

Syndicat Mixte du Pays de la Provence Verte
Quartier du Plan
BP 14
83171 Brignoles Cedex



La Provence Verte

Elaboration d'un schéma d'urbanisme commercial

Compte-rendu des tables rondes portant sur l'analyse de la demande commerciale locale



*4 place du Ronceray – 35200 RENNES
Tél : 02 99 50 94 50 / Fax : 02 99 50 90 97
E-mail : info@cercia.fr*

Décembre 2010

SOMMAIRE

PREAMBULE	1
1) L'identité et l'homogénéité du territoire sur le plan de l'analyse des comportements des consommateurs.....	2
2) L'existence de dynamiques économiques et concurrentielles contrastées selon la nature, la typologie et l'historique de développement des pôles d'offres.....	4
3) La montée en puissance des ZA commerciales de Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume.....	5
4) L'inquiétude manifeste à l'égard du devenir du commerce du centre-ville de Brignoles.....	6
5) Des maîtrises contrastées du développement des pôles commerciaux périphériques et péri-urbains.....	7
6) Le maintien du fort potentiel d'attractivité des marchés de plein air au cœur des centres-villes.....	8
7) Une offre commerciale en matière de grandes et moyennes surfaces qui poursuit sa recherche d'implantations sur des sites carrefours et sur des axes routiers structurants en entrée de villes.....	9
8) Une volonté des élus de maintenir et de sauver le commerce traditionnel favorisée ou contrée par le dynamisme, la personnalité et le niveau de professionnalisme des commerçants en place et surtout des repreneurs de fonds de commerces.....	10
9) La validation de quelques orientations et préconisations collectives.....	12

PREAMBULE

Dans le cadre des travaux préparatoires à l'élaboration du SCoT du Pays de la Provence Verte (et plus particulièrement dans le cadre de l'élaboration du Schéma d'Aménagement Commercial et du futur DAC), **CERCIA Consultants a animé 5 tables rondes axées sur l'appréhension de l'évolution des comportements d'achats et de la demande locale en matière de commerce, d'artisanat commercial et de prestations grand public.** Ces réunions ont réuni au global plus de 50 personnes dont de nombreux responsables d'associations locales et d'acteurs du commerce et de la vie économique du territoire.

Le présent document a pour objet d'établir une synthèse thématique générale (préférée à un compte-rendu individualisé du contenu de chaque réunion) afin de permettre **une mise en correspondance et une comparaison des situations entre les diverses communautés de communes** et de **mettre ainsi en place une analyse transversale au service d'une meilleure compréhension du contexte général du territoire du SCoT.**

1- L'identité et l'homogénéité du territoire sur le plan de l'analyse des comportements des consommateurs

L'analyse des échanges intervenus au cours de ces réunions montre que **le Pays de la Provence Verte demeure malgré tout une construction relativement artificielle tout comme celle des diverses communautés de communes qui le composent.**

Outre le fait que le Pays de la Provence Verte présente a minima **une forte bipolarité autour des villes de Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume et de Brignoles**, certains territoires sont marqués :

- ☒ **Par de fortes polarisations des pôles d'emplois ou des achats des ménages vers des villes extérieures au Pays de la Provence Verte** (cf. Plan d'Aups vers Aubagne, Pourrières et Pourcieux vers Aix-en-Provence, Esparron vers Rians, Méounes et Néoules vers la métropole toulonnaise).
- ☒ **Par des états de polarisation de leurs centres d'intérêts et des achats de leurs habitants vers les centres urbains de Communautés de Communes voisines** (Ex : forte attraction de Seillons Source d'Argens, Brue Auriac, Bras, Tourves et Mazaugues vers Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume ; attraction significative de l'offre des ZA de Brignoles sur une partie des communes de la Communauté de Commune du Val d'Issole (Forcalqueiret, Sainte-Anastasie-sur-Issole, Garéoult, ...)).

Par ailleurs, **l'origine et le parcours résidentiel des habitants semblent conditionner assez fortement l'attraction exercée par les différents sites d'offres du territoire.** Ainsi :

- **Les personnes nées ou ayant longtemps résidé dans une commune conservent des habitudes vers les pôles d'offre historiques** (commerces de proximité centres-villes et marchés de Brignoles et de Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume).
- **Les personnes récemment installées présentent de plus faibles taux de reports de leurs achats vers le commerce de proximité de la commune de résidence, voire conservent une majeure partie de leurs achats sur l'extérieur** (soit sur Toulon, Aubagne, ou Aix-en-Provence).

Enfin (à l'exclusion des habitants de Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume et des communes proches ou encore des communes les plus isolées), **il semble que le taux de report des achats des nouveaux habitants vers les commerces traditionnels des centres-bourgs soit globalement faible, notamment dans le contexte du territoire du Val d'Issole** (excepté pour la commune de Rocbaron) **ou encore sur des communes très proches de Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume et de Brignoles.**

Ceci a été rapporté notamment par des résidents de Brue Auriac, Seillon Source d'Argens, Garéoult, Néoules, ...

2- L'existence de dynamiques économiques et concurrentielles contrastées selon la nature, la typologie et l'historique de développement des pôles d'offres

Les échanges démontrent clairement les niveaux d'intérêt ainsi que les dynamiques de fréquentation croissantes de la population à l'égard des diverses zones commerciales périphériques existantes sur le territoire, notamment celles de Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume (CAP Sainte Beaume La Laouve) ou de Brignoles (Leclerc et PA Saint-Jean) ou Rocbaron (Super U et ZA Fray Redon).

Ces échanges traduisent également l'existence soit d'une **relative stabilité des comportements à l'égard de certains sites d'offre** (comme le centre-ville de Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume), soit **des baisses de fréquentation marquées à l'égard de certains centres-villes ou centres-bourgs**, notamment ceux de Brignoles, Barjols et Garéoult, avec même **l'existence de perte de séduction et de fragilité préoccupante** pour les centres-villes de Brignoles et de Barjols.

En ce qui concerne les centres-bourgs traditionnels ou les pôles relais, il convient de distinguer :

- ☒ **Les centres-bourgs bénéficiant d'une bonne image et d'un capital de séduction important** (cf. Cotignac, Varages, Nans-les-Pins, Montmeyan, Carcès, Entrecasteaux) et ce, en grande partie grâce à l'impact du tourisme et à une forte valorisation de leur patrimoine.
- ☒ **Les pôles bénéficiant d'une image relativement neutre sur le plan commercial et présentant fréquemment des contraintes sur le plan de l'accessibilité et du stationnement** (Le Val, Tourves, Pourrières, Forcalqueiret, Garéoult, Méounes, Tavernes).
- ☒ **Les pôles présentant plutôt un contexte de relative fragilité économique de leur tissu commercial de proximité**, et ce, pour des raisons diverses : manque de diversité, vieillissement et inadaptation des magasins, faiblesse de la population résidante, dispersion de l'offre, trop grande proximité avec une ville centre (Brue Auriac, Seillons, Bras, Le Val, Mazaugues, Rougiers, Vins-sur-Caramy, Fox Amphoux, ...).

3- La montée en puissance des ZA commerciales de Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume

Que ce soit à l'échelle du territoire de la Communauté de Communes Sainte-Beaume Mont-Aurélien ou de territoires proches, notamment pour une grande partie des communes de la Communauté de Communes Provence d'Argens en Verdon, un très grand nombre de participants font état du très fort gain d'attractivité récent des ZA de CAP Sainte-Beaume et de la Laouve à Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume et d'une nouvelle situation couvrant désormais l'essentiel de leurs besoins courants. Ces personnes font notamment état d'une réduction très marquée de leurs rythmes de déplacements pour des achats vers Aubagne, Marseille, Aix-en-Provence ou Toulon, ...

Par ailleurs, **cette nouvelle attractivité de l'offre des ZA de Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume rejaille sur l'ensemble du commerce de cette ville et même sur son image au sein du territoire.**

Au-delà des gains d'attractivité et de parts de marché, d'autres aspects sont également abordés lors des échanges, notamment **une mutation de l'offre commerciale de Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume perçue comme en phase avec les attentes des nouvelles populations d'actifs et les jeunes ménages** et ce, grâce :

- l'impact de nouvelles enseignes spécialisées dans la mode et les loisirs,
- la proximité existante entre les ZA commerciales et le centre-ville,
- la qualité globale de l'accessibilité routière et autoroutière des diverses ZA de Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume.

Il apparaît également **un très fort intérêt à l'égard du développement futur des équipements de loisirs projetés**, notamment à l'égard du futur bowling, du cinéma et du futur pôle culturel.

L'ensemble se traduit par une extension de la zone de chalandise du commerce de Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume sur diverses communes du Nord du territoire de la Provence Verte et sur diverses communes de la Communauté de Communes du Comté de Provence telles que Correns, Cotignac, Tourves ou de la Communauté de Communes du Val d'Issole telles que Mazaugues, La Roquebrussanne.

4- L'inquiétude manifeste à l'égard du devenir du commerce du centre-ville de Brignoles

De très nombreux échanges ont porté sur la fragilité actuelle du commerce du centre-ville de Brignoles et surtout sur l'absence de visibilité quant aux actions à entreprendre pour inverser les dynamiques en cours.

Il semble que ce processus de fragilisation ait démarré avec le développement, à partir de 1976, de l'offre commerciale périphérique, notamment de la ZA Saint-Jean (avec l'installation au sein de la galerie du Centre Leclerc de plusieurs commerçants leaders de la ville). Face à une croissance démographique très rapide et outre des contraintes d'accessibilité générale et surtout de stationnement, notamment en raison du stationnement des actifs travaillant à l'extérieur, **la perte d'attractivité de l'offre du centre-ville de Brignoles semblerait résulter de nombreux facteurs** parmi lesquels :

- **L'absence ou le faible poids d'enseignes de forte notoriété** et de grandes et moyennes surfaces en centre-ville.
- **La localisation géographique déconnectée du marché de plein air.**
- **Le poids croissant des locaux vacants.**
- **L'état du bâti et des façades.**
- **La faible mobilisation et l'absence de démarche collective et structurée des commerçants et des professionnels en place** (horaires d'ouverture déphasés par rapport aux attentes de la clientèle, politique commerciale individuelle et collective peu performante, faible niveau de services, comportements individualistes divers, ...).
- **La perte d'intérêt et de séduction de l'offre dans de nombreux domaines** dont ceux de l'équipement de la personne, des activités de loisirs, des commerces haut de gamme et même (pour partie) dans celui de la restauration.

Le centre-ville de Brignoles évolue ainsi progressivement plus vers un pôle de services marchands (banque, immobilier, assurances, locaux professionnels divers) **que vers un pôle de centre-ville d'un territoire regroupant plus de 40.000 habitants** (certains participants parlent même d'une zone de chalandise de près de 80.000 habitants).

5- Des maîtrises contrastées du développement des pôles commerciaux périphériques et péri-urbains

Alors que les élus et les commerçants de Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume se sont fortement mobilisés pour contrôler l'évolution quantitative et qualitative récente de la ville, d'autres territoires font état de **l'incapacité historique des décideurs locaux à mettre en place des outils de gouvernance et de maîtrise foncière et réglementaire efficaces**. C'est notamment le cas à Brignoles où apparaît de plus la contrainte d'un ancien PLU inadapté mais aussi la difficulté de réguler certaines fortes dynamiques de développement des grandes et moyennes surfaces commerciales (cf. recherche difficile de réelles complémentarités entre l'offre de la ZA de Rocbaron et de celle du centre-ville de Garéoult).

6- Le maintien du fort potentiel d'attractivité des marchés de plein air au cœur des centres-villes

Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume, Brignoles, Carcès, Barjols, Garéoult, bénéficient toutes de marchés de plein air particulièrement attractifs et fortement fréquentés.

Sur certaines communes (Cotignac, Montmeyan, Nans-les-Pins, ...) **l'attractivité de ces marchés varie fortement avec la saisonnalité et la fréquentation touristique.** Leur maintien, leur développement et leur valorisation constituent des enjeux importants pour la qualité de l'attractivité des pôles commerciaux concernés.

7- Une offre commerciale en matière de grandes et moyennes surfaces qui poursuit sa recherche d'implantations sur des sites carrefours et sur des axes routiers structurants en entrée de villes

Ces dynamiques d'implantation et de positionnement peuvent dans certains cas conduire à des bipolarités stériles entre les mêmes grandes et moyennes surfaces et l'offre des centre-villes et centres-bourgs proches (cf. Garéoult, Barjols, Carcès, Forcalqueiret et projets évoqués ou à l'étude sur Pourrières, Tourves, Cotignac, ...).

8- Une volonté des élus de maintenir et de sauver le commerce traditionnel favorisée ou contrée par le dynamisme, la personnalité et le niveau de professionnalisme des commerçants en place et surtout des repreneurs de fonds de commerces

Dans un contexte marqué à la fois :

- **par l'impact des déplacements domicile-travail et l'éloignement des pôles d'emplois** (incitation à réaliser une partie des achats sur des pôles extérieurs à la commune de résidence),
- **par la densité et la diversité de l'offre commerciale présente sur les villes-centres des grands pôles d'agglomération placés à moins d'une demi-heure de leur commune de résidence** (Aubagne, Aix, métropole toulonnaise),
- **par l'impact des modes de vie et les comportements d'achats adoptés avant leur venue et leur installation sur le territoire et par l'usage élevé de l'automobile** (poids élevé des ménages résidant dans les écarts),

le report des dépenses des nouveaux habitants au niveau des commerces de proximité de certaines communes apparaît pour beaucoup décevant, voire inquiétant.

Sont ainsi mis en évidence, plusieurs causes :

- **Des magasins isolés, dispersés** et à l'écart des flux d'échanges des nouveaux résidents.
- **Une baisse du niveau d'implication, de professionnalisme et de services de nombreux professionnels** (horaires d'ouverture et politiques de prix inadaptés, agencements et équipements techniques vieillissants, assortiments réduits).
- **Les attentes propres à des clientèles fortement motorisées avec une exigence en termes d'accessibilité et surtout de stationnement auprès des commerces.**
- **L'impact du faible niveau d'intégration sociologique de certains ménages** (cf. nombreuses communes de la Communauté de Communes du Val d'Issole perçues comme des communes dortoirs).

Comme l'affirme une intervenante (responsable d'une UCA) **le commerce de proximité doit également revoir sa façon de travailler, qui n'est plus celle d'il y a 20 ou 30 ans et essayer de s'adapter vite aux nouveaux modes de vie et de consommation.**

Quels que soient les aides et les investissements des communes, c'est le consommateur qui décide au final où et comment il veut acheter. Ainsi, autant dans le contexte d'une grande et moyenne surface, il attend d'être satisfait en termes de prix et de choix autant dans un commerce traditionnel, il recherche d'abord la qualité de l'accueil et du service et surtout la différenciation des produits et services proposés et la fonctionnalité (achats rapides, pratiques et basiques).

9- La validation de quelques orientations et préconisations collectives

Le rejet collectif d'un scénario de développement commercial « au fil de l'eau » et d'une stratégie du laisser-faire des marchés dans les rapports avec les enseignes et divers opérateurs commerciaux privés.

Si les intervenants hésitent entre une stratégie de renforcement de l'offre et des flux d'échanges sur les deux villes centres de Brignoles et Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume ou à l'inverse sur la nécessité de conforter en priorité le renforcement de la puissance attractive des villes et bourgs relais (Barjols, Carcès, Cotignac, Tourves, Pourrières, Garéoult), **tous rejettent le principe de laisser faire les seuls lois du marché et les seules initiatives des opérateurs privés.**

Ainsi, au travers du SCoT et des PLU (ou au travers d'une maîtrise sélective du foncier et d'une négociation préalable avec les opérateurs), **ils souhaitent pouvoir disposer de nouveaux moyens pour maîtriser le nombre, la taille et la localisation des grandes et moyennes surfaces futures.**

Quel que soit le niveau de la croissance démographique, le territoire de la Provence Verte ne pourra prétendre à accueillir n'importe quel type d'enseignes (et par ailleurs juguler la quasi-totalité des flux d'évasion des dépenses).

En effet, du fait de la bipolarité Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume/Brignoles, le territoire de la Provence Verte est plutôt perçu comme **deux bassins de consommation distincts** disposant de 40.000 à 60.000 habitants que comme un seul bassin de 100.000 habitants.

Par ailleurs et quel que soit son dynamisme commercial ce même territoire ne peut prétendre rivaliser avec les grandes agglomérations proches en ce qui concerne :

- la taille globale des enseignes leaders,
- le niveau de diversité des enseignes dans un même secteur d'activité,
- le rayonnement et les zones de chalandises de ces mêmes enseignes.

Ainsi, le développement de l'offre de la Provence Verte peut réduire l'évasion mais ne pas la remettre totalement en cause ne serait-ce que du fait de la proximité des centres commerciaux des agglomérations de Toulon, de Marseille et d'Aix-en-Provence.

Une nécessaire prise en compte d'une stratégie de concertation pour assurer la complémentarité partielle entre l'offre en grandes et moyennes surfaces commerciales des villes de Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume et de Brignoles

Certaines enseignes de forte notoriété ne réaliseront pas une implantation en doublon au sein du territoire de la Provence Verte ni ne prendront le risque de se placer dans un contexte de concurrence frontale avec d'autres enseignes concurrentes implantées sur les villes proches. Ceci impose donc que suite à des échanges avec les responsables d'expansion d'un ensemble d'enseignes spécialisés, **une certaine forme de thématisation des zones commerciales de Saint-Maximin-la-Sainte-Beaume et de Brignoles soit envisagée par les élus concernés** et ce, dans le cadre même des travaux préparatoires à l'élaboration du Schéma d'Urbanisme Commercial et du DAC de la Provence Verte.

La nécessité de la mise en place d'un programme pluriannuel important visant à assurer la modernisation, l'extension et la mise aux normes d'une partie significative du commerce et de l'artisanat traditionnel des centres burgs (en lien avec la poursuite des programmes de valorisation et de requalification des espaces publics) et de renforcement de l'offre de stationnement.

Face à l'évolution des modes de vie et des modes de consommation des ménages résidents (notamment des nouveaux ménages), **de nouvelles initiatives portant sur la modernisation, l'extension et l'adaptation de nombreux commerces de proximité vieillissants nous apparaissent nécessaires.** Certains sites tels que les centres-villes de Brignoles, Barjols, Garéoult présentent même un certain caractère d'urgence.

Ces diverses actions partenariales (dont la plupart sont éligibles au FISAC) devront, par ailleurs, s'accompagner d'une meilleure identification et formulation du rôle attendu à l'égard de chaque site commercial actuel ou futur.

Une offre commerciale de proximité qui demanderait à bénéficier d'une plus grande valorisation du cadre urbain et du patrimoine existant (dans le cadre d'une valorisation complémentaire de l'attractivité touristique individuelle de chacune des communes).

Certaines communes telles Montmeyan, Varages, Cotignac, Entrecasteaux, Nans-les-Pins, Correns, développent d'une manière très positive la valorisation économique et commerciale découlant de leurs centres d'intérêts touristiques (ou de leur patrimoine architectural et naturel). Cette valorisation favorise diverses formes de tourisme. **Cet apport complémentaire lié à la valorisation urbaine et paysagère des sites apparaît également comme un bon vecteur de développement de l'offre commerciale de proximité aussi bien auprès des habitants de ces communes que des clientèles de passage.**

Une très forte sensibilité des habitants et des usagers à la qualité de l'accessibilité routière (et surtout de la quantité et de la gestion de l'offre de stationnement des sites commerciaux en place).

Face à une population résidente en forte croissance et fortement motorisée, à l'impact limité du réseau transport en commun en dehors du ramassage scolaire et aux poids des actifs travaillant au cœur des centres-villes et y accédant avec leur propre véhicule automobile, **l'enjeu propre à l'adaptation quantitative et réglementaire de l'offre de stationnement apparaît essentielle.** Il s'agit à l'échelle de l'ensemble du territoire de **répondre à la fois à une demande croissante en terme de nombres de places et en termes d'amélioration de la rotation des véhicules**, notamment sur les espaces de stationnement les plus proches des linéaires commerciaux en place.

La nécessaire clarification et gestion des projets et des stratégies des différents opérateurs commerciaux sur les pôles périphériques de Brignoles.

Au travers de l'analyse du discours de plusieurs participants, il apparaît **un fort manque de lisibilité et une absence globale de stratégie collective de gestion du développement de l'offre commerciale** tant à l'échelle du centre-ville que des différents pôles périphériques de Brignoles (notamment en ce qui concerne l'évolution du pôle de la ZA Saint-Jean et des autres ZA à l'étude ou en cours de réalisation sur la périphérie Ouest et la périphérie Est de Brignoles). Ce manque de lisibilité découle notamment de l'existence de stratégies de développements contradictoires entre divers développeurs et promoteurs commerciaux et gestionnaires d'enseignes.