PROCOS

FÉDÉRATION POUR L'URBANISME ET
LE DÉVELOPPEMENT DU COMMERCE SPÉCIALISÉ

Communiqué de presse - 24 janvier 2017

Premier palmarès PROCOS des centres-villes commerçants

Le nouvel instrument d'évaluation des dynamiques commerciales qui permettent de lutter efficacement contre le déclin du commerce en centre-ville.

Le déclin du commerce en centre-ville n'est pas une fatalité. PROCOS, Fédération du Commerce Spécialisé qui réalise des études sur le commerce dans les villes depuis plus de 30 ans, l'a constaté à maintes reprises. Aujourd'hui, pour valoriser les bonnes initiatives créatrices d'une dynamique commerciale durable, PROCOS présente son nouvel outil d'évaluation des politiques commerciales. L'objectif est double : inspirer les politiques territoriales en matière de développement commercial et aider les enseignes à participer à ce mouvement vertueux. Au final, l'attractivité des centres-villes bénéficiera aux municipalités, à leurs habitants et aux enseignes engagées dans ce mouvement.

■ Sur quelle base est établi le premier Palmarès des centres-villes commerçants ?

Après avoir étudié plus de 200 villes françaises en fonction de la population et du nombre de commerces (hors Paris et région parisienne), PROCOS a établi un classement des centres-villes qui ont su conserver leur attractivité commerciale. Les principaux critères retenus pour l'analyse de ces 200 villes sont : le dynamisme du marché de consommation (évolution de la population, revenus, présence de la classe moyenne), l'apport de population extérieur (ratio actifs emplois, capacité d'accueil touristique…), les performances économiques (vacance commerciale, chiffre d'affaires des enseignes) ainsi que les activités participant de l'agrément et de l'animation d'un centre-ville (présence des métiers de bouche, culture et loisirs, cafés…).

Au-delà des critères quantitatifs, les enseignes adhérentes PROCOS, premiers observateurs de terrain, ont également été invitées à élire leurs « centres-villes coup de cœur ».
Pour pouvoir être comparées sur une base méthodologique fiable, les villes ont été classées en 4 catégories :

- Les grandes agglomérations,
- Les grandes villes moyennes,
- Les petites villes moyennes,
- Les villes touristiques.

Ainsi analysés à l'aune des indicateurs significatifs et pertinents, les résultats de cette étude ont permis d'identifier certaines caractéristiques communes des leaders et les cœurs de villes les plus dynamiques de France.

Contact presse : Sophie MADIGNIER - sophie.madignier@procos.org
31, rue du 4 septembre 75002 Paris - Tél. : 01 44 88 95 60 - club@procos.org - **www.procos.org**

ENGAGEMENT DE SERVICE QUALI'OP AFNOR CERTIFICATION www.afnor.org

■ La première photographie de la santé actuelle des centres-villes

Ce palmarès est « une photographie » de la santé actuelle des centres-villes. Ces premiers résultats montrent que la réussite du commerce doit s'inscrire dans une politique concertée entre les acteurs, équilibrée sur le plan de l'urbanisme et multidimensionnelle en intégrant logement, transports, vie économique et sociale, activités culturelles et touristiques.

Pour François FEIJOO, Président de PROCOS, « ce nouvel outil d'évaluation et d'analyse a pour but de partager des réussites et d'inspirer des initiatives innovantes et performantes. Notre démarche de Palmarès ne cherche pas à stigmatiser des situations ou à pointer des lacunes. C'est tout le contraire. Nous nous situons dans une logique de partage des bonnes pratiques et d'inspiration positive. Car nous sommes convaincus que des solutions viables existent, pour peu que les bonnes décisions soient prises, en respectant l'intérêt de l'ensemble des acteurs engagés ».

Catégorie 1 : Grandes agglomérations

Ces villes où il fait bon commercer ; attention toutefois aux évolutions des loyers de locaux commerciaux qui pourraient réduire la diversité de l'offre marchande.

1. **Strasbourg**, pour la diversité marchande, les performances commerciales et la gestion concertée des développements commerciaux de l'agglomération.
2. **Nantes**, pour la très faible vacance commerciale et les performances des enseignes.
3. **Toulouse**, pour le dynamisme du marché de consommation.
4. **Grenoble**, pour la présence en nombre d'activités culturelles, de métiers de bouche…
5. **Rennes**, pour l'attractivité économique de la ville sur sa zone d'influence.

Catégorie 2 : Grandes villes moyennes

De bonnes performances portées par la diversité de l'offre et l'équilibre entre enseignes de réseau et commerçants indépendants.

1. **Colmar**, pour les très bonnes performances des commerçants et la diversité des activités, culturelles, alimentaires…
2. **Annecy**, pour les performances exceptionnelles des enseignes.
3. **Chartres**, pour son marché de consommation particulièrement prospère dont savent tirer profit les commerçants.
4. **La Rochelle**, pour sa vacance commerciale très faible et la présence de grandes locomotives commerciales (Galeries Lafayette, Zara…).
5. **Caen**, pour l'attractivité économique de la ville sur sa zone d'influence.

Catégorie 3 : Petites villes moyennes

Des villes préservées du déclin commercial par leur rôle de centralité administrative et une faible évasion commerciale.

1. **Saint-Lô**, pour la diversité de son offre commerciale et le rôle de centralité qu'exerce la ville sur un territoire rural.
2. **Lons-Le-Saunier**, pour ses commerces de proximité et le rôle de capital économique du pays jurassien.
3. **Bastia**, pour les excellentes performances des enseignes combinées au dynamisme de son commerce indépendant régional.
4. **Gap**, pour le dynamisme de son marché de consommation tant local que touristique.
5. **Bayeux**, pour sa capacité à proposer une offre marchande constituée et performante malgré la proximité de Caen.

Catégorie 4 : Villes touristiques

Une offre commerciale singulière adaptée à une fréquentation touristique régulière.

1. **Saint-Malo**, pour la diversité de l'offre, l'animation du cœur intra-muros, la présence de métiers de bouche et d'une offre culturelle.
2. **Menton**, pour les performances des enseignes parfois meilleures que dans les plus grandes agglomérations.
3. **Deauville**, pour son offre commerciale colossale comparée aux 3.700 habitants de la commune.
4. **Beaune**, pour sa capacité à répondre aux besoins des chalands locaux comme aux touristes.
5. **La Baule**, pour l'excellente performance des commerçants malgré la proximité de Saint-Nazaire.

Catégorie « Coup de cœur des enseignes »

Des villes plébiscitées par les adhérents Procos pour leur politique urbaine porteuse de dynamisme en cœur de ville.

1. **Aix-en-Provence**
2. **Bordeaux**
3. **Mulhouse**

■ De prochaines éditions

Dans les prochaines éditions du Palmarès des Centres-Villes Commerçants et après cette photographie initiale, PROCOS s'attachera à mettre en évidence les évolutions positives des circuits marchands et valorisera les démarches et initiatives des élus.

■ PROCOS en bref

La Fédération s'est régulièrement fait l'écho des problématiques du commerce en centre-ville notamment par l'observation du taux de vacance des locaux commerciaux passé de 7,2 % en 2012 à 9,5 % en 2015. Ces difficultés touchent majoritairement les centres-villes des petites et grandes villes moyennes. Le nouveau Palmarès des Centres-Villes Commerçants va pouvoir mettre en évidence les initiatives permettant d'y remédier.

Télécharger le dossier complet sur le site Procos : http://www.procos.org/index.php/presse