

L'ÉCO DU MARDI | LES CLÉS DU COMMERCE DANS LE CENTRE-VILLE DE NÎMES ET D'ALÈS

Publiée le mardi 09 Juin 2015 - L'éco du mardi

La semaine dernière, 700 maires et spécialistes se sont réunis à l'occasion des 10ème Assises nationales du centre-ville, pour la première fois à Nîmes. Comment amorcer la rénovation urbaine des centres villes historiques ? Comment re-dynamiser le commerce et l'artisanat au coeur des villes françaises ? Ou comment faire évoluer l'urbanisme ? Autant de question

auxquelles parlementaires, congressistes et élus ont tenté pendant deux jours de répondre, à l'écoute des interventions des spécialistes et chercheurs. Mais au final, la question essentielle demeure : comment faire en sorte de sauvegarder le commerce de centre-ville, atout considérable notamment pour le tourisme ? Une question légitime et inévitable pour l'avenir tant l'offre commerciale diffère d'une ville à l'autre. Sans compter le développement de zone commerciale en périphérie qui vampirise l'activité des coeurs de ville. C'est d'ailleurs ce principal danger qui guette les commerces de centre-ville qui doivent user de stratégie commerciale et marketing pour attirer les acheteurs.

Nîmes connaît un déficit de commerces en centre-ville au profit de sa périphérie

A Nîmes par exemple, l'offre commerciale du centre-ville, composee de près de 2500 e?tablissements, est constitue? à 90% de commerces traditionnels (alimentaire, cafe?s-restaurants, ...) En pe?riphe?rie la typologie des activite?s était différente jusque là. Mais les choses changent, jusqu'en 2013, la dominante était les commerces d'e?quipement de la maison. Ils sont de?tro?ne?s, en 2014, par les activite?s automobiles (essentiellement des concessionnaires), l'e?quipement de la personne et les cafe?s-restaurants qui s'y sont beaucoup de?veloppe?s. Première conséquence de ce transfert du centre-ville vers la périphérie : le nombre de commerces diminue dans la couronne nîmoise (56 commerces de moins en 2013). La pe?riphe?rie est la grande gagnante avec 137 e?tablissements suppl?ementaires.

Le centre-ville d'Alès en pleine forme !

Du côté d'Alès, la situation est différente ... Une étude commandée par la CCI Alès auprès du cabinet Pivadis semble montrer que le centre-ville est doté d'un potentiel non négligeable qui s'explique par des zones d'activité en périphérie moins porteuse, à part le centre commercial historique, Cora, fréquenté par les 3/4 des habitants de l'Agglo d'Alès. L'enquête montre que 88% des ménages de la circonscription fréquentent le centre-ville d'Alès. Un chiffre exceptionnel et encourageant pour les commerçants. D'autant qu'en moyenne, 59% des dépenses des habitants de la circonscription sont réalisés sur Alès même. Le chiffre d'affaires sur le centre-ville est de 117 millions d'euros. Un chiffre réalisé en très grande partie par des habitants permanents (entendez habitants d'Alès) qui représentent 93% du chiffre d'affaires réalisés par les commerces d'Alès. Plus fort encore, en dehors de l'arrondissement, la ville d'Alès capte tout au long de l'année, 10% des dépenses du secteur Sud Ardèche, 28% du secteur Cévennes-Lozériennes, 11% du secteur de Quissac et 9% de celui de Saint-Hippolyte-du-Fort. De bon augure notamment en période hivernale, moins propice au tourisme, générateur naturel de consommation (l'impact est de 8% sur le chiffre d'affaires des commerces alésiens).

A travers les exemples de Nîmes et d'Alès, les deux plus grandes villes du Gard, le constat est implacable : la stratégie politique d'implantation des grandes surfaces commerciales est l'un des enjeux de l'avenir des commerces de centre-ville. Toute la question est de savoir comment allier la dynamique des zones périphériques sans amoindrir le potentiel des commerces en centre-ville. Plusieurs pistes sont possibles : des commerces différenciés, des transports collectifs rapides et fréquents, des zones de parking libres et gratuites, des animations commerciales d'envergures, ... Mais, une nouvelle fois, tout est question de volonté politique !