COMMUNAUTE DE COMMUNES DU PITHIVERAIS-GATINAIS

COPIL DE LUTTE CONTRE LA VACANCE COMMERCIALE

Lundi 24 octobre 2022

3 avenue Condorcet, 69100 Villeurbanne
24 rue Louis Blanc, 75010 Paris
59 allée Jean Jaurès, 31000 Toulouse
2 rue Crucy, 44000 Nantes

SOMMAIRE

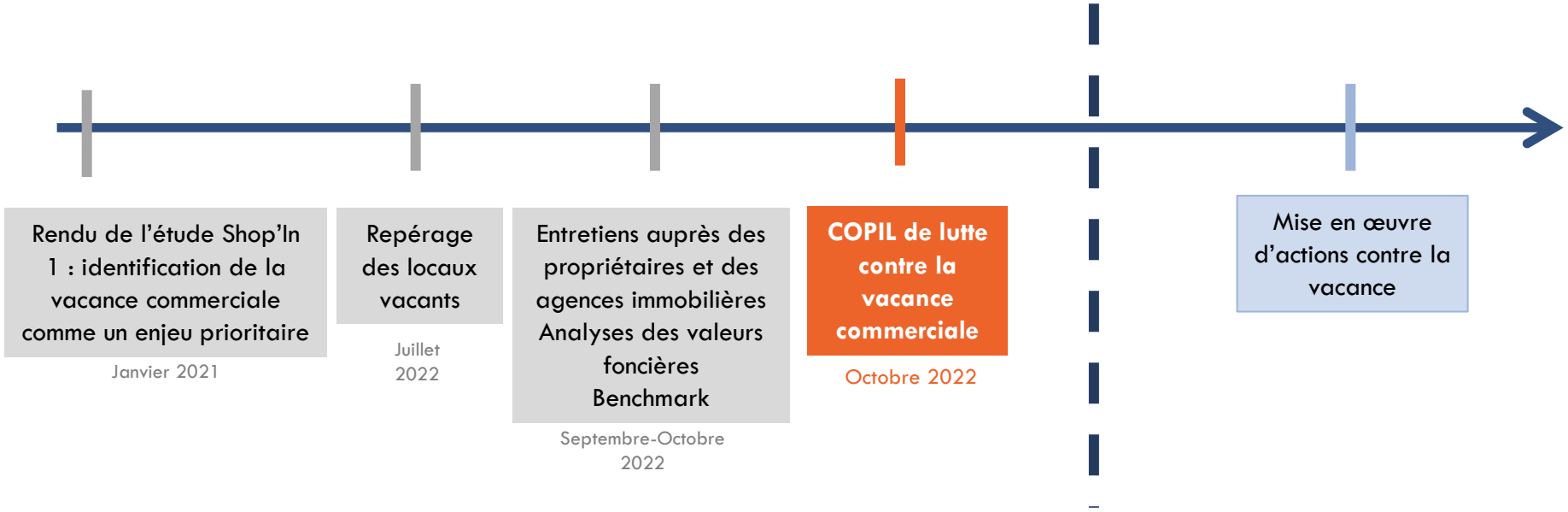
PARTIE 1 - Comprendre la vacance commerciale

PARTIE 2 - Etat des lieux de la vacance commerciale dans les communes de Beaune-la-Rolande, du Malesherbois et de Puiseaux

PARTIE 3 - Benchmark de projets de réactivation de locaux commerciaux vacants

Calendrier de l'étude

DIAGNOSTIC ET PROPOSITIONS D'UNE STRATEGIE



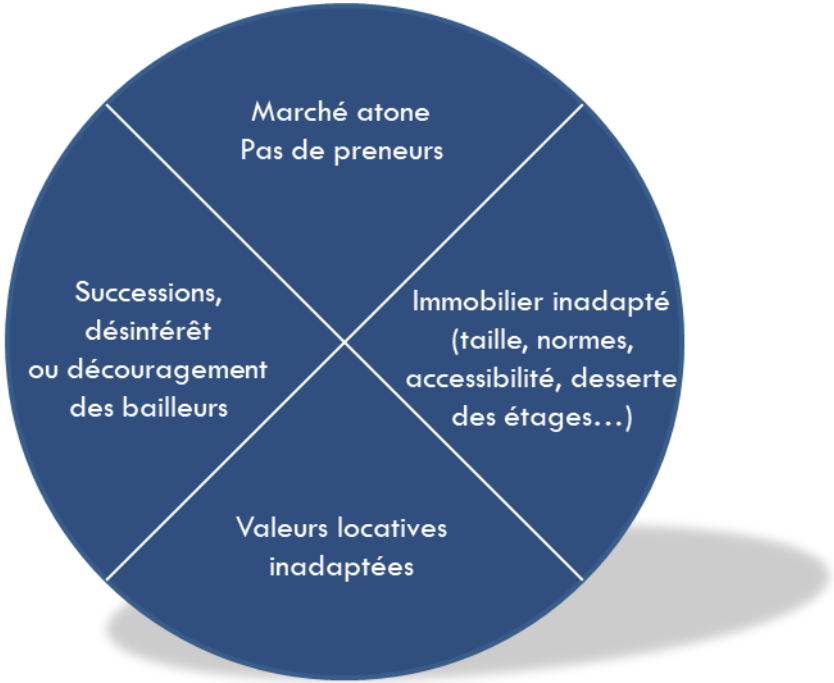
PARTIE 1 - Comprendre la vacance commerciale

Communauté de Communes du Pithiverais Gâtinais, COPIL de lutte contre la vacance commerciale

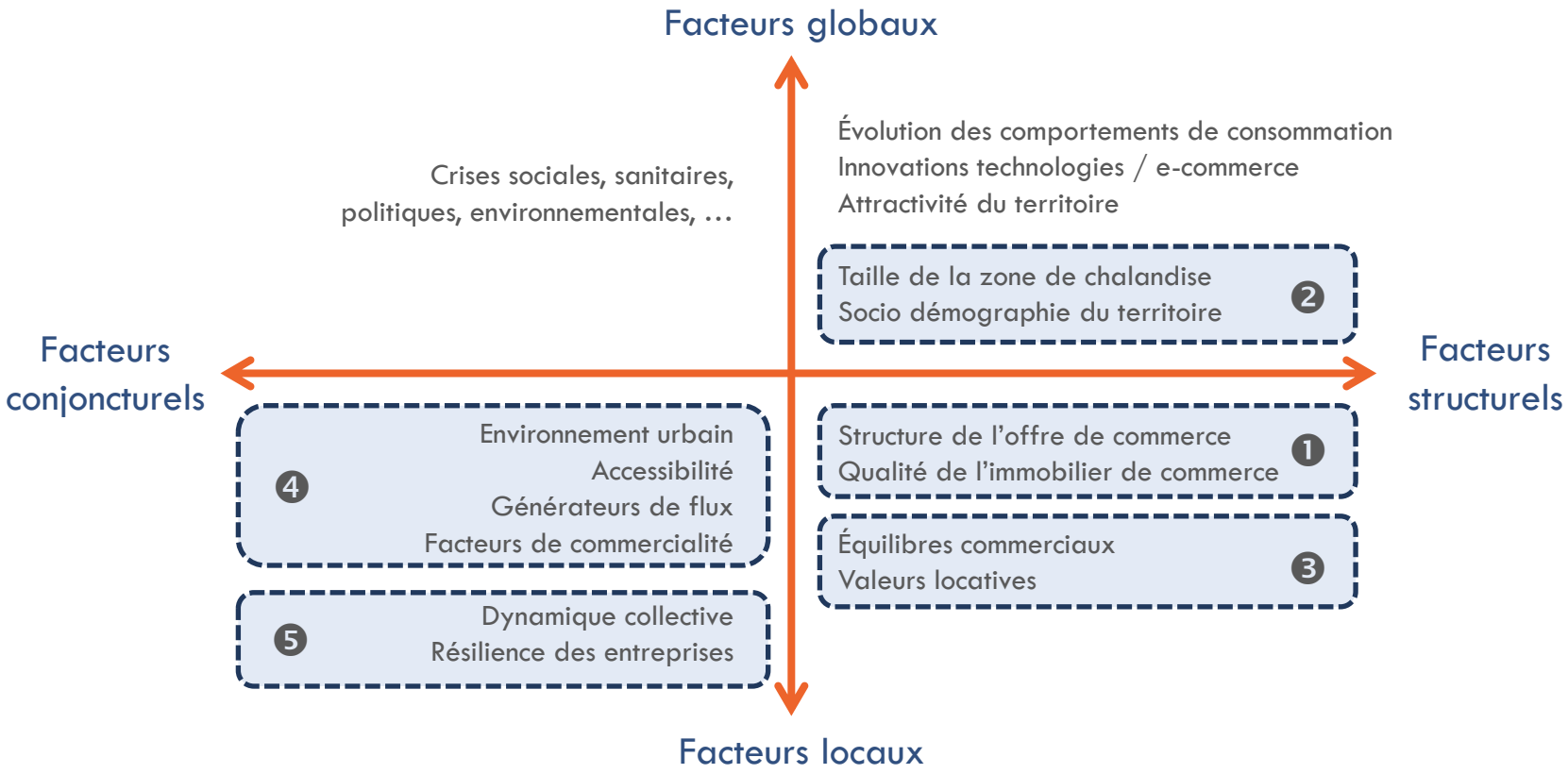
a.i.d
OBSERVATOIRE | STRATÉGIE | PROGRAMMATION

Quelles réponses à quels problèmes ?

Les 4 situations individuelles de la vacance commerciale



Les facteurs de la vacance commerciale



La double peine des villes moyennes

	Vacance commerciale faible	Vacance commerciale élevée
Tissu économique	☑ Taux de chômage plus bas ☑ Revenu médian plus élevé ☑ Taux de vacance des logements plus faible ☑ Croissance démographique	☑ Taux de chômage plus élevé ☑ Taux de pauvreté plus élevé ☑ Taux de vacance des logements élevé ☑ Démographie négative
Environnement	☑ Attractivité touristique et culturelle ☑ Centralité classée MH ☑ Campus et lieux d'enseignements ☑ Emplois et services publics ☑ Activités médicales développées	☑ Absence de littoral ou de voie d'eau ☑ Peu de touristes ☑ Evasion des services publics ☑ Pression fiscale plus élevée (TF, CFE…) ☑ Facteurs de commercialité malmenés ☑ Loyers commerciaux élevés
Offre commerciale	☑ Nombre important de commerces ☑ Urbanisme commercial régulé	☑ Développement important de l'offre périurbaine

PARTIE 2 - Etat des lieux de la vacance commerciale dans les communes de Beaune-la-Rolande, du Malesherbois et de Puiseaux

Communauté de Communes du Pithiverais Gâtinais, COPIL de lutte contre la vacance commerciale

a.i.d
OBSERVATOIRE | STRATÉGIE | PROGRAMMATION

Critères d'analyse des locaux commerciaux vacants

- Vacance de la cellule
- Localisation stratégique : place centrale, linaire principal…
- Surface importante
- Possibilité de remembrement (locaux mitoyens et appartenant au même immeuble)

Analyse de commercialité des locaux

- Accès direct aux étages
- Niveau de travaux pour la remise en état du local
- Statut du local (mise en vente/location, identification du propriétaire)…

Analyse de la temporalité de réactivation des locaux

Diagnostic de la vacance commerciale du centre-bourg de Beaune-la-Rolande

- **6 locaux vacants** dans le centre-bourg de Beaune-la-Rolande
- **3 locaux acquis** par la commune de Beaune-la-Rolande

Freins à la vacance identifiés :

- Des difficultés dans la recherche de porteurs de projets
- Quelques cellules isolées, ayant une faible commercialité

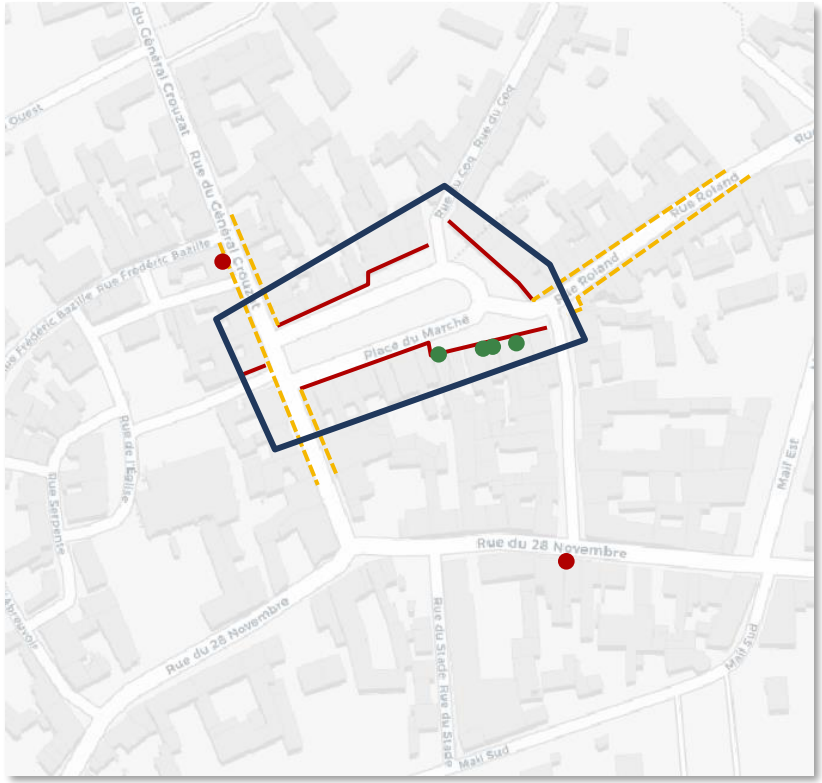
Valeurs locatives/ foncières :

- Des loyers et des valeurs locatives hétérogènes, des valeurs moyennes difficilement quantifiables
- Une valeur foncière au m² des locaux industriels ou commerciaux d'environ **500 €** selon Etalab

Source : repérage terrain et entretiens _ Traitement AID

Proposition d'une stratégie de reconquête des locaux commerciaux

Beaune-la-Rolande…



Périmètre de reconquête des locaux commerciaux vacants

Linéaire commercial principal

Linéaire commercial secondaire

Local stratégique

Non commercialisable en l'état hors périmètres commercial

ADRESSE	COMMERCIALITE	TEMPORALITE DE REACTIVATION
3 place du marché		
5 place du Marché		
7 place du Marché		
9 place du Marché		
21 rue du Général Crouzat		
11 rue du 28 Novembre		

Source : repérage terrain et traitement AID

Proposition d'une stratégie de reconquête des locaux commerciaux

Beaune-la-Rolande…

Enjeux	Objectifs opérationnels	Mise en œuvre potentielle
Un centre-bourg attractif pour des porteurs de projet	➢ Rendre le centre-ville attractif pour des porteurs de projet ➢ Faciliter la recherche de locaux commerciaux ➢ Accompagner et faciliter l'installation des professionnels arrivants	▪ Veille sur les cessions/reprises de commerces par un dialogue régulier avec les commerçants ▪ Mise en place du périmètre de sauvegarde pour l'exercice du droit de préemption commercial ▪ Prospection active de recherche de porteurs de projet/communication/lien avec les chambres consulaires ▪ Marketing territorial ▪ Mise en place d'un guichet unique bien identifié d'accompagnement des porteurs de projet (échelle communale ou intercommunale à définir) ▪ Aide à l'installation dans un périmètre restreint
Un recyclage réussi des cellules vacantes hors du périmètre commercial	➢ La concentration des commerces en cœur de bourg ➢ La mutation des anciennes cellules commerciales afin de supprimer les vitrines vides du centre-bourg	▪ Un accompagnement des propriétaires d'anciens locaux commerciaux dans la transformation du local ▪ Une recherche proactive de porteurs de projet pour la mutation des locaux sans potentiel économique

Diagnostic de la vacance commerciale du centre-ville du Malesherbois

- **18 locaux vacants** dans le centre-ville du Malesherbois
- Freins à la vacance identifiés :
  - Un manque de porteurs de projet correspondant aux attentes des propriétaires/ Un turn over important des porteurs de projet
  - Des situations de blocage avec les propriétaires
  - Des locaux vieillissants ou dégradés non commercialisables en l'état
  - Des cellules de petites tailles
  - Une succession de locaux vacants dans la rue Saint-Martin entrainant une baisse de commercialité du linéaire

Valeurs locatives/ foncières :

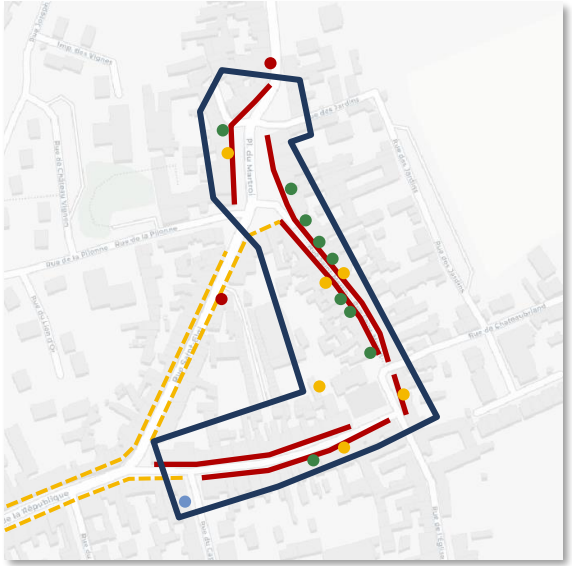
- Des loyers et des valeurs locatives hétérogènes, des valeurs moyennes difficilement quantifiables
- Des valeurs recensées des murs commerciaux entre **50 K € et 80 K € → une valeur foncière au m² d'environ 1 500 €**
- Une valeur foncière au m² des locaux industriels ou commerciaux d'environ **1 400 €** selon Etalab

Source : repérage terrain et entretiens _ Traitement AID

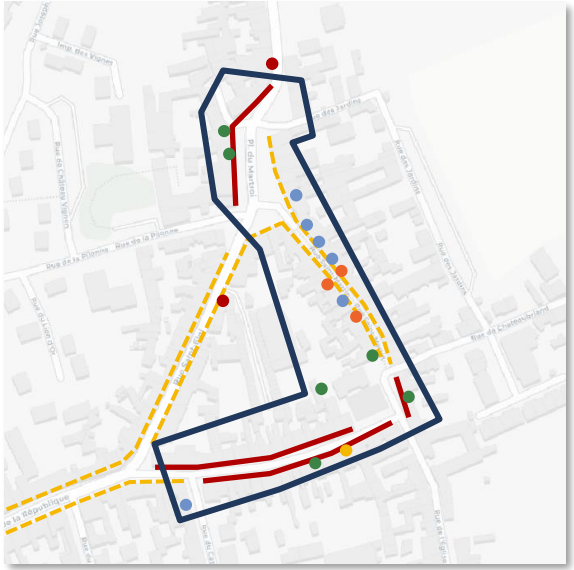
Proposition d'une stratégie de reconquête des locaux commerciaux

Le Malesherbois…

Scénario 1 : reconquête de la rue Saint-Martin



Scénario 2 : reconquête des places centrales



- Périmètre de reconquête des locaux commerciaux vacants
- Linéaire commercial principal
- Linéaire commercial secondaire
- Local stratégique
- Linéaire principal/place, commercialisable à moyen/long terme
- Linaire secondaire commercialisable rapidement
- Linéaire secondaire commercialisable à moyen/long terme
- Non commercialisable en l'état hors périmètres commercial

ADRESSE	COMMERCIALITE	TEMPORALITE DE REACTIVATION
3 rue de la République		
7 rue de la République		
6 place du Martroi		
8 bis place du Martroi		
13 place du Martroi		
1 rue Saint-Martin		
7 rue Saint-Martin		
11 rue Saint-Martin		
12 rue Saint-Martin		
15 rue Saint Martin		
16 rue saint Martin		
18 Rue Saint Martin		
22 rue Saint-Martin		
4 place de l'Hôtel de Ville		
5 Place de l'Hôtel de Ville		
3 rue de Soisy		
2 rue du Cap Lelièvre		
11 rue Saint-Eloi		

Proposition d'une stratégie de reconquête des locaux commerciaux

Le Malesherbois…

Enjeux	Objectifs opérationnels	Mise en œuvre potentielle
Une stratégie efficace contre la vacance commerciale	➢ Définir précisément les périmètres commerciaux et leurs fonctions commerciales attribuées ➢ Prioriser les secteurs stratégiques à reconquérir	▪ Engagement d'une réflexion sur le devenir de la rue Saint-Martin ▪ Inscription de linéaires commerciaux dans le futur PLU ▪ Intégration de destinations et de sous destinations commerciales dans le règlement du PLU
Une réactivation rapide des locaux commercialisables en l'état	➢ Anticiper les transmissions de commerces ➢ Elargir la recherche de porteurs de projet ➢ Rendre le centre-ville attractif pour des porteurs de projet ➢ Accompagner et faciliter l'installation des porteurs de projet	▪ Veille sur les cessions/reprises de commerces par un dialogue régulier avec les commerçants ▪ Mise en place du périmètre de sauvegarde pour l'exercice du droit de préemption commercial ▪ Prospection active de recherche de porteurs de projet ▪ Marketing territorial ▪ Aide à l'installation dans un périmètre restreint
Recyclage des locaux non commercialisables	➢ Adapter les locaux commerciaux stratégiques aux attentes des porteurs de projets ➢ Lutter contre la vacance de long terme dans l'hyper centre ➢ Engager la redynamisation des secteurs commerciaux principaux du centre-ville	▪ Prise de contact/ dialogue avec les propriétaires ▪ Accompagnement des propriétaires des locaux commerciaux vacants/Mise en place d'un guichet unique bien identifié d'accompagnement des porteurs de projets (échelle communale ou intercommunale à définir) ▪ Mise en place d'un fonds de subvention pour l'intervention sur des locaux commerciaux stratégiques ▪ Intervention sur certains locaux stratégiques sur les places et/ou linéaires commerciaux principaux du centre-ville (dispositif de location/sous-location/ acquisition) ▪ Réactivation temporaire de locaux stratégiques ▪ Sollicitation d'acteurs fonciers « externes » pour la réactivation de locaux vacants stratégiques

Diagnostic de la vacance commerciale du centre-bourg de Puiseaux

➢ **12 locaux vacants** dans le centre-bourg de Puiseaux

Freins à la vacance identifiés :

- Un manque de porteurs de projet
- Des locaux vieillissants ou très dégradés, non commercialisables en l'état
- Une succession de cellules vacantes dans la rue Saint-Jacques, cause d'une baisse de commercialité de cet ancien linéaire
- Des locaux commerciaux vacants isolés

Valeurs locatives/ foncières :

- Des loyers et des valeurs locatives hétérogènes, des valeurs moyennes difficilement quantifiables
- Des valeur recensées des murs commerciaux entre **450 K € et 650 K €**
- Une valeur foncière au m² des locaux industriels ou commerciaux d'environ **1 000 €** selon Etalab

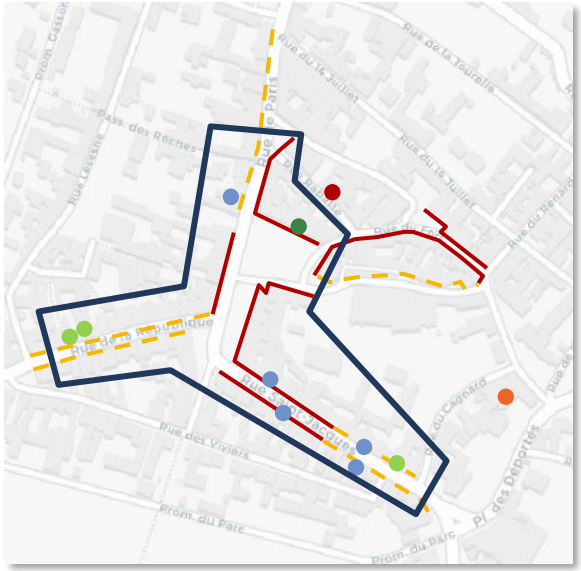
Source : repérage terrain et entretiens _ Traitement AID

Proposition d'une stratégie de reconquête des locaux commerciaux

Puiseaux…

Scénario 1 : périmètre commercial restreint

Scénario 2 : périmètre commercial élargi à la rue Saint-Jacques



ADRESSE	COMMERCIALITE	TEMPORALITE DE REACTIVATION
9 place du Martroi		
31 rue de Paris		
24 rue de la République		
26 rue de la République		
3 rue Rabatte		
5 rue Saint-Jacques		
16 rue Saint-Jacques		
27 rue Saint-Jacques		
32 rue Saint-Jacques		
35 rue Saint-Jacques		
Place Saint-Jean/ rue Blanchard		
1 place des Déportés		

- Périmètre de reconquête des locaux commerciaux vacants
- Linéaire commercial principal
- Linéaire commercial secondaire
- Local stratégique
- Linaire secondaire commercialisable rapidement
- Linéaire secondaire commercialisable à moyen/long terme
- Isolé commercialisable rapidement
- Non commercialisable en l'état hors périmètres commercial

Proposition d'une stratégie de reconquête des locaux commerciaux

Puiseaux…

Enjeux	Objectifs opérationnels	Mise en œuvre potentielle
Des périmètres commerciaux clairs et adaptés	➢ Définir précisément le périmètre commercial du centre-bourg ➢ Maitriser le développement commercial du centre-bourg	▪ Engagement d'une réflexion sur le devenir de la rue Saint-Jacques ▪ Redéfinition de linéaires commerciaux dans les PLUi/PLU ▪ Intégration de destinations et de sous destinations commerciales par une modification du PLUi
Une vacance commerciale réduite	➢ Inciter les propriétaires à intervenir sur leur locaux commerciaux ➢ Permettre la réactivation des locaux stratégiques ➢ Recycler les locaux situés hors du périmètre commercial	▪ Veille et mise à jour des données sur la vacance commerciale ▪ Prise de contact/ dialogue avec les propriétaires ▪ Mise en place d'un accompagnement des propriétaires des locaux vacants ▪ Intervention sur certains locaux stratégiques place du Martroi, voir rue Saint-Jacques (dispositif de location/sous-location/ acquisition) ▪ Sollicitation d'acteurs fonciers « externes » pour la réactivation de locaux vacants stratégiques (EPFLI)
Un centre-ville attractif pour des porteurs de projet	➢ Rendre le centre-ville plus attractif pour des porteurs de projet ➢ Faciliter la recherche de locaux commerciaux pour des porteurs de projet ➢ Accompagner l'installation des professionnels arrivants	▪ Veille sur les cessions/reprises de commerces par un dialogue régulier avec les commerçants ▪ Mise en place du périmètre de sauvegarde pour l'exercice du droit de préemption commercial ▪ Prospection active de recherche de porteurs de projet/communication/lien avec les chambres consulaires ▪ Marketing territorial ▪ Mise en place d'un guichet unique bien identifié d'accompagnement des porteurs de projets (échelle communale ou intercommunale à définir) ▪ Aide à l'installation dans un périmètre restreint

PARTIE 3 – Benchmark des projets de réactivation de locaux commerciaux vacants

Communauté de Communes du Pithiverais Gâtinais, COPIL de lutte contre la vacance commerciale

a.i.d
OBSERVATOIRE | STRATÉGIE | PROGRAMMATION

Le recrutement d'un manager de commerce dans le Pays de l'Arbresle (37 000 hab.)

L'accompagnement des acteurs de la chaine de commercialisation à Voiron (20 200 hab.)

La prospection, l'accompagnement et l'animation pour l'installation de commerces

Maitrise d'ouvrage : Communauté de Communes du Pays de L'Arbresle
Maitrise d'œuvre : manager de commerce

Objectifs :

- Déploiement d'une démarche de prospection commerciale, dans une logique de développement immobilier et de marketing territorial à l'instar des gestionnaires de centres commerciaux → actions de communications (plaquettes de commercialisation, posts sur les réseaux sociaux…)
- Accompagnement des projets : aide dans la recherche de locaux, la recherche de subventions…

Maitrise d'ouvrage : EPCI Pays du Voironnais
Maitrise d'œuvre : Prestataire extérieur

Objectifs :

- Mieux connaître le marché immobilier commercial local
- Consulter et sensibiliser l'ensemble des acteurs de l'immobilier commercial : locataires, bailleurs, banques, agents immobiliers…
- Disposer d'un référentiel commun afin d'accompagner les preneurs et bailleurs dans la négociation de leurs baux

Mise en œuvre :

- Réalisation d'une grande enquête sur l'immobilier commercial : questionnaire auprès des bailleurs, entretiens avec les agents immobiliers et notaires…
- Mise en place de 2 dispositifs d'accompagnement : preneur / bailleur, avec l'appui d'un cabinet spécialisé en immobilier commercial

La plateforme ZO!City dans le quartier d'Amstel 3 à Amsterdam

Le crowsourcing

Contexte : un quartier excentré, divisé en un secteur résidentiel et un secteur d'affaires et comprenant de nombreux espaces vacants

Maitrise d'ouvrage et maitrise d'œuvre : initiative privée, individuelle d'une architecte

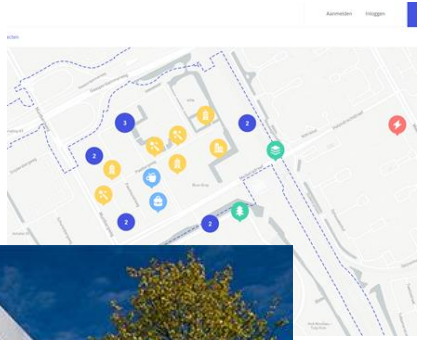
Partenaires : Collectivités locales et gouvernement néerlandais/Amsterdam Smart City

Objectif de la plateforme ZO!City :

Co-construire la programmation commerciale avec les habitants d'un quartier :

- Recensement des locaux vacants, contact des propriétaires, mobilisation des acteurs
- Chacun (propriétaires, associations, entreprises, résidents…) peut proposer un projet, le localiser sur la carte de la plate-forme, échanger avec les autorités sur sa faisabilité ou solliciter un financement participatif

ZO!City
Transforming Amsterdam Southeast



Le crowdsourcing consiste à externaliser une activité vers « la foule », c'est-à-dire vers un grand nombre d'acteurs anonymes (à priori). Son essor est fortement lié au développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Le dispositif « Créa commerce » de Haute-Corrèze Communauté (hab.)

Contexte :
Des problématiques existantes dans les centres villes et bourgs (Ussel, Meymac…)

- Difficultés des porteurs de projets à trouver des locaux adaptés à des prix raisonnables
- Progression de la fermeture des magasins
- Déclin de l'offre et perte d'attractivité des centres

Objectifs:
Subvention aux porteurs de projets :

- Pour la création ou reprise d'une activité commerciale ou artisanale
- Pour l'acquisition ou la location d'un local professionnel
- Pour la réalisation des travaux de rénovations, agencement ou/et aménagement

Bénéficiaires : porteurs de projets, entreprises et associations

L'aide à la sortie de vacance d'un local commercial à Moulins (19 600 hab.)

Objectif:

- Faciliter la recommercialisation des locaux vacants
- « Récompenser » les porteurs de projets faisant le choix du centre-ville
- Atténuer les risques et charges incombant à la réoccupation d'un local vacant de centre-ville par rapport au foncier de périphérie

Mise en œuvre :

- Signature d'un règlement d'attribution des aides de la Ville dans le cadre d'une OPAH-RU
- Subvention de 5% du montant des travaux, de l'acquisition du mobilier ou de la signalétique et de l'acquisition du local
- Minimum 5 000 € / maximum 50 000 €
- Local vacant depuis plus de 6 mois
- Implantation d'activités d'équipement de la pers., maison, culture, loisirs

Les dispositifs financiers pour soutenir l'ouverture de commerces en centres-villes/bourgs

L'ouverture d'un Comptoir de Campagne à Echalas (2 000 hab.)

L'utilisation de foncier communal pour l'ouverture d'un commerce

Contexte : commune rurale comptant 5 activités commerciales en centre-bourg

Description du projet : l'implantation d'un Comptoir de Campagne en centre-bourg → une offre de produits de proximité, un espace de restauration et salon de thé, la mise en place de services de proximité : relais poste, française des jeux, relais colis

Acteur	Actions	Coûts
Commune d'Echalas	Propriétaire du local commercial Travaux de réhabilitation des locaux Accompagnement à l'installation du porteur de projet	- / (coûts des travaux estimé à 200 k EUR)
Vienne Condrieu Agglomération	Financement de l'étude de programmation pour l'installation du Comptoir de Campagne	6 k EUR
L'entreprise Comptoir de Campagne	Réalisation d'une étude de marché Equipements du Comptoir/ logistique/ communication autour de l'ouverture du magasin Recherche et accompagnement du gérant du Comptoir	65 k EUR

Comptoir de campagne de La Bauche
Source : article du Dauphiné, publié le 29 juin 2020

Comptoir de Campagne de Mâcon
Source : article macon-infos.com, publié le 18 juin 2020

L'ouverture d'un Comptoir de Campagne à Echalas

L'utilisation de foncier communal pour l'ouverture d'un commerce

2021

- Prise de contact de Comptoir de Campagne auprès de la commune d'Echalas
- Réalisation d'une étude d'expertise foncière et d'une étude de marché sur l'installation du Comptoir de Campagne à Echalas

2022

- Elaboration du projet d'implantation et identification des travaux et du calendrier des travaux

2023

- Lancement du processus de recrutement du franchisé
- Finalisation des travaux
- Ouverture du Comptoir de Campagne

Freins/ Risques :

- Besoins de travaux conséquents de réhabilitation sur les locaux communaux avant l'installation du Comptoir de Campagne, pris en charge par la commune
- L'indisponibilité d'une licence IV
- L'offre concurrentielle forte : grandes surfaces et magasins spécialisés
- L'équilibre nécessaire à trouver avec les producteurs présents sur le marché hebdomadaire

Atouts /Conditions de réussite :

- Des conditions socio-démographiques favorables
- l'existence d'un potentiel marchand pour l'ouverture d'une épicerie multiservice en cœur de bourg (démontré par les études de marché)
- L'intégration en amont des commerçants sédentaires et du marché au projet de l'installation du Comptoir de Campagne
- L'intégration du Comptoir d'Echalas dans un réseau d'autres Comptoir de Campagne dans des communes proches

L'opération pilote du dispositif de boutiques tests dans la commune de Noyon (13 593 hab.)

Les dispositifs de commerces éphèmères

Acteur	Actions
Commune de Noyon	- Identification des locaux commerciaux - Location / sous location du local commercial - Remise en état du local commercial - Recherche et sélection des porteurs de projets - Montage juridique du projet - Communication sur l'opération - Accompagnement du porteur de projet dans ses choix techniques, financiers
Pays noyonnais	- Identification des locaux commerciaux
Fédération des boutique test	- Méthodologie pour la mise en place du dispositif de boutique test, formation des collectivité/services techniques - Accompagnement dans le montage juridique des dossiers

Partenaires	Actions
Initiative Oise-Est (réseau d'accompagnement et de financement de la création d'entreprise ou de commerce)	- Accompagnement dans le montage financier du projet - Prêt à taux 0
Partenaires privés	- Services remisés - Actions de communication à des coûts avantageux
Chambres consulaires	- Méthodologie pour la mise en place du dispositif de boutique test, formation des collectivités/services techniques - Accompagnement dans le montage des dossiers
Association des commerçants	Partenariat avec des entreprises locales pour la mise en place d'un kit de communication et l'agencement des locaux à tarifs préférentiels Parrainage des nouveaux commerçants

L'opération pilote du dispositif de boutiques tests dans la commune de Noyon (13 593 hab.)

Les dispositifs de commerces éphèmères

Printemps 2013
- Identification du local disponible en centre-ville
- Négociation du loyer dans le cadre d'un bail précaire

Eté 2013
- Lancement d'un appel à candidature*
- Réalisation des travaux sur le local commercial par la ville
- Identification du projet d'épicerie fine
- Mise en place du dispositif de location et de sous location
- **Lancement de l'activité**

Prolongation de la phase test/ développement de l'activité (création d'un espace café)

2014
- Arrêt du projet d'épicerie fine dans le local de la boutique test
- Reprise de la boutique par un magasin de prêt à porter, toujours actif à ce jour

Freins/ Risques :
- En 2021 un bilan contesté du dispositif : la fermeture de 4 boutiques à l'essai depuis la mise en place du dispositif
- Une opération couteuse pour la collectivité

Atouts /Conditions de réussite :
- La mobilisation d'un réseau de partenaire permettant de construire un contexte favorable à l'installation de nouveaux commerçants
- La visibilité engendrée par la mise en place du dispositif de boutique test par la Fédération
- L'accompagnement en amont et après l'ouverture de la boutique du porteur de projet
- Encore 3 boutiques tests fonctionnant aujourd'hui sur le territoire, des bénéfices de l'action à long terme

L'appel à candidature : procédure d'identification et de sélection de candidats pouvant répondre à un besoin défini (occupation d'un local vacant)

Bail précaire : Art. L 145-5 du code du commerce : bail d'une durée totale de 3 ans maximum (non renouvelable entre le porteur de projet et la collectivité)
L'inconvénient d'interdire aux parties de signer un second bail dérogatoire à l'avenir/ L'avantage de donner à la collectivité la maitrise sur l'occupation du local

La reprise de la boucherie de Bambecques (812 hab.)

La mise en place d'un fond d'investissement de l'immobilier commercial de la collectivité

2018

- Acquisition des murs de la boucherie-charcuterie par la Communauté de Communes des Hauts-de-Flandre (CCHF)

2020

- Réalisation des travaux (désamiantage, réhabilitation et destruction/ reconstruction d'une partie du local)
- Recherche de porteurs de projet/validation du porteur de projet par la commune

2021

- Réouverture de la boucherie charcuterie

Acteur	Actions
CCHF	Acquisition/réhabilitation du local de la boucherie-charcuterie Recherche et accompagnement du porteur de projet
Commune de Bambecques	Participation au financement de l'opération (5% de l'investissement immobilier dans un plafond maximum de 25 000 €) Validation du projet

Acquisition du local : 90 000 €
Réalisation des travaux : / (plusieurs centaines de milliers d'euros)

Freins/ Risques :

- Fermeture de l'activité avant que le porteur de projet n'est pu effectuer le rachat des murs auprès de l'intercommunalité → l'intercommunalité reste propriétaire des murs et doit assurer la reprise du local

Atouts /Conditions de réussite :

- Préparation de l'opération en amont : diagnostic sur le local sélectionné, étude de la candidature du porteur de projet afin d'être en mesure d'élaborer un plan financier assurant à terme, l'équilibre de l'opération

La reprise de la boucherie de Bambecques (812 habitants)

La mise en place d'un fond d'investissement de l'immobilier commercial de la collectivité

« Bien évalué l'achat du bien, bien choisir le porteur de projet, évaluer les travaux en amont. Tous les choix doivent être pesés ! »

Date de création : 2016

Contexte : territoire rural avec des problématique concernant des commerces de proximité dans des communes « isolées »

Financements : publics uniquement

Financement d'une étude de diagnostic commercial, artisanal et de service par les fonds du programme LEADER (montant de l'étude de 12 k €)

Objectifs :

- Acquisition/ rénovation des murs par la CCHF via le fonds d'investissement
- Recherche de porteurs de projet
- Acquisition progressive de la propriété des murs par le porteur de projet

Conditions d'intervention sur l'objet du projet :

- Choix de commerces très ciblés → priorité aux commerces alimentaires de proximité : épiceries/boucheries
- Activité unique dans une commune
- Engagement formalisé de reprise du fonds
- Intervention en cas d'échec d'un repreneur dans l'ouverture d'une activité
- Possibilité de rachat de maison pour la création d'un commerce

Conditions financières :

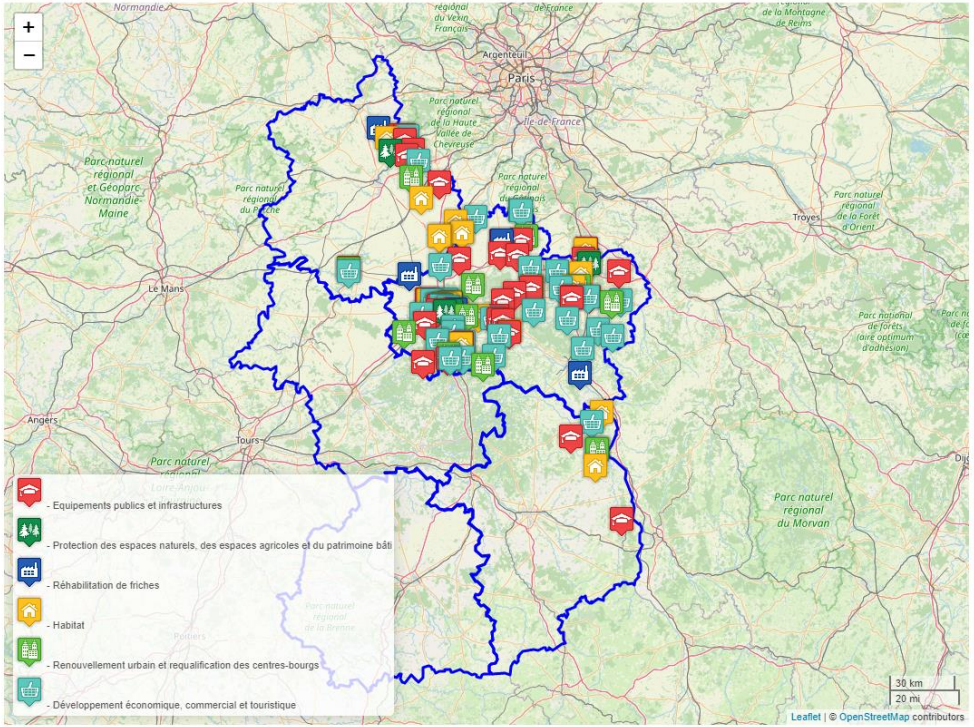
- Montant du loyer adapté à l'activité, permettant de couvrir les remboursements bancaires et les charges d'entretien
- Participation financière de la commune (5% de l'investissement immobilier dans un plafond maximum de 25 000 €)
- Implication de partenaires (chambres consulaires, Initiatives Flandres…)

Etablissement public foncier local interdépartemental (EPFLI) Foncier Cœur de France

L'intervention de l'EPF pour la réhabilitation d'un local commercial vacant

Missions de l'EPFLI Foncier Cœur de France :

- Négociation avec les propriétaires
- Acquisition des biens bâtis et non bâtis pour son propre compte ou pour le compte des collectivités
- Portage des biens au moyen d'une convention de portage (2 à 15 ans)
- Gestion des biens : Gestion de la propriété et des charges du propriétaire, entretien du site, sécurisation, démolition, dépollution, gestion locative, paiement des taxes foncières et des assurances
- Cession des biens à la collectivité à la fin du portage ou à une personne désignée par elle



Source : site internet de https://www.fonciercoeurdefrance.fr/carte-des-projets/

Etablissement public foncier local interdépartemental (EPFLI) Foncier Cœur de France

L'intervention de l'EPF pour la réhabilitation d'un local commercial vacant

Conditions d'intervention :

- Autorisation des collectivités pour l'acquisition d'un bien par l'EPF
- Seuil d'intervention fixé à 10 000 EUR (sauf dans le cas d'opérations globales nécessitant plusieurs acquisitions foncières)

Demande d'intervention :

- Montage du dossier et demande d'intervention formalisée par une délibération de l'assemblée délibérante
- Accompagnement possible de l'EPF auprès du porteur de projet dans sa demande et l'élaboration de la délibération

Prix d'acquisition : arrêté par le Conseil d'administration après accord du porteur de projet

Durée du portage : inscrite dans la Convention de portage (de la date du transfert de propriété à l'EPF à la date de signature de l'acte de vente)

Adhésion des collectivités à l'EPF : libre et gratuite

Source : Site internet de l'EPFLI, https://www. fonciercoeurdefrance.fr, [en ligne]

Les 3 communes centres de la CCPG adhérentes à l'EPFLI :

- Intervention de l'EPFLI à Beaune-la-Rolande

Projet de réhabilitation d'un ancien magasin d'électroménager

- Porteur de projet : commune de Beaune-la-Rolande
- Acquisition en 2018
- Réhabilitation complète : mise aux normes d'accessibilité, amélioration de l'image de l'immobilier commercial, dissociation de l'accès de la partie logement à la partie commerciale

- Intervention de l'EPFLI dans 2 projets de la zone d'activité du Malesherbois portés par la Communauté de Communes du Pithiverais-Gâtinais

Local commercial acquis par l'EPFLI, place du Marché à Beaune-la-Rolande

Les projets mixtes du bailleur social Logem Loiret

L'intervention du bailleur social pour la création d'un local commercial

Exemple du projet mixte du bailleur Logem Loiret dans la commune de Saint-Martin d'Abbat

Programme : 12 appartements/ 8 pavillons/ 1 local commercial

Durée du projet : 5 ans (livraison en 2022)

Source : site internet de Logem Loiret, en ligne, https://www.logemloiret.fr/

Acteurs	Actions
Commune	Prise de contact avec le bailleur Acquisition des biens fonciers à la fin de l'opération → gestion du bien à terme Recherche d'un porteur de projet
Logem Loiret	Etudes préalables (2 ans min.) avant la délibération du conseil d'administration du bailleur actant de la réalisation ou l'abandon du projet Rédaction du cahier des charges et choix de la maitrise d'ouvrage Pilotage de la réalisation des travaux

Freins/ Risques :

- Des conditions d'intervention contraignantes : la création de 10 logements minimum
- Des projets de création de biens neufs plutôt que de la réhabilitation
- Le respect imposé des conditions de règlements de copropriété
- Un risque et des coûts pour la collectivité ayant en charge la reprise des surfaces commerciales au terme d'une durée déterminée

Atouts /Conditions de réussite :

- Prise en charge par le bailleur des travaux de construction
- La commune bénéficie d'un délais avant le portage du projet
- Economie financière sur la création des biens immobiliers du fait de la réalisation d'économie d'échelle

La réouverture de l'auberge de Boffres (700 habs.)

L'intervention des foncières de commerces

Contexte : petit village d'Ardèche, sans commerce de proximité comprenant les bâtiments vétustes d'une ancienne auberge d'une surface de 800 m²

Description du projet :

- Ouverture d'une auberge multiservice dans la commune rurale de Boffres : bar –restaurant, guinguette, épicerie, relais Poste, espace coworking au premier étage
- Organisation d'animations, de formations et d'atelier
- Projet de l'Economie Sociale et Solidaire

Acteur	Actions
Foncière Villages Vivants	Acquisition du bien immobilier/ Financement et gestion des travaux la rénovation
SCOP de l'auberge de Boffres	Gestion de l'auberge
Le Grenade (groupement d'entreprise alternative en développement) **5 entreprises de restauration membres**	- Le Grenade « *favorise la création de nouvelles entreprises par leurs salariés-associés. Celles-ci sont intégrées à la coopérative, dans une logique de renforcement mutuel et d'entraide* » - Formation des salariés, accompagnement à la création d'entreprise
France Active, URSCOP	Accompagnement des porteurs de projets
Partenaires financiers : fondation Raoul Follereau…	Financement du projet

Prix de vente du bâtiment : 85 000 €
Montant de l'opération : (prix de vente, travaux sur l'ensemble du bâtiment, frais) : 1 140 000€

La réouverture de l'auberge de Boffres (700 habs.)

L'intervention des foncières de commerces

2010
- Création du Grenade

2018
- Les porteurs de projets identifient le local (l'auberge du Village, lieu historique et emblématique) mais se heurtent à un blocage financier dans le lancement de leur projet

2019
- Sollicitation auprès de la foncière Village Vivants pour l'ouverture d'une épicerie restaurant en SCOP
- Montage financier et « humain » du projet

Mai 2021
- Ouverture de l'auberge

L'auberge de Boffres

Freins/ Risques :
- Maintien du projet à long terme
- Un projet expérimental → apparition de freins dans l'accompagnement du projet (premier relais poste d'Ardèche, premier projet du Grenade hors métropole lyonnaise)

Atouts /Conditions de réussite :
- Mobilisation d'un réseau de partenaires, financeurs et soutien des porteurs de projet
- Solidité du projet initial (des professionnels expérimentés…)

Source : site internet de l'auberge de Boffres, en ligne https://aubergedeboffres.fr/

Epicerie de l'auberge de Boffres

Le coworking de l'auberge de Boffres

L'opération de remembrement « Pépinière commerciale » de Grasse

L'intervention des collectivités sur les locaux commerciaux vacants

Contexte :

Le secteur d'intervention se caractérise par une forte vacance commerciale et la présence d'îlots dégradés. Lors du lancement du projet, la rue de l'Oratoire, ancien linéaire central de la ville, compte 23 locaux vides (70% des locaux)

Description du projet : une opération de revitalisation commerciale d'un secteur de centre ville à forte vacance

Objectifs :

- Lutter contre la vacance commerciale et la paupérisation de l'offre en centre ancien
- Accueillir des locomotives commerciales sur des surfaces adaptées
- Renforcer la convivialité et l'attractivité du vieux Grasse

Acteur	Actions
Ville de Grasse	Maitrise d'ouvrage
SPL Pays de Grasse Développement	Maitrise d'ouvrage confiée par la Ville de Grasse par concession d'aménagement La SPL achète, rénove pour pouvoir louer ensuite les locaux à des conditions avantageuses
EPARECA	Acquisition et portage foncier de certains locaux pour une durée de 5 ans

Montant de l'opération : 1 550 400 €

Financeurs	Montant	Part de financements du projet
ANRU	94 875 €	6%
CAPG (Communauté d'Agglomération)	330 544 €	21%
Conseil Départemental	160 935 €	10%
Autre	964 046 €	62%
TOTAL	1 550 400 €	

Source : site internet SPL Pays de Grasse Développement : https://www.paysdegrassedeveloppement.fr, en ligne

L'opération de remembrement « Pépinière commerciale de Grasse »

L'intervention des collectivités sur les locaux commerciaux vacants

2005

Acquisitions des murs par négociation ou préemption

Rénovation et mise aux normes des commerces, (avec si possible agrandissement des locaux par regroupement)

Réalisation des travaux :

- En « diffus » sur des rues ciblées (concernant 28 cellules) : 3 tranches de travaux pour la réalisation de 5 à 10 locaux
- Sur des RDC de 5 ilots (concernant 24 cellules) : Réalisation de 9 commerces d'une surface supérieure à 100 m²

2008

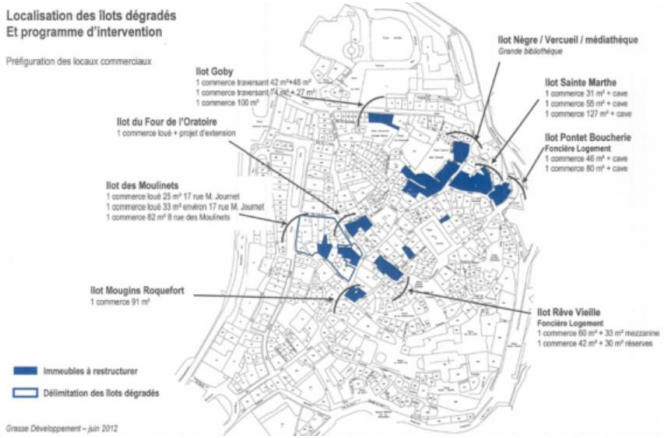
Mise en location et gestion locative des locaux

Acquisition par l'EPARECA* d'une partie des locaux → portage foncier d'une durée de 5 ans

Revente des murs en priorité aux exploitants

2012

Le taux de vacance de la rue de l'Oratoire est de 22%



Freins/ Risques :

- Une opération couteuse, lourde et de long terme

Atouts /Conditions de réussite :

- La mobilisation d'un réseau de partenaires
- Une nouvelle dynamique capable de rehausser l'attractivité à l'échelle d'un secteur
- La production d'un immobilier commercial adapté aux porteurs de projet (surfaces larges…)

**Etablissement Public pour la Restructuration des Espaces Commerciaux et Artisanaux*

L'Office du commerce et de l'artisanat de la ville de Bayonne

Accompagnement, promotion et animation de la communauté commerçante

« Le point principal est la gouvernance ! Il faut décider en avance qui fait quoi et comment les prises de décisions ce passent. »

Date de création : 1998
Nombre de salariés : 3
Budget annuel : 200 000 EUR (financement à 60% par la mairie/40% en fond propre de l'Office)
Localisation : locaux intégrés aux bâtiments de l'Office du tourisme de Bayonne

Principaux partenaires :

- la Ville de Bayonne (prêt de locaux, financements ponctuels d'actions…)
- les chambres consulaires
- l'Office de Tourisme de Bayonne
- les 6 associations de commerçants bayonnaises

Missions :

- **Accroître** la notoriété et la visibilité du commerce, de l'artisanat et des services
- **Générer** et augmenter la fréquentation de la ville
- **Accueillir** les clients dans les meilleures conditions
- **Aider** à l'installation d'enseignes dynamiques
- **Mettre en œuvre du Schéma Directeur pour le commerce**

Exemples d'actions concrètes :

- Mise en avant sur Internet des 1500 établissements commerciaux, artisanaux et de services
- Création du chèque cadeau Bayonne Shopping et la carte Au cœur de Bayonne
- Animations
- Evénements entre commerçants
- Relais d'informations divers (évènements, enquêtes, gestion des déchets, stationnement…)

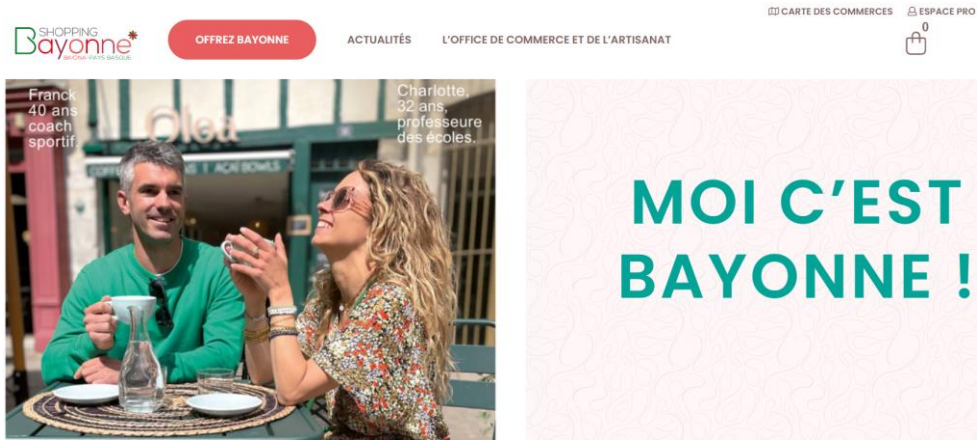
L'Office du commerce et de l'artisanat de la ville de Bayonne

Accompagnement, promotion et animation de la communauté commerçante

2 précisions sur le fonctionnement de l'Office :

- **Elaboration d'un Schéma directeur pour le commerce** avec l'ensemble des acteurs du commerce (chambres consulaires, commerçants, office du tourisme…) → orientations sur les grandes thématiques commerciales : gouvernance du commerce, accompagnement au changement (outils digitaux…)…

Temps d'élaboration du Schéma Directeur : 1 an et demi
Durée de validité du Schéma Directeur : 6 ans



Source : Site internet de l'Office du commerce de Bayonne, en ligne https://www.bayonneshopping.com/

Les actions mises en place année par année :

- répondent aux besoins des commerçants à un instant T
- Sont obligatoirement inscrites dans les orientations du Schéma Directeur

- **En 2021 : création de nouveaux statuts de l'Office pour intégrer les associations de commerçants au conseil d'administration** → une place forte attribuée à la communauté commerçante dans les prises de décisions

Le guichet commerçant unique de Saint-Ouen pour les aides et les formalités des commerçants

Accompagnement, promotion et animation de la communauté commerçante

« La mise en place d'un guichet unique apporte un véritable sentiment d'accompagnement et de proximité pour tous les porteurs de projets installés ou souhaitant s'installer. »

Objectif : la définition d'un interlocuteur unique ayant pour mission de mettre en lien le porteur de projet avec l'ensemble des demandes de renseignements et des formalités

Les missions du guichet unique :

- Animation commerciale de la ville : gestion des marchés, puces, brocantes…
- Attribution des cartes de Marché
- Organisation et coordination des animations en faveur du dynamisme commercial
- Gestion du périmètre de sauvegarde
- Définition et mise en œuvre des chartes de la commune
- Information des commerçants sur la réglementation et les dispositifs existants
- Accompagnement dans les projets commerciaux (étude de marché, enregistrement des autorisations commerciales…)
- Veille via la bourse des locaux et commercialisation de nouveaux locaux commerciaux
- Organisation de partenariats avec les chambres consulaires (CCI et Chambre des métiers), les associations de commerçants
- Recherche de porteurs de projet et prospection auprès d'enseignes extérieures

Sources : https://www.saint-ouen.fr/services-infos-pratiques/commerce-et-artisanat/256-guichet-unique-des-commercants.html

La mutation d'anciens locaux commerciaux ayant perdu leur potentiel commercial

Objectif : le recyclage des locaux commerciaux difficilement re-commercialisables compte tenu de leur emplacement géographique ou leur configuration peu adaptée pour accueillir une activité commerciale (taille, agencement…).

Occupation d'un local commercial par une association/ un usage artistique ou culturel, l'exemple du Baratin à Montilly (03)

À noter : le droit français ne prévoit pas de bail spécifique pour la location d'un local par une association

Sources : page Facebook du Baratin et site internet Allier-Hôtel-Restaurant

Création d'hébergement tourisitique :

À noter : changement de destination non nécessaire (les hébergements hôteliers et touristiques appartiennent à la sous-destination « commerce et activités de services »)

Les locations touristiques peuvent être réalisées directement par le propriétaire (modèle le plus répandu), ou par un locataire, via un bail commercial classique (3-6-9)

Hôtels littéraires _ Le Swann (Paris 8 ème et Arthur Rimbaud (Paris 10 ème)

La création de tiers-lieux; l'exemple des relais d'entreprises du Cantal

En 2007, mise en place du réseau départemental Cyber Cantal Tiers-Lieux comptant 12 tiers-lieux

« Il s'agit de proposer à des télétravailleurs salariés ou auto-entrepreneurs des locaux mutualisés équipés, favorisant l'émergence de réseaux professionnels et facilitant le lien social. »

Source : https://reseau.relais-entreprises.fr/reseau-tiers-lieu/les-relais-dentreprises-du-cantal/

Merci pour votre participation !

a.i.d
OBSERVATOIRE | STRATÉGIE | PROGRAMMATION