EXTRAIT DES REGISTRES DES DELIBERATIONS DU BUREAU DE LA METROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE

Séance du 7 octobre 2021

Madame Martine VASSAL, Présidente de la Métropole Aix-Marseille-Provence, a ouvert la séance à laquelle ont été présents 33 membres.

Étaient présents Mesdames et Messieurs :

Martial ALVAREZ - Christian AMIRATY - Philippe ARDHUIN - François BERNARDINI - Gérard BRAMOULLÉ - Christian BURLE - Emmanuelle CHARAFE - Gaby CHARROUX - Georges CRISTIANI - Daniel GAGNON - David GALTIER - Gérard GAZAY - Roland GIBERTI - Philippe GINOUX - Jean-Pascal GOURNES - Nicolas ISNARD - Didier KHELFA - Arnaud MERCIER - Danielle MILON - Véronique MIQUELLY - Pascal MONTECOT - Roland MOUREN - Didier PARAKIAN - Serge PEROTTINO - Catherine PILA - Henri PONS - Didier REAULT - Georges ROSSO - Michel ROUX - Martine VASSAL - Amapola VENTRON - Yves VIDAL - David YTIER.

Étaient absents et représentés Mesdames et Messieurs :

Olivier FREGEAC représenté par Jean-Pascal GOURNES.

Étaient absents et excusés Mesdames et Messieurs :

Sophie JOISSAINS - Maryse JOISSAINS MASINI - Eric LE DISSÈS.

Madame la Présidente a proposé au Bureau de la Métropole d'accepter les conclusions exposées ci-après et de les convertir en délibération.

ECOR 006-10263/21/BM

■ Renouveau de l'adhésion de la Métropole Aix-Marseille-Provence à la fédération des boutiques à l'essai et paiement de la cotisation 2021 MET 21/19975/BM

Madame la Présidente de la Métropole Aix-Marseille-Provence sur proposition du Commissaire Rapporteur soumet au Bureau de la Métropole le rapport suivant :

La Métropole Aix-Marseille-Provence est devenue l'une des toutes premières métropoles à s'engager en faveur du commerce de proximité à travers son agenda du développement économique, voté en conseil métropolitain le 30 mars 2017. L'une de ses orientations stratégiques consiste à construire une métropole de proximité proche de ses habitants en accompagnant notamment tous les territoires dans leurs politiques en faveur du commerce de proximité et de l'artisanat.

Afin de répondre aux problématiques commerciales métropolitaines, la Métropole a défini les actions suivantes, à travers son agenda du développement économique :

- Objectif à court terme : mettre en œuvre des premiers outils de proximité et lancer le Schéma Directeur d'Urbanisme Commercial (SDUC métropolitain).
- Objectif à moyen terme : déployer des outils et des expérimentations sur les centres villes.
- Objectif à long terme : redynamiser les centres villes et satisfaire les besoins de proximité des habitants.

Le commerce de proximité et l'artisanat contribuent à améliorer le cadre de vie et constituent un facteur d'animation, un vecteur de lien social et de proximité. Mais certaines communes voient ce tissu économique se fragiliser et perdre en dynamisme. Les raisons sont multiples et varient d'un territoire à un autre, de la concurrence des grandes surfaces et des zones commerciales implantées en périphérie des

Signé le 7 Octobre 2021
Reçu au Contrôle de légalité le 08 octobre 2021

zones urbaines, à l'émergence de nouveaux comportements d'achat (e-commerce...). Soutenir et dynamiser le commerce de proximité et l'artisanat constituant, à ce titre, une priorité métropolitaine.

L'étude de l'armature commerciale métropolitaine, effectuée par le cabinet PIVADIS fin 2015, mettait en lumière la déconnexion de l'évolution de l'offre commerciale métropolitaine avec l'évolution du marché théorique. Cette étude montrait à la fois l'état de sufrage à l'échelle métropolitaine, mais aussi les risques de désaffectation de certains sites et centres villes, ce qui pose des problèmes majeurs en termes d'animation et d'attractivité.

Le territoire de la Métropole se caractérise notamment par des cœurs de ville en déficit d'attractivité commerciale, concurrencés par des zones commerciales périphériques. A titre d'illustration, sur des agglomérations de plus de 250 000 habitants en France, 58 % des consommateurs viennent de l'extérieur. Pour le centre-ville de Marseille, ce chiffre s'élève à peine à 18 %. La vacance commerciale augmente dans un grand nombre de centres villes de la Métropole, avec un taux supérieur à 8%, soit un niveau considéré comme problématique (plus de 11% pour le centre-ville de Marseille, source « Trait Urbain de novembre 2016).

Ce phénomène de dévitalisation des centralités urbaines, bien que contrasté d'un territoire à l'autre, devient préoccupant tant le commerce participe à la vie de la cité et la façonne en grande partie. Si le commerce en centre-ville est avant tout dépendant du contexte socio-économique de son territoire, il est aussi très sensible au bon équilibre des concurrences au sein de l'appareil commercial ainsi qu'à la qualité de son environnement.

La vacance commerciale n'arrive pas seule, les facteurs liés et aggravant cette situation peuvent être regroupés autour des trois grands déterminants observés sur le territoire métropolitain :

- l'existence d'un marché de consommation non dynamique et restreint (faible évolution de la population, paupérisation, hausse de la vacance des logements...);
- des conditions d'exploitation qui ne facilitent pas l'activité commerciale (pression fiscale, coût du foncier et des baux commerciaux...) et un environnement défavorable en centre-ville (équipements et services, accessibilité, sécurité...);
- un déséquilibre de l'offre commerciale entre la centralité et sa périphérie.

Afin de répondre à la problématique de la revitalisation des centres villes, il est proposé de mettre en œuvre, une nouvelle année, le dispositif de lutte contre la fermeture du commerce de proximité « Ma Boutique à l'Essai ».

Pour lutter contre la fermeture du commerce de proximité et maintenir un commerce de centre-ville, le dispositif « Ma Boutique à l'Essai » permet à des créateurs de tester leurs idées de commerces au sein d'une boutique pilote dans un local commercial vacant. L'objectif est de permettre à un porteur de projet de tester son idée de commerce dans un local vacant pendant une période de 6 mois renouvelable 1 fois. Dans le cas où l'activité devient rentable le commerçant conserve le local et l'opération se déplace sur une autre cellule vacante. Dans le cas contraire, la boutique est mise à nouveau à l'essai.

Déroulé de l'action :

- 1) Identification des locaux vacants prioritaires sur la commune par les partenaires locaux.
- 2) Négociation de « Boutique à l'essai » avec les propriétaires et signature d'une convention tripartite entre le propriétaire / la fédération Boutique à l'essai / la Collectivité.
- 3) Installation d'une vitrophanie et aménagement de la devanture des locaux vacants pour attirer des porteurs de projets.
- 4) Comité de sélection du porteur de projet avec les acteurs locaux.
- 5) Accompagnement par la plateforme d'initiative au porteur de projet qui s'installe pour une période de 6 mois et sa sortie du dispositif (les conditions de sorties sont intégrées dans le bail dès le début).

La Fédération Boutique à l'essai accompagne les collectivités, apporte un guide et des supports de communication, permet l'utilisation de la marque et forme les plateformes d'initiative du territoire

métropolitain qui mettent en œuvre le dispositif sur le terrain. Les plateformes mobilisent de multiples compétences : agences immobilières, architectes, relations presse, partenariat.

Adhérente depuis 2018, la Métropole a la possibilité de reconduire son adhésion en 2021 pour un montant de 10 000 euros / an (sans l'adhésion de la Métropole, le coût de l'adhésion par commune est de l'ordre de 4 000 euros à 6 000 euros).

Le dispositif a été déployé sur 8 communes métropolitaines depuis 2018, soit 15 projets de boutiques implantées ou en phase de finalisation.

Afin d'achever les opérations lancées avant la crise sanitaire et retardées par les nombreuses contraintes liées à cette crise, il est proposé de reconduire le dispositif « Ma boutique à l'essai » en 2021.

Telles sont les raisons qui nous incitent à proposer au Bureau de la Métropole de prendre la délibération ci-après :

Le Bureau de la Métropole Aix-Marseille-Provence,

Vu

- Le Code Général des Collectivités Territoriales ;
- La loi n°2014-58 du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles ;
- La loi n°2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République ;
- La délibération n° FBPA 029-8299/20/CM du Conseil de la Métropole du 31 juillet 2020 portant adoption du règlement budgétaire et financier ;
- La délibération n° HN 001-8073/20/CM du Conseil de la Métropole du 17 juillet 2020 portant délégation de compétences du Conseil au Bureau de la Métropole.

Oùï le rapport ci-dessus,

Entendues les conclusions du Commissaire Rapporteur,

Considérant

- La nécessité de soutenir le commerce de proximité, facteur de l'attractivité des centres villes.

Délibère

Article 1 :

Est approuvé le renouvellement de l'adhésion de la Métropole Aix-Marseille-Provence à la fédération des boutiques à l'essai et le paiement de la cotisation 2021 d'un montant de 10 000 euros.

Article 2 :

Les crédits nécessaires sont inscrits au Budget Principal Métropole 2021, sous-politique B320, chapitre 011, Nature 6281, fonction 632.

Cette proposition mise aux voix est adoptée.

Certifié Conforme,
Le Vice-Président Délégué
Développement économique,
Plan de relance pour les entreprises
Artisanat et Commerce

Gérard GAZAY