

# OPERATION DE MODERNISATION D'UN POLE COMMERCIAL

- ✓ Augmenter l'attractivité globale d'une commune.
- ✓ Augmenter l'emprise des acteurs locaux et réduire l'évasion commerciale.
- ✓ Favoriser la modernisation et l'adaptation de l'offre commerciale.
- ✓ Prévoir les actions d'accompagnement au niveau individuel et collectif.

La démarche proposée par **RMD** s'adapte aux préoccupations locales et vise à obtenir des résultats concrets depuis les études jusqu'au plan d'actions :

- ✓ Concertation avec tous les partenaires (collectivités locales, compagnies consulaires, commerçants et artisans et leur association).
- ✓ Utilisation de façon optimale de toutes les sources d'information existantes.
- ✓ Enquêtes auprès des commerçants et d'un échantillon représentatif de ménages.
- ✓ Observation sur site de l'appareil commercial et grille d'appréciation qualitative.
- ✓ Séances de travail avec les commerçants et artisans pour l'appropriation des résultats et la préparation collective d'un plan d'actions.

*Cette démarche permet le lancement d'un programme de type OMPCA, mais peut aussi être utilisée dans le cadre d'une opération spécifique d'une commune pour le développement du commerce local.*



**SARL RMD - RCS ALBI B 412 895 161**

Siège social : 31 rue Costes et Bellonte • 81000 ALBI

Bureaux : Z.I. Fonlabour • 5 chemin de la Besse • 81000 ALBI

☎ : 05 63 38 98 66 - Fax : 05 63 38 98 67

sarlrmd@wanadoo.fr

## **DIAGNOSTIC DE L'APPAREIL COMMERCIAL ET CONNAISSANCE DE LA DEMANDE**

### **Approche quantitative**

- ✓ Délimitation de la zone de chalandise et calcul des marchés théoriques pour chaque secteur d'activité
- ✓ Quantification de l'offre commerciale du pôle et caractéristiques générales des entreprises.
- ✓ Evaluation des taux d'emprise des acteurs locaux : par activité, par formes de distribution
- ✓ Estimation des flux de CA sortant de la zone de chalandise, inventaire et description des pôles commerciaux concurrents.

### **Approche qualitative**

#### **Dynamique commerciale et état général du commerce**

- ✓ Attractivité des enseignes, ancienneté des entreprises, dynamique des exploitants, niveau de modernisation.
- ✓ Aspect et positionnement des points de vente (vitrine, signalétique, gammes, prix,...).
- ✓ Appréciation de l'impact des aménagements urbains actuels sur l'activité commerciale.

#### **Comportement des consommateurs**

- ✓ Habitude d'achats (types de commerce et lieux d'achat),
- ✓ Appréciation de l'offre commerciale locale : accueil, vitrines, horaires d'ouverture, gammes, prix, enseignes.
- ✓ Souhaits et attentes au niveau du commerce et des services.
- ✓ Perception de la localité et attentes au niveau des aménagements favorisant son utilisation.

## **ANALYSE COLLECTIVE ET PREPARATION D'UN PLAN D'ACTIONS**

### **Création d'un groupe de travail et animation du groupe**

- ✓ Appropriation des données collectées.
- ✓ Analyse des atouts et faiblesses de l'offre actuelle.
- ✓ Recherche collective d'actions de développement et de progrès au plan individuel et collectif.

### **Mise au point d'un programme d'actions**

Sans présager des résultats du diagnostic, des actions pourront être proposées dans chacun des domaines suivants :

- ✓ Actions individuelles à mener par les commerçants, adaptation de l'offre, présentation marchande, aménagement, modernisation.
- ✓ Actions collectives à mener par les commerçants animations, signalétique et communication commune.
- ✓ Actions de la collectivité en matière d'aménagements, de mobilier, de stationnement, d'accès, de liaison centre et périphérie...
- ✓ Actions volontaristes pour l'installation, la transmission ou le développement d'activités commerciales ou de services.
- ✓ Rénovations commerciales et problème des locaux vacants.

Présentation du programme en fiches opérationnelles depuis l'objectif, les moyens à mettre en oeuvre, le budget, le calendrier et les outils de suivi et d'évaluation.

