

Détection et qualification du besoin d'intervention sur un équipement commercial

Cette première liste vise à recenser l'ensemble des thématiques abordées dans le cadre de l'analyse du fonctionnement d'un équipement commercial afin de détecter les besoins d'intervention existant sur le site.

Site commercial

Offre commerciale

- Importance et diversité de l'offre
- Qualité et pertinence de l'offre
- Niveau d'activité des commerces
- Perspectives d'évolution

Équipement commercial

- Structure de propriété
- Conception spatiale
- Aspect du bâti
- Ambiance du site

Environnement

Intégration urbaine

- Localisation de l'équipement
- Lisibilité de l'équipement
- Accessibilité de l'équipement
- Entretien et valorisation des espaces publics environnants

Dynamique urbaine

- Caractéristiques du marché potentiel
- Présence d'équipements structurants à proximité
- Poids des autres pôles commerciaux environnants
- Implication de la puissance publique

Détection et qualification du besoin d'intervention sur un équipement commercial

Cette seconde liste rassemble un ensemble de constats, dressés lors de l'analyse du site, de nature à évaluer la fragilité de l'équipement commercial. Ils doivent permettre de détecter et qualifier les besoins d'intervention sur l'équipement afin de déterminer le mode d'intervention le plus adapté.

Site commercial

Offre commerciale

Une offre appauvrie qui ne répond plus aux attentes et besoins de la population

Une offre hétéroclite et inadéquate

Des performances faibles et/ou décroissantes

Des potentialités de développement limitées

Équipement commercial

Une structure de propriété qui ne permet pas un fonctionnement optimal et une modernisation des équipements

Une conception spatiale obsolète n'offrant pas un bon confort d'achat

Un bâti en mauvais état

Une ambiance générale négative renforcée par une mise en valeur des commerces insuffisante

Environnement

Intégration urbaine

Une localisation hors flux et points de passage

Une faible identification de l'équipement

Une accessibilité réduite

Un manque d'entretien des espaces publics environnants

Dynamique urbaine

Un marché potentiel peu porteur

Un déficit d'équipements structurants

Une concurrence accrue par le développement de pôles commerciaux attractifs

Une action publique insuffisante

Détection et qualification du besoin d'intervention sur un équipement commercial

La définition des critères permettant de détecter et de qualifier le besoin d'intervention sur un équipement commercial vise à objectiver le travail d'analyse et à illustrer la diversité des situations existantes.

Site commercial

Offre commerciale

Importance et diversité de l'offre

Importance de l'offre : elle dépend du programme commercial (nombre et taille des boutiques, présence d'une locomotive alimentaire)

Diversité de l'offre commerciale : elle s'apprécie en fonction des types d'activités installés sur le site.

3 types de commerces peuvent être identifiés :

- *les surfaces alimentaires de référence* (supermarché, hard discount, supérette) qui constituent des locomotives et qui sont presque toujours des enseignes nationales
- *les commerces de première nécessité ou de base* dont la fréquentation est quotidienne. Ils génèrent un flux régulier sur l'ensemble du site (tabac/presse/loto, pharmacie, boulangerie...)
- les commerces secondaires qui répondent à la demande spécifique du quartier (boucherie halal, épicerie spécialisée...) ou qui créent une attractivité supplémentaire pour le site (fleuriste, optique, coiffure...)

→ **Une offre appauvrie qui ne répond plus aux attentes et besoins de la population**

L'absence de choix en termes de gamme et de nature d'activités (surreprésentation des commerces à bas prix ou des activités de service par exemple) ainsi qu'un taux de vacance élevé sont les signes d'une offre peu diversifiée.

Qualité et pertinence de l'offre

Qualité de l'offre commerciale : Elle est directement liée à l'importance et à la diversité de l'offre proposée. Elle dépend aussi de la mise en valeur de l'offre (harmonisation des horaires, attrait des vitrines...)

Composition commerciale ou plan de merchandisage : organisation spatiale des activités entre elles tenant compte des contraintes de chaque activité (technique ou financière) et de leur capacité à bénéficier au mieux des flux de clientèle.

→ Une offre hétéroclite et inadéquate

Dans la plupart des cas, les activités sont installées au gré des opportunités (en fonction des renouvellements), sans logique apparente. Ainsi, la présence d'activités en doublon ou d'activités non marchandes (services publics, bureaux...) n'ayant pas de vitrine animée ou ouverts à des horaires différents des commerces diminue l'attractivité du linéaire marchand.

Un niveau d'activité faible et/ou décroissant

Niveau d'activité : Plusieurs indicateurs permettent de le cerner :

- Taux de rotation des commerces : fréquence de renouvellement des activités sur le site.
- Taux de fréquentation : renvoie à la moyenne journalière, hebdomadaire, mensuelle de venues sur le site
- Chiffres d'affaires des commerçants

→ Des performances faibles et/ou décroissantes

Les taux de fréquentation, de rotation et les chiffres d'affaires des commerces peuvent être comparés avec des moyennes établies à d'autres échelles (ville, département, niveau national...), permettant ainsi de replacer l'équipement dans un cadre plus global et de détecter des anomalies éventuelles.

Perspectives d'évolution

Potentiel de développement : il dépend du niveau d'activité de l'équipement et des projets individuels des commerçants (embauches, réinvestissement, fermeture d'activités, départ à la retraite...).

→ Des potentialités de développement limitées

Le vieillissement des professionnels ou des performances anormalement basses peuvent impacter la pérennité de l'équipement.

Ambiance du site

Ambiance du site : impression globale dégagée sur le site. Un site accueillant se caractérise généralement par un bon niveau de propreté, par une mise en valeur des vitrines ou par des animations commerciales régulières.

Mise en valeur des commerces : elle correspond au travail effectué sur les aspects extérieur et intérieur du commerce ainsi qu'à l'entretien général du commerce :

- Aspect extérieur : façade, vitrine...
- Aspect intérieur : aménagement intérieur, mise en valeur des produits, accès au rayon, utilisation de la surface...

→ **Une ambiance générale négative renforcée par une mise en valeur des commerces insuffisante**

Un équipement peut être délaissé par sa clientèle en raison d'un climat d'insécurité, insécurité réelle (agressions, vols, incivilités) ou perçue (zones d'ombres, passages isolés, présence de jeunes...). Dans ces cas là, une démarche active de sécurisation (rideaux métalliques, caméras, gardiennage) peut contribuer à rassurer le client.

Un aspect dégradé des parties communes et de l'aménagement intérieur des commerces contribue au développement d'une image négative de l'équipement.

Environnement

Intégration urbaine

Localisation de l'équipement

Situation de l'équipement : l'équipement commercial peut être positionné sur un flux, être isolé ou enclavé, le rendant plus ou moins visible pour le chaland.

→ **Une localisation hors flux et points de passage**

L'évaluation du positionnement de l'équipement s'effectue en fonction de sa distance avec :

- les axes routiers
- les équipements structurants du quartier
- la concurrence
- le tissu résidentiel

Un équipement mal positionné perd en attractivité et par conséquent en fréquentation.

Lisibilité de l'équipement

Signalisation de l'équipement : elle doit exister à distance de l'équipement, aux abords du site et en son sein.

- A distance : panneaux de signalisation, éclairage
- Aux abords : signalétique spécifique identifiant l'équipement, éclairage
- Sur site : totem, liste des commerces, panneaux lumineux, bandeaux et enseignes

→ **Une faible identification de l'équipement**

L'identification du site commercial à différentes échelles est un préalable pour attirer une clientèle potentielle. Une signalisation absente ou inefficace est un frein au fonctionnement de l'équipement (limite la fréquentation, entrave le confort d'achat...).

Accessibilité de l'équipement

Accessibilité : elle est assurée par le niveau de desserte de l'équipement et les capacités de stationnement existantes.

- *Desserte* : intègre différents modes de déplacement (automobile, piétons, modes doux...) et permet l'accès à l'équipement commercial.
- *Stationnement* : il doit être organisé sur un parking dédié, signalé et éclairé.

→ **Une accessibilité réduite**

L'accessibilité est conditionnée par la distance, la durée et la pénibilité pour se rendre sur le site commercial.

La desserte est jugée de qualité quand elle est diversifiée. Le stationnement doit lui se situer au plus près de l'équipement commercial, être accessible depuis la voie routière porteuse de flux et suffisamment pourvu en places.

Entretien et valorisation des espaces publics environnants

Entretien des espaces publics : ensemble des moyens mis en œuvre pour préserver la qualité des espaces extérieurs, ces espaces pouvant être de domanialité publique ou privée.

→ **Un manque d'entretien des espaces publics environnants**

L'image de l'équipement commercial dépend de l'attention portée à l'aménagement et à l'entretien des espaces publics qui l'entourent. Un manque d'entretien des espaces publics véhicule une mauvaise image du site commercial.

Dynamique urbaine

Caractéristiques du marché potentiel

Zone de chalandise : zone géographique où se situe la clientèle potentielle. Elle dépend des caractéristiques du site et de son environnement (accessibilité, attractivité, concurrence...).

Rayonnement : Capacité de l'équipement à capter la population résidant dans la zone de chalandise définie et à attirer une clientèle extérieure. Dans ce cas, la clientèle est constituée soit d'actifs de passage, soit d'anciens habitants restés fidèles, soit de personnes se déplaçant spécialement pour fréquenter un équipement structurant du quartier.

Typologie de la clientèle : description de la clientèle en fonction de ses caractéristiques sociales et démographiques (âge, nombre moyen de personnes par foyer, taux d'activité, revenu moyen...).

→ Un marché potentiel peu porteur

L'existence de barrières physiques (accessibilité) et/ou psychologiques (attractivité, concurrence) limite le rayonnement de l'équipement.

La typologie de la clientèle, ses origines peuvent impacter ses modes de consommation, la demande en produits et services et par conséquent l'offre commerciale.

Présence d'équipements structurants à proximité

Équipements structurants : Ces équipements peuvent être de différente nature : services publics (mairie annexe, CCAS...), équipements à vocation économique, infrastructures scolaires, sportives, socioculturelles...

→ Un déficit d'équipements structurants

Les équipements structurants ont vocation à créer de l'animation dans le quartier concerné. Plus ils sont présents en nombre, plus ils sont de nature à renforcer l'attractivité de l'équipement commercial.

Poids des autres pôles commerciaux environnants

Equipements commerciaux concurrents : Ils se présentent sous différentes formes : moyenne surface alimentaire isolée (de type hard discount...), autre pôle commercial de quartier, grand centre commercial périphérique...

→ **Une concurrence accrue par le développement de pôles commerciaux attractifs**

Le développement de pôles commerciaux plus récents et répondant mieux aux attentes des consommateurs dans un environnement proche favorise l'évasion et peut contribuer à déstabiliser l'équipement du quartier. Il doit encourager celui-ci au renouvellement et à l'investissement.

Implication de la puissance publique

Action publique : Différents acteurs peuvent participer à une intervention sur un équipement commercial : les collectivités locales, les Chambres Consulaires, l'Etat.

L'action de la puissance publique peut porter sur plusieurs champs d'intervention :

- Sur un équipement commercial sous forme d'aides financières, intervention sur l'équipement...
- Sur le quartier : projets sur d'autres équipements structurants, projet global de renouvellement urbain.

→ **Une action publique insuffisante**

L'implication de la puissance publique dans le renouvellement du quartier et le montage de nouveaux projets renforce le principe d'une intervention sur l'équipement commercial.