

CONSEIL ECONOMIQUE SOCIAL ET
ENVIRONNEMENTAL LOCAL

*_*_*_*

CESEL VIE ECONOMIQUE & SOCIALE

RAPPORT 2021 / 2022



Composition de la Commission

Président : J.M. Marczak



Mission de la saisine



Quel(s) nouveau(x) modèle(s) pour les commerces de la ville de Livry-Gargan



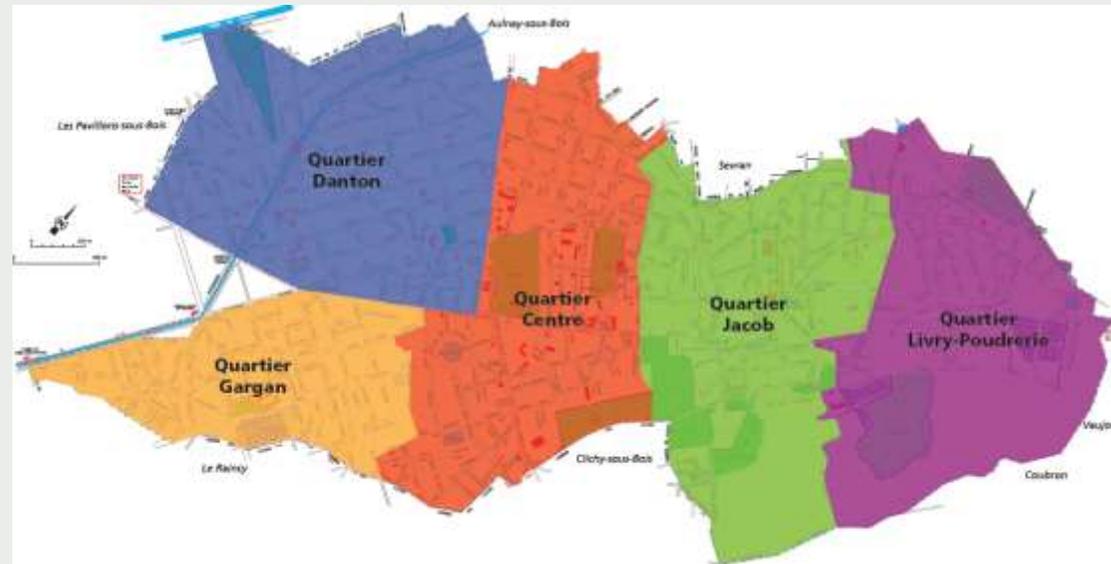
INTRODUCTION

La ville de Livry Gargan a une structure commerciale relativement atypique ; divisée en 5 quartiers différenciés quant à la densité des commerces.

Nous avons donc opté pour l'objectif de plusieurs modèles de commerce induisant, par conséquent, un travail préliminaire par quartier.

L'ensemble des membres de la commission ont œuvré activement à ce rapport, ses composantes et ses conclusions.

Pour rappel, les 5 quartiers sont : Centre, Danton, Gargan, Jacob et Poudrerie.



DEMARCHE



➤ 3 Axes de travail menés vers

➤ **Rétroplanning** : après identification des axes de travail, il a été évalué le temps nécessaire aux différentes étapes pour respecter la date de remise du rapport de la Commission Vie Economique & Sociale.

➤ 2 Questionnaires élaborés :

✔ **Habitants** : élaboré courant Septembre 2021. L'enquête terrain a été menée à la suite. La restitution des résultats s'est faite en Octobre 2021.

✔ **Commerçants** : élaboré en corrélation avec celui des Habitants pour pouvoir trouver un tronc commun d'actions. L'enquête terrain a été menée jusqu'à fin Novembre 2021.

➤ **Consultation autres communes** : simultanément, nous avons tenté de prendre des contacts avec d'autres communes afin de comprendre leur stratégie en matière de commerce et d'évaluer les résultats obtenus.

➤ **Atelier délibératoire** : les membres de la Commission se sont réunis le 28 Janvier 2022 afin de définir les modèles semblant être les plus appropriés pour dynamiser la ville de Livry-Gargan. Nous avons également proposé de grandes phases intermédiaires permettant d'aboutir aux modèles proposés.

RESULTATS ENQUETE HABITANTS

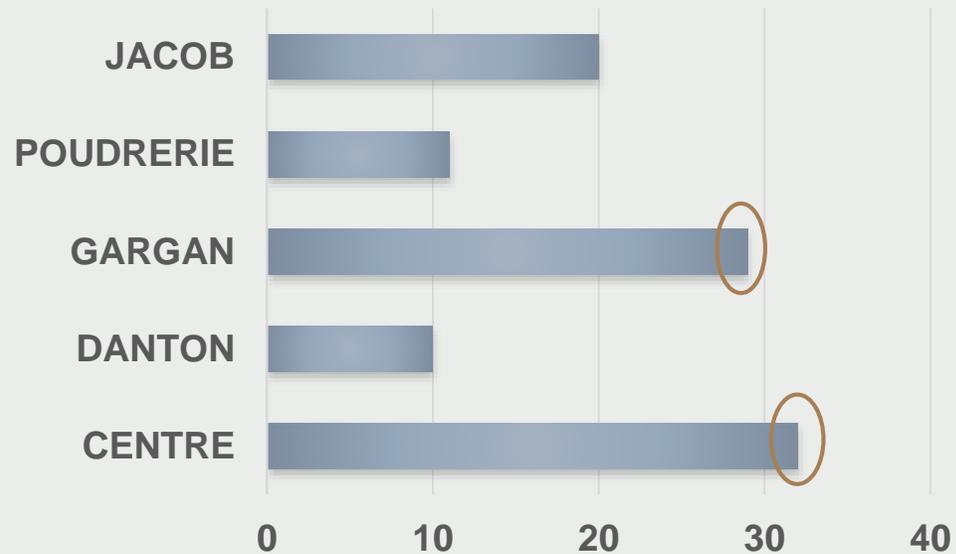


INTRODUCTION



- Ce questionnaire a été soumis aux Livryens lors du forum des Associations en Septembre 2021 (Annexe 1).
- La commission a récolté un total de 102 réponses.

REPONSES PAR QUARTIER

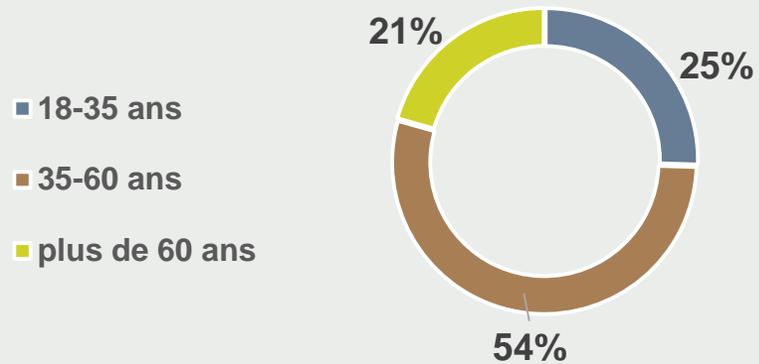


Le quartier le plus représenté est le quartier Centre. C'est l'un des quartiers où il y a la plus grande dynamique en terme d'activités à Livry-Gargan.

Le quartier Centre (grâce au Forum des Associations Stade Alfred Marcel Vincent) ainsi que le quartier Gargan ont été bien représentés.

→ 32 réponses pour le Centre & 29 réponses pour Gargan.

PROFIL DES INTERROGES



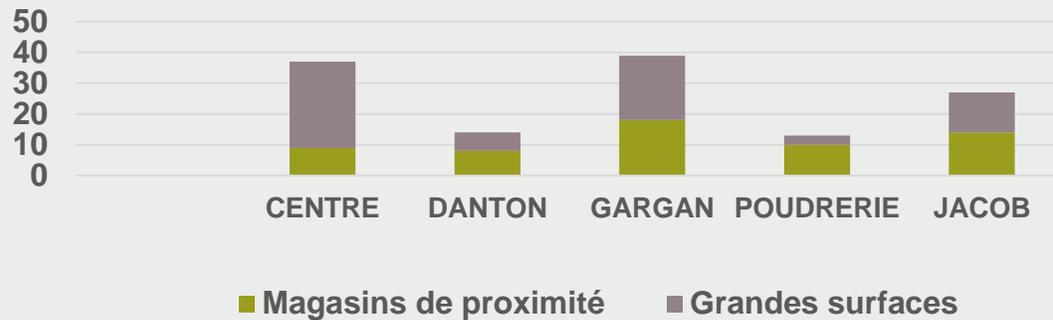
La tranche d'âge la plus représentée est la tranche 35-60 ans.



Les personnes en couple sont les plus représentées ainsi que celles avec des enfants.

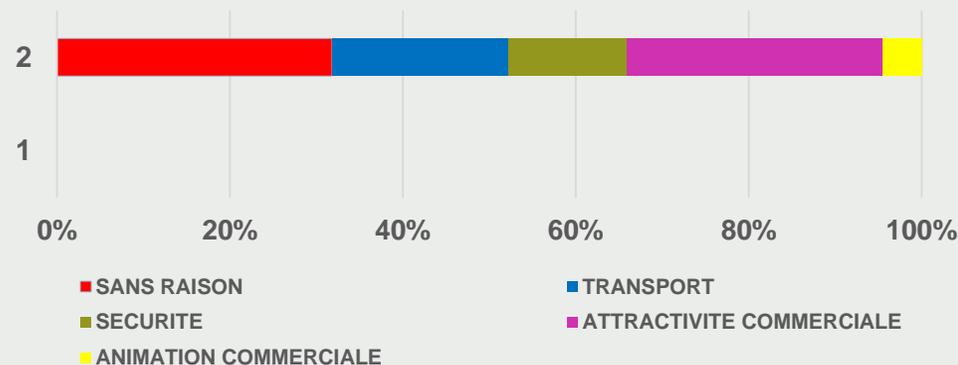
FREQUENTATION DES TYPES DE COMMERCE

Choix de type de commerce



Dans l'ensemble, les Livryens fréquentent les commerces de proximité (81 %) ; surtout ceux du quartier Centre. Toutefois, les grandes surfaces représentent une forte concurrence. Les Livryens fréquentent également beaucoup les grandes surfaces.

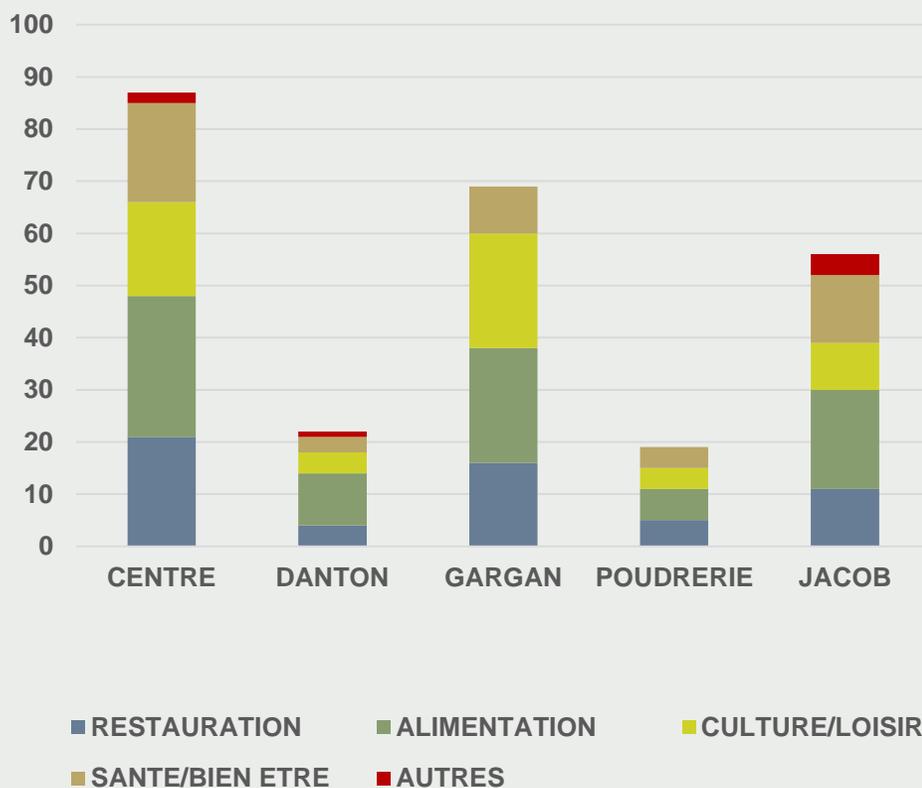
Motifs de non fréquentation des magasins de proximité



L'attractivité commerciale n'est pas au rendez-vous. Par exemple, lors de la période de Noël, beaucoup de commerçants n'embellissent pas la devanture de leur commerce.

De plus, selon les habitants, Livry-Gargan est une ville mal desservie en transports en commun. Cela représente une perte de temps au quotidien.

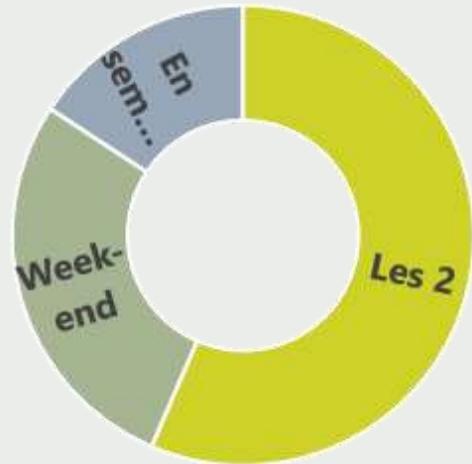
TYPES DE COMMERCES DE PROXIMITE FREQUENTES



Les Livryens vont principalement dans des commerces pour faire des courses alimentaires et fréquentent aussi les restaurants.

La ville compte un certain nombre de restaurants divers dont ceux de la restauration rapide.

FREQUENCES ET MODES DE DEPLACEMENT



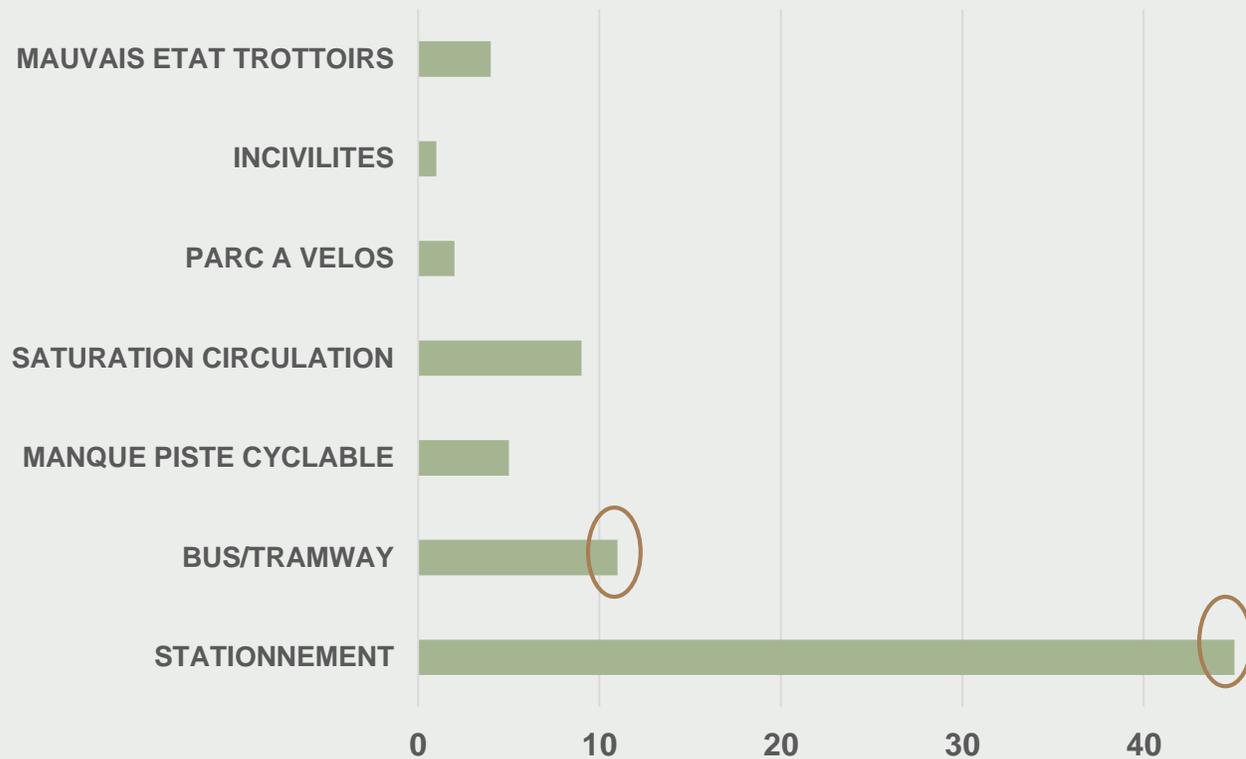
Les Livryens font leurs courses la semaine ainsi que le week-end. Il n'y a pas de différence majeure entre les deux.

Ils prennent beaucoup la voiture mais la marche à pied est le deuxième mode de déplacement.

Les quartiers Gargan et Centre sont ceux où l'on marche le plus mais également ceux les mieux desservis en transport en commun.



PROBLEMATIQUES SELON LE MODE DE TRANSPORT



Les problèmes de stationnement arrivent de très loin en tête de liste et demeurent le point le plus irritant.

Il y a peu de places parking autour de leurs commerces de proximité.

Cela représente un frein majeur pour la fréquentation de proximité.

LA QUALITE AVANT TOUT !



Les Livryens font très attention à la qualité de leurs produits bien plus qu'au prix.

Ils sont prêts à payer un peu plus cher pour avoir des produits de qualité.

Le rapport qualité/prix reste, néanmoins, un critère important.

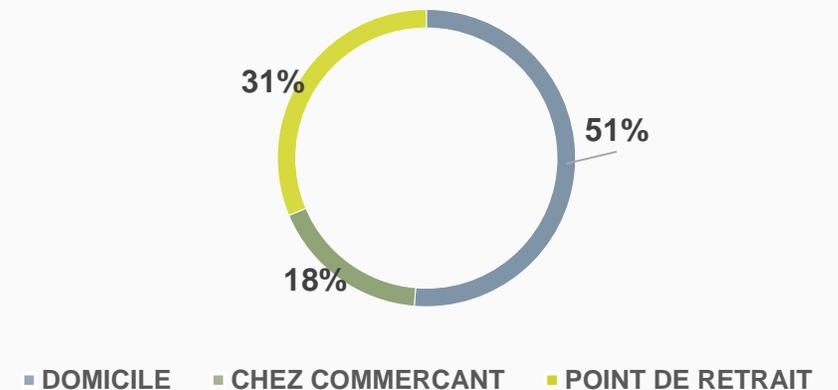
68 % des interrogés achètent aussi sur internet

68 % des interrogés achètent aussi sur Internet. La livraison à domicile est priorisée.

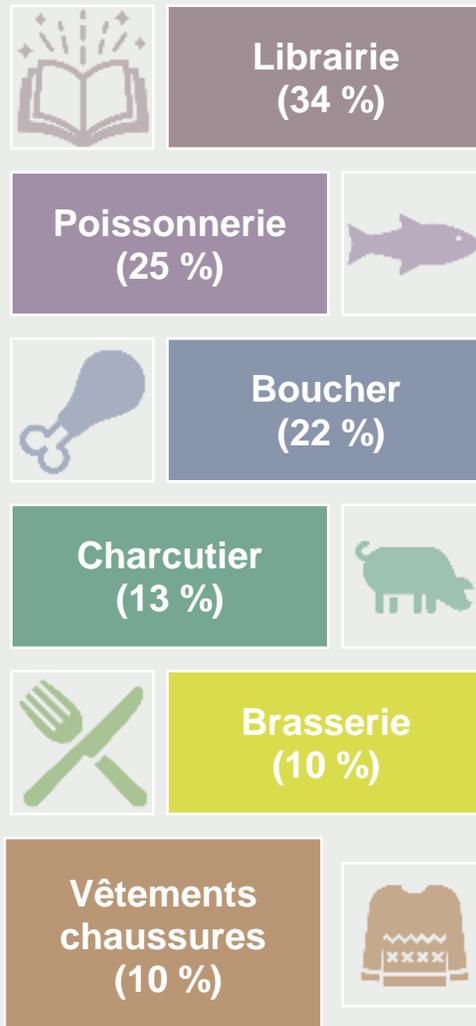
Peu de livraison chez les commerçants - peut-être ne sont-ils pas au courant - qu'ils peuvent se faire livrer directement chez un commerçant.



Lieux de livraison



LES BESOINS IDENTIFIES



Les Livryens veulent, en majorité, une poissonnerie, un boucher, une librairie, des magasins d'habillement et de chaussures.

Nous pouvons trouver tout cela dans les villes voisines mais cela ne nous fait pas consommer sur Livry-Gargan et ne permet pas de développer une dynamique locale.

LES BESOINS IDENTIFIES



Top commerces ressortant de l'enquête habitant

- **Danton**
- **Jacob**

Boucherie



- **Centre**
- **Danton**
- **Gargan**
- **Jacob**

Librairie



- **Centre**
- **Gargan**

Poissonnerie



SYNTHESE



Les Livryens consomment généralement sur la ville que ce soit dans les commerces de proximité ou dans les grandes surfaces.



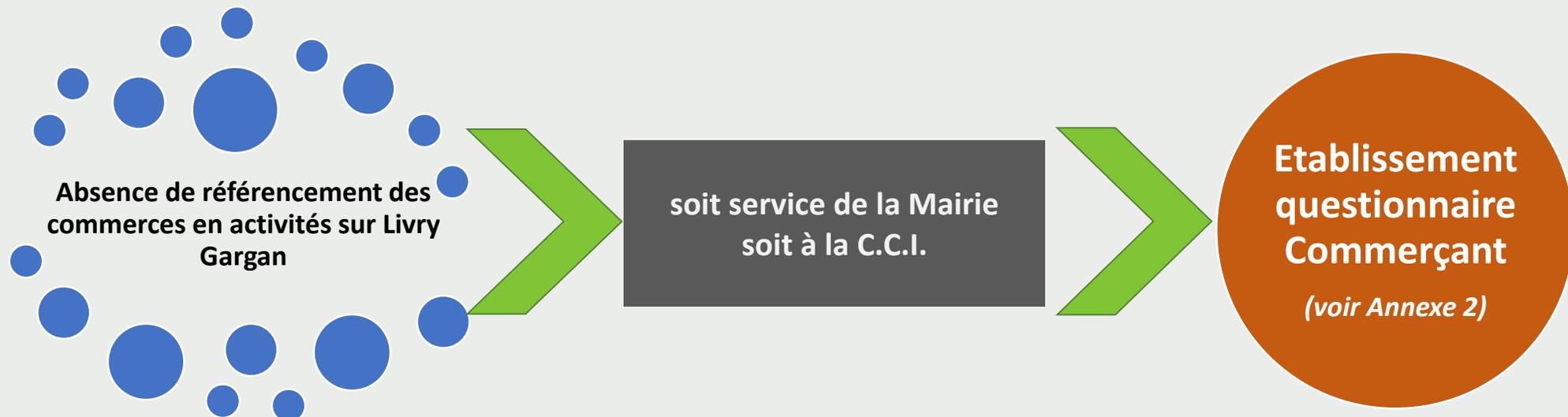
Le mode de déplacement privilégié reste la voiture et ils font leurs achats la semaine ou le week-end.



Leurs souhaits seraient d'avoir une poissonnerie, une boucherie et une librairie (diversité commerciale).

RESULTATS ENQUETE COMMERCANTS





Elaboration du questionnaire par la Commission sur la base des réponses obtenues lors du questionnaire des Habitants.



ENQUETE COMMERCANTS



- **Elaboration du questionnaire sur la base du retour des Habitants.**
- **6 questions ouvertes (voir annexe 2).**
- **Les membres de la Commission ont sélectionné des commerçants de différents quartiers.**
- **Large représentativité commerciale (métiers de bouche, de service, de loisir, etc...).**
- **Tout en veillant à ne pas être intrusif sur la gestion de leur activité.**

CONCLUSION ENQUETE COMMERCANT



Accueil

La quasi-totalité des commerçants n'a pas souhaité nous recevoir et répondre aux questions sous différents prétexte : pas le temps, pas le bon moment, pas envie etc....

Retour

Les quelques rares qui ont accepté de nous répondre, ont surtout fait état de doléances quant à différents manques : de stationnement, de soutien de la commune, etc....

Bilan

A l'unanimité, l'accueil a été compliqué. La commission a fait face à un sentiment général de méfiance vis-à-vis de notre approche.

Les non-réponse font qu'elle ne soit pas en mesure de donner un avis constructif quant à l'enquête Commerçant.

SYNTHESE GENERALE

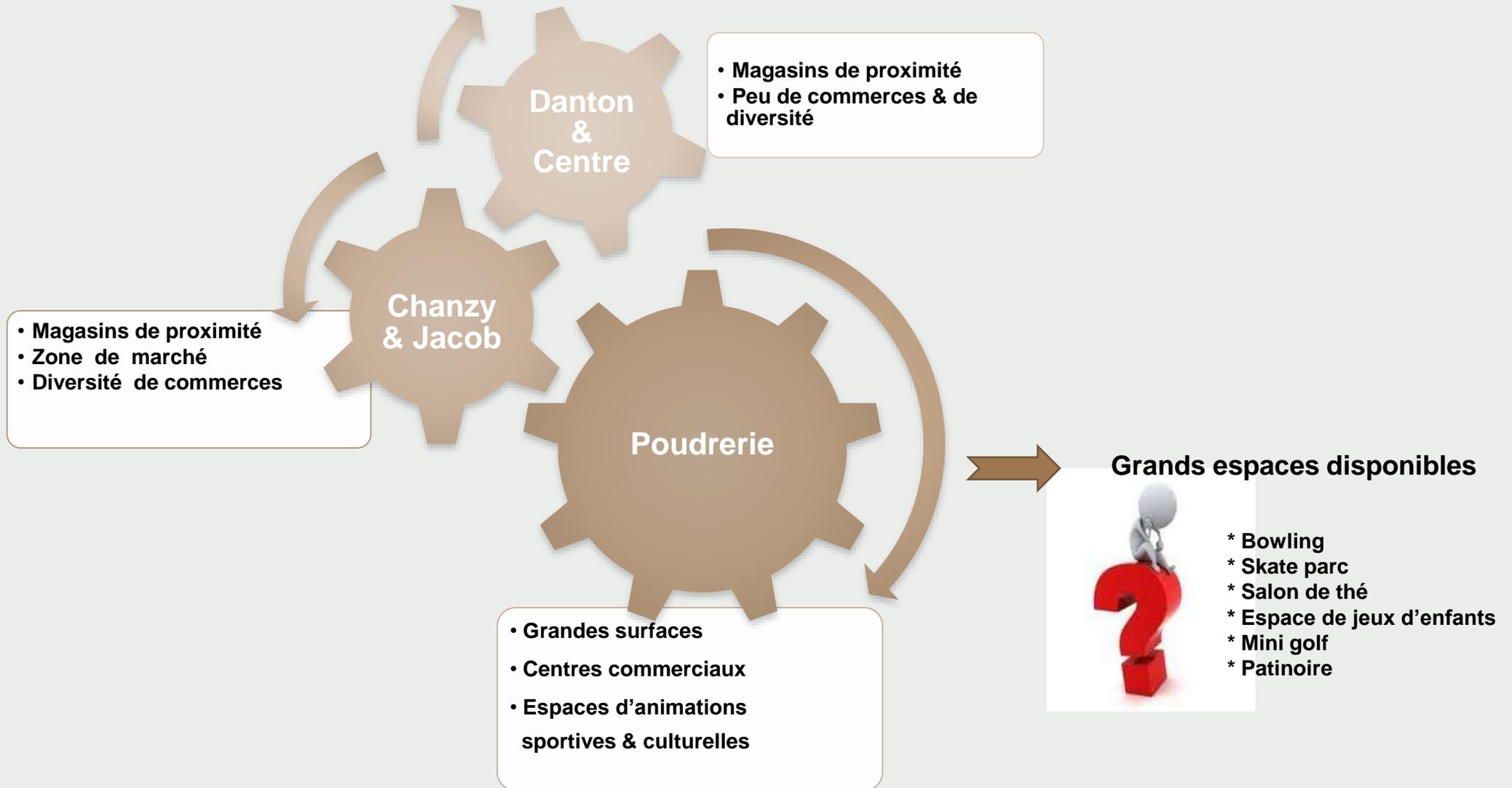


- ➔ Le découpage de la ville et la disparités des quartiers font ressortir des offres commerciales et agencement qu'il faudrait traiter différemment.
- ➔ Les commerçants interrogés nous ont remonter une implication très insuffisante de la ville dans cette gestion commerciale.
- ➔ La mise en place d'une animation commerciale est indispensable pour créer une dynamique et renouveau dans la ville tant pour les commerces existants que pour ceux souhaitant s'installer.
- ➔ Un manager dédié à l'implantation des nouveaux commerces, à l'accompagnement des commerçants et à l'animation globale est essentiel.
- ➔ L'accessibilité aux commerces doit être réétudiée. Le stationnement et les transports en commun sont un véritable frein à la fréquentation des commerces de proximité.

PROPOSITION DE MODELES DE COMMERCES



DEFINITION DES MODELES



MODELE DE COMMERCES : MOTS CLE

Accompagnement de la ville



Création d'un poste de manager pour le développement d'une stratégie commerciale.

Mise en commun au travers d'une association

Création d'une association de commerçants.



Qualité



Des produits et des services : Enseignes à forte notoriété, produits locaux et de proximité...

Accessibilité



Amélioration des transports en commun. Facilité de stationnement.

Revue de la desserte de la navette.

Inclure des commerces de proximité dans le bas des nouveaux immeubles.



Boutiques dans les immeubles neufs

- * Au cas par cas : dépendra de la densité de la population aux alentours.
- * Possibilité d'y accéder à pied.

MODELE DE COMMERCES : MOTS CLE

Diversité des produits et des services

Diversité des commerces. Implantation de lieux de loisir et culture.
Services en direct et via internet (Click & Collect).



Commerces ambulants



- * Type Shop-Truck permettra aux personnes à mobilité difficile de faire des courses comme tout venant.
- * Rapprocher le commerce près des personnes éloignées / isolées.
- * Moment d'échanges.
- * Ramener de la vie, de l'animation dans certains quartiers.

Espaces de co-working

- * Pépinière d'entreprises pour mutualiser les locaux
- * Proposition de services à la clé, type :
 - Informatique (assistance / formation).
 - Conseils sur des projets.
 - Aide aux démarches administratives.
- * Service de conciergerie

MODELE DE COMMERCES : MOTS CLE

Attractivité de chaque commerce et de son environnement

Propreté et sécurité.

Aménagement plus attractifs des vitrines.

Animation plus dense à travers les réseaux sociaux et le site internet ou journal de la ville.



Boutiques éphémères « tournantes »

- * Animation de tous les quartiers de la ville.
- * Permettre aux commerçants de faire un test « business ».
- * Opportunité de faire découvrir de nouveaux produits.
- * Occupation de locaux vides

La Semaine des métiers d'art

- * Mise en avant des métiers d'art avec son savoir-faire.
- * Véritable animation pouvant se transformer en Festival.
- * Chance pour les artisans n'ayant pas de local.
- * Dynamisation de la rue en ouvrant les commerces vides.
- * Retombées économiques pour la ville

MODELE DE COMMERCES : MOTS CLE

Attractivité de chaque commerce et de son environnement (suite)



Les Halles (annexe 3)

- * Lieu(x) à déterminer (ex. Jacob hors jours de marché).
- * Alimentation et/ou mini restaurants type snacking pour des expériences culinaires.
- * Animations par thème (produits du terroir, Le printemps, etc..).
- * Circuits courts (produits locaux, fermes ou champs de proximité).
- * Espaces aménagés(mobilier dédié / fixe).



Fidélité & Dynamisme

Mise en place de cartes et animations (bons d'achats, etc...).

Emission de chèques cadeaux pris en charge par la ville.

S'appuyer sur des associations locales pour des événements éphémères.

Publicités(ex. disques de stationnement à l'enseigne des commerçants, etc...).



JALONS POUR ABOUTISSEMENT FINAL



- Début d'application des critères des modèles.
- Accompagnement dans le développement des commerçants aux nouvelles technologies numériques

En 2022

- Recrutement Manager chargé des relations Commerçants /Mairie
- Recensement détaillé des commerces
- Nomination de personnes chargées de l'animation commerciale & des événements dans la ville
- Gestion du »parc« de commerces afin de redéfinir les commerces nécessaires par quartier
- Association des commerçants chargée de la remontée d'informations quant aux besoins

Avant 2026

A terme

- Finalisation des critères des modèles

MERCI



ANNEXES 1 & 2

*_*_*_*

QUESTIONNAIRE HABITANTS QUESTIONNAIRE COMMERÇANTS



ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE HABITANTS



Questionnaire Habitant



Dans quel quartier de Livry-Gargan faites-vous vos achats ?

- Poudrière
- Jacob
- Centre
- Danton
- Gargan



A quelle tranche d'âge appartenez-vous ?

- 18-35 ans
- 35-60 ans
- 60 ans et +

Vous êtes

- Célibataire
- En couple

Avez-vous des enfants ?

- Oui
- Non

Fréquentez-vous les magasins de proximité ?

- Oui
- Non



Si Non, pourquoi ?

- Transport
- Sécurité
- Attractivité commerciale
- Animation commerciale



Généralement, vous allez plutôt ...

- Dans une grande surface
- Chez les commerçants ou les artisans

Quels types de commerces fréquentez-vous ?

- Restauration
- Alimentation
- Culture/ Loisirs
- Santé / Bien-être
- Autre :

Vous les fréquentez plutôt en

- Semaine
- Week-end
- Les deux

Quels sont vos moyens de déplacements pour vous rendre chez vos Commerçants ?

- Voiture
- Scooter / Moto
- Vélo / Trottinette électrique
- Transport en commun
- Marche à pied

ANNEXE 1 (suite) : QUESTIONNAIRE HABITANTS



Quelles sont vos problématiques selon votre mode de transports
Votre réponse :

A quoi faites-vous le plus attention lors de vos achats ?

- La qualité des produits
- Le prix
- Les services

Achetez-vous sur internet ?

- Oui
- Non

Où vous faites-vous livrer ?

- A domicile
- Chez un commerçant
- Dans un point de retrait

Que souhaitez-vous voir se développer comme commerce dans votre ville ?

Votre réponse :

ANNEXE 2 : QUESTIONNAIRE COMMERCANTS



Questionnaire Commerçant



➤ Depuis combien de temps êtes-vous installé sur Livry Gargan ?

- 5 ans
- 5 - 10 ans
- 11 - 20 ans
- + 20 ans

➤ Est-ce que le Covid a modifié votre mode de travail ?

➤ Votre clientèle est-elle livryenne ? fidèle ?

➤ Est-ce que vous participez aux animations commerciales ?

➤ Si non, pourquoi ?



➤ Est-ce que le numérique pourrait vous apporter quelque chose ?

➤ Est-ce qu'une association de commerçants serait profitable pour votre commerce ?

➤ Si oui, pourquoi ?

➤ Si non, pourquoi ?

ANNEXE 3

*_*_*_*_*

LES HALLES



Le grand renouveau des halles de centre-ville

Les halles changent de visage pour faire revenir une population friande de circuits courts et de produits authentiques. Etat et collectivités comptent sur ces locomotives commerciales d'un nouveau genre pour booster les centres-villes. Les promoteurs suivent cette tendance.



<https://www.lesechos.fr/pme-regions/actualite-pme/le-grand-renouveau-des-halles-de-centre-ville-993717>



ANNEXE 3 : LES HALLES



Les halles de Lisbonne



<https://detoursdumonde.fr/2014/09/22/lisbonne-mercado-da-ribeira/>



Les halles des cinq cantons à Anglet



<https://www.guide-du-paysbasque.com/fr/selon-mes-envies/gourmande/article-une-delicieuse-experience-aux-halles-des-cinq-cantons-a-anglet-89.html>



CONSEIL ECONOMIQUE SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL LIVRYEN

*_*_*_*

CESEL VIE ECONOMIQUE & SOCIALE

RAPPORT 2021 / 2022 (COMPLÉMENT)



ANNEXES 3

--*-*

ACTIONS RÉALISÉES PAR D'AUTRES COMMUNES



PRISE DE CONTACT

Villes contactées
(ayant fait un retour)



- ❖ Plusieurs autres villes contactées mais pas de réponse.
- ❖ Les contacts ont été pris auprès des élus en charge des commerces de la ville.
- ❖ Toutes ont eu les mêmes démarches et ont obtenu des résultats satisfaisants après de longues années.

ACTIONS DE BASE MISES EN PLACE



- **Charte avec les commerçants pour répondre aux souhaits des habitants.**
- **Mise en place d'une équipe interne (pas de contractuel).**
- **Préemption de locaux.**
- **Equipe de terrain proche des commerçants pour être en amont des changements de commerce.**
- **Budget spécifique à la hauteur de l'enjeux (plutôt conséquent).**
- **Boutiques éphémères.**

CONCLUSIONS



La redynamisation commerciale des Centres-Villes est un travail qui s'inscrit dans la durée.

Elle a deux axes préliminaires incontournables :



Une équipe de terrain municipale active et proche des commerçants.

Une confiance pérenne avec ces commerçants via une association active et régie par une charte.