



CCI MAINE-ET-LOIRE

La revitalisation commerciale des centres-bourgs et centres-villes : un changement de modèle

Journée technique du Parc naturel régional Anjou Loire Touraine
Vendredi 4 octobre 2017

**PRINCIPES
DE RÉALITÉ**

**NOUVEAUX
MODES DE
CONSOMMER**

**FACTEURS DE
COMMERCIALITÉ**

**ACTEURS A
MOBILISER**

#COMMERCE

LES PRINCIPES DE RÉALITÉ

- **Les besoins des consommateurs** à l'échelle d'une aire de chalandise ciblée
- **L'offre** et le niveau de la **vacance**

- **Les évolutions tendanciennes** de consommation : une adaptation permanente
- La mesure des **impacts** sur le tissu commercial/tertiaire existant et les territoires environnants



- Les potentiels de **création/transfert d'activités**
- Les projets de **cessation d'activités** : les anticiper, les accompagner
- La prise en compte du **mode de fonctionnement des activités et enseignes**
- **La rentabilité** pour l'exploitant



Le commerce et les bureaux dans les opérations d'aménagement ne sont pas la **panacée** !

La programmation de cellules à vocation d'activités n'est **pas systématiquement opportune**

Une **vocation et une composition** des centralités à étudier finement, des approches **sur-mesure**

Pour la **réversibilité**, le **recyclage** des pieds d'immeubles et autres locaux

#COMMERCE

**LES NOUVEAUX MODES DE
CONSOMMER**

Proximité



Idée recette :

le Biocalurisme !



Tendances...

Usage

et

Propriété



leboncoin.fr
vendez, achetez, près de chez vous



DIY



Tendances...

Je vais bien,



tout va bien...



Numérique



Tendances...

Click & Collect



Silver- consommateurs



Jouez collectif...



Sédentaires et non-sédentaires, même combat !



#COMMERCE

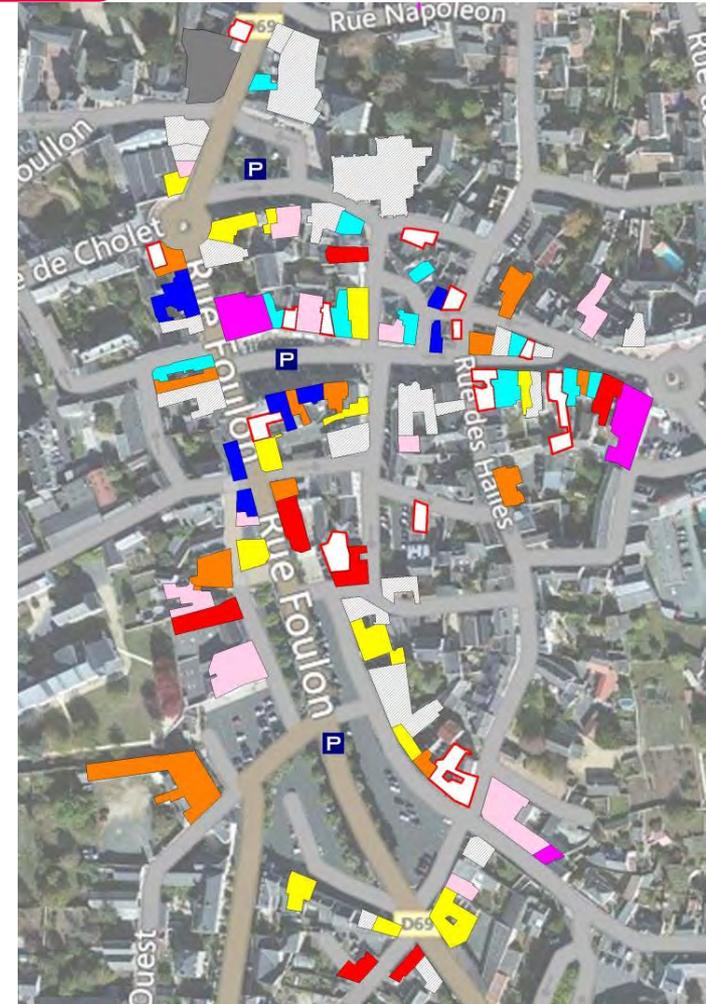
LES FACTEURS DE COMMERCIALITÉ

Une démarche globale et transversale



Constats

- un périmètre commercial de centre-ville **étendu**
- un pôle commercial de rayonnement centre-ville **déconnecté**
- des commerces de rayonnement en **périphérie**



Actions

- définir un **périmètre** commerçant de centre-ville **stratégique**
- favoriser le **développement** des cellules commerciales au sein du périmètre commerçant
- inciter les commerçants à **moderniser** leur outil de travail



Constats

- **Mitage** des linéaires commerciaux
- un **turn-over** important
- une **tertiarisation** des emplacements n°1

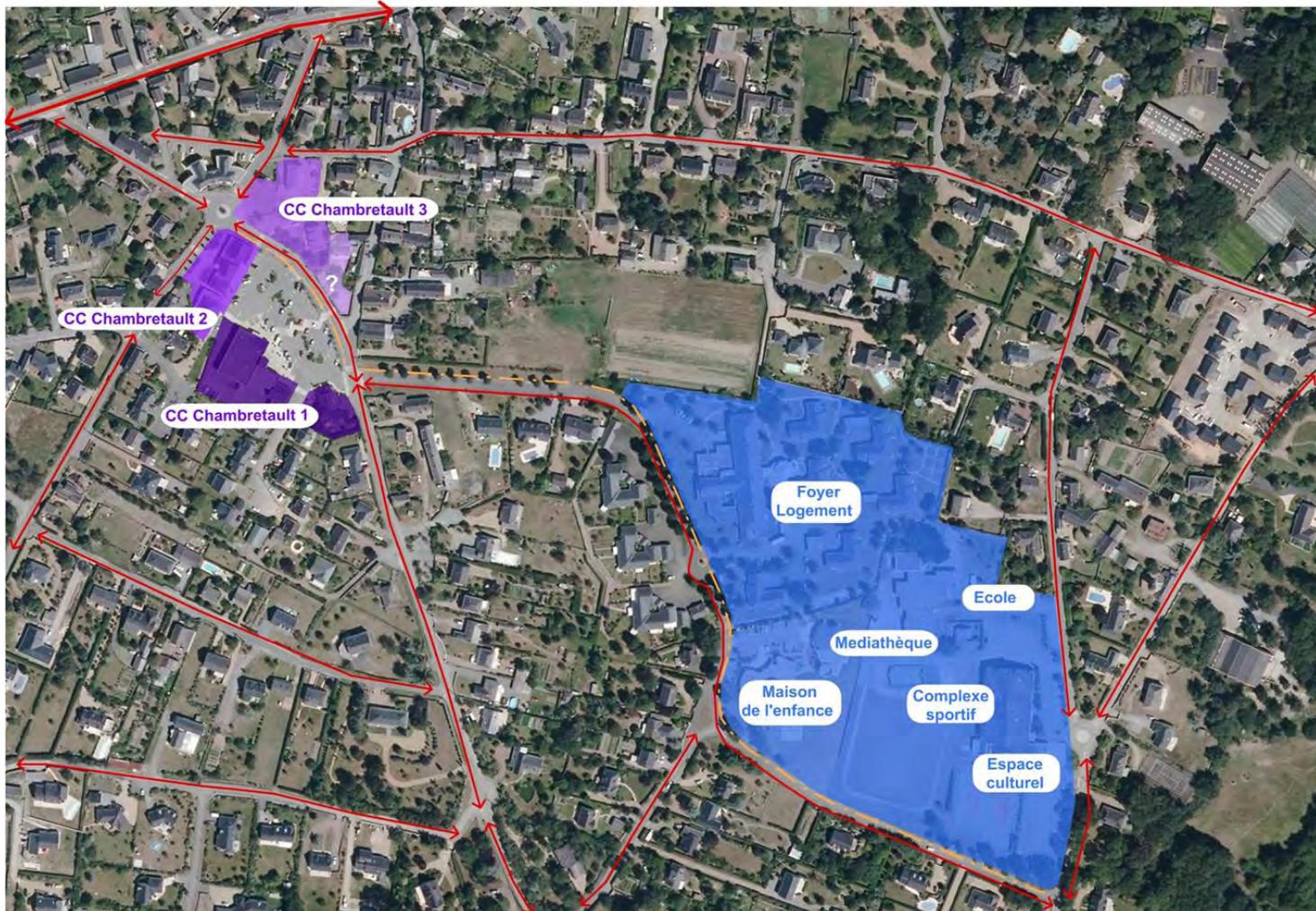


Actions

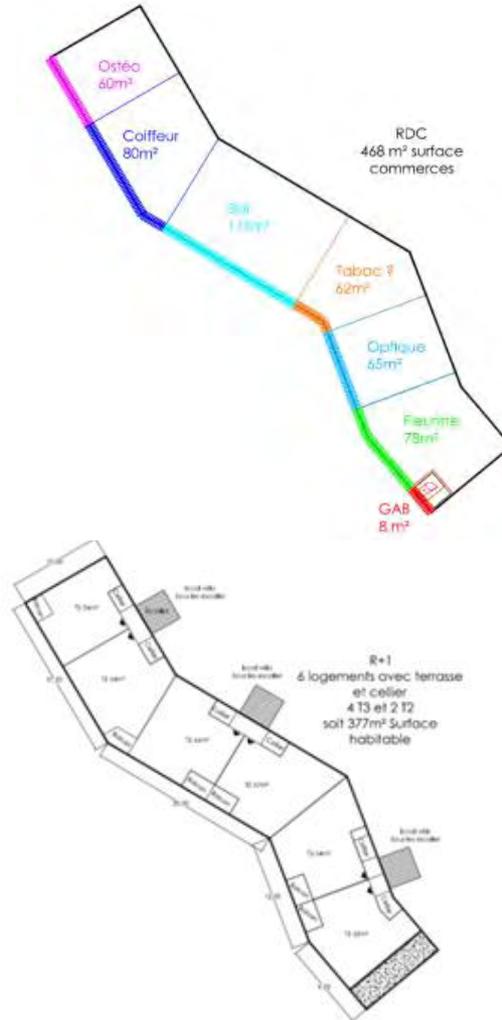
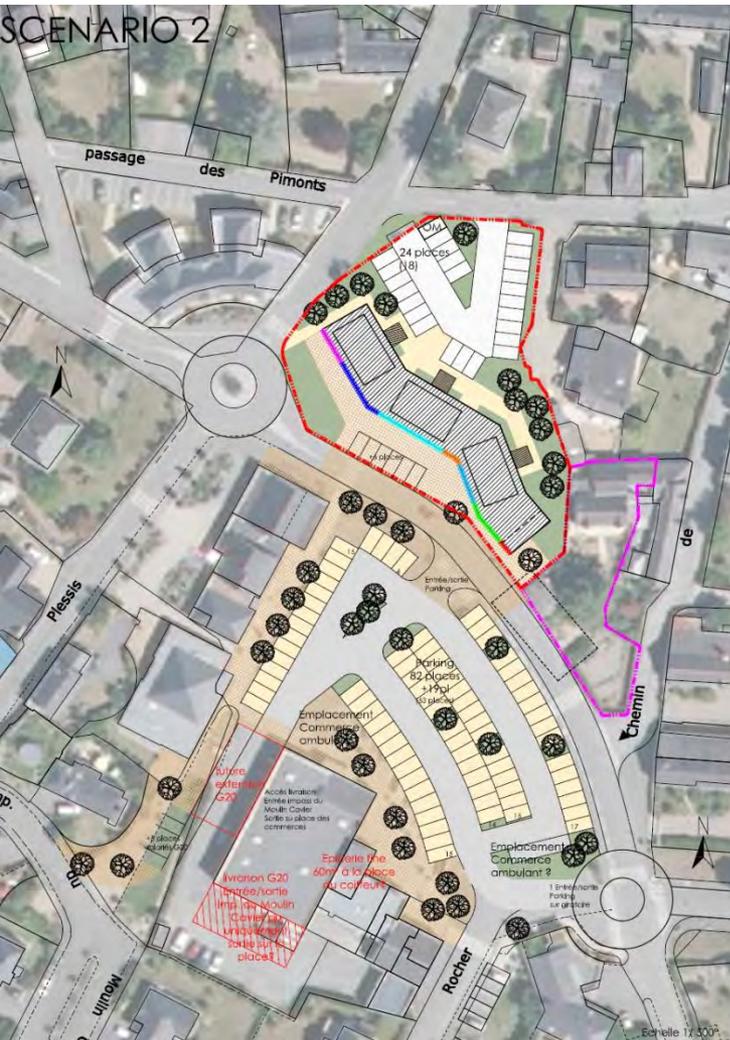
- anticiper les cessations d'activité par la création d'une cellule « **veille et accompagnement des commerces** »
- s'autoriser la création d'un ou de **commerces relais** sur les linéaires à plus forte commercialité
- **utiliser les locaux vacants** pour des expositions temporaires, habiller les vitrines vacantes



Constats



Actions



Constats

- des équipements générateurs de flux en **périphérie** avec une **perte de flux** pour les commerces de centre-ville
- une fréquentation touristique qui a un impact sur l'activité des professionnels, mais une **signalétique insuffisante** vers le centre-ville et son offre commerciale



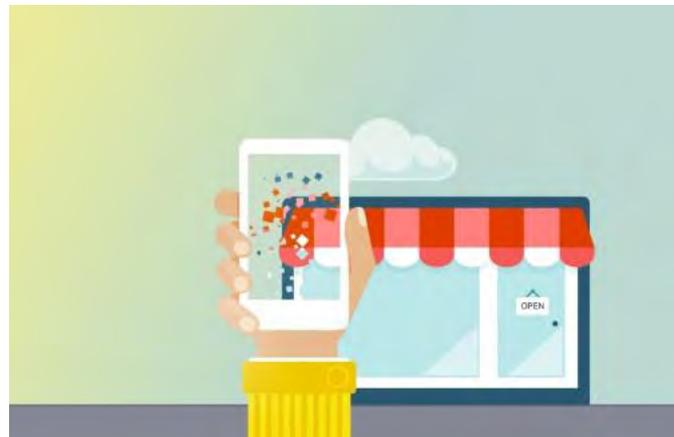
Actions

- faciliter l'implantation des **équipements/services** au sein des polarités commerciales
- prévoir une **signalisation** qui renvoie vers le centre-ville
- s'appuyer sur le château, les hébergements, l'office de tourisme pour relayer l'offre commerciale de centre-ville
- transférer l'Office de Tourisme à proximité du château et de l'offre commerciale de la ville close



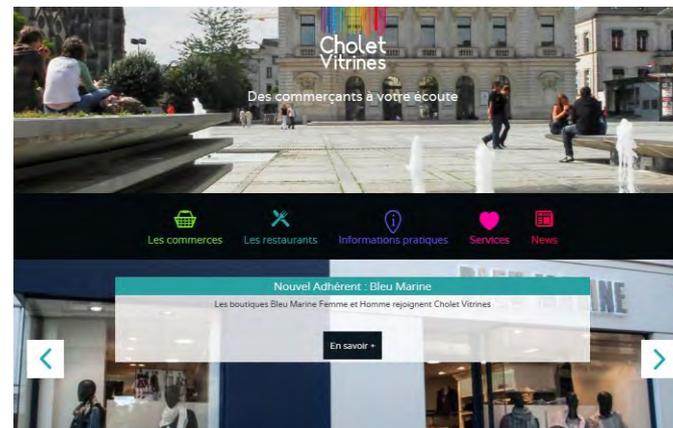
Constats

- l'association des commerçants fédère 49 professionnels et joue un rôle important dans la **dynamique collective** et **l'animation commerciale**
- le consommateur est aujourd'hui **connecté**, utilise **différents canaux de distribution**



Actions

- soutenir et développer le Comité des Commerçants et Artisans de Pouancé par la réalisation d'un diagnostic pour mettre en place un plan d'actions
- accompagner les professionnels dans le développement d'une offre numérique



La méthodologie

Analyse de l'offre
Enquêtes auprès des
professionnels

Analyse de la demande
Enquêtes auprès des
consommateurs

Analyse des facteurs de
commercialité +
Entretien avec les élus

Etat des lieux

Diagnostic

Enjeux

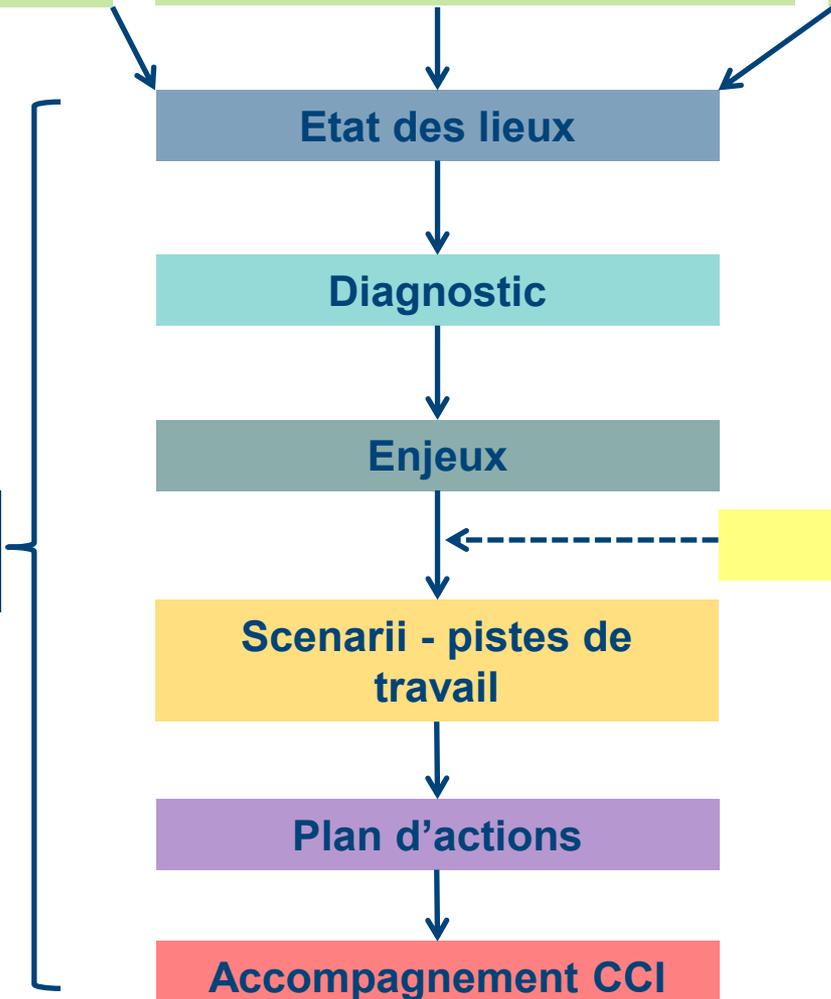
Echanges avec la
collectivité

Prospective

Scenarii - pistes de
travail

Plan d'actions

Accompagnement CCI





#COMMERCE à BAUGÉ-EN-ANJOU, Témoignage de Pierre-Jean ALLAUME



Constat

- Un nombre important de transmissions ou cessations d'activité dans l'année
- Des locaux vacants
- Des commerces créés ou repris depuis moins de trois ans et par conséquent dans une période de fragilité



Constat

- Baisse de fréquentation des boutiques :
 - Internet
 - Concurrence des périphéries
 - La circulation/ stationnement



Entreprendre en Baugeois

Faciliter la transmission-reprise d'entreprises :

- proposer aux cédants un diagnostic transmission
- inviter des porteurs de projets à une présentation du centre-ville par les élus, des chefs d'entreprises
- Organiser une visite du centre-ville et des speed-datings entre cédants et potentiels repreneurs
- Accompagner les porteurs de projet



Actions

Répondre au consommateur d'aujourd'hui dans une ville-centre

- Des commerces visibles sur internet :
- Des offres qualitatives et des services d'accompagnement, avec une animation
- Répondre à un consommateur de centre ville ET extérieur (circulation stationnement) : Anjou Cœur de Ville



- Structure permanente d'étude et de propositions : Office de Commerce et de l'Artisanat du Baugeois
- Elus, commerçants, clubs, partenaires institutionnels
- Propose des outils à la disposition des commerçants



**Entreprises,
ayez le réflexe **cci!****



CCI MAINE-ET-LOIRE

Allo CCI!

02 41 20 49 00

info@maineetloire.cci.fr

www.maineetloire.cci.fr