans une trajectoire de transition écologique et énergétique.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

La Communauté d'Agglomération de Gaillac-Graulhet, consciente de ces nouveaux enjeux, se doit, par le DAACL, d'encadrer les nouvelles implantations relevant de la logistique commerciale, conformément aux dispositions législatives introduites par la Loi Climat et Résilience.

Le territoire de la Communauté d'Agglomération traversé par un axe de transport important demeure éloigné des principaux corridors logistiques européens et nationaux. De plus, les projets de développement d'entrepôts logistiques d'envergure régionale sur les territoires voisins sont à ce jour conséquents. Ainsi, sur le périmètre de la Communauté d'Agglomération, la logistique commerciale permet donc de répondre aux besoins du tissu économique local et des habitants dans le cadre de la livraison de colis, mais la collectivité ne souhaite pas que cette activité ait vocation à rayonner au-delà de son périmètre et des EPCI attenants. Les orientations associées à la logistique commerciale dans le présent document reconduisent ce principe et déclinent, en cohérence, des conditions d'implantation pour les entrepôts.

Le DAACL doit traiter spécifiquement des nouvelles constructions dédiées à la logistique commerciale. Le positionnement du territoire sur les chaines d'approvisionnement nationales et internationales et le diagnostic des implantations de logistiques commerciales sur le périmètre de la Communauté d'Agglomération, conduisent à faire porter les orientations du présent document sur les activités suivantes :

- Les activités de transport de marchandises ;
- Les centrales d'achats ;
- Les activités de messagerie ;
- Les activités de stockage et d'entreposage.

A l'inverse, le DAACL ne couvrira pas les activités suivantes :

- Les activités de logistique agricole ;
- Les activités de logistique industrielle

Les nouvelles implantations des établissements exerçant exclusivement une activité de logistique agricole ou industrielle non encadrées par le DAACL seront couvertes par les orientations et objectifs définis pour l'ensemble des activités économiques inscrites dans le Document d'Orientation et d'Objectifs.

Certaines des activités ciblées couvrent des établissements qui traitent des marchandises à destination d'entreprises aussi bien commerciales qu'industrielles au sein d'un seul et même bâtiment. Dès lors que la majorité des marchandises traitées au sein des nouvelles constructions ont une destination industrielle, l'implantation est encadrée par les orientations générales dédiées à l'économie.

S'appuyer sur le corridor autoroutier de l'A68 et sur le bassin graulhétois pour accueillir les activités de logistique commerciale répondant aux besoins du territoire

Le contexte logistique local amènent la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet à prioriser l'implantation des nouvelles constructions sur les zones d'activités qui s'échelonnent le long du tracé de l'A68 avec un échangeur autoroutier à proximité. Il s'agit de limiter les nuisances et les conflits d'usage liés la circulation de poids lourds, en particulier sur le réseau routier secondaire, en priorisant les zones les plus proches de l'axe majeur. A cet effet, les localisations préférentielles des nouvelles constructions de logistique commerciale sont :

- La Zone de Massiès à Coufouleux ;
- La Zone de la Garrigue à Montans
- La Zone de Xansos à Brens
- La Zone de la Bouissonade à Lagrave

Afin de maintenir les équilibres territoriaux et répondre aux besoins logistiques des habitants, le bassin de vie graulhetois est également un site préférentiel des nouvelles implantations de logistique commerciale.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Améliorer la qualité urbaine et environnementale des implantations de logistique commerciale

Pour répondre à l'objectif de sobriété foncière, mais également limiter les nuisances et réduire l'impact de la logistique commerciale sur le paysage, les nouvelles constructions logistiques doivent se soumettre aux conditions d'implantation suivantes :

- Le réinvestissement des locaux vacants dès lors qu'ils répondent aux besoins de fonctionnement de l'entreprise logistique ;
- L'optimisation des surfaces artificialisées en privilégiant la compacité des bâtiments ;
- L'optimisation des surfaces consacrées au stationnement (notamment des salariés) et la mutualisation quand cela est possible ;
- La présence de végétation, notamment arbustive et arborée, sur les surfaces dédiées au stationnement des véhicules légers et sur les espaces non bâtis pour améliorer l'intégration paysagère et le confort thermique (îlot de chaleur urbain) ;
- La désimperméabilisation des sols dès lors qu'elle est compatible avec l'activité logistique ;
- La recherche d'une qualité urbaine architecturale des constructions ;
- La mise en place d'aménagements destinés à limiter les nuisances et les conflits d'usages liés aux flux logistiques (bruit, pollution, occupation de la voirie…).

En complément, la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet prête une attention particulière au dimensionnement des nouvelles constructions logistiques en cohérence avec :

- L'inscription du territoire dans le réseau logistique régional et des besoins en transport de marchandises qui en découlent ;
- La volonté d'accompagner le développement de la logistique commerciale de proximité en particulier pour la livraison de colis (messagerie, petit entreposage…) ;
- L'inscription de la collectivité dans une trajectoire de sobriété foncière ;
- La création d'une offre logistique complémentaire aux projets de développement sur la zone des Portes du Tarn

Le présent document s'appuie pour cela sur des conditions d'implantation basées sur la taille des locaux. A cet effet, les constructions d'entrepôts de logistique commerciale sont limitées à une emprise au sol maximale de 10 000 m².

Conformément aux objectifs de sobriété foncière, les extensions d'entrepôts de logistique commerciale doivent être privilégiées par rapport aux créations de nouvelles surfaces. Pour accompagner la croissance des entreprises du territoire et améliorer la réponse aux besoins des habitants, elles sont permises dans la limite d'une augmentation de l'emprise au sol initiale de 20% (par rapport à la date d'approbation du SCoT).

Par ailleurs, le développement de cette activité de transport répondant à l'enjeu de création d'emplois pour la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet, une vigilance particulière sera portée sur la densité d'emplois des nouvelles implantations.

Soutenir la logistique du dernier kilomètre en l'inscrivant dans un fonctionnement urbain vertueux

Les activités logistiques de proximité, aussi appelées « logistique du dernier kilomètre » ont également des besoins immobiliers et fonciers en dehors des zones d'activités en particulier au sein des zones urbaines denses. Sur ces espaces, la logistique de proximité doit faire l'objet d'un traitement spécifique au regard des enjeux que cet environnement urbain génère, et, des problématiques locales à l'échelle d'un territoire vécu, d'une centralité urbaine, voire d'un quartier

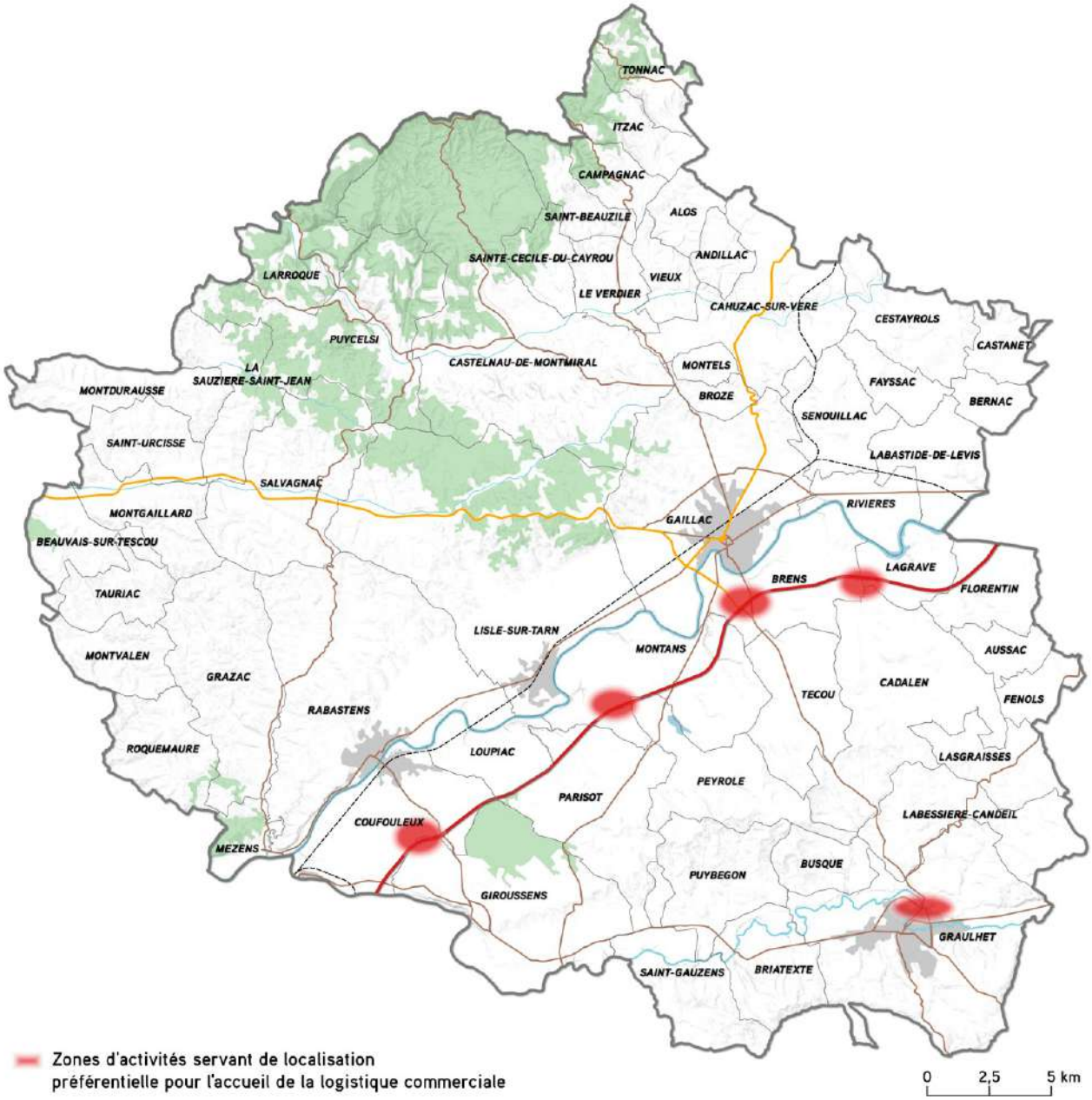
Ainsi, la Communauté d'Agglomération Gaillac-Graulhet souhaite que les modalités d'implantation des établissements relevant de cette activité, au sein des tissus urbains denses fassent l'objet d'un examen précis à l'échelon local et soient précisées lors de l'élaboration ou de la révision des documents d'urbanisme locaux (carte communale, PLU, futur PLUi…).

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Il s'agira notamment d'encadrer les différentes formes d'implantations logistiques commerciales permettant de répondre aux besoins de la livraison de colis telles que :

- Les consignes destinées au retrait de colis commandés par voie télématique ;
- Les entrepôts de logistique urbaine (entrepôts de quelques centaines de mètres carrés)
- Les nouveaux concepts apparus avec le développement du e-commerce (dark-store, dark-kitchen…)

La Communauté d'Agglomération doit également s'attacher à identifier les espaces de stationnement réservés à la



livraison au sein des espaces urbains denses et leurs modalités d'usages pour limiter les nuisances (par exemple au sein d'une charte de livraison)

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

GLOSSAIRE

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Besoins quotidiens de consommation
Besoins couverts par les activités commerciales de premier recours vendant des produits ou des services du quotidien comme les commerces de proximité tels que les commerces alimentaires généralistes (supérette, primeur, multiservices…), les bars et cafés, les boucheries et charcuteries, les boulangeries/pâtisseries, les tabac-presses et les pharmacies. D'autres commerces de taille plus conséquente peuvent y répondre.

Besoins hebdomadaires de consommation
Besoins couverts par les commerces vendant des biens et des services nécessitant une fréquence d'achat allant de quelques jours à une semaine tels que supermarchés, hypermarchés, commerces de discount alimentaire et les drives. Certaines activités commerciales de type « bricolage » et « jardinage » vendant des biens fréquents peuvent également relever des besoins hebdomadaires.

Besoins occasionnels de consommation
Besoins couverts par les activités commerciales proposant à la vente des produits avec une fréquence d'achat mensuelle à maxima comme les magasins de sports, de produits culturels, d'ameublement, d'électroménager ou d'habillement. Les points de vente ne relevant pas des besoins quotidiens et hebdomadaires sont associés, de facto, aux besoins occasionnels de consommation.

Centralité urbaine
Secteur urbanisé qui cumule une concentration spatiale d'équipements, de services et de commerces, créant à minima une offre répondant aux besoins quotidiens et de proximité de la population (commerces, école, mairie, équipements de santé…) et une « urbanité » permettant l'animation de la vie locale (lieux de sociabilité, lieux d'organisation d'évènements). Elle s'organise le plus souvent autour du cœur historique et patrimonial de la commune qui sert de centre-ville ou de centre-bourg.

Commerce de détail
Activité consistant à vendre des marchandises en l'état où elles sont achetées, généralement à une clientèle de particuliers, quelles que soient les quantités vendues.

Concept-store
Boutique dédiée à un univers thématique particulier et proposant une sélection pointue de produits « tendance » et souvent exclusifs (mode, décoration, etc …) dans un cade atypique.

Dark-kitchen
Local commerciale exclusivement dédié à la préparation à la livraison de repas commandés en ligne et ne proposant pas de restauration en salle et/ou d'accueil du public.
Dark-store
Local commercial exclusivement dédié à la préparation, à la livraison ou à la collecte des commandes en ligne et ne proposant pas d'accueil du public.

Espace commercial de périphérie
Site caractérisé par une concentration de commerces, le plus souvent de grandes surfaces, une fonction commerciale prédominante et une situation géographique en entrée de ville à proximité des principales infrastructures routières (accès automobile majoritaire). Deux catégories d'espaces commerciaux de périphérie sont considérées : les espaces de périphérie connectés aux centralités urbaines et les espaces de flux existants.

Espace de périphérie connecté aux centralités urbaines
Espace commercial de périphérie situé en accroche des villes, bourgs et villages à proximité immédiate des zones résidentielles qu'il dessert

Espace de flux existant
Espace commercial de périphérie caractérisé par un recours majoritaire à la voiture individuelle par les consommateurs pour y accéder et par des aménagements au fil de l'eau le long des infrastructures routières (ronds-points le plus souvent) sans réflexion d'ensemble.

Surface de vente
Agrégation des espaces couverts ou non couverts affectés à la circulation de la clientèle pour effectuer ses achats, des espaces affectés à l'exposition des marchandises proposées à la vente et à leur paiement et des espaces affecté

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

à la circulation des personnels pour présenter les marchandises à la vente (hors réserves, laboratoires et surfaces de vente de carburant). Ne sont pas compris les réserves, les cours, les entrepôts ainsi que toutes les zones inaccessibles au public, les parkings, etc.

Tertiarisation (taux de)

Indicateur mesurant la part des locaux commerciaux occupés par des services à vitrine sur une polarité commerciale. Ils comprennent les services de réparation, les services immobiliers et bancaires et les services de soin de la personne. Cet indicateur est généralement utilisé pour prévenir les effets de concurrence générés par les services de type agence bancaire, agence d'assurance, ou agence immobilière dont le modèle économique leur permet d'occuper les emplacements « premium » d'une polarité sans participer à l'animation commerciale de celle-ci.

Envoyé en préfecture le 16/02/2026
Reçu en préfecture le 16/02/2026
Publié le 16/02/2026
ID : 081-200066124-20260209-34_2026-DE

Gaillac-Graulhet AGGLOMÉRATION
entre vignoble et bastides