



## DOSSIER



Renforcer l'attractivité et la diversité du commerce en ville : c'est l'objectif du plan lancé par la Ville et approuvé par les partenaires du dossier.

# Priorité au commerce en ville

Parce que l'union fait la force, la Ville mobilise toutes les énergies pour dynamiser le commerce en ville et renforcer son attractivité et sa diversité. Elle vient de lancer un véritable plan de bataille "Commerce en ville" avec tous les acteurs concernés.



# “ La Ville fédère tous les acteurs pour promouvoir le commerce en ville : la Chambre de Commerce et d'Industrie et la Chambre des Métiers de l'Ain, Bourg-en-Bresse Agglomération, les associations de commerçants et de quartier...”

Peut-on imaginer demain un centre-ville qui se vide progressivement de sa diversité commerciale ? Une vision contre laquelle la Ville a décidé d'unir les énergies de tous les partenaires : la Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Ain, la Chambre des Métiers de l'Ain, Centre Commerces Bourg (association représentant les commerçants du centre-ville), l'association du Plateau, Bourg-en-Bresse Agglomération.

## MOBILISER LES ÉNERGIES

Jean-François Debat, Maire de Bourg, explique : *“Le contexte a changé. Aujourd'hui, les villes n'ont plus le pouvoir d'empêcher la construction de grandes surfaces (voir encadré ci-dessous). Parallèlement, le commerce de proximité se fragilise en centre-ville où il est remplacé par des services ou des boutiques franchisées. La ville a vu se développer ces dernières années des grandes surfaces, avec un phénomène d'aspiration des enseignes locales du centre vers ces équipements. C'est l'attractivité du centre-ville, mais aussi des commerces dans les quartiers, qui est remise en cause. C'est pourquoi, il faut aller de l'avant, et mobiliser toutes les énergies. C'est l'objectif du plan “Commerce en ville” que nous lançons”.*

Ce plan vise à soutenir le commerce de proximité, renforcer l'animation du centre-ville de Bourg-en-Bresse, suivre l'évolution du tissu commercial de la ville, en partenariat avec les chambres



Le succès des Samedis piétons (ici la rentrée des associations) confirme que l'animation est une composante importante de l'attractivité de la ville.

consulaires, tout en restant vigilant au développement des grandes surfaces.

## UN FUTUR MANAGER DE CENTRE-VILLE

L'évolution récente de l'offre commerciale sur Bourg a montré l'urgence de la mise en œuvre de ce plan. Une de ces actions majeures concerne le recrutement d'un “manager” de centre-ville d'ici la fin de l'année, co-financé par la Ville et la Chambre de Commerce et d'Industrie. Il sera chargé notamment de coordonner l'animation commerciale. Un observatoire de la vie commerciale est également créé pour affiner la connaissance du tissu commercial et ses évolutions. Par ailleurs, la Ville se dote d'un droit de préemption, pour, en dernier recours, pouvoir éviter la disparition de certains commerces. Enfin, une prospection

dynamique sera proposée pour démarcher des porteurs de projets et apporter des activités nouvelles en centre-ville.

D'ores et déjà, un groupe de pilotage partenarial est constitué pour mettre en œuvre des actions concrètes et urgentes dans le cadre de ce plan qui vise à donner un nouvel élan au commerce en ville ! ■

## LE RÔLE DU MANAGER DE CENTRE-VILLE

Au rang des priorités de ce plan Commerce figure le recrutement d'un manager de centre-ville, sorte de “Monsieur commerce”, co-financé par la Ville de Bourg et la Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Ain. Son rôle sera principalement de renforcer et coordonner l'animation en centre-ville, entre les associations de commerçants, la Ville, l'Office de tourisme... De plus, il devra alimenter et suivre l'Observatoire du commerce, piloté par la Chambre de Commerce et d'Industrie. Autres missions importantes : anticiper l'évolution commerciale, prospecter auprès des porteurs de projets et assurer le suivi des contrats d'apporteurs d'affaires...

## NOUVELLE LOI : LES VILLES N'ONT PLUS LEUR MOT À DIRE

Depuis la loi d'août 2008, les villes n'ont plus leur mot à dire pour l'ouverture ou l'extension d'un magasin de moins de 1 000 m<sup>2</sup>. Au-delà de cette surface, la Ville donne son avis dans le cadre de la Commission départementale d'aménagement commercial (CDAC) et c'est à ce titre qu'elle a émis des avis défavorables pour des projets récents. Toutefois, avant cette nouvelle loi, un avis favorable avait été donné par la précédente équipe municipale pour l'extension de Carrefour, le carrefour de l'Europe et le Centre Leclerc. Le projet de La Neuve, largement engagé avant les élections, a été validé au niveau national, après un refus opposé par la Ville en juin 2008.

# Le commerce à la loupe

A partir d'une étude approfondie de la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) de l'Ain, l'état des lieux du commerce burgien met en lumière certaines fragilités du commerce en ville.

Dans un périmètre englobant le cœur de ville et les voies pénétrantes burgiennes, il apparaît tout d'abord que l'hyper-centre concentre des commerces d'équipement de la personne (habillement, chaussure...), une forte présence d'établissements de service, et un secteur de commerces alimentaires haut de gamme entre l'avenue Maginot et le cours de Verdun. Des pôles alimentaires complètent cette offre aux quatre entrées de ville. Dans le centre, les métiers de bouche représentent 3,6 % des établissements, ce qui est inférieur à la moyenne départe-

mentale (5,4 %). De même, les commerces alimentaires de détail (5,7 % des établissements) alors que les commerces d'équipement de la personne sont surreprésentés (62 % des commerces pour le seul hyper-centre).

## QUELQUES SIGNES

En centre-ville, 15 % de chefs d'entreprise ont plus de 60 ans (au-dessus des moyennes communale et départementale) et la stabilité des commerces est plutôt bonne sauf pour les métiers de bouche. L'évolution du commerce en ville montre certains signes inquiétants : des commerces remplacés par des franchisés ou des services, une uniformisation du commerce (notamment équipement de la personne), des enseignes du centre qui s'implantent dans des centres commerciaux, et une fragilisation de certains commerces : métiers de bouche, commerces alimentaires, fleuristes...

Source : Etude de la Chambre de Commerce et d'Industrie, septembre 2009.

## QUESTIONS À :

Nadia Ouled-Salem, maire-adjointe déléguée au Commerce, à l'Artisanat et à l'Animation de la Ville de Bourg-en-Bresse



**Pourquoi la Ville a-t-elle pris l'initiative de lancer ce plan "Commerce en ville" ?**

L'attractivité de la ville est une des grandes préoccupations de notre mandat : le commerce, l'artisanat, l'animation de la ville sont des atouts majeurs pour

Bourg. Les animations que nous avons initiées en concertation avec les commerçants, notamment les Samedis piétons cet été, ont été appréciées de tous et nous continuerons sur notre lancée ! Mais il nous faut aller plus loin car, sans être alarmant, l'état des lieux du commerce burgien montre que le commerce de proximité est en voie de fragilisation. Notre volonté est de nous regrouper pour agir ensemble. Le plan "Commerce en ville" est un cadre de travail pour tous les partenaires qui vont désormais définir en concertation des actions très concrètes.

## Quelles seront les premières actions ?

Face à l'évolution récente de l'offre commerciale sur Bourg, il apparaît urgent de se doter de moyens humains pour mettre en œuvre ce plan. Dès le mois d'octobre, un groupe de pilotage regroupant les Chambres de Commerce et de Métiers de l'Ain, les associations de commerçants, Bourg-en-Bresse Agglomération et la Ville, se réunira pour définir les premières actions. L'Observatoire du commerce sera lancé en novembre 2010. Enfin, le manager de centre-ville sera recruté d'ici la fin de l'année.



© Fcm Graphic / Phovoir

Les métiers de bouche sont sous-représentés en ville.

Le centre-ville concentre de nombreux cafés, et restaurants.

Fleuriste, un métier à préserver.



# REGARDS CROISÉS SUR LE COMMERCE

## → Jean-Marc Bailly,

Président de  
la Chambre de  
Commerce et  
d'Industrie de l'Ain



© Patrick Forestier

Le centre de Bourg reste commerçant et attractif, tourné vers l'équipement de la personne avec un panachage d'enseignes

souvent plus large et original que nombre de villes voisines. Les commerces de proximité sont regroupés par petits pôles tout proches du centre. C'est plutôt positif et l'agglomération de Bourg a plus que jamais tous les atouts pour attirer les consommateurs. Mais la diversité commerciale se réduit peu à peu et le commerce en ville doit faire face à de nouveaux défis. Nous devons tous nous demander : "Qu'est-ce qui donnera envie au consommateur de venir en ville pour ses achats ? Comment lui faciliter la vie ?".

L'objectif est que la palette d'offres soit la plus large possible. C'est aussi une question de développement durable.

Pour cela, il y a besoin de mieux relier les centres commerciaux au centre-ville ; veiller à la pérennité des zones commerciales même anciennes ; mieux faire connaître les produits et services du centre-ville ; rendre



les parkings plus pratiques ; maintenir les facilités d'accès "voiture" et "piéton" au centre-ville et aux petits pôles alimentaires ; enfin favoriser l'implantation en ville de "locomotives commerciales" générant du trafic et de l'animation en centre-ville...

Il existe des moyens d'actions, ils doivent être tournés vers ces objectifs. Les commerçants en seront les acteurs principaux, nous les soutiendrons.

## → Rodolphe Vassallo,

Président de la nouvelle association commerciale "Centre Commerces Bourg"



© Photys.fr

Le commerce de centre-ville connaît des difficultés liées à la conjoncture, mais c'est

bien la création des pôles commerciaux qui émerge à la périphérie de la ville qui suscite le plus de crainte. Le commerce de ville est de plus en plus abandonné par les clients. Des initiatives seront mises en place par la mairie prochainement, comme la création d'un poste de "manager de centre ville" ou le droit de préemption... Autant d'actions très attendues par les commerçants. Pour redonner toute sa valeur au commerce du centre, les commerçants se doivent d'être unis afin de montrer leur cohésion. Les clients doivent venir en ville comme ils vont dans un centre commercial. Pour cela, nous nous devons de leur faciliter l'accès par de meilleurs moyens de stationnement, par une meilleure recherche de satisfaction du client, par une qualité de service... N'oublions pas que l'offre commerciale est plus grande dans le centre-ville que nulle part ailleurs... A nous de leur faire redécouvrir !

## Non à l'ouverture des grandes surface le dimanche !

Le Maire, Jean-François Debat, a vivement réagi début septembre à l'annonce (de Carrefour Market) d'ouvrir ses magasins de l'agglomération le dimanche matin. Il a souhaité rencontrer la direction et s'est dit prêt à se mobiliser au côtés des salariés et des commerçants locaux. Il explique : "Je me suis toujours opposé aux ouvertures dominicales de la grande distribution qui se font toujours au détriment des salariés de ces groupes, de leurs conditions de travail et de leur qualité de vie. Je pense que ces ouvertures constituent une atteinte au commerce de proximité, notamment dans le cœur de ville, qui sont des acteurs de la vie sociale. Les boulangeries, épicerie, boucheries, fleuristes, sont les plus touchés par ces ouvertures qui, loin d'être indispensables, déstructurent fortement et durablement le tissu commercial local".

A l'heure où nous bouclons ce magazine, le maire a annoncé l'organisation le 8 octobre d'une table-ronde avec notamment les représentants des principales enseignes et les syndicats pour débattre de ces sujets.

