



SENAS | 
LA VILLE

Commune du Parc Naturel Régional des Alpilles

DIAGNOSTIC POUR LA MISE EN PLACE DU DROIT DE PREEMPTION SUR LES FONDS ARTISANAUX, LES FONDS DE COMMERCE ET LES BAUX COMMERCIAUX

SOMMAIRE

Préambule et proposition d'un périmètre de sauvegarde	2
1. Données socio-démographiques	4
1.1. Population et évolution	5
1.2. La population active	5
1.3. les projets d'aménagement	6
2. Etat des lieux de l'activité artisanale et commercial	7
2.1. Reflet de l'Artisanat	8
2.1.1. Poids économique de l'Artisanat sur Sénas	8
2.1.2. Evolution du mouvement d'entreprises sur 5 ans	8
2.1.3. Pérennité du tissu artisanal	9
2.1.4. Problématique de transmission à anticiper	9
2.2. Reflet du commerce	10
2.2.1. Poids économique du commerce sur Sénas	10
2.2.2. Evolution du mouvement des commerces sur 5 ans	10
2.2.3. Pérennité du tissu commercial	10
2.2.4. Problématique de transmission	11
2.3. L'implantation commerciale et artisanale	12
2.4. L'Artisanat de proximité et périmètre de préemption envisagé	13
2.5. La vacance commerciale	14
2.6. Le diagnostic commercial (offre & comportement d'achat)	15
2.7. Identification des menaces	16
3. Conclusion : la stratégie communale	17
(ou ce sur quoi repose la politique de redynamisation)	
3.1. La maitrise de la vacance commerciale	17
3.2. Le rééquilibrage et diversification du tissu commercial	17
3.3. Le travail sur la notoriété et l'image du centre-ville	18
3.4. L'étude d'un nouvel aménagement du centre-ville	18
3.5. La constitution d'un pole de développement économique	18

Préambule

Confrontées à l'évolution des modes de vie, de consommation, de transformation du tissu social, les communes sont des territoires en pleine mutation. Ces dynamiques pèsent fortement sur le maintien, l'installation, le développement et la transmission des entreprises artisanales et commerciales.

La désertification des centres-villes s'amplifie et ce phénomène est national et durable. L'offre des centres-villes se fragilise comme en témoigne la progression de la vacance commerciale qui, selon la fédération du commerce spécialisé, Procos, atteint sur l'échelle nationale 8.5% en 2014 contre 7.8% en 2013 et 6% en 2001.

L'essor de la consommation a bénéficié aux commerces périphériques qui n'existait pas et dont la puissance de vente a dépassé celle du commerce central. Si une complémentarité existait dans les années 90 entre commerces de centre-ville (achats luxe et équipement de la personne) et ceux de périphéries (achats banaux et produits volumineux), la répartition est progressivement moins harmonieuse au profit des zones commerciales périphériques. (Etude Cabinet Management Horizon).

Les raisons du dépérissement de l'activité commerciale centrale sont principalement :

- Multiplication des zones commerciales en périphérie répondant à une efficacité commerciale fondée sur la concentration de clientèle obtenue par déplacement motorisée et le groupement des achats.
- Etalement urbain (installation de la population en périphérie)
- Prix du foncier
- Aménagement urbain (manque d'espace pour extension de magasins, stationnement, accessibilité des centres-villes...)
- E.commerce

La progression du phénomène concerne globalement toutes les villes mais toutes ne sont cependant pas affectées de la même façon. Les plus touchées par ces fermetures de magasins à répétition sont les villes petites ou moyennes où il y a peu de « jobs industriels » et beaucoup d'emplois de la fonction publique ou de gens vivant des prestations sociales (retraités, chômeurs).

A ce titre, la municipalité considère sérieusement cette problématique puisque Sénas est une ville de moins de 7000 habitants, affichant un taux de chômage de 13.5% (11,9% sur le département), près de 41% de ménages non imposables (source Insee 2012) et ayant l'administration parmi un des plus grands recruteurs de la commune (24,4%).

Pour autant, nous ne pouvons ignorer que Sénas dispose d'un véritable potentiel via sa situation géographique et que la commune peut exploiter une véritable stratégie économique grâce à sa proximité et accessibilité depuis les grandes villes environnantes.

Cette question peut être traitée au travers de différents outils d'aménagement du territoire à coordonner au projet de développement économique et social durable.

Il apparaît que le nombre de commerce est resté stable voire solde positif pour les villes ayant bénéficié une politique efficace de soutien au commerce central.

La Commune de Sénas a réengagé récemment de nombreuses procédures allant dans ce sens et a affiché une volonté d'axer l'évolution de son territoire par le développement économique local.

A titre d'exemple, en termes de procédures en cours, nous pouvons notamment citer :

- ▶ Le Plan Local d'Urbanisme qui définit le maintien des commerces du centre-ville et de sa périphérie comme un objectif de développement économique pour la commune ;
- ▶ La mise en place d'une taxe sur les friches commerciales, d'un règlement local de publicité.
- ▶ Son inscription sur la liste préfectorale des communes autorisées à prescrire un ravalement de façade obligatoire

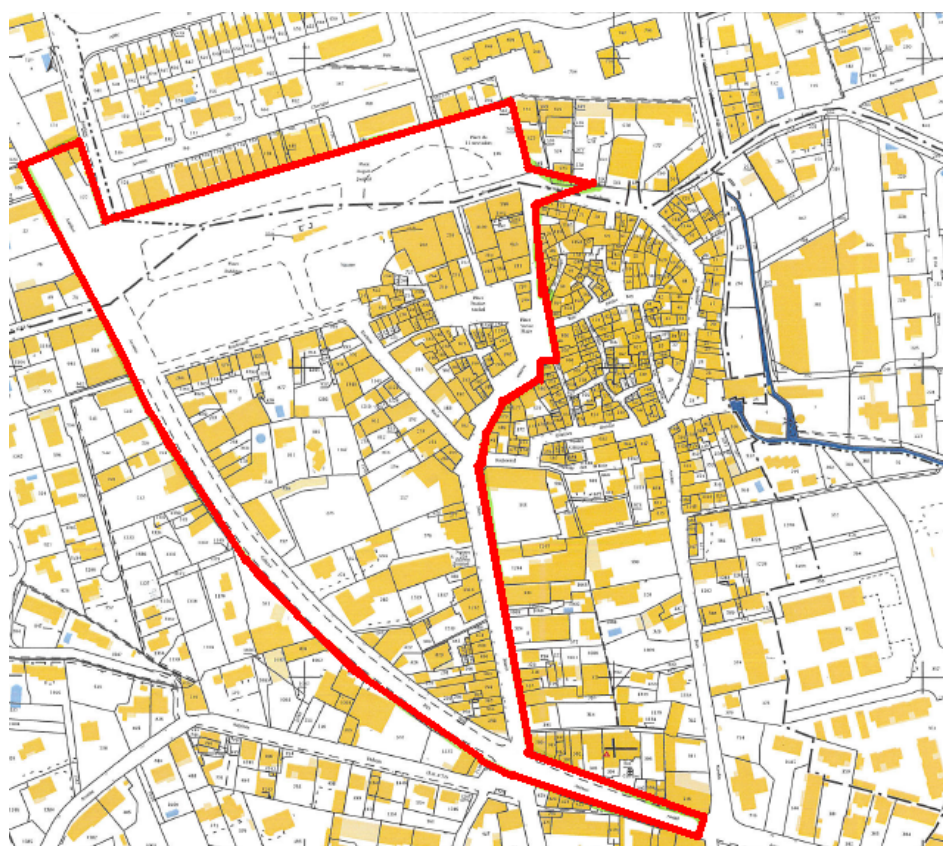
Pour s'assurer tous les moyens nécessaires à contrecarrer ce phénomène de paupérisation de son centre ville, Sénas souhaite enfin renforcer son action en disposant du **droit de préemption communal sur les fonds de commerce et artisanaux et sur les terrains commerciaux**, prévu par les lois du 02 août 2005 et du 4 août 2008.

La municipalité réclame ce droit tout en ayant conscience qu'il revêt un caractère exceptionnel. Il ne doit être employé qu'en cas de menace réelle et sérieuse sur l'équilibre et la sauvegarde de la diversité commerciale afin de la préserver ou dans un objectif de projet de développement commercial établi. Ce nouveau droit doit s'intégrer dans une stratégie globale d'intervention.

L'objectif poursuivi est de sauvegarder, défendre, promouvoir la diversité de l'offre commerciale, là où elle est menacée, dans le périmètre arrêté (article L 214-1 et L 214-2 du Code de l'Urbanisme).

Le périmètre envisagé pourra comprendre les principaux axes commerçants du cœur de ville, dans leur intégralité :

- Boulevard Mathieu Rech
- Place Auguste Jaubert
- Place du 11 novembre
- Boulevard Mal Gallieni
- Place Victor Hugo
- Cours Jean Jaurès
- Avenue Gabriel Péri
- Avenue André Aune



1. Données socio-démographiques

1.1 Population et évolution

En 40 ans la **population a doublé** résultant principalement de l'implantation de nouveaux habitants.

La commune compte en 2012, 6770 habitants.

On observe un rythme de croissance démographique nettement supérieur à ceux de la communauté d'agglomération et du département.

Malgré une **progression des 60-74ans**, la **population de Sénas reste jeune**. En effet, l'indice de jeunesse de Sénas (rapport entre les moins de 20 ans et les plus de 60 ans) est de 1,4, contre 1,28 pour le département (une répartition par tranche d'âge sensiblement la même qu'à l'échelle du département).

La commune est un **pôle résidentiel** qui attire l'installation des ménages.

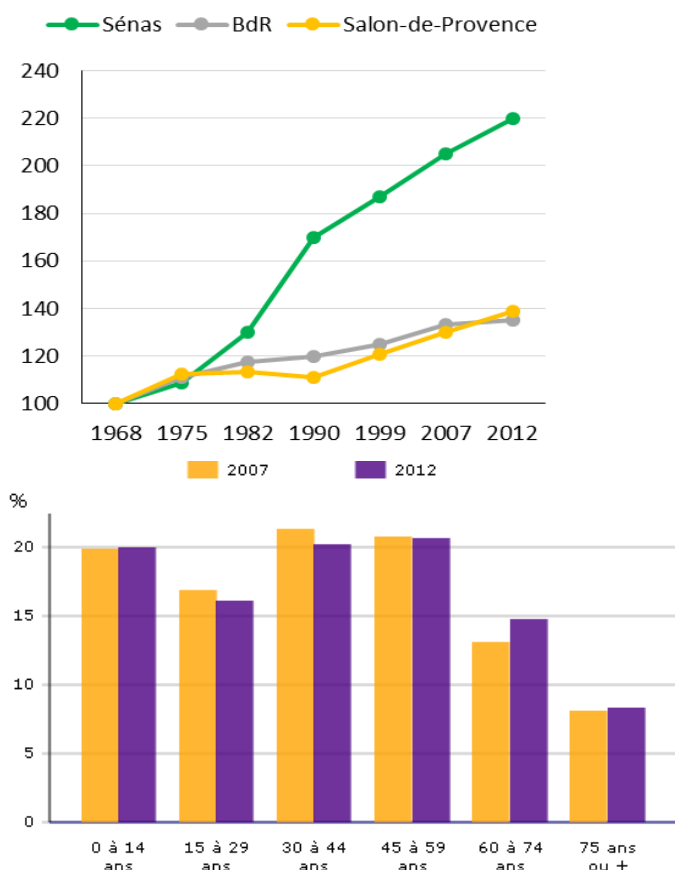
En effet, le nombre de ménage de 2007 à 2009 a augmenté de 10% (contre 3,3% à l'échelle départementale).

2716 ménages vivent sur la commune en 2012.

- 36,8% des ménages se sont installés sur la commune depuis 4ans, 22.5% entre 2 et 4ans et 14,3% depuis moins de 2ans.
- 25% des ménages sont des personnes seules (11.5% d'hommes, 13.5% de femme et 45% de retraités)
- 25% sont des couples sans enfants (39% de retraités et 61% sont actives (20-64 ans)).
- 33% des couples avec enfant(s)

Evolution de la population
(Base 100 en 1968)

Source : Insee, RP 2012



	Nombre de ménages				Population des ménages	
	2012	%	2007	%	2012	2007
Ensemble	2 716	100,0	2 457	100,0	6 688	6 116
<i>Ménages d'une personne</i>	678	25,0	611	24,9	678	611
<i>hommes seuls</i>	311	11,5	237	9,7	311	237
<i>femmes seules</i>	367	13,5	374	15,2	367	374
<i>Autres ménages sans famille</i>	81	3,0	62	2,5	186	148
<i>Ménages avec famille(s) dont la famille principale est :</i>	1 957	72,0	1 783	72,6	5 823	5 357
<i>un couple sans enfant</i>	750	27,6	728	29,6	1 549	1 550
<i>un couple avec enfant(s)</i>	907	33,4	849	34,5	3 473	3 278
<i>une famille monoparentale</i>	299	11,0	206	8,4	802	529

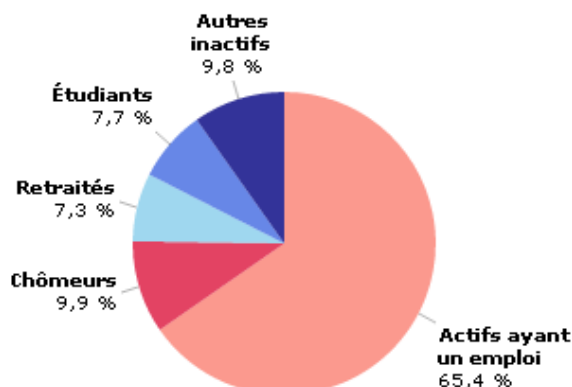
Sources : Insee, RP2007 et RP2012 exploitations principales.

1.2 La population active

75,3% de la population est active dont 65,4% avec un emploi

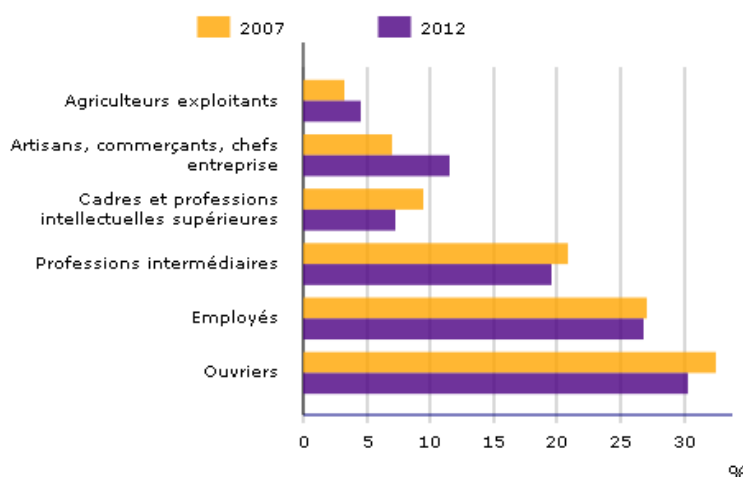
Sur les 2800 actifs que recense la commune, 833 travaillent en son sein soit 30% des actifs.

Population de 15 à 64 ans par type d'activité en 2012

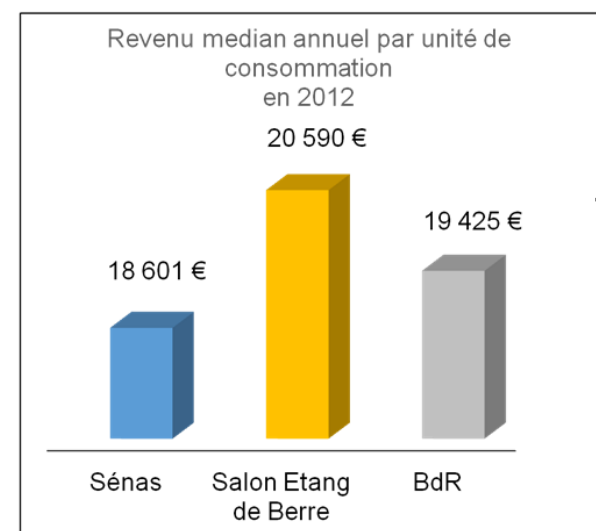


Source : Insee RP2012 exploitation principale

Emplois par catégorie socioprofessionnelle



Sources : Insee, RP2007 et RP2012 exploitations complémentaires lieu de travail.



40,6% des ménages fiscaux ne sont pas imposables contre 37,2% à l'échelle départementale.

Un salaire médian mensuel de 1 550 €
Une fourchette entre 10348€/an et 32672€/an

Un pouvoir d'achat peu élevé et affaibli de charges quotidiennes : crédit maison, déplacement domicile-travail

1.3 Projets d'aménagement

Les orientations d'aménagement et de programmation prévues au Plan Local d'Urbanisme visent entre autres objectifs à :

- Définir les actions et opérations nécessaires pour mettre en valeur l'environnement, notamment les continuités écologiques, les paysages, les entrées de villes et le patrimoine, lutter contre l'insalubrité, permettre le renouvellement urbain et assurer le développement de la commune ;
- Favoriser la mixité fonctionnelle en prévoyant qu'en cas de réalisation d'opérations d'aménagement, de construction ou de réhabilitation un pourcentage de ces opérations est destiné à la réalisation de commerces ;
- Porter sur des quartiers ou des secteurs à mettre en valeur, réhabiliter, restructurer ou aménager ;

Projets d'aménagement d'une zone d'activité économique : Les secteurs « Les Saurins » et « Sud Saurins »

Les lieux-dits « Les Saurins » et « Sud Saurins » sont situés en entrée de ville est, à l'est du péage de l'autoroute A7 et de part et d'autre de la RD7n. Cette situation fait de ce secteur un lieu privilégié pour l'emplacement d'activités, et permettrait notamment de regrouper les artisans implantés à Sénas dans un secteur équipé d'infrastructures adaptées à l'activité. Le secteur accueillerait des activités commerciales, des activités artisanales et des bureaux.

La RN7, devenue RD7n, était parfois appelée « route des vacances » et constituait l'une des plus longues et des plus mythiques routes françaises. Aujourd'hui, ce tronçon de la RD7n apparaît délaissé, malgré la présence d'une station-service, un marchand de saison et un restaurant. Il y a également des baraquements non autorisés et des déchets en bordure de voie, ce qui donne une entrée de ville peu valorisante. Le secteur accueillerait des activités artisanales, industrielles et commerciales liées à l'agro-alimentaire.

Projets d'aménagement d'habitat : Les Secteurs « Pont de l'Auture », « Galazon2 », « Monplaisir », « le grand violet », « les Sigauds » et « le village »

Ces projets visent une densité résidentielle minimale de 15 à 25 logements à l'hectare (50 pour « le Village » et 80 pour « les Saurins ») comprenant, à l'exception du Grand Violet, de 30 à 40% de logements aidés par l'Etat ;

Certains favorisent l'habitat individuel groupé (« Monplaisir » et « Grand Violet », d'autres assurent une diversité de la typologie urbaine en réalisant une part de l'habitat individuel limitée à % de la production du programme, le reste devant développer l'habitat groupé et collectif.

2. Etat des lieux de l'activité artisanale et commerciale

Dans cet état des lieux, il est à noter que l'artisanat et le commerce sont des activités qui se « superposent » en ce sens que certaines font l'objet de double immatriculation auprès de la CCI du Pays d'Arles et la CMAR PACA.

Après avis et conseil des chambres consulaires, nous avons estimé approprié de présenter dans un premier temps un reflet de l'artisanat parallèlement à celui du commerce, puis cibler par des données dé-doublonnées, l'artisanat dit de proximité dans une seconde partie sur le périmètre qui nous intéresse.

En effet, la Chambre des Métiers et de l'Artisanat nous rappelle que :

Le terme « artisanat » comprend plus de 250 métiers dans 4 principales filières d'activités : le bâtiment, la production, l'alimentaire et les services à la personne/transports et réparation.

Il apparaît pertinent de rappeler ce qu'est l'artisanat et **quels types d'activités de ce secteur seront concernés dans le cadre du droit de préemption.**

La loi du 5 juillet 1996 prévoit l'immatriculation au Répertoire des métiers des personnes physiques ou morales qui n'emploient pas plus de dix salariés au moment de la création et qui exercent à titre principal ou secondaire une activité professionnelle indépendante de production, de transformation, de réparation ou de prestation de services relevant de l'artisanat et figurant sur une liste établie par décret en Conseil d'Etat.

L'artisanat recouvre donc deux typologies d'entreprises qui n'obéissent pas aux mêmes logiques d'implantation et de fonctionnement et dont les besoins en terme d'aménagement de l'espace (accessibilité, visibilité, flux de chalandise,...) sont très différents :

- ▶ Artisanat de production ou de services aux entreprises : recouvre les activités du bâtiment (gros oeuvre et second oeuvre), de production (bois, métallurgie, agro-alimentaire,...) ainsi que les activités de services aux entreprises (informatique, réparation de machines et équipements,...). Ces entreprises privilégient une implantation en zone d'activités ou en périphérie de la ville, une bonne accessibilité clientèle/fournisseurs (accès poids lourds, proximité des entrées d'autoroutes). Leur marché est tourné vers une clientèle de professionnels et couvre une zone de chalandise souvent départementale voire régionale
- ▶ **Artisanat de proximité** : recouvre les activités liées aux services à la personne (coiffeurs, esthétique, cordonnier, fleuriste), aux métiers de bouche (boulangerie, boucherie/charcuterie). Ces entreprises possèdent un point de vente ayant pignon sur rue et répondant aux besoins de première et deuxième nécessité d'une clientèle le plus souvent locale. Les artisans de ce secteur connaissent de plus en plus de difficultés à exercer leur activité dans les centres villes et pôles commerciaux de proximité : envolée des prix du foncier, difficultés de stationnement et de livraison, exigüité des locaux...

Ce sont donc les entreprises issues de l'artisanat dit « de proximité » que nous considérerons dans le cadre du droit de préemption de la Ville de Sénas.

Vous trouverez en **Annexe 1** la classification établie par la CMAR PACA des activités de proximité et de production.

2.2 Reflet de l'Artisanat

2.2.1 Poids économique de l'Artisanat sur la commune de Sénas

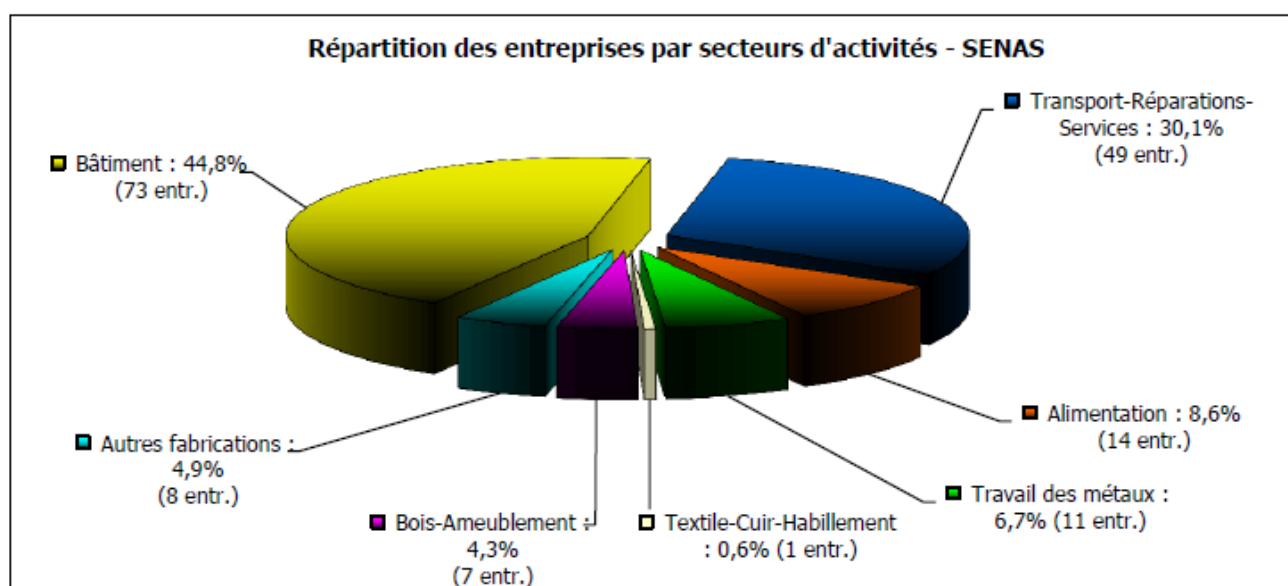
Au 1er décembre 2015, la CMAR PACA recensait sur la commune de Sénas :

- ▶ **163 entreprises artisanales**, soit 5% des artisans d'Agglopoie Provence
- ▶ **170 établissements artisanaux²** qui représentent **40% des établissements** implantés sur Sénas
- ▶ **113 salariés** soit **7% de la population salariée** de la commune L'artisanat représente un important vivier d'emplois directs et indirects et une voie d'ascension sociale par la voie de l'apprentissage

L'artisan crée son propre emploi, mais recrute aussi salariés et apprentis, offrant souvent une chance aux jeunes et aux demandeurs d'emploi d'acquérir un savoir-faire voire même de créer sa propre entreprise à terme.

Le secteur des métiers est composé à 90% de TPE de moins de 10 salariés. Il est néanmoins un important pourvoyeur d'emplois présentant des profils de compétences variés.

- ▶ On observe une croissance annuelle en nombre d'entreprises de **7% en 5 ans** (2010/2015), plus forte que celle observée au niveau d'Agglopoie Provence (5%)



2.2.2 Evolution du mouvement d'entreprises sur 5 ans (tous secteurs d'activités confondus)

La croissance annuelle en nombre d'entreprises sur la commune de Sénas est de 7% en 5 ans (2010/2015).

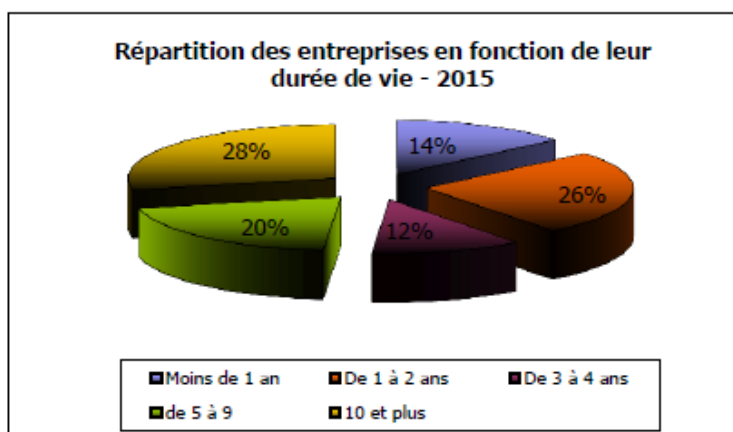
Années	Immatriculations	Radiations	Solde
2010	17	15	+ 2
2011	24	17	+ 7
2012	17	18	-1
2013	31	24	+ 7
2014	25	16	+ 9

2.2.3 Pérennité du tissu artisanal

- **Augmentation du taux de survie** des entreprises artisanales après 3 ans d'activité :

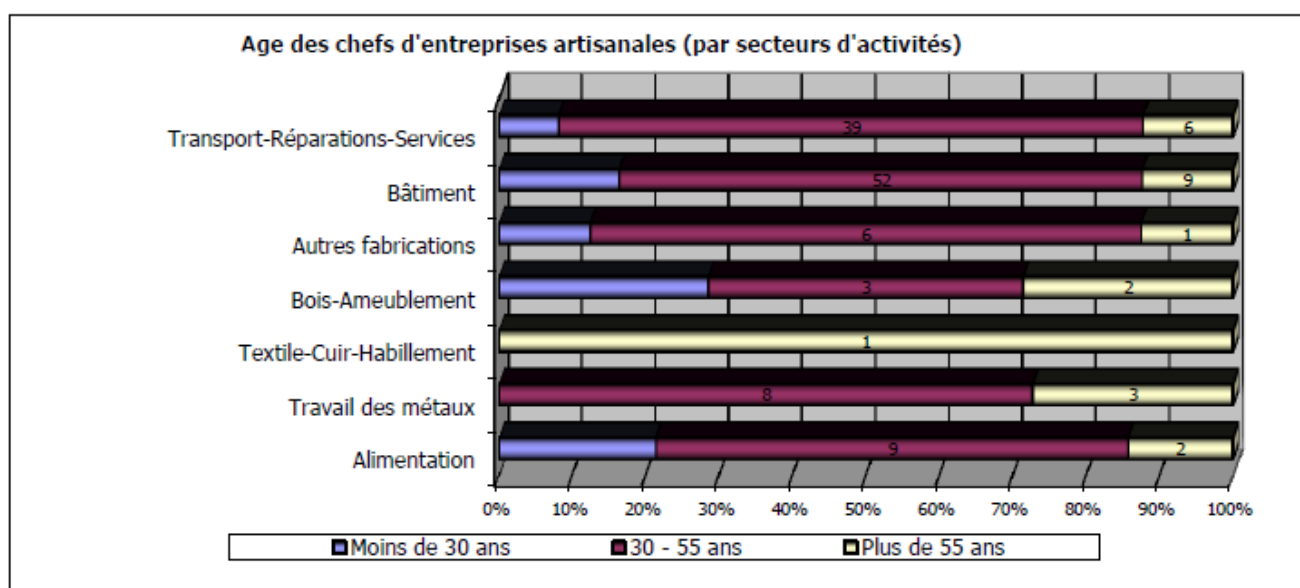
	2013	2014	2015
Taux de survie	23,5%	50%	60%

- La commune de **Sénas présente un profil d'entreprises stable** avec 28% de structures de plus de 10 ans d'activités (soit la même tendance qu'Agglopoles Provence).



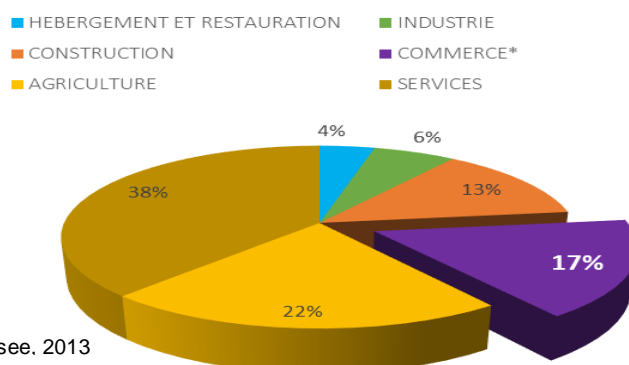
2.2.4 Une problématique de transmission à anticiper

Près de trois-quart des chefs d'entreprises (70,7%) ont entre 30 et 55 ans, (72,3% pour Agglopoles Provence). Le reste des entreprises artisanales sur Sénas se répartit équitablement avec le même nombre d'entreprises ayant un gérant de moins de 30 ans que d'entreprises avec un gérant de plus de 55 ans. La commune n'est ainsi pas concernée à court terme par les problématiques de transmission mais il s'agit d'une question à anticiper pour les prochaines années pour assurer le transfert des savoir-faire.



2.3 Reflet du commerce

2.3.1 Poids économique de l'Artisanat sur la commune de Sénas



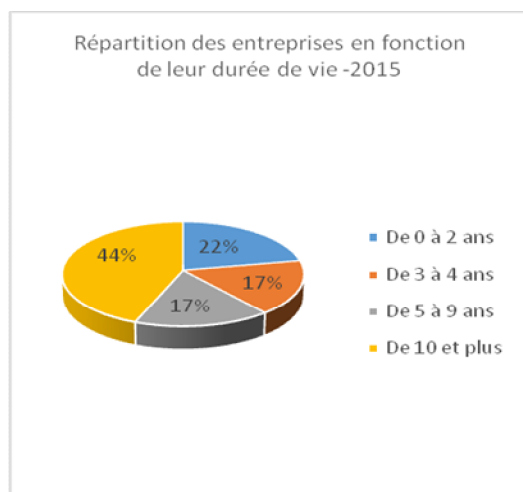
- ▶ Le commerce représente 17% des établissements de la commune, 21% si l'on considère l'hébergement et la restauration.
- ▶ Le commerce est créateur localement d'emplois et de richesses et ses emplois ne sont pas délocalisables
- ▶ 235 emplois salariés privés en 2013 soit 41% de l'emploi salarié privé de la commune.
- ▶ 84 commerces et services recensés sur la commune
- ▶ Une diversité commerciale présente avec l'essentiel des commerces de 1ère nécessité.
- ▶ Un marché réputé
- ▶ Une offre de première nécessité complète
- ▶ Une offre non alimentaire en complément
- ▶ Une diversité de l'offre alimentaire et forte consommation alimentaire sur la commune

2.3.2 Evolution du mouvement d'entreprises sur 5 ans

Sur 5 ans on enregistre 30 créations pour 19 radiations soit un solde positif de 11 entreprises.

Années	Immatriculations	Radiations	Solde
2010	0	2	-2
2011	5	4	+1
2012	8	2	+6
2013	10	7	+3
2014	4	3	+1
2015	3	1	+2

2.3.3 Pérennité du tissu commercial



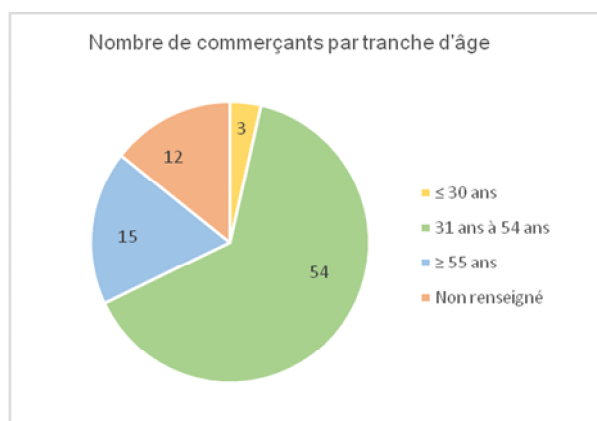
Pérennité du tissu commercial

Les entreprises du commerce résistent bien, 44% d'entre elles ont plus de 10 ans d'ancienneté, ce qui est en comparaison est plus important que les activités artisanales.

2.3.4 Une problématique de transmission à anticiper

La majorité des commerçants ont moins de 54 ans, la question de la transmission de l'entreprise ne pose pour l'instant pas de problème (sauf dans le cas où la personne souhaite vendre).

15 commerçants ont 55 ans et plus, pour cela la question de la transmission de l'entreprise doit se poser. D'après l'étude « Transmission d'entreprises »¹ réalisée par la CCI Provence Alpes Côte d'Azur, il faut un à trois ans pour un commerçant pour céder son entreprise.



¹ L'étude est consultable à cette adresse : http://www.paca.cci.fr/docs/Etude_regionale_transmission_entreprise.pdf

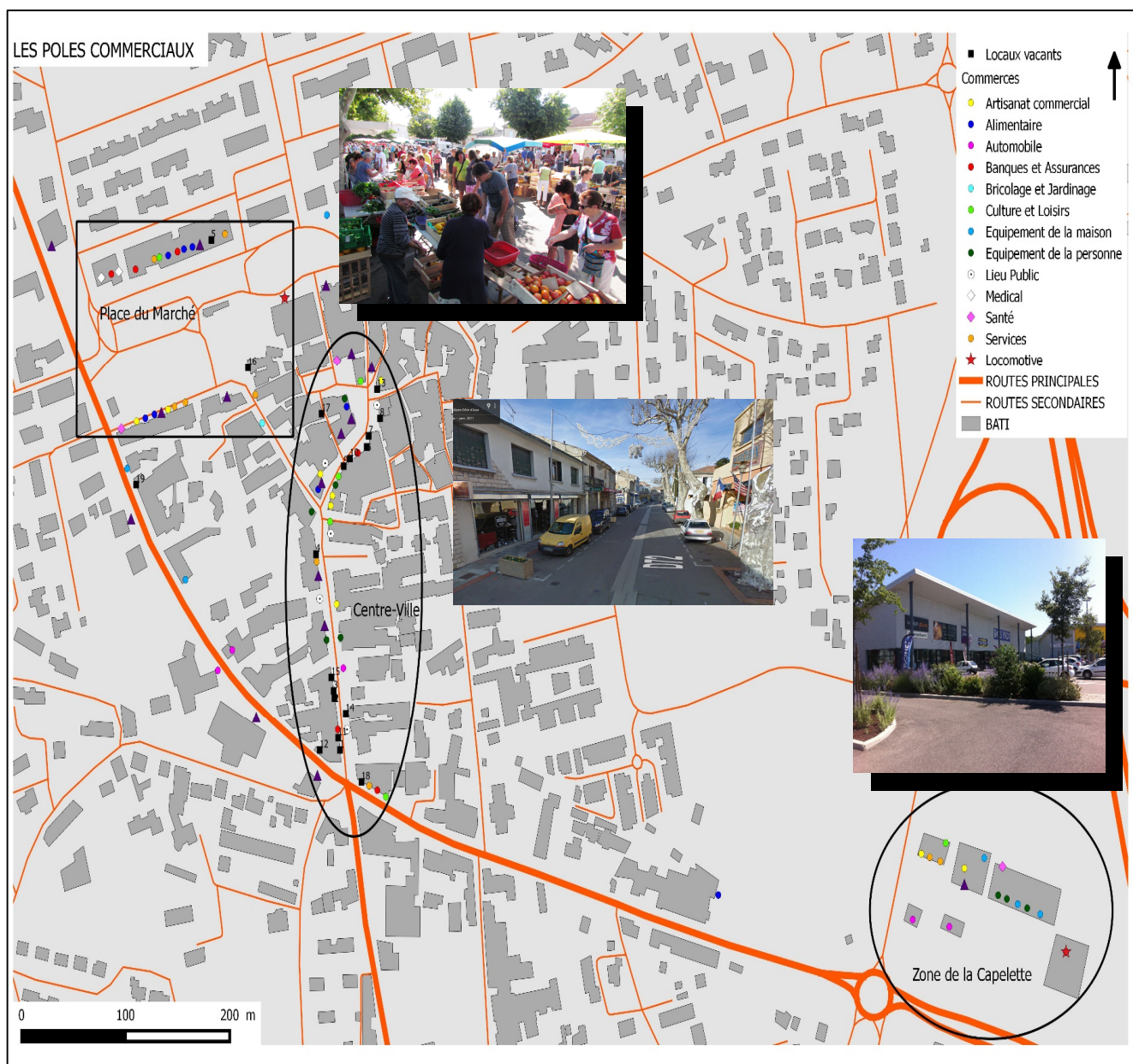
2.4 L'implantation commerciale et artisanale

3 pôles commerciaux principaux :

1. La zone de la Capelette en entrée de ville propose des locaux récents et accessibles
2. Le centre-Ville où l'on trouve une offre diversifiée mais bon nombre de locaux vides qui ne retrouvent pas de repreneurs.
3. La place du Marché où nous observons un glissement de certains commerces du centre-ville sur la place du Marché pour le stationnement et le flux de véhicules entraînant des locaux vacants dans le centre

Néanmoins, la place du Marché et le centre-ville sont complémentaires et ne devraient pas s'opposer.

Le caractère rural du territoire, l'extension urbaine très diffuse qui a eu lieu ces 10 dernières années et le développement de l'habitat individuel favorisent l'utilisation de la voiture.



2.5 Artisanat de proximité et périmètre de préemption envisagé

Parmi les artisans présents sur la commune, nous avons sélectionné ceux qui peuvent être définis comme des entreprises de proximité (cf. définition *supra*).

Les artisans et commerçants étant souvent doublement inscrits au Répertoire des Métiers de la CMAR PACA et au Registre du Commerce et des Sociétés de la Chambre de Commerce et d'Industrie, les Chambres consulaires ont travaillé conjointement afin de vous fournir un nombre d'entreprises dédoublonné.

Il convient de préciser que la CCI du Pays d'Arles a mené un travail de terrain en juin 2015 qui a consisté à recenser rue par rue les locaux d'activités commerciales (vacants ou occupés), venant appuyer les chiffres statistiques des bases de données.

Le tableau ci-dessous dresse la synthèse de l'évolution entre 2011 (au 31.12.2011) et 2015 (au 01.12.2015) de l'activité de proximité par rue concernée par le droit de préemption.

Périmètre	Nombre d'êts 31/12/2011	Nombre d'êts 01/12/2015	Solde
Boulevard Mathieu Rech	12	12	0
Impasse des Trois Rois	1	1	0
Place Auguste Jaubert (place du Marché et place du 11 novembre)	12	17	+5
Place Victor Hugo (Place de la mairie)	9	7	-2
Cours Jean Jaurès	22	19	-3
Avenue Gabriel Péri	8	8	0
Avenue André Aune	3	4	+1
TOTAL Périmètre	67	68	+1

On assiste à une stagnation de l'offre commerciale et artisanale.

Au 1^{er} décembre 2015, 68 entreprises exerçant une activité répondant aux besoins des habitants de la commune sont recensées sur le périmètre de préemption envisagé contre 67 en 2011.

On note notamment les tendances suivantes :

- ▶ Un commerce et un artisanat qui résiste sur certains axes mais avec un faible dynamisme (très peu de nouvelles activités sur les 5 dernières années) : Boulevard Mathieu Rech, Impasse des Trois Rois, Avenue Gabriel Péri et André Aune
- ▶ La Place du Marché a connu la plus forte augmentation d'activités
- ▶ La Place de la Mairie et le cours Jean Jaurès sont les lieux qui ont connu le plus grand nombre de cessations d'activité (de première nécessité notamment) sur les 5 dernières années.

Le détail de l'évolution par secteur d'activité et par rue est présenté en **Annexe 2**.

2.6 La vacance commerciale augmente dans le centre-ville

La désertification des centres-villes s'amplifie et ce phénomène est national, durable.

L'offre de centre-ville se fragilise comme en témoigne la progression de la vacance commerciale qui atteint 8% en 2013 contre 6% en 2001 selon PROCOS.



Sénas est particulièrement touchée puisque connaît un taux de vacance globale d'environ 13%, 15% si l'on cible le centre ville.

Une vacance due à :

- Multiplication des zones commerciales en périphérie répondant à une efficacité commerciale fondée sur la concentration de clientèle obtenue par déplacement motorisée et le groupement des achats.
- Prix du foncier
- Aménagement urbain (manque d'espace pour extension de magasins, stationnement, accessibilité des centres-villes...)
- E.commerce
- Manque d'initiatives privées pour réaffecter le local commercial disponible
- Transformation des locaux commerciaux en logements à défaut de réaffectation commerciale

La fermeture des commerces est localisée sur le centre ancien

ENSEIGNE	ACTIVITE	CADASTRE	N° RUE	NOM DE RUE
Bureaux Pompes funèbres	Services	AB105	9	Place Victor Hugo
Boucherie	Local vacant	AB107	1	Place Victor Hugo
Banque Chaix	Banque	AB 164-165	1	Avenue Jean Jaurès
Banette	Boulangerie	AB 166	3	Avenue Jean Jaurès
Gambille Chaussures	Vente de chaussures	AB 177	7	Cours Jean Jaurès
Cœur d'Asie	Restauration rapide	AB 178	9	Cours Jean Jaurès
MMA	Assurance	AB 276	22	Avenue Jean-Jaurès
Ambulance V.S.L Michel	Services	AB 317	33	Avenue Jean Jaurès
La Petite Souris	Vêtements enfants	AB 888	38	Avenue Jean Jaurès
Local Vacant	Local Vacant	AB 894	40	Avenue Jean-Jaurès
Local Vacant	Local Vacant	AB 290	42	Avenue Jean-Jaurès
Local Vacant	Local Vacant	AB 966	50	Avenue Jean Jaurès
Local vide	Boulangerie	AB 675	12	Rue du Four
Local vacant	Assurance	AB 243	19	Boulevard Mathieu Rech
Local vacant	Laverie et Pressing	AC 585	25	Place Auguste Jaubert



2.7 Le diagnostic commercial (offre & comportement d'achat)

Dans le cadre de la mise en place du Droit de Prémption l'ancienne municipalité a lancé en collaboration avec la CCI du pays d'Arles un questionnaire auprès de la clientèle des commerces de la commune. Cette démarche à laquelle les commerçants ont été associés vise également à identifier en fonction d'un état des lieux les préconisations pour stabiliser voire développer l'activité commerciale au sein de la commune.

Cette opération a été relancée par la nouvelle municipalité, compte tenu du nombre insuffisant de retours des questionnaires et de son engagement en matière de développement économique locale.

Au total près de 400 questionnaires ont été collectés via les commerçants pour les 2/3 et en face à face pour le tiers restant.

Nous pouvons retenir de cette enquête, livrée en annexes, que :

- Le revenu médian de la commune est le 2nd plus faible du département
- Le pouvoir d'achat des habitants de Sénas est peu élevé et qu'il varie selon les 3 profils de ménages :
 - 1/4 de ménages d'une personne favorable à l'achat de proximité (besoin moindre en termes de quantité et lien social fort)
 - 1/4 sont des couples sans enfant un pouvoir d'achat plus élevé
 - 1/3 sont des couples avec enfant(s) Consommation de masse plus importante et une clientèle plus volatile
- Les déplacements domicile travail sont vecteurs d'évasion commerciale (70% des actifs travaillent à l'extérieur de la commune et favorables à la zone périphérique)
- Le commerce représente 17% des établissements et près de 41% des emplois de la commune
- L'offre commerciale alimentaire est diversifiée et appréciée (74% des consommateurs)
- Cette satisfaction profite aux grands commerces et au marché du samedi.
- Une offre non alimentaire limitée en complément
- L'accueil, le conseil, la qualité des produits et le stationnement sont les atouts reconnus
- Le manque de diversité, les prix et le cadre urbain ne concourent pas au développement du commerce.

Il ressort de cet état des lieux quelques pistes sur lesquelles travailler :

- Adapter l'offre à la demande identifiée (en rapport aux profils de ménages)
- Valoriser le cadre urbain
- Travailler sur l'attractivité du centre ville
- Limiter la vacance commerciale
- Associer les pôles commerciaux pour éviter rivalité et proposer une offre diversifiée

Annexe 3 La synthèse restituée aux commerçants

2.8 Identification des menaces

L'enquête, la relation entretenue avec les commerçants, le partenariat avec les chambres consulaires, la connaissance de notre territoire et nos propres expériences clients nous permettent d'identifier les principales menaces qui pèsent sur l'appareil commercial et artisanal.

Elles se répartissent entre une problématique de :

- Territoire : Espace organisé par les hommes, réalités historiques socio-économiques,
 - Usagers : Habitants, entreprises, investisseurs, touristes ou encore organismes publics institutionnels....
 - Images : Représentations, images perçues, réalité et images promues.
-
- ▶ Dévitalisation du centre-ville : comme évoqué précédemment, la commune de Sénas connaît un taux de vacance très important (13%) pouvant aller jusqu'à 15% pour le Cours Jean Jaurès dont nous venons de voir l'évolution du tissu commercial et artisanal.
 - ▶ Manque d'initiative individuelle privée pour favoriser la réaffectation des locaux à des fins commerciales. La vacance longue durée favorise le changement de destination du local en habitation.
 - ▶ Perte de dynamisme des commerçants présents sur axe touché
 - ▶ Une transmission de l'activité non anticipée menace la diversité commerciale.
 - ▶ L'évasion commerciale vers des pôles périphériques entame la viabilité à moyen terme des pôles de proximité. La localisation de Sénas à proximité de pôles régionaux est un atout économique mais aussi un facteur exogène de fragilisation du tissu commercial et artisanal de proximité. 70% des actifs senassais travaillent hors de la commune. Les déplacements domicile-travail sont vecteurs d'évasion commerciale puisque insinuent le parcours d'achats.
 - ▶ Un manque d'unité commerciale
 - ▶ Un cadre urbain à valoriser
 - ▶ Faible notoriété et l'image du centre-ville. Sénas ne dispose de peu atouts patrimoniaux et architecturaux. La commune est absente des guides touristiques. La part des résidences secondaires est faible. Pauvre en infrastructures, Sénas ne compte qu'un hôtel et ne dispose pas de terrain de camping.

3. Stratégie communale (ou ce sur quoi repose la politique de redynamisation)

⇒ Soutenir et renforcer les activités de commerces et de services de proximité dans le centre du village.

Il s'agit de tendre vers un équilibre habitat/emploi - Contrer la tendance à une spécialisation résidentielle par le biais notamment de :

3.1 La maîtrise de la vacance commerciale ou reconquête des locaux vacants.

La municipalité travaille sur la mise en place d'un éventail d'outils nécessaires à la sauvegarde et le développement du commerce d'artisanat de proximité. Le droit de préemption des Fonds de commerciaux et artisanaux s'associe à :

- La prise en compte du développement économique local dans le PLU
- La rédaction d'un Règlement Local de Publicité (RLP)
- La mise en place de la taxe friche commerciale
- L'inscription de Sénas sur les listes des communes autorisées à demander le ravalement décennal obligatoire, incitant les propriétaires à entretenir leur façade.
- La relation entretenue entre la municipalité et les commerçants et artisans (courriers aux propriétaires des locaux vacants, liens avec les associations...)
- La réflexion sur la facilitation d'intégration des commerces (bail précaire, association d'artisans, boutique à l'essai ...)
- Le développement d'un réseau (CVM, RDV avec les manager de centre villes des communes aux alentours, partenariat avec la Cci et la CMA...)
- La capitalisation des événements/festivités de la commune au profit de l'artisanat et du commerce
- L'accueil des porteurs de projets et facilitation de leur implantation selon
- L'anticipation de la problématique transmission d'entreprises en collaboration avec la CCI et CMA)
- La communication de l'offre commerciale et artisanale de la commune (site web de la commune avec liens appropriés).

3.2 Le rééquilibrage et diversification du tissu commercial (motifs générateurs de fermeture de locaux + effet d'évasion commerciale).

- Maintenir et diversifiée l'offre commerciale du centre ville de manière à créer une alternative ou complémentarité aux 2 autres pôles
- Créer une connexion (voire une harmonie) entre les 3 pôles commerciaux de manière à créer un vase communiquant et limiter le déséquilibre en termes de dynamique commerciale.
- Veiller sur l'artisanat de proximité particulièrement les métiers de bouches avec un savoir-faire qui contribue à la renommé du centre-ville. Leur présence est un signe de bonne santé qui motive les porteurs de projets.
- Mettre l'accent sur l'originalité de l'offre (ce que 'on se trouve pas ailleurs)

- Mener des enquêtes destinés usagers de proximités permettant de décrypter les habitudes de consommation, les ressenties, les préférences ou les carences.
- Faire que l'offre commerciale soit conciliable avec une réalité démographique sociale

3.3 Un travail sur la notoriété et l'image du centre-ville et capter le flux touristique

- Améliorer le cadre de vie pour une réappropriation de ce dernier par les senassais et une attraction des « extérieurs » → accessibilité, stationnement, circulation, cheminement doux, mise en valeur du patrimoine architectural...
- Mutualiser les animations et événements pour optimiser la fréquentation du centre ville
- Confirmer la présence de la commune dans le Parc Naturel Régional des Alpilles (PNRA) vecteur d'un label environnement. La commune cherche à valoriser sa position entre Alpilles et Lubéron.
- la valorisation du patrimoine sénassais et la proposition d'une signalétique adaptée et une meilleure lisibilité des informations sur le site Internet de la Commune.
- la promotion des chemins et itinéraires de randonnées au cœur des Alpilles.

3.4 L'étude d'un nouvel aménagement du centre-ville permettant de faciliter leur accès

L'amélioration du cadre de vie et une meilleure accessibilité sont les conditions essentielles à la dynamique commerciale. La municipalité se penche actuellement sur l'étude du réaménagement possible de son cœur de ville. Il s'agira d'étudier :

- un nouveau sens de circulation
- les moyens d'aérer l'espace urbain
- la politique de réglementation du stationnement
- la gestion de la signalétique
- la création de cheminement doux

3.5 La constitution d'un pôle de Développement économique générateur de richesses

En complément de cette première mesure et conformément au SCOT Agglopoles Provence, il est prévu sur la commune l'aménagement d'un « Site Economique d'Importance SCOT ». L'aménagement de zones d'activités prendra notamment en compte les préconisations de la Charte du Parc Naturel Régional des Alpilles à savoir : qualité paysagère et architecturale, économie de l'espace, maîtrise de l'énergie, des déplacements, de la gestion de l'eau et des déchets, etc...