



ALBI, PRIX TERRITORIA 2017

Catégorie *revitalisation commerciale*

POUR UNE MEILLEURE ATTRACTIVITÉ ET DYNAMIQUE COMMERCIALE

Engagements et propositions de la ville d'Albi
« pour et avec ses commerçants » 2014-2020



SOMMAIRE

POUR UNE MEILLEURE ATTRACTIVITÉ ET DYNAMIQUE COMMERCIALE

*Engagements et propositions de la ville d'Albi
« pour et avec ses commerçants » 2014-2020*

Introduction	p.3
Engagements et propositions	p.7

Albi est l'épicentre du commerce du territoire de la communauté d'agglomération de l'Albigeois.

Les États généraux qui se sont tenus au début de l'année 2016, ont montré qu'avec le classement au Patrimoine Mondial en 2010 et l'attractivité touristique et économique qui lui est attachée, les grands projets d'aménagements urbains et d'équipements structurants pour le territoire, ainsi que l'innovation qui sera la clé du commerce de demain, Albi est armée pour renforcer sa position commerciale dans un environnement de plus en plus concurrentiel.

Albi est ainsi devenue une porte d'entrée touristique au sein de l'Occitanie et s'inscrit dans une démarche de valorisation de son image avec la création d'une « Destination Albi ». L'inscription au patrimoine mondial, le programme d'aménagements urbains, les travaux de restructuration du musée Toulouse-Lautrec et la réalisation du Grand Théâtre des Cordeliers par l'architecte Dominique Perrault ont donné à Albi une nouvelle visibilité à l'échelle nationale et internationale.

Albi bénéficie d'une hausse de la fréquentation touristique de l'ordre de 35% entre 2009 et 2015 avec près de 1 200 000 visiteurs par an depuis 2012.

Dans ce contexte, la ville d'Albi est attachée au maintien et à la vitalité d'un commerce de proximité en centre ville.

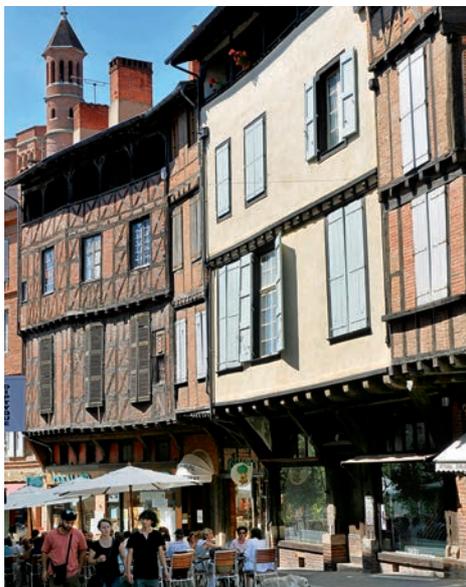
Le commerce de centre ville albigeois est animé par près de 700 établissements dont un peu plus de 500 commerces de détail répartis pour moitié dans le secteur piéton.

Albi bénéficie depuis 2015 du classement de son cœur de ville en zone d'intérêt touristique permettant aux commerces du périmètre concerné (espace urbain de la Cité épiscopale étendu au secteur sauvegardé, la partie du faubourg du Vigan comprenant les secteurs rénovés et commerçants des rues Croix-Verte et Séré-de-Rivières, le nouvel espace urbain, culturel et de congrès des Cordeliers) d'ouvrir tous les dimanches de l'année sans contraintes et de répondre aux attentes des Albigeois et des visiteurs.

Ce cœur de ville est également animé par un marché couvert dynamique, véritable locomotive alimentaire du cœur de ville qui propose 28 loges ouvertes 6 jours sur 7, 3 marchés hebdomadaires de plein air ainsi qu'un marché biologique.

Le commerce de centre ville représente aujourd'hui 25 % du chiffre d'affaires de la commune.

Le tissu des entreprises commerciales et artisanales est un facteur déterminant du développement équilibré de la ville par les emplois qu'il contribue à créer, les services qu'il rend aux entreprises comme aux résidents et visiteurs et l'animation permanente qu'il suscite. Nombreuses sont les études d'images qui montrent que le commerce de proximité bénéficie d'une image d'excellence consensuelle : l'accueil du client, agréable et personnalisé,



la qualité des produits, du conseil et des services rendus. C'est indéniablement un vecteur de vitalité, d'attractivité et de lien économique et social.

Les attentes formulées à l'égard du commerce de proximité témoignent de l'attachement des consommateurs à leurs commerçants installés en centre-ville : des commerces à l'esthétique plus agréable et plus plaisante, des apports de praticité, des signes de « renouveau » et de dynamisme de la part des commerçants, des prix plus attractifs, et un repositionnement en complément de la grande distribution.

L'équilibre du commerce de coeur de ville par rapport à la grande distribution doit être respecté afin de conserver une véritable attractivité tant pour ses habitants que pour les touristes.

Il convient de soutenir la fonction commerciale par le maintien et le développement du commerce et de l'artisanat de proximité, d'atténuer les effets de la mono activité, de freiner à certains endroits l'implantation d'activités de services (banques, assurances, agences immobilières...) par tous les outils réglementaires et économiques : de la taxe sur le foncier commercial non exploité à une gestion maîtrisée des espaces et de l'urbanisme commercial.

La politique engagée en faveur du réaménagement des espaces urbains et les nouveaux schémas d'accessibilité et de cheminements destinés à maîtriser le stationnement au plus près des commerces tout en favorisant les modes doux de déplacement sont destinés à apporter des opportunités fortes en matière d'animation et de loisirs liées aux filières de l'événementiel, du tourisme et de la culture.

Ces nouveaux espaces se doivent d'être appréhendés avec le tissu économique en termes d'occupation afin de greffer des activités répondant aux besoins tant des habitants que des visiteurs.

L'essor de l'utilisation des nouvelles technologies et le développement du e-commerce et du e-business obligent à s'interroger sur ce que représente aujourd'hui le commerce physique et quels services il doit apporter à la satisfaction du consommateur qui recherche d'autres expériences et besoins que le seul acte d'achat.

Pour garantir et dynamiser un commerce de centre ville fort et attractif, il est aujourd'hui nécessaire de favoriser et soutenir les initiatives novatrices qui tendent à répondre aux nouveaux modes de consommation et aux nouveaux besoins des consommateurs et profiter des opportunités des mutations que connaît Albi pour y inscrire durablement le développement commercial. La Ville d'Albi souhaite plus que jamais faire du commerce une priorité de la politique municipale. C'est dans ce cadre que des engagements sont pris pour un commerce toujours plus attractif à Albi.







***ENGAGEMENTS
ET PROPOSITIONS***

1/ UN MAIRE ADJOINT AU COMMERCE

Le commerce priorité de la politique de la ville

- Le maire adjoint au commerce est le **relais des commerçants et des associations de commerçants** auprès de l'ensemble du conseil municipal.

2/ UN SERVICE MUNICIPAL DÉDIÉ AU COMMERCE, À LA PROSPECTIVE ET AUX MARCHÉS

Une stratégie de management et d'attractivité pour l'ensemble du commerce albigeois

Ce service municipal a pour mission d'accompagner les associations de commerçants et de travailler en étroite collaboration et en interface avec la CCI du Tarn.

Il assure notamment :

- la mise en place d'un **observatoire du commerce** en partenariat avec la CCI du Tarn ;
- l'actualisation des **études économiques** co-financées par la Ville et la CCI du Tarn ;
- la **veille sur les locaux commerciaux** vacants et sur les loyers commerciaux ;
- la **démarche prospective** pour l'implantation de nouvelles enseignes en préservant un équilibre entre le centre et la périphérie.

3/ UNE COMMISSION EXTRA MUNICIPALE DU COMMERCE RENFORCÉE

Pour une réflexion encore plus partagée

Organe de **débats, d'échanges et de concertation** la commission extra municipale du commerce se réunit régulièrement afin de traiter toutes les questions ayant un impact sur la vie commerciale et sur les stratégies collectives à mener en faveur de l'attractivité du commerce albigeois.

4/ DES LIVRAISONS FACILITÉES EN CENTRE VILLE

Une optimisation du service

- par le biais d'**horaires souples et adaptées** ;
- par l'usage des **modes de livraisons doux** ;
- par la création de nouveaux **emplacements de livraison mutualisés** à l'usage des commerces, notamment pour le dernier kilomètre.
- **À PLUS LONG TERME** : par la **mutualisation des tournées** en associant les commerces.

5/ LA LUTTE CONTRE LES FRICHES COMMERCIALES

La réaffectation du produit de la taxe sur des locaux commerciaux vacants

- La **taxe sur les friches commerciales** (adoptée par le conseil municipal du 11 avril 2016) encourage les propriétaires à louer les locaux inexploités et à réguler les prix du marché Locatif: le produit de cette taxe sera affectée chaque année à des opérations exclusivement dédiées au commerce de centre ville ;
- Encourager les initiatives de **boutiques éphémères** dans les locaux commerciaux on affectés ;
- **À PLUS LONG TERME** : création d'une **plate-forme propriétaires**, dans le cadre de la prospective commerciale en partenariat avec la CCI du Tarn, afin de les mettre en lien avec des investisseurs potentiels.

6/ UNE OCCUPATION CONCERTÉE, QUALITATIVE ET COHÉRENTE DU DOMAINE PUBLIC

Pour affirmer une identité distinctive et cohérente

- par la poursuite des actions menées dans le cadre de la **charte de qualité urbaine** en matière d'aménagement des vitrines, des terrasses et de la gestion des enseignes ;
- par l'intensification des actions engagées pour définir des **linéaires commerciaux** visibles, qualitatifs et attractifs ;
- par la mise en œuvre d'une **signalétique** cohérente et de qualité.



7/ UN AMÉNAGEMENT CONCERTÉ ET QUALITATIF DES ESPACES PUBLICS

au bénéfice d'une vie commerciale dans le respect de ses différents usages

- par des **aménagements urbains** qui mettent en valeur la qualité des commerces et prennent en compte les logiques d'accessibilité aisée et de bien vivre en ville ;
- par l'interdiction des **travaux dans les rues commerçantes** pendant les périodes de forte activité et la période estivale ;
- par une **gestion programmée et concertée des travaux d'aménagement** ayant un impact sur l'activité commerciale ainsi qu'un accompagnement par le service commerce notamment dans leurs démarches administratives (lettres types, listes de contacts utiles, attestations ...), en partenariat avec la CCI du Tarn ;
- par la poursuite des **illuminations et de décorations de Noël** de qualité dans tous les quartiers et notamment des rues et places commerçantes.



8/ DES DÉPLACEMENTS FACILITÉS

critères essentiels pour attirer la clientèle

L'objectif faire du cœur de ville commerçant un cœur de ville accessible :

- par la poursuite du **stationnement résident** ;
- par le **stationnement à horaire** pour favoriser la rotation des véhicules ;
- par la garantie du **maintien de tarifs de stationnement** en surface comme en ouvrage ;
- par le biais des **parkings relais** et de lignes de transport en commun avec un cadencement adapté vers le centre ville par la valorisation de la **TCSP** existante ;
- par la facilitation des **accès PMR**, notamment au travers d'un plan, et d'outils de géolocalisation ;
- par la multiplication des **arceaux à vélos** à proximité des rues commerçantes.



10/ SÉCURITÉ ET PROPRETÉ

les priorités

- Pour une **sécurité optimale** dans les rues commerçantes :
 - ouverture d'un **bureau de police municipale place Sainte-Cécile** ;
 - poursuite du déploiement du dispositif de **vidéo-protection** ;
 - **formation des commerçants à la prévention des risques** (lutte contre les risques d'incendies, gestion des déchets liés à l'activité commerciale, des réserves et du stockage des marchandises susceptibles de présenter un risque de départ de feu...) menée conjointement par les services de la ville d'Albi, du SDIS et de la CCI du Tarn.
-
- Pour des rues **commerçantes propres et accueillantes** :
 - maintien de la prise en charge de la **collecte de cartons** en centre ville, comme en périphérie ;
 - création d'une **brigade anti-tags** chargée du nettoyage sur demande ;
 - des **horaires de collecte des ordures ménagères** revues et adaptées par rapport à l'activité des restaurants notamment en saison estivale.



11/ UN GUICHET UNIQUE DU COMMERCE

pour faciliter les démarches des commerçants

Ce guichet unique du commerce est chargé de guider les commerçants dans leurs différentes démarches quelles concernent notamment : la propreté, la sécurité, les transports, la fiscalité, les occupations du domaine public, les autorisations d'urbanisme... Situé **au sein de la Maison de projets**, rue de l'Hôtel de Ville, le guichet unique sera ouvert chaque lundi pour accueillir les commerçants et pour relayer leurs besoins. En complément un **guide spécifique** à destination des commerçants sera mis en ligne.



12/ UNE MOBILITÉ EN CONSTANTE ÉVOLUTION

de nouveaux services

- création d'un **guide de la mobilité et du stationnement**,
- offre de stationnement avec des **places marquées dédiées aux « familles »**, à proximité des commerces de cœur de ville ;
- **À PLUS LONG TERME** : création d'une **carte de fidélité collective** valable dans les commerces et qui permet aux commerçants partenaires de participer au financement du stationnement et des titres de transport en commun de leurs clients, premier pas vers la mutualisation du ticket transport/stationnement ;
- **À PLUS LONG TERME** : nouvelle offre destinée à **faciliter les conditions d'accès des aînés**.



14/ NOUVEAUX OUTILS

pour une connectivité des commerces

- des **applications smartphones** ;
- une **communication directe entre commerçants et clients** (offres promotionnelles, disponibilité d'un produit chez les commerçants albigeois en lien avec les plates-formes de vente) ;
- une **offre wifi municipale gratuite** ;
- la création d'un **E-chéquier** ;
- une information permanente par **E-mailing**.



15/ UNE REVITALISATION DES RUES COMMERÇANTES

poursuite de la politique en faveur de l'habitat

- création d'un **référentiel foncier** pour identifier les sites susceptibles de proposer de nouveaux logements en cœur de ville ;
- poursuite des **programmes de rénovation de l'habitat et des façades** ;
- intensification de la **stratégie de résorption de la vacance** en cœur de ville ;
- **réaffectation d'une partie de la taxe sur les logements vacants** à la création d'accès au dessus des commerces.

CONTACTS :

PHILIPPE MALLET,

*Chef du service Commerce et Marchés
05 63 49 11 97
philippe.mallet@mairie-albi.fr*

BRIGITTE CHARBONNIÈRES,

*Attachée de presse - 05 63 49 14 97
brigitte.charbonnieres@mairie-albi.fr*

VILLE D'ALBI

*16 rue de l'Hôtel de Ville
81023 Albi cedex 9*

www.albi.fr

LES RÉSEAUX SOCIAUX

FACEBOOK: /mairiealbi

TWITTER: @ville_albi

INSTAGRAM: @ville_albi



www.mairie-albi.fr