

WEBINAIRE COMMERCE

Mardi 29 juin



WEBINAIRE - Commerce et action publique locale : Enjeux et moyens d'actions



Eléments de déroulé

- **Partie I : Les enjeux du commerce ; les grandes mutations**
- **Partie II : portage politique du commerce**
- **Partie III : levier politique et outillage**
- **Partie IV : La régulation du commerce**



Présentation de la table ronde

- Gabriel Baulieu, Vice-Président au commerce de l'AdCF, 1er Vice-président Grand Besançon
- Michel Heinrich, Président de la Fédération des SCoT, Président de la Communauté d'agglomération d'Epinal et du Syndicat Mixte des SCoT des Vosges Centrales
- Michèle Lutz, Co-présidente de la commission « Economie des Territoires » de France Urbaine, Maire de Mulhouse.
- Patrice Vergriete, Président délégué de la FNAU, Maire de Dunkerque et Président de la communauté urbaine de Dunkerque.

WEBINAIRE COMMERCE

Mardi 29 juin



Partie I : les enjeux du commerce; les grandes mutations



Imaginer aujourd'hui l'aménagement commercial de demain

3 rue Villedeneuve / 22400 Lamballe
126 bd Haussmann / 75800 Paris

LAI
**LESTOUX &
ASSOCIÉS**

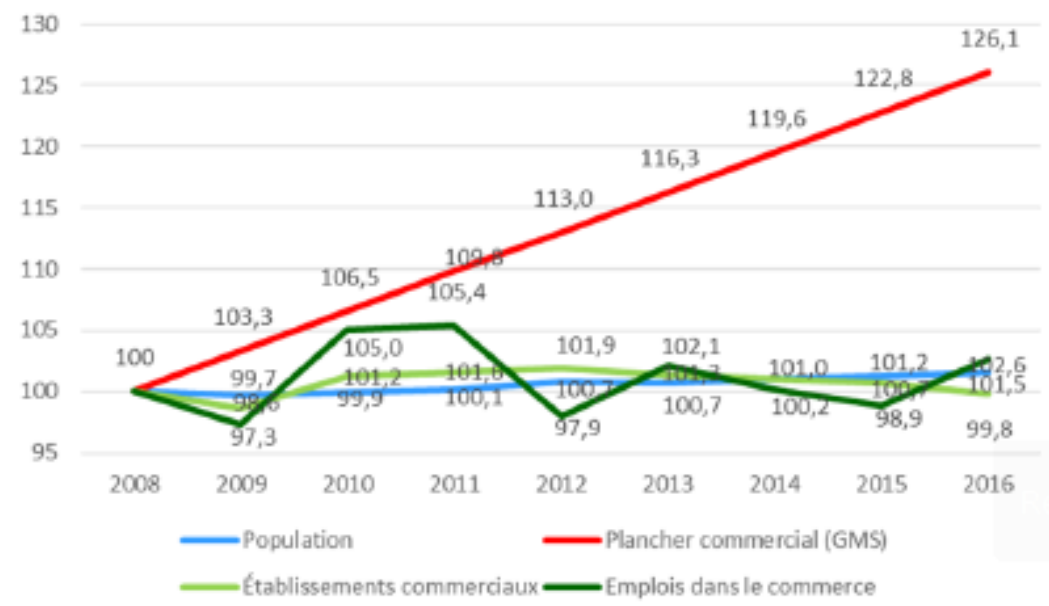
Tel. 02 96 50 55 01
www.lestoux-associes.com

UN UNIVERS COMMERCIAL PLUS DENSE QUE JAMAIS

Un commerce pré-crise qui donne des signes évidents de saturation et qui fragilise progressivement la rentabilité en centre-ville et en périphérie



POPULATION, EMPLOI ET SURFACES COMMERCIALES : LE GRAND ECART !



rechercher de

UN EFFET CISEAU ENTRE CROISSANCE DES SURFACES ET DIGITAL

Une trajectoire de croissance du e.commerce qui crée un nouvel écosystème et bouleverse petit à petit la situation du commerce territorial.



LES PARTS DE MARCHÉ DU E. COMMERCE PAR SECTEUR (ESTIMATION)

Tourisme	21	46%
Produits culturels physiques neufs	NC	19%
Maison high-tech	3,3	25,9%
Maison électroménager	1,9	20,4%
Habillement	4,0	14,7%
Meubles	0,97	7,3%
Produits grande consommation	7,4	7,6%
dont Drive PGC	5,9	6,0%

LE PROFIL DES E.ACHETEURS

Homme	82,0%
Femme	81,5%
11-14 ans	25,3%
15-24 ans	81,4%
25-34 ans	89,8%
35-49 ans	86,5%
50-64 ans	80,6%
65 ans et +	72,0%
CSP+	92,4%
CSP-	81,7%
Inactifs	74,6%
Paris RP	82,1%
Province	81,6%
Moyenne	78,3%

Des marchés bis

DES PRATIQUES
NOUVELLES QUI
EMERGENT

Ressourceries, marché de l'occasion avec l'explosion du Bon Coin, acquisition de l'usage d'un bien et non plus du bien lui-même, le business hors magasin s'accroît à un rythme élevé.

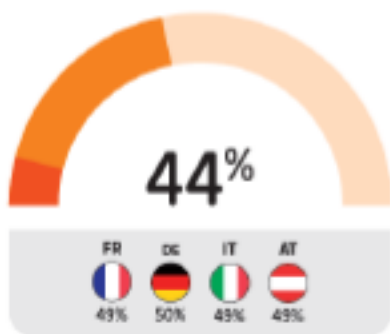


L'IMPACT DE NOUVELLES FORMES DE CONSOMMATION

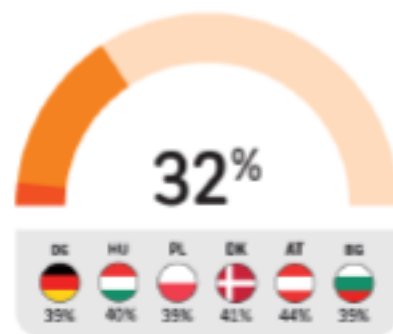
● Régulièrement ● Occasionnellement



Achat/vente d'objets
à des particuliers



Échange de biens/services
entre particuliers



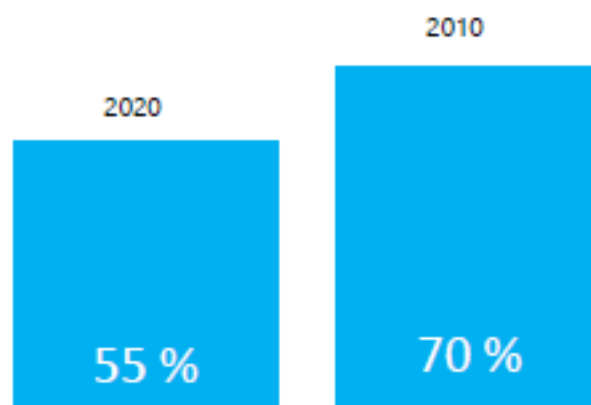
L'explosion du commerce de flux

UN COMMERCE DE PLUS EN PLUS ASSOCIE AUX HUBS

Si les acteurs se focalisent majoritairement sur les rapports commerce de détail/grandes et moyennes surfaces le commerce lui connaît une autre évolution territoriale. En 10 ans, ce sont 60 % des commerces de moins de 300 m² de SdV qui se sont créés hors des centres et hors des espaces de périphérie sur des espaces interstitiels axes de flux, ronds points, hubs de transport...



EVOLUTION DE LA PART DU COMMERCE (MOINS DE 300 M²) DANS LES CENTRES DES VILLES PETITES ET MOYENNES



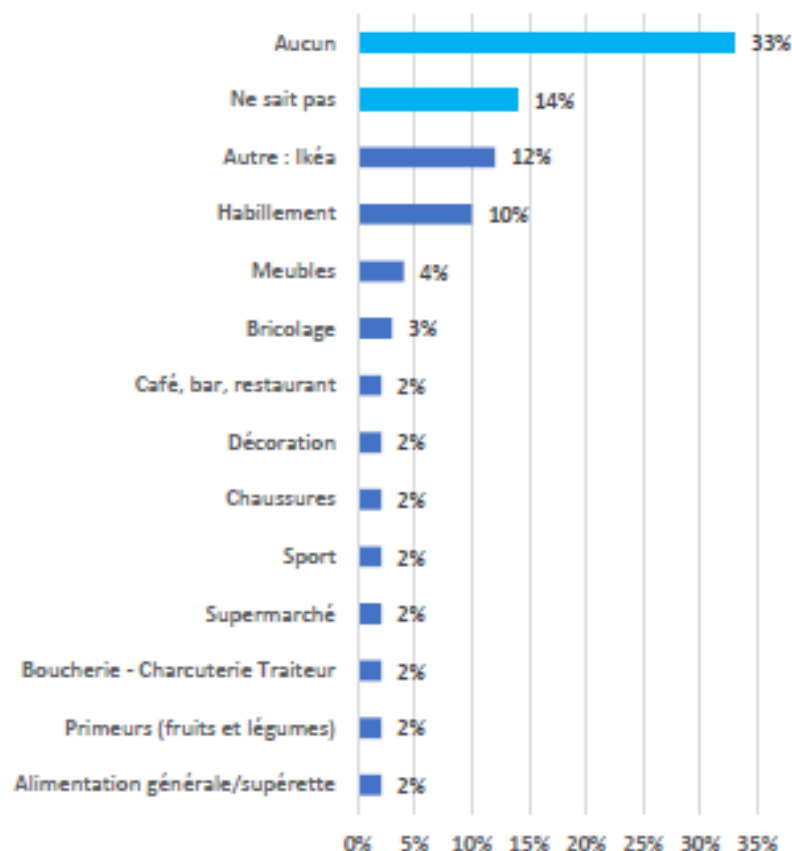
La fin de la demande client

UNE LOGIQUE D'OFFRE QUI NE SUFFIT PLUS

Conséquence directe de la croissance conjuguée des surfaces commerciales, du commerce de flux, du digital et des circuits bis, le comportement du consommateur change radicalement. Après trente ans de demande en croissance, le commerce doit faire face à un consommateur qui trouve qu'il dispose de suffisamment d'offre.



RÉPONSES MOYENNES À LA QUESTION
« QUELS COMMERCES VOUS MANQUENT VRAIMENT SUR VOTRE TERRITOIRE ? »



Source : Etudes LAI – Base 30 territoires – Environ 10 000 enquêtes

#innovation

#débanalisation

O > D

#théâtralisation

#conquête

#expérienceclient

Entre revitalisation et modernisation ?

UNE PREOCCUPATION MAJEURE SUR LE COMMERCE DE PROXIMITE

Hors impact de la crise sanitaire, quels sont vos 2 ou 3 sujets d'inquiétude actuels sur la thématique du commerce : (plusieurs réponses possibles)



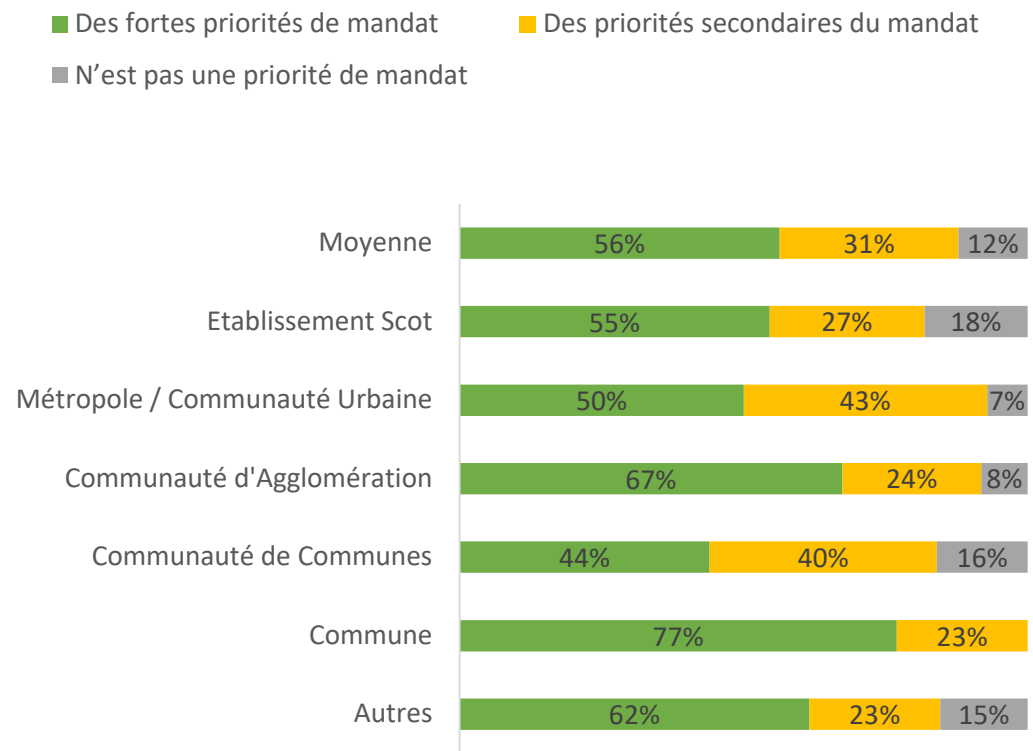
ELEMENTS A RETENIR

Des inquiétudes fortes autour d'enjeux globalement défensifs et de modernisation avec une relative faible prise en compte des enjeux du commerce digital.

Une priorité majeure de mandat ?

UNE FORTE PRIORITE DE MANDAT SUR LA MAJORITE DES TERRITOIRES

Globalement dans votre intercommunalité, le commerce fait partie :



ELEMENTS A RETENIR

Le commerce émerge comme une priorité forte de mandat pour plus de la moitié des répondants et de manière encore plus marquée parmi les élus. Les territoires de strate intermédiaire sont les plus attentifs à la réflexion.

WEBINAIRE COMMERCE

Mardi 29 juin

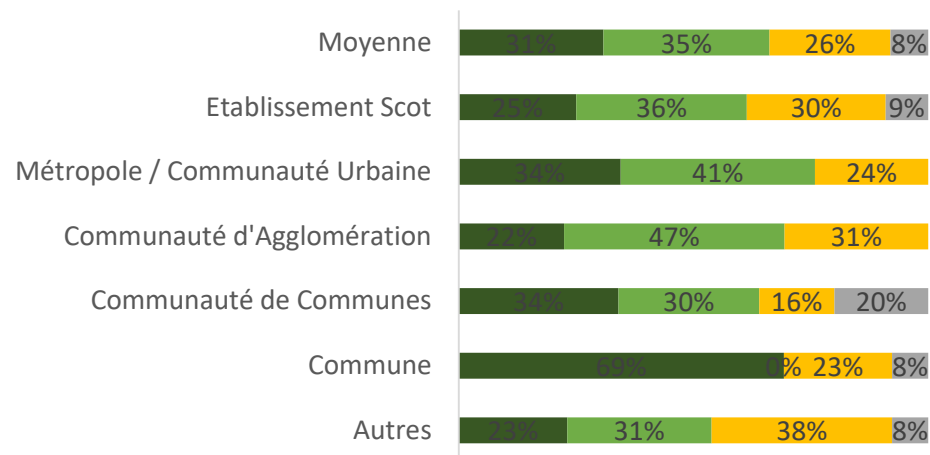


Partie II : portage politique du commerce

L'URBANISME COMMERCIAL : UN SUJET DE DEBAT

D'une manière générale sur votre territoire, vous diriez que le commerce et les implantations commerciales... (par type de structure)

- Sont plutôt des sujets de consensus entre élus du territoire
- Sont plutôt des sujets de débat
- Sont plutôt des sujets de crispation
- Ne font pas l'objet de discussion



ELEMENTS A RETENIR

Le sujet du commerce et des implantations commerciales apparaît comme un sujet de débat voire de crispation sur la majorité des intercos même si le sujet semble plus consensuel sur les territoires plus ruraux. Néanmoins côté SCoT, quelque soit la typologie du territoire les tensions apparaissent plus fortes

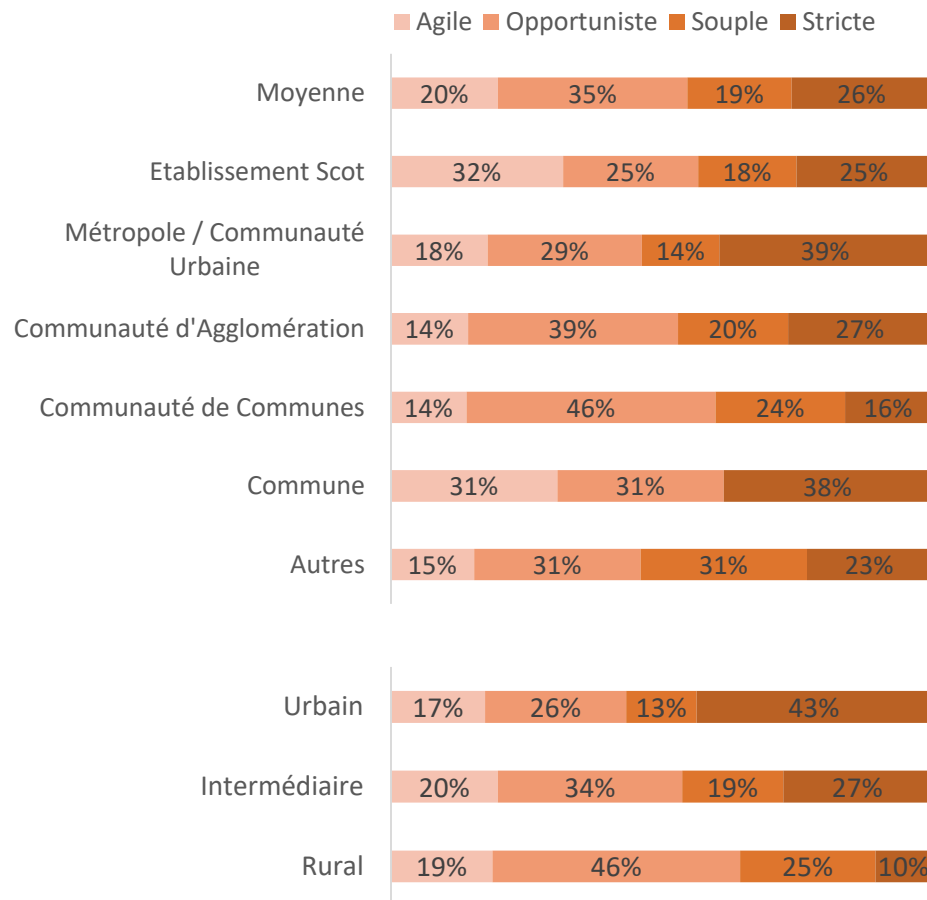
Verbatim

"la concurrence entre EPCI sur un même bassin de vie n'est pas gérable avec les règles actuelles d'urbanisme commercial"

"Il n'y a pas de volonté politique d'avoir un DAAC dans le SCoT... le résultat est bien une concurrence territoriale entre ces mêmes collectivités et une incohérence dans les choix de développement économique"

UNE GESTION PLUTÔT OPPORTUNISTE DES IMPLANTATIONS COMMERCIALES

Vous qualifieriez votre politique de gestion des implantations commerciales de : (par type de structure et par type de territoire)



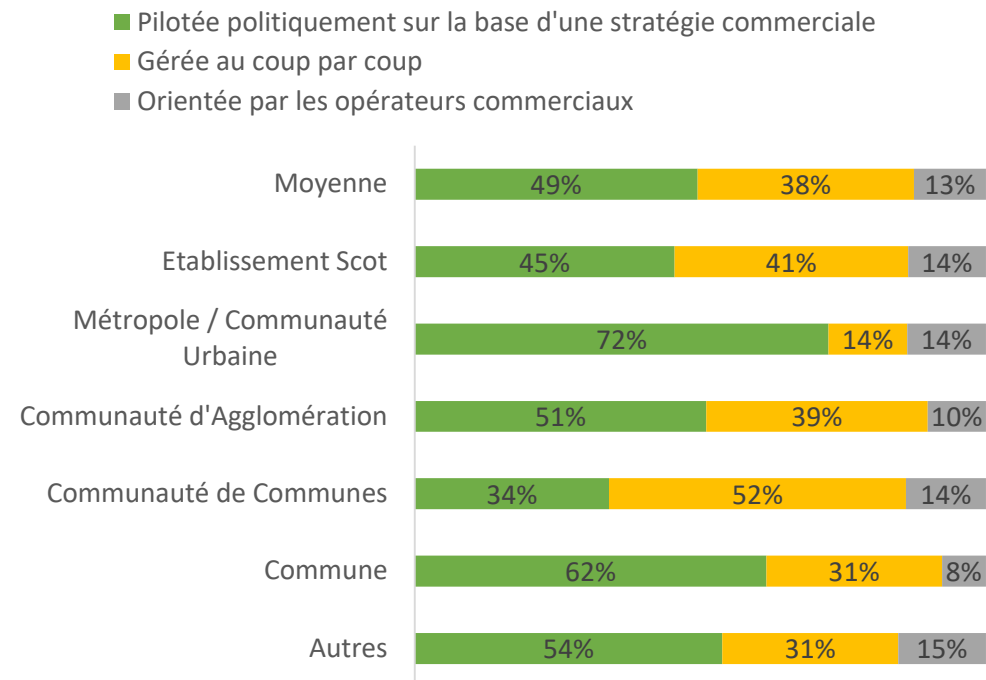
ELEMENTS A RETENIR

Une segmentation rural/urbain autour des questions d'urbanisme commercial avec un cadre qui se renforce avec le caractère urbain.

Vous avez dit vision ?

UNE MINORITE DE TERRITOIRES DOTES D'UNE STRATEGIE COMMERCIALE

Sur votre territoire, cette question du commerce et de l'aménagement commercial est plutôt...?



ELEMENTS A RETENIR

Si les grands pôles urbains déclarent très majoritairement avoir une stratégie commerciale, sur les autres territoires, la question est plutôt gérée au coup par coup voire orientée par les opérateurs commerciaux.

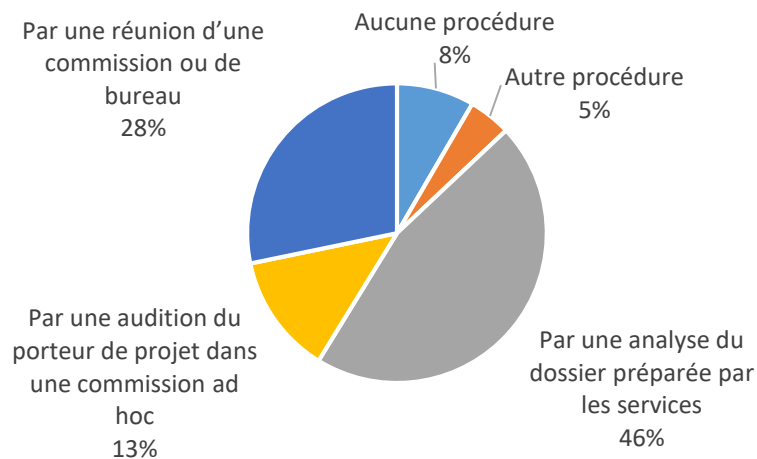
Verbatim:

“les dossiers de CDAC ne sont reçus par les territoires qu’une semaine avant la commission. Le délai d’analyse et de rencontre avec les partenaires est trop court. Aussi la gestion actuelle favorise une analyse au coup par coup et non une vision globale de la stratégie commerciale d’un territoire. Pour preuve, les zones commerciales de périphéries continuent à s’étendre grâce à ces autorisations, alors même qu’un consensus national est invoqué régulièrement... la réalité des PC est tout autre sur les territoires”

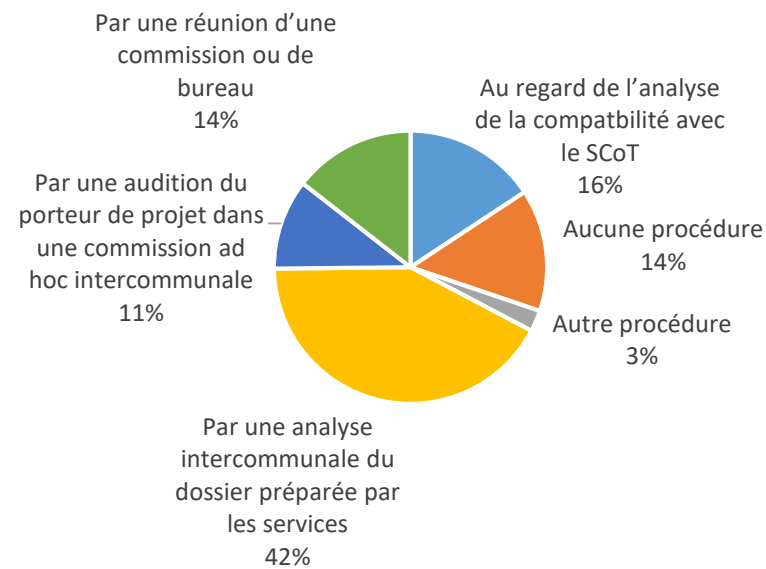
Approche technique ou débat politique ?

UNE ANALYSE PREALABLE MAJORITAIREMENT TECHNIQUE ET PEU DE DEBATS POLITIQUES

Si vous êtes élu(e) d'un EP SCoT au niveau du SCoT, lors de l'examen d'une demande AEC, préalablement au passage en CDAC, de quelle manière fondez-vous vos avis ?



Au niveau intercommunal, lors de l'examen d'une demande AEC, préalablement au passage en CDAC, de quelle manière fondez-vous vos avis ?

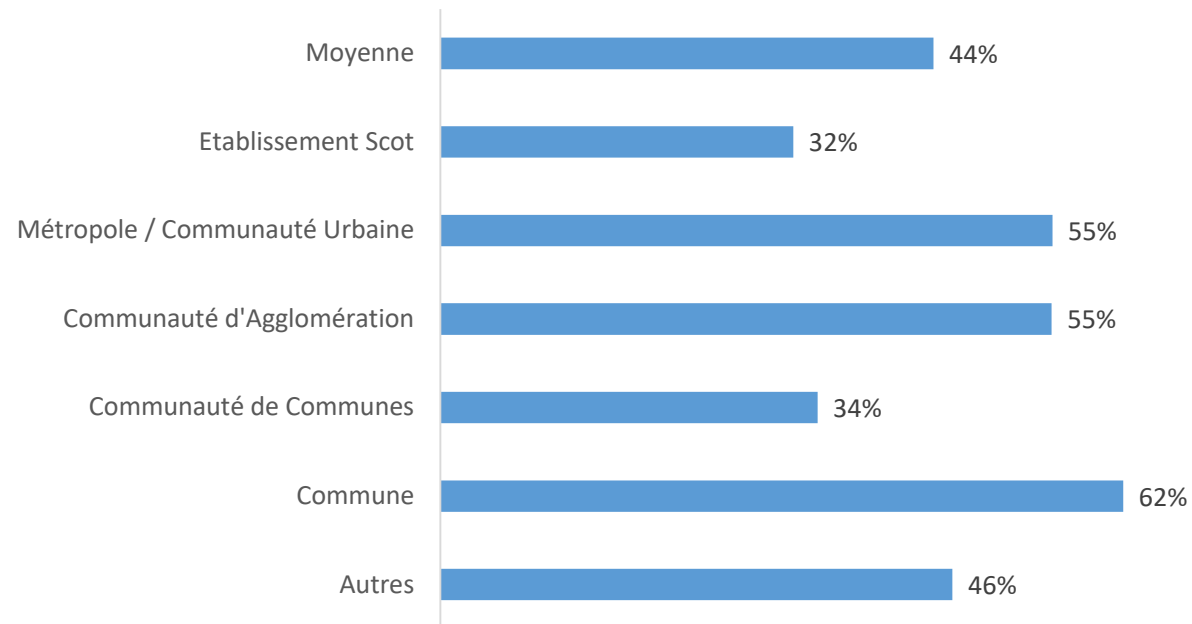


ELEMENTS A RETENIR

Une analyse de dossier abordée d'un point de vue technique avec une faible ouverture au débat avec une connexion insuffisante SCoT/Interco.

UNE MINORITE DE TERRITOIRES ORGANISENT DES TEMPS D'ÉCHANGE PUBLIC / PRIVÉ

A l'échelle de votre territoire, organisez-vous des temps d'échanges public / privé sur la question du commerce ?



ELEMENTS A RETENIR

Des temps d'échanges public / privé sur la question du commerce relativement peu fréquents, en particulier sur les territoires ruraux et par les EP SCoT

Verbatim

"L'organisation du dialogue public / privé est une nécessité. Au niveau local, ce n'est pas si facile, les enseignes ne se prononcent pas toujours en séance d'échanges collectifs"

"il faut favoriser le dialogue amont CDAC entre collectivités et porteurs de projets"

" plus d'échanges amont aux demandes AEC"

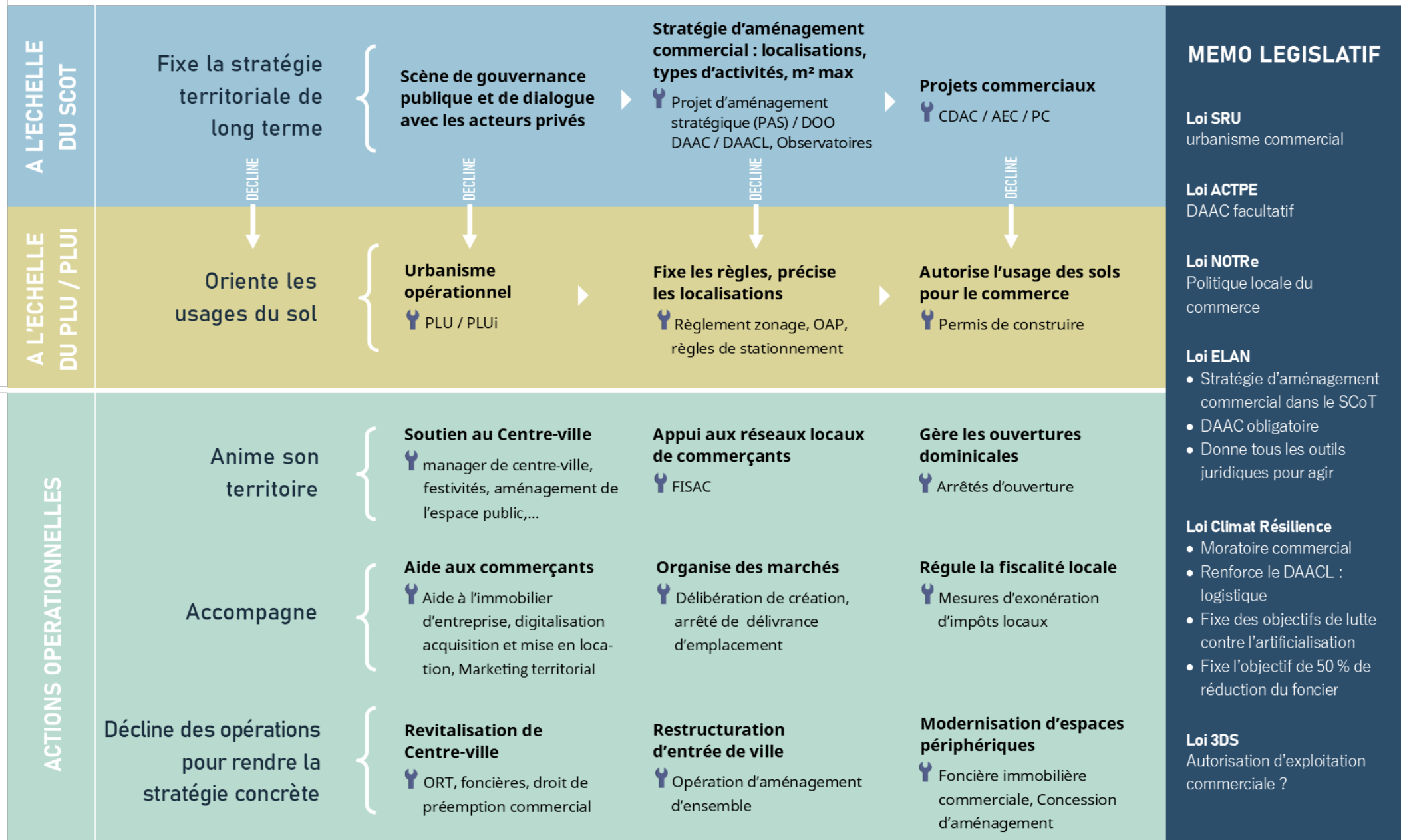
WEBINAIRE COMMERCE

Mardi 29 juin



Partie III : levier politique et outillage

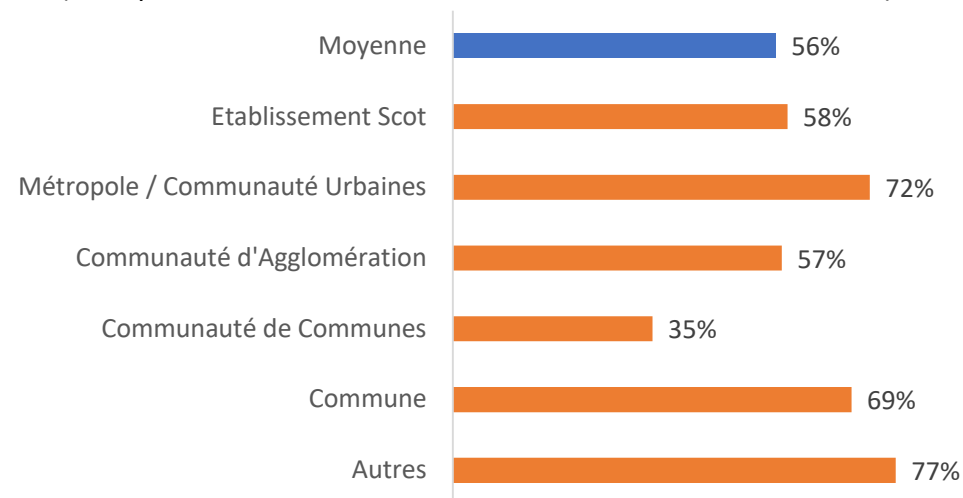
Leviers d'action et outils à disposition des élus du bloc local en matière de commerce



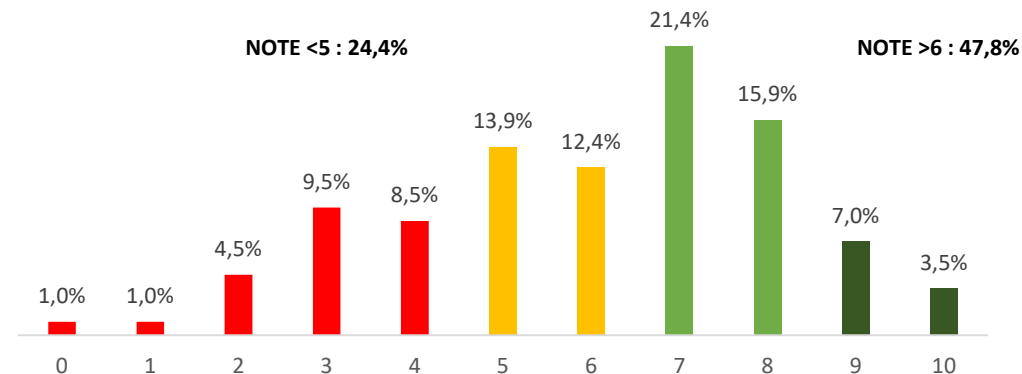
Des outils pour gérer le commerce ?

UNE HETEROGENEITE DES TERRITOIRES EN TERME D'OUTILS D'OBSERVATION

Afin d'observer les évolutions du commerce, avez-vous des outils à l'échelle de votre territoire (exemple : observatoire du commerce, suivi des décisions cdac...) :



Sur une échelle de 0 à 10, pouvez-vous donner une note pour traduire votre niveau de connaissance des spécificités commerciales locales (0 = je ne dispose pas de données objectives, 10 = je dispose de données précises et régulières)



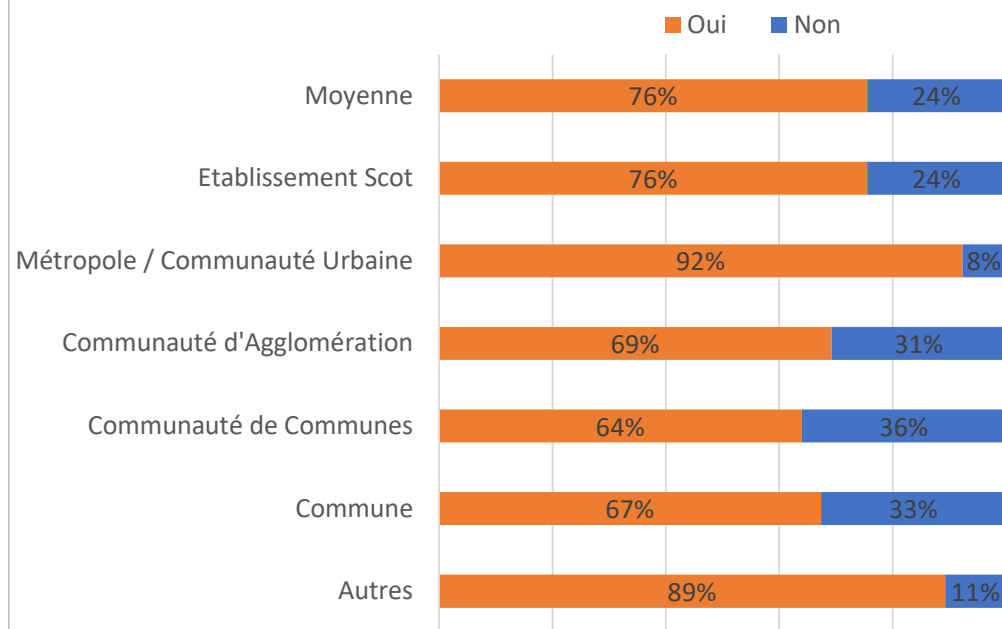
ELEMENTS A RETENIR

Une part croissante de territoires équipés d'outils d'observation

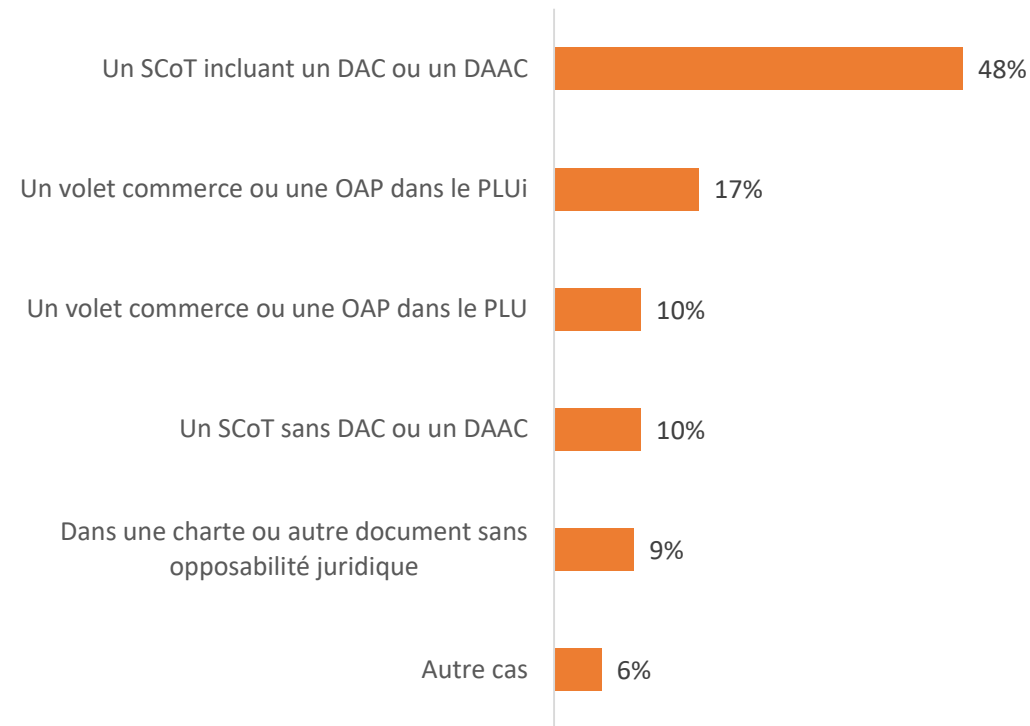
Le commerce intégré aux documents d'urbanisme ?

UN QUART DES TERRITOIRES SANS STRATEGIE FORMALISÉE

A l'échelle de votre territoire, les stratégies d'urbanisme commercial sont-elles traduites dans un document formalisé ? (SCoT, DAAC, PLU...)



Il s'agit de ...



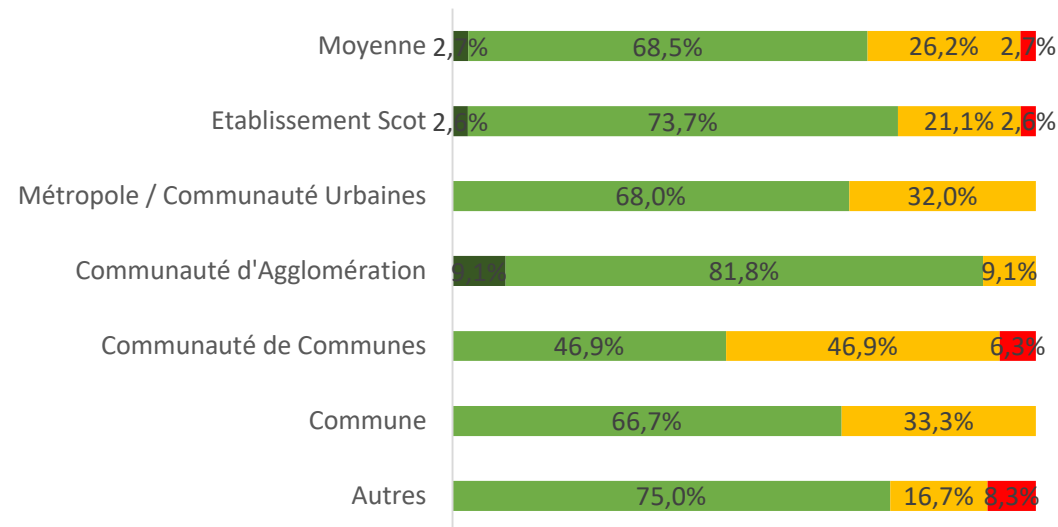
ELEMENTS A RETENIR

Près d'un quart des territoires déclarent n'avoir aucune stratégie d'urbanisme commercial intégrée aux documents d'urbanisme et donc opposable au tiers.

UNE SATISFACTION MITIGEE SUR L'EFFICACITE DES OUTILS

Vous diriez que ces outils dont vous disposez sont ?

- Très adaptés et vous permettent un pilotage efficace
- Plutôt adaptés et vous permettent globalement de porter une vision partagée du commerce
- Plutôt pas adaptés et vous permettent peu de porter une vision partagée du commerce
- Pas du tout adaptés et ne vous permettent pas de peser sur les implantations commerciales



ELEMENTS A RETENIR

Une forte insatisfaction des Communautés de Communes et des territoires ruraux concernant leurs outils.

Verbatim

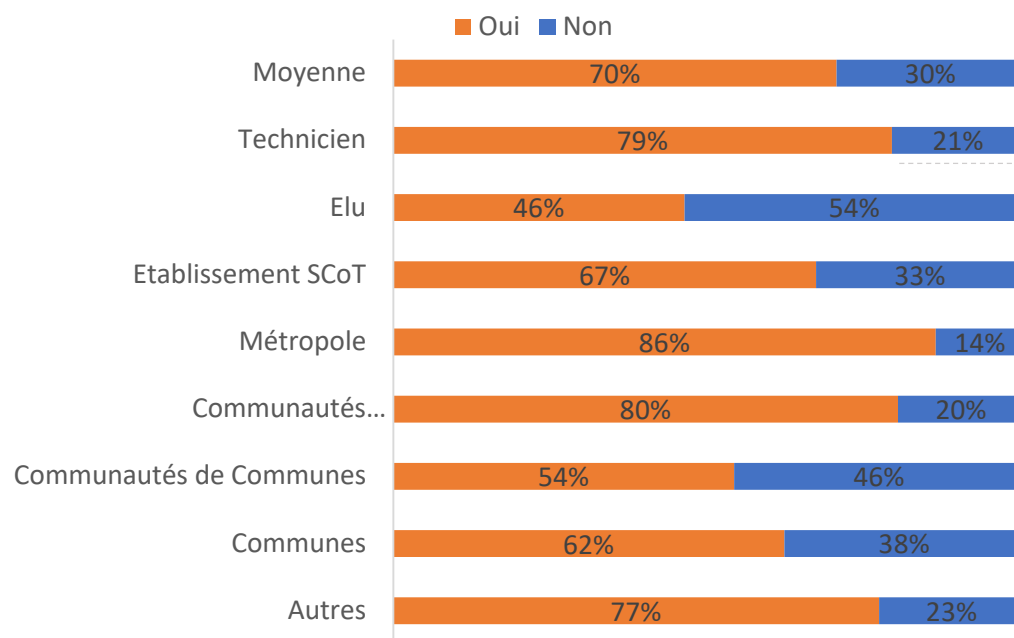
“Les outils me semblent adaptés, mais leur réactualisation est complexe et longue”

“L’observatoire du Commerce permet d’avoir une base commune de réflexion et de partage avec les acteurs du commerce et les partenaires. Le problème est la difficulté de suivre la mise en œuvre. Il faut évoluer vers un outil dynamique de suivi”

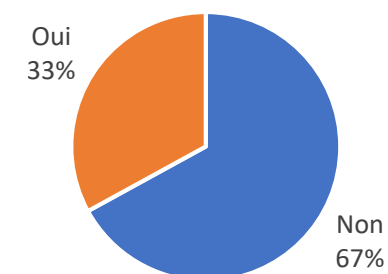
L'ORT, un outil de gestion ?

L'ORT : UN DISPOSITIF ENCORE MAL CONNU DES ELUS

Dans la loi Elan, l'Etat propose aux territoires de conclure des ORT (Opérations de Revitalisation Territoriale), permettant une gestion de l'urbanisme commercial nouvelle (pas d'intervention de la CDAC dans le périmètre de revitalisation et possibilité de suspendre les CDAC pour des projets pouvant fragiliser la revitalisation). Connaissez-vous ce dispositif ?



L'avez-vous mis en place?



ELEMENTS A RETENIR

Les ORT sont un outil bien maîtrisé des techniciens et fréquemment mis en place sur les agglomérations d'une certaine importance. En revanche, le dispositif est nettement moins connu des élus.

WEBINAIRE COMMERCE

Mardi 29 juin

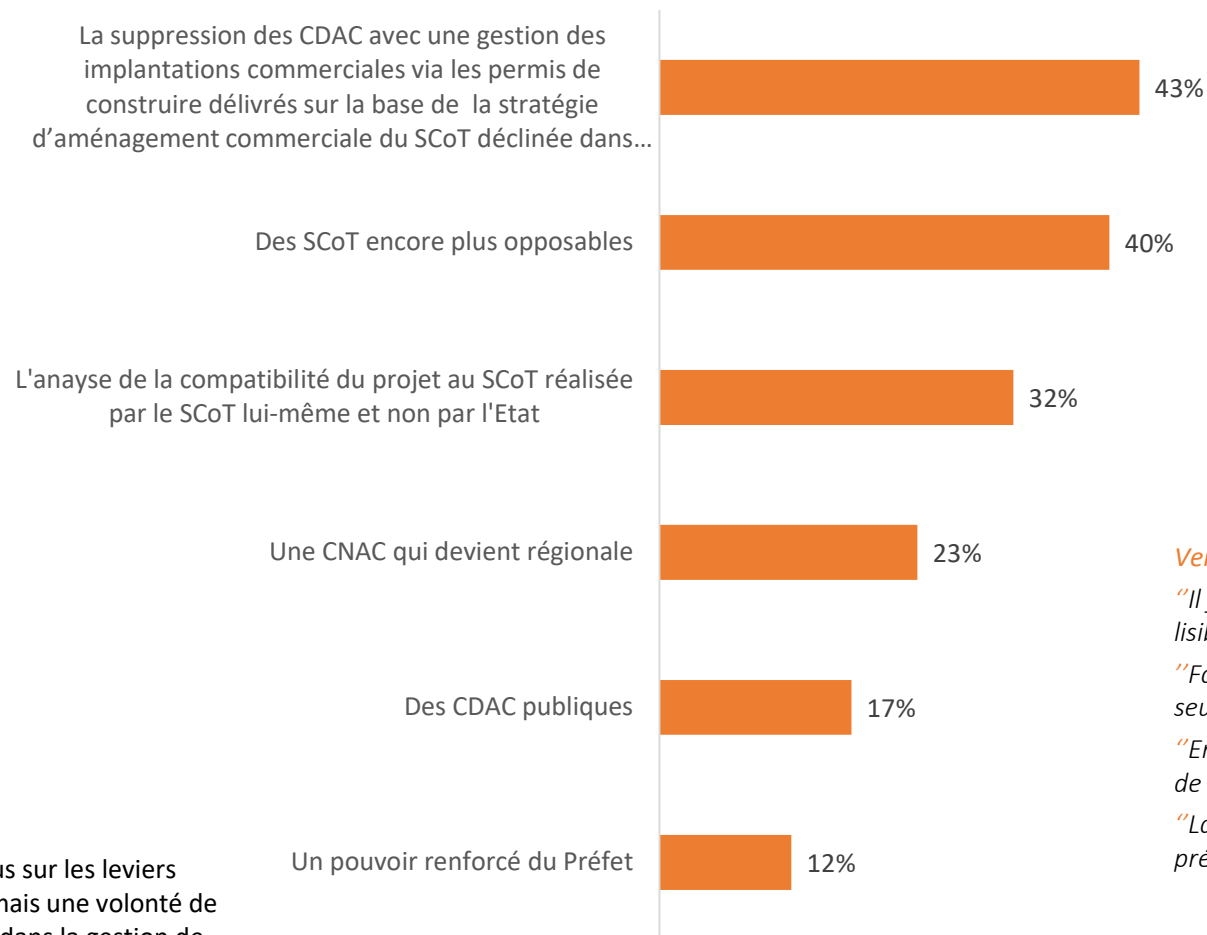


Partie IV : La régulation du commerce

Un système à faire évoluer ?

DES BESOINS D'AMELIORATION IMPORTANTS...

Parmi les propositions suivantes, lesquelles vous semblent pertinentes : (plusieurs réponses possibles)



Verbatim:

"Il faut garder le système actuel mais rendre plus stables, plus lisibles et clairs les critères d'évaluation des projets en CDAC"

"Faire évoluer les critères d'analyse des CDAC et abaisser les seuils de passage"

"En présence de DAAC approuvé, il ne devrait plus y avoir besoin de CDAC"

"Laisser aux SCoT et PLU plus de latitude pour règlementer précisément"

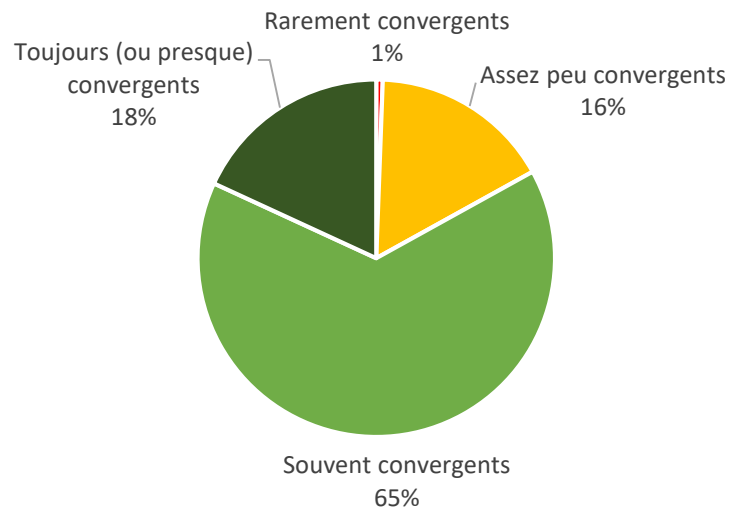
ELEMENTS A RETENIR

Une absence de consensus sur les leviers d'amélioration à utiliser mais une volonté de renforcer le rôle du SCoT dans la gestion de l'urbanisme commercial

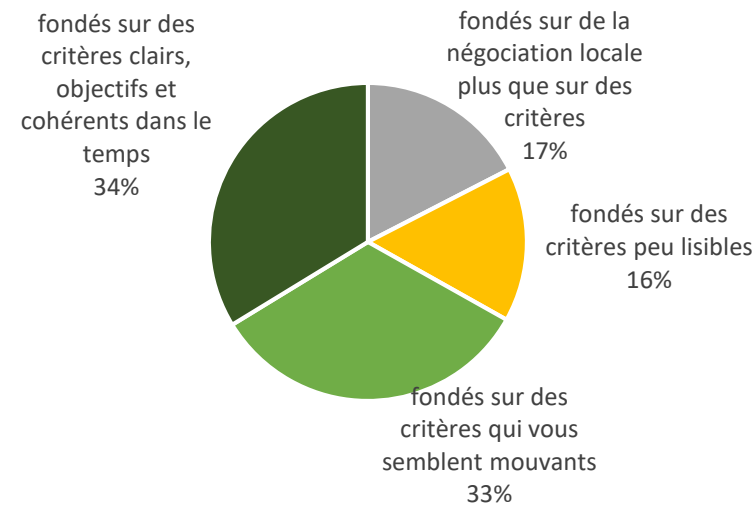
Des critères stables et lisibles ?

DES CRITERES D'EXAMEN EN CDAC QUI GENERENT UNE INSTABILITE DES DECISIONS

Lors du passage en CDAC, les avis de votre territoire et du préfet sont :



D'une manière générale, vous diriez que les avis de la CDAC sont ...



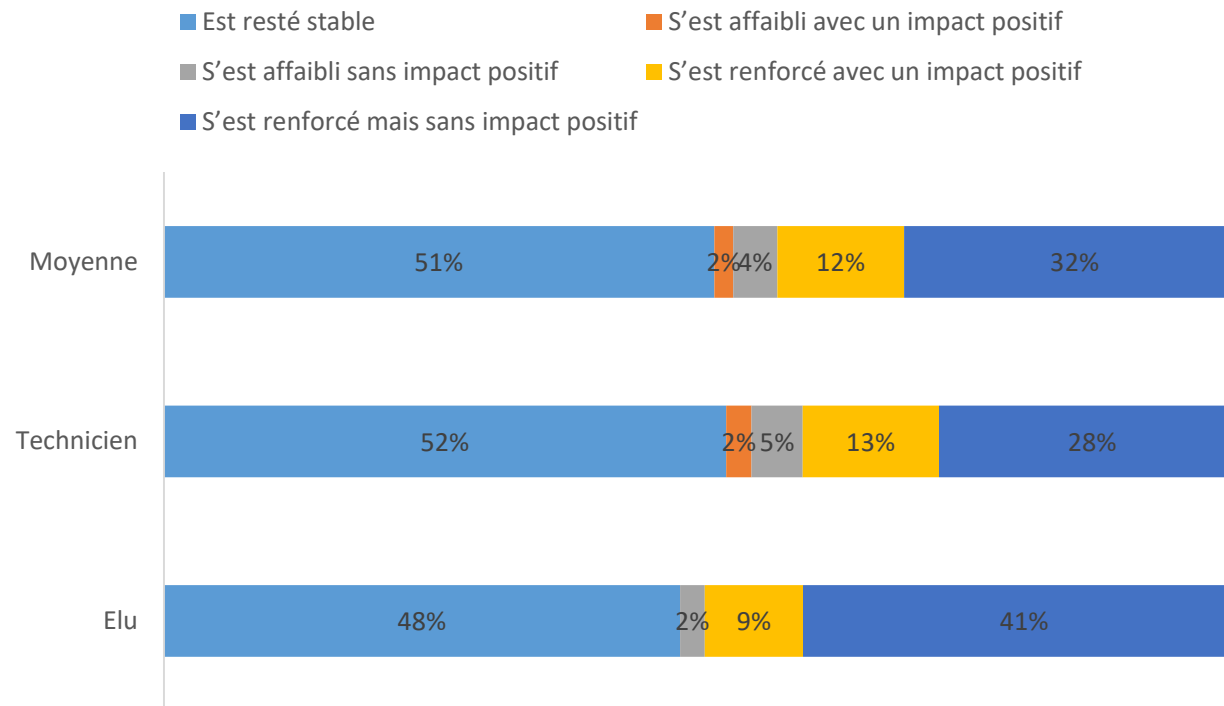
ELEMENTS A RETENIR

Si le système des CDAC est assez peu remis en cause, les critères sont jugés flous et instables.

Le rôle du préfet comme facilitateur ?

STABILITE VOIRE RENFORCEMENT DU ROLE DU PREFET

Depuis 10 ans, vous trouvez que le rôle du préfet dans les décisions d'aménagement commercial...



ELEMENTS A RETENIR

Des élus qui perçoivent davantage un renforcement sans impact positif du rôle du préfet.

Verbatim

"Il faudrait plus d'analyse indépendante de la qualité des dossiers présentés. Les élus ont une vision de défiance par rapport aux préfets, il faudrait que ce soit un autre organe non étatique qui analyse les dossiers"

WEBINAIRE COMMERCE

Mardi 29 juin



WEBINAIRE - Commerce et action publique locale : Enjeux et moyens d'actions