

COMMUNIQUE DE PRESSE

Vendredi 14 avril 2023

IMAGINER ET CONSTRUIRE LE COMMERCE DE DEMAIN EN CENTRE-VILLE

POINT D'ÉTAPE D'UNE NOUVELLE STRATÉGIE D'ATTRACTIVITÉ COMMERCIALE



Le commerce, c'est ce qui fait la vitalité d'une ville.

L'attractivité de nos commerces, leur vitalité et le développement de la production locale sont notre priorité, et d'autant plus dans la période de crise et d'inflation que nous traversons actuellement. Depuis plus de deux ans, que ce soit en ajournant le projet de méga centre commercial en périphérie de la ville ou en déployant la gratuité des transports en commun pour les métropolitains, nous avons œuvré pour l'attractivité de notre cœur de ville.

L'ouverture d'un pop-up store au mois de décembre dernier place de la Comédie, les travaux engagés sur la place et l'Esplanade Charles-de-Gaulle, la lutte contre les dark stores, le retour de grandes manifestations telles que "Cœur de Ville en Lumières" et le lancement à l'automne dernier d'un diagnostic du centre-ville pour penser et mettre en œuvre une nouvelle stratégie d'attractivité commerciale sont autant d'exemples de nos efforts pour faire vivre le cœur de ville marchand et les commerces locaux de proximité.

Parce que les commerçants sont des acteurs incontournables du lien social, nous avons souhaité les associer à notre réflexion autour de cette nouvelle stratégie commerciale, pour imaginer ensemble et co-construire le centre-ville de demain".



Michaël DELAFOSSE

Maire de la Ville de Montpellier
Président de Montpellier Méditerranée Métropole

1 - MONTPELLIER, UN TERRITOIRE DYNAMIQUE RÉSOLUMENT TOURNÉ VERS L'AVENIR

La Ville de Montpellier est au centre d'une métropole qui rayonne sur une zone de chalandise de plus de 800 000 habitants.

L'attractivité du cœur de ville dépend de plusieurs critères : l'espace public, l'offre d'équipements de proximité, l'animation culturelle, la sécurité, la propreté urbaine mais également de la dynamique commerciale.

Une étude menée par "MyTraffic" a souligné au mois de décembre 2022, la dynamique commerciale du centre-ville puisque 4 millions de visiteurs ont été enregistré entre les mois de janvier et d'août 2022 dans la rue de la Loge, artère commerçante la plus empruntée. Une fréquentation piétonne qui a augmenté de 40% par rapport à l'année 2021, devenant ainsi quasiment identique à celle de la rue des grandes arcades à Strasbourg et se positionnant devant celle de la rue Saint-Ferréol à Marseille.

Les données "MyTraffic" ont permis de mettre en évidence la vitalité du flux passant dans les rues commerçantes de l'Écusson avec :

- 5 rue de la Loge : +32% de fréquentation entre le dernier trimestre 2021 et le dernier trimestre 2022,
- 19 rue de la Loge : + 22%
- 31 rue de l'Aiguillerie : + 30%
- 19 rue Foch : + 28%
- Boulevard du Jeu de Paume/ Rue Four des Flammes : + 50%
- 28 rue du faubourg du Courreau : + 20%
- 24 rue Saint-Guilhem : + 37%
- 7 rue de l'Ancien Courrier : + 32%
- 19 rue de l'Argenterie : + 14%
- 12 Grand'Rue Jean Moulin : + 22%
- 43 Grand'Rue Jean Moulin : +29%

4

millions de visiteurs enregistrés entre le mois de janvier et le mois d'août 2022 dans le centre-ville de Montpellier par l'application "Mytraffic".

Ainsi, en complément du réaménagement de la place de la Comédie, de l'Esplanade-Charles-de-Gaulle pensés comme des îlots de fraîcheur grâce à la végétalisation et aux fontaines et des actions volontaristes destinées à soutenir la vitalité des acteurs économiques locaux et à dynamiser le territoire - gratuité des transports en commun pour les habitants de la Métropole, retour de grandes manifestations telles que "Cœur de Ville en lumières", implantation d'enseignes locales dans le nouveau pop-up store de la place de la Comédie pour soutenir la création de proximité - **la Ville de Montpellier s'est engagée dans l'élaboration d'une stratégie d'attractivité commerciale du centre-ville, en co-construction avec les les commerçants et les acteurs locaux. Ceci dans l'objectif d'adapter le centre-ville aux nouveaux modes de vie et modes de consommation.**

Repenser le parcours commercial, réarticuler les polarités commerciales du territoire entre elles, rééquilibrer la nature des enseignes, réfléchir à l'articulation des activités commerciales avec l'habitat, le patrimoine et les services, voilà les principales questions sur lesquelles cette nouvelle stratégie d'attractivité commerciale du centre-ville devra travailler.



2 - POINT D'ÉTAPE SUR LA CONSTRUCTION D'UNE NOUVELLE STRATÉGIE COMMERCIALE POUR LE CENTRE-VILLE

La Ville de Montpellier a lancé un diagnostic du commerce en centre-ville pour faire un bilan de l'attractivité commerciale et définir les leviers d'attractivité à développer pour construire une stratégie commerciale pour le centre-ville.

A. DES MODÈLES DE VIE QUI ONT ÉVOLUÉ ET QUI NOUS AMÈNENT À REPENSER LA STRATÉGIE COMMERCIALE DU CENTRE-VILLE

Le modèle commercial hérité des années 70 est en cours de renouvellement intensif : les concepts évoluent, la structure urbaine des polarités est elle aussi en pleine mutation... **Mais si tout change en matière de commerce, c'est avant tout parce que les modes de vie et la structure sociologique des territoires sont en plein bouleversement.**

Sur une métropole comme Montpellier, 30 % des habitants ne vivaient pas sur le territoire il y a cinq ans. La crise de l'énergie que nous vivons rebat aussi les cartes en faisant émerger de nouvelles interrogations.

L'objectif de ce diagnostic - mené par le cabinet Lestoux et Associés - **est d'imaginer et de construire le commerce de demain en centre-ville en trouvant des solutions innovantes pour restructurer, booster les pôles commerciaux... et ce, en plaçant au cœur de la réflexion les modes de vie et les usages.**



@ Christophe RUIZ - Ville et Métropole de Montpellier.



@ Christophe RUIZ - Ville et Métropole de Montpellier.

LES CHIFFRES CLÉS DU COMMERCE À MONTPELLIER :

Source : Pôle Attractivité, développement économique, emploi, Montpellier Méditerranée Métropole, 2023.

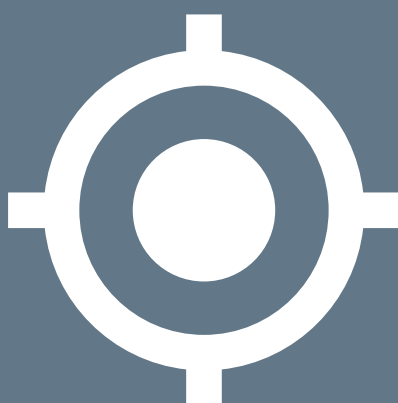
+ 2 000

**activités
identifiées en
centre-ville**

soit 35% de l'offre commerciale de la ville



le centre-ville



**1ère Polarité
commerciale**

+ 800 000

**habitants
sur la zone de
chalandise de
Montpellier**



B. UNE DÉMARCHE CO-CONSTRUITE AVEC LES COMMERÇANTS

La Ville de Montpellier souhaite s'adapter aux nouveaux usages, modes de consommation et aux nouveaux modes de vivre la ville. **C'est pourquoi, le travail qu'elle a engagé pour définir une nouvelle stratégie d'attractivité commerciale du centre-ville est un travail avant tout participatif puisqu'il réunit les commerçants** - acteurs de la ville, vecteurs de lien social, certains faisant même partie de l'histoire du cœur de ville - **les acteurs institutionnels comme la Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Hérault**.
L'objectif : imaginer et construire ensemble le centre-ville de demain.

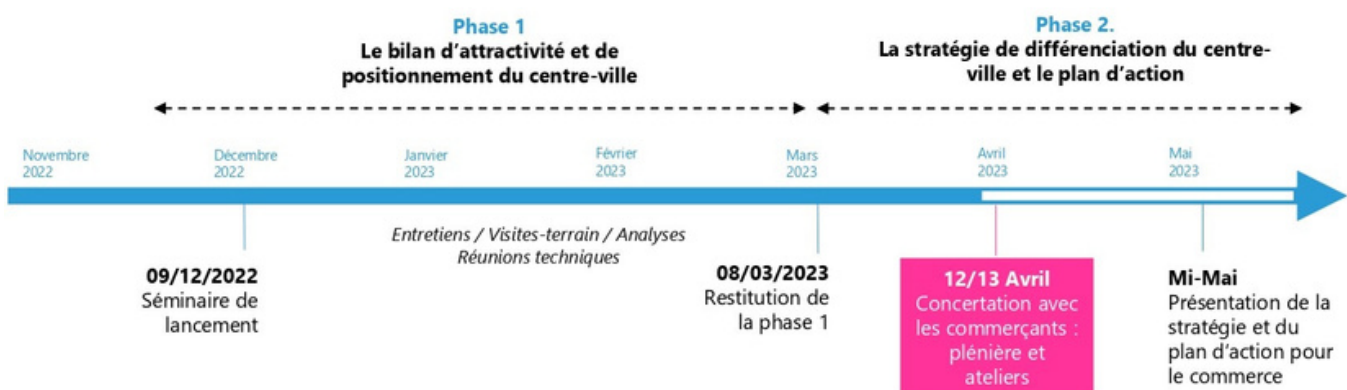
C. PLANNING GÉNÉRAL DE LA MISSION

Cette mission s'est articulée en deux temps :

- **Une première étape** - menée entre le mois de novembre 2022 et le mois de mars 2023 - qui a consisté à faire un bilan de l'attractivité et du positionnement du centre-ville,
- **Une seconde phase** qui va consister à élaborer un plan d'actions pour créer les leviers de développement de la stratégie commerciale et ainsi construire le commerce de demain.



La mission et le planning d'intervention



D. ET AUJOURD'HUI, RETOUR SUR LES DEUX JOURNÉES DE TRAVAIL ORGANISÉES PAR LA VILLE DE MONTPELLIER AVEC LES COMMERÇANTS ET LES INSTITUTIONS PARTENAIRES

Aujourd'hui, nous sommes à la fin du diagnostic. C'est pourquoi, la Ville de Montpellier a choisi de mobiliser pendant deux journées - mercredi 12 et jeudi 13 avril - les partenaires du projets ainsi que les commerçants pour partager le diagnostic mené par le cabinet Lestoux et Associés sur le centre-ville et co-construire ensuite le plan d'actions.

L'objectif est d'identifier collectivement les défis prioritaires pour le coeur commerçant de demain.

→ **Mercredi 12 avril : Une conférence du cabinet Lestoux a été organisée suivie d'un échange avec la salle pour ouvrir la réflexion et stabiliser une compréhension commune des enjeux du commerce de demain, plénière ouverte aux acteurs du commerce du centre-ville de Montpellier.**
Lors de ce rendez-vous, six leviers à activer dans le cadre de l'élaboration de la stratégie d'attractivité du centre-ville ont été présentés.

Ces six leviers sont :

1. Travailler sur la différenciation et l'expérience centre-ville
2. Mieux lire les parcours marchands
3. Développer la convivialité et l'attractivité du cœur marchand
4. Soutenir les fonctions/ services de proximité
5. Créer un centre-ville vert et inclusif pour tous
6. Faire rayonner le centre-ville sur la zone secondaire et tertiaire



→ **Jeudi 13 avril : Des ateliers de concertation ont été engagés les acteurs locaux ainsi que des rendez-vous afin d'échanger sur les enjeux du commerce en centre-ville.**

Forte de ces deux journées de co-construction, la Ville de Montpellier présentera avant l'été 2023, une feuille de route ainsi qu'un plan d'actions pour construire le commerce en centre-ville.

CONTACT PRESSE

Pauline CELLIER
Service des relations presse et médias
Montpellier Méditerranée Métropole
Ville de Montpellier
Tél. 04 67 13 49 46 / 06 28 10 47 93
p.cellier@montpellier3m.fr
montpellier3m.fr - montpellier.fr

 @PresseMTP

newsroom.montpellier3m.fr

