

SHOP'IN

APPUI EN INGÉNIERIE DE DIAGNOSTIC ET
D'OBSERVATOIRE POST-CRISE DE
L'OFFRE COMMERCIALE EN CENTRE-
VILLE

**DIAGNOSTIC FLASH DE LA
RÉSILIENCE COMMERCIALE ET
RECOMMANDATIONS**

VILLE DE LOUÉ

SEPTEMBRE 2022





01

INTRODUCTION

Cadre, objectifs et
approche
méthodologique

01 | CADRE ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Contexte

Dans les cœurs de ville et centres-bourgs déjà fragilisés, les effets de la crise sanitaire constituent un risque important pour le fonctionnement du tissu commercial, et ils menacent de compromettre les efforts de revitalisation engagés.

Une évaluation des conséquences de cette crise est nécessaire, pour identifier les secteurs à risques, pour anticiper et permettre aux collectivités locales d'adapter leur réponse.

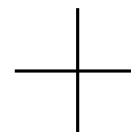
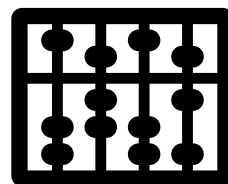
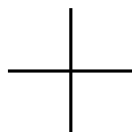
La Banque des Territoires, très mobilisée sur l'accompagnement des territoires, a souhaité contribuer rapidement par de nouvelles propositions au plan de relance économique. C'est dans ce cadre qu'elle finance la présente analyse sur les perspectives d'évolution du commerce des centres-villes, afin d'aider la ville de Louédans la mise en œuvre de son plan d'actions.

Ce diagnostic est réalisé selon les objectifs suivants :

1. Evaluer, en s'appuyant sur des indicateurs clés et relevés de terrain, le niveau de résilience du centre-ville
2. Identifier les principales zones de fragilité de la structure commerciale et les points d'appui possibles
3. Formuler des premières recommandations au niveau de la politique de relance et identifier les secteurs d'actions prioritaires

01 | CADRE ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Une méthodologie hybride



UNE VISITE DE TERRAIN ET ENQUÊTE EN LIGNE

Relevé de terrain sur **43 locaux commerciaux**, en cœur de ville.

Une enquête en ligne auprès des usagers (209 réponses)

L'UTILISATION ET L'ANALYSE D'UNE BASE DE DONNÉES

Traitement de données sourcées à la fois auprès des acteurs rencontrés lors des entretiens, et obtenues via les relevés de terrain et des bases de données (INSEE, Observatoire des Territoires...) et **formalisation cartographique**

UN REGARD D'EXPERTS DE LA SCET

Des approfondissements et des éclairages pour garantir la **bonne compréhension des indicateurs** et la pertinence des conclusions du diagnostic



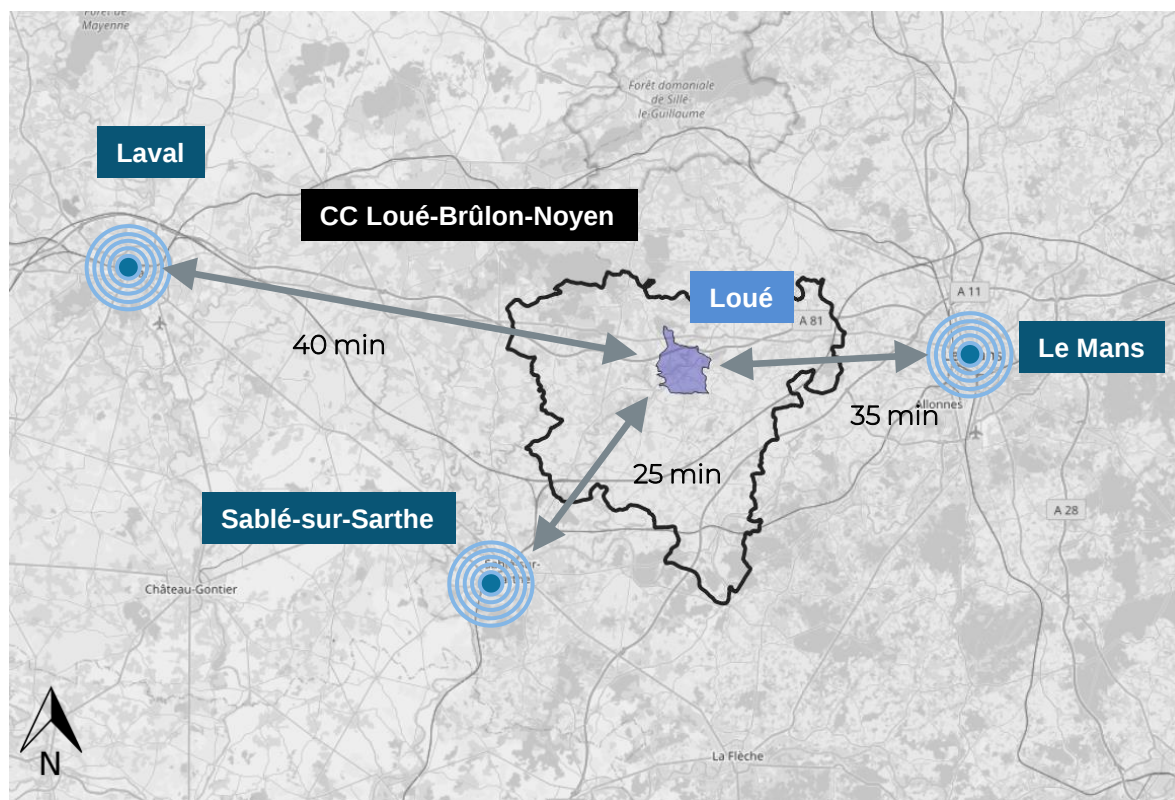
02

L'environnement commercial et dynamiques de projet

02 | L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL ET DYNAMIQUES DE PROJET

Périmètre et environnement concurrentiel

Un environnement concurrentiel dense

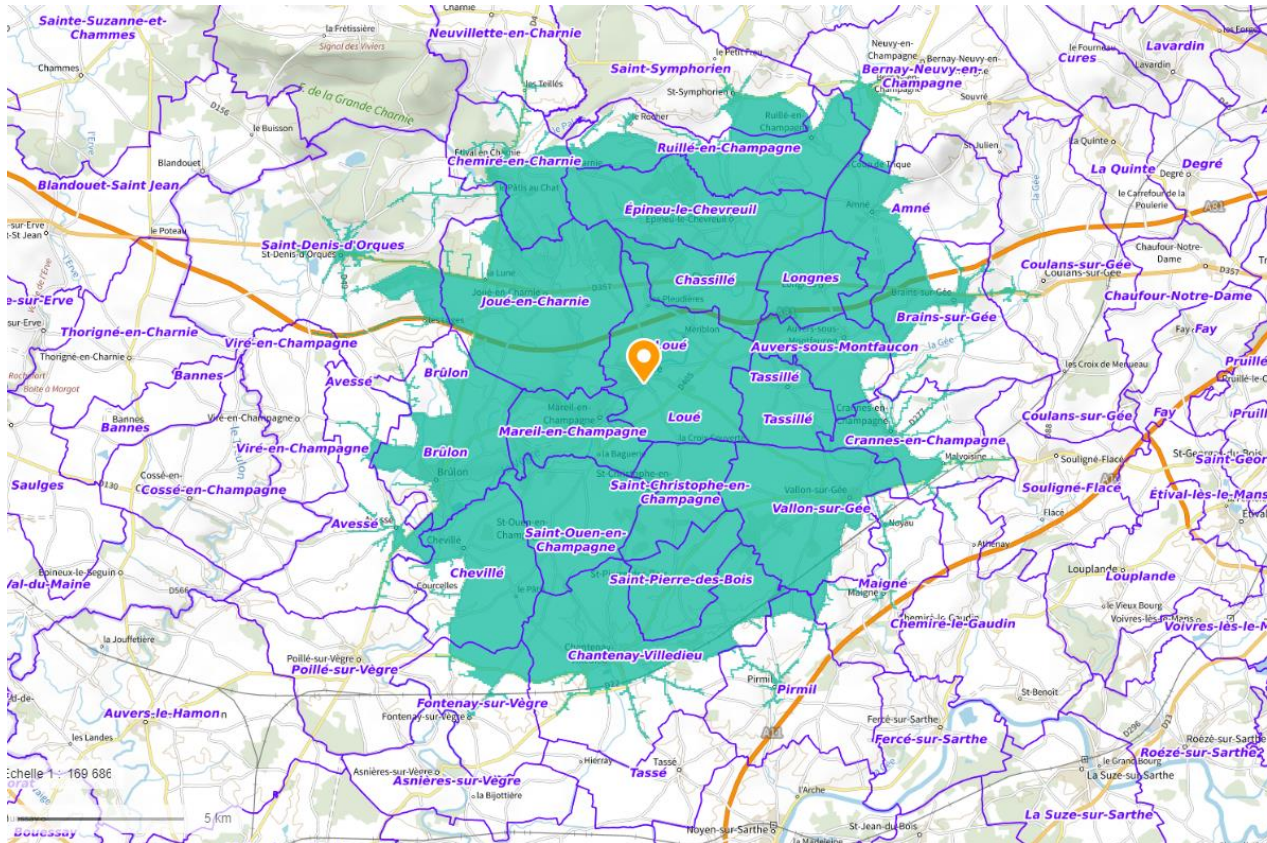


Source : SCET

A une échelle élargie le centre ville de Loué se trouve au centre d'un **environnement concurrentiel relativement dense** avec la présence de plusieurs polarités dans un rayon de 30 minutes en voiture:

- **Le Mans:** Centre-ville commerçant et zones commerciales de périphérie
- **Sablé-sur-Sarthe:** Centre-ville commerçant et zone commerciale

Zone de chalandise



Source : Géoportail / INSEE

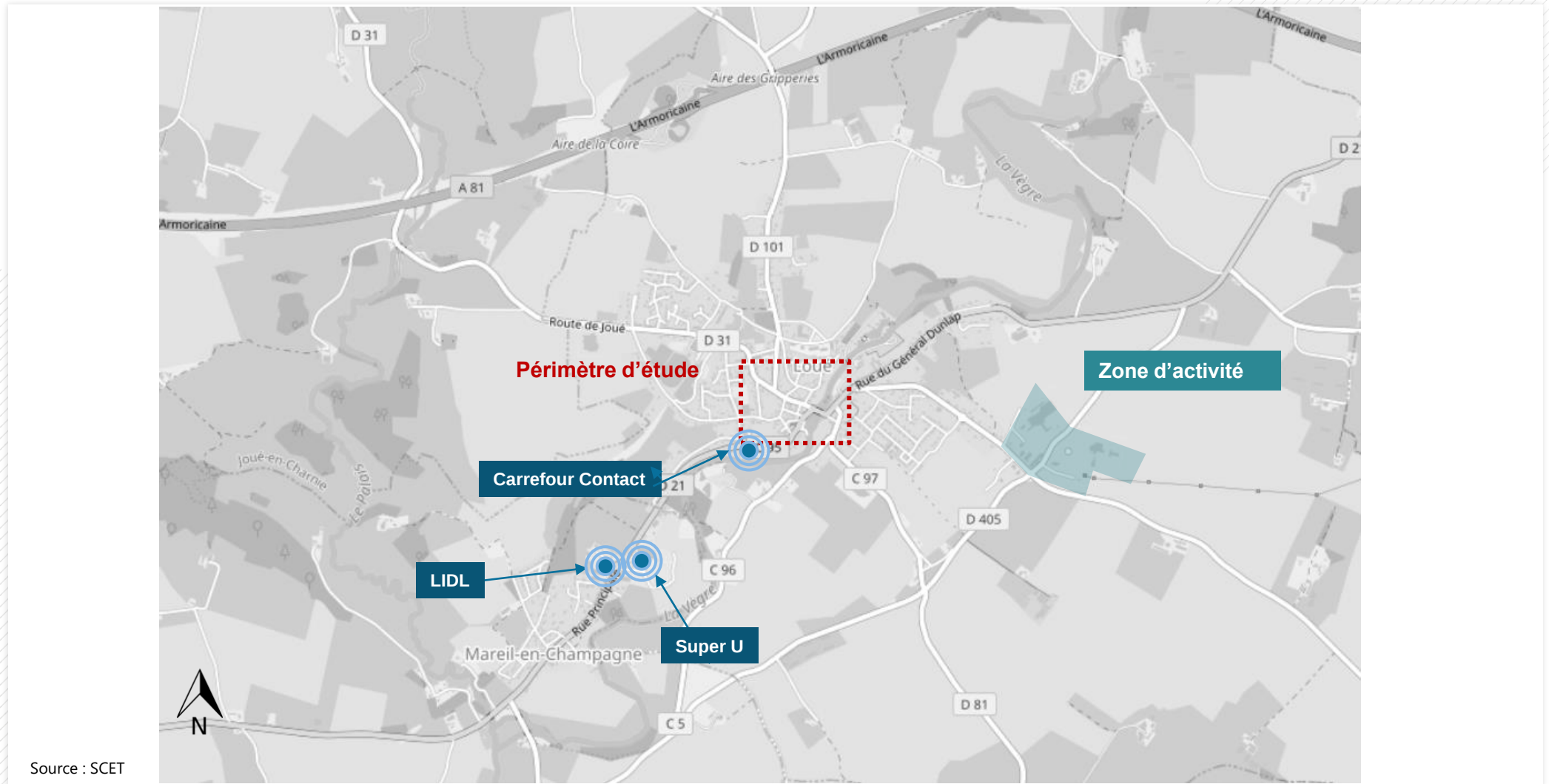
La zone de chalandise du centre-ville de Loué se situe dans un périmètre d'environ à **15 minutes de trajet en voiture.**

Cette zone couvre:

- **31 Communes**
- **17 641 Habitants**
- **7180 ménages**

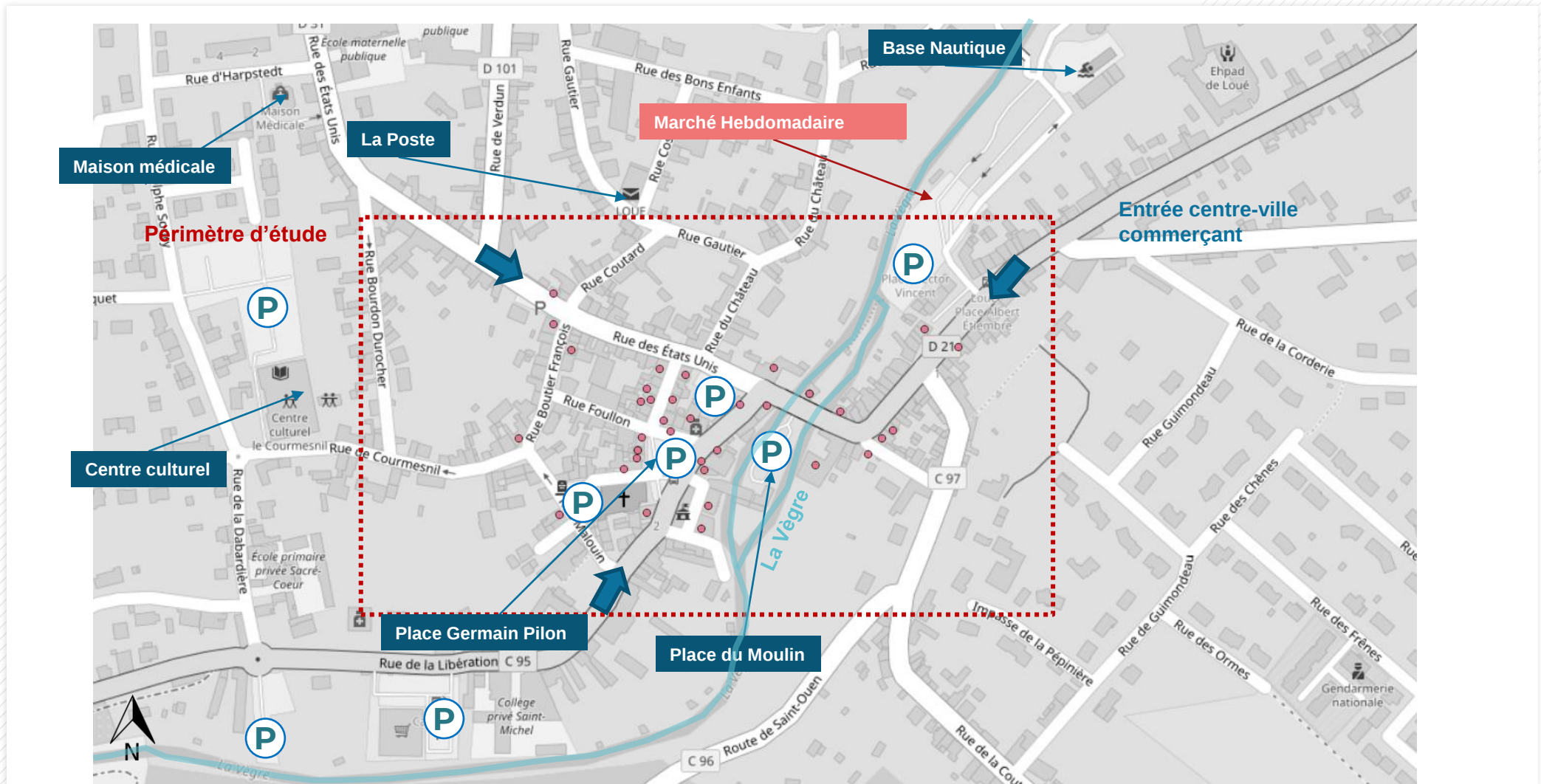
02 | L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL ET DYNAMIQUES DE PROJETS

Périmètre ville de Loué



02 | L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL ET DYNAMIQUES DE PROJETS

Périmètre du centre-ville de Loué



03

Indicateurs clefs du commerce dans le centre-ville de Loué

03 | INDICATEURS CLEFS DU COMMERCE

1. Informations clés

Locaux commerciaux

42

*Moyenne missions
PVD SCET : 77*

Locaux commerciaux recensés
lors du relevé de terrain.
Moyenne ajustée à la taille de la
ville pour les missions PVD SCET.

Taux de vacance

29 %

*Moyenne France :
12%*

Part des locaux commerciaux
vacants dans le total de locaux
recensés

Densité de commerces

14,5
1000 / hab

*Moyenne Villes
comparables: 15,1*

Nombre de commerces en activité
pour 1000 habitants.

21 villes entre 2000 et 2500
habitants sur le département

Taux de commercialité

27 %

*Moyenne France :
29%*

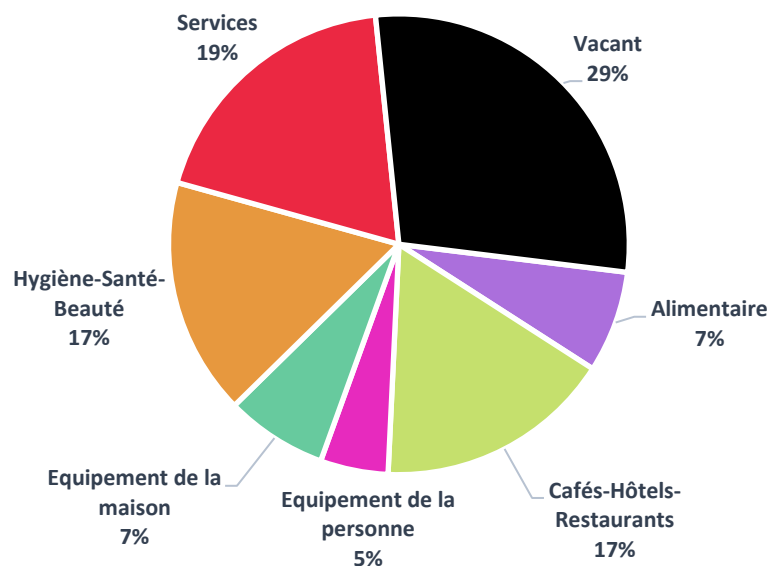
Part des commerces qui
participent à l'animation
commerciale : loisirs/culture,
équipement de la personne,
équipement de la maison,
alimentaire

Source : SCET / relevé de commerces / Mai 2022

03 | INDICATEURS CLEFS DU COMMERCE

1. La diversité commerciale

Répartition de l'occupation des commerces



INDICE DE FRAGILITÉ



Indice de fragilité moyen

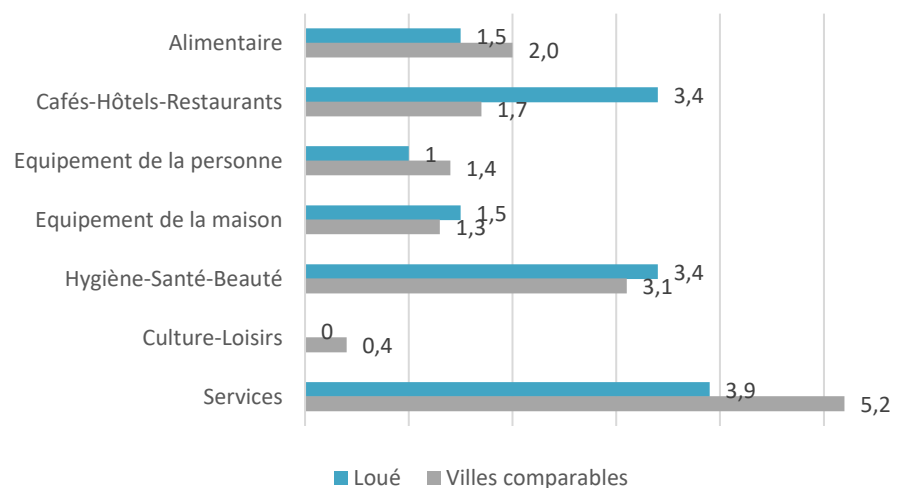
ANALYSE

- Les locaux vacants ainsi que les services représentent près de 50% des commerces dans le centre-ville ce qui semble expliquer le faible taux de commercialité.

03 | INDICATEURS CLEFS DU COMMERCE

1. La densité commerciale

Représentation des secteurs par rapport aux villes comparables (Nombre de commerces / 1000 habitants)



Villes comparables: Données IRIS centre-Ville 21 villes entre 2000 et 2500 habitants sur le département

INDICE DE FRAGILITÉ



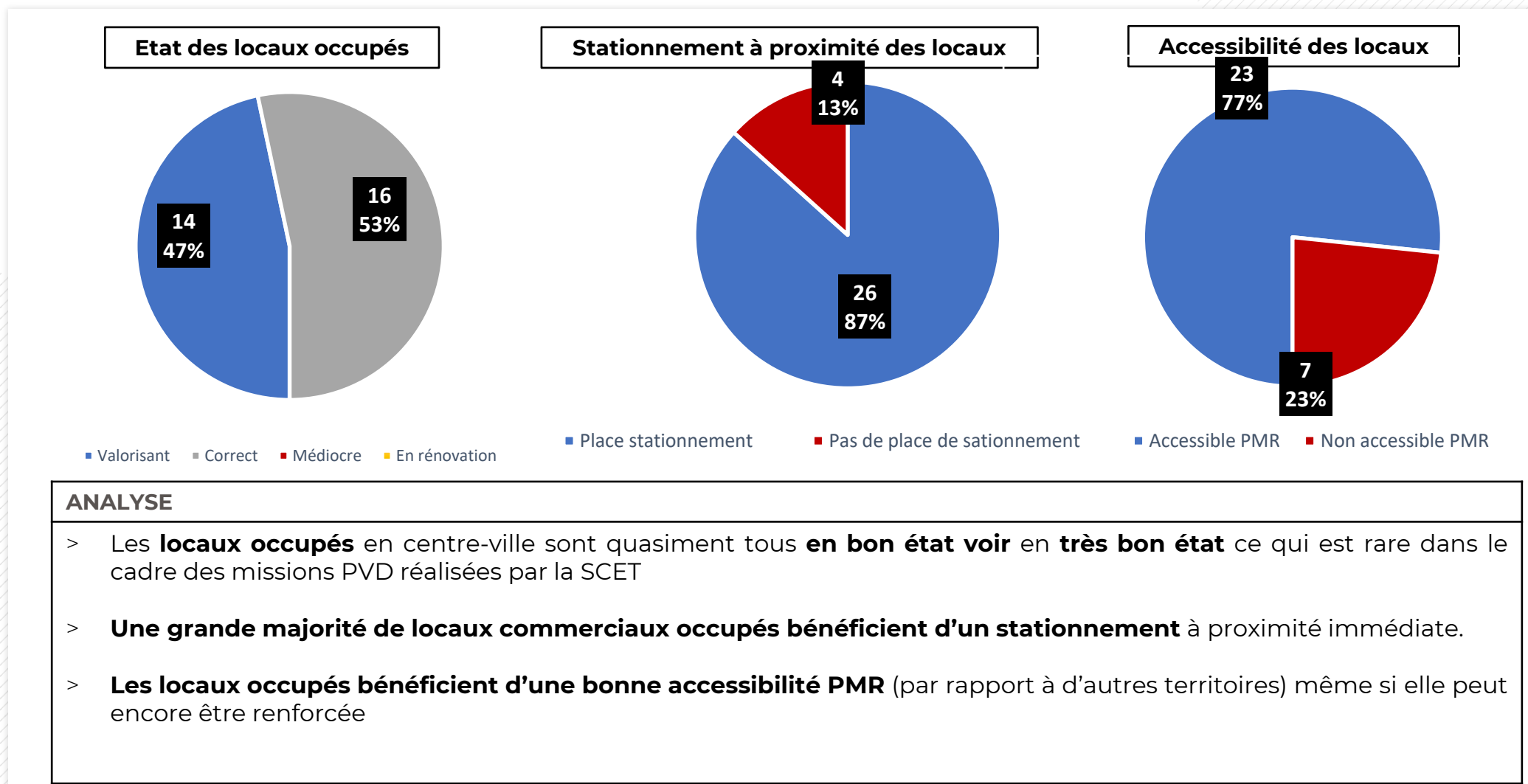
Indice de fragilité moyen

ANALYSE

- Les secteurs de l'alimentaire, les équipements de la personne et les équipements de la maison ainsi que les services semblent sous-représentés par rapport à l'offre présente dans les territoires de comparaison.
- Loué concentre cependant une offre plus importante dans les secteurs Cafés-Hôtels-Restaurants et Hygiène-Santé-Beauté.

03 | INDICATEURS CLEFS DU COMMERCE

2. Caractéristiques des locaux occupés en centre-ville



03 | INDICATEURS CLEFS DU COMMERCE

2. Caractéristiques des locaux occupés en centre-ville

Des devantures majoritairement en bon état.



Devantures attractives, récemment rénovées et de bonne tenue



Accessibilité PMR et proximité de places de stationnement

Source : SCET / relevé de commerces / Février 2022

INDICE DE FRAGILITÉ



Indice de fragilité faible

03 | INDICATEURS CLEFS DU COMMERCE

3. La vacance commerciale

Le taux de vacance est devenu l'indicateur de référence de la santé du commerce

Suivie nationalement, la vacance commerciale a connu dans les centres-villes ces dernières années une amplification importante et une accélération sensible.

Il est très probable que les conséquences de la pandémie vont aggraver cette situation et conduire à la dégradation de cet indice dans les centres villes, plus particulièrement dans ceux présentant des vulnérabilités avant la crise.

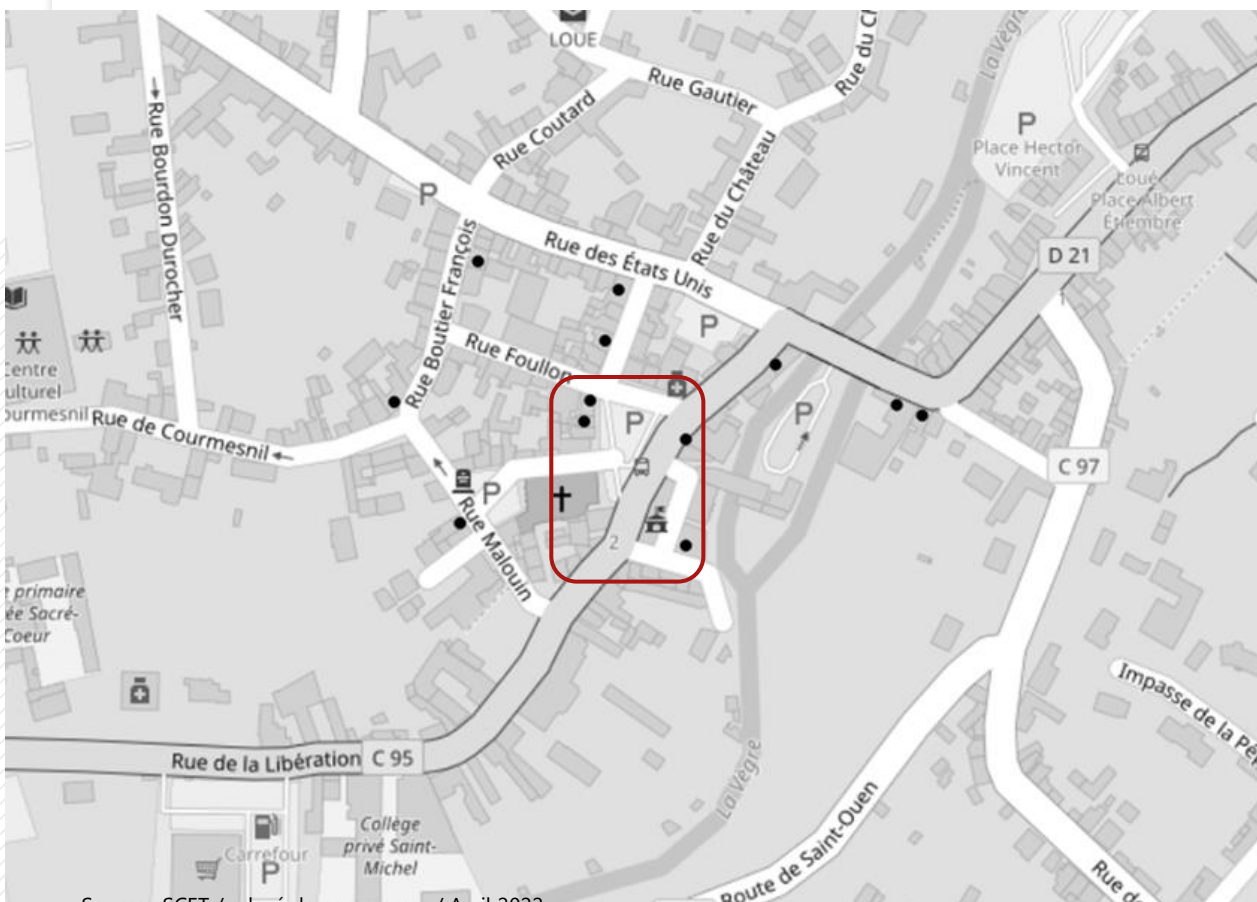
Un des enjeux de l'action publique est de pouvoir anticiper son évolution. Cela suppose de comprendre sa nature et son origine. Le taux de vacance comporte des seuils (de l'ordre de 15%) au-delà duquel il devient particulièrement difficile de reconstituer l'activité commerciale du secteur touché.

La vacance des commerces est souvent corrélée à celle des logements.

03 | INDICATEURS CLEFS DU COMMERCE

3. La vacance commerciale

Localisation de la vacance commerciale dans le centre-ville



Source : SCET / relevé de commerces / Avril 2022

ANALYSE

- 12 locaux vacants identifiés lors du relevé de terrain
- Un vacance présente sur l'ensemble du périmètre d'étude mais particulièrement concentrée autour de la place Germain Pilon
- Reprise de certains locaux vacants récemment ce qui témoigne d'un regain d'attractivité pour le centre-ville
- Des secteurs semblent avoir perdu leur vocation commerciale (Rue Malouin – Rue Boutier François)

Légende

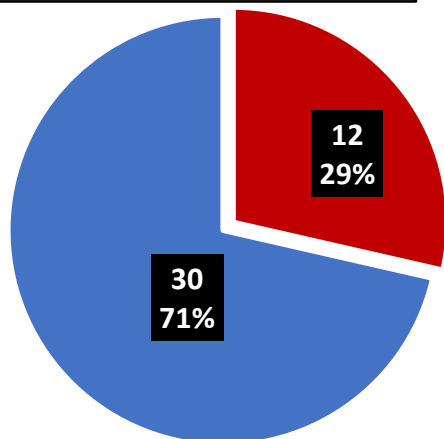
■ Vacant

03 | INDICATEURS CLEFS DU COMMERCE

3. La vacance commerciale

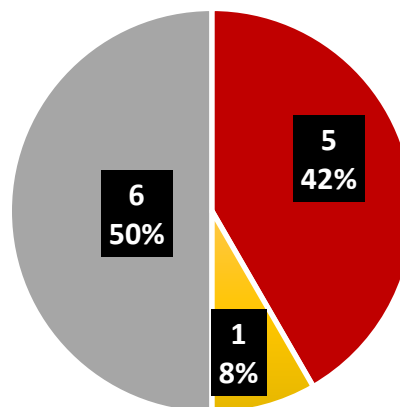
Caractéristiques des locaux vacants en centre-ville

Taux d'occupation des locaux



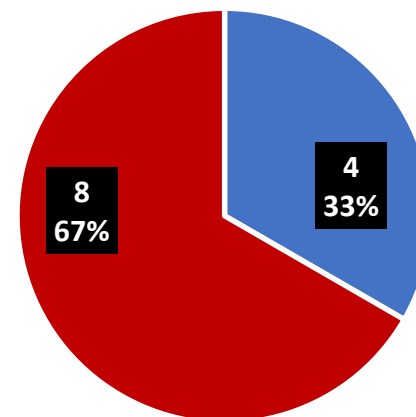
■ Vacants ■ Occupés

Etat des locaux vacants



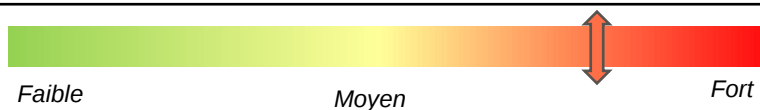
■ Valorisant ■ Correct ■ Médiocre ■ En rénovation

Accessibilité des locaux vacants



■ Accessible PMR ■ Non accessible PMR

Indice de fragilité



ANALYSE

- Des locaux vacants dans un état plutôt correct mais pour certains en inadéquation certains standards actuels taille (taille, visibilité, accessibilité etc...)

Source : SCET / relevé de commerces / Février 2022

03

INDICATEURS CLEFS DU COMMERCE

3. Des locaux particulièrement stratégiques à revaloriser



4 Rue marchande
(Maîtrisé par la ville)



2 Rue du Colonel Donaldson

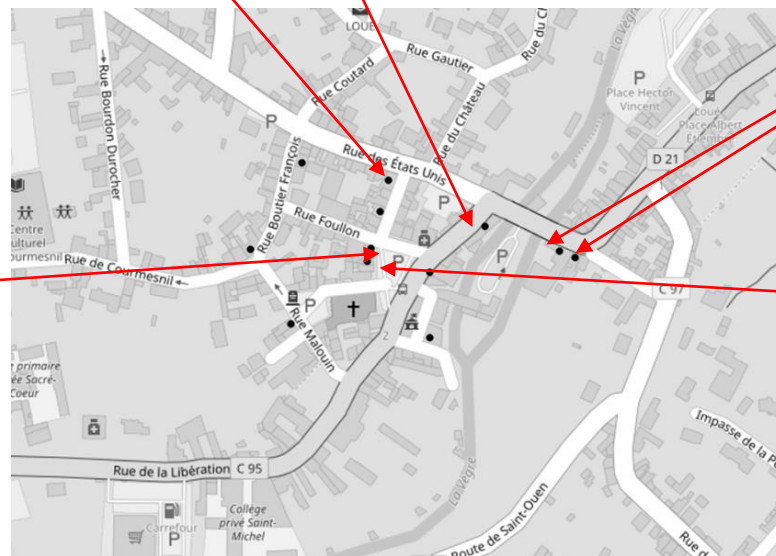


2 et 6 rue Ricordeau



16 Place Germain Pilon

Source : SCET / relevé de commerces / Février 2022



14 Place Germain Pilon

03 | INDICATEURS CLEFS DU COMMERCE

3. Des locaux en cours de cession



Commerce kebab 85 m²

85 m² · Loué 72540

74 200 € 873 €/m²

17/09/2022 à 22:05



Rue Boutier François



Murs commerciaux

70 m² · Loué 72540

80 000 € 1 143 €/m²

06/08/2022 à 11:55

27 Pl. Albert Etiembre

04 | ANALYSE DES DYNAMIQUES SPATIALES

1. Focus: marché hebdomadaire

- Marché hebdomadaire d'environ 15 exposants qui participe au renforcement de l'offre commerciale sédentaire.
- Cependant le créneau du mardi matin n'est pas idéal pour maximiser l'effet d'attractivité du marché par rapport aux marchés se tenant le weekend (élément perçu dans l'enquête en ligne auprès des usagers)
- Une localisation relativement éloignée des polarités commerciales du centre-ville

Marché



Source : <https://www.ernee-coeurdactivite.com/marche/>

04

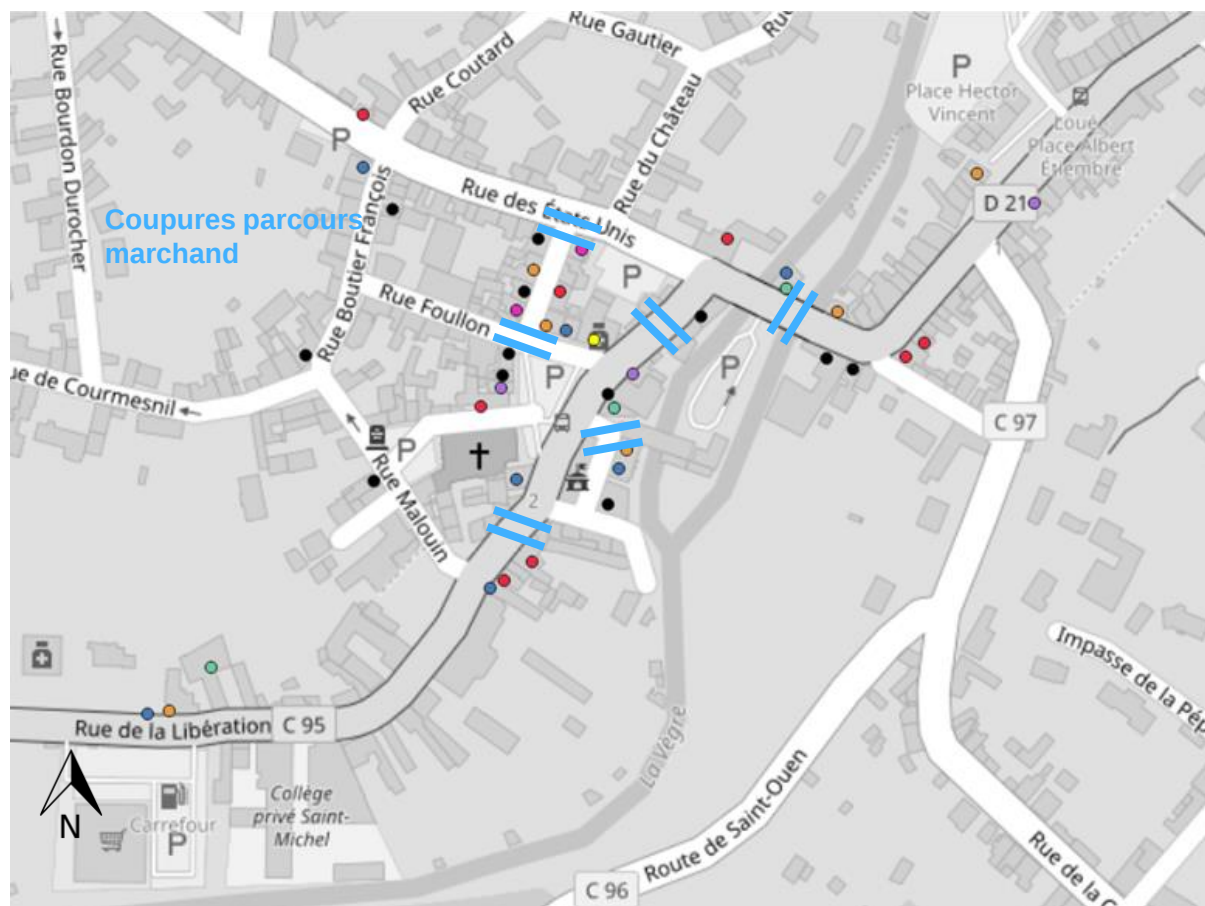
Analyse des dynamiques spatiales

04

INDICATEURS CLEFS DU COMMERCE

1. La diversité commerciale du centre-ville

Localisation des activités du centre-ville



Source : SCET / relevé de commerces / Mai 2022

ANALYSE

- Un tissu commercial relativement dispersé avec de nombreuses coupures dans le parcours marchand

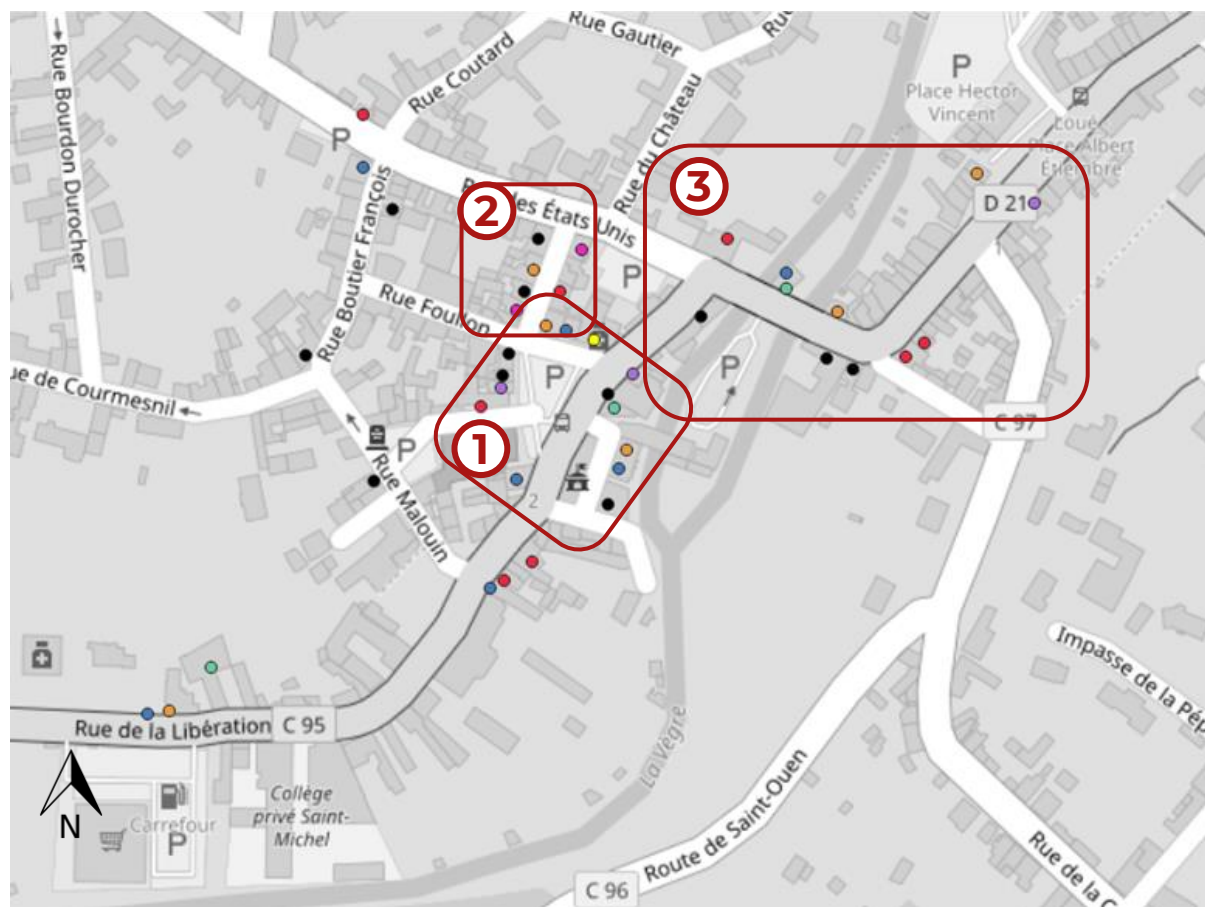
Légende

- Alimentaire
- Café, Hôtel, Restaurant
- Équipement de la personne
- Équipement de la maison
- Hygiène, Santé, Beauté
- Services
- Vacant

04 | INDICATEURS CLEFS DU COMMERCE

1. La diversité commerciale du centre-ville

Localisation des activités du centre-ville



Source : SCET / relevé de commerces / Mai 2022

ANALYSE

- Un tissu commercial est structuré autour de 3 principaux secteurs:
- Place Germain Pilon**
 - La rue de la libération** qui se prolonge sur la **rue du général Donaldson**
 - La rue des Etats-Unis** qui se prolonge sur la **D21**.

Légende

- Alimentaire
- Café, Hôtel, Restaurant
- Equipement de la personne
- Equipement de la maison
- Hygiène, Santé, Beauté
- Services
- Vacant

04 | ANALYSE DES DYNAMIQUES SPATIALES

① Place Germain Pilon



Analyse

- Des espaces publics requalifiés récemment qui mettent en valeur les commerces autour de la place
- Des commerces valorisants (Pharmacie rénovée, Fleuriste, Boulanger) qui contrastent avec la présence de locaux commerciaux vacants particulièrement visibles

Source : SCET / relevé de commerces / Février 2022

04 | ANALYSE DES DYNAMIQUES SPATIALES

② Rue marchande



Analyse

- Une rue qui a perdu de sa vitalité commerciale (vacance, mutation de certains locaux en usage d'habitation) mais qui présente encore un potentiel (Nouvelle implantation au numéro 18 d'un esthéticienne et local particulièrement stratégique de l'ancien tabac presse)
- Secteur relativement peu visible depuis la place Germain Pilon comme depuis la rue des Etats-Unis
- Un caractère très monotone avec peu de devantures valorisantes.

04 | ANALYSE DES DYNAMIQUES SPATIALES

③ Rue des Etats-Unis / D21



Analyse

- Des linéaires commerciaux très distendus
- Peu d'aménagements pour agrémenter le parcours marchand
- Un caractère très routier peu propice à la déambulation
- Des locaux commerciaux vacants particulièrement visibles (ancienne boulangerie et ancienne boucherie)



05

Profil de clientèle du centre-ville

05 | PROFIL DE CLIENTÈLE DU CENTRE-VILLE

ETAT DES LIEUX

Variation de la population : taux annuel moyen entre 2013 et 2019

Loué	Aire de chalandise	CC	Département	France
- 1,08 %	-0,41 %	-0,3 %	+0,0 %	+0,4%

Médiane du niveau de vie en 2018

Ville	19 980 €
Zone de chalandise	20 790 €
CC	20 660 €
Département	21 210 €

Indice de vieillissement

	Loué	Aire de chalandise	CC	Dép	France
2019	133,4	66,8	71,6	87	81,9
2013	107,7	56,3	62,2	75	72,2
Evolution 2013-2018	X%	X%	7,59%	16,00%	13%

Source : Insee - Traitement SCET

ANALYSE

- Loué enregistre une légère baisse de sa population entre 2013 et 2019. Ces chiffres restent à confirmer en fonction des données INSEE à venir qui intégreront l'effet covid en matière de repopulation des territoires comme celui de Loué.
- Un pouvoir d'achat inférieur à la médiane des territoires de comparaison mais supérieur au sein de la zone de chalandise
- Un indice de vieillissement élevé et en forte progression.

INDICE DE FRAGILITÉ



03 | INDICATEURS CLEFS DU COMMERCE

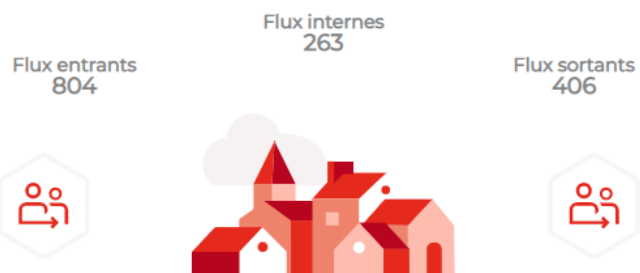
4. Profil de clientèle du centre-ville

Etat des lieux : concentration de l'emploi

Indicateur de concentration de l'emploi (2013 et 2018)

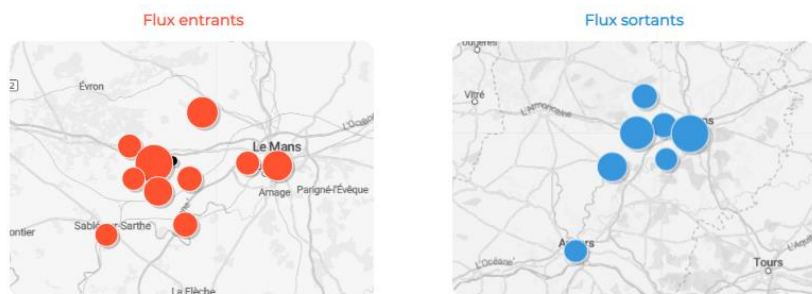
	Loué
2013	161,8
2018	158,9

Source : Insee – Traitement SCET



Source : Recensement de la population - Base flux de mobilité, INSEE 2019

Source : Dataviz PVD / INSEE 2018



Source : Recensement de la population - Base flux de mobilité, INSEE 2019

Analyse

- A l'échelle de sa zone de chalandise loué représente une polarité attractive en termes d'emploi.
- Loué compte plus d'emplois que d'actifs. Ce phénomène est générateur de flux de mobilité et constitue un potentiel de clientèle captable pour les commerces du centre-ville.

Indice de fragilité.



Indice de fragilité faible

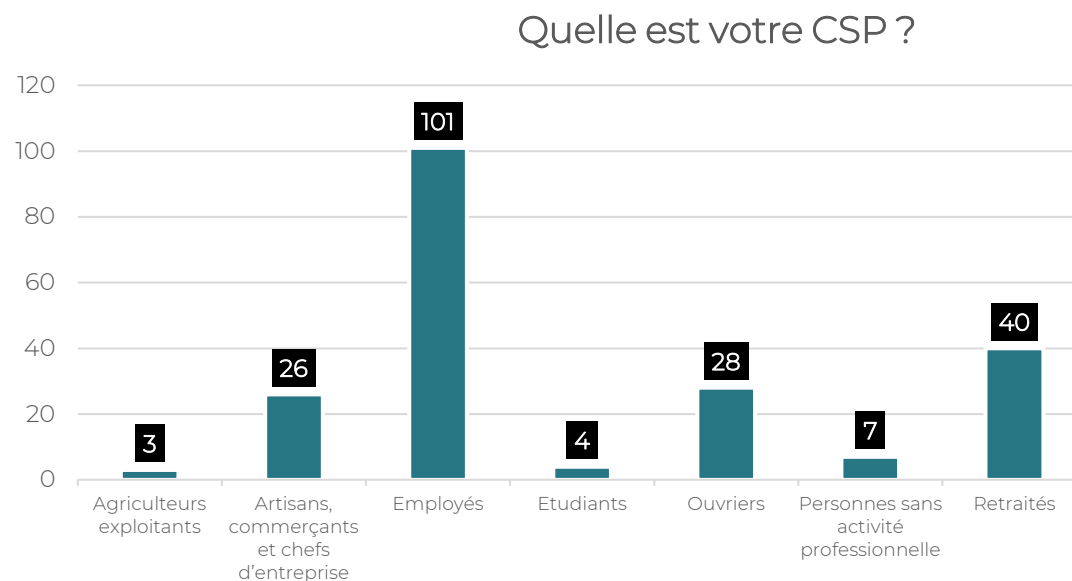
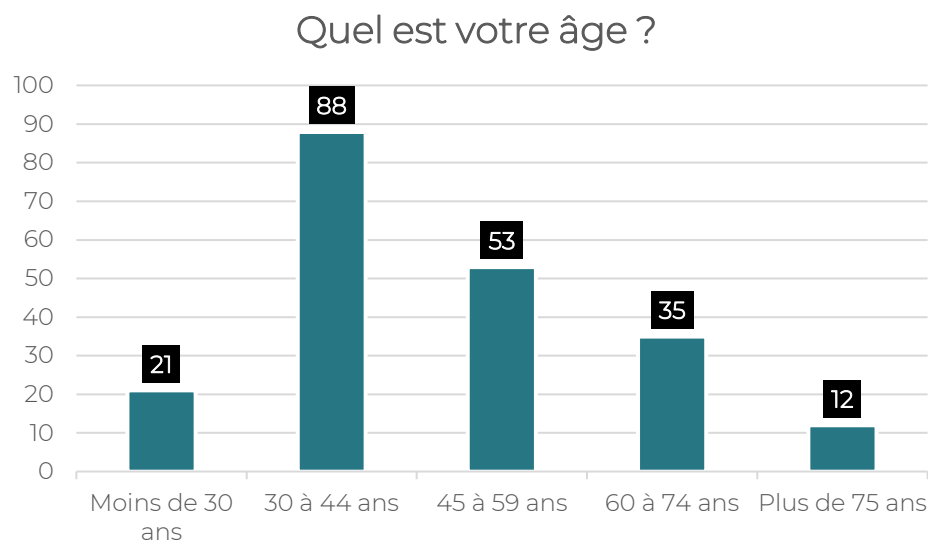


06

Résultats de l'enquête usagers

05 | RÉSULTATS ENQUÊTE USAGERS

1. Profil des répondants



Analyse

- 209 réponses au questionnaire
- L'ensemble des classes d'âge est représenté.
- Une sous représentation des personnes âgées de plus de 75 ans surement due aux modalités d'élaboration de l'enquête (enquête en ligne, communication sur les réseaux sociaux)
- Une majorité d'actifs et notamment d'employés

05 | RÉSULTATS ENQUÊTE USAGERS

1. Profil des répondants

Dans quelle commune résidez-vous ?

Commune	Nombre	%
A Loué	135	65%
Joué-en-Charnie	15	7%
Mareil en Champagne	10	5%
Brûlon	5	2%
Épineu-le-Chevreuil	5	2%
Chassillé	3	1%
Brains-sur-Gée	2	1%
Saint-Ouen-en-Champagne	2	1%
Tassillé	2	1%
Autre	28	13%

Dans quelle commune travaillez-vous ?

Commune	Nombre	%
A Loué	64	31%
Retraité	31	15%
Le mans	31	15%
Brûlon	12	6%
Coulans sur Gée	7	3%
Mareil-en-Champagne	5	2%
Sablé-sur-Sarthe	5	2%
Joué en Charnie	4	2%
Saint denis d'Orques	3	1%
Évron	2	1%
Laval	2	1%
Malicorne	2	1%
Paris	2	1%
Sablé	2	1%
Sillé le guillaume	2	1%
Autre	32	15%

Analyse

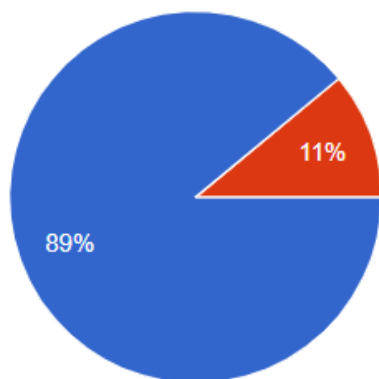
- Une part importante des personnes ayant répondu à l'enquête ne réside et/ou ne travaille pas à Loué mais dans sa zone de chalandise (voire au-delà).

05 | RÉSULTATS ENQUÊTE USAGERS

2. Fréquentation des commerces du centre-ville

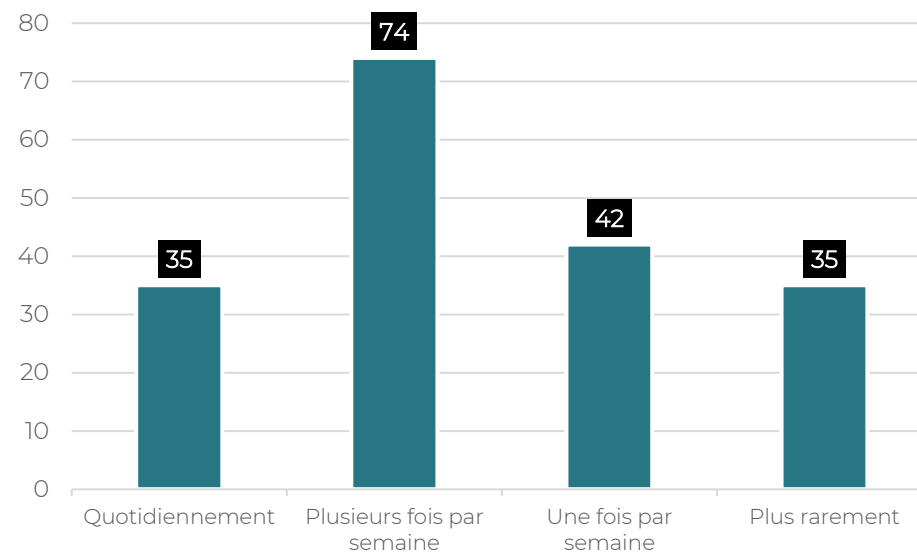
Fréquentez-vous les commerces du centre-ville de Loué ?

209 réponses



● Oui
● Non

A quelle fréquence effectuez-vous vos achats dans le centre-ville de Loué ?



Analyse

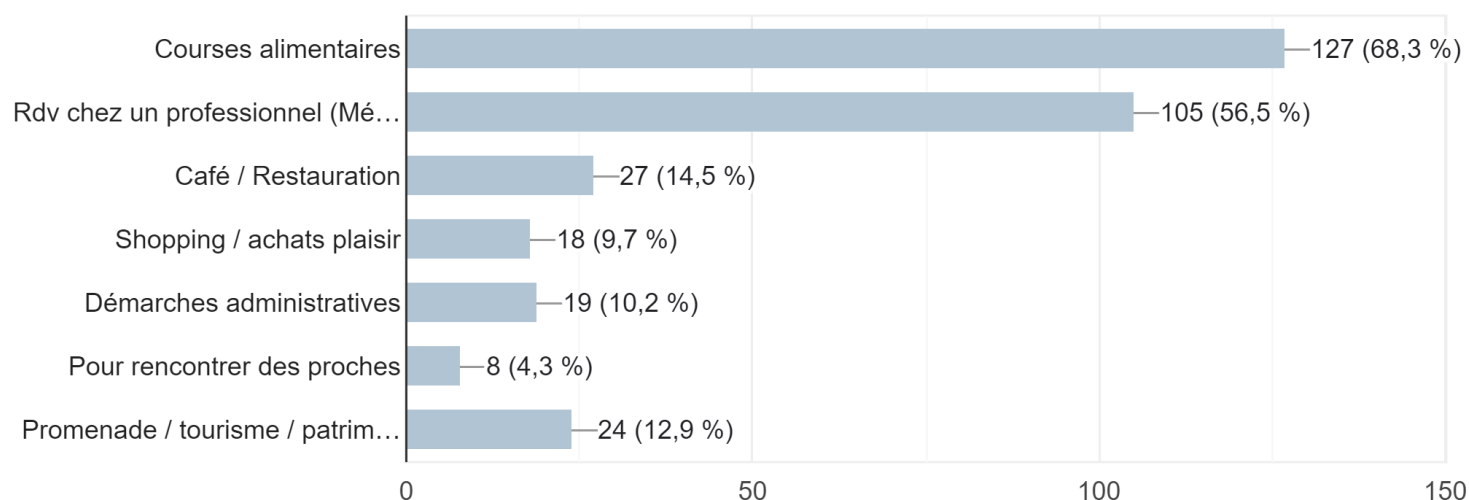
- La grande majorité des répondants fréquentent les commerces du centre-ville de Loué
- Cette fréquentation n'est pas quotidienne mais semble plutôt régulière avec une grande majorité de répondants fréquentent les commerces au moins une fois par semaine.

05 | RÉSULTATS ENQUÊTE USAGERS

2. Fréquentation des commerces du centre-ville

Quels sont les facteurs qui vous motivent à fréquenter le centre-ville de Loué (en dehors du fait que vous y habitez, le cas échéant) (2 réponses maximum) ?

186 réponses



Analyse

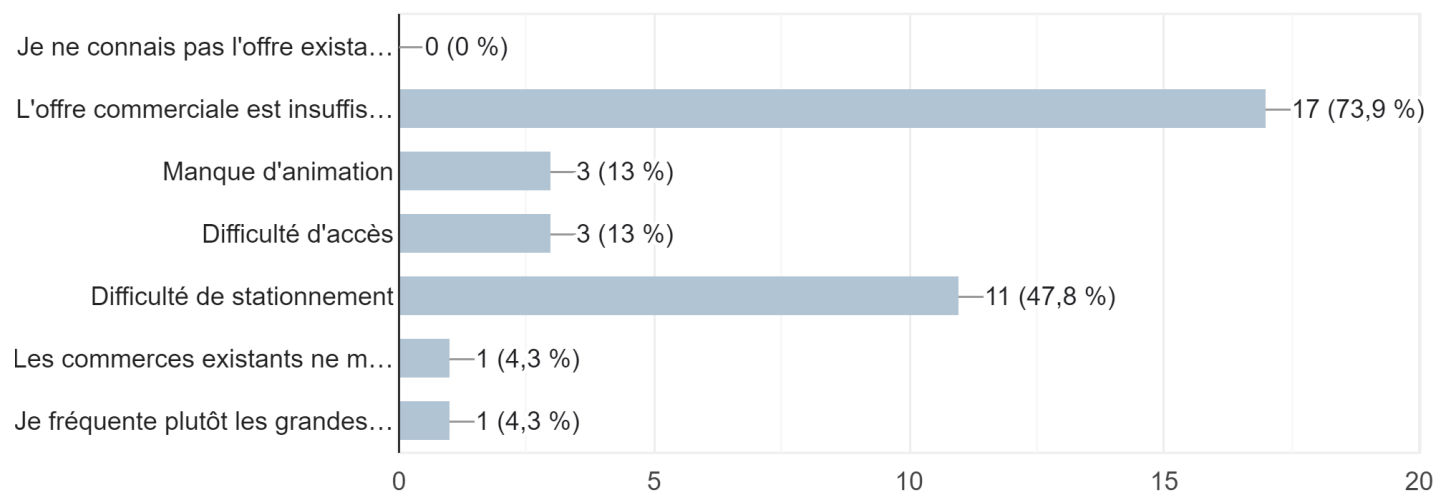
- Une fréquentation tournée vers des achats de proximité (Alimentaire) et renforcée en partie par les services.
- Ces résultats confirment l'importance de conserver les services dans le cœur de ville (vigilance par rapport aux éventuels projets de transfert en périphérie)

05 | RÉSULTATS ENQUÊTE USAGERS

2. Fréquentation des commerces du centre-ville

Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous ne fréquentez pas les commerces du centre-ville de Loué ? (2 réponses maximum)

23 réponses



Analyse

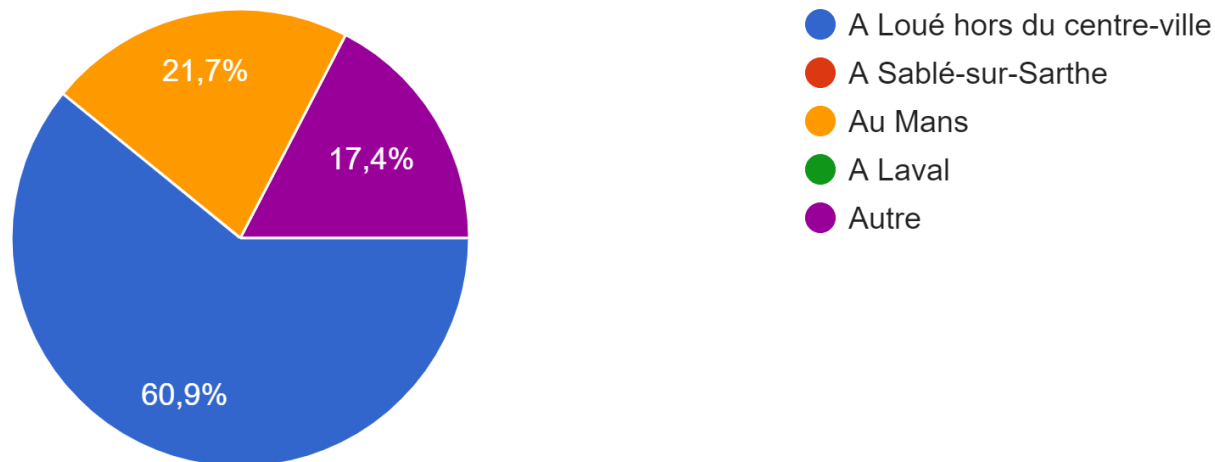
- Une offre commerciale jugée insuffisante pour attirer une chalandise importante.
- Des difficultés de stationnement
- Les autres critères sont insuffisamment cités pour être considérés comme déterminants.

05 | RÉSULTATS ENQUÊTE USAGERS

2. Fréquentation des commerces du centre-ville

Vous ne fréquentez pas les commerces du centre-ville : où effectuez-vous la majorité de vos achats ?

23 réponses



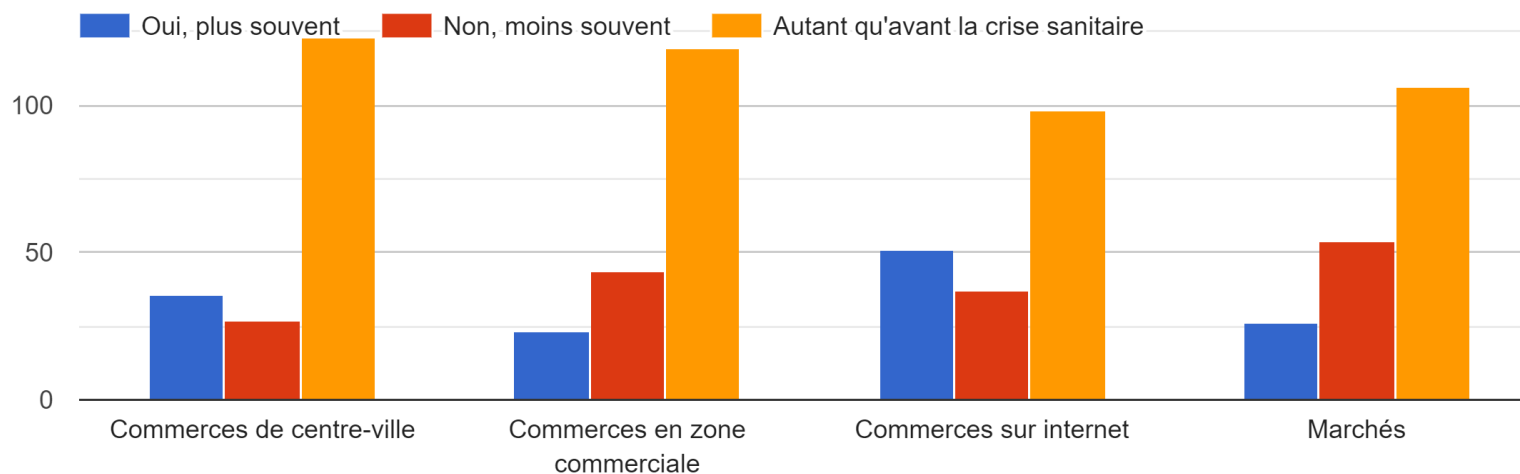
Analyse

- L'évasion commerciale du centre-ville semble être notamment tournée vers les commerces situés en périphérie (zones commerciales) ainsi que sur la polarité du Mans.

05 | RÉSULTATS ENQUÊTE USAGERS

2. Fréquentation des commerces du centre-ville

Aujourd'hui, fréquentez-vous davantage les commerces ci-dessous par rapport à la période précédant la crise sanitaire ?



Analyse

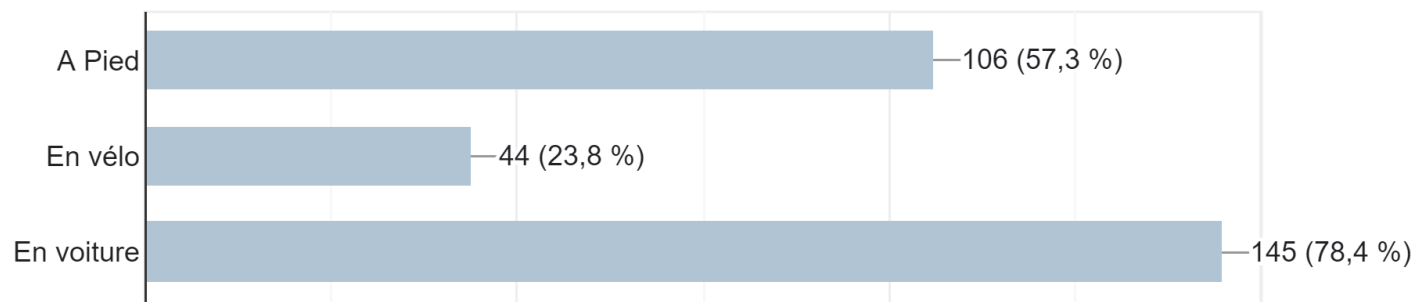
- La crise sanitaire ne semble pas avoir substantiellement changé les habitudes de consommation des répondants en dehors d'une légère augmentation des achats en ligne.
- Ce constat est plutôt à contre courant des observations effectuées sur d'autres études PVD.

05 | RÉSULTATS ENQUÊTE USAGERS

2. Fréquentation des commerces du centre-ville

Quel(s) est (sont) le(s) moyen(s) de transport que vous utilisez pour vous rendre dans les commerces du centre-ville de Loué ? (Plusieurs réponses possibles)

185 réponses



Analyse

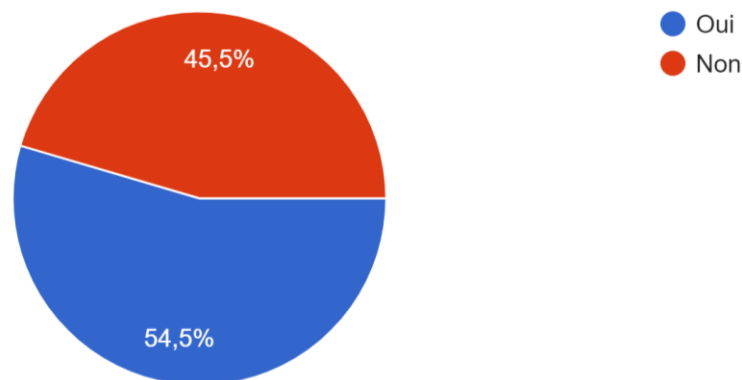
- Une fréquentation du centre-ville qui se fait encore majoritairement en voiture.
- Les mobilités douces sont, cependant fortement citées (part modale très élevée par rapport aux autres communes PVD)

05 | RÉSULTATS ENQUÊTE USAGERS

2. Fréquentation des commerces du centre-ville

Pour les utilisateurs du vélo, le stationnement pour réaliser vos achats en centre-ville à Loué vous semble-t-il satisfaisant ?

88 réponses



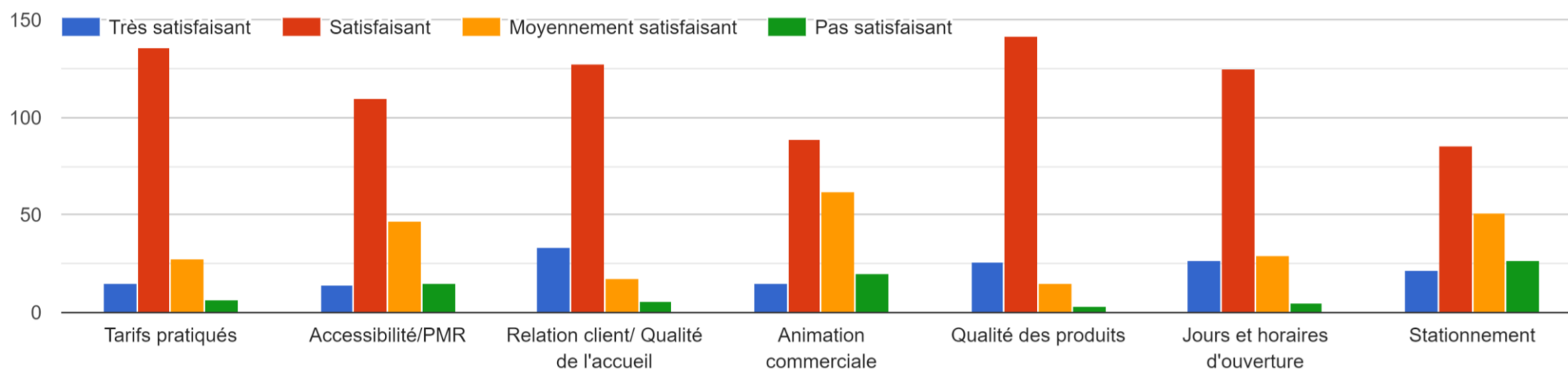
Analyse

- Près de la moitié des répondants indique de l'offre de stationnement vélo est insuffisante.
- A noter que 88 personnes ont répondu à cette question alors que seulement 44 avaient cité le vélo comme moyen de transport pour fréquenter le centre-ville. La facilité de stationnement et l'accessibilité vélo en général est peut-être un obstacle à son utilisation.

05 | RÉSULTATS ENQUÊTE USAGERS

3. Perception du centre-ville

Concernant le commerce du centre ville, comment évaluez-vous ces différents aspects ?



Analyse

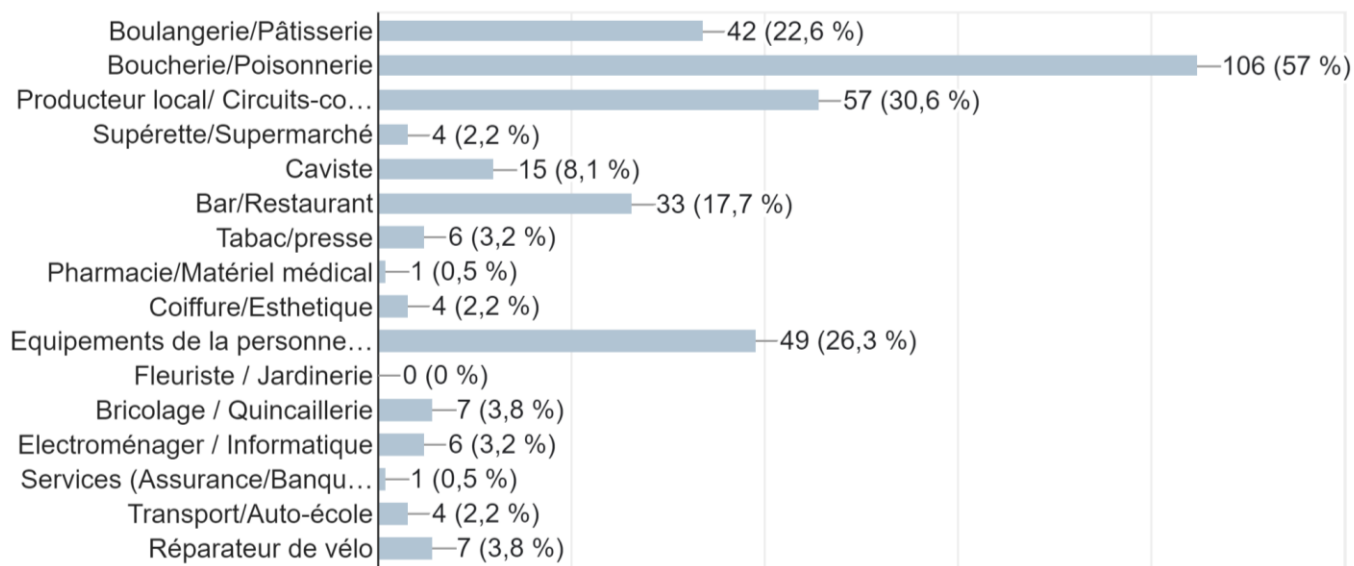
- Des commerces de centre-ville plébiscités pour les tarifs pratiqués, la qualité de l'accueil ainsi que la qualité des produits proposés
- Une insatisfaction plus marquée sur l'animation commerciale ainsi que sur l'accessibilité et le stationnement.

05 | RÉSULTATS ENQUÊTE USAGERS

3. Perception du centre-ville

Quelle offre souhaiteriez-vous voir se développer en priorité dans le centre-ville ? (2 réponses maximum)

186 réponses



Analyse

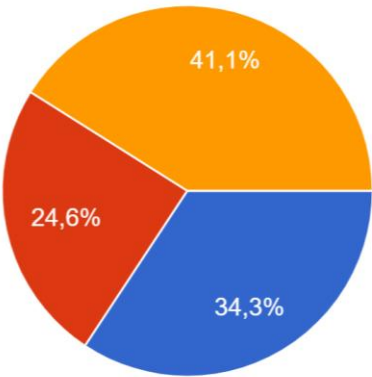
- De fortes attentes en matière d'alimentaire qualitatif et spécialisé.
- Des attentes en matière de renforcement de l'offre en bars / restaurants et dans l'équipement de la personne

05

3. Perception du centre-ville

Selon vous, le centre-ville de Loué est :

207 réponses



- En développement

- Stable

● En déclin

Quel mot décrirait le mieux votre perception/ressenti du centre-ville ?



Analyse

- Une part importante d'utilisateurs qui considèrent que le centre-ville est en développement (par rapport à d'autres études PVD réalisées par la SCET)
- Une liste de qualificatifs très variée mais plutôt positive avec de nombreux utilisateurs qui soulignent la dynamique de développement ainsi que le potentiel du centre-ville.

05 | RÉSULTATS ENQUÊTE USAGERS

3. Perception du centre-ville

« Trop de locaux vaquants »

*« peu de lieu sympathique pour se retrouver entre amis
pourtant il y a du potentiel derrière l ancien hôtel »*

*« Trop de circulation automobile aux abords proches des magasins
: place Germain Pilon, rue Marchande, Donaldson. Aucune place
tranquille pour les piétons. Il faut raser les murs. »*

*« Les vitrines des commerces vides ne donnent pas une
belle image »*

*« Un marché le samedi matin sur la belle place en face la mairie
serait agréable »*

*« des commerçants présents mais manque de visibilité
sur les réseaux. association des commerçants ne semble
pas assez développée »*

*« reprendre les commerces fermés afin d'éviter l'impression
de déclin »*

*« Manque de commerces / désolation de voir tous ces commerces
fermés. »*

Points forts

- Des locaux occupés en bon état avec des devantures et des vitrines qualitatives
- Un bon taux de satisfaction des habitants quant aux prestations du centre-ville
- Une forte concentration d'emploi génératrice de flux et de clientèle potentielle pour le centre-ville
- Peu d'évasion commerciale en dehors de la ville
- Une dynamique récente de nouvelles implantations

Opportunités

- Un centre-ville perçu comme étant en développement par une partie des usagers
- Des attentes en matière d'alimentaire spécialisé, sur l'équipement de la personne et la restauration
- Des projets urbains structurants en réflexion
- Un patrimoine architectural et naturel à valoriser

Faiblesses

- Un faible taux de commercialité
- Un taux de vacance important
- Un tissu commercial relativement dispersé avec de nombreuses coupures dans le parcours marchand
- Une inadéquation de certains locaux vacants avec les standards actuels (taille, visibilité, accessibilité etc...)
- Un manque d'animation commerciale perçu par les habitants
- Des enjeux liés au stationnement

Risques

- Une fragilité de certains indicateurs socio-économiques
- Une concentration de la vacance au sein de secteurs clés qu'il est urgent d'endiguer
- Des prix de l'immobilier commercial relativement élevés

06

Préconisations

05 | PRÉCONISATIONS

Mener une politique sur l'immobilier commercial pour dynamiser le tissu commercial

ANTICIPER LES MUTATIONS

1. Mettre en place un observatoire des locaux commerciaux et de leur occupation pour mieux anticiper les dynamiques de mutation des commerces et anticiper la vacance de longue durée.
2. Anticiper le départ à la retraite ou la cession de commerces en travaillant en amont avec les commerçants sur la valorisation de leur établissement en vue d'une cession.

REHABILITATION

1. Accompagner la requalification des locaux commerciaux du centre ancien dans le cadre des programmes de réhabilitation des immeubles dégradés
2. Identifier les propriétaires de locaux vacants et analyser avec eux les causes de cette vacance, et les accompagner dans la commercialisation de leurs biens. Se positionner comme intermédiaire entre repreneurs / propriétaires pour faciliter les opérations de reprise.

DIVERSIFICATION

1. Renforcer l'offre commerciale notamment dans l'alimentaire spécialisé et qualitatif, la restauration et l'équipement de la personne (priorisation accordée aux porteurs de projets dans ces domaines d'activités, voir mise à disposition de locaux pour amorcer une nouvelle activité).

06 | PRÉCONISATIONS

Agir sur l'espace urbain pour améliorer l'agrément du parcours client

VALORISATION DE L'ESPACE PUBLIC

1. Renforcer la qualité des espaces publics pour les rendre plus attractifs: développement de lieux/ espaces de convivialité en s'appuyant notamment sur la place Mazarin et en lien avec le projet de centre culturel
2. Favoriser la végétalisation des espaces publics afin de limiter leur aspect minéral et agrémenter le parcours marchand.
3. Valoriser les locaux commerciaux vacants par de la mise en scène transitoire des vitrines (mise en place d'une vitrophanie sur les commerces vacants situés au cœur du centre-ville).

FACILITATION DU PARCOURS MARCHAND

1. Marquer la continuité des parcours marchands entre les différents espaces marchands et les poches de parking par l'aménagement de cheminements publics qualitatifs.
2. Améliorer la visibilité de la rue nationale depuis la RN12 (donner envie de la visiter).

MERCI

Sébastien Wantz

+06 43 09 45 22

Sebastien.wantz@scet.fr



<https://www.scet.fr/>