

Axe 2 : Formaliser une stratégie

Définir les priorités et construire un plan d'action

Date de MAJ : Décembre 2020

Contexte

L'implantation du commerce et l'aménagement de sites dédiés aux services marchands est le fruit de l'implantation historique en cœur de ville et du développement en entrée de ville. Aujourd'hui la révolution digitale, le « e-commerce » fait évoluer ce modèle.

L'action des élus locaux pour les pôles de périphérie se limite généralement à la régulation des équilibres commerciaux. Pour les pôles marchands de centralité, ils ont un rôle d'ensemblier et de pilotage direct. C'est donc beaucoup sur les centralités que porteront les priorités et les plans d'action.

Comme gestionnaire et « locomotive » du pôle commercial de centralité, le maire a besoin d'une action globale, et d'établir des priorités pour construire un plan d'action.

Objectifs

- **Déterminer** un scénario de développement du commerce destiné à répondre aux besoins des populations ; **choisir** les pôles à maintenir ou à développer, et leurs fonctions,
- **Faciliter**, en périphérie, **le renouvellement des pôles existants**, permettant aux enseignes de concurrencer le e-commerce, sans générer de relocalisations, de sur-offre ou des friches,
- Engager un **plan d'action de redynamisation des centralités** sous le pilotage des maires, qui peuvent aujourd'hui devenir **des gestionnaires du pôle commercial** de leur centre-ville,
- **Donner les orientations « commerce » pour les documents d'urbanisme** (DAAC des Scot et/ ou OAP thématique commerce des PLU(i) afin d'y fixer **les localisations préférentielles** du commerce : les pôles à renouveler en périphérie, ceux à maintenir en centralité, et le maillage de proximité en milieu rural,
- **Orienter les investisseurs**, en affichant par avance les priorités du territoire,
- **Constituer un document support** pour les votes en CDAC en l'absence d'un SCoT ou d'un PLU.

Mode opératoire

Le diagnostic du commerce met en évidence les besoins des populations (consommation) et la manière dont l'offre commerciale permet la satisfaction de ces besoins.

Apparaissent des enjeux sur les localisations du commerce, sur les formes de commerce, sur la lutte contre l'évasion commerciale, ou encore sur la redynamisation du commerce.

A partir des enjeux, la démarche stratégique définit :

- des éléments de prospectives,
- l'établissement de scénarii,
- le choix de priorités,
- l'établissement de plans d'action.

C'est une démarche qui se conduit à l'issue de la phase de diagnostic, avec les élus et les services :

- de l'intercommunalité,
- des communes disposant d'une centralité,
- des communes rurales impliquées dans la réalisation d'une offre de proximité.

La définition d'une stratégie comprend :

- la localisation des pôles de périphérie à renouveler, le dimensionnement de leur extension, et la détermination de leur vocation,
- le choix des centralités à redynamiser et le programme d'action,
- l'identification des commerces de proximité à créer/maintenir en milieu rural,
- le financement du plan d'action sur les centralités,
- les ressources nécessaires à la mise en œuvre des actions,
- la communication de la stratégie (cf. fiche),
- la mise en place d'un observatoire du commerce de centre-bourg.

La communication fait partie intégrante du processus de co-construction de la stratégie. Au terme du processus d'élaboration, des documents entérinent la mise en place de la stratégie. Cela peut prendre diverses formes : « feuille de route du commerce », « plan d'action cœur de ville », ou « charte du commerce ».

Modalités

Les modalités sont à déterminer selon la structure du territoire et de sa gouvernance, et aussi selon l'échelle d'établissement de la stratégie (EPCI / centralités) :

- comité de pilotage, commissions,
- recours à un prestataire,
- mise en place de partenariats.

Partenariats

CCI / CMA / Collectivités

Contact

CCI Portes de Normandie – Département Appui aux entreprises - 02 32 38 81 10 -
developpement.pn@normandie.cci.fr

Département de l'Eure – Direction de l'Aménagement du Territoire – 02 32 31 50 93 –
allison.gauthier@eure.fr

Évaluation de l'action

Effet dynamisant : global
Réalisation : 3 à 6 mois