

Stationnement, accessibilité, internet, comportement du consommateur...

Et le commerce dans tout ça ?

Le commerce de proximité fait sa mue, à l'image de la transformation urbanistique des centres-villes des grandes agglomérations. Il doit s'adapter à de nouveaux modes de consommation, à des exigences d'accessibilité, à une remise en cause des outils logistiques, des centres-villes qui se piétonnisent. Cette mutation n'est pas sans douleur pour ceux qui y consacrent leur vie professionnelle. Car plusieurs vents contraires semblent se liguier pour empêcher la poursuite de la croissance, à commencer par la concurrence toujours plus forte

des grands centres commerciaux périphériques, surfant sur de moindres contraintes urbanistiques. A contrario, les accès aux hypercentres sont de plus en plus compliqués pour des automobilistes, contraints de subir des embouteillages et des restrictions de stationnement. Des projets immobiliers renforceront à terme l'offre commerciale dans les hypercentres. Ils donneront l'espace pour une offre différenciante, innovante, ciblée. Reste à passer le cap... La CCI se mobilise à travers de nombreuses réunions dans les territoires pour faire se rencontrer les élus, les entreprises, les commerçants. Ce numéro de Plein Ouest contribue à une meilleure connaissance de cette révolution. Nous reviendrons dans le prochain numéro sur les propositions concrètes proposées dans le futur Livre Blanc du commerce. ■



ZOOM

Ambition commerce Des rencontres et un Livre blanc

La CCI Nantes St-Nazaire a souhaité une stratégie d'ensemble pour répondre aux besoins du commerce demain. L'objectif est d'aboutir à des mesures concrètes, partagées par l'ensemble des acteurs du territoire. La démarche est constituée de plusieurs temps forts :

- Des rencontres dans plusieurs communes de Loire-Atlantique, avec des élus locaux, des représentants d'associations des commerçants et la CCI Nantes St-Nazaire.
- Une plateforme en ligne (www.cci.vousecoute.com), pour stimuler les échanges d'idées et partager les avis.
- Des enquêtes personnalisées auprès d'un panel représentatif de commerçants et des interviews auprès d'acteurs clés.
- La publication d'un Livre Blanc, Ambition Commerce qui sera la synthèse des propositions pour un commerce dynamique en Loire-Atlantique.

Ce document sera présenté officiellement le 15 avril 2013 à la CCI de Nantes, lors de la manifestation Passion Commerce (voir Agenda p.50).

Un consommateur mutant et pressé

Difficile aujourd'hui de dessiner avec précision le profil du consommateur. Multiple, complexe, déroutant, il ne cesse de s'adapter aux nouvelles technologies et aux contraintes sociétales.

Par Denis Roux

Avec 9 milliards d'euros, les achats e-commerce battent un nouveau record qui sera sûrement pulvérisé dans un an. Et concomitamment, comme un symbole, Virgin Megastore baisse le rideau alors que la FNAC s'interroge sur son futur. Cette violente secousse tellurique résulte évidemment de l'apparition de nouveaux produits et modes de distribution. Mais c'est le consommateur lui-même qui est en profonde mutation. La décohabitation des générations, les mises en couple plus tardives, les unions plus éphémères, la diminution des familles nombreuses, ou encore la hausse de l'espérance de vie modifient les comportements. Il s'adapte. Comme les dépenses contraintes (logement, impôts, assurances), ne cessent de croître et grèvent les budgets, le consommateur est amené à arbitrer plus finement ses achats et à chercher systématiquement le meilleur coût, abolissant au passage la notion de prix de base. Dans l'esprit du consommateur aujourd'hui, tout est négociable.

L'ACHAT EN MAGASIN GARDE SES VERTUS

Ce consommateur mutant est aussi quelqu'un de pressé. Tout le porte à accélérer le rythme, porté par l'instantanéité que procurent tous les services mobiles. Il cherche à gagner du temps pour compenser celui qu'il perd dans les transports notamment. En 40 ans, ses nuits se sont raccourcies de 2 heures. En 20 ans, le temps de passage en hypermarché a diminué de 40 minutes ! Il est prévisible, demain encore plus qu'aujourd'hui que la combinaison prix/gains de temps soient des facteurs prépondérants dans le mode ou le lieu de consommation.

La grande distribution a vite perçu le maelström commercial. Sans renoncer aux vaisseaux amiraux que constituent les hypers, Carrefour, Auchan et autres Systeme U ont investi les centres-villes via des supérettes de proximité. Mais elles ont aussi proposé à ce consommateur fuyant le "drive", voire le service de livraison à domicile.

Est-ce que l'internaute va pour autant bouter définitivement les magasins physiques ? Pas sûr ! Certes il prépare ses achats sur internet : si trois Français sur dix utilisent un smartphone pour se renseigner, localiser un commerçant ou consulter des avis, l'achat en magasin garde ses vertus. Le consommateur a besoin de voir, de toucher. C'est le fameux web-to-store (à l'exception notoire, avec les conséquences que l'on sait, des produits "dématérialisables" que sont le tourisme, la musique, les livres).

La recherche de proximité est devenue une priorité. Ce n'est pas l'actualité récente qui a mis une nouvelle fois en exergue la mondialisation des échanges

dans les processus de fabrication industrielle, notamment agroalimentaire qui va atténuer la défiance vis-à-vis des élites, des institutions, des pouvoirs. Le nez sur l'écran mais le pied dans la glaise, il donne une grande valeur aux circuits courts pour leurs bénéfices attendus en matière de sûreté et de qualité. Ce "pessimiste heureux", comme le qualifie Olivier Badot, consultant sur les tendances de la consommation (1) revendique une nostalgie, un goût pour hier-c'était-mieux... tout en usant et abusant des avantages liés à la modernité ! ■

(1) Il était l'invité, en décembre, de la soirée annuelle du World Trade Center Nantes Atlantique.



Le Rendez-vous du RSI

Pour contacter le RSI Pays de la Loire :
02 72 01 27 27 ou www.rsi.fr/contact

Gagnez du temps avec les téléservices du RSI !

Le saviez-vous ? vous pouvez désormais accéder en ligne à vos données personnelles RSI.

Comment ? de chez vous, 24h/24, 7 jours / 7, simplement muni de votre numéro de sécurité sociale vous pouvez :

- accéder immédiatement à vos informations personnelles
- vérifier vos derniers versements enregistrés
- connaître les dates de vos prochaines échéances de paiement
- consulter le détail de vos cotisations versées
- déclarer vos revenus estimés ou définitifs
- télécharger vos attestations de marché public et/ou de compte à jour
- connaître vos droits acquis pour la retraite
- obtenir en instantané votre relevé de carrière
- gérer vos informations personnelles : adresse e-mail, mot de passe
- consulter votre dossier personnel de prévention et de dépistage

Pour ouvrir et accéder à vos données personnelles en lien avec votre activité professionnelle : www.rsi.fr rubrique « Mon compte » située en haut à droite de votre page d'accueil dans les accès rapides.



Munissez-vous de votre numéro de sécurité sociale et suivez les étapes prédéfinies. C'est rapide et instantané.

Les évolutions à venir :

- Création d'un compte pour les experts-comptables leur permettant d'accéder à la gestion des cotisations des assurés.
- Téléservice "Ma santé" : mise à disposition pour les artisans, commerçants et professionnels libéraux d'un lien d'accès aux téléservices de leur OC.
- Paiement des cotisations en ligne par carte bancaire pour les auto-entrepreneurs.
- Demande de délai de paiement, Paiement en ligne, Modification des modalités de paiement, Modification des coordonnées bancaires.

Nantes, entre inquiétudes et projets

Métropole régionale bénéficiant d'une image de dynamisme et de croissance, Nantes souffre pourtant de son commerce de centre-ville. A la crise économique s'ajoutent des contraintes urbanistiques et une restriction du flux automobile qui rendent difficile l'indispensable mutation de la pratique commerciale. Les projets immobiliers en cours suffiront-ils à inverser la tendance ?

Par Denis Roux et Magali Le Clanche



© DR La future entrée, à la place des anciens bâtiments de Presse-Océan. La rénovation du Passage Pommeraye, est un projet alliant à la fois une dimension patrimoniale et une dimension commerciale.

ensemble de services (restauration, hôtellerie, loisirs, cinémas...) pour capter durablement la clientèle. Leur attractivité résulte également de leur forte concentration en équipement de la maison qui élargit encore la zone de chalandise.

La situation du commerce en hypercentre est donc complexe. Les derniers résultats des observatoires du commerce de la CCI portant sur l'activité à Nantes et Saint-Nazaire indiquent une dégradation des chiffres d'affaires. Ainsi les commerces du centre-ville de Nantes terminent l'année 2012 en repli (-0,6 %) avec une période de fin d'année bien sombre (-5,2 %), alors que 20 à 40 % des chiffres d'affaires se réalisent sur cette période. Des chiffres corroborés par la

sont forts. La piétonisation progressive répond à une attente du consommateur qui aime flâner tranquillement, d'autant qu'elle s'accompagne d'un embellissement de l'environnement urbain. A condition de pouvoir atteindre ce cœur de ville, surtout si l'on habite en dehors de la métropole. Si le SDUC parle dans ses objectifs "d'accessibilité par l'ensemble des modes de déplacement", la CCI se fait le porte-parole de plaintes récurrentes de commerçants qui constatent les difficultés croissantes pour les automobilistes à se déplacer dans Nantes. La récente fronde des commerçants du quartier du Bouffay en est la dernière manifestation.

ETENDRE L'ESPACE COMMERCIAL

Pour Jean-Luc Cadio, vice-président de la CCI, en charge du commerce, des actions seront menées pour concrètement apporter des solutions à ces problèmes d'accessibilité. Mais, ajoute-t-il, une des cartes majeures à jouer dès maintenant reste l'optimisation de la qualité du service. Avec cette proposition constante d'une amplitude des jours et des horaires d'ouverture adaptée aux nouveaux besoins des consommateurs : **"Nous souhaitons notamment que la très grande majorité des commerçants en centre-ville optent pour une journée continue, avec ouverture entre midi et 14h. Je regrette que seuls 60 % d'entre eux aient pris cette décision. Nous préconisons également des "nocturnes" au printemps et en été pour créer des dynamiques commerciales, quartier par quartier"**.

Le centre-ville tente d'avancer ses pions. Avec une stratégie bien définie : celle de conduire un certain nombre de chantiers d'urbanisme, permettant notamment d'étendre l'espace commercial. Et par là, d'accroître la clientèle dans les rues de

fréquentation du centre-ville qui après un été positif ne cesse de diminuer (entre -4 et -10 % selon le mois). La crise économique n'explique pas tout, et la cumulation des travaux, des restrictions d'accès et du manque de stationnement sont des raisons majeures aux yeux des commerçants, qui voient croître, comme une fatalité, le poids des galeries de la périphérie et notamment d'Atlantis.

DES ATOUTS FORTS

Le déclin est-il inéluctable ? Non bien sûr tant les atouts d'un centre-ville d'une agglomération de la dimension de Nantes

Nantes. Pour Noël Renault, directeur de la Fnac et président de l'association de commerçants Plein Centre, l'enjeu est majeur. **"Pour pouvoir être au niveau d'autres métropoles de taille similaire, Nantes doit se doter de dizaines de milliers de m² de surfaces commerciales supplémentaires"**, souligne le dirigeant. Et ces 50 000 m² que le SDUC prévoit, quelles enseignes vont les occuper ? La défection de Boulanger au Carré Feydeau est un signal inquiétant. C'est l'éternel problème des locomotives de l'hypercentre, qui préfèrent souvent suivre les rails de la périphérie. Le raté d'Apple store restera longtemps dans les mémoires, comme un marqueur de ce combat déséquilibré. ■

■ Le Carré Feydeau : l'incertitude Boulanger

En gestation depuis quelques années, le projet du Carré Feydeau est désormais en phase de finalisation, avec une livraison prévue fin 2013 par Vinci Immobilier. Il s'agit, rappelons-le, d'édifier à la place



Le Carré Feydeau offrira un parking de 520 places, 76 logements ainsi qu'une quinzaine de commerces. Soit 5 moyennes surfaces, 8 boutiques et 2 restaurants sur un total de 13 000 m².

de l'ancien bâtiment Neptune un ensemble comprenant un parking public de 520 places, 76 logements ainsi qu'une quinzaine de commerces. Soit 5 moyennes surfaces, 8 boutiques et 2 restaurants pour un total de près de 13 000 m² de surface commerciale. Parmi les enseignes de divers secteurs est attendu un Carrefour Market, en attendant une autre locomotive après la défection de Planet Saturn racheté par le

groupe Boulanger : le repreneur ne se dit plus intéressé par cet espace commercial et annonce ne pas vouloir donner suite ! Avec les nombreux aménagements (réalisation d'un plateau piéton entre le Cours des Cinquante Otages et la rue de Strasbourg, mise en place d'une promenade agrémentée d'essences végétales au fil du tramway, rénovation de la place du Bouffay...) effectués sur le site, le projet du Carré Feydeau devait pourtant

Hôtel**** Radisson Blu Nantes, La renaissance d'un palais



Un hôtel d'exception dans l'ancien palais de Justice de 1851.

- ✓ 142 chambres, dont 20 suites.
- ✓ Un restaurant unique: L'Assise.
- ✓ 6 salles de réunion de 37 à 80m².
- ✓ Accès WIFI gratuit – 20 MB.
- ✓ Espace bien-être 180 M² avec hammam, sauna, fitness.



Un lieu historique pour vos manifestations...

Radisson Blu Nantes
6 place Aristide Briand, 44000 Nantes, France
Tél: + 33 272001014 Fax: +33 272001001
Email: meetings.nantes@radissonblu.com
Webmail: www.radissonblu.com/hotel-nantes

Radisson BLU
HOTEL NANTES

constituer la pierre supplémentaire d'un parcours d'envergure, une promenade urbaine de la future gare TGV jusqu'à l'extrémité du quai de la Fosse.

■ Le Carré Lafayette : un complexe bien-être

Comme l'indiquaient différentes études menées ces dernières années, le commerce à Nantes se doit, pour pouvoir rivaliser avec d'autres, de monter en gamme. Le Carré Lafayette en projet place Aristide Briand, sur le site de l'ancienne gendarmerie, y contribuera. A deux pas de l'élégant hôtel quatre étoiles Radisson Blu, l'édifice acquis par le promoteur Kaufman et Broad se place en effet d'ores et déjà sur le segment haut de gamme. Prévu pour être livré fin 2014, il comportera ainsi différents espaces voués au bien-être avec, pour "locomotive", la présence sur 1 450 m² des Thermes marins de Saint-Malo. Une référence nationale dans le domaine notamment de la balnéothérapie. Le site abritera aussi 1 500 m² de commerces liés à des thématiques proches (luxe, bien-être, bio...) ainsi que 65 logements (dont 7 logements sociaux). Des professionnels paramédicaux pourraient s'y installer. Et l'ouverture d'un espace de réception par l'école hôtelière Vatel figure de même parmi d'autres pistes probables.



Le Carré Lafayette en projet place Aristide Briand, sur le site de l'ancienne gendarmerie, contribuera à monter en gamme le commerce nantais.

■ Le passage Pommeraye : du contemporain au lustre d'antan

De prestige, il sera question à travers la rénovation du Passage Pommeraye. Les travaux qui démarreront l'été prochain, auront double vocation : offrir une seconde jeunesse au Passage, tout en préservant

ZOOM

Deux Mercure d'Or en Loire-Atlantique !

Le 28 janvier dernier a eu lieu à Bercy la 38^e édition du challenge national les "Mercure d'Or". Opération qui valorise les meilleurs commerçants de France. Parmi les 24 candidats récompensés, deux viennent de Loire-Atlantique. Nathalie Deniau Millon dirigeante du magasin nantais "Inspirations" et Olivier Guéret pour le "Le Garage à Vins", au Pouliguen (voir p. 46).

l'âme toute singulière du lieu. En 2002 et 2008, la Ville de Nantes avait préempté la galerie Moyon-Avenard, puis racheté l'ancienne résidence universitaire de la rue Santeuil. Le déménagement de Presse Océan, en février 2012, donne la possibilité de créer à partir de là un nouveau passage ou rue couverte, sur trois niveaux et dans le prolongement de Pommeraye. La partie protégée du bâtiment sera gardée, l'autre détruite et reconstruite pour donner naissance à divers commerces, une vingtaine de logements dont cinq lofts et deux maisons de ville sur le toit. Le tout, dans un style contemporain cohabitant avec le lustre d'antan. Une fois le projet terminé (livraison visée pour début 2015), l'aménagement piéton définitif des rues Santeuil et de la partie basse de la rue Jean-Jacques Rousseau pourra alors avoir lieu. Côté patrimonial, le travail de restauration concernera la remise en état, l'embellissement et la sécurisation des parties communes accessibles au public.

TÉMOIGNAGE

Richard Gouraud, président de l'UNACOD "Je crois au développement des marchés"

Pas tendre avec les différentes mesures qui font tomber le commerce nantais dans "la morosité", Richard Gouraud craint la disparition du commerce alimentaire traditionnel mais croit au développement des marchés "qui correspondent parfaitement aux attentes actuelles du consommateur urbain, qui recherche convivialité, qualité et proximité". Il faut assouplir l'organisation pour permettre plus de souplesse dans le choix des dates, des lieux. Des horaires aussi : les marchés nocturnes aux beaux jours, ce serait bien. On pourrait y trouver une plus grande diversité des métiers, comme des quincailliers, des droguistes... L'UNACOD se dit prête à favoriser des formations de marchands non sédentaires.

Tandis que le passage d'origine fera l'objet de tous les soins, le nouveau "repère" du commerce chic verra le jour, sous la houlette notamment du promoteur Pommerim. Avec l'arrivée, sur 3 500 m², d'enseignes de qualité dans divers secteurs (prêt-à-porter, beauté, équipement de la maison etc.) tournées vers le moyen et haut de gamme. Des enseignes différenciantes haut de gamme, aptes à générer un renouveau de trafic vers le centre-ville. Selon les estimations du promoteur, le Passage Pommeraye, qui enregistre environ 35 000 passages chaque semaine, pourrait voir grâce à ces transformations sa fréquentation croître de 15 à 20 %.

■ 30 000 m² sur la Petite Hollande

Dans le cadre de la révision du Plan de sauvegarde et de mise en valeur (PSMV), applicable en 2016, de nouvelles opportunités pourraient voir le jour. Parmi les sites porteurs d'espaces, le quartier où l'École des Beaux-arts est actuellement implantée et dont le déménagement, programmé en 2014 sur l'île de Nantes, devrait offrir de nouvelles opportunités entre les Galeries Lafayette et l'Hôtel de Ville. Mais le plus important projet se situe sur la Petite Hollande. Parmi d'autres hypothèses figureraient celles de faire du parking actuel un parking souterrain et d'affirmer en surface la vocation commerciale de la place, avec un programme de 30 000 m². Soit les 3/5^e de ce que prévoit le SDUC ! Des enseignes majeures pourraient s'y installer, donnant un nouveau poumon commercial au centre-ville. Avec l'objectif de donner de l'air supplémentaire à l'ensemble de l'hypercentre.

INTERVIEWS



Plein Ouest : La situation économique est-elle la première cause de la morosité commerciale dans les centres-villes, notamment à Nantes ?

Jean-François Gendron : La chute d'activité est due évidemment à une baisse du pouvoir d'achat, mais elle a été aggravée à Nantes par des travaux non coordonnés et par l'ouverture de l'extension d'Atlantis. Nous souhaitons accompagner la piétonisation inéluctable du centre-ville, à condition que cela ne soit pas fait n'importe comment. J'ajoute que la suppression de 1 000 places de stationnement et le coût de plus en plus élevé des parkings ont contribué également à faire fuir des consommateurs habituels. Il est urgent d'agir à court terme, et nous avons dans ce domaine des demandes précises, et sur le long terme pour déterminer la forme du commerce de demain dans les centres-villes.

P.O. : Quelles propositions pourraient, selon vous, être mises en œuvre rapidement ?

J.F.G. : Nous préconisons la réouverture à la circulation automobile de la rue du

Jean-François Gendron, président de la CCI Nantes St-Nazaire "Des mesures à prendre d'urgence"

Calvaire et du cours des 50 otages. Et pourquoi ne pas revenir à des coûts de stationnement moins dissuasifs et la gratuité du stationnement entre 12 et 14 h sur la Petite Hollande et l'hypercentre ? Nous pensons également que le parking des Machines pourrait être mieux utilisé par les automobilistes pouvant bénéficier d'une navette qui les amènent en centre-ville. Devant le casse-tête du stationnement, il nous semble nécessaire d'accroître le volume de places, en créant de nouveaux parkings ou des parkings temporaires par exemple sur le cours Saint-André.

En matière d'information et de signalétique, de vraies améliorations doivent être apportées, dès le périphérique pour l'automobiliste. La création de jalonnements piétons, avec signalétique et indications de temps de marche, ne serait pas inutile.

P.O. : Et à plus long terme ?

J.F.G. : Il est important d'accroître le dynamisme du centre-ville en donnant vie à des espaces comme la Petite Hollande à Nantes. Un projet est dans les cartons. Nous le soutenons depuis longtemps et sa liaison entre l'île de Nantes et le centre-ville traditionnel sera une des clés

de sa réussite.

P.O. : Quelle est votre vision de l'avenir du commerce dans le département ?

J.F.G. : Le développement du commerce est un axe majeur de notre stratégie, car c'est pour nous un moteur d'attractivité du territoire. Oui l'avenir des centres-villes nous préoccupe vraiment, mais nous travaillons tout autant sur les problématiques du commerce dans les petites villes et les centres-bourgs. Avec la Chambre de métiers, nous œuvrons au mieux avec les collectivités territoriales, via les chartes commerciales, pour trouver des solutions équilibrées. Tout comme nous sommes très présents auprès des commerçants non-sédentaires. Je le répète, le commerce sous toutes ses formes est un outil de séduction, donc d'attractivité du territoire. Il suffit de voir le succès des ouvertures le dimanche sur le littoral ou pendant les fêtes de Noël à Saint-Nazaire pour comprendre l'impact sur la dynamique d'une ville. C'est aussi pour cela que nous réfléchissons à la mise en place d'un fonds spécifique pour aider les commerces à se moderniser, à valoriser leurs enseignes et à intégrer le e-commerce. ■



Jean-Luc Cadio, vice-président de la CCI Nantes St-Nazaire "Pour les baux commerciaux, nous allons proposer des pistes d'actions"

Plein Ouest : Quelle est votre appréciation sur le Schéma directeur d'urbanisme commercial de Nantes ?

Jean-Luc Cadio : Nous l'approuvons dans son ensemble mais la CCI a toutefois proposé des recommandations pour mieux anticiper l'avenir de certains pôles spécialisés comme le pôle automobile de la route de Vannes. Aujourd'hui ces surfaces sont contraintes réglementairement et toute modification devient très complexe à mettre en œuvre. Aussi nous avons lancé, avec Nantes Métropole, une étude sur le devenir de ces pôles. Ce travail devra être réalisé d'ici à la fin de l'année 2013.

P.O. : Quelle est la position de la CCI sur ce "gel" des pôles intermédiaires de proximité ?

J.L.C. : Sur ces pôles, nous avons une vision quelque peu différente de celle de la collectivité. Nous souhaitons faire évoluer ces pôles en fonction de l'accroissement démographique, sans nuire naturellement aux commerces de proximité.

P.O. : Le SDUC prévoit la création de 50 000 m² de surfaces commerciales. Est-ce que cela va permettre de redonner une dynamique au centre-ville ?

J.L.C. : Cela répondra à de vrais besoins puisque l'on constate que très peu de locaux sont vacants. La pénurie d'offres est encore plus criante pour des "locomotives". Mais nous ne pouvons rien proposer aujourd'hui, faute d'emplacement premium. Les problèmes successifs du Carré Feydeau n'ont pas permis aujourd'hui l'implantation d'une telle locomotive. C'est regrettable...

P.O. : L'un des problèmes pointés par les commerçants est la forte hausse des baux commerciaux ?

J.L.C. : C'est une réalité hélas qui oblige des commerçants à déménager pour trouver des locaux moins chers. Certains propriétaires n'hésitent pas à multiplier par deux le coût d'un bail. Une telle inflation est souvent insupportable, surtout dans les circonstances actuelles. La CCI va se pencher sur ce problème et proposer des pistes d'actions. ■

Saint-Nazaire : une situation difficile... mais pas désespérée

Les commerces de la ville portuaire galèrent, entre économie en berne et travaux d'envergure qui se succèdent dans la ville depuis plus d'un an. Mais la ville se modernise et deviendra plus attractive à long terme, espèrent les commerçants.

Par Véronique Couzinou



Grâce à l'ouverture des deux derniers dimanches avant Noël, les Nazairiens étaient bel et bien là, et en grand nombre dans les commerces du Ruban Bleu, presque autant qu'un samedi.

Il y a eu les lourds travaux liés à la ligne de bus rapide héliYce et maintenant ceux du réaménagement des espaces publics dans l'hypercentre (projet Cœur Carré), jusqu'en juin... La pilule est dure à avaler pour les commerçants. Résultat : une activité en chute de 6,8 % dans les boutiques du centre en décembre, selon l'Observatoire du Commerce de la CCI (*), et en recul de 1,1 % sur l'année 2012, avec des périodes de soldes en demi-teinte, en léger recul aussi par rapport à 2011. Naf-Naf, 1-2-3, Petit Bateau... Des enseignes emblématiques ont choisi de désertir le centre-ville depuis les huit derniers mois ; La Voix au Chapitre, l'unique librairie indépendante - hormis la librairie de bandes dessinées Sac à Papier, rue du Maine - a mis la clé sous la porte en septembre ; une commerçante endettée a fait une grève de la faim en décembre pour alerter sur la détresse des petits commerçants... Le signal d'alarme était fort. Depuis, l'Association de défense et de développement des commerçants et artisans 44 est née, "dissidente" de celle des commerçants du centre-ville présidée

par Cyril Allanic (130 adhérents). Ce dernier ne veut pas polémiquer : **"si cette association est porteuse d'idées et de solutions, tant mieux !"**, estime-t-il. Car pour redresser la barre, toutes les idées sont bonnes à prendre. Alors, catastrophique, la situation du commerce à Saint-Nazaire ? Difficile mais pas dramatique non plus, vue la conjoncture, répond Cyril Allanic. **"On a limité la casse en décembre grâce à l'ouverture des deux derniers dimanches avant Noël : les Nazairiens étaient bel et bien là, et en grand nombre, ce qui est rassurant"**. La CCI salue elle aussi la décision de la Ville de Saint-Nazaire d'avoir permis cette ouverture, ce qui était une première.

UN DIALOGUE ASSOULI

Avec la concurrence accrue des achats sur internet et l'ouverture des magasins le dimanche à La Baule, ces deux jours ouverts supplémentaires, basés sur le volontariat pour les employés, étaient ressenties comme une nécessité vitale pour les commerçants nazairiens. **"Nous avons eu environ 15 000 personnes circulant au Ruban Bleu, presque autant**

qu'un samedi", insiste Virginie Baron-Oger, nouvelle directrice du centre commercial à ciel ouvert. **"Nous redemandons cette autorisation l'an prochain puisque les résultats sont là, poursuit Cyril Allanic. "Ce ne sont pas juste des chiffres, de l'argent, c'est aussi des emplois qui sont en jeu, et le dynamisme d'une ville"**. Certains commerçants ont réalisé ces dimanches-là 10 % de leur chiffre d'affaires mensuel, **"et le dimanche ne s'est pas substitué au samedi, jour où nous avons eu autant de clients qu'habituellement"**, précise Virginie Baron-Oger.

En février, on pouvait compter 55 cellules vides dans le centre-ville, sur 450 commerces environ. Pour autant, même si les fermetures sont actuellement plus nombreuses que les ouvertures, le commerce n'est pas en train de mourir à Saint-Nazaire, assure l'association des commerçants du centre-ville : **"s'il y a des ouvertures et des projets, c'est que la ville attire. Elle change de visage, se modernise, ça ne peut être qu'encourageant"**. L'ancien cinéma Les Korrigans, fermé en 2009, deviendra un immeuble à logements avec des cellules commerciales et l'emplacement de l'ancien Forum ne devrait pas rester vide lui non plus, tout comme certains locaux vacants du

Ruban Bleu. Des commerces ont du mal à durer, certes, mais pas toujours à cause d'un mauvais chiffre d'affaires : **"c'est parfois à cause d'un loyer qui a radicalement augmenté"**, glisse Cyril Allanic. Le 20 juin, la CCI organisera pour la 2^e année l'opération Visio-Commerces. Les développeurs d'enseignes nationales seront invités à venir visiter le territoire pour découvrir les opportunités d'implantation. Côté clients, une signalétique de parcours marchand va être mise en place dans le centre-ville. Et côté commerçants, la participation aux animations de la ville sera particulièrement importante en 2013 : expo photos sur les paquebots dans 40 magasins du centre pour souligner la réouverture d'Escal'Atlantic (fin mai à fin septembre), brocante et braderie mi-juillet, concerts Prim'Escales pour célébrer le festival Les Escales (fin juillet, début août), opération Fleurs sur la Ville en septembre... Sans oublier le Record SNSM en juin et le Tour de France en juillet qui attireront beaucoup de monde en ville.

"Les Nazairiens commencent à se réapproprier leur ville, il faut les encourager

à y circuler", souligne Mickaël Poirier, responsable des projets Commerce à la CCI. À pied, en particulier, pour en apprécier les changements et se rendre compte qu'on ne met pas plus de 12 min pour rejoindre le haut de l'avenue de la République depuis la gare, et pas plus de 2 min 30 entre la mairie et la rue de la Paix, ce qui n'est pas la mer à boire... ■

(*) Les chiffres concernent env. 80 magasins de moins de 300 m² qui participent à l'Observatoire, sur les quelque 400 boutiques du centre-ville.



En 2013, côté commerçants, la participation aux animations de la ville sera particulièrement importante : expo photos, brocante, braderie, concerts, opération Fleurs sur la Ville en septembre (notre photo)...

ZOOM

Les chiffres du commerce

Selon l'Observatoire du Commerce, ce sont les boutiques d'équipement de la maison qui ont le plus souffert en 2012 à Saint-Nazaire (-14,4%), avec celles d'équipement de la personne (-3%). L'activité des cafés et restaurants est restée stable (-0,1%). Ceux qui ont le mieux tiré leur épingle du jeu : les magasins d'alimentation (+3,9%), d'hygiène-santé-beauté (+2%) et de culture-loisirs (+1,4%).

imagescreations agence web & mobile

Experts en solutions internet depuis 1995, plus de 800 références.
Tél. 02 40 50 77 66 ou retrouvez-nous sur www.imagescreations.fr

sites internet
sites mobiles
hébergement web
applications mobiles

imagescreations
// technologies créatives

Les commerces de proximité testent le web marchand

A Nantes, le e-commerce tente les boutiques de proximité spécialisées dans les produits frais. Des sites et des services en ligne se mettent en place. Timidement.

Par Fabienne Colin



Myriam et Stéphane Bourdeau de La Boucherie de Zola ont rejoint la plateforme "Côtelettes & Tarte aux Fraises" qui propose aux clients la réservation - et bientôt la vente - de leurs produits en ligne.

Acheter ses légumes pour les repas de la semaine, commander les croissants pour sa réunion du lendemain, réserver le poulet de son déjeuner dominical... A Nantes, c'est désormais possible sur Internet. La montée en puissance du "drive" dans les supermarchés, des clients ravis à leur Smartphone... L'évolution du comportement d'achat des consommateurs et le succès de la vente en ligne interpellent les commerçants de proximité. Petit à petit, les détaillants de produits frais se mettent à la vente en ligne. D'autres s'en approchent avec des systèmes de réservation.

FLUIDIFIER LES FILES D'ATTENTE

Après mûres réflexions, La Boulangerie d'Honoré, enseigne née à Nantes en 2000 et aujourd'hui forte de quatre boutiques, s'est résolue à se doter d'un site marchand en décembre. Le site permet d'acheter en ligne des produits à retirer en magasin. Pour le fondateur de la chaîne, Patrice Guillois, "c'est un service rendu. L'objectif est d'éviter aux clients

la file d'attente pour une commande, ce qui peut être pénible. Toutefois, pour récupérer ses produits choisis à tête reposée, il faut faire la queue. Sinon il faudrait un point de retrait spécifique et nos volumes ne le justifient pas". En effet, acheter son pain et ses croissants chez Honoré - les Nantais le savent - cela demande de la patience. Le Net apporte une prestation.

Dans un quartier ouest de la ville, à La Boucherie de Zola, on veut également fluidifier les passages en caisse. La boutique a rejoint la plateforme "Côtelettes & Tarte aux Fraises", comme son voisin boulanger, son confrère La Boucherie des Gourmets et six autres de Nantes et Poitiers. Ce site mutualisé, créé en septembre dernier par la start-up nantaise The Box Makers, vise les commerçants de proximité qui veulent proposer la réservation - et bientôt la vente - de leurs produits en ligne. D'un côté les artisans évitent de se soucier de la création d'un site. De l'autre on offre au client la possibilité de court-circuiter la file d'attente. Dernier arrivé, premier servi. Un bénéfice

client qui pourrait faire mouche. La jeune entreprise espère pousser le concept encore plus loin. Convaincre plusieurs commerces d'un même quartier permettrait aux clients de gagner du temps en groupant leurs commandes. Avec un tel intérêt commun, une nouvelle émulation pourrait naître entre commerçants voisins.

RECRECUTER DE NOUVEAUX CLIENTS

La mutualisation, c'est aussi la carte jouée par Kerbio. La société commercialise les fruits et légumes d'une vingtaine de producteurs bio. Tout est vendu en ligne sur un site riche d'informations sur les produits, leur qualité, leurs producteurs... Une façon d'"éduquer" le consommateur au bio. La livraison est assurée dans une quinzaine de points relais partenaires et dans des entreprises. Un système d'abonnement, pour trois, six ou douze mois, "permet d'anticiper les achats et de renforcer les liens avec les producteurs", explique le chef de projet Henry Couteau.

Si, pour Kerbio, le web est un modèle économique, les ambitions des boutiques



Henry Couteau de la société Kerbio (vente de fruits et légumes de producteurs bio) explique qu'un système d'abonnement sur leur site permet d'anticiper les achats et de renforcer les liens avec les producteurs.

physiques sont encore timides. "Je n'ai pas l'intention d'assurer la livraison", explique Patrice Guillois, qui s'investit prioritairement dans son parc de magasins : il en ouvrira un cinquième cette année, pour la première fois doté d'un espace restauration, à Nantes, sur l'ancien site du Tripode. Mais réduire le temps d'attente de ses clients n'est pas le seul objectif de ce boulanger dynamique. Pour lui, être actif sur internet est devenu une affaire d'image et reflète surtout la modernité de sa société. "Nous avons enregistré 450 commandes à Noël", dit-il agréablement surpris. "Nous aurions vendu la même chose sans le site", ajoute ce patron dont l'enseigne est déjà bien connue à Nantes.

Au contraire, chez Le Boulanger de Zola, où les nouveaux propriétaires utilisent uniquement des produits naturels, on compte sur le web pour attirer des nouveaux clients. "Nous voulons faire savoir que désormais, ici, nous fabriquons du naturel", explique Séverine Cardinaud, qui a repris le magasin en septembre. Sa voisine, La Boucherie de Zola, souhaite aussi attirer une clientèle plus large. Mais le démarrage est lent. Après quelques semaines, "deux nouveaux clients nous ont découverts sur internet", note Myriam Bourdeau, qui tient boutique avec son mari Stéphane. "Le système est facile. Il suffit de cliquer sur la touche "valider" pour avertir le client de l'enregistrement de sa commande. Des ajustements sont encore nécessaires. En plus du formulaire à remplir, il faut

laisser un espace où l'internaute puisse écrire librement. Par exemple commander une "blanquette" sans préciser dans quels morceaux". Quant au paiement en ligne, il pose toujours question pour des produits vendus au poids et non à l'unité. Si le client paye 1 kilo de viande, il serait injuste de lui en fournir seulement 995 grammes !

ADAPTER SA LOGISTIQUE

S'adapter à ce type de contraintes, mettre à jour les photos, les prix, répondre au client... : le web nécessite du temps. "Nous n'avons pas eu de demande de réservation, mais nous n'avons pas non plus pris le temps d'ajouter des produits en ligne", confie Bruno Jauneau, gérant de La Boucherie des Gourmets. A la CCI Nantes St-Nazaire, on est conscient de ces dilemmes. "Aujourd'hui il est incontournable de figurer sur le web car le consommateur est "mobinaute". Mais cela nécessite de s'y investir et définir un minimum de budget", observe Sophie Callens Horel, conseillère Commerce et Tourisme. Selon elle, assurer sa visibilité en ligne est indispensable mais passer au e-commerce c'est une autre affaire. "J'observe que la première année est

difficile : il faut se donner les moyens de réussir", ajoute celle qui insiste sur le fait que le e-commerce nécessite une stratégie : définir ses objectifs (recruter, fidéliser...) en fonction de son marché, de la concurrence...

Les commerçants ont pris conscience que le consommateur change d'habitude. "D'une part, ces professionnels s'interrogent sur la façon de réagir avec de petits moyens logistiques. D'autre part, les Français semblent prêts pour l'achat de produits alimentaires en ligne", observe Baptiste Dupuch co-fondateur de The Box Makers. Si les retombées en termes de chiffre d'affaires et de recrutement de clientèle paraissent encore modestes, quelques indices sont encourageants. Ainsi Kerbio revendique 1 200 acheteurs depuis 2009, dont 150 fidèles. Le message est passé. ■



La Boulangerie d'Honoré, forte de quatre boutiques, s'est résolue à se doter d'un site marchand en décembre qui permet d'acheter en ligne des produits à retirer en magasin.

Votre logiciel métier a vieilli ?

Offrez-vous un développement informatique professionnel innovant et réduisez vos dépenses

Devis gratuit

www.oreades.pro

Logistique urbaine Comment optimiser la livraison du “dernier kilomètre” ?

Après le trafic des voyageurs, l'approvisionnement des commerçants en centre-ville est au cœur d'une vaste réflexion à Nantes. Des initiatives de livraison “douce” émergent et une expérimentation de conciergerie de quartier va être testée.

Par Fabienne Proux



Les camions électriques du transporteur Deret livrent les magasins Weldom du centre-ville depuis fin 2012.

système s'autorégulait, explique Amélie Ranty, chargée de projet logistique urbaine à Nantes Métropole, mais tous les acteurs sont conscients que la situation n'est pas durable du fait des projets en cours dans le centre-ville dans le cadre du programme Cœur de Nantes 2015”.

La priorité et le premier acte concret de la démarche a consisté à restituer les aires de

livraison aux transporteurs en obligeant l'usage d'un disque de livraison spécifique depuis le 1^{er} janvier 2013 (décision par arrêté municipal). Une mesure saluée par l'association de commerçants Plein Centre, “ces disques devraient fluidifier le stationnement sur ces aires de livraison afin d'éviter que les camions ne s'arrêtent sur la chaussée”.

UN DISQUE SPÉCIFIQUE DE LIVRAISON

Parmi les autres pistes de travail, l'accent sera mis sur l'optimisation de la livraison du dernier kilomètre qui représente 40 % du coût du transport. Il est ainsi envisagé de créer une plateforme de distribution sur l'île de Nantes pour centraliser les colis livrés ensuite dans le centre en petit véhicule ou en triporteur, tel que le pratique depuis octobre dernier “Les Triporteurs nantais”. Avec deux véhicules dotés d'une assistance électrique et d'un coffre de 600 litres, Fabrice Marteaux et Stéphane Lavallet sillonnent le centre-ville pour livrer commerçants (20 %) et

particuliers (80 %) pour le compte de La Poste, DHL ou UPS. “Toute la difficulté est de séduire des transporteurs qui ont la fibre écologique”, reconnaît Fabrice Marteaux qui a lancé l'activité à Rennes dès 2009.

Et pourtant, ils existent, à l'instar du groupe Deret qui assure une partie de ses livraisons urbaines en véhicule électrique depuis 2009. A Nantes, Séphora, certains grands magasins, et depuis novembre 2012 deux boutiques de bricolage de Weldom, sont approvisionnés par ces petits camions dédiés. “Il a fallu se doter d'un dépôt de rupture de charge à Sainte-Luce-sur-Loire où les colis arrivant par camion sont déchargés puis rechargés dans le véhicule électrique”, explique Jean-Luc Fournier du groupe Deret. “Après

ZOOM

Les livraisons de marchandises en chiffres

- 77 % des utilisateurs des aires de livraison ne sont ni des transporteurs (18 %), ni des professionnels (artisans...).
- 295 mouvements de marchandises par semaine et par hectare ont lieu dans l'hypercentre de Nantes, contre 251 à Montpellier, 187 à Strasbourg et 128 à Toulouse.
- 7 % : poids du transport de marchandises dans le cœur de Nantes.

Sources : Diagnostic marchandises en ville (octobre/novembre 2011) Nantes Métropole.

TÉMOIGNAGE



Bruno Durand,
maître de conférences en logistique à l'Université de Nantes
“Des changements radicaux dans les mentalités”

Plein Ouest : Pour quelles raisons avoir organisé un colloque de logistique urbaine à Nantes le 27 juin 2012 ?

Bruno Durand : L'objectif était de pallier un manque : seule l'Ecole des Mines de Paris organise une rencontre sur ce thème, mais centrée sur les problématiques des très grandes villes, dotées par exemple d'un métro. A Nantes, nous nous intéressons en plus aux besoins des villes moyennes sachant que souvent la révision des Plans de Déplacements Urbains (PDU) traite essentiellement des déplacements des personnes en centre-ville au détriment du transport des marchandises. Le colloque de Nantes favorise cette prise de conscience ainsi que la concertation entre les acteurs clés (commerçants, collectivités, livreurs...).

P.O. : Quels principaux enseignements pouvez-vous en tirer ?

B.D. : Les deux premières éditions montrent que la plupart des collectivités se préoccupent désormais de leur logistique urbaine, en l'appréhendant en général sous l'angle du développement durable. Il en ressort que l'amélioration des alternatives de livraison en ville semble passer par la mutualisation des derniers kilomètres, les plus coûteux et les plus chronophages pour les transporteurs. Cette démarche de mutualisation, qui doit permettre de livrer en une seule fois par jour un commerçant ou un particulier, suppose des changements radicaux dans les mentalités et les organisations. Elle nécessite, par exemple, la création d'Espaces Logistiques Urbains (ELU), à proximité des hypercentres.

P.O. : Selon vous, quelles sont les initiatives les plus pertinentes ?

B.D. : En matière de logistique urbaine, les solutions sur-mesure sont les plus pertinentes. Les alternatives prennent ainsi des formes très diverses en fonction de l'origine des difficultés et, notamment, de la nature des congestions urbaines (franchissement de fleuve, occupation des aires de livraison...). Des expériences intéressantes commencent à être menées en France. A La Rochelle ou à Monaco, des Centres de Distribution Urbaine (CDU) sont expérimentés en périphérie. Lyon, Toulouse ou encore Strasbourg ont créé des ELU. Impensable en France il y a encore 3 ou 4 ans, la mutualisation du dernier kilomètre figure maintenant régulièrement à l'ordre du jour des réflexions entre collectivités et transporteurs !

Propos recueillis par F.P.

un mois de test, l'initiative s'est avérée concluante et nous envisageons dès 2013 le même type de livraison pour le magasin de Talensac”, indique Régis Delarue, chez Weldom.

Ailleurs en France, Géodis a créé en 2012 “Distripolis” qui consiste à créer des espaces logistiques urbains à l'abord des grandes villes, puis à mutualiser le dernier kilomètre. Des expérimentations ont lieu à Strasbourg et Versailles dont les enseignements seront évoqués lors du colloque nantais sur la logistique urbaine de juin 2013 (lire par ailleurs).

VERS LA CRÉATION D'ESPACES LOGISTIQUES URBAINS ?

La Poste s'intéresse aussi à l'évolution de la logistique urbaine et s'apprête à lancer sur l'île de Nantes une expérience de conciergerie de quartier. Face à l'explosion des livraisons (e-commerce, renouveau des commerces de proximité notamment alimentaires) et

la diversité des besoins des citoyens, l'idée est de créer des espaces d'échanges mutualisés entre plusieurs acteurs (La Poste, des commerçants, la Ville...) avec une grande amplitude horaire.

Toute la question reste de savoir maintenant si les élus veulent aller vers un dispositif très contraignant à l'instar de ce qui a été mis en place à Montpellier (livraisons autorisées uniquement entre 6h et 11h, en-dehors de ces créneaux, il est impossible d'entrer et de sortir), ou incitatif afin de préserver une certaine liberté d'action. ■



Avec son véhicule doté d'une assistance électrique et d'un coffre de 600 litres, Fabrice Marteaux sillonne le centre-ville pour livrer commerçants et particuliers.

Loi Handicap pour les magasins Moins de **deux ans** pour être **en conformité**

Le 1^{er} janvier 2015, tous les magasins devront être aptes à recevoir des personnes souffrant d'un handicap. Certaines dérogations sont envisageables à condition de démontrer que des efforts significatifs ont été faits pour rendre le commerce le plus accessible possible...

Par Didier San Martin

Les commerçants ont désormais moins de deux ans pour se conformer à la loi handicap. Les textes sont connus depuis 2005 et pourtant trop peu de commerçants ont entrepris des travaux d'aménagement qui, la plupart du temps, leur incombent (il faut se référer au bail commercial pour savoir qui, du locataire ou du propriétaire, doit les prendre à sa charge). L'un des points cruciaux de ces aménagements concerne évidemment l'entrée. Et les instructions sont extrêmement précises ! La porte doit avoir un passage utile de 83 centimètres minimum, ne pas

avoir de marches mais éventuellement des ressauts de 2 à 4 cm de haut ou alors un plan incliné de moins de 5 %. Si le magasin dispose d'un escalier, celui-ci doit avoir une main courante de chaque côté et 1,20 m minimum entre les deux, la hauteur des marches sera de 16 cm maximum avec une profondeur de 28 cm minimum... Autre aménagement important (et coûteux), celui concernant les toilettes qui doivent là aussi répondre à des critères d'accessibilité et d'espace. Un vrai casse-tête pour un grand nombre d'établissements

et ce n'est pas un hasard si, en Loire-Atlantique, 46 % des gérants de cafés-restaurants déclarent ne pas avoir de sanitaires adaptés et que 5 % ne savent pas répondre à la question.

GRAND RISQUE DE FERMETURE D'ENSEIGNES...

"Beaucoup d'établissements auront du mal à se conformer à la loi et nous sommes conscients des difficultés financières ou architecturales rencontrées", souligne Fabienne Rochedreux, responsable Commerce et Tourisme à la CCI Nantes St-Nazaire. Si les textes ne sont pas assouplis, cela va entraîner des fermetures d'enseignes".

Selon Mickaël Poirier, responsable projets Commerce à la CCI, il faut d'urgence assouplir les textes de lois et, dans la mesure où chaque département y va de sa jurisprudence, les uniformiser. **"Avec de nombreuses autres CCI, nous tentons de faire entendre la voix des commerçants auprès des services de l'Etat, explique-t-il. La loi est en cours de révision, nous espérons qu'elle sera moins stricte".**

Pour autant, cela ne doit pas retarder certains travaux d'accessibilité. **"D'autant qu'il existe des mesures faciles à mettre en œuvre",** note Brigitte Tallet Cuzol, conseiller Commerce à la CCI. Exemple, mettre une poignée d'entrée peu résistante à la pression, installer une tablette au comptoir pour que les personnes assises puissent écrire... Pour les personnes souffrant d'un déficit visuel ou mental, il faut éviter les lumières et couleurs trop agressives, ne pas descendre une bache à hauteur du front, installer des cryptogrammes pour indiquer toilettes, ascenseur et rayons, coller une bande à hauteur des yeux sur les

portes vitrées, privilégier l'affichage avec de gros caractères, placer des repères pododactyles permettant de repérer la dernière marche, etc.

Pour les personnes souffrant de déficit auditif, il est nécessaire d'installer des matériaux qui limitent la résonnance, ne pas mettre la sono trop forte.

CERTAINS AMÉNAGEMENTS FACILES À RÉALISER

"Nous avons mené en Loire-Atlantique 15 réunions de sensibilisation et continuons d'en organiser en collaboration avec les municipalités et Communautés de communes intéressées", continue Brigitte Tallet Cuzol.

La prise en compte de la loi est vraiment importante car, dès 2015, des commerces non conformes pourraient être attaqués par des associations de

ZOOM

L'Ecole de design planche sur le sujet

Mandatée par la Ville de Nantes en février 2012, l'Ecole de Design planche sur le dossier "commerce et handicap", en essayant de proposer des solutions de compromis. "La loi ne doit pas être perçue comme un ensemble de contraintes mais comme une opportunité pour rendre son magasin plus fonctionnel et plus beau, à des coûts raisonnables", explique Florent Orsoni, en charge du dossier. En concertation avec les associations de commerçants, l'école propose à certains magasins des maquettes et croquis en 3D. Le Bistrot de l'Ecrivain, Lazuli & Carlotta et le fleuriste Cassini ont été les trois premiers à tester le dispositif. Fin juin, l'Ecole de design devrait sortir un kit pédagogique et de sensibilisation à destination notamment des commerçants.

consommateurs, ce qui pourrait entraîner amendes et même fermetures de magasins !

Pour la réalisation de travaux particulièrement onéreux ou difficiles d'application, il existe des dérogations possibles

(voir encadré). **"Mais nous incitons les commerçants à prendre un maximum d'aménagements, reprend Brigitte Tallet Cuzol. Un restaurateur peut par exemple opter pour un menu en braille (ce n'est pas obligatoire). En cas d'existence de marches à l'entrée du magasin, on peut montrer que l'on a sous le coude un plan incliné rapidement mis en place si une personne à mobilité réduite se présente... Ce sont des mesures de substitution qui ne sont pas vraiment légales mais plus le commerçant fera preuve de bonne volonté, plus le législateur sera sensible à sa demande de dérogation concernant des travaux plus conséquents".**

La loi engendre certes des contraintes. Mais il faut aussi la percevoir comme une manière de capter une clientèle qui, à cause des difficultés d'accès, ne fréquente pas suffisamment les commerces de proximité. Par ailleurs, un fonds sera plus facile à céder s'il est conforme à la loi sur l'accessibilité... ■

Pour plus d'information : www.nantesstnazaire.cci.fr (mot-clé : accessibilité).

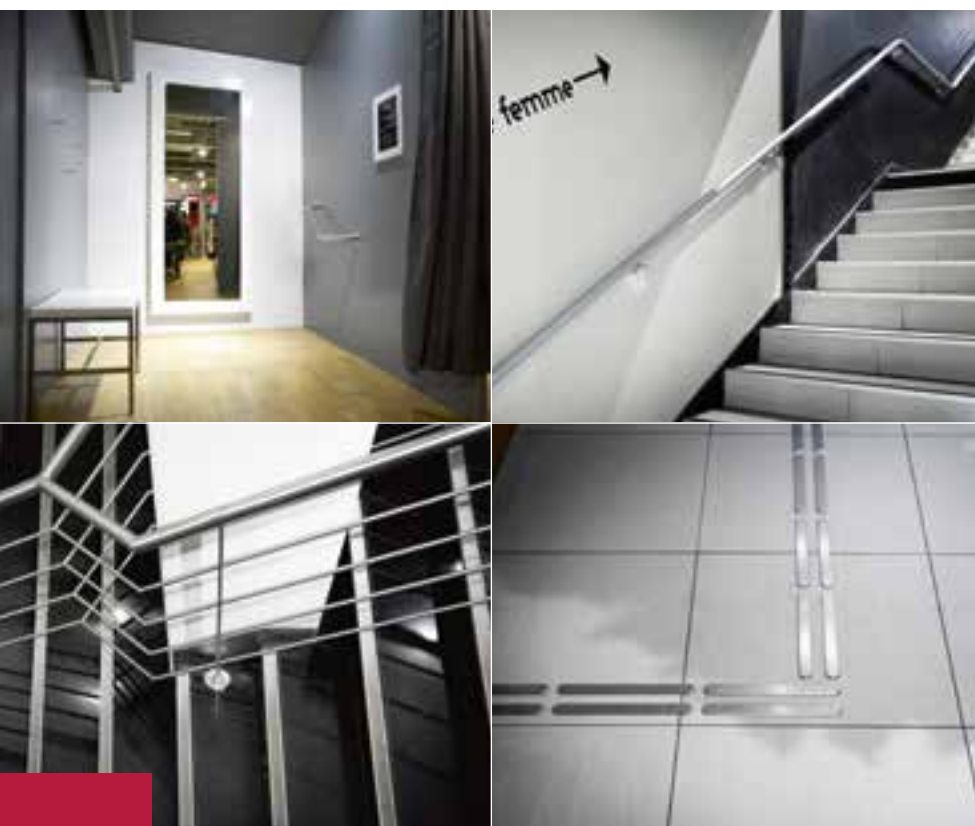
ZOOM

Dérogations possibles

La loi permet à des magasins de ne pas subir certains travaux. C'est le cas lorsqu'ils sont confrontés à des problèmes techniques (porte qu'on ne peut élargir du fait de murs porteurs), à des incompatibilités architecturales (monuments historiques...), ou encore si la surface nécessaire pour une mise aux normes rétrécit exagérément le magasin. C'est également le cas si le montant des travaux est excessif par rapport à la capacité financière de l'établissement (prévoir alors une analyse comptable

réalisée par un expert ou la CCI)...

Dans tous ces cas, le commerçant peut faire une demande de dérogation auprès de sa commune qui la transmet pour instruction à la Direction départementale des territoires et de la mer. Une commission juge de la validité de cette demande, commission au sein de laquelle siège des représentants de la CCI : **"C'est une grande victoire pour les commerçants car nous pouvons désormais défendre leur dossier",** se félicite Fabienne Rochedreux.



Exemples de mains courantes, bandes de guidage au sol... en boutiques réalisées par la société Norma Concept. Cette entreprise lilloise accompagne techniquement et méthodologiquement les étudiants de l'Ecole de Design sur le dossier "commerce et handicap".



Les bourgs contre-attaquent !

Le commerce en secteurs rural et rurbain n'échappe pas aux fortes évolutions de la consommation. Même si, en Loire-Atlantique, ce commerce se porte généralement bien, la situation reste fragile.

Par Didier San Martin

"Sur les 221 communes que compte la Loire-Atlantique, seulement deux sont sans commerces ! En ce sens, la Loire-Atlantique est un département chanceux", commente Fabienne Rochedreux responsable Commerce et Tourisme à la CCI Nantes St-Nazaire.

UNE MALLETTE
DE SENSIBILISATION
À DISPOSITION

Pour Mickael Poirier, responsable projets Commerce à la CCI, l'explication est double : **"outre le dynamisme des commerçants, la démographie des communes de Loire-Atlantique est supérieure à la moyenne nationale"**.



La nouvelle place Dominique David : 5,6 M€ (dont 3 portés par la ville) ont été injectés pour les travaux du centre-ville de Pontchâteau.

Pour autant, la situation est fragile. En cause, des changements d'habitudes du consommateur qui bouleversent la donne. **"Hormis quelques rares exceptions, comme par exemple des zones touristiques, on estime qu'une commune doit désormais avoir une zone de chalandise de 1 500 personnes pour**

qu'un premier commerçant puisse vivre. Soit trois fois plus qu'il y a quinze ans !", analyse Michael Poirier. **"Si nous nous projetons à dix ans, il est possible qu'une dizaine de communes voient leur dernier commerce disparaître,** prévient Fabienne Rochedreux. **Pour éviter cela, notre rôle est de proposer du sur-mesure, en fonction du contexte de chaque bourg : aider à trouver le local le mieux situé, déterminer l'activité commerciale la plus utile (boucherie, boulangerie, restaurant, bar...)"**. Mais c'est naturellement le consommateur qui a les vraies cartes en main. **"Ils sont nombreux à vitupérer quand un dernier commerce ferme, alors qu'eux-mêmes font leurs achats dans un supermarché, parfois distant de plusieurs kilomètres",** dit Fabienne Rochedreux.

Pour venir en aide aux communes soucieuses de maintenir les commerces, les responsables de la CCI mettent à leur disposition une mallette de sensibilisation, contenant un ensemble d'outils et de démarches à mettre en place. La communication y tient une place importante, avec des propositions de signalétiques, d'informations destinées à la presse locale ou communale. Mais la réflexion peut aussi porter sur des investissements comme la réalisation d'un parking public voire l'achat d'un local pour y installer un commerce. **"Les résul-**

ZOOM

Les commerçants de Bouaye en voient de toutes les couleurs

Les travaux de la Place des Echoppes à Bouaye viennent tout juste de se terminer. **"Cette place avait été construite dans les années 80, elle était devenue un immense parking entouré de commerces. Aucun aménagement n'avait été réalisé depuis 30 ans,** explique Christian Rivaud, adjoint à l'urbanisme à la mairie de Bouaye. **Nous l'avons entièrement redessinée, recouverte d'enrobés de béton très simple pour la partie voirie, plus travaillé et de couleur crème pour la partie piétonne"**. Selon Marie-Cécile Mossard, présidente de l'association ADE Commerçants, **"Le tout donne un ensemble encore un peu minérale mais les massifs, plantés à l'automne, devraient dès le printemps ajouter la touche verdoyante qui manque aujourd'hui. Par ailleurs, nous souhaiterions une amélioration dans la signalétique du site"**. Parallèlement à cet aménagement, les



commerçants ont souhaité apporter une touche de gaieté. **"Le pharmacien a commencé par repeindre sa façade en vert et chaque commerçant y est allé de sa couleur",** commente Christian Rivaud. La route départementale qui sépare de quelques centaines de mètres la place des Echoppes du Super U a également été entièrement repensée. Sa largeur a été diminuée tandis que des liaisons

douces pour vélos et piétons ont été réalisées de chaque côté. L'ensemble des travaux se sont déroulés entre mars 2012 et mars 2013. L'enveloppe totale de l'investissement, pris en charge par Nantes Métropole, est de 1,4 M€. Pour les commerçants qui peuvent prouver une baisse d'activité le temps du chantier, une commission d'indemnisation a été créée.

ZOOM

Le drive dans les centres-bourgs

Commander et/ou prendre livraison sans sortir de sa voiture : le drive prend de l'importance dans le paysage commercial. Par principe, il semblait peu adapté au format des centres-bourgs, d'autant que l'objectif des élus et des professionnels du commerce est de créer une animation permanente de ces lieux. Toutefois le drive gagne aussi le monde rural, répondant à des situations spécifiques.

Depuis peu, des pharmacies emboîtent le pas. **"Nous l'avons fait avant tout pour apporter des services supplémentaires,** explique le responsable d'une officine d'un centre-bourg de Sud Loire. **Situé jusqu'alors à quelques mètres du centre médical, nous avons déménagé il y a un an, à l'entrée de bourg. Ce qui constitue un handicap notamment pour les personnes à mobilité réduite. Nous avons trouvé cette solution qui permet aux mamans de laisser leur bébé dormir dans la voiture, aux personnes âgées ou handicapées de ne pas avoir à en sortir, aux malades qui suivent des traitements lourds, de recevoir leurs produits en toute discrétion..."**. Le principe est simple : depuis sa voiture, on sonne, une fenêtre s'ouvre, on passe commande, on paye, on repart avec ses médicaments. **"Ce service est également très prisé des infirmières et des ambulanciers qui gagnent beaucoup de temps",** reprend le pharmacien.

Le drive est utilisé entre 20 et 30 fois par jours. Les plus fortes affluences se situent aux sorties d'école.

RSI Régime Social
des Indépendants
ma santé, ma retraite
Pays de la Loire

ARTISANS, INDUSTRIELS, COMMERÇANTS

Vous avez du talent, nous protégeons votre indépendance



Pour joindre votre Régime de Sécurité sociale,
LE RSI PAYS DE LA LOIRE

adresse postale

RSI PAYS DE LA LOIRE
44952 NANTES CEDEX 9

nouveau
numéro de téléphone

02 72 01 27 27

site internet
téléservices

www.rsi.fr

formulaire
de contact en ligne

http://www.rsi.fr/contact

tats résultent d'un dialogue que nous avons avec chaque équipe municipale pour dynamiser leur stratégie commerciale", précise Fabienne Rochedreux. En ce qui concerne les communes de plus grande dimension (jusqu'à 20 000 habitants), le maintien du commerce de proximité n'est pas le souci majeur. Elles disposent du seuil critique de population qui leur permet de conserver un grand nombre de commerces. "Aujourd'hui notre inquiétude se porte sur les grandes surfaces spécia-

lisées, exprime Michael Poirier. La survie de certaines d'entre elles est en jeu surtout si leur implantation est hors de pôles commerciaux.

INQUIÉTUDE POUR LES GRANDES SURFACES SPÉCIALISÉES

De nombreuses enseignes rationalisent leur parc national et suppriment des magasins". Le phénomène est déjà visible en Loire-

Atlantique. "Une dizaine de bâtiments sont désormais vides en zone rurale ou proche du littoral, souligne Michael Poirier. Si cette tendance se confirme, des friches commerciales vont apparaître, et favoriser l'évasion commerciale dans certaines zones". Que faire ? Selon Fabienne Rochedreux, "Adapter l'offre commerciale. L'importance de la surface de vente n'impacte pas toujours la performance commerciale. On doit raisonner autrement...". Et s'adapter très vite. Comme toujours. ■

La galère du stationnement dans le centre

Plus encore que des travaux, les commerçants s'inquiètent des problèmes de stationnement dans le centre-ville.

Par Philippe Dossal

"Si vous arrivez aujourd'hui en voiture dans le centre et que vous ne connaissez pas bien Nantes, vous devenez fou". Noël Renault, président de l'association de commerçants Plein Centre, a le sens de la formule. "Les axes nord-sud, sont perturbés, d'est en ouest ce n'est guère mieux, et le GPS ne connaît pas les travaux", ajoute le directeur de la Fnac. De fait la circulation est singulièrement perturbée dans le centre de Nantes, au lendemain de la fermeture à la circulation du Cours des 50 otages et à l'heure où débutent les travaux dans le quartier Graslin et au pied du château. Cela sans compter les travaux lourds entamés pour faire passer les futures lignes de chronobus, qui perturbent et modifient en permanence les sens de circulation. Bien des Nantais ont du mal à se composer un itinéraire cohérent pour rallier un point à l'autre de la



A l'heure où débutent notamment les travaux dans le quartier Graslin les Nantais ont du mal à se composer un itinéraire cohérent pour rallier un point à l'autre de Nantes, ou tout simplement pour gagner le centre-ville.

ville, ou tout simplement pour gagner le centre-ville. "Mais le problème est surtout celui du stationnement. Il y a peut-être des places mais on ne sait pas où. Comment fait-on, quand on n'est pas Nantais, pour trouver l'entrée du parking médiathèque ?".

Cette multiplication des travaux depuis le début de l'année 2012 a des conséquences concrètes sur l'activité du commerce en centre-ville. Les commerçants souffrent et constatent unanimement une baisse de fréquentation. "Un an c'est long, et un certain nombre d'entre eux sont en difficulté. Il y aura des fermetures, des cessations d'activités", commente le président de l'association, conscient du fait que les choses ne sont pas appelées à s'améliorer avant l'automne 2013. Noël Renault ne veut toutefois pas être négatif sur tous les tableaux.

"ON DEVRAIT PLUS NOUS ÉCOUTER"

Plein Centre travaille en lien étroit avec les services de la ville "qui nous donnent beaucoup d'informations" et entretient de bonnes relations avec "Les rues de Nantes" l'organe de promotion de la ville. "Ils vont nous aider à promouvoir le centre-ville, c'est positif". Le directeur de la Fnac n'hésite pas non plus à



"L'année 2013 s'annonce difficile, mais on est en train de monter de beaux projets pour être prêts en 2014", explique Noël Renault.

ZOOM

Pontchâteau, un projet pour lever des barrières et revitaliser le centre

Le montant de l'investissement total en dit long sur l'importance du projet d'urbanisme de Pontchâteau : 19 M€ ! Il est sans conteste l'un des plus importants de Loire-Atlantique puisqu'il englobe le réaménagement de la place Dominique David, des quartiers commerçants embellis, la réappropriation de la rivière, un nouveau lieu pour le marché, des rues restructurées, des petits parkings pratiques et stratégiques pour les commerces qui essaient un peu partout dans la ville... De plus une nouvelle zone commerciale va naître en plein centre avec le déplacement du magasin Leclerc qui laissera place à des grandes surfaces spécialisées. Enfin l'automobiliste attend avec impatience la création d'un viaduc qui, l'été prochain, mettra fin aux traditionnels embouteillages de la ville. "Nous sommes partis de loin", commente Bernard Clouet, maire depuis 2003, et président de la Communauté de commune. "Depuis les années 1960, la place Dominique David n'était qu'un vaste espace bitumé qui

recouvrait également la rivière, au point que beaucoup en avaient oublié sa présence". Aujourd'hui, tout est devenu piétonnier avec un revêtement de pavés de granit prolongé le Brivet. Un cheminement en bois permet de relier la partie aval de la ville. De nouvelles berges et une très jolie passerelle invitent à la flânerie. Une très belle réussite.

TOUT EST PARTI D'UN VIADUC...

L'autre très grand chantier, prévu celui-ci pour s'achever en juin 2014, est la réalisation d'un viaduc qui, à l'écart de la ville, enjambrera la rivière. Montant des travaux : 13 M€ dont seulement 750 000 € à la charge de la commune. Parmi les financiers, on compte en effet le Département, la Région, l'Etat et Réseau Ferré de France. Car l'objectif du viaduc est de supprimer le passage à niveau situé rue de Nantes. "Nous sommes l'une des

dernières villes de France à posséder un passage à niveau au beau milieu de la ville", commente Anne Fusibet, en charge pour la ville des grands projets. 40 fois par jour un train passe. Ce qui provoque évidemment des soucis de sécurité mais aussi des embouteillages. "Pour le commerce, c'est vraiment important, car à cause des embouteillages, beaucoup de clients sont découragés de se rendre en centre-ville", continue le maire. Le projet de viaduc a donc été le déclencheur d'une réflexion plus large sur l'avenir du centre-ville de Pontchâteau, notamment sur le plan commercial, en concertation étroite avec l'Association des Commerçants et Artisans de Pontchâteau (Acap). L'ensemble du projet a reçu l'écotrophée du parc de Brière, dans la catégorie cadre de vie ainsi que le prix départemental de l'aménagement, décerné par le Conseil d'Architecture d'Urbanisme et de l'Environnement (CAUE de Loire-Atlantique).



Le projet d'urbanisme de Pontchâteau est sans conteste l'un des plus importants de Loire-Atlantique.

Transfert du **MIN de Nantes** : le compte à rebours est déclenché...

L'endroit est connu, ce sera à Rezé, dans sa partie située au Sud du périphérique. La date du grand déménagement est prévue pour 2018. Les grossistes, rassemblés dans l'association MIN Avenir, s'activent pour que ce transfert, historique, s'accomplisse dans les meilleures conditions. Et le plus vite possible...

Par Didier San Martin

Le MIN de Nantes est le 2^e marché de France après Rungis. Son importance est due à la fois à sa taille - 20 hectares -, au nombre de ses acteurs, une centaine d'établissements, et aux quelque 1 000 personnes qu'il emploie !

Sa notoriété nationale tient également à la grande diversité de son offre. Tous les secteurs de l'agroalimentaire y sont représentés : fruits & légumes, pôle marée, cash&carry (alimentation diverse), produits carnés, marché aux fleurs, grossistes à service complet (pour restauration collective, grande distribution...).

Le MIN est donc incontestablement une chance pour Nantes, une chance pour l'Ouest même. Mais il faut que cette situation perdure. Et c'est ici que cela se complique.

LE FUTUR PÔLE DE L'AGROALIMENTAIRE

Car en 2030, la concession se termine et, puisque la ville étend son urbanisation, il est évident que la métropole, en pleine restructuration de son "Ile de Nantes", a bien d'autres projets pour ce territoire.

"2030, cela semble loin et pourtant, c'est très proche. Nous ne souhaitons pas attendre cette échéance. Alors, en 2010, nous avons créé un groupe de réflexion devenu depuis l'association MIN Avenir", raconte Pierre Roffino, son président, qui représente plus de 80 % des grossistes du MIN.

"Il y avait trois scénarios possibles, analyse Anne-Cécile Bernard, en charge du MIN à la CCI. **Soit le marché essayait de rester sur place, soit il gardait une partie de ses activités sur l'Ile de Nantes et transférait le reste en périphérie, soit il optait pour un transfert total".**

Très vite, le groupe de réflexion s'est rendu compte qu'il n'était pas viable de rester sur le site car il n'y a, sur l'emplacement actuel, aucun moyen de grossir, donc aucune perspective d'avenir avec le risque de voir, à terme, des opérateurs partir.

Le second scénario qui divisait en deux le MIN a très vite été rejeté car les opérateurs ont manifesté leur volonté de rester groupés et unis. C'est en effet ce qui fait aujourd'hui toute la force et l'attractivité du MIN.

En juillet 2011, le transfert total et groupé a ainsi été décidé. Et presque un an plus tard, en mars 2012, la zone qui recevra ce nouveau MIN est choisie. Ce sera la zone de la Brosse, située porte de Rezé, au Sud du périphérique.

"Nous nous installerons dans des bâtiments entièrement neufs, qui respecteront toutes les normes actuelles, d'hygiène, de sécurité, d'énergie et environnementales, continue Pierre Roffino. **En plus, nous bénéficierons de la proximité d'une zone entière dédiée à l'agroalimentaire".**

Car c'est aussi là tout l'intérêt du futur MIN : il sera mitoyen avec un pôle de quelque 25 hectares qui recevra d'autres acteurs de la filière, notamment, en projet, une pépinière d'entreprises qui



© D. San Martin

mettrait en application les recherches de l'Inra ou d'Oniris.

"Un accord cadre prévoit que la collectivité prendra à sa charge la reconstruction à l'identique de la condition de travail des grossistes, le démontage et remontage de leur installation, le déménagement, les frais de démolition, etc...", précise Anne-Cécile Bernard. **"Du fait de ce futur déménagement, beaucoup d'entreprises n'investissent plus aujourd'hui sur le MIN actuel,** remarque Pierre Roffino. **Plus vite nous aurons déménagé, mieux ce sera". ■**