



1425315637

Concours / Examen : Rédacteur
Session : 2023 Voie : EXTERNE
Spécialité : Finances
Épreuve : NOTE SUR DOSSIER

CONSIGNES

- / Remplir soigneusement sur chaque feuillet la zone d'identification en MAJUSCULES (numéro d'identifiant = numéro à 5 chiffres qui figure sur votre convocation)
- / Hormis dans la zone d'identification ci-dessus, ne pas indiquer votre prénom, nom, numéro ou tout autre signe distinctif sur la copie
- / Numéroté chaque page (cadre en bas à droite de la page) et placer les feuillets dans le bon sens et dans l'ordre
- / Rédiger votre copie avec un stylo à encre foncée (bleue ou noire) et ne pas utiliser de stylo à encre claire ou effaçable par friction
- / Ne joindre aucun brouillon

Communauté d'agglomération Combraille
Direction de l'aménagement et du développement économique

Le 19 octobre 2023

Note à l'attention de Madame la vice-présidente
au développement économique

Objet : l'activité commerciale de proximité

Ref. : - loi NOTRe du 7 août 2015
- loi ECRAN de 2018
- code de l'urbanisme

Une étude récente avance que près de 60% des
communes rurales ne disposent plus de commerces.
Défini par l'INSEE comme l'ensemble des
activités économiques relevant des

1/5

NE RIEN ÉCRIRE DANS CE CADRE

commerces et services répondant à des actes de la vie courante, la vacance de commerce dans les centres-villes inquiète les maires. C'est également ce qu'expriment les maires de la communauté d'agglomération de Comaglo.

Il est nécessaire de s'intéresser aux dynamismes de l'activité commerciale de proximité et de voir quels moyens d'action peuvent être entrepris par les collectivités territoriales.

Ainsi la présente note commencera par s'intéresser aux évolutions et aux acteurs de l'aménagement du territoire et en particulier des centres-villes (I). Puis elle présentera des perspectives de redynamisation envisageable (II).

I. Le commerce de proximité au cœur des préoccupations de l'aménagement du territoire.

Il semble important de commencer par un état des lieux de ce qui se joue actuellement dans les centres-villes (1). Puis, l'accompagnement et le rôle des collectivités sera clarifié (2).

1. État des lieux d'un secteur en mutation

2.16

A l'échelle nationale, le commerce est un

secteur économique qui se porte bien. Mais sur une échelle locale, il est certain qu'il existe de grandes disparités. Le commerce reflète une situation démographique d'un territoire. Ainsi il y a eu entre 2010 et 2017 une forte chute de commerce dans les petites et moyennes villes. L'évolution des villes et leur périurbanisation ont bouleversé les équilibres qui préexistaient jusque là, créant des tensions entre les villes et les communes rurales du au mode de consommation. Ainsi si les villes moyennes ont plutôt bien résisté, les communes rurales ont plus de mal à maintenir leur équilibre.

La crise sanitaire a participé à l'accélération de mutation dans les pratiques de consommation: bouscoul à domicile et développement du commerce électronique. Ces nouveaux usages rompent le lien entre consommateur et magasin physique.

Dans le cadre de l'agglomération de Comaglo, le dynamisme de l'activité commerciale de proximité est bouleversé par de nouveaux usages. Les compétences et l'accompagnement des collectivités est nécessaire.

2. L'accompagnement des collectivités

Depuis la loi NOTRe, le commerce est inclut dans les compétences transférées aux communautés d'agglomération. Ainsi, une délibération du conseil communautaire permet de définir ce qui relève de la compétence de l'EPCI en matière de politique locale du commerce et de soutien aux activités commerciales. Il est donc dans les compétences d'une agglomération dans une logique d'aménagement urbain et d'organisation de l'espace de se saisir de cette problématique. De plus que l'objet

du ZAN doit pouvoir à transformer les fiches industrielles et commerciales dans une stratégie de revitalisation.

Si l'Etat accompagne les projets d'aménagement urbain avec des outils et des programmes (opération de revitalisation des territoires ORT ou action cœur de ville), il faut reconnaître un manque de financement avec des aides qui ne couvrent que 25% des plans de financement des projets ^{AV} par exemple.

L'activité commerciale de proximité est touchée par une déperdition des commerces de manière inégale sur le territoire. Les actions et outils sont soutenus par l'Etat et à mettre en place par les EPCI. C'est donc avec communes et avec collectivités de mettre en place des solutions adaptées à leur territoire.

II Fédérer les acteurs autour d'un projet global.

L'EPCI peut être le chef de file et porteur de la vision du projet (1), qui se décline en solution de partenariat avec les acteurs (2).

1. Une politique globale pour une action efficace

L'action de revitalisation commerciale doit s'inscrire dans une dimension plus globale de projet commerciale, de politique urbaine et d'action forcée. La stratégie doit inclure au préalable une étude des flux de concurrence. La ville de Chauny a conçu



1425315637

Concours / Examen: Redacteur
Session: 2023 Voie: EXTERNE
Spécialité: Finances
Épreuve: Notes sur dossier

CONSIGNES

- / Remplir soigneusement sur chaque feuillet la zone d'identification en MAJUSCULES (numéro d'identifiant = numéro à 5 chiffres qui figure sur votre convocation)
- / Hormis dans la zone d'identification ci-dessus, ne pas indiquer votre prénom, nom, numéro ou tout autre signe distinctif sur la copie
- / Numéroté chaque page (cadre en bas à droite de la page) et placer les feuillets dans le bon sens et dans l'ordre
- / Rédiger votre copie avec un stylo à encre foncée (bleue ou noire) et ne pas utiliser de stylo à encre claire ou effaçable par friction
- / Ne joindre aucun brouillon

La ville en deux volets: une enquête sociologique aboutissant à une cartographie des commerces, puis une forme urbaine potentiel.

Les dispositifs de soutien sont à concevoir au cours de la stratégie commerciale. La ville d'Albi a mis en place plusieurs dispositifs dont celui de couvrir les 3 premiers mois de loyer à hauteur de 50%. D'autres dispositifs de soutien à l'achat local peuvent se matérialiser sous la forme de chèques et cartes cadeaux à consommer uniquement dans les commerces de proximité.

L'élaboration d'un plan stratégique d'action doit se faire en concertation avec les acteurs locaux.

2. Rencontrer, Dialoguer et Accompagner

Une concertation entre les élus et les



NE RIEN ÉCRIRE DANS CE CADRE

commerçants est indispensable. Cela peut se faire par l'intermédiaire d'instances formelles ou informelles. Un poste de manager du commerce peut être créé. Il a pour mission d'encadrer l'organisation du commerce et de l'artisanat. Il développe l'attractivité commerciale d'un territoire. C'est une interface qui permet le dialogue entre tous les acteurs (élus, commerçants, ...)

Se mettre en dialogue avec les commerçants permet d'avancer conjointement sur les projets : esthétique des vitrines et engagement autour d'une charte, accompagnement et sensibilisation au numérique...

L'attractivité des centres-villes est un atout dont peuvent se saisir les collectivités et EPCI pour s'inscrire dans une vision dynamique de l'aménagement de leur territoire.

Blank lined paper for writing.