

ÉTUDE DE L'APPAREIL COMMERCIAL DE DURTAL

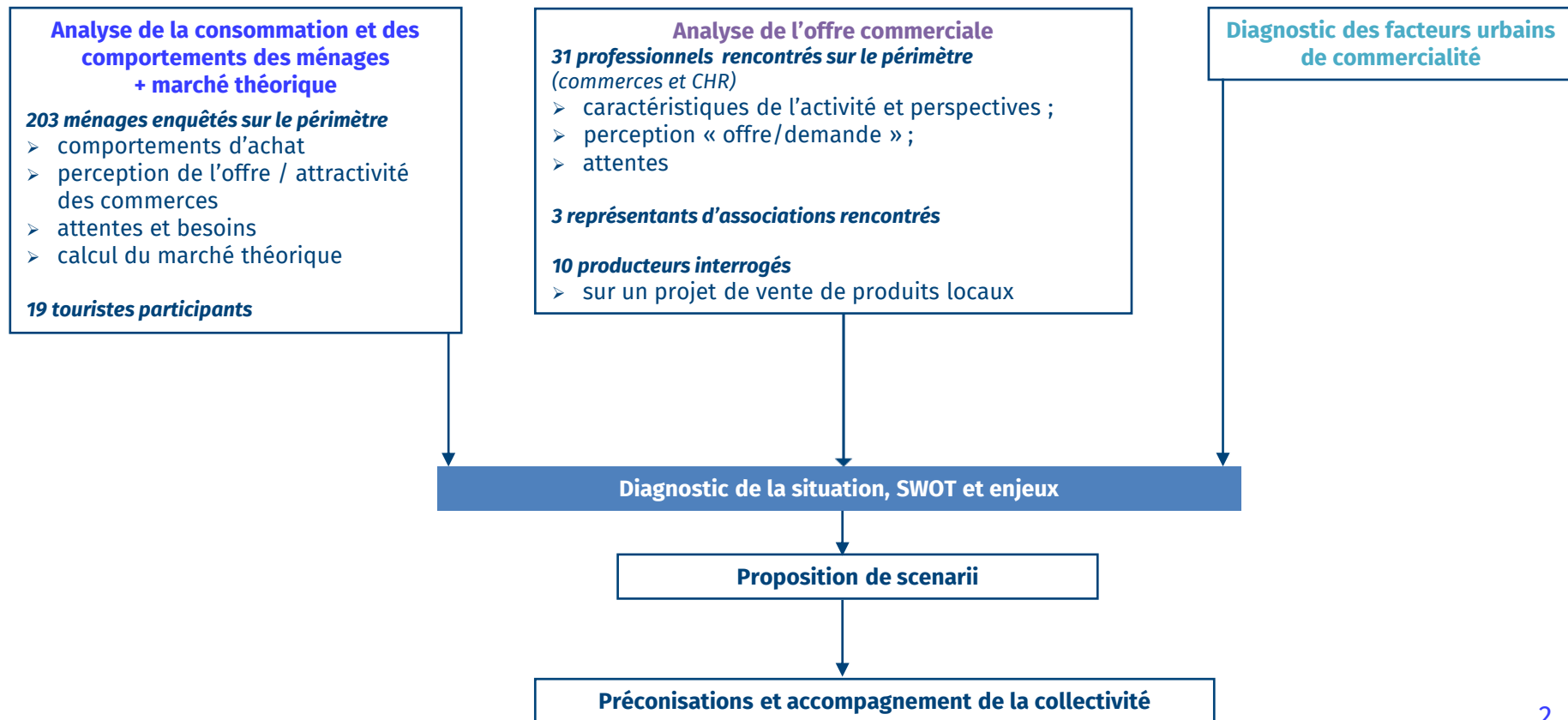
Restitution des préconisations

30 janvier 2023



**CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE**

1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES





• Points forts

- Ressenti sur l'activité positif pour une grande majorité des commerçants,
- Chiffre d'Affaires en augmentation pour 54 % et stable pour 36 %,
- Entre 20 et 50 clients par jour, principalement de Durtal
- Une clientèle locale et également liée au tourisme,
- 62 % des répondants sont propriétaires, une grande partie d'entre eux sont satisfaits de leurs locaux
- La moitié des répondants sont adhérents à l'association J'aime Durtal
- Les commerçants non sédentaires sont satisfaits du marché.

• Points faibles

- La signalétique commerciale et l'offre commerciale et de services donnent le moins de satisfaction
- L'évasion commerciale est ressentie par les commerçants avec pour principale raison le manque de commerces et de services sur la commune et le peu d'intérêt des habitants de Durtal
- La dynamique commerciale ne donne pas satisfaction pour 52 % des répondants : commerçants individualistes, château pas exploité vu son potentiel ...
- 9 commerçants souhaitent transmettre leur activité, dont 4 pour un départ en retraite.



• Points forts

- Des habitants qui **fréquentent le centre-bourg**.
- Une consommation globalement « **sur place** » en alimentaire, pharmacie, coiffure et cafés-bar-tabac.
- Des **food trucks** plutôt fréquentés, notamment par les actifs.
- Commerces et services en centre-bourg : un **accueil** et des **horaires** d'ouverture qui donnent satisfaction.
- Des habitants favorables à un **regroupement des commerces**.

• Points faibles

- Une **offre** en commerces et services **à renforcer**. Une **boucherie** est notamment souhaitée.
- Un **marché** du mardi matin qui pourrait être plus fréquenté. Les **activités proposées** ne donnent pas entièrement satisfaction.
- Offre non commerciale : des besoins exprimés sur le **secteur médical**.
- Commerces et services en centre-bourg : une marge de progression pour les **flux automobiles**, l'**animation** des commerçants et la **sécurité des déplacements**.
- Près de la moitié des répondants considère l'offre de **restauration** comme insuffisante.



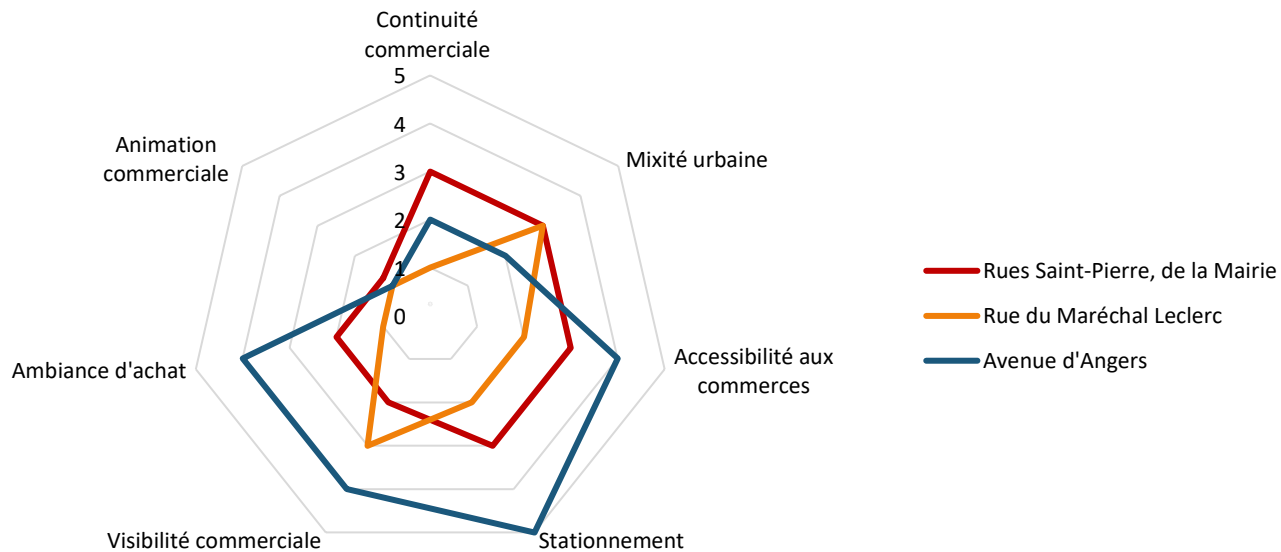
Synthèse des facteurs de commercialité par zone

- * Pas satisfaisant
- ** Peu satisfaisant
- *** Moyennement satisfaisant
- **** Satisfaisant
- ***** Très satisfaisant

	Rues de la Mairie et Saint-Pierre	Rue du Maréchal Leclerc	Avenue d'Angers
Continuité commerciale	***	*	**
Mixité urbaine	***	***	**
Accessibilité aux commerces	***	**	****
Stationnement	***	**	*****
Visibilité commerciale	**	***	****
Ambiance d'achat	**	*	****
Animation commerciale	*	*	*
Total/35	17	13	22



RADARS DES FACTEURS URBAINS DE COMMERCIALITÉ PAR PÔLE





Scenariu retenu : redynamiser commercialement les rues Saint Pierre et de la Mairie

- Un enjeu d'aménagement
- Un enjeu de valorisation et pérennisation de l'offre



ENJEUX



ENJEU D'AMÉNAGEMENT

Proposer à Durtal un lieu de rencontre, une place de vie

Renforcer la commercialité :
- ambiance d'achat
- mixité urbaine
- continuité commerciale



ENJEU DE VALORISATION ET PERENNISATION DE L'OFFRE

Accompagner le maintien et le renouvellement des activités commerciales de proximité

Optimiser la captation des actifs travaillant sur la commune et des clientèles de passage et touristiques

Animer Durtal notamment par la relance d'une dynamique commerciale collective



Plan d'actions



1

AMENAGEMENT URBAIN

2

VALORISATION ET PERENNISATION DE L'OFFRE

3

COMMUNICATION



1

AMENAGEMENT URBAIN

2

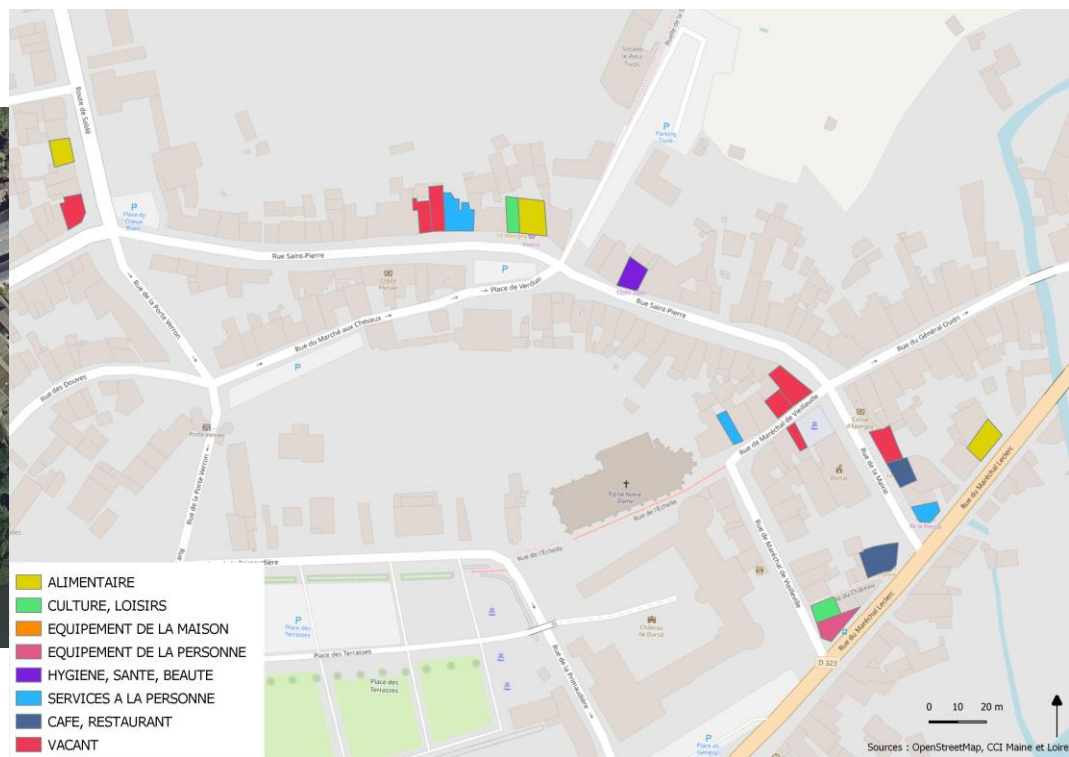
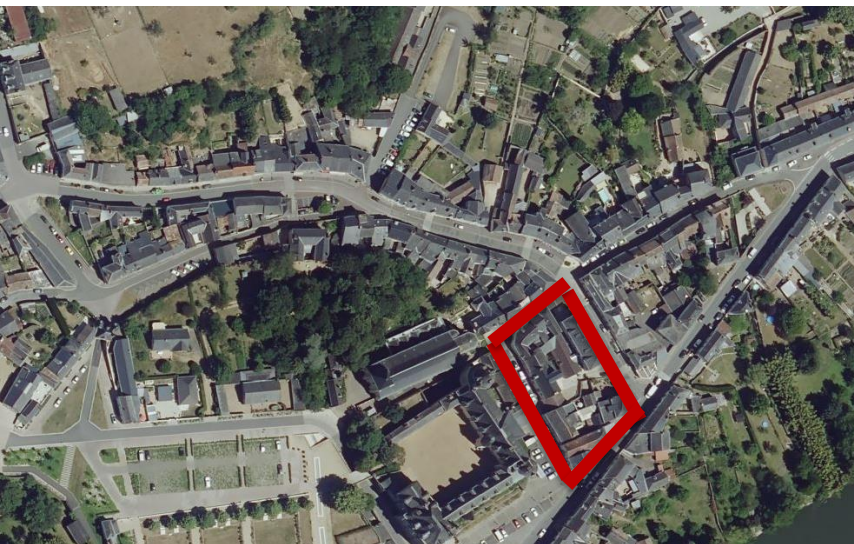
VALORISATION ET PERENNISATION DE L'OFFRE

3

COMMUNICATION



1/ Déterminer les linéaires commerciaux à préserver en centre-bourg : dans une logique de continuité commerciale





2/ Créer un espace aménagé, dynamique et agréable, qui invite à la rencontre en cœur de bourg, à proximité des commerces, notamment d'un bar

- Identifier le lieu idéal : place Unteresesheim ?
- Faire de la nature un pilier de la ville de demain dans un contexte de réchauffement climatique et d'ambiance minérale marquée en concertation participative :
 - Installer des bancs, des jeux pour enfants
 - Lancer une opération d'aménagement de bordures et murs végétalisés, de mini-jardins en pieds de façades, pour éviter également les mauvaises herbes
 - Humidifier les sols en installant des pavés avec joints enherbés sur les places de stationnement
- Investir des équipements connectés (Wi-Fi publics)
- Favoriser l'organisation d'animations dans cet espace
- Mettre en place une charte des devantures commerciales, en lien avec l'identité du territoire, pour améliorer la qualité des enseignes



Fontevraud (49)



Grimaud (83)



Béhuard (49)



Crozon (29)



3/ Veiller au développement de commerces générateurs de flux en centre-bourg

- Déployer une **politique immobilière** sur les emplacements vacants les plus stratégiques en sollicitant l'accompagnement de la foncière départementale : l'ancien bar-restaurant le St Pierre doit faire partie des priorités
- Faciliter l'implantation du **magasin de producteurs**, les livraisons Mangeons loc'als et AMAP en centre-bourg
- Poursuivre le soutien aux **bouchers** qui souhaitent s'installer en centre-bourg, en proposant notamment un loyer attractif
- Favoriser le maintien de l'activité **bar-tabac**
- Inciter les propriétaires à **recommercialiser leurs locaux** par notamment la mise en place d'une taxe sur les cellules vacantes
- Privilégier les **implantations et la relocalisation de commerces de proximité dans le cœur de bourg**, à proximité de la Mairie, et proscrire, dans la mesure du possible, l'implantation ou le transfert d'activités à proximité du Super U et de l'avenue d'Angers
- Privilégier **l'implantation d'équipements ou de structures génératrices de flux en centre-bourg (équipements de santé, services)**, et à défaut au Nord pour recréer du flux entre le Nord et le Sud via la rue St Pierre et de la Mairie





4/ Accompagner et encadrer la transformation de cellules commerciales en logements qualitatifs tout en préservant le patrimoine

- Favoriser le développement de l'habitat en cœur de bourg (reconquête de friches, dents creuses, densification) pour favoriser la consommation de proximité
- Dans le cadre de l'ORT, inciter les propriétaires d'anciens locaux commerciaux situés rue de la Mairie et partie basse St Pierre, transformés en logements à modifier la façade en conséquence :
 - Définir une charte qui précise cette obligation
 - Prévoir un fonds façade dédié pour ces propriétaires
- Habiller les cellules vides pour masquer les vacances commerciales avec l'installation de vitrophanies

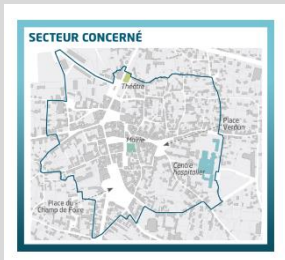


SAINT-FULGENT (85)



Doué-en-Anjou

- **Fonds façade Habitat** : subvention de 25% du montant hors taxes des travaux éligibles (subvention plafonnée à 2 500 €)
- **Fonds façade Commerce** : subvention de 40% du montant hors taxes des travaux éligibles (subvention plafonnée à 2 500 €)
- Périmètre d'éligibilité ci-contre :



5/ Dans le cadre de l'ORT, inciter à la rénovation des façades et logements dégradés en centre-bourg

- Créer un **fonds façade** pour les propriétaires de logements implantés dans le cœur de bourg commerçant
- Déployer une **politique immobilière** associée sur les emplacements les plus stratégiques en sollicitant l'accompagnement de l'ANAH
- **Mettre en valeur le patrimoine bâti**



6/ Faciliter les déplacements, notamment doux, depuis les quartiers résidentiels et les équipements vers le centre-bourg

- **Aménager des cheminements doux sécurisés** qui relient le centre-bourg aux autres quartiers avec une signalétique précisant le temps nécessaire pour s'y rendre à pied, à vélo
- **Renforcer la signalétique du parking Tivoli** en cœur de bourg, dans le sens de circulation rue St Pierre – rue de la Mairie, mentionner le nombre de places des différents parkings et le temps de déplacement à pied pour rejoindre le cœur de bourg
- Créer des **espaces de stationnement pour vélos** à proximité des commerces du cœur de bourg
- Etudier un sens de circulation qui donne un **accès direct au centre-bourg** depuis la rue Leclerc
- Réaliser des aménagements rues St Pierre, de la Mairie et Leclerc pour **limiter la vitesse des voitures**





7/ Remplacer le mobilier urbain désuet par du mobilier en harmonie avec le mobilier récent de l'avenue d'Angers

- Installer des **bancs**
- Installer des **attache-vélos**
- Remplacer le **panneau d'affichage** ou le supprimer
- Adopter un **éclairage** respectueux de l'environnement avec détecteurs de présence si possible afin de renforcer le sentiment de sécurité des clients
- Créer des **places de stationnement** zone bleue pour éviter le stationnement pendulaire sur la place du Château, rue de la Mairie





8/ Inciter les usagers de la rue du Maréchal Leclerc à entrer dans le centre-bourg

- Profiter de l'axe de flux pour signaler l'offre commerciale du centre-bourg depuis la rue Leclerc
- Retravailler l'entrée de la rue de la Mairie depuis la rue du Maréchal Leclerc en intégrant le bar-restaurant du Château et sa terrasse





1

AMENAGEMENT URBAIN

2

VALORISATION ET PERENNISATION DE L'OFFRE

3

COMMUNICATION



Axe 2 : valorisation et pérennisation de l'offre : être acteur du renouvellement de l'offre commerciale



1/ Créer une cellule « Veille et accompagnement des commerces »

Recenser les projets d'investissement et de cessions, pour une meilleure anticipation des projets de transmission avec une attention particulière pour le bar-restaurant du Château et la rue de la Mairie

2/ Créer un livret d'accueil

Pour informer les porteurs de projet et les commerçants sur les financements mobilisables pour la création, la reprise et la rénovation de leur outils de travail.





3/ Collaborer avec les partenaires locaux qui ont des dispositifs transmission

- Diagnostic transmission
- Permanences ponctuelle de conseillers création/reprise
- MCTE : Maison de la Création et de la Transmission d'Entreprises

4/ Inciter les commerçants à se professionnaliser via

- des formations groupées numériques pour développer la présence sur internet, les réseaux sociaux, mieux répondre aux attentes des consommateurs et capter notamment la clientèle d'actifs
- des rencontres / webinaires thématiques (déchets, biodéchets, réemploi...) pour être informés de l'évolution de la réglementation, des bonnes pratiques





5/ Soutenir la création de la boutique de producteurs locaux, commerce coopératif / associatif, qui peut être une alternative à une offre non sédentaire de marché :

- Inciter les producteurs à s'installer en centre-bourg et les accompagner dans leur implantation

La mutation du modèle économique classique vers de l'associatif ou du coopératif permet de dépasser certaines contraintes et maintenir une offre sur le territoire en les implantant au sein des périmètres marchands premiers.



Epicerie coopérative à
Fontaine-Daniel (53)



La BoutiK collaborative
KSK à Portet-sur-Garonne
(31)





6/ Déployer le concept « Ma Boutique à l'essai »

Permettre à des porteurs de projet de tester leur activité dans une cellule vacante en cœur de bourg. Cette opération permet d'attirer de nouveaux commerçants et de dynamiser le centre-bourg en occupant une cellule vide

7/ Encourager l'implantation de boutiques éphémères

En centre-bourg autour de la culture et de l'artisanat, à proximité du château, notamment pendant la période touristique



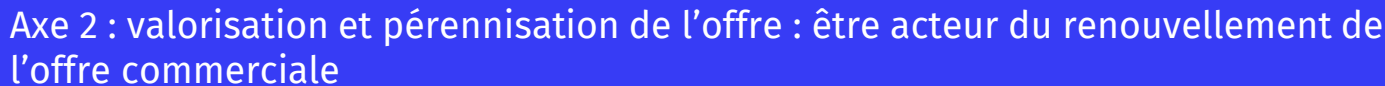
Doué-en-Anjou (59)



Beaugency (45)



Ferme du Petit Faîteau
49170 Saint Georges sur Loire



A large, historic stone castle with multiple towers and battlements, situated on a hillside under a clear blue sky. The castle features a prominent central tower with a conical roof and several smaller towers along the roofline. The walls are made of light-colored stone, and the windows are small and rectangular. The castle is built on a steep, rocky hillside, and the surrounding area is covered in green grass and some small trees. The sky is a clear, deep blue.

A large, historic stone building with multiple towers and a complex roofline, featuring many windows and chimneys, set against a blue sky with clouds.

comme « **ENTREPRENDRE EN** » pour capter des porteurs de projet et mettre en relation les cédants avec des repreneurs

10/ Encourager le développement de l'activité touristique du château



Portrait de Nicolas

Dans l'été 2013, le très ancien député de la circonscription de la Haute-Savoie est élu sénateur. Il est élu à la tête du conseil départemental de la Haute-Savoie. Il est élu à la tête du conseil régional de Rhône-Alpes. Il est élu à la tête du conseil régional de Rhône-Alpes. Il est élu à la tête du conseil régional de Rhône-Alpes.

« Ce fut tout naturel, mais... »

Il est des moments décisifs, à l'ère du numérique, où la technologie nous aide à faire des choix. C'est le cas de la musique, où les plateformes en ligne ont révolutionné la façon dont nous découvrons et achetons de la musique. C'est aussi le cas de la télévision, où les services de streaming ont changé nos habitudes de consommation. Et c'est encore le cas de la presse, où les sites d'actualités en ligne ont transformé notre façon d'obtenir l'information.

En France, nous sommes très attachés à notre culture, à notre patrimoine. Mais nous sommes aussi très ouverts à l'innovation. C'est pourquoi nous encourageons les entreprises à innover, à créer de nouvelles offres, à améliorer nos services. C'est pourquoi nous soutenons les startups, les petites entreprises qui ont le potentiel de changer le monde.

Enfin, nous sommes très attachés à notre environnement. C'est pourquoi nous encourageons les entreprises à adopter des pratiques responsables, à réduire leur impact sur l'environnement, à protéger les ressources naturelles. C'est pourquoi nous soutenons les initiatives de développement durable, les projets qui visent à améliorer la qualité de vie de tous.

En conclusion, nous sommes très attachés à notre pays, à notre culture, à notre patrimoine. Mais nous sommes aussi très ouverts à l'innovation, à l'écologie, à la responsabilité. C'est pourquoi nous encourageons les entreprises à innover, à créer de nouvelles offres, à améliorer nos services. C'est pourquoi nous soutenons les startups, les petites entreprises qui ont le potentiel de changer le monde.

Philippe BOURGEOIS, ministre de l'Économie et des Finances

• Un équilibre sur le territoire •

Capter les clients sur internet

[illegible]

Capter les clients sur internet

Autre outil mis en place par Engage-
marketing et porté par l'Office des
nouvelles technologies de la région
IDRIS depuis avril 2010, le site
internet www.achat-engage.org.
Il fait aussi ses preuves. Accessible
directement les principaux réseaux de
distribution, « permet de passer
directement sur internet, l'argent
sans passer de la main à la main et faire
moins de 100 000 € à Engage-
marketing, indique Pierre-Jean
Aubert. A la fin 2010, plusieurs adhérents
et clients ont été recrutés ».

un tiers d'entre eux
engagés et les plus
de 100 000 € de
vente. » Ce chiffre
vient de chez nous.
A quelques jours
morts, l'Etat d'aggraver
les changements
de la loi de 2007
tous les adhérents
de Engage-
marketing. Un
acte moralisé par
le comité de

« NOUS AVONS CRÉÉ NOTRE ENTREPRISE dans le Bugeois en 2015.
ET SI C'ÉTAIT VOUS EN 2016 ! »



ENTREPRENDRE en Bugeois. LA bonne idée de l'année !





1

AMENAGEMENT URBAIN

2

VALORISATION ET PERENNISATION DE L'OFFRE

3

COMMUNICATION



1/ Encourager la dynamique commerciale portée par l'association des artisans et commerçants de Durtal

- Soutenir financièrement l'association pour la mise en place d'actions comme les animations, les supports de communication
- Faciliter l'organisation des animations de l'association : autorisations, mise à disposition de matériels ...
- Informer l'association en amont des projets de la commune : travaux, dossier Petite Ville de Demain, animations portées par la collectivité



Château-Gontier (53)
Organisation mutualisée
entre la ville et l'association
des commerçants du marché
du Noël



2/ Organiser une réception de bienvenue pour les nouveaux habitants en y associant les commerçants et artisans



- Remettre un **panier de Bienvenue** avec des produits locaux issus des producteurs et commerçants locaux
- Constituer un **livret d'accueil** qui recense tous les commerçants de la commune par typologie d'activité



Guégon (56) – Un pot de bienvenue



3/ Créer des animations pour générer du flux et développer les liens entre les pôles du Super U, de l'avenue d'Angers et du centre-bourg

- Quinzaine commerciale
- Promotion par un commerçant d'un produit d'un autre commerçant de la commune
- Animations autour d'évènements saisonniers (Saint-Valentin, Fêtes des mères, Noël ...)
- Animations en lien avec les animations de la commune





Segré-en-Anjou Bleu



Baugé-en-Anjou

4/ Inciter l'association à éditer des chèques cadeaux à dépenser dans les commerces de la commune adhérents à l'association

- Pour les habitants, les salariés des entreprises qui peuvent bénéficier d'exonération de charges prévues dans les dispositions fiscales
- Objectif : inciter les habitants et les salariés à consommer dans les commerces locaux
- A noter : possibilité de bonifier le montant des chèques cadeaux pour rendre l'offre encore plus attractive



- ▶ 1. Déterminer les linéaires commerciaux à préserver en centre-bourg
- ▶ 2. Faire du centre-bourg un lieu de vie, un lieu de rencontre
- ▶ 3. Veiller au développement de commerces générateurs de flux en centre-bourg
- ▶ 4. Accompagner et encadrer la transformation de cellules commerciales en logements qualitatifs et en préservant le patrimoine
- ▶ 5. Dans le cadre de l'ORT, inciter à la rénovation des façades et logements dégradés en centre-bourg
- ▶ 6. Faciliter les déplacements, notamment doux, depuis les quartiers résidentiels et les équipements vers le centre-bourg
- ▶ 7. Remplacer le mobilier urbain désuet par du mobilier en harmonie avec le mobilier récent
- ▶ 8. Inciter les usagers de la rue du Maréchal Leclerc à entrer dans le centre-bourg

AMÉNAGEMENT

1

- ▶ 1. Créer une cellule « Veille et accompagnement des commerces »
- ▶ 2. Créer un livret d'accueil pour les porteurs de projet
- ▶ 3. Collaborer avec les partenaires locaux qui ont des dispositifs transmission
- ▶ 4. Accompagner les professionnels dans leurs projets de développement
- ▶ 5. Soutenir la création de la boutique de producteurs qui peut être une alternative à un marché
- ▶ 6. Déployer le concept « Ma Boutique à l'essai »
- ▶ 7. Encourager l'implantation de boutiques éphémères
- ▶ 8. Faciliter l'implantation d'offres d'hébergement portée par des structures privées
- ▶ 9. Organiser une opération de marketing territorial comme « ENTREPRENDRE EN »
- ▶ 10. Encourager le développement de l'activité touristique du château

VALORISATION ET PERENNISATION

2

- ▶ 1. Encourager la dynamique commerciale portée par l'association des artisans et commerçants de Durtal
- ▶ 2. Organiser une réception de bienvenue pour les nouveaux habitants en y associant les commerçants et artisans
- ▶ 3. Créer des animations pour générer du flux et développer les liens entre les pôles commerciaux du centre-bourg et de l'avenue d'Angers
- ▶ 4. Inciter l'association à éditer des chèques cadeaux à dépenser dans les commerces de la commune adhérents à l'association

COMMUNICATION

3



CCI de Maine-et-Loire 8 boulevard du Roi René CS 60626 49006 Angers Cedex 01 – www.maineetloire.cci.fr