

CHARTE DE MISE EN ŒUVRE

	Pages
Sommaire	
Introduction	2
Principaux constats	3
Perspectives de développement	4
Le SCHEMA DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL	5
Les principes d'actions d'implantations commerciales	5
Le programme d'actions	7
Le fonctionnement pour la mise en œuvre du Schéma	8



Ville de
BAZEILLES

Introduction

Depuis 2003, la Communauté de Communes du Pays Sedanais, la Chambre de Commerce et d'Industrie des Ardennes et la Chambre de Métiers des Ardennes, mènent une politique commune de développement de l'activité commerciale à l'échelle du Pays Sedanais.

Ce partenariat s'est concrétisé par l'élaboration d'un Schéma d'Urbanisme Commercial dont sont repris les conclusions ci-après.

La commune de Bazeilles a été associée à cette démarche et a cofinancé cette étude.

Il associe en plus, à titre consultatif, la commune de Sedan, l'UCI de Sedan ainsi que les organisations de consommateurs.

Ce schéma comporte trois volets :

1. **Les principes de développement des implantations commerciales** : il s'agit, à partir du constat fait sur les comportements locaux de consommations, les besoins exprimés par les consommateurs et les potentiels de la zone de chalandise, **de promouvoir un développement dynamique et équilibré de l'activité commerciale en prenant en compte les secteurs déficitaires** et les équilibres entre le commerce, l'artisanat traditionnel et le commerce de grandes surfaces.
2. **Les stratégies et les besoins de développement et de valorisation des collectivités locales de l'agglomération sedanais.**
3. **Un plan d'actions comportant une dizaine de préconisations** : maintien du dernier commerce en zone rurale, actions collectives envers les commerçants et artisans, amélioration des commerces et aménagements urbains dans l'agglomération, etc....

L'objet du présent document est de présenter une **Charte de mise en œuvre des préconisations du Schéma d'Urbanisme Commercial du Pays Sedanais, fait par AID Observatoire (Villeurbanne – 69).**

La recherche d'une organisation équilibrée de l'appareil commercial dans un bassin de vie urbain, suburbain et rural s'appuie sur les fondements suivants :

- ✓ Permettre l'évolution de la distribution, en préservant les différentes formes de commerce.
- ✓ Assurer sur le Pays Sedanais un équilibre géographique de l'offre commerciale, en tenant compte du poids des populations résidentes et des besoins de l'aménagement du territoire.
- ✓ Intégrer le rôle social de la desserte commerciale et veiller au maintien d'un service de proximité.
- ✓ Afficher une ambition forte de modernisation, de renforcement, de diversification et d'ouverture de l'offre commerciale vers l'extérieur.

LES PRINCIPAUX CONSTATS :

Données sociodémographiques :

Le territoire présente des caractéristiques difficiles en terme de consommation par rapport à ses composantes démographiques. La baisse faible mais régulière de la population et les phénomènes de décohabitation fragilisent les potentiels de consommation locaux.

Armature commerciale :

L'équipement commercial est composé de 3 pôles majeurs avec :

- ✓ le centre-ville de Sedan (auquel il faut rattacher le centre de Torcy et l'avenue Margueritte)
- ✓ le pôle Leclerc (auquel il faut rattacher la zone Tagar)
- ✓ le pôle Intermarché à Balan et Bazeilles

Ainsi, qu'il s'agisse de commerce traditionnel ou de commerce de plus de 300 m², l'offre commerciale est polarisée sur l'aire urbaine de Sedan.

Sur le reste du territoire, l'armature secondaire est limitée en terme de commerces et présente assez souvent des carences en terme d'aménagement et des besoins de mises à niveau qualitatives.

Consommation et comportements d'achats :

La zone de chalandise de Sedan recouvre un territoire plus vaste que le Pays Sedanais au Sud et à l'Est, et compte près de 50 000 habitants au dernier recensement (1999). Vers l'Est, l'agglomération sedanaise est attractive en raison de l'absence de concurrence et d'offre de qualité. Le bassin de chalandise va jusqu'au département de la Meuse.

Par contre, vers l'Ouest, la consommation sur le Pays Sedanais reste marquée par la présence de fortes polarités commerciales (Villers-Semeuse, Charleville-Mézières).

Sur la commune de Vrigne-aux-Bois, en limite de la zone de chalandise de Sedan, les comportements de consommation identifiés sont à plus de 50 % tournés vers Charleville-Mézières.

Par ailleurs, les apports au Pays Sedanais venant de Belgique ne représentent aujourd'hui que 1,5 % du chiffre d'affaires total. Même constat pour le tourisme moyennement développé à l'heure actuelle.

Enfin, eu égard à la concurrence de Charleville-Mézières, les taux d'évasion hors de la zone de chalandise sont élevés pour les achats non alimentaires.

Etat des lieux du commerce :

L'activité du Pays Sedanais en terme de chiffres d'affaires (226 M€) est concentrée sur la ville-centre géographiquement et sur les commerces de plus de 300 m² en terme de formes de vente.

A l'échelle de la zone de chalandise de Sedan, le chiffre d'affaires est identique (226 millions d'euros) avec la grande distribution qui réalise 68 % du chiffre d'affaires total.

PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT :

LA SITUATION ACTUELLE :

En 2002, le chiffre d'affaires de la zone de chalandise s'est réparti de la façon suivante :

- Sur Sedan : 77 % (175,3 M€)
- Sur Balan-Bazeilles : 14 % (32,7 M€)
- Sur le reste de la zone de chalandise : 9 % (18,0 M€)

Hors zone de chalandise, le commerce de Vrigne-aux-Bois réalise un C.A. de l'ordre de 5,4 M€ (équivalent à 2 % du CA du Pays Sedanais).

Avec un potentiel de consommation de 286 M€, l'offre commerciale du territoire est sous dimensionnée dans certains secteurs et entraîne des comportements de consommations anormaux. Il en résulte un taux d'évasion globale de 29 % (70 M€) en majorité sur Charleville-Mézières.

LES PROJECTIONS A L'HORIZON 2008 :

- Les projections envisagées par l'INSEE au niveau démographique ne sont pas favorables sur le Pays Sedanais même si elles restent moins mauvaises que les évolutions constatées il y a dix ou quinze ans (-0,2 %/an correspondant à une diminution de 970 habitants entre 1999 et 2008). Elles restent médiocres malgré une hausse du nombre de ménages prévisible (+0,6 %/an soit une évolution de 1 100 ménages).
- 70 commerçants ont plus de 51 ans et on compte d'ores et déjà 55 transmissions/cessations sur le Pays Sedanais.
- Les évolutions de consommation nationale privilégient les dépenses en Culture/Loisirs (+2,5 %/an) et en Equipement de la maison (+2,0 %/an) avec une inflation de 2 %/an.

POSTULAT A CINQ ANS

- Une zone de chalandise stable.
- **Le maintien actuel des parts de marché entre les grandes surfaces (68 %) et les autres formes de vente (32 %).**
- Des rendements constants.

AXES STRATEGIQUES

- Maintenir la présence commerciale en milieu rural et fixer la demande de proximité.
- Affirmer le rôle commercial de Sedan et des pôles majeurs en améliorant l'offre locale (rythme de développement d'environ 1 000 m²/an sur les 5 prochaines années).
- Adapter la pratique commerciale aux attentes des consommateurs avec notamment la clientèle de passage et les touristes.
- Rééquilibrer l'appareil commercial urbain en densifiant le centre-ville de Sedan sur des secteurs d'activités différents.
- Diversifier et moderniser l'offre commerciale en améliorant l'accueil et en soutenant les animations locales

PROJET DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

1) Densification commerciale et aménagement du centre-ville de Sedan.

- Renforcement des cibles de l'attractivité commerciale (équipement de la personne voire équipement de la maison et à la marge, culture, loisirs).
- Programme d'aménagement urbain et de re-centrage commercial : place d'Armes notamment et évolution du marché.
- Programme de signalisation commerciale et de recherche de nouveaux espaces commerciaux, notamment en centre-ville de Sedan.

2) Renforcement des développements de périphérie et ciblage sur des activités précises.

- Apport d'enseignes nouvelles à valeur ajoutée affirmée dans les types de produits ciblés : meubles, électroménager, biens culturels, etc....
- Maîtrise des développements de périphérie par rapport aux formes de commerces traditionnelles en maintenant les parts de marché existantes.

3) Choix stratégique :

- Equilibre à trouver entre les deux polarités importantes pour les développements de périphérie.
 - Pôle Ouest : Leclerc, avenue de la Marne.
 - Pôle Est : Intermarché.
 - Réflexion sur le développement d'une troisième zone : gestion des mutations du foncier industriel.

4) Maintien du commerce de proximité en milieu rural et amélioration qualitative des sites.

- Maintien du commerce existant particulièrement sur les tissus fragiles (communes de moins de cinq commerces)
- Aides aux commerçants et identification des problèmes de transmission reprise pour éviter les pertes de commerces.
- Aménagements urbains sur les polarités commerciales relais et de proximité du Pays Sedanais (bourg-centre).

LES PRINCIPES D'ACTION D'IMPLANTATIONS COMMERCIALES:

Les développements envisageables, prenant en compte les capacités et besoins d'évolution sur le Pays Sedanais et les logiques d'aménagement commercial du territoire, sont les suivants :

Familles de produits	Stratégie
Alimentaire	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de développement envisagé en grandes surfaces sauf dans des secteurs spécialisés ou non représentés • Les renforcements éventuels viendront d'une amélioration de l'existant selon les autorisations des CDEC précédentes et du travail qualitatif pouvant être mené sur l'approvisionnement rural (marchés et tournées) et urbain sur la halle de Sedan • Possibilité d'autoriser des surfaces dans les quartiers sensibles pour rééquilibrer géographiquement l'offre et assurer des services de proximité

Familles de produits	Stratégie
Equipement de la personne	<p>Besoins de densification commerciale sur le centre-ville de Sedan. Les potentiels existent sur des boutiques et enseignes ciblées. 300 à 500 m² sur 5 à 7 unités en priorité sur le cœur commerçant défini (PAP homme et femme, chaussures notamment).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cibler les opérations immobilières éventuelles, les locaux vacants. • Appuyer les re-localisations d'activités de services • Aider aux remembrements de commerces mitoyens (autorisations et aides financières éventuelles) • Maîtriser les développements en périphérie sur ces produits
Equipement de la maison	<p>Manques apparaissant en mobilier, TV Hifi, Vidéo, électroménager, en petit mobilier et décoration également. Compte tenu des développements autorisés en bricolage notamment, potentiel pour : 3 000 à 4 000 m² de surfaces commerciales (mobilier, électroménager, TV Hifi).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enseignes en meubles et électroménager, couplant les deux familles de produits. • Possibilités d'extension d'opérateurs locaux sur le meuble notamment sur l'ensemble du territoire, ou en électroménager, TV Hifi. • Développement d'une offre plus étendue en surface moyenne de centre-ville à Sedan dans ces produits et en décoration, petit mobilier, linge de maison.
Culture, loisirs	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilités de développement à analyser de plus près. Les produits identifiés comme ayant des potentiels de développement sont travaillés avec les implantations autorisées : jeux, jouets, jardinage. • A la marge, possibilité d'élargir des offres existantes en centre-ville sur le livre-disque, mais pas de création.

Ces développements visent à la fois à densifier le centre-ville sur des activités et produits déjà présents et sur du complément en équipement de la personne, et à compléter l'offre existante en surfaces de plus de 300 m² en périphérie sur un secteur d'activité ciblé : l'équipement de la maison.

LE PROGRAMME D' ACTIONS DU SCHEMA DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

Priorité d'action	Action	Mise en œuvre des actions
Urgente	Sauvegarde du dernier commerce, en milieu rural	Objectif : Identifier les risques de fermeture et apporter des solutions au cas par cas Moyen : Une collectivité peut devenir propriétaire des locaux et du bail commercial et assurer la responsabilité du service. La gestion peut être assurée directement par la collectivité en régie ou être confiée à un tiers. La collectivité peut louer ces locaux et dans ce cas ne participe ni au financement ni à la gestion de l'activité. La collectivité peut octroyer des aides directes et indirectes aux entreprises dans les conditions dérogatoires au régime prévu par le CGCT (art 1511-2 et 1511-2)
Haute	Amélioration de la qualité des façades et des vitrines	Objectif : Mise en place de procédures d'incitation Moyen : Action collectives ORAC (fonds façades) ou Actions collectives OPAH
	Audit économique exhaustif des armatures de 5 commerces et moins	Objectif : Identifier les risques de fermeture, prévoir et anticiper les difficultés économiques éventuelles Moyen : Réaliser un travail sur le terrain pour sonder les communes concernées et proposer une synthèse
	Identification des problèmes de transmission-reprise	Objectif : Réaliser un audit pour chaque commerçant Moyen : Apporter des conseils aux entrepreneurs pour leur permettre d'assurer dans de bonnes conditions la reprise de leur activité
	Aménagement urbain sur le centre ville de Sedan	Objectif : Définir et aménager le centre ville de Sedan et la seconde couronne commerciale Moyen : Déterminer avec la ville de Sedan les aménagements à réaliser et solliciter des financements
Moyenne	Aménagement sur les communes du Pays Sedanais hors Sedan	Objectif : Valoriser la fonction commerciale à travers des aménagements urbains Moyen : Déterminer avec les Maires des communes concernées les aménagements à réaliser et solliciter des financements
	Formation des commerçants	Objectif : Proposer des formations collectives et individuelles sur différentes thématiques Moyen : Deux actions collectives dans le cadre de l'ORAC sont prévus : gestion comptabilité et démarche qualité-accueil
	Halle de Sedan	Objectif : La halle de Sedan a fait l'objet de travaux dans le cadre de l'opération urbaine de la ville de Sedan qui s'est terminée en 2002. Mais l'étude montre la nécessité de réaliser à nouveau un effort afin de rendre plus opérationnel un outil de travail qui propose des produits de qualité Moyen : Action collective ORAC
	Marché de Sedan	Objectif : Réorganiser le marché en travaillant avec la ville de Sedan, les commerçants sédentaires et non sédentaires afin de re-localiser le marché sur le centre ville de Sedan Moyen : Action collective ORAC
	Marchés et tournées hors Sedan	Objectif : Améliorer l'organisation des tournées et dynamiser le marché bio de Balan Moyen : Proposer aux commerçants d'organiser des tournées « couplées » Travailler avec la commune de Balan, la commission tourisme du pays sedanais et les commerçants pour modifier la communication et la localisation du marché bio
	Actions transversales	Objectif : Mise en place d'une signalisation sur le territoire et le centre ville de Sedan Moyen : Un projet de signalisation est mis en œuvre par le pays sedanais et sa commission commerce

LE FONCTIONNEMENT POUR LA MISE EN ŒUVRE DU SCHEMA D'URBANISME COMMERCIAL :

Il est créé deux instances de mise en œuvre :

1. Le Comité de Pilotage du Schéma d'Urbanisme Commercial du Pays Sedanais :

Composition :

Avec voix délibérative, en tant que financeurs et « propriétaires » de l'étude :

- ✓ La Communauté de Communes du Pays Sedanais
- ✓ La Chambre de Commerce et d'Industrie
- ✓ La Chambre de Métiers
- ✓ La commune de Bazeilles

Avec voix consultative :

- ✓ Les organisations commerciales du Pays Sedanais
- ✓ Les associations de consommateurs et d'utilisateurs

Rôle et fonctionnement :

- Il pilote la mise en œuvre du Schéma d'Urbanisme Commercial.
 - Il détermine les grandes orientations, et arrête chaque année la liste des actions à mettre en œuvre. Chaque année, il réoriente, le cas échéant, les objectifs du schéma commercial.
 - Il analyse l'évolution du secteur commercial du Pays Sedanais (observatoire)
 - Il évalue la pertinence des actions et orientations mises en œuvre.
 - Il fixe les axes de travail et les modalités de fonctionnement du Comité Technique Consultatif.
 - Il se réunit au moins deux fois par an
-

2. Le Comité Technique Consultatif :

Composition :

- ✓ La Communauté de Communes
- ✓ La Chambre de Commerce et d'Industrie
- ✓ La Chambre de Métiers
- ✓ La commune de Bazeilles
- ✓ La commune de Sedan
- ✓ Les organisations commerciales du Pays Sedanais
- ✓ Les associations de consommateurs et d'utilisateurs

Chaque structure est représentée par son Président et/ou toute personne dûment mandatée. Chaque élu peut venir avec son service en charge des questions commerciales.

Rôle et fonctionnement :

- Il se réunit une fois par mois.
- Il organise la mise en œuvre des actions du Schéma Commercial proposées par le Comité de Pilotage (répartition du travail), en fonction des porteurs de projets et/ou des maîtres d'ouvrage.
- Il met en œuvre, par un observatoire et des études, le suivi et l'évaluation des actions du Schéma d'Urbanisme Commercial et peut proposer au Comité de Pilotage des réorientations, afin d'intégrer les évolutions du commerce.
- Il reçoit les porteurs de projet de création, d'extension ou de transfert d'équipements commerciaux de préférence avant le dépôt à la Préfecture, et analyse la compatibilité de leur demande avec les principes d'actions des implantations commerciales inscrits dans le Schéma d'Urbanisme Commercial.
- Il prévoit la mise à jour tous les trois ans des données de base.