



# Revitalisation commerciale

Analyse statistique et expériences innovantes



Journée d'échanges  
**Petites Villes de  
Demain**

Jura - 02/07/2021

# Dévitilisation commerciale : quelques clés de lecture



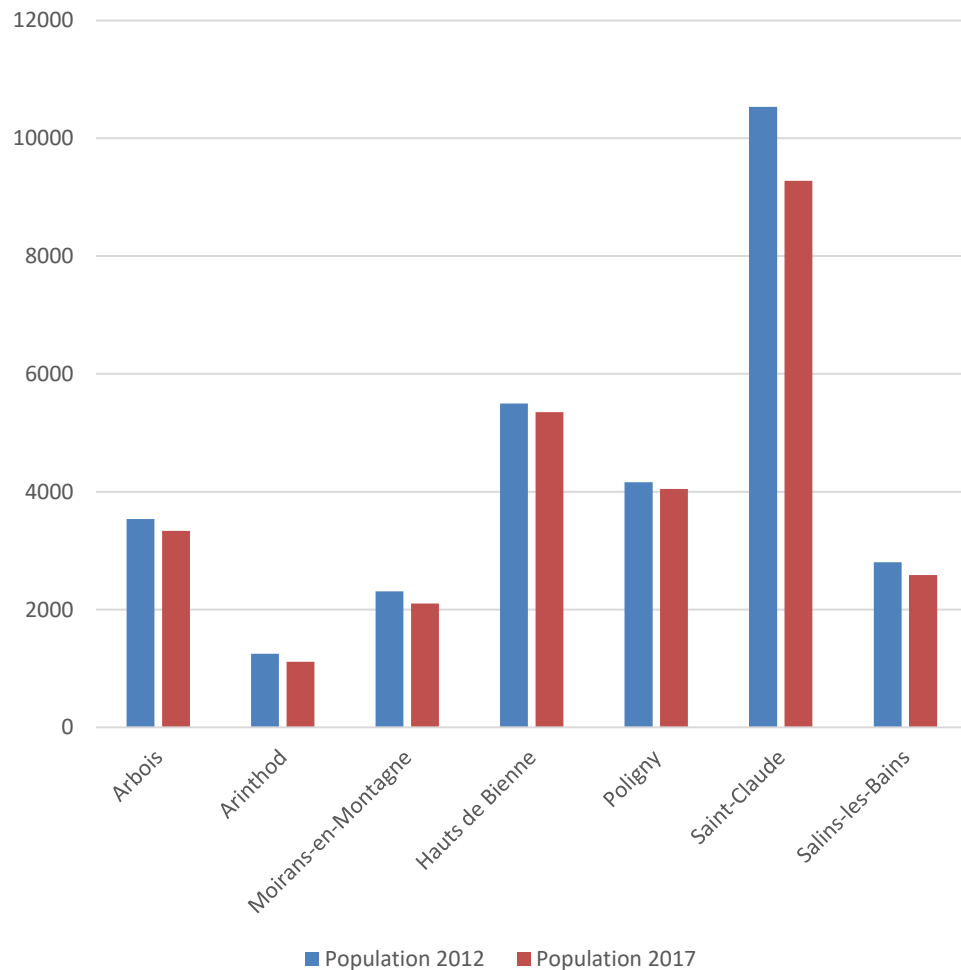
# Contexte

- Évolution des modes de vie: maison individuel hors centre-bourg, déplacement en voiture
- Perte d'attractivité résidentielle, vacance de logement, déprise commerciale
- Choix individuels et politiques publiques privilégiant les implantations en dehors des centres-bourgs tant pour l'habitat que pour les activités économiques

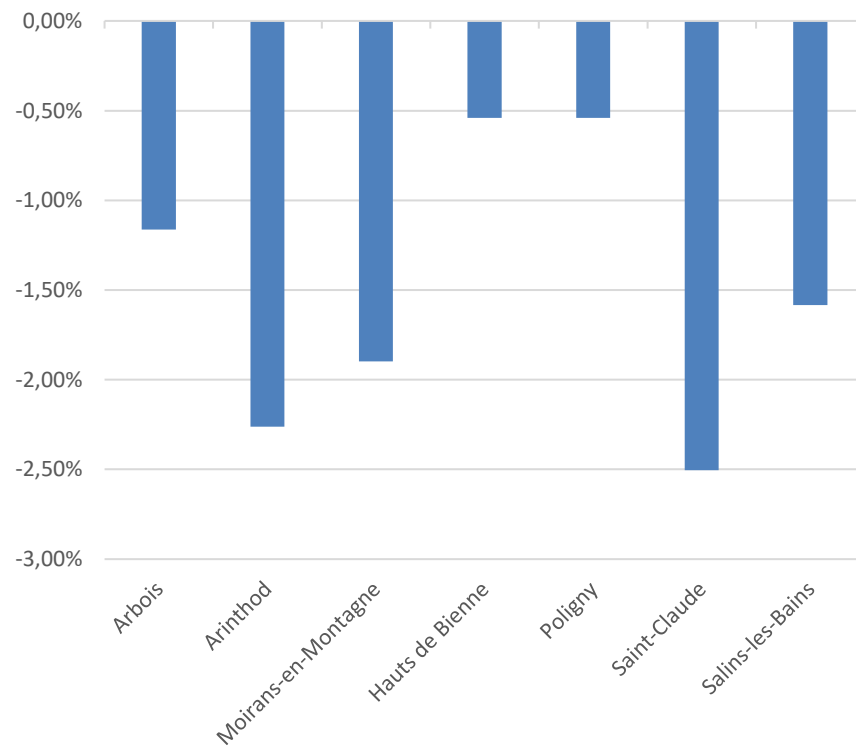


# Perte de vitesse démographique

Evolution de la population entre 2012 et 2017



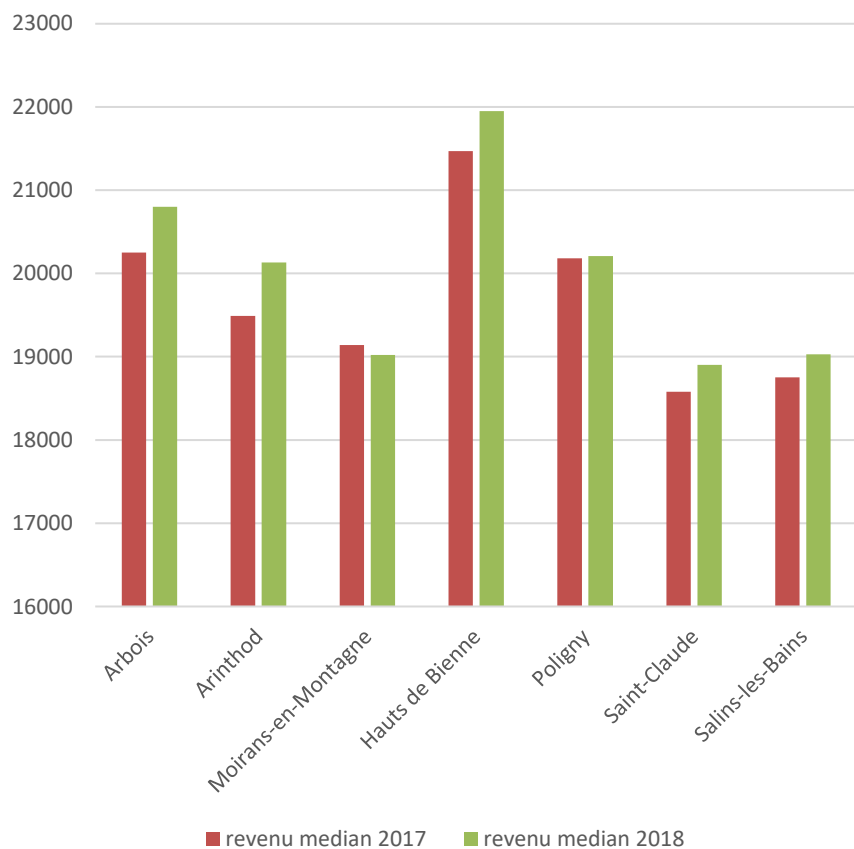
taux d'evolution annuel de la population sur 5 ans



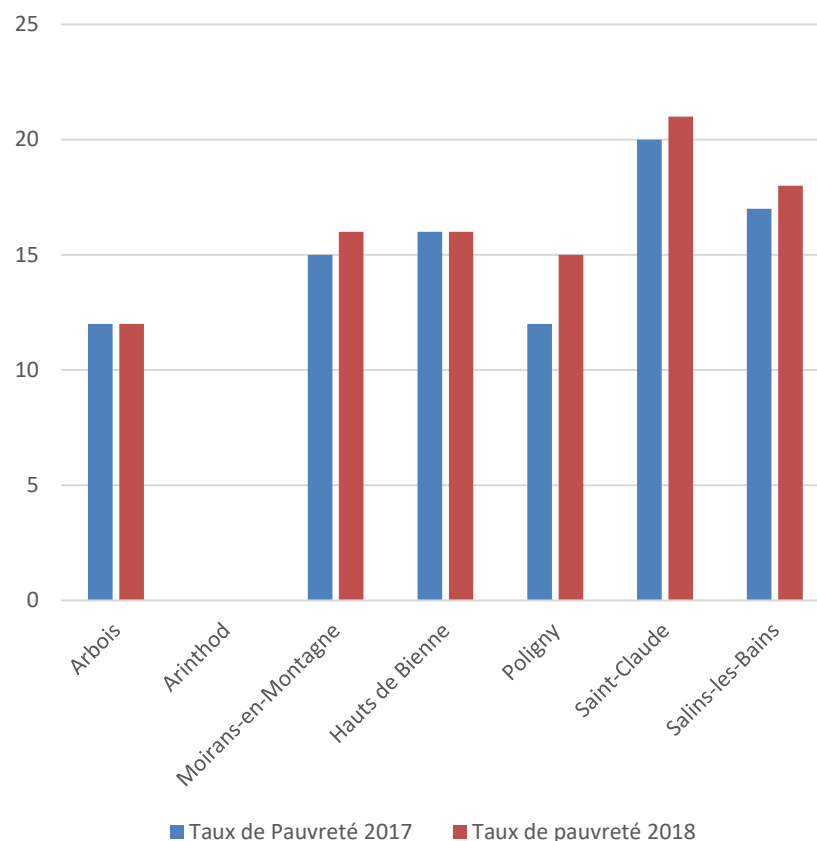


# Le coût de la vie a augmenté

Evolution du revenu médian entre 2012 et 2017

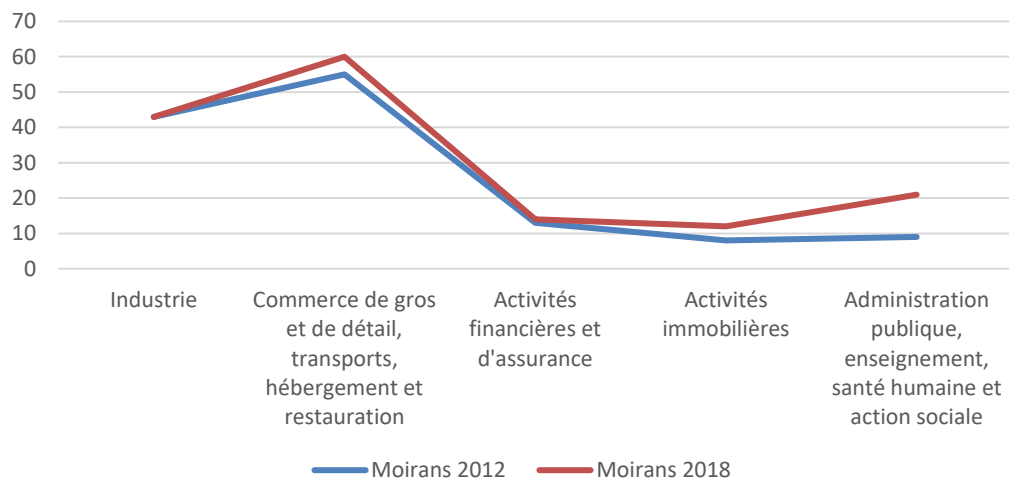
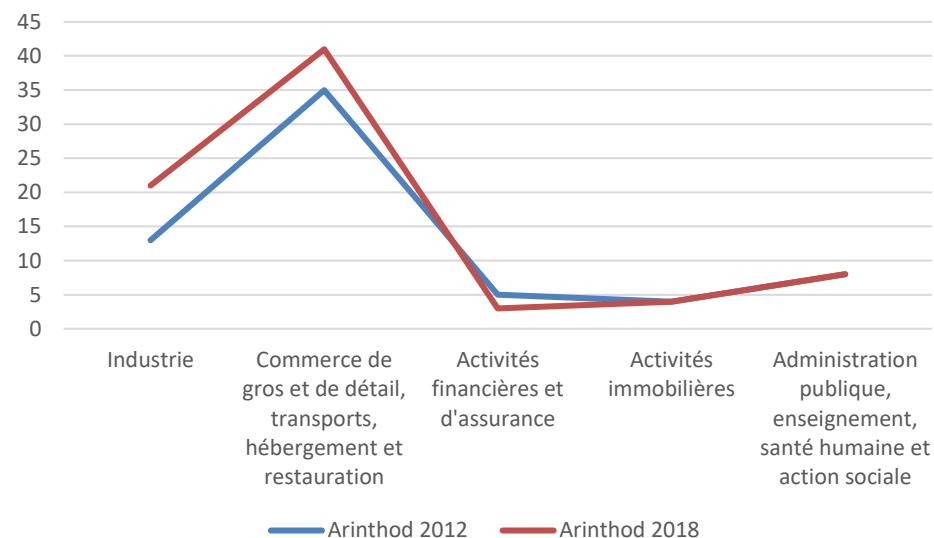
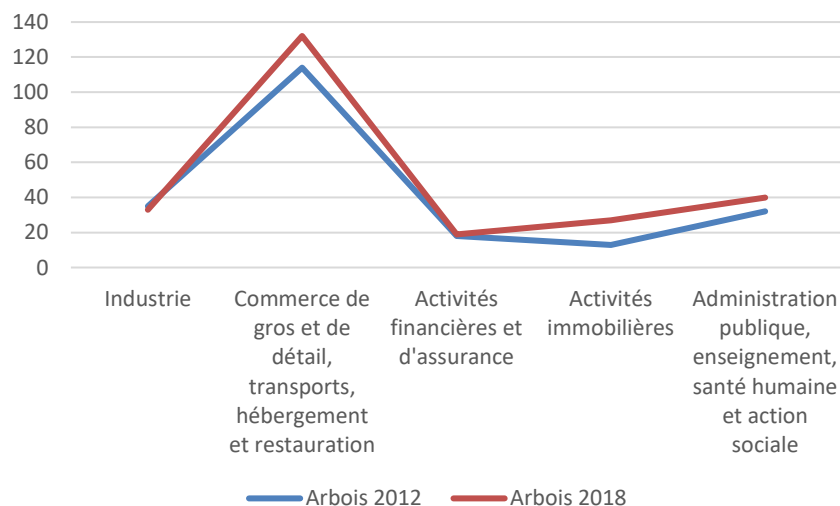


Evolution du taux de pauvreté entre 2012 et 2017



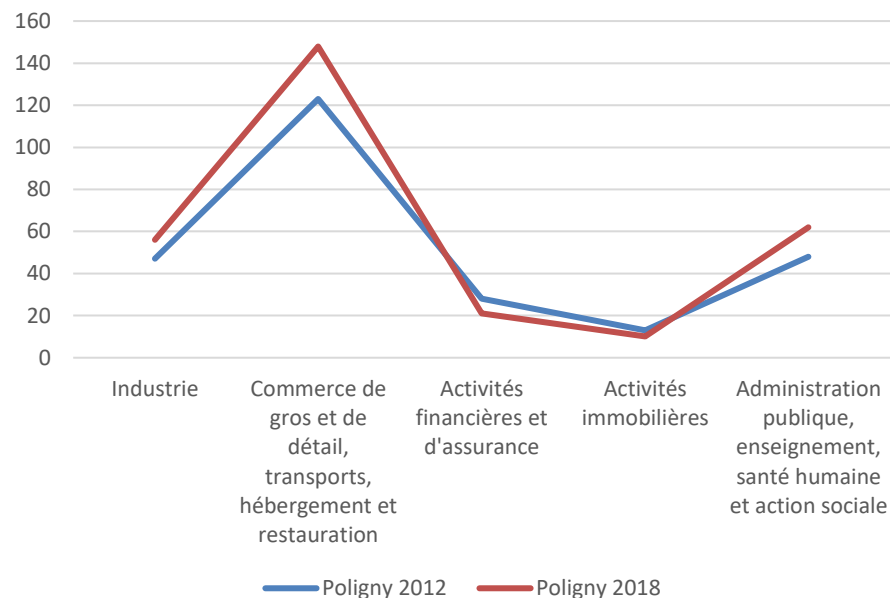
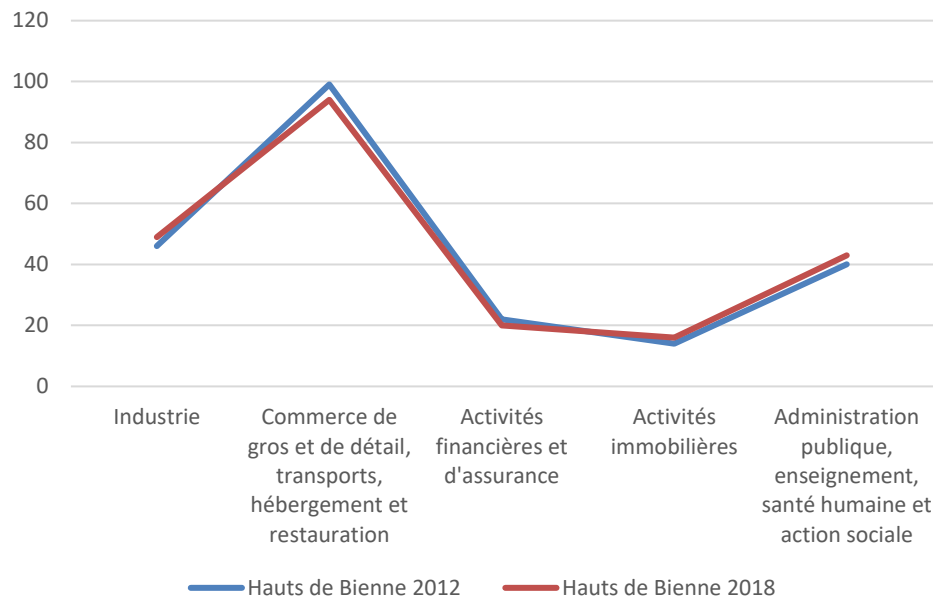


# Évolution des activités économiques



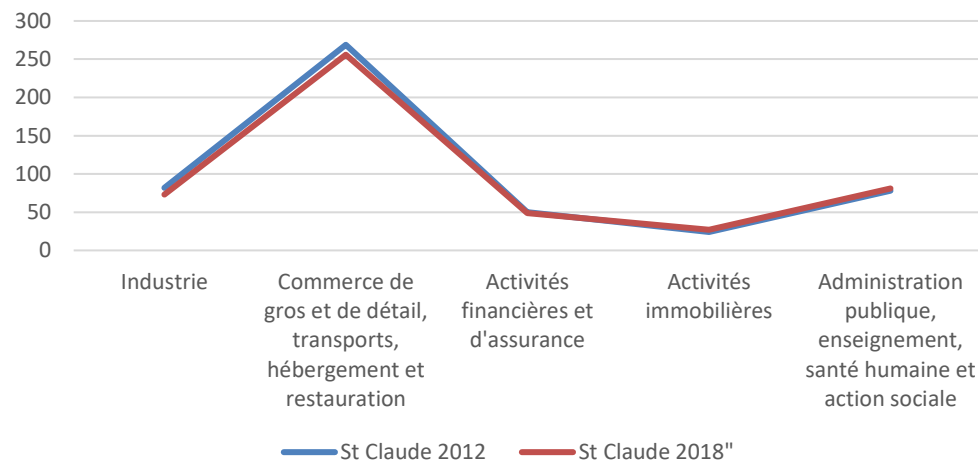
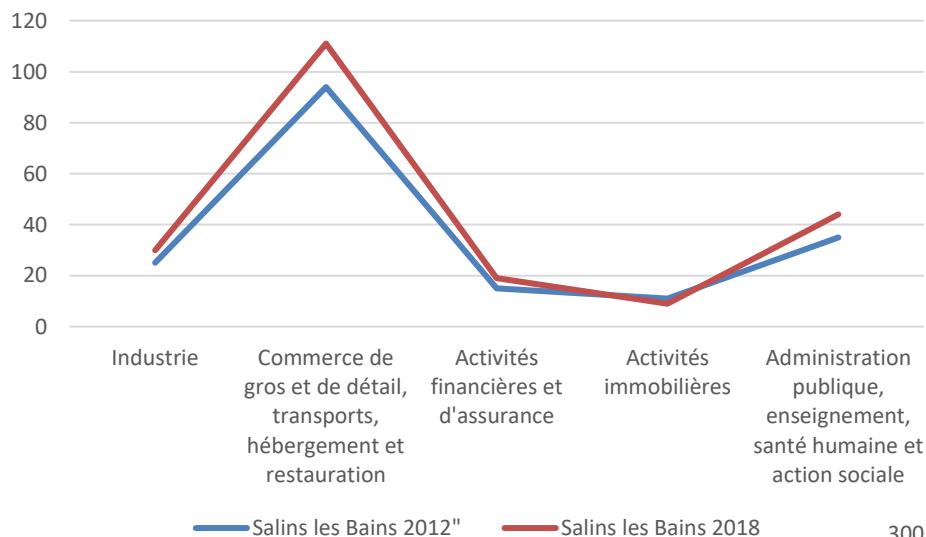


# Évolution des activités économiques





# Évolution des activités économiques

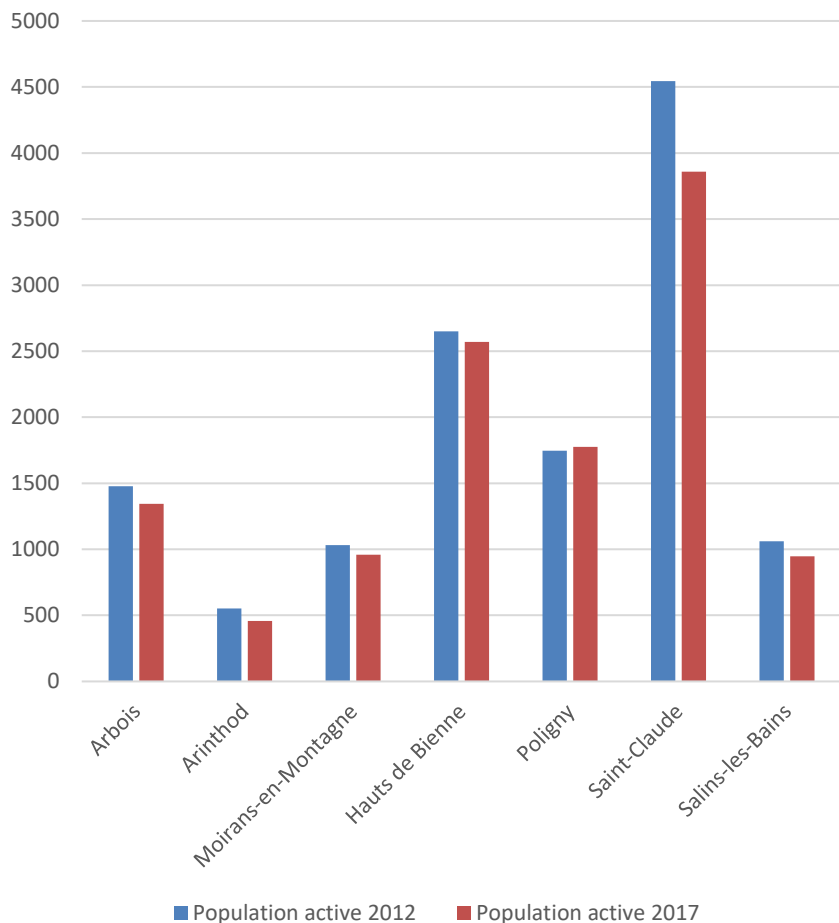




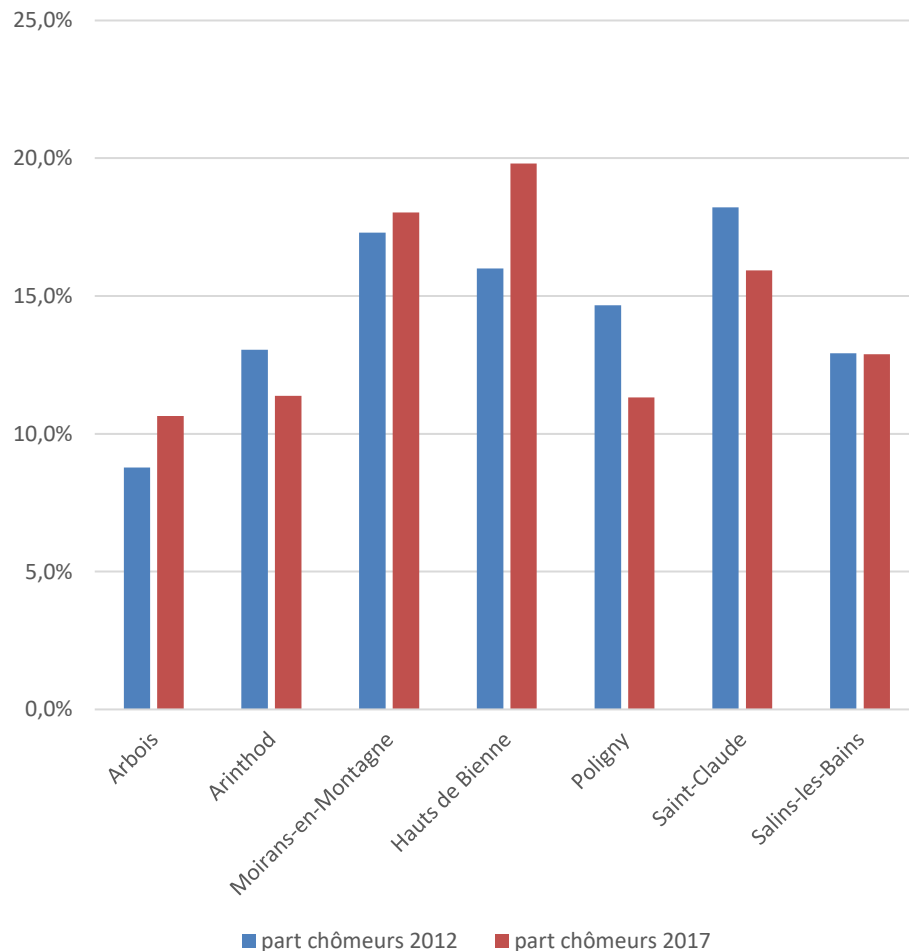


# Situation contrastée dans tous les domaines

Evolution de la population active entre 2012 et 2017



Part des chômeurs en 2012 et 2017





## À retenir...

- Les indicateurs socio-économiques classiques montrent une situation pas si défavorable
- Équilibrer les commerces sur le territoire



## À retenir...

- La politique de revitalisation économique et commerciale s'inscrit dans une démarche globale.
  - Interaction entre l'habitat / mode de transport / niveau de vie / ...
- L'enjeu est de redonner de la valeur et du sens au fait de vivre et habiter la centralité.
- L'habitat, l'emploi, les services, les équipements publics sont régulièrement aujourd'hui dispersés hors centralité.

# Revitalisation commerciale : un des axes d'une stratégie globale



# Démarches partenariales

- Coordonner les acteurs:
  - Manager de centre ville
  - Association de commerçants et artisans
  - EPCI du Jura concernés
  - Chambre d'Agriculture
  - Chambre des Métiers et de l'Artisanat
  - Chambre de Commerce et d'Industrie
  - Région Bourgogne Franche-Comté
  - Établissement Public Foncier

Mise en place de « speed-dating », regroupant différents partenaires et les commerçants du centre bourg pour encourager la solidarité.



# Accompagnement et adaptabilité

- **Accompagner les porteurs de projets**
  - Soutenir les créations d'entreprises
  - Instaurer des prix abordables
  - Mobiliser du foncier
  - Soutenir d'autres formes d'activités comme des activités économiques non commerciale (artisans, co-working, ...)
  - Accompagner durant les travaux
- **Possibilité des food trucks**
  - Permet de tester le concept et un emplacement à redynamiser
  - Coût inférieur à l'achat d'un restaurant « classique »
  - Animation autour possible (marché, culture, ...)
- **Changement d'affectation de locaux vides**



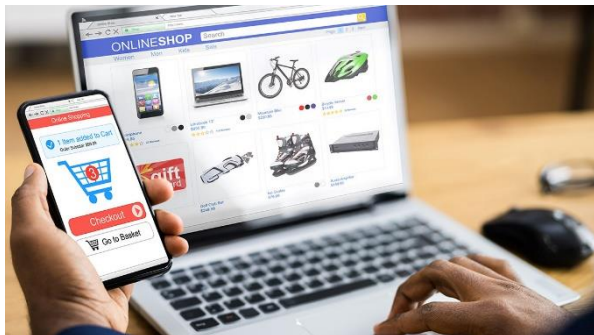
# Animations et communication

- Générer de la fréquentation
  - Équipements publics et services : crèche, école, bibliothèque (ou bibliobus),...
  - Capter la clientèle touristique : signalétique, commerçants de produits locaux, tourisme vert,
  - Proposer de l'événementiel : concert gratuit de petit groupe de musique, théâtre, ...
  - Adapter les plans de circulation et stationnement
- La communication
  - Besoins de certains commerces
  - Animation pour le centre Bourg
  - Communication lors d'une implantation, ou ouverture d'un commerçant, artisan, food trucks...



# Numérique

- Le numérique : opportunité ou contrainte ?
  - Besoin d'adaptation pour ne pas être hors jeux
    - Click and Collect
    - Catalogue en ligne



## L'e-commerce a dépassé les 80 milliards d'euros

Chiffre d'affaires annuel du e-commerce en France de 2005 à 2017 (en milliards d'euros)



@Statista\_FR

Source : Fevad

LA TRIBUNE statista





## Notions clés à prendre en compte

- L'attractivité d'un centre-bourg n'est pas uniquement liée à sa taille mais à l'intensité des fonctions implantées.
- Les politiques d'aménagement et d'animation urbaine doivent réaffirmer les centres-bourgs.
- Identifier les contraintes structurelles : prix des loyers, plan de circulation,...
- Agir sur des leviers organisationnels pour s'adapter à l'évolution des modes de vies (horaires, produits, nouvelles activités,...)



## À retenir

- L'attractivité est liée à la densité de population, emplois et aux équipements implantés.
- Les documents de planification doivent permettre de réguler la concurrence territoriale et maintenir un équilibre centre/périphérie
- Mobilisation et coordination des acteurs pour une stratégie globale
- Adaptation aux nouveaux modes de vie et de consommation, donc plus d'innovation et de différenciation
- Animer le centre bourg



# Quelques exemples >> Opportunité foncière

## LE CAS D'ÉPAIGNES

### Présentation de la démarche entreprise



#### Principaux constats préalables au lancement des initiatives

- Une commune de 1 500 habitants dans l'Eure (à 30 min. de Lisieux et à 2h de Paris par l'A13 Paris-Normandie), qui doit subir en 2013 le départ de son principal employeur privé (entreprise Poulingue : 165 emplois), installé sur un site de 2 ha (ensemble immobilier de 19 000 m<sup>2</sup>) au cœur du centre-bourg et qui connaît un déficit de logement disponible.
- Face à cette situation et à ce potentiel foncier, la commune d'Épaignes s'est engagée dans la reconversion du site, en association avec l'Établissement Public Foncier Normandie (maître d'ouvrage).



**Une ambition :**  
*Reconvertir le site individuel en plein centre-bourg  
en un nouveau lieu de vie*

Normandie - **l'éveil**  
Société | Faits divers | Économie | Politique | Loisirs/Culture | Sports

#### Les entreprises recrutent des développeurs/codeurs web

Depuis quelques années, les métiers de l'informatique recrutent. Quinze élèves suivent actuellement une formation de développeur-codeur web à Épaignes.

3 Pages 6 002 18 à 12 22



**Un travail en 2 temps**

#### Étape 1 : Identification des pistes de programmation

- ✓ Etude d'urbanisme et d'opportunités (diagnostic) visant à identifier les pistes de positionnement pour le site, créatrices de richesse et d'emplois
- ✓ Emergence d'un concept global d'excellence à la campagne » autour de 4 briques suite à une démarche de concertation avec les partenaires locaux et les entreprises locales et nationales :
  1. Accueil d'activités dédiées au numérique
  2. Formation
  3. Logements destinés aux seniors
  4. Animation / évènementiel

#### Étape 2 : Déploiement du concept

- ✓ Constitution d'une gouvernance (association) autour de la ville et de la CCI
- ✓ Elaboration d'un plan de développement incluant un volet de promotion du projet
- ✓ Recherche d'opérateurs / partenaires publics et privés
- ✓ Rachat du bâtiment par l'EPF Normandie

#### Des premiers résultats

- ✓ Ouverture d'une école du numérique (codeur web) en 2016, financée notamment par Pôle Emploi et d'une formation pour la soudure des fibres optiques
- ✓ Implantation de 2 start up
- ✓ Ouverture d'une résidence autonomie (entre le maintien à domicile et le placement en maison de retraite) de 30 logements pour les seniors en 2020, (salle de restauration gardiennage, agent d'entretien et infirmière présente à mi-temps) + services connectés
- ✓ Implantation prochaine d'un pôle médical



# Quelques exemples >> Épicerie itinérante





# Quelques exemples >> Changement d'affectation

- Changement d'une boutique en logement simple (Boulogne sur Mer)
- Changement d'une boutique en logement de standing

