

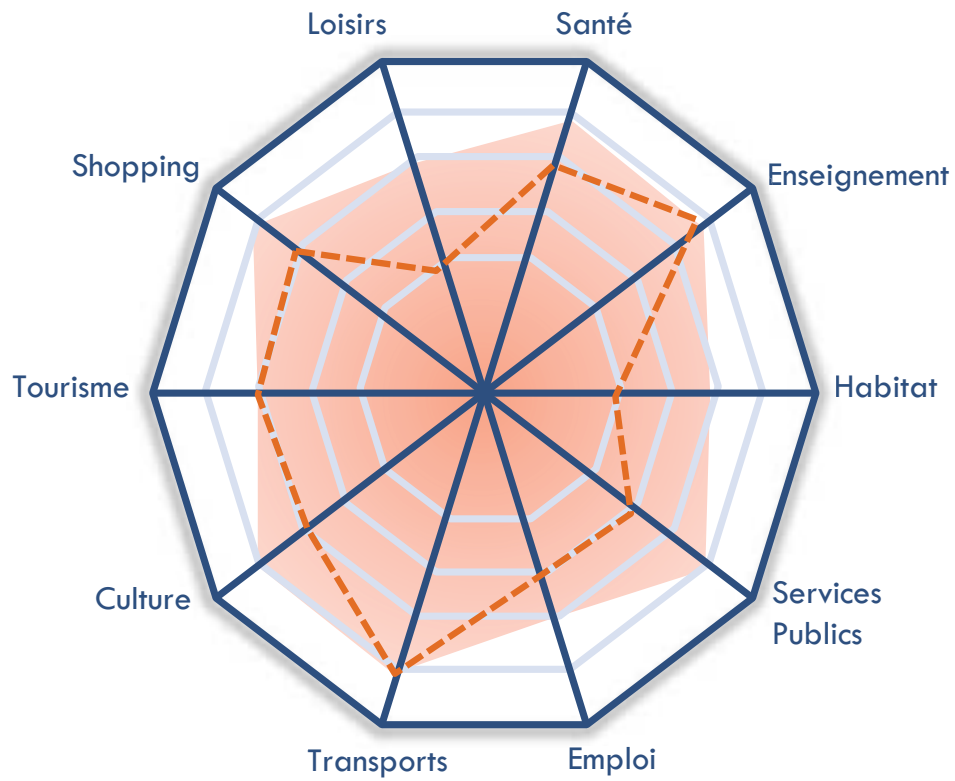


**Redynamisation
du commerce
dans les centres-villes**

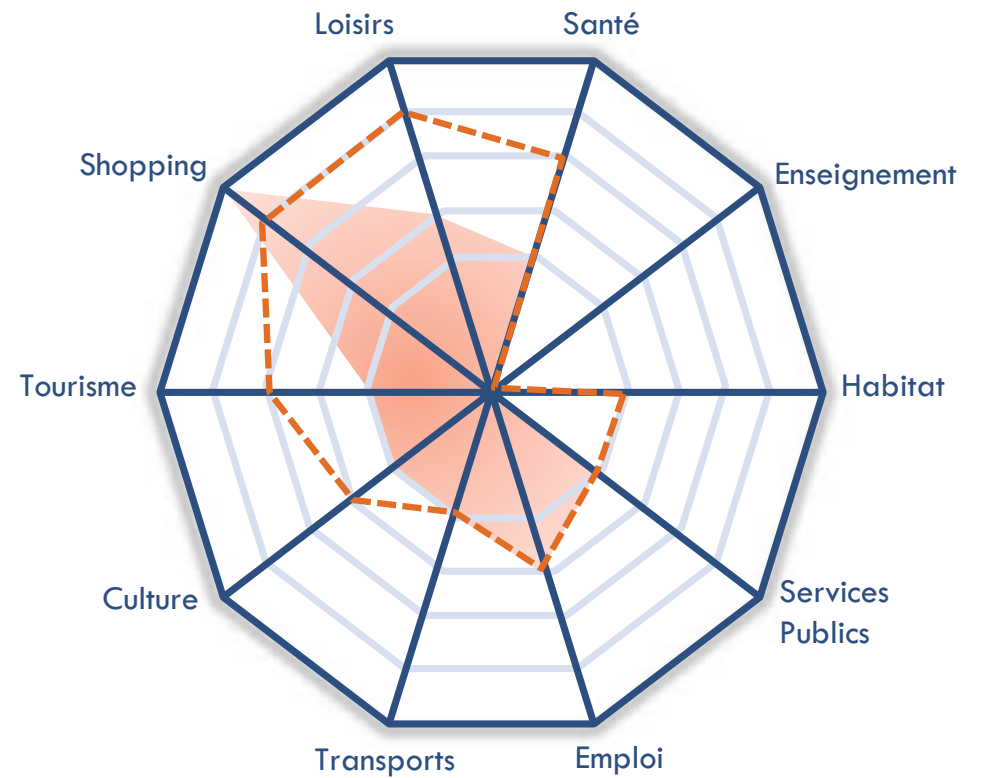
La dévitalisation commerciale des centralités est un enjeu sociétal fort, mais son origine et ses conséquences dépassent la seule fonction de l'activité économique



Les usages d'un centre ville



Les usages d'un centre commercial



Récession + Écologie + Web = Nouvelles règles du jeu



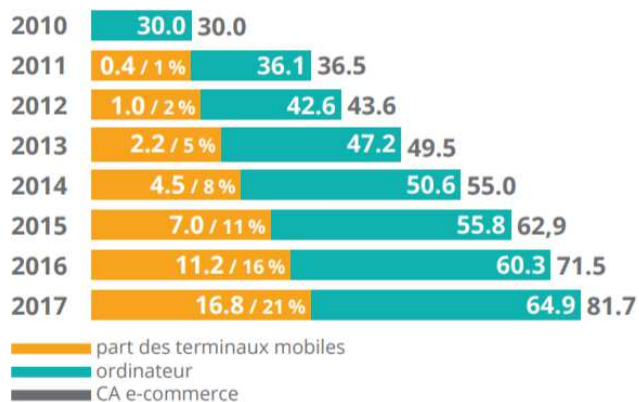
Chiffre d'affaires du e-commerce

81,7 milliards d'€ | + 14,3 %
par rapport à 2016
source : Fevad ICE.

1,247 milliard de transactions en ligne en 2017
+ 20,5 % par rapport à 2016
source : Fevad ICE.

21 % sur terminaux mobiles
source : Fevad ICE.

CA e-commerce (en milliard d'€)



source : Fevad ICE ICM.

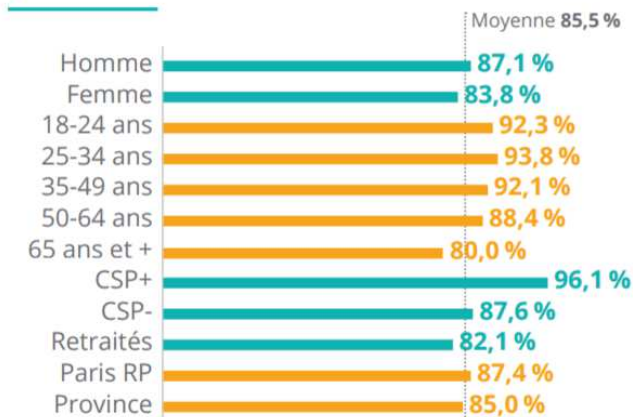
37,5 millions de Français
achètent sur internet
85,5 % des internautes

source : Médiamétrie - Observatoire des Usages Internet - T1 2018,
base : ensemble des individus de 11 ans et plus.

Dont 12,1 millions de Français ont déjà
effectué un achat à
partir de leur mobile
soit 30 %
des mobinautes
dernier mois

source : Médiamétrie - Observatoire des Usages Internet - T1 2018,
base : ensemble des individus de 11 ans et plus.

Part des e-acheteurs
par cible d'internautes



source : Médiamétrie - Observatoire des Usages Internet T1 2018
- Tous lieux de connexion.

Chiffre d'affaires du e-commerce

PART DU E-COMMERCE

Le e-commerce continue à gagner des parts de marché. Il est estimé à 8,5 % du commerce de détail en 2017.

8,5 %
du commerce de détail

source : Fevad avec INSEE.

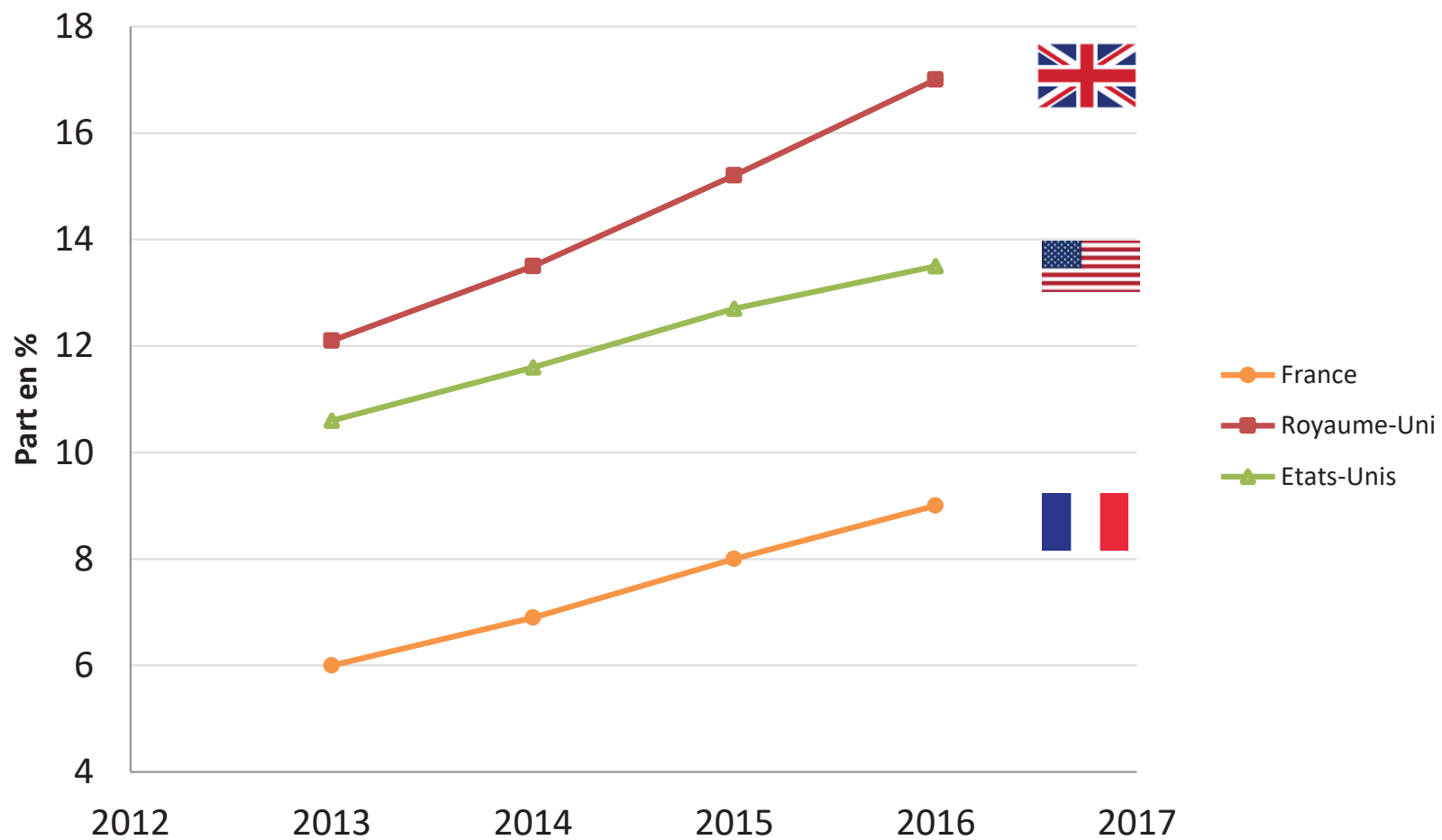
Parts de marché et chiffres d'affaires e-commerce par secteur (estimations)



source : Fevad avec GfK, IFM, Ipea, Nielsen.

Sources : FEVAD 2018

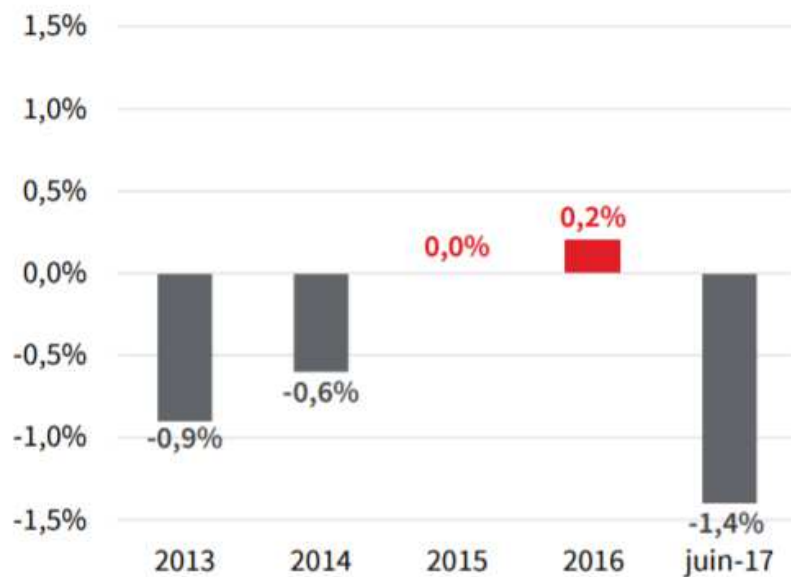
Poids du e-commerce dans le commerce de détail



Source : Irmg, Capgemini e-retail Sales Index

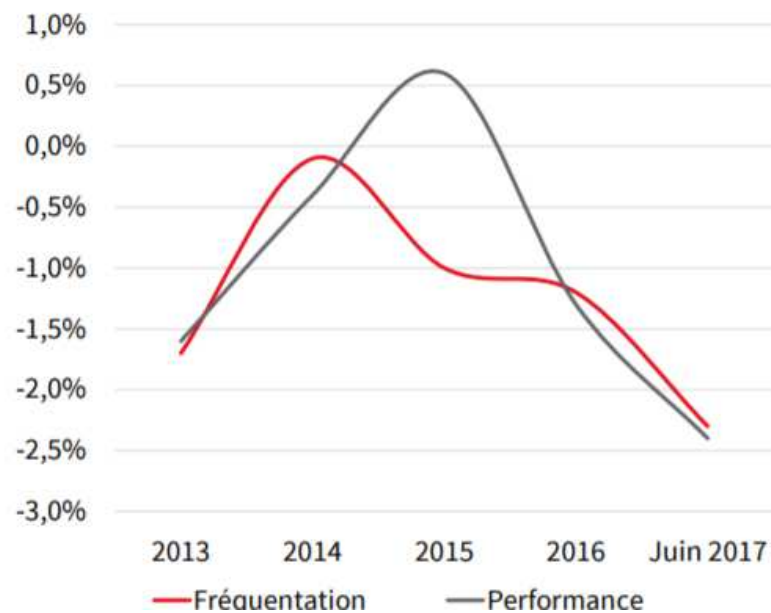
Les performances de la distribution baissent....

Chiffre d'Affaires du Panel PROCOS



Source : PROCOS

Performance et fréquentation des centres commerciaux du CNCC



Source : CNCC

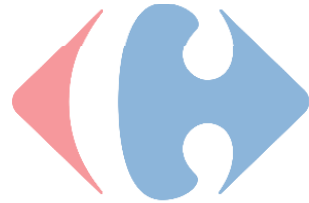
La distribution souffre...

grain de malice

promod
BOUTIQUE FRANÇAISE

H&M

ms
mode



Carrefour



LA HALLE
Mode & Accessoires



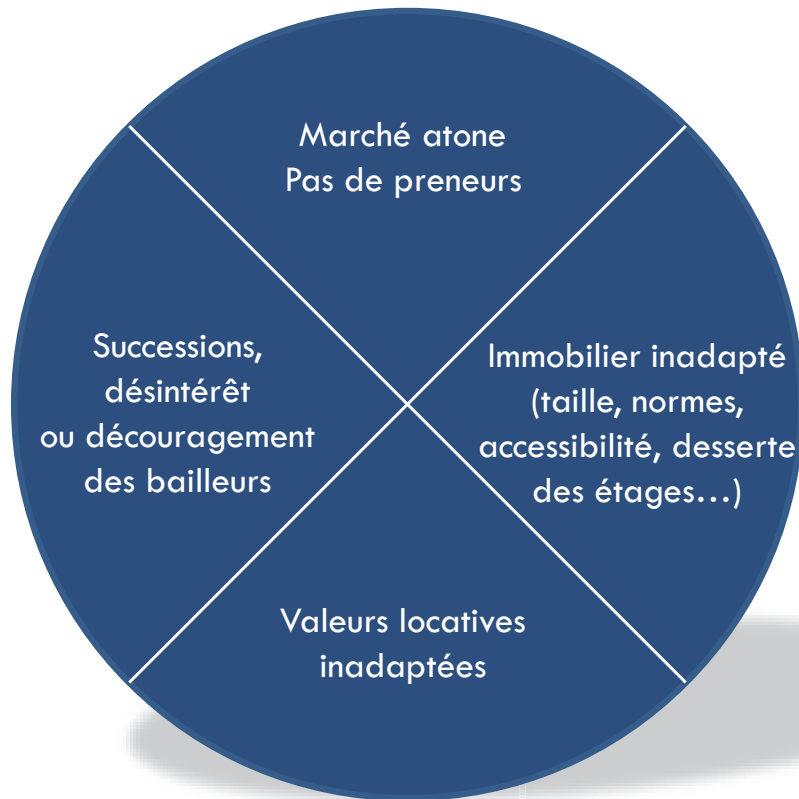
pimkie®

MARKS &
SPENCER

NEW
LOOK

Mr. Bricolage

FOCUS : La vacance commerciale Les 4 situations individuelles de la vacance commerciale



La revitalisation commerciale
des centres-villes

JUILLET 2016

Pierre-Mathieu DUHAMEL
Julien MUNCH
Camille FREPPEL
Pierre HARRING
Jean-Paul de DIVENAH

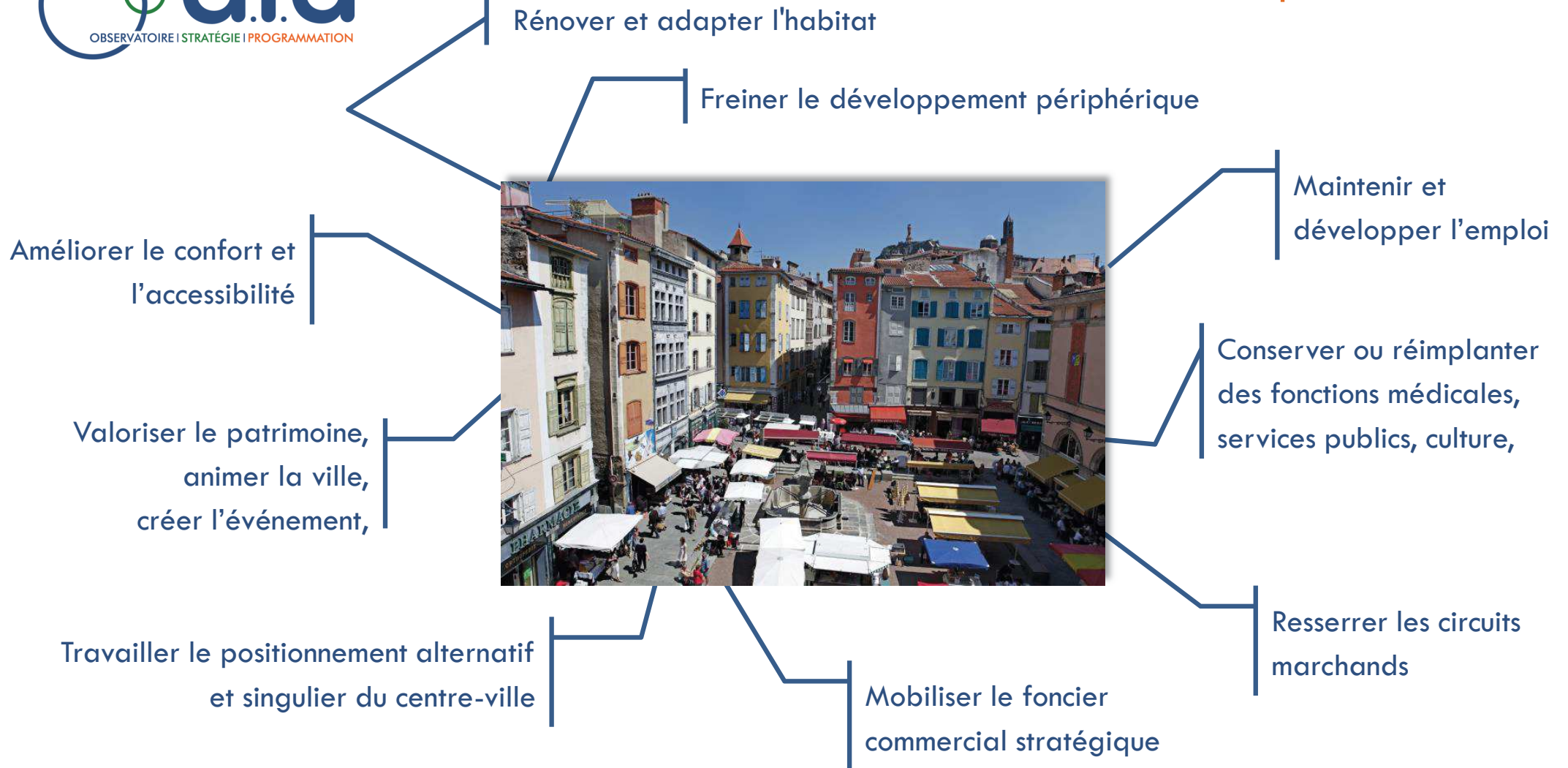
IGF
INSTITUT GÉNÉRAL DE LA STATISTIQUE

Le commerce de centre
une vitalité souvent limitée au
et aux zones touristi



Je lance aujourd'hui 3 dispositifs immédiats et
concrets pour encourager la revitalisation
commerciale #CoeurDeVille





Villes / Intercos
 Commerçants
 Associations / Unions Co
 Consulaires
 Bailleurs / Foncières
 Brokers
 Banquiers
 Développeurs d'enseignes
 Fédérations & Syndicats pro
 Franchiseurs
 Agences d'Urbanisme



COMMERÇANT

Individuellement et collectivement

- Attractivité enseigne / devanture
- Horaires d'ouverture
- Accessibilité du point de vente
- Scénarisation du point de vente
- Offre produit / prix / services
- Qualité d'accueil et conseil
- Animation
- Personnalisation de la relation
- Fidélisation
- ...



Les jeux d'acteurs et les responsabilités

ENVIRONNEMENT

favorable à l'acte d'achat

- Équilibres entre les différentes formes de vente
- Politiques publiques d'accès, de transports et de stationnement
- Organisation et lisibilité du circuit marchand
- Qualité des espaces publics et du paysage urbain
- Propreté, sécurité, éclairage
- Jeux pour enfants, bancs, ombre, fontaines, wifi, toilettes, espaces verts...
- Engagement dans la durée du projet urbain, des politiques publiques et des interlocuteurs !

Le placemaking (litt. « fabrique de l'espace » en anglais) est une démarche d'aménagement des espaces urbains qui promeut la réappropriation de l'espace public par le citoyen.

Ville de Bergerac
5 juillet

La place Louis de la Bardonnie en pleine transformation pour cet été. Venez dès ce samedi et jusqu'au 20 août découvrir le "Jardin des Estivales", un lieu de détente et de bien-être pour le plaisir des Bergeracois et des touristes, des grands, comme des petits 📍 <http://bit.ly/jardinesstivales>



Vous et 222 autres personnes 15 commentaires 95 partages

Ville de Bergerac
6 juillet

Un espace de détente, du Wi-Fi gratuit, des animations pour les plus jeunes... c'est le Jardin des Estivales. Venez le découvrir à partir de demain place du marché couvert à Bergerac.



21 commentaires 106 partages



Élaboration du PLUih OAP "Commerce"



1 Définir les localisations préférentielles

Localisations	Commerce < 300 m ² de surface de vente	Commerce > 300 m ² de surface de vente	Dispositif
Centralités urbaines principales, secondaires et de proximité (cf. carte précédente)	Localisation préférentielle	Localisation préférentielle	<ul style="list-style-type: none"> Délimitation Mise en œuvre des règles Article 1 Article 2
Pôle de périphérie	Implantations non admises	Localisation préférentielle	<ul style="list-style-type: none"> Délimitation Article 1 Article 2
Autres centralités de quartiers et villageoises identifiées dans le plan de zonage le cas échéant	Localisation préférentielle	Implantations non admises	<ul style="list-style-type: none"> Délimitation Article 2
En dehors de ces secteurs (axes de flux, ZAE non commerciales, etc.)	Implantation non admise	Implantation non admise	Articles 1 et 2 : contraindre les implantations commerciales, autoriser la gestion de l'existant (modernisation / extension limitée)

2 Donner une vocation aux localisations préférentielles des commerces

Définir la vocation des localisations préférentielles via la typologie d'activité et le format des équipements

Niveau de fonction commerciale (cf. diagnostic)	Commune	Pôle	Type de localisation	Commerce < 300 m ² de surface de vente	Commerces > 300 m ² de surface de vente				
					Achats quotidiens	Achats hebdomadaires	Achats occasionnels lourds	Achats occasionnels légers	Achats exceptionnels
Pôle majeur	Villeneuve sur Lot - Bias	Centre-ville de Villeneuve sur Lot	Centralité urbaine principale						
		Quartiers de Villeneuve sur Lot	Centralité urbaine		2 500 m ²				
		Route de Bordeaux	Pôle majeur de périphérie						
		Parasol	Pôle majeur de périphérie						
Pôle structurant de centre urbain	Sainte-Livrade-sur-Lot	Centre-ville	Centralité urbaine secondaire		1 500 m ²	1 500 m ²			
		Pôle « Intermarché »?	Pôle secondaire de périphérie			1 500 m ²			
Pôle structurant de centre rural	Laroque-Timbault	Centre-bourg	Centralité urbaine secondaire		1 500 m ²	1 500 m ²			
		Pôle périphérique?	Pôle secondaire de périphérie			1 500 m ²			
Pôle d'hyper-proximité	Hautefage la Tour, Casseneuil, Lédats, Pujols	Centre-bourg	Centralité urbaine de proximité		500 m ²				
	Autres communes ou quartiers	Centre-bourg ou centre de quartier	Centralité urbaine						

Nouvelles implantations et extensions autorisées
 Pas de nouvelles implantations, extension limitée des commerces existants

Atelier OAP "Commerce" n°2 – 21 novembre 2016 – Page 14

5 grands enjeux et axes d'intervention



DYNAMIQUE ECONOMIQUE ET COMMERCIALE



- Assurer un équilibre commercial et territorial
- Lutter contre la vacance
- Diversifier l'offre commerciale



- Documents règlementaires
- Ingénierie foncière et immobilière
- Incitations/accompagnement



CIRCUITS MARCHANDS ET AMENAGEMENT URBAINS



- Améliorer l'expérience client, rallonger le temps de fréquentation
- Valoriser l'offre commerciale
- Faire évoluer les usages



- Aménagements urbains
- Signalétique, communication
- Évènementiel



ACCESSIBILITE ET STATIONNEMENT



- Renforcer la lisibilité et la pédagogie sur l'offre de stationnement
- Faire évoluer les pratiques



- Communication
- Concertation



SERVICES, ANIMATIONS, COMMUNICATION



- « Récompenser » et fidéliser les clients du centre-ville
- Communiquer et assurer une promesse de shopping facilité
- Faire évoluer les pratiques vers le centre-ville de demain



- Offre de services, accueil, information
- Communication
- Digitalisation

ilToKi





Charles Dayot

6 septembre, 21:34 · 🌐

En proposant ce moratoire voté à l'unanimité par tous les élus municipaux et communautaires; les élus affirment d'une seule voix et pour la première fois la volonté de protéger réglementairement leur centre ville et centre bourg .
C' est une étape importante pour freiner le développement anarchique des commerces en périphérie. La prochaine étape sera de graver ces principes dans le marbre de notre Plan D'urbanisme Intercommunal.
Il faut en terminer avec les illusions de développement de commerces en périphérie qui, à terme, tuent souvent plus d'emplois qu'ils n'en créent.
Il faut rompre avec des décennies de choix politiques laissant se développer des mastodontes et des Zacom disproportionnées.

#jaimemoncentreville #soutienauxcommerçants #centrebourg #coeurdeville



Retour d'expériences

- ✓ Pas de fatalité mais du courage politique, il FAUT s'en mêler !
- ✓ Sans nostalgie
- ✓ Avec du temps et de l'ingénierie
- ✓ Pas de martingale : stratégie + plan d'actions Ad'hoc
- ✓ A la bonne échelle
- ✓ Collectivement !



Vos contacts

Arnaud ERNST
Directeur associé
a.ernst@aidobservatoire.fr
06 28 50 00 85

