CCI VAUCLUSE

Janvier 2017

FOCUS

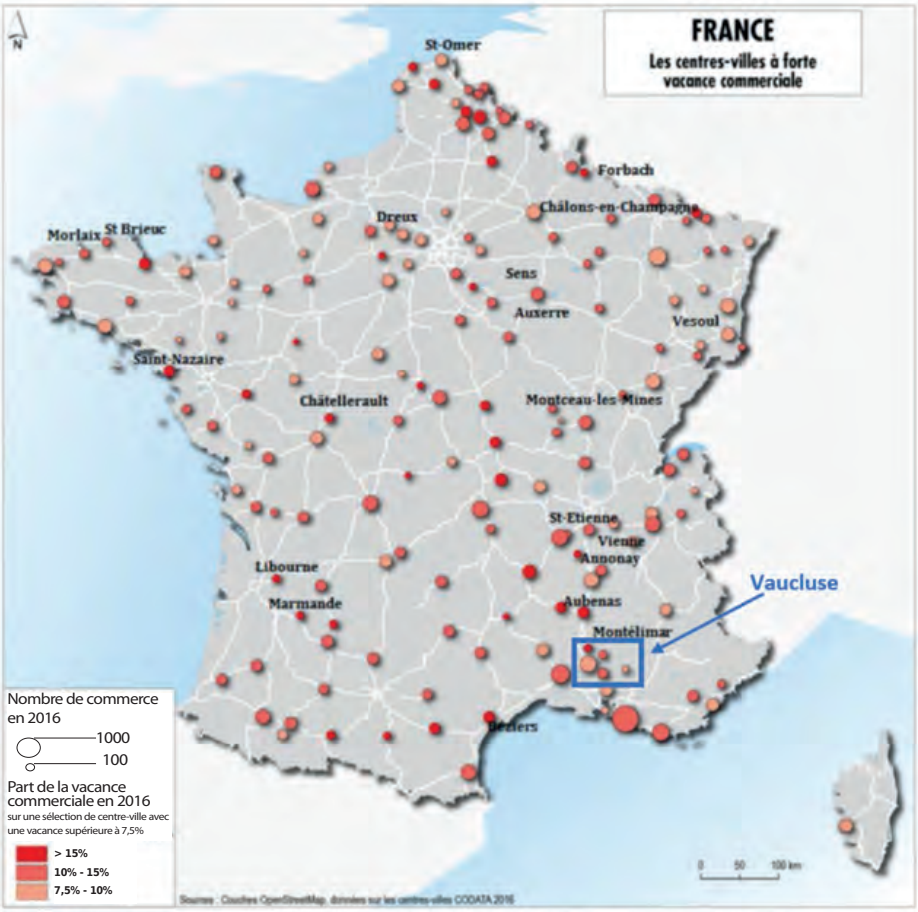
sur la revitalisation commerciale des centres-villes

«Avec près d'un rideau sur 10 baissé dans les centres-villes des villes moyennes en 2015, la vacance commerciale s'aggrave.»

Source : Rapport « Revitalisation commerciale des centres-villes»

Le Vaucluse, dont les villes principales ont entre 10 000 et 90 000 habitants, ne fait pas exception. Aussi, au regard de la montée du phénomène de vacance commerciale sur les centres-villes de notre département, il nous a semblé intéressant de proposer au travers de cette publication, un éclairage sur les principaux enseignements issus du rapport sur la Revitalisation commerciale des centres-villes.

Panorama de la vacance commerciale en 2015



Source : Institut pour la ville et le commerce et traitement de la mission « revitalisation commerciale des centres-villes » – IGF

Chiffres clés*

10.4% : taux de vacance commerciale des centres-villes de villes moyennes (2015)

8.4% : taux de vacance commerciale des villes moyennes (2015)

+14.1% du nombre de commerces des villes moyennes entre 2010 et 2015

* Source : Rapport « Revitalisation commerciale des centres-villes»

En juillet 2016, un rapport de l'Inspection Générale des finances et du Conseil Général de l'Environnement et du Développement Durable traite du phénomène de dévitalisation commerciale des centralités urbaines. Ce rapport fait le constat d'une accentuation du phénomène de la vacance commerciale dans les centres-villes et plus particulièrement dans les centres-villes des villes moyennes (de 10 000 à 100 000 habitants). Il analyse les causes de ces déséquilibres et propose des recommandations visant à enrayer la dévitalisation commerciale.

La carte ci-dessus présente un panorama de la vacance commerciale en France en 2015. La lecture de la carte montre que 5 villes de notre département sont dans une situation préoccupante. Ces villes font face à une vacance commerciale structurelle (supérieure ou égale à 7.5%).

La vacance commerciale un indicateur au service de l'appréhension de la dévitalisation commerciale

La vacance est un indicateur qui permet d'appréhender la dévitalisation commerciale. Son maintien dans le temps peut témoigner d'un déclin structurel de la commercialité d'une zone.

A la lumière de ces élèments et de ceux d'analyse des taux de la vacance, la lecture de la carte présentée en page précédente montre la fragilité de notre département. 5 des 13 villes de plus de 10 000 habitants du Vaucluse (soit 38%) semblent impactées par une vacance commerciale structurelle. La vacance commerciale est :

- **comprise entre 7.5 et 10% pour 2 villes ;**
- **comprise entre 10 et 15% pour 2 villes ;**
- **supérieure à 15% pour une ville.**

La vacance est « l'état d'un local non exploité pour une durée indéterminée »

(source : institut pour la ville et le commerce)

Interprétation des taux de vacance

Taux de vacance	Niveau de vacance	Nature de la vacance
Moins de 5%	Faible	Conjoncturelle
5 à 7,5 %	Modéré	
7,5 à 10 %	Elevée	Structurelle -> déficit durable de commercialité
10% et plus	Très élevée	Structurelle -> déclin de la commercialité

Source : tableau réalisé d'après PROCOS

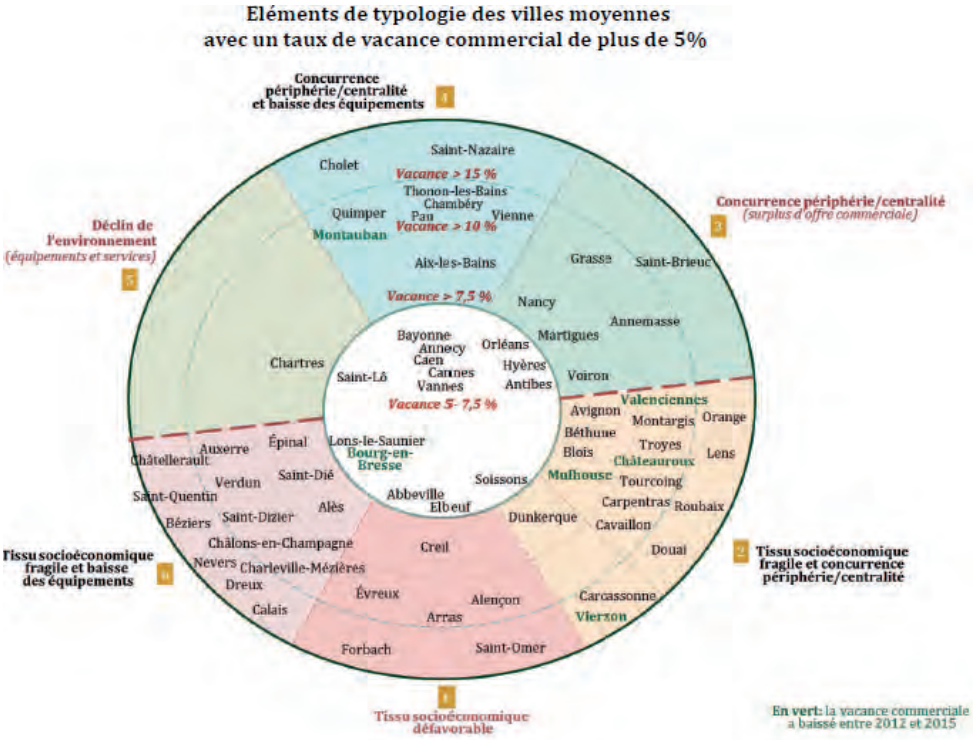
L'homogénéité des taux de vacance masque une hétérogénéité des situations

Le rapport explique que la vacance est le résultat de trois phénomènes, qui peuvent se conjuguer :

- **un tissu socio-économique fragile,**
- **un déséquilibre concurrentiel entre les commerces de périphérie et du centre-ville,**
- **la perte d'équipements structurants ou de services du quotidien.**

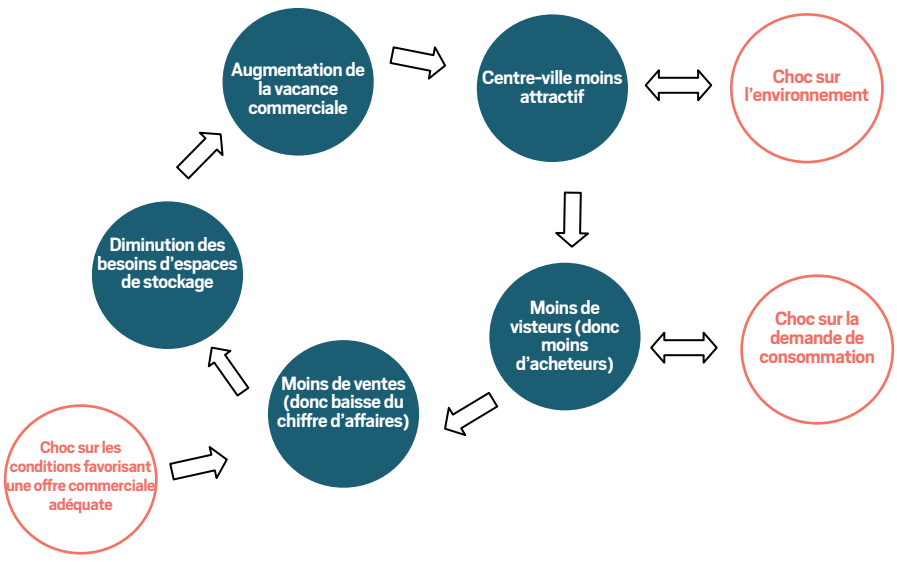
L'adaptation du commerce et plus largement de l'ensemble des parties prenantes à l'évolution des modes de vie et de consommation constitue également un enjeu d'importance pour la pérennité du commerce en centre-ville.

Au regard de l'hétérogénéité des situations, le rapport propose une typologie des villes moyennes connaissant une vacance commerciale. Il classe les villes selon 6 typologies. Les villes de notre département entrent toutes dans la même catégorie, celle des communes « faisant face à un tissu socio-économique fragile et à une mauvaise gestion de la périphérie et de la centralité ».



Source : rapport la revitalisation commerciale des centres villes

Approche systémique de la vacance commerciale



Source : rapport la revitalisation commerciale des centres villes

La vacance commerciale est un cercle vicieux où la vacance amène la vacance. La vacance peut s'aggraver en raison de l'impact de différents facteurs pour devenir systémique.

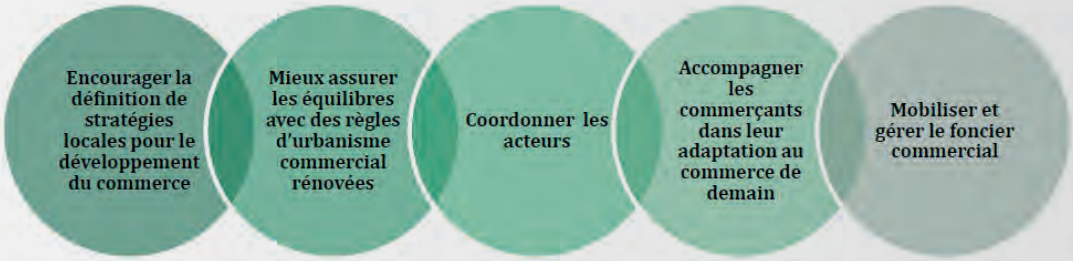
La reconquête des centres-villes : comment procéder ?

Le reconquête commerciale d'un centre-ville procéde de la volonté politique. Elle nécessite de concevoir un projet global et partagé qui repose sur :

- **un diagnostic de la situation qui pointe les forces, faiblesses et leviers d'actions de la ville et de son centre urbain.**
- **la maîtrise de l'appareil commercial par la combinaison de l'ensemble des leviers d'action présents à l'échelle du bassin de vie (urbanisme, habitat, mobilité ...)**
- **une gouvernance locale partagée**
- **la mobilisation des atouts identifiés lors du diagnostic (patrimoine, culture, capacité d'attractivité touristique et économique, ...).**

La construction de ces projets se voit proposer un véritable défi, celui de proposer des stratégies cohérentes dans l'espace et le temps, et éviter de mener de front des projets concurrents voire contradictoires.

5 leviers pour la revitalisation commerciale des centres-villes



Source : rapport la revitalisation commerciale des centres villes

3 scénarii sur le devenir du commerce physique de détail en centre-ville

Le rapport conclut qu'à défaut d'une action d'envergure mobilisant l'ensemble des acteurs privés et publics, il est à craindre, une aggravation des situations pouvant aller jusqu'à la disparition de certaines centralités commerciales. Il esquisse 3 scénarii sur le devenir du commerce :

- **scénario 1 : le déclin se poursuit. Les commerçants disparaissent ou se retirent. Ils n'investissent plus le coeur de ville qui poursuit sa dévitalisation ;**

- **scénario 2 : la standardisation du tissu commercial de centre-ville. Les commerces ne parviennent plus à rester indépendants ;**

- **scénario 3 : la structuration des indépendants en organisations intégrées pouvant jouer sur une complémentarité avec la grande distribution et les centres commerciaux en lien avec les stratégies développées par les collectivités territoriales. Cette dernière option suppose une action volontariste et coordonnée de tous les acteurs.**

La reconquête des centres-ville pour être effective requiert un projet de requalification global et partagé qui prenne en compte de manière optimale les différentes fonctions (habitat, commerce, services, tourisme, éducation, ..) et usages (résidents, chalands, touristes et actifs) qui co-éxistent.

La CCI de Vaucluse vous accompagne

Depuis près de 10 ans, la CCI de Vaucluse accompagne les communes du département sur la question de la dynamisation des centres-villes. Pour ce faire, elle intervient :

- **en qualité de prestataire dans la réalisation d'études préalables à la redynamisation commerciale des centres-villes et toute autre problématique spécifique au commerce (droit de préemption, ...).**

- **en appui aux associations de commerçants (création, conseil, accompagnement sur la réglementation, diffusion d'information, mise en réseau).**

- **dans l'animation d'observatoires du commerce : grandes et moyennes surfaces / commerce de proximité.**

- **dans l'accompagnement à l'attractivité des commerces et professionnels du tourisme via le dispositif «esprit client».**

Retrouvez nos chiffres clés et analyses sur notre site :
economie.vaucluse.cci.fr

CCI VAUCLUSE

Service Prospective Territoriale
Contact : Sarah MENDEZ COLLOC
smendez@vaucluse.cci.fr

Tous droits réservés