

3^e EDITION DU PALMARÈS PROCOS DES CENTRES-VILLES COMMERÇANTS LES PLUS DYNAMIQUES

Cette année, le Palmarès récompense les meilleures évolutions des centres-villes, d'une part, et les meilleurs centres-villes marchands, d'autre part. Et, chaque fois, dans trois catégories de taille de villes.

Dans la catégorie « Meilleures évolutions du commerce dans les centres-villes commerçants », les lauréats sont Clermont-Ferrand (Métropoles), Annecy (Grandes villes moyennes) et Gap (Petites villes moyennes).

Dans la catégorie, « Meilleurs centres-villes commerçants », les lauréats sont Lyon (Métropoles), Amiens (Grandes villes moyennes) et Compiègne (Petites villes moyennes).

Les points communs aux différentes villes lauréates se résument en quelques mots : prise de conscience, diagnostic, anticipation, politique volontariste et mesures opérationnelles.

Procos, Fédération pour la promotion du commerce spécialisé (300 enseignes adhérentes), présente pour la troisième année consécutive le Palmarès des centres-villes commerçants les plus dynamiques (hors Paris et région parisienne). La volonté de la Fédération, dans une période où le commerce connaît de profondes mutations, est d'identifier les leviers locaux de dynamisation du commerce et de partager les bonnes pratiques, dans un contexte où tous les pôles de commerce, en centre-ville comme en périphérie, sont confrontés à d'importantes transformations des modes de consommation. L'un des marqueurs forts de cette évolution est la baisse marquée et tendancielle de la fréquentation des magasins.

Par ailleurs, certaines villes ont été fortement touchées par les manifestations des Gilets jaunes depuis mi-novembre 2018. Ces événements sont trop récents pour avoir des conséquences sur les résultats du présent Palmarès. Il est trop tôt pour appréhender l'éventuel impact d'une fragilisation du commerce de certains centres-villes.

Si le commerce connaît une période de turbulences, la prise de conscience et la volonté locale de nombreuses villes de s'emparer du sujet est une première étape fondamentale. De très nombreuses actions sont d'ores et déjà mises en place alors même que le « plan Action Cœur de Ville » n'est pas totalement opérationnel : diagnostic, concertation entre les acteurs, plan d'actions pour l'accroissement de la fréquentation, dispositif de mesures d'efficacité, modernisation de l'immobilier de commerce, accessibilité multimodale, événements...

20 métropoles, 74 grandes villes moyennes et 147 petites villes moyennes ont été étudiées. Les critères observés sont le dynamisme démographique et économique, le taux de vacance commerciale, la performance des enseignes extraite du baromètre Procos, la fréquentation des magasins, nouvel indicateur intégré en 2018 et créé en partenariat avec la société Stackr.

« MEILLEURES ÉVOLUTIONS DU COMMERCE DANS LES CENTRES-VILLES COMMERÇANTS »

Dans la catégorie des métropoles, Clermont-Ferrand est lauréate. La plus petite parmi les villes de la catégorie, et bien qu'elle ait perdu son statut de capitale régionale, Clermont-Ferrand a connu en 2016 une véritable prise de conscience et mis en place de nombreuses mesures coordonnées : recrutement d'un manager de centre-ville, création d'un guichet unique pour les demandes des commerçants, création d'un périmètre de préemption, mise en avant de la halle de marché, investissements dans l'évènementiel... Le reflet d'une politique volontariste qui a porté ses fruits.

En seconde position, Strasbourg, qui est habitué du Palmarès Procos. Avec 4 % de taux de vacance, le centre-ville est très performant. La politique mise en place s'appuie sur un développement commercial équilibré entre centre-ville et périphérie mais aussi sur des actions qui touchent des domaines beaucoup plus larges que le commerce en centre-ville : localisation des services de santé, politique de logements à destination des familles, remboursements de stationnement pour les clients du centre-ville, modes de déplacement doux, événements culturels... De plus, de nouvelles enseignes, positionnées moyen-haut de gamme se sont implantées depuis deux ans.

Annecy est lauréate des centres-villes commerçants de villes moyennes. Les élus agissent sur l'armature commerciale, notamment sur l'adéquation entre offre et demande de locaux commerciaux. Des périmètres de préemption ont été mis en place pour préserver le commerce de proximité mais également le commerce dans sa diversité. Par ailleurs, Annecy agit sur son attractivité : réfection de la gare et de ses alentours... L'armature commerciale périphérique d'Annecy est très performante et principalement sur le site de Grand Epagny mais son développement a été maîtrisé.

La seconde ville de la catégorie est Quimper qui cherche à retrouver un équilibre entre centre-ville et périphérie en agissant sur tous les pans de la vitalité des centres-villes : mobilité, logement, promotion du centre-ville, réaménagement des cellules, attractivité touristique...

Gap est la meilleure évolution commerciale dans la catégorie « petites villes moyennes ». La ville, relativement épargnée par la concurrence compte tenu de son éloignement des grands centres urbains, possède plus de 300 commerces. Son maire Roger DIDIER a créé un groupe de travail qui réunit l'ensemble des acteurs du commerce : associations de commerçants, élus, techniciens, CCI, Chambre de Métiers, etc... pour soutenir le dynamisme du centre-ville et répondre aux problématiques de la périphérie. Par l'instauration d'un dialogue et la recherche de solutions immobilières avec les propriétaires de locaux vacants, la municipalité a mis en place une politique volontariste. En parallèle, une politique globale touchant l'habitat, le développement d'évènements, les facilités d'accès au centre-ville ont permis de créer un contexte favorable pour attirer de nouvelles enseignes telles que Flying Tiger, De Neuville ou encore Devernois qui complètent l'offre déjà très qualitative constituée pour beaucoup de commerçants indépendants notamment dans l'alimentaire spécialisé.

La seconde ville de ce classement de la meilleure évolution dans les petites villes moyennes est Vichy dont les élus ont mis en œuvre un véritable projet « cœur de ville » (urbanisme, logement, accessibilité, appui financier pour les nouvelles enseignes...) et ont recruté un manager de centre-ville chargé, notamment, de coordonner tous les acteurs de l'immobilier commercial.

« MEILLEURS CENTRES-VILLES COMMERÇANTS »

Lyon Presqu'île, lauréate du meilleur centre-ville marchand, est la plus grosse polarité commerciale de l'agglomération. Elle présente un mix marchand très attractif avec les grandes enseignes nationales, un secteur luxe, ainsi que des indépendants qui parsèment le centre-ville. En complément, l'opération réussie de Grolée-Carnot a permis de dynamiser un secteur historiquement peu fréquenté et d'attirer de nouvelles enseignes comme Uniqlo, Décathlon, La Redoute, Flying Tiger, Sostrene Grene, Courir...

Amiens est lauréate des meilleurs centres-villes des grandes villes moyennes. Un accès facilité (gare, transports en commun et parkings à tarif préférentiel), des administrations (préfecture, hôtel de ville et conseil général) à proximité immédiate du centre-ville marchand, un patrimoine historique exceptionnel et l'attractivité du quartier Saint-Leu sont autant d'atouts pour faire d'Amiens une ville qui connaît un vrai dynamisme commercial. Ses 650 commerces ont maintenu un centre-ville attractif grâce à leur diversité bien qu'un nouveau centre commercial ait ouvert l'an dernier. Ouverture qui s'inscrit toutefois dans un cadre de développement maîtrisé de la périphérie.

Compiègne est le meilleur centre-ville de la catégorie petite ville moyenne. La ville est l'exemple même de la bonne recette pour réussir : travail sur la zone de chalandise (attractivité économique, programme de logements...), sur les accès (transports en commun, parkings), sur l'offre immobilière de centre-ville afin de proposer des cellules adaptées aux grandes locomotives pour donner de l'attractivité et de la visibilité aux autres acteurs du centre-ville. Les événements culturels et l'offre touristique n'ont fait que renforcer et assoir l'image de la ville. Si la vacance commerciale a progressé ces dernières années, elle demeure inférieure à 8 %, ce qui est extrêmement rare dans cette catégorie de ville. Par ailleurs, bien que disposant d'une offre commerciale de périphérie forte et performante, la complémentarité et les équilibres ont su être respectés.

Procos soutient les démarches volontaristes engagées par le Gouvernement et les collectivités locales dans le cadre du plan « Action Cœur de Ville ». Elles permettent de sensibiliser les acteurs sur la nécessité de mettre en œuvre des démarches multi-domaines (logement, transport, tourisme...), dépassant le cadre du commerce, et l'importance d'agir sur la dynamisation des activités commerciales par la mise en place de structures de management du territoire, mais aussi sur le rôle vital pour le commerce d'une politique adaptée en matière d'accès, de stationnement...

Chaque année, le Palmarès met en avant les villes les plus méritantes et contribue à promouvoir les meilleures pratiques car c'est localement que les solutions peuvent être trouvées dans le cadre d'une vision partagée du territoire et de ses ambitions. Les solutions ne sont pas directement duplicables mais les bonnes actions doivent inciter d'autres villes à la réflexion quelles que soient les qualités intrinsèques de celles-ci.

PROCOS EN CHIFFRES

