



Secrétariat général

Service de l'Assemblée

REGISTRE DES DELIBERATIONS ET DECISIONS

SÉANCE PUBLIQUE DU:

JEUDI 28 JANVIER 2016

TOME I

Le présent registre a été coté et paraphé par Mme Clémentine PAPA, Agent territorial, en application de l'article R2122-8 alinéa 2 du Code Général des Collectivités Territoriales et de l'arrêté n° 2016/0013/T/R de la Ville de Montpellier.

Montpellier, le 25 février 2016

Pour Monsieur le Maire,

et par délégation,

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a vertical stroke, representing the signature of Clémentine PAPA.

Clémentine PAPA

Directrice du Secrétariat Général

SOMMAIRE

TOME I/II

Convocation	p. 1
Ordre du jour	p. 2
Emargement	p. 5
Compte-rendu	p. 10
Délibérations et annexes	p. 18 à 180

TOME II/II

Délibérations et annexes	p. 181 à 361
--------------------------------	--------------

TOME III/II

Délibérations et annexes	p. 362 à 373
Synthèse des décisions	p. 374 à 377
Décisions et annexes	p. 378 à 548

Montpellier, le 15 janvier 2016



Secrétariat Général
Service de l'Assemblée

Cher(e) collègue,

Je vous invite à assister à la prochaine séance publique du Conseil Municipal, le **jeudi 28 janvier 2016 à 17 heures**, dans la salle du Conseil municipal du nouvel Hôtel de Ville.

Conformément aux articles L 2121-10 et L 2121-12 du code général des collectivités territoriales, vous trouverez ci-joint l'ordre du jour et les synthèses relatives aux affaires présentées.

J'attire votre attention sur l'obligation faite aux élus éventuellement intéressés par une affaire de s'abstenir de participer au vote de celle-ci et, plus largement, de ne pas intervenir d'une quelconque manière dans le processus décisionnel. Pour s'assurer de la validité de l'ensemble des délibérations, il vous est demandé de signaler un tel cas de figure au Secrétariat du Conseil en début de séance.

Veuillez agréer, cher(e) collègue, l'assurance de mes sentiments les meilleurs.

Monsieur Le Maire,

Philippe SAUREL

PJ :

- Ordre du jour de la séance du 28 janvier 2016
- Synthèses des affaires du 28 janvier 2016
- Procès-Verbal de la séance du 17 décembre 2015

Secrétariat Général

Secrétariat de l'Assemblée

Ordre du jour du Conseil municipal

Séance Publique du jeudi 28 janvier 2016
17H00 – Salle du Conseil Municipal

Adoption de l'ordre du jour

Adoption du procès-verbal du Conseil municipal précédent

Articles L 2122-22 et L 2122-23 du Code Général des Collectivités Territoriales – Lecture des décisions prises depuis la dernière séance publique du Conseil municipal

Urbanisme et aménagement durable

- 1 Quartier Cévennes Secteur « Abords du PRU Cévennes (Petit Bard - Pergola) » Instauration d'un périmètre d'étude (art. L 424-1 du code de l'urbanisme) Approbation
- 2 Foncier - Cession et acquisition entre la Ville et la SERM de lots de copropriété de la résidence Guillaume Apollinaire - Petit Bard
- 3 Hôtel Richer de Belleval Place de la Canourgue Vente de l'immeuble à la société Helenis
- 4 Foncier - Cession à la clinique Clémentville - parcelle KS 204b et tréfonds de la parcelle KS 205 - Rue de Las Sorbes - Complexe sportif Alain Delylle
- 5 Convention de servitude de passage d'un réseau d'eau de la société Bas-Rhône Languedoc (BRL) sous le cimetière Saint-Etienne Passation d'un protocole d'accord transactionnel (Parcelles cadastrées RL 5 et RL 6)
- 6 MONTPELLIER GRAND COEUR Halles et Place A. Laissac Transfert de la maîtrise d'ouvrage des travaux de requalification des espaces publics et du parking en sous-sol de Montpellier Méditerranée Métropole à la Commune de Montpellier.
- 7 MONTPELLIER GRAND COEUR Demande de subvention au Fonds d'interventions pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC) dans le cadre d'un appel à projets de la DIRECCTE
- 8 MISSION GRAND COEUR Campagne d'aide à la requalification des devantures des locaux d'activités 2015-2019 Modification du règlement attributif des subventions
- 9 MONTPELLIER GRAND COEUR Campagnes d'aide à la requalification des devantures des locaux d'activités Attribution de subvention
- 10 MISSION GRAND COEUR Droit de préemption à l'intérieur du périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité Préemption du fonds de commerce 1 rue d'Alger

Culture

- 11 **Lieux d'art de la Ville de Montpellier Programmation 2016**
- 12 Culture et Patrimoine – Exercice 2016 Attribution de subventions à des associations culturelles
- 13 Culture et Patrimoine - Exercice 2016 Attribution d'une subvention à l'association Illusion et Macadam
- 14 Culture et Patrimoine – Exercice 2016 Lieux culturels Attribution de subventions à l'association La Vista - Théâtre de la Méditerranée Convention de partenariat
- 15 Culture et Patrimoine -Exercice 2016 Lieux culturels Association Maison de la Poésie Attribution de subventions et convention de partenariat
- 16 Convention de partenariat entre la Ville de Montpellier / La Panacée – Centre de culture contemporaine et l'Association des Paralysés de France
- 17 Convention pluriannuelle d'objectifs et de moyens entre la Ville de Montpellier, la société 7LTV et Montpellier Méditerranée Métropole
- 18 Culture et Patrimoine - Exercice 2016 Attribution d'une subvention à l'association Art' Collectiv
- 19 Culture et Patrimoine – Exercice 2016 Attribution d'une subvention à l'association Grain d'Image Convention de partenariat

Démocratie de proximité et Maisons pour Tous

- 20 Mise à disposition de salles à titre gratuit dans les Maisons pour tous

Education

- 21 Adaptation des modalités de réservation et de facturation de la restauration scolaire et des accueils périscolaires
- 22 Modification de la carte scolaire Rentrée 2016
- 23 Convention de partenariat 2015/2016 entre la Ville de Montpellier et l'association Unis-Cité
- 24 Convention de partenariat avec l'ONISEP et participation financière pour le jeu-concours l'Avenir s' imagine. 12ème édition

Commémorations, état-civil, population

- 25 Règlement intérieur des cimetières communaux de la Ville de Montpellier

Commerce et artisanat, affaires économiques

- 26 Protocole d'accord pour la dynamisation du cœur marchand

Relations internationales

- 27 Mandat spécial, présentation d'une mission opérationnelle de Monsieur le Maire dans le cadre de l'action internationale de la Ville et des jumelages.
- 28 Montpellier, ville étape de la tournée nationale de promotion de la candidature française à l'Exposition Universelle de 2025
- 29 Participation d'un chef pâtissier à la Semaine de la Gastronomie Française organisée en Israël du 7 au 12 février 2016
- 30 Mise à disposition de salles à titre gratuit à la Maison des Relations Internationales Nelson Mandela et à l'Espace Martin Luther King

Finances, administration de la collectivité et désignation de représentants

- 31 SAEML TaM / Cession à Méditerranée Montpellier Métropole des 2/3 des actions détenues par la Ville de Montpellier
- 32 Société Anonyme d'Economie Mixte des Transports de l'Agglomération de Montpellier (TaM) Désignation du nouveau représentant au Conseil d'Administration et à l'Assemblée générale
- 33 Election d'un nouveau membre de la Commission municipale n°2 "Affaires générales"
- 34 Commission consultative des cessions immobilières Désignation d'un nouveau représentant
- 35 Société Anonyme d'Economie Mixte Locale MONTPELLIER EVENTS Désignation des nouveaux représentants de la Ville au Conseil d'Administration et à l'Assemblée Générale
- 36 Attributions de subventions - Exercice 2016
- 37 Apurement annuel des régies exercice 2015
- 38 Cotisation à l'association France Urbaine - Exercice 2016

Ressources humaines de la collectivité

- 39 Modification du tableau des effectifs
- 40 Répartition des moyens alloués aux groupes d'élus
- 41 Protection fonctionnelle des élus et agents de la Ville
- 42 Marché 4D0057 - Acquisition d'un système d'information des ressources humaines et maintenance associée par groupement de commandes entre la Ville de Montpellier et le CCAS Avenant n°1

SEANCE PUBLIQUE DU 28 JANVIER 2016

Fabien ABERT 	Lorraine ACQUIER 
Luc ALBERNHE 	Rémi ASSIE 
Sophia AYACHE 	Guy BARRAL 
Valérie BARTHAS-ORSAL 	Maud BODKIN 
Françoise BONNET 	Sabria BOUALLAGA 
Djamel BOUMAAZ 	Anne BRISSAUD 
Nancy CANAUD 	Gérard CASTRE 
Mylène CHARDES 	Robert COTTE 

<p>Christophe COUR</p> 	<p>Jean-Luc COUSQUER</p> 
<p>Perla DANAN</p> <p>P</p>	<p>Titina DASYLVA</p> 
<p>Michaël DELAFOSSE</p> 	<p>Véronique DEMON</p> 
<p>Jean-Marc DI RUGGIERO</p> 	<p>Jacques DOMERGUE</p> <p>P</p>
<p>Michèle DRAY-FITOUSSI</p> 	<p>Christian DUMONT</p> 
<p>Abdi EL KANDOUSSI</p> 	<p>Julie FRÈCHE</p> 
<p>Vincent HALUSKA</p> <p>P</p>	<p>Clare HART</p> 
<p>France JAMET</p> 	<p>Stéphanie JANNIN</p> 

<p>Sonia KERANGUEVEN</p> 	<p>Anne Louise KNAPNOUGEL</p> 
<p>Pascal KRZYZANSKI</p> 	<p>Gérard LANNELONGUE</p> <p>P</p>
<p>Alex LARUE</p> 	<p>Max LEVITA</p> 
<p>Chantal LEVY-RAMEAU</p> 	<p>Nicole LIZA</p> 
<p>Audrey LLEDO</p> <p>P</p> 	<p>Henri MAILLET</p> 
<p>Mustapha MAJDOUL</p> <p>P</p>	<p>Jérémie MALEK</p> 
<p>Chantal MARION</p> 	<p>Isabelle MARSALA</p> 
<p>Hervé MARTIN</p> 	<p>Dominique MARTIN-PRIVAT</p> 

<p>Patricia MIRALLES</p> 	<p>Jean-Pierre MOURE</p> 
<p>Caroline NAVARRE</p> 	<p>Véronique PEREZ</p> 
<p>Khanthaly PHOUTTHASANG</p> 	<p>Patrick RIVAS</p> 
<p>Brigitte ROUSSEL-GALIANA</p> 	<p>Cédric de SAINT-JOUAN</p> 
<p>Samira SALOMON</p> 	<p>Marie-Hélène SANTARELLI</p> 
<p>Philippe SAUREL</p> 	<p>Sauveur TORTORICI</p> 
<p>Bernard TRAVIER</p> <p>P</p>	<p>Henri de VERBIZIER</p> 
<p>Patrick VIGNAL</p> 	<p>Annie YAGUE</p> 

Rabii YOUSSEUS



Secrétariat Général

Secrétariat de l'Assemblée

Compte-rendu du Conseil municipal

Séance Publique du jeudi 28 janvier 2016
17h00 – Salle du Conseil municipal

Convoqué le jeudi 21 janvier 2016, le Conseil Municipal de la Ville de Montpellier s'est réuni en mairie, Salle du Conseil Municipal, le jeudi 28 janvier 2016 à 17H00, sous la présidence de Monsieur le Maire, Philippe SAUREL.

Présents :

Fabien ABERT, Lorraine ACQUIER, Luc ALBERNHE, Rémi ASSIE, Sophia AYACHE, Guy BARRAL, Valérie BARTHAS-ORSAL, Maud BODKIN, Françoise BONNET, Sabria BOUALLAGA, Djamel BOUMAAZ, Anne BRISSAUD, Nancy CANAUD, Mylène CHARDES, Robert COTTE, Christophe COUR, Jean-Luc COUSQUER, Titina DASYLVA, Michaël DELAFOSSE, Véronique DEMON, Cédric de SAINT-JOUAN, Jean-Marc DI RUGGIERO, Michèle DRAY-FITOUSSI, Christian DUMONT, Abdi EL KANDOUSSI, Julie FRECHE, Clare HART, France JAMET, Stéphanie JANNIN, Sonia KERANGUEVEN, Anne Louise KNAPNOUGEL, Pascal KRZYZANSKI, Alex LARUE, Max LEVITA, Chantal LEVY-RAMEAU, Nicole LIZA, Audrey LLEDO, Henri MAILLET, Jérémie MALEK, Chantal MARION, Isabelle MARSALA, Hervé MARTIN, Dominique MARTIN-PRIVAT, Patricia MIRALLES, Jean-Pierre MOURE, Caroline NAVARRE, Véronique PEREZ, Khanthaly PHOUTTHASANG, Patrick RIVAS, Brigitte ROUSSEL-GALIANA, Marie-Hélène SANTARELLI, Samira SALOMON, Philippe SAUREL, Sauveur TORTORICI, Henri de VERBIZIER, Patrick VIGNAL, Annie YAGUE, Rabii YOUSSEUS.

Absents ayant voté par procuration en application de l'article L 2121-20 du Code Général des Collectivités Territoriales :

Gérard CASTRE, Perla DANAN, Jacques DOMERGUE, Vincent HALUSKA, Gérard LANNELONGUE, Mustapha MAJDOUL, Bernard TRAVIER.

Absents : -

Adoption de l'ordre du jour

Pour : 65

Contre :

Abstentions :

Adopté à l'unanimité.

Adoption du procès-verbal du Conseil municipal précédent (17 décembre 2015)

Pour : 63

Contre : 2

Abstentions :

Adopté à la majorité.

Articles L 2122-22 et L 2122-23 du Code Général des Collectivités Territoriales – Lecture des décisions prises depuis la dernière séance publique du Conseil municipal

Urbanisme et aménagement durable

- 1 Quartier Cévennes Secteur « Abords du PRU Cévennes (Petit Bard - Pergola) » Instauration d'un périmètre d'étude (art. L 424-1 du code de l'urbanisme) Approbation
Pour : 62
Contre :
Abstentions : 2
Stéphanie JANNIN ne prend pas part au vote.
Adopté à l'unanimité.
- 2 Foncier - Cession et acquisition entre la Ville et la SERM de lots de copropriété de la résidence Guillaume Apollinaire - Petit Bard
Pour : 63
Contre :
Abstentions : 2
Adopté à l'unanimité.
- 3 Hôtel Richer de Belleval Place de la Canourgue Vente de l'immeuble à la société Helenis
Pour : 64
Contre :
Abstentions : 1
Adopté à l'unanimité.
- 4 Foncier - Cession à la clinique Clémentville - parcelle KS 204b et tréfonds de la parcelle KS 205 - Rue de Las Sorbes - Complexe sportif Alain Delylle
Pour : 63
Contre :
Abstentions : 2
Adopté à l'unanimité.
- 5 Convention de servitude de passage d'un réseau d'eau de la société Bas-Rhône Languedoc (BRL) sous le cimetière Saint-Etienne Passation d'un protocole d'accord transactionnel (Parcelles cadastrées RL 5 et RL 6)
Pour : 63
Contre :
Abstentions : 2
Adopté à l'unanimité.

Madame KERANGUEVEN sort de séance.
- 6 MONTPELLIER GRAND COEUR Halles et Place A. Laissac Transfert de la maîtrise d'ouvrage des travaux de requalification des espaces publics et du parking en sous-sol de Montpellier Méditerranée Métropole à la Commune de Montpellier
Pour : 64
Contre :
Abstentions :
Adopté à l'unanimité.
- 7 MONTPELLIER GRAND COEUR Demande de subvention au Fonds d'interventions pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC) dans le cadre d'un appel à projets de la DIRECCTE
Pour : 64
Contre :
Abstentions :
Adopté à l'unanimité.

- 8 MISSION GRAND COEUR Campagne d'aide à la requalification des devantures des locaux d'activités 2015-2019 Modification du règlement attributif des subventions

Pour : 64

Contre :

Abstentions :

Adopté à l'unanimité.

- 9 MONTPELLIER GRAND COEUR Campagnes d'aide à la requalification des devantures des locaux d'activités Attribution de subvention

Pour : 62

Contre :

Abstentions : 2

Adopté à l'unanimité.

- 10 MISSION GRAND COEUR Droit de préemption à l'intérieur du périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité Préemption du fonds de commerce 1 rue d'Alger Lancement de la procédure de rétrocession et approbation du cahier des charges

Pour : 61

Contre :

Abstentions : 3

Adopté à l'unanimité.

Madame KERANGUEVEN entre en séance.

Culture

- 11 Lieux d'art de la Ville de Montpellier Programmation 2016

Pour : 65

Contre :

Abstentions :

Adopté à l'unanimité.

- 12 Culture et Patrimoine – Exercice 2016 Attribution de subventions à des associations culturelles

Pour : 63

Contre : 2

Abstentions :

Adopté à la majorité.

- 13 Culture et Patrimoine - Exercice 2016 Attribution d'une subvention à l'association Illusion et Macadam

Pour : 63

Contre :

Abstentions : 2

Adopté à l'unanimité.

- 14 Culture et Patrimoine – Exercice 2016 Lieux culturels Attribution de subventions à l'association La Vista - Théâtre de la Méditerranée Convention de partenariat

Pour : 63

Contre :

Abstentions : 2

Adopté à l'unanimité.

- 15 Culture et Patrimoine -Exercice 2016 Lieux culturels Association Maison de la Poésie Attribution de subventions et convention de partenariat

Pour : 63
Contre :
Abstentions : 2
Adopté à l'unanimité.

- 16 Convention de partenariat entre la Ville de Montpellier / La Panacée – Centre de culture contemporaine et l'Association des Paralysés de France

Pour : 65
Contre :
Abstentions :
Adopté à l'unanimité.

- 17 Convention pluriannuelle d'objectifs et de moyens entre la Ville de Montpellier, la société 7LTV et Montpellier Méditerranée Métropole

Pour : 65
Contre :
Abstentions :
Adopté à l'unanimité.

- 18 Culture et Patrimoine - Exercice 2016 Attribution d'une subvention à l'association Art' Collectiv

Pour : 63
Contre : 2
Abstentions :
Adopté à la majorité.

Monsieur YOUSSEUS sort de séance.

- 19 Culture et Patrimoine – Exercice 2016 Attribution d'une subvention à l'association Grain d'Image
Convention de partenariat

Pour : 62
Contre :
Abstentions : 2
Adopté à l'unanimité.

Démocratie de proximité et Maisons pour Tous

- 20 Mise à disposition de salles à titre gratuit dans les Maisons pour tous

Pour : 61
Contre :
Abstentions : 3
Adopté à l'unanimité.

Education

- 21 Adaptation des modalités de réservation et de facturation de la restauration scolaire et des accueils périscolaires

Pour : 54
Contre : 2
Abstentions : 8
Adopté à la majorité.

*Monsieur YOUSSEUS entre en séance. Madame LLEDO entre en séance et récupère sa procuration.
Madame ROUSSEL-GALIANA sort de séance et laisse procuration à Monsieur TORTORICI. Madame AYACHE sort de séance.*

- 22 Modification de la carte scolaire Rentrée 2016
Pour : 53
Contre : 2
Abstentions : 9
Adopté à la majorité.
- 23 Convention de partenariat 2015/2016 entre la Ville de Montpellier et l'association Unis-Cité
Pour : 62
Contre :
Abstentions : 2
Adopté à l'unanimité.
- 24 Convention de partenariat avec l'ONISEP et participation financière pour le jeu-concours l'Avenir s'imaginer. 12ème édition
Pour : 64
Contre :
Abstentions :
Adopté à l'unanimité.

Mesdames KNAPNOUGEL, NAVARRE et MIRALLES et messieurs YOUSSEUS et TORTORICI (avec la procuration de Madame ROUSSEL-GALIANA) sortent de séance.

Commémorations, état-civil, population

- 25 Règlement intérieur des cimetières communaux de la Ville de Montpellier
Pour : 58
Contre :
Abstentions :
Adopté à l'unanimité.

Mesdames KNAPNOUGEL, NAVARRE, AYACHE et MIRALLES et messieurs YOUSSEUS et TORTORICI, avec la procuration de Madame ROUSSEL-GALIANA, entrent en séance.
Monsieur KRZYSZANSKI sort de séance.

Commerce et artisanat, affaires économiques

- 26 Protocole d'accord pour la dynamisation du cœur marchand
Pour : 60
Contre : 3
Abstentions : 1
Adopté à la majorité.

Madame SANTARELLI et Monsieur LARUE, avec la procuration de Madame DANAN, sortent de séance.

Relations internationales

- 27 Mandat spécial, présentation d'une mission opérationnelle de Monsieur le Maire dans le cadre de l'action internationale de la Ville et des jumelages
Pour : 59
Contre : 2
Abstentions :
Adopté à la majorité.

Monsieur DELAFOSSE sort de séance.

- 28 Montpellier, ville étape de la tournée nationale de promotion de la candidature française à l'Exposition Universelle de 2025
Pour : 58
Contre :
Abstentions : 2
Adopté à l'unanimité.

Messieurs KRZYZANCKI et LARUE avec la procuration de Madame DANAN entrent en séance.

- 29 Participation d'un chef pâtissier à la Semaine de la Gastronomie Française organisée en Israël du 7 au 12 février 2016
Pour : 63
Contre :
Abstentions :
Adopté à l'unanimité.

Madame SANTARELLI entre en séance.

- 30 Mise à disposition de salles à titre gratuit à la Maison des Relations Internationales Nelson Mandela et à l'Espace Martin Luther King
Pour : 62
Contre : 2
Abstentions :
Adopté à la majorité.

Finances, administration de la collectivité et désignation de représentants

- 31 SAEML TaM / Cession à Méditerranée Montpellier Métropole des 2/3 des actions détenues par la Ville de Montpellier
Pour : 56
Contre :
Abstentions : 3
Ne prennent pas part au vote : les administrateurs de TaM désignés par Montpellier Méditerranée Métropole Abdi EL KANDOUSSI et sa procuration, Jean-Luc COUSQUER, Titina DA SYLVA, Patricia MIRALLES.
Adopté à l'unanimité.

- 32 Société Anonyme d'Economie Mixte des Transports de l'Agglomération de Montpellier (TaM)
Désignation du nouveau représentant au Conseil d'Administration et à l'Assemblée générale

A été élue :

Au Conseil d'Administration :

- Mylène CHARDES

A l'Assemblée Générale :

- Mylène CHARDES

Pour : 56

Contre :

Abstentions : 3

Ne prennent pas part au vote : les administrateurs de TaM désignés par Montpellier Méditerranée Métropole Abdi EL KANDOUSSI et sa procuration, Jean-Luc COUSQUER, Titina DA SYLVA, Patricia MIRALLES.

AS

Adopté à l'unanimité.

Monsieur DELAFOSSE entre en séance et Monsieur BOUMAAZ sort définitivement de séance.

33 Election d'un nouveau membre de la Commission municipale n°2 "Affaires générales"

Clare HART : 48

Audrey LLEDO : 3

Blancs et nuls : 13

Adopté à la majorité.

A été élue :

- Clare HART

Madame DEMON sort de séance.

Monsieur DUMONT, avec la procuration de Monsieur DOMERGUE sort définitivement de séance.

34 Commission consultative des cessions immobilières Désignation d'un nouveau représentant

A été élu :

- Gérard LANNELONGUE

Pour : 59

Contre :

Abstentions : 2

Adopté à l'unanimité.

35 Société Anonyme d'Economie Mixte Locale MONTPELLIER EVENTS Désignation des nouveaux représentants de la Ville au Conseil d'Administration et à l'Assemblée Générale

Ont été élus :

Au Conseil d'Administration :

- Chantal LEVY-RAMEAU

- Pascal KRZYZANSKI

A l'Assemblée Générale :

- Chantal LEVY-RAMEAU

Pour : 55

Contre :

Abstentions : 2

Ne prennent pas part au vote : Les administrateurs de Montpellier Events désignés par Montpellier Méditerranée Métropole Monsieur le Maire, Stéphanie JANNIN, Bernard TRAVIER, Michèle DRAY-FITOUSSI.

Adopté à l'unanimité.

Madame DEMON entre en séance.

36 Attributions de subventions - Exercice 2016

Pour : 60

Contre :

Abstentions : 2

Adopté à l'unanimité.

37 Apurement annuel des régies exercice 2015

Pour : 60

Contre :

Abstentions : 2

Adopté à l'unanimité.

38 Cotisation à l'association France Urbaine - Exercice 2016

Pour : 60

Contre : 2

Abstentions :

Adopté à la majorité.

Ressources humaines de la collectivité

39 Modification du tableau des effectifs

Pour : 59

Contre : 2

Abstentions : 1

Adopté à la majorité.

40 Répartition des moyens alloués aux groupes d'élus

Pour : 60

Contre : 2

Abstentions :

Adopté à la majorité.

Un amendement a été proposé en séance.

41 Protection fonctionnelle des élus et agents de la Ville

Pour : 60

Contre : 2

Abstentions :

Adopté à la majorité.

42 Marché 4D0057 - Acquisition d'un système d'information des ressources humaines et maintenance associée par groupement de commandes entre la Ville de Montpellier et le CCAS Avenant n°1

Pour : 60

Contre : 2

Abstentions :

Adopté à la majorité.

Plus rien n'étant à délibérer, la séance est levée à 20h15.

Monsieur le Maire,

Philippe SAUREL

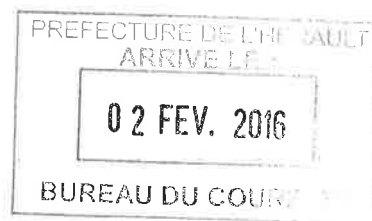
REGISTRE DES DELIBERATIONS ET DECISIONS

Secrétariat général

Service de l'Assemblée

DÉLIBÉRATIONS ET ANNEXES

Séance publique du jeudi 28 janvier 2016



Convoqué le jeudi 21 janvier 2016, le Conseil Municipal de la Ville de Montpellier s'est réuni en mairie, Salle du Conseil Municipal, le jeudi 28 janvier 2016 à 17H00, sous la présidence de Monsieur le Maire, Philippe Saurel

Présents :

Fabien ABERT, Lorraine ACQUIER, Luc ALBERNHE, Rémi ASSIE, Sophia AYACHE, Guy BARRAL, Valérie BARTHAS-ORSAL, Maud BODKIN, Françoise BONNET, Sabria BOUALLAGA, Djamel BOUMAAZ, Anne BRISSAUD, Nancy CANAUD, Mylène CHARDES, Robert COTTE, Christophe COUR, Jean-Luc COUSQUER, Titina DASYLVA, Michaël DELAFOSSE, Véronique DEMON, Cédric de SAINT-JOUAN, Jean-Marc DI RUGGIERO, Michèle DRAY-FITOUSSI, Christian DUMONT, Abdi EL KANDOUSSI, Julie FRECHE, Clare HART, France JAMET, Stéphanie JANNIN, Sonia KERANGUEVEN, Anne Louise KNAPNOUGEL, Pascal KRZYZANSKI, Alex LARUE, Max LEVITA, Chantal LEVY-RAMEAU, Nicole LIZA, Audrey LLEDO, Henri MAILLET, Jérémie MALEK, Chantal MARION, Isabelle MARSALA, Hervé MARTIN, Dominique MARTIN-PRIVAT, Patricia MIRALLES, Jean-Pierre MOURE, Caroline NAVARRE, Véronique PEREZ, Khanthaly PHOUTTHASANG, Patrick RIVAS, Brigitte ROUSSEL-GALIANA, Marie-Hélène SANTARELLI, Samira SALOMON, Philippe SAUREL, Sauveur TORTORICI, Henri de VERBIZIER, Patrick VIGNAL, Annie YAGUE, Rabii YOUSSEUS.

Absents ayant voté par procuration en application de l'article L 2121-20 du Code Général des Collectivités Territoriales :

Gérard CASTRE, Perla DANAN, Jacques DOMERGUE, Vincent HALUSKA, Gérard LANNELONGUE, Mustapha MAJDOUL, Bernard TRAVIER.

Absents :

Quartier Cévennes Secteur « Abords du PRU Cévennes (Petit Bard - Pergola) » Instauration d'un périmètre d'étude (art. L 424-1 du code de l'urbanisme) Approbation

Monsieur le Maire, Philippe SAUREL, rapporte :

La Ville de Montpellier mène depuis 2005 un ambitieux projet de rénovation urbaine du quartier du Petit Bard et de la Pergola. Celui-ci vise notamment à accroître l'attractivité du quartier et à améliorer son image au moyen de la transformation du bâti et des espaces publics, mais également à apporter des réponses variées en termes de mixité de l'habitat (logement social, étudiant, locatif-accession, accession). De nombreuses actions sont aujourd'hui réalisées.

Afin de garantir une cohérence urbaine d'ensemble, la Ville souhaite aujourd'hui encadrer les mutations qui pourraient intervenir aux abords du périmètre de rénovation urbaine, par l'établissement de préconisations urbaines et paysagères. Cette réflexion s'appuie sur les études nombreuses et approfondies qui ont été réalisées dans le cadre du projet de rénovation urbaine du quartier Petit Bard et de la Pergola et sur une étude complémentaire confiée récemment à une agence d'urbanisme.

Un périmètre d'étude d'environ 12 hectares a été identifié, sur lequel il convient de travailler la bonne articulation entre le quartier rénové et les tissus immédiatement voisins. Il s'agira en particulier de :

- soigner la transition entre le quartier rénové dominé par l'habitat collectif et le tissu pavillonnaire très présent à l'ouest de la rue Rimbaud, en privilégiant des formes urbaines attractives et innovantes offrant de nouvelles façons d'habiter indispensables pour attirer dans ce secteur de la Ville une nouvelle population,
- travailler les accroches sur l'avenue de Lodève par une approche respectueuse des grandes caractéristiques de cette avenue patrimoniale (présence de grands murs en pierre, implantation des bâtiments en retrait permettant le développement d'un ourlet végétal perceptible depuis l'espace public),

- apporter un soin particulier au traitement des angles de rues, par une implantation du bâti et une volumétrie adaptées,
- sur l'avenue Paul Bringuier, permettre le développement d'une façade urbaine intégrant les contraintes liées à la hiérarchie de cette voie, qui constitue un des tronçons de la voie de contournement du centre-ville,
- d'une manière générale, conforter les objectifs du Projet de Rénovation urbaine en termes de mixité sociale, d'animation urbaine et commerciale et d'équilibre urbain.

Les préconisations urbaines et paysagères établies par la Ville permettront d'accompagner l'évolution du secteur eu égard aux objectifs de mixité urbaine et sociale. Une attention particulière sera notamment portée sur les formes urbaines et le type de produits immobiliers à développer pour pérenniser le changement d'image du quartier.

Pour garantir l'atteinte de cet objectif, il convient de mettre en place les conditions nécessaires à l'évolution maîtrisée de ce secteur. Ainsi, il est proposé d'instaurer un périmètre d'étude au sens du 2° du 3^{ème} alinéa de l'article L.424-1 du code de l'urbanisme.

Cette disposition permettra à la collectivité d'opposer, le cas échéant, un sursis à statuer aux demandes d'autorisations de travaux, de construction ou d'installation qui pourraient porter préjudice à la mise en œuvre du projet de rénovation urbaine.

La délimitation du périmètre d'étude est jointe en annexe à la délibération.

En conséquence, il est demandé au Conseil Municipal :

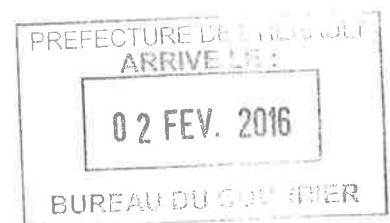
- de prendre en considération la mise à l'étude de l'aménagement du secteur dit «Abords du PRU Cévennes (Petit Bard – Pergola)»,
- d'instituer un périmètre d'étude délimitant les terrains concernés par l'opération, conformément aux dispositions de l'article L.424-1 du code de l'urbanisme,
- d'autoriser Monsieur le Maire ou, à défaut, l'Adjointe déléguée à signer tous documents relatifs à cette affaire.

Le Conseil adopte.

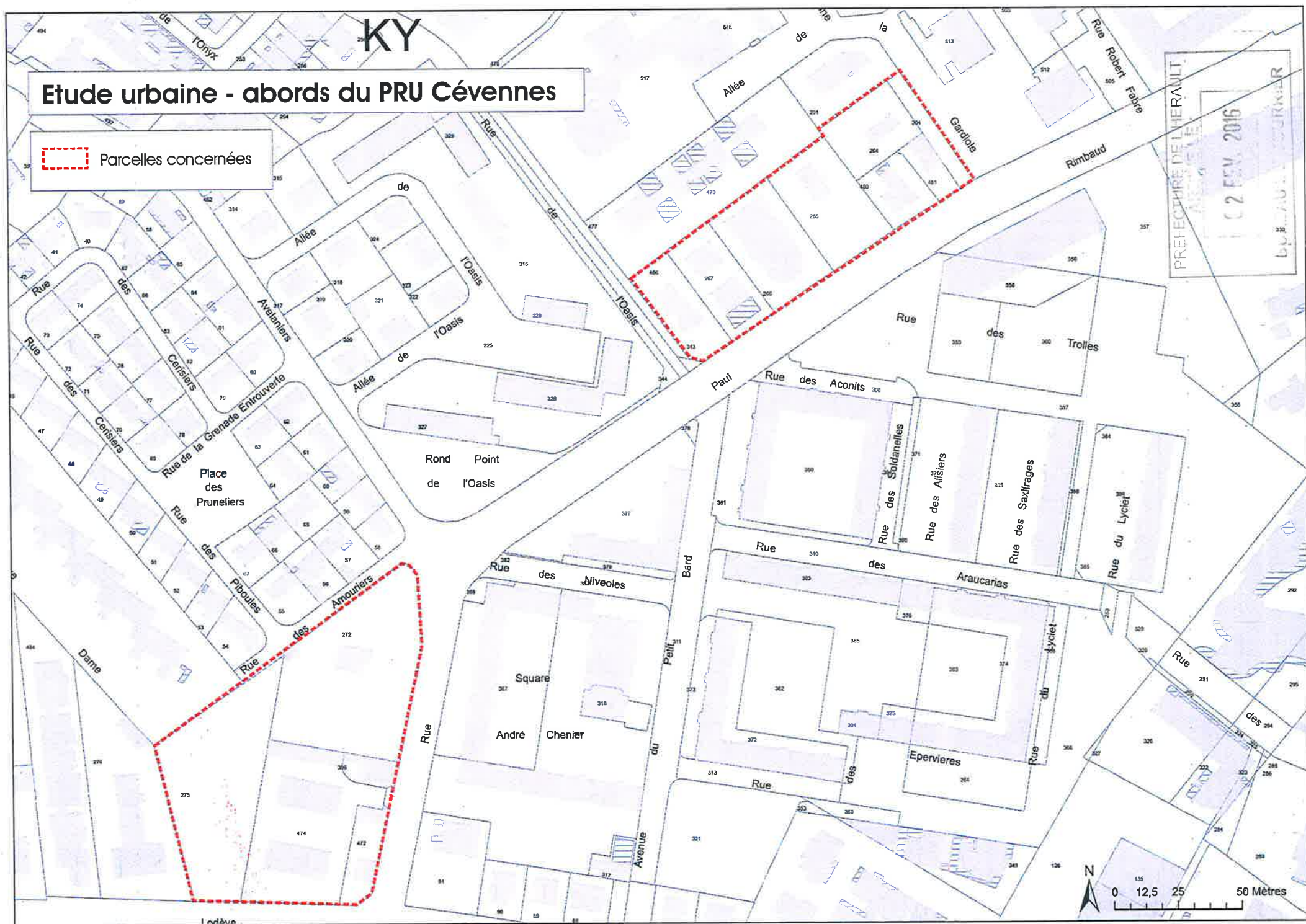
Pour extrait conforme, Monsieur le Maire,

Philippe SAUREL

Publiée le : 29/01/2016



 Parcelles concernées



PREFECTURE DE L'HERAULT
12 FEB. 2016

Séance publique du jeudi 28 janvier 2016

Convoqué le jeudi 21 janvier 2016, le Conseil Municipal de la Ville de Montpellier s'est réuni en mairie, Salle du Conseil Municipal, le jeudi 28 janvier 2016 à 17H00, sous la présidence de Monsieur le Maire, Philippe Saurel

Présents :

Fabien ABERT, Lorraine ACQUIER, Luc ALBERNHE, Rémi ASSIE, Sophia AYACHE, Guy BARRAL, Valérie BARTHAS-ORSAL, Maud BODKIN, Françoise BONNET, Sabria BOUALLAGA, Djamel BOUMAAZ, Anne BRISSAUD, Nancy CANAUD, Mylène CHARDES, Robert COTTE, Christophe COUR, Jean-Luc COUSQUER, Titina DASYLVA, Michaël DELAFOSSE, Véronique DEMON, Cédric de SAINT-JOUAN, Jean-Marc DI RUGGIERO, Michèle DRAY-FITOUSSI, Christian DUMONT, Abdi EL KANDOUSSI, Julie FRECHE, Clare HART, France JAMET, Stéphanie JANNIN, Sonia KERANGUEVEN, Anne Louise KNAPNOUGEL, Pascal KRZYZANSKI, Alex LARUE, Max LEVITA, Chantal LEVY-RAMEAU, Nicole LIZA, Audrey LLEDO, Henri MAILLET, Jérémie MALEK, Chantal MARION, Isabelle MARSALA, Hervé MARTIN, Dominique MARTIN-PRIVAT, Patricia MIRALLES, Jean-Pierre MOURE, Caroline NAVARRE, Véronique PEREZ, Khanthaly PHOUTTHASANG, Patrick RIVAS, Brigitte ROUSSEL-GALIANA, Marie-Hélène SANTARELLI, Samira SALOMON, Philippe SAUREL, Sauveur TORTORICI, Henri de VERBIZIER, Patrick VIGNAL, Annie YAGUE, Rabii YOUSSEUS.

Absents ayant voté par procuration en application de l'article L 2121-20 du Code Général des Collectivités Territoriales :

Gérard CASTRE, Perla DANAN, Jacques DOMERGUE, Vincent HALUSKA, Gérard LANNELONGUE, Mustapha MAJDOUL, Bernard TRAVIER.

Absents :

Foncier - Cession et acquisition entre la Ville et la SERM de lots de copropriété de la résidence Guillaume Apollinaire - Petit Bard

Monsieur le Maire, Philippe SAUREL, rapporte :

Dans le cadre du PRU Cévennes (Petit Bard - Pergola), la Ville de Montpellier et son concessionnaire, la SERM, procèdent à la revalorisation et la redynamisation de l'appareil commercial, enjeu majeur de changement d'image et de désenclavement du quartier. L'intervention repose sur deux principes :

- la restructuration des commerces existants pour en améliorer la commercialité et la qualité,
- la création de nouvelles surfaces commerciales en pied d'immeubles neufs qui viendront conforter cette polarité commerciale.

Il s'agit de maintenir, en l'améliorant, une offre de proximité pour les habitants du quartier, mais également de conférer une attractivité commerciale nouvelle qui permettra l'ouverture du Petit Bard par la venue d'une clientèle extérieure au quartier.

La restructuration des locaux situés en rez-de-chaussée et au premier étage de la copropriété Apollinaire, pour partie propriété de la Ville de Montpellier et pour partie propriété de la SERM, constitue un des éléments essentiels de ce dispositif. L'objectif est de réaliser un linéaire commercial tourné vers la nouvelle place publique et vers la rue Paul Rimbaud réaménagée. Cette restructuration permettra en outre à la copropriété Apollinaire de se résidentialiser.

La copropriété est cadastrée section KV 380 et 381 (ex- KV7) et les lots concernés sont :

Pour la Ville :

Lot n°	Nature	Surface m²	Surface utile pondérée
3	Local commercial	42	44,9
20	Cave	29	
4	Local commercial	57	60,7
29	Cave	37	
35	Local commercial	152	162,5
47	Cave	105	
36	Local commercial	40	42,9
48	Cave	29	
37	Local commercial	40	42,9

57	Cave	29	
38	Local commercial	152	162,5
58	Cave	105	
39	Logement	76	77,2
41	Cave	12	
116	Parking		
118	Parking		Sans objet
total		905	593,6

Pour la SERM :

Lot n°	Nature	Surface m²	Surface utile pondérée
67	Local commercial	42	44,9
77	Cave	29	
68	Local commercial	57	60,7
78	Cave	37	
69	Local commercial	42	44,9
86	Cave	29	
70	Local commercial	57	60,7
87	Cave	37	
71	Local commercial	69	72,8
95	Cave	38	
72	Local commercial	86	94,4
96	Cave	84	
97	Cave	6	0,6
100	Cave	17	0,7
98	Cave	5	0,5
90	Cave	5	0,5
99	Cave	5	0,5
88	Cave	7	0,7
89	Cave	5	0,5
79	Cave	6	0,6
80	Cave	5	0,5
81	Cave	5	0,5
82	Cave	7	0,7
total		670	384,7

Le projet proposé, validé par la délibération du Conseil municipal n° 2014/444 du 6 novembre 2014, prévoyait un échange sans soulte des locaux Ville et SERM (valorisé à 870 000 €).

Deux obstacles se sont avérés depuis cette délibération nécessitant de modifier les modalités de la transaction, sans obérer les conditions de fond qui demeurent inchangées :

- la SERM n'a pu se rendre propriétaire du lot 89 (une cave), à la suite du refus du juge de prononcer l'ordonnance d'expropriation pour des motifs procéduraux,
- l'état locatif, mis à jour par la SERM le 1^{er} décembre 2015, fait état de locaux SERM occupés par des anciens exploitants commerciaux et fonds de commerce, même si certaines expropriations ont été réalisées pour les murs.

Afin que la SERM maîtrise librement l'ensemble des immeubles objets de la vente et afin que la Ville récupère des locaux libres d'occupation ou grevés d'occupation régulièrement consenties, il est proposé, en lieu et place de l'échange initial, un processus de régularisation de la vente en deux temps :

- Vente immédiate par la Ville à la SERM des locaux appartenant à la Ville. Ces locaux sont pour partie libres d'occupation et pour partie occupés régulièrement par la Mission Petit Bard de la SERM (bail du

1^{er} avril 2008 renouvelé jusqu'au 31 mai 2018) et par l'association des Restaurants du Cœur suivant une convention d'occupation temporaire du 1^{er} janvier au 31 décembre 2016.

La vente des locaux de la Ville à la SERM, incluant le transfert des deux conventions d'occupation et baux en cours, interviendrait avant mi-2016, mais avec paiement intégralement différé afin de ne pas grever inutilement le bilan de la concession d'aménagement.

- Acquisition par la Ville des locaux SERM une fois les problèmes d'occupation des commerces et d'expropriation de la cave réglés, déclenchant dès lors le paiement par la SERM de la première vente. La revente par la SERM à la Ville interviendrait au plus tard en juin 2019, terme de la concession, la situation juridique et locative des locaux de la SERM devant avoir été réglée impérativement avant cette date.

Le prix de cession demeurerait de part et d'autre inchangé en acquisition et en cession soit 870 000 €, prix fixé par France Domaine.

Il est également sollicité que la SERM soit autorisée, en tant que de besoin et avant cession, à procéder au dépôt des demandes d'autorisation d'urbanisme, le cas échéant nécessaires.

La présente délibération remplace et annule la précédente délibération du Conseil municipal du 6 novembre 2014 en ce qu'elle prévoyait un échange foncier en lieu et place d'une vente puis d'une acquisition en deux temps.

En conséquence, il est proposé au Conseil Municipal :

- d'accepter, au vu de l'estimation des services fiscaux, de procéder à la cession à la SERM des lots n° 3-4-20-29-35-36-37-38-39-41-47-48-57-58-116 et 118 de la copropriété Guillaume Apollinaire au prix de 870 000 € ;
- d'acquérir, au vu de l'estimation des services fiscaux, auprès de la SERM, les lots n° 67-68-69-70-71-72-77-78-79-80-81-82-86-87-88-89-90-95-96-97-98-99 et 100 de la copropriété Guillaume Apollinaire au prix de 870 000€ ;
- d'autoriser la SERM à déposer les demandes d'autorisations d'urbanisme qui s'avèreraient le cas échéant nécessaires aux travaux de réhabilitation et aménagement des locaux de la Ville avant réitération de l'acte authentique ;
- de confier la rédaction de l'acte authentique à Me Laurent DAUDET (office notarial Lexnot à Montpellier), aux frais de la SERM pour l'acquisition des locaux de la Ville ;
- de confier la rédaction de l'acte authentique à Me Laurent DAUDET (office notarial Lexnot à Montpellier), aux frais de la Ville pour l'acquisition des locaux de la SERM ;
- de dire que la présente délibération annule et remplace la délibération n° 2014/444 du 6 novembre 2014 ;
- de dire que les recettes et dépenses seront imputées au budget de la Ville ;
- d'autoriser Monsieur le Maire ou, à défaut, l'Adjoint délégué, à signer tout document relatif à cette affaire.

Le Conseil adopte.

Pour extrait conforme, Monsieur le Maire,

Philippe SAUREL

Publiée le : 29/01/2016

de



DIRECTION GENERALE DES FINANCES PUBLIQUES

Montpellier, le 13 janvier 2016

DIRECTION REGIONALE DES FINANCES PUBLIQUES DE LA REGION
LANGUEDOC-ROUSSILLON ET DU DEPARTEMENT DE L'HERAULT



BRIGADE D'EVALUATION

CENTRE ADMINISTRATIF CHAPTAL

34953 MONTPELLIER CEDEX

Réception sur rendez-vous

Affaire suivie par Pascal BONNAIRE

téléphone : 0 467 226 266

télécopie : 0 467 226 269

Courriel : pascal.bonnaire@dgfip.finances.gouv.fr

SAEM SERM

45 place Ernest Granier

CS 29502

34960 Montpellier cedex 2

Objet : Cession Ville de Montpellier/SERM.

PRU Petit Bard/Copropriété Guillaume Apollinaire.

Affaire suivie par M. Capt.

Dossier n° 2016.172V0005.

1 - Service consultant : SERM/ville de Montpellier.

2- Objet de la consultation du service : Cession de la ville à la SERM de divers lots de copropriété dans le cadre de l'opération Cévennes(Petit Bard-Pergola).

3 - Nature et références cadastrales des biens à échanger:

Biens cadastrés KV 380 et 381 : Lots de copropriété situés dans la résidence Guillaume Apollinaire à Montpellier.

Locaux commerciaux avec caves pour une SUP de 516,40 m² et un logement de 77,20 m² de SUP.

Locaux libres d'occupation.

4- Valeur vénale des biens échangés : (avec une marge d'appréciation de +/- 10 %)

La valeur vénale des lots de copropriété cédés est de l'ordre de 827 000 €.

Indemnité de remploi de 5 % en sus.

Pour le Directeur Départemental des Finances Publiques,
L'inspecteur principal des Finances Publiques,

Serge de Bremoy

Séance publique du jeudi 28 janvier 2016

Convoqué le jeudi 21 janvier 2016, le Conseil Municipal de la Ville de Montpellier s'est réuni en mairie, Salle du Conseil Municipal, le jeudi 28 janvier 2016 à 17H00, sous la présidence de Monsieur le Maire, Philippe Saurel

Présents :

Fabien ABERT, Lorraine ACQUIER, Luc ALBERNHE, Rémi ASSIE, Sophia AYACHE, Guy BARRAL, Valérie BARTHAS-ORSAL, Maud BODKIN, Françoise BONNET, Sabria BOUALLAGA, Djamel BOUMAAZ, Anne BRISSAUD, Nancy CANAUD, Mylène CHARDES, Robert COTTE, Christophe COUR, Jean-Luc COUSQUER, Titina DASYLVA, Michaël DELAFOSSE, Véronique DEMON, Cédric de SAINT-JOUAN, Jean-Marc DI RUGGIERO, Michèle DRAY-FITOUSSI, Christian DUMONT, Abdi EL KANDOUSSI, Julie FRECHE, Clare HART, France JAMET, Stéphanie JANNIN, Sonia KERANGUEVEN, Anne Louise KNAPNOUGEL, Pascal KRZYZANSKI, Alex LARUE, Max LEVITA, Chantal LEVY-RAMEAU, Nicole LIZA, Audrey LLEDO, Henri MAILLET, Jérémie MALEK, Chantal MARION, Isabelle MARSALA, Hervé MARTIN, Dominique MARTIN-PRIVAT, Patricia MIRALLES, Jean-Pierre MOURE, Caroline NAVARRE, Véronique PEREZ, Khanthaly PHOUTTHASANG, Patrick RIVAS, Brigitte ROUSSEL-GALIANA, Marie-Hélène SANTARELLI, Samira SALOMON, Philippe SAUREL, Sauveur TORTORICI, Henri de VERBIZIER, Patrick VIGNAL, Annie YAGUE, Rabii YOUSSEUS.

Absents ayant voté par procuration en application de l'article L 2121-20 du Code Général des Collectivités Territoriales :

Gérard CASTRE, Perla DANAN, Jacques DOMERGUE, Vincent HALUSKA, Gérard LANNELONGUE, Mustapha MAJDOUL, Bernard TRAVIER.

Absents :

Hôtel Richer de Belleval Place de la Canourgue Vente de l'immeuble à la société Helenis

Monsieur le Maire, Philippe SAUREL, rapporte :

La Ville de Montpellier est propriétaire de l'hôtel particulier Richer de Belleval, situé place de la Canourgue, cadastré HR 137, et inscrit en totalité à l'inventaire supplémentaire des Monuments Historiques par arrêté du 13 avril 2015.

Cet immeuble, acquis le 6 septembre 1816 par la Ville, a reçu l'affectation d'hôtel de Ville de 1816 à 1975, date du transfert de la mairie dans le quartier du Polygone. Il a ensuite été occupé par le tribunal d'instance et le conseil des prudhommes jusqu'en 2010 et n'est, depuis, plus affecté.

Considérant que le bâtiment n'était adapté à aucun besoin en équipement public, le conseil municipal a prononcé son déclassement du domaine public par délibération du 7 octobre 2013.

Le conseil municipal a par suite décidé de sa mise en vente le 17 décembre 2014, dans le cadre d'une consultation en vue d'une vente publique avec charges, en deux phases.

A l'issue de la première phase, la commission consultative des cessions immobilières réunie le 2 avril 2015 a émis un avis favorable en vue de retenir les trois candidatures suivantes :

- le groupement Helenis – Château Pourcel,
- la société Histoire & Patrimoine,
- la SA General Vendors.

Par délibération du 7 mai 2015, le conseil municipal a approuvé la sélection desdits candidats et lancé la deuxième phase de consultation, fixant le prix plancher de cession à 1 100 000 € HT et déterminant les critères de sélection définitive de l'acquéreur suivants :

- qualité architecturale et fonctionnelle du projet,
- qualité programmatique du projet, en particulier du point de vue des avantages socio-économiques, des partenariats commerciaux et de l'ouverture au public,
- garanties financières, solvabilité et délais,
- prix d'acquisition.

Le 30 octobre 2015, date limite de dépôt des offres d'acquisition, deux dossiers ont été déposés : le premier par la société SAS Helenis et le second par la société SAS Histoire et Patrimoine.

Les deux dossiers ont fait l'objet d'un constat de complétude et d'une analyse intégrale au regard des critères précités et du cahier des charges de consultation.

Cette analyse a été présentée, conformément à la procédure de mise en vente des biens municipaux adoptée par le conseil municipal le 24 avril 2014, à la commission consultative des cessions foncières et immobilières réunie le 14 décembre 2015.

Les candidats ont été auditionnés par la commission qui a constaté le degré très qualitatif des deux projets.

En synthèse, les dossiers présentés proposent les programmes suivants :

Pour le groupement Helenis - Château Pourcel :

- au rez-de-chaussée, un restaurant gastronomique « Le Jardin des Sens » de 150 m² intégrant le salon peint voûté, géré par le groupe étoilé Château Pourcel, et un spa géré par le « Spa de Beaulieu »,
- un bar dans l'ancienne salle des mariages (salle du lanterneau), géré également par le groupe Château Pourcel, pouvant accueillir, en complément, des expositions d'art contemporain de la société-fondation « Egeria »,
- un hôtel haut-de-gamme de 14 chambres et quatre appart-hôtels, sous mandat de gestion dévolu par Helenis au groupe Château Pourcel,
- trois bureaux affectés au siège social d'Egeria.

Le montant global prévisionnel de l'investissement (travaux et études) est évalué à 10,36 M€HT par l'opérateur, hors prix d'acquisition et frais associés.

Pour la société Histoire & Patrimoine :

- au rez-de-chaussée, un restaurant gastronomique de 150 m², intégrant le salon voûté, avec atelier-cuisine et épicerie fine animé par le chef étoilé Jean-Luc Rabanel, selon une approche « Green Gastronomie »,
- au rez-de-chaussée, une galerie d'art avec atelier et salle de cours, animée par les artistes Georges et Tristan Hosotte,
- dans les étages, un programme de 21 logements du T1 au T4, l'ancienne salle des mariages étant affectée aux parties communes de l'immeuble de logements mais sous convention avec l'Atelier Hosotte en vue de développer des expositions d'œuvres d'art.

Le montant global prévisionnel de l'investissement (travaux et études) est évalué à 4,9 M€ HT par l'opérateur, hors prix d'acquisition et frais associés.

La commission consultative des cessions immobilières, après analyse des offres et audition des deux équipes candidates, a émis à l'unanimité des membres votants un avis favorable à la sélection du programme présenté par Helenis - Château Pourcel.

La commission a, en particulier, fondé son avis sur les considérations suivantes :

- l'aspect qualitatif des deux propositions au regard de la qualité architecturale des travaux de réhabilitation de l'immeuble inscrit, dont le niveau d'investissement consenti par le groupe Helenis est toutefois particulièrement ambitieux et respectueux de l'immeuble inscrit au titre des monuments historiques,
- le niveau haut-de-gamme des programmes commerciaux proposés par les deux candidats, comportant un volet d'ouverture au public élargi dans la proposition d'Helenis dans la mesure où la totalité de l'immeuble sera potentiellement accessible au public, la totalité des espaces étant affectée à des usages commerciaux,
- l'image de marque, la reconnaissance locale et le savoir-faire des équipes du Jardin des Sens, aptes à œuvrer en synergie avec les actions de la Ville visant à maintenir et développer une offre commerciale qualitative dans le centre-ville historique, et à améliorer l'animation de la place de la Canourgue dans le respect de son cadre de vie exceptionnel,
- les garanties financières, de solvabilité de et de bonne réalisation de l'opération du fait du montage proposé.

Le projet proposé par Helenis est porté par une ambition de redynamisation qualitative du cœur de ville. Il allie, à la fois, le respect de l'édifice par l'intervention de l'architecte Philippe Prost reconnu en matière de patrimoine historique, une bonne intégration au contexte urbain de l'hyper-centre et de la place de la Canourgue, ainsi qu'une programmation intégralement orientée vers le développement économique et culturel qui viendra enrichir les ferments du lien social et favorisera l'ouverture du quartier vers le reste de la ville.

Il est donc proposé de suivre l'avis de la commission des cessions foncières et immobilières et de procéder à la cession de l'Hôtel Richer de Belleval à la SAS Helenis ou tout tiers substitué agréé.

Dans ce contexte, l'immeuble pourra soit être cédé en pleine propriété à la société Helenis ou, sur demande de ladite société, à l'indivision constituée par MM. Alain GUIRAUDON, Jacques GUIPPONI, Jean-Marc LEYGUES et Thierry AZNAR, tiers juridiquement substitué à la société Helenis et solidaire aux propositions déposées dans l'offre d'Helenis ainsi qu'aux obligations de la vente qui suivront, au prix de 1 100 000 € HT.

Une société de travaux-gestion, Helenis elle-même ou filiale d'Helenis, sera créée, assurant principalement l'investissement, les travaux de réhabilitation, puis la gestion du bien dans le cadre d'un bail à construction consenti par les acquéreurs substitués.

L'indivision prendra complémentirement à sa charge les travaux de réhabilitation déductibles fiscalement au titre du dispositif relatif aux monuments historiques.

La société de travaux-gestion consentira, par suite, des baux commerciaux au groupe Château Pourcel pour l'exploitation du restaurant et du bar, à M. Romagnoli (enseigne « Spa de Beaulieu ») pour l'exploitation du spa espace bien-être, à la société « Egeria » pour les bureaux, et un mandat de gestion au groupe Château Pourcel pour l'hôtel et les appart-hôtels. Le bail commercial en l'état futur d'achèvement consenti au groupe Château Pourcel pour l'exploitation du restaurant gastronomique comportera une clause d'option d'achat par le groupe dans la mesure de ses capacités financières.

Les conditions essentielles de la vente, consubstantielles à la décision de vente de la Ville et qui seront reportées dans les formes voulues au compromis de vente, et hormis les conditions usuelles de droit notamment relatives à l'état ou à la consistance du bien et au financement de son acquisition, sont les suivantes :

➤ au titre des conditions suspensives à la vente :

- l'octroi d'un permis de construire purgé de tout recours en vue de la réhabilitation de l'immeuble,
- la production d'un cautionnement bancaire ou d'une attestation bancaire de financement du programme de travaux,
- la production des contrats ou avant-contrats, baux en l'état futur d'achèvement ou promesses de baux en l'état futur d'achèvement, avec promesse de vente relative à l'option d'achat des murs du restaurant gastronomique, relatifs à la gestion de l'ensemble des espaces commerciaux,

➤ au titre des conditions particulières de vente, transmissibles en cas de revente :

- l'ouverture à tout public, hors clientèle, a minima pour les journées du patrimoine, de la cour d'honneur, du salon voûté, et de la salle au lanterneau, cette obligation constituant une obligation *propter rem* à la vente,
- la demande d'un agrément commercial dans les formes qui seront définies dans le compromis en cas de changement d'enseigne sur les espaces commerciaux pendant une durée de 18 ans, étant entendu que la proposition d'acquisition retenue par la Ville l'est en considération d'un programme commercial adapté à la qualité de l'immeuble et à son environnement urbain immédiat qui nécessitent l'engagement par l'acquéreur de maintenir a priori un restaurant de niveau gastronomique et un hôtel de niveau Relais et Châteaux.

A titre accessoire, ne conditionnant pas juridiquement la vente, mais présentant un caractère d'information important du fait de sa nécessité au bon fonctionnement et la viabilité économique d'un tel programme commercial, instruction sera faite par la Ville et la Métropole, chacune dans son domaine de compétence :

- d'une demande de droit de terrasse au droit de l'établissement,
- de l'octroi de conventions d'amodiation de stationnement en parking public concédé proche, Foch-Préfecture ou Pitot, par exemple.

L'offre proposée par la société Helenis sera rendue contractuelle en annexe à la régularisation de la vente.

Le planning prévisionnel proposé prévoit, à titre d'information, la mise au point et l'instruction des autorisations d'urbanisme sur une durée d'un an, en partenariat avec l'architecte des bâtiments de France et la DRAC, induisant une régularisation de la vente par acte authentique avant mi-2017 et une mise en œuvre des travaux sur deux ans afin d'envisager une ouverture de l'établissement mi-2019.

En conséquence, il est proposé au Conseil municipal :

- de retenir le projet présenté par le groupement Helenis - Château Pourcel, sur la base de l'avis émis par la commission consultative des cessions immobilières le 14 décembre 2015 ;
- d'approuver la cession de l'hôtel Richer de Belleval à Helenis ou à l'indivision Guiraudon – Guipponi – Leygues – Aznar, tiers substitué à Helenis, au prix de 1 100 000 € HT, dans les conditions ainsi énoncées ;
- d'autoriser la signature du compromis de vente puis de l'acte authentique, et de saisir en ce sens l'office notarial désigné par l'acquéreur ;
- d'autoriser Monsieur le Maire ou, à défaut, l'adjoint délégué, à signer tout acte ou document relatif à cette affaire.

Le Conseil adopte.

Pour extrait conforme, Monsieur le Maire,

Philippe SAUREL



Publiée le : 29/01/2016

DIRECTION GÉNÉRALE DES FINANCES PUBLIQUES

DIRECTION RÉGIONALE DES FINANCES PUBLIQUES
DE LA REGION LANGUEDOC-ROUSSILLON
ET DU DEPARTEMENT DE L'HERAULT

Brigade d'évaluation domaniale – centre Administratif Chaptal

34953 MONTPELLIER CEDEX 2

TÉLÉPHONE : 04 67 22 62 68

MÉL. pascal.bonnaire@dgif.finances.gouv.fr

POUR NOUS JOINDRE :

Affaire suivie par : Pascal BONNAIRE

Téléphone : 04 67 22 62 66

Télécopie : 04 67 22 62 69

Montpellier, le 6 mai 2015

Mairie de Montpellier

Service Foncier Opérationnel

1, Place Georges Freche

34267 Montpellier cedex 2

Objet : Hôtel Richer de Belleval.

V/Référence : Dossier suivi par Mme Reglain.

N/Référence : dossier n° 2015.172V0804.

1-Service consultant : Ville de Montpellier.

2-Description sommaire des biens :

Hôtel particulier, édifié en 1700 et inscrit à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques depuis 1950, qui a été occupé successivement par la mairie jusqu'en 1975 puis par le conseil des prud'hommes jusqu'en 2010.

Immeuble situé dans le secteur sauvegardé de MTP, place de la Canourgue, qui comporte 4 bâtiments distincts et des surfaces de circulation communes:

■ Le bâtiment A en R + 2, la partie noble du bâti donnant sur la place de la Canourgue(976,70 m² de SDO);

■ Le bâtiment B en R + 4, situé à l'angle de la rue de la vieille intendance et de la rue du puits des esquilles(350,28 m² de SDO);

■ Le bâtiment D en R + 2 qui donne sur la rue du puits des esquilles(298 m² de SDO) ;

■ Le bâtiment E en R + 2 + combles, situé à l'angle de la rue du vestiaire et de la rue du puits des esquilles(322,60 m² de SDO).

Surfaces de circulation comprenant la cour d'honneur, l'escalier central, une seconde cour intérieure et divers escaliers pour 253 m² de SDO.

SDO de l'ensemble : 2 201,48 m².

Etat d'entretien : Etat fortement dégradé nécessitant des travaux de rénovation lourds et qualitatifs estimés sur devis à environ 6 000 000 € HT (fondations, renforcement des planchers, toiture, électricité, plomberie).

3-Situation locative : Immeuble libre d'occupation(désaffecté depuis 2010).

4-Réglementation d'urbanisme : Zone d'application du plan de sauvegarde et de mise en valeur(centre historique) du PLU en vigueur.

5-Valeur vénale des biens : (avec une marge d'appréciation de +/- 10 %)

Dans le cadre d'une cession liée à un projet de rénovation et de remise en valeur laissant une part plus ou moins importante à l'accès au public, le prix de cession est estimé à 1 100 000 €.

Pour le Directeur Régional des Finances Publiques,
L'inspecteur principal des Finances Publiques,

Serge de Brenne

Séance publique du jeudi 28 janvier 2016

Convoqué le jeudi 21 janvier 2016, le Conseil Municipal de la Ville de Montpellier s'est réuni en mairie, Salle du Conseil Municipal, le jeudi 28 janvier 2016 à 17H00, sous la présidence de Monsieur le Maire, Philippe Saurel

Présents :

Fabien ABERT, Lorraine ACQUIER, Luc ALBERNHE, Rémi ASSIE, Sophia AYACHE, Guy BARRAL, Valérie BARTHAS-ORSAL, Maud BODKIN, Françoise BONNET, Sabria BOUALLAGA, Djamel BOUMAAZ, Anne BRISSAUD, Nancy CANAUD, Mylène CHARDES, Robert COTTE, Christophe COUR, Jean-Luc COUSQUER, Titina DASYLVA, Michaël DELAFOSSE, Véronique DEMON, Cédric de SAINT-JOUAN, Jean-Marc DI RUGGIERO, Michèle DRAY-FITOUSSI, Christian DUMONT, Abdi EL KANDOUSSI, Julie FRECHE, Clare HART, France JAMET, Stéphanie JANNIN, Sonia KERANGUEVEN, Anne Louise KNAPNOUGEL, Pascal KRZYZANSKI, Alex LARUE, Max LEVITA, Chantal LEVY-RAMEAU, Nicole LIZA, Audrey LLEDO, Henri MAILLET, Jérémie MALEK, Chantal MARION, Isabelle MARSALA, Hervé MARTIN, Dominique MARTIN-PRIVAT, Patricia MIRALLES, Jean-Pierre MOURE, Caroline NAVARRE, Véronique PEREZ, Khanthaly PHOUTTHASANG, Patrick RIVAS, Brigitte ROUSSEL-GALIANA, Marie-Hélène SANTARELLI, Samira SALOMON, Philippe SAUREL, Sauveur TORTORICI, Henri de VERBIZIER, Patrick VIGNAL, Annie YAGUE, Rabii YOUSSEUS.

Absents ayant voté par procuration en application de l'article L 2121-20 du Code Général des Collectivités Territoriales :

Gérard CASTRE, Perla DANAN, Jacques DOMERGUE, Vincent HALUSKA, Gérard LANNELONGUE, Mustapha MAJDOUL, Bernard TRAVIER.

Absents :

Foncier - Cession à la clinique Clémentville - parcelle KS 204b et tréfonds de la parcelle KS 205 - Rue de Las Sorbes - Complexe sportif Alain Delylle

Monsieur le Maire, Philippe SAUREL, rapporte :

La Ville est propriétaire de l'équipement sportif Alain Delylle, situé rue de Las Sorbes, comportant le gymnase Micheline Ostermeyer, un plateau d'athlétisme, des terrains de football et de basketball sur les parcelles cadastrées section KS 204a et KS 204b, et d'une parcelle KS 205 d'une superficie de 1 763 m² comportant un terrain de handball.

Le tréfonds de la parcelle KS 205, sous le terrain de handball, et la parcelle KS 204b constituée d'une bande de terrain nu de 78 m² ont respectivement été déclassées du domaine public communal les 23 juillet 2015 et 5 novembre 2015.

Ces parcelles sont situées en zone 3U1-1fw du PLU, zone de grands domaines, et sont d'une constructibilité limitée du fait de leur qualité principale de tréfonds pour l'une ; d'une superficie et d'une configuration en bande très limitée pour l'autre.

Ces parcelles sont immédiatement limitrophes de la propriété de la Clinique Clémentville et de son parking aérien de petite superficie.

La clinique souhaite agrandir ses possibilités de stationnement, dans le cadre d'un projet de création d'un parking souterrain sous l'emprise du parking aérien actuel et sous le terrain de handball, propriété de la Ville.

Ce projet doit permettre de répondre à une réduction de la pression du stationnement sur les voies publiques et privées du quartier.

La Commission des cessions immobilières de la Ville, réunie le 14 décembre 2015, a émis un avis favorable à une cession de gré-à-gré à la Clinique Clémentville du fait de la spécificité du projet, de la qualité de riverain de la clinique et de l'intérêt de la Ville à voir diminuer la pression en stationnement dans le quartier.

Toutefois, la cession sera conditionnée, à peine de résolution immédiate de la vente, à la reconstitution du terrain de handball en surface dans le cadre des travaux d'aménagement du parking.

Le planning des travaux sera également optimisé en vue de minimiser l'impact des travaux sur l'usage du terrain de handball et leur démarrage est impérativement prévu au mois de juin 2016, au lendemain des épreuves du baccalauréat, l'équipement sportif étant une aire d'accueil des épreuves.

France Domaine a évalué la valeur de ces biens, dans un avis du 4 novembre 2015, à 203 000 €.

En conséquence, il est proposé au Conseil Municipal :

- de céder à la Clinique Clémentville la parcelle KS 204b et le tréfonds de la parcelle KS 205 au prix de 203000€ HT (deux cent trois mille euros hors taxe), frais en sus à la charge de l'acquéreur ;
- de dire que la vente est conditionnée à peine de résolution à la reconstitution d'un terrain de handball en surface de la parcelle KS 205 à la charge exclusive de l'acquéreur et à la validation de la date de démarrage des travaux par la Ville;
- de solliciter l'étude notariale désignée par l'acquéreur en vue de la rédaction des actes ;
- de dire que la recette sera imputée au budget de la Ville ;
- d'autoriser Monsieur le Maire ou, à défaut, l'adjoint délégué à signer tout document relatif à cette affaire.

Le Conseil adopte.

Pour extrait conforme, Monsieur le Maire,



Philippe SAUREL

Publiée le : 29/01/2016



DIRECTION GENERALE DES FINANCES PUBLIQUES

DIRECTION REGIONALE DES FINANCES PUBLIQUES DE LA REGION
LANGUEDOC-ROUSSILLON ET DU DEPARTEMENT DE L'HERAULT



BRIGADE D'EVALUATION.

CENTRE ADMINISTRATIF CHAPTAL

34953 MONTPELLIER CEDEX 2

Réception sur rendez-vous

Affaire suivie par pascal BONNAIRE

téléphone : 04 67 22 62 66

télécopie : 04 67 22 62 69

Courriel : pascal.bonnaire@dgfip.finances.gouv.fr

Montpellier, le 4 novembre 2015.

Mairie de Montpellier

Département urbanisme et aménagement

Foncier opérationnel

1 place Georges Frêche

34267 MONTPELLIER cedex 2

Objet: Parcelles KS 205 et 204.

Dossier suivi par Mme Durand.

Référence: dossier n° 2015.172V1999.

1- Service consultant : Ville de Montpellier.

2- Situation des biens : Parcelles cadastrées KS 205 et 204 situées rue de Las Sorbes à MONTPELLIER.

3- Projet : Cession du tréfonds de la parcelle KS 205 et de la parcelle KS 204 à la clinique Clémentville dans le cadre d'un projet de construction d'un parking souterrain de 103 places sur 2 niveaux en sous-sol (surface totale 3 526 m²).

Le terrain de sport aménagé sur la parcelle KS 205 sera rétabli en surface.

4- Urbanisme applicable : Zone 3U1-1fw du PLU en vigueur.

5- Description sommaire : Parcelles de terrain nu de 1 763 m² en nature de terrain de handball (KS 205) et de 100 m² en nature d'espace vert (KS 204).

6- Evaluation des biens : (avec une marge d'appréciation de +/- 10 %)

La valeur vénale du tréfonds de la parcelle KS 205 et de la parcelle KS 204 est de l'ordre de 203 000 €.

Pour le Directeur Régional des Finances Publiques,
L'inspecteur des Finances publiques,

Pascal BONNAIRE

Séance publique du jeudi 28 janvier 2016

Convoqué le jeudi 21 janvier 2016, le Conseil Municipal de la Ville de Montpellier s'est réuni en mairie, Salle du Conseil Municipal, le jeudi 28 janvier 2016 à 17H00, sous la présidence de Monsieur le Maire, Philippe Saurel

Présents :

Fabien ABERT, Lorraine ACQUIER, Luc ALBERNHE, Rémi ASSIE, Sophia AYACHE, Guy BARRAL, Valérie BARTHAS-ORSAL, Maud BODKIN, Françoise BONNET, Sabria BOUALLAGA, Djamel BOUMAAZ, Anne BRISSAUD, Nancy CANAUD, Mylène CHARDES, Robert COTTE, Christophe COUR, Jean-Luc COUSQUER, Titina DASYLVA, Michaël DELAFOSSE, Véronique DEMON, Cédric de SAINT-JOUAN, Jean-Marc DI RUGGIERO, Michèle DRAY-FITOUSSI, Christian DUMONT, Abdi EL KANDOUSSI, Julie FRECHE, Clare HART, France JAMET, Stéphanie JANNIN, Sonia KERANGUEVEN, Anne Louise KNAPNOUGEL, Pascal KRZYZANSKI, Alex LARUE, Max LEVITA, Chantal LEVY-RAMEAU, Nicole LIZA, Audrey LLEDO, Henri MAILLET, Jérémie MALEK, Chantal MARION, Isabelle MARSALA, Hervé MARTIN, Dominique MARTIN-PRIVAT, Patricia MIRALLES, Jean-Pierre MOURE, Caroline NAVARRE, Véronique PEREZ, Khanhaly PHOUTTHASANG, Patrick RIVAS, Brigitte ROUSSEL-GALIANA, Marie-Hélène SANTARELLI, Samira SALOMON, Philippe SAUREL, Sauveur TORTORICI, Henri de VERBIZIER, Patrick VIGNAL, Annie YAGUE, Rabii YOUSSEF.

Absents ayant voté par procuration en application de l'article L 2121-20 du Code Général des Collectivités Territoriales :

Gérard CASTRE, Perla DANAN, Jacques DOMERGUE, Vincent HALUSKA, Gérard LANNELONGUE, Mustapha MAJDOUL, Bernard TRAVIER.

Absents :

Convention de servitude de passage d'un réseau d'eau de la société Bas-Rhône Languedoc (BRL) sous le cimetière Saint-Etienne Passation d'un protocole d'accord transactionnel (Parcelles cadastrées RL 5 et RL 6)

Monsieur le Maire, Philippe SAUREL, rapporte :

Dans les années soixante-dix, la société du Bas-Rhône Languedoc (BRL) a réalisé dans l'emprise foncière du cimetière Saint-Etienne, sur le site de Grammont (parcelles cadastrées RL 5 et RL 6), une canalisation d'eau se trouvant de fait sous les concessions funéraires.

Compte tenu de la vétusté de cet ouvrage et du risque encouru par les concessions funéraires, la Ville a demandé en 2014 à BRL de dévier cette canalisation d'eau existante pour la faire passer sous la voirie du cimetière sur une distance d'environ 441 mètres de longueur.

Sur la base de deux conventions - une convention de servitude de passage de réseau signée par la Ville et BRL le 30 avril 2015 et une convention de financement des travaux signée le 29 janvier 2015 - les travaux de dévoiement de la canalisation ont été réalisés.

La convention de financement prévoyait un montant de travaux de 88 821 € HT cofinancés à 50 % par BRL et une indemnité prévisionnelle à la charge de la Ville de 44 410 € HT.

Cependant, ces deux conventions n'ayant pas été adoptées dans les formes juridiques requises, la Ville et BRL sont convenues de la signature d'un protocole d'accord transactionnel régularisant la situation et ayant pour objectif :

- de constater la nullité des conventions passées,
- de s'engager à signer dans les formes une nouvelle convention de servitude de passage du réseau d'eau sous le cimetière,

- de régler, en contrepartie des travaux achevés, les modalités de la participation financière de la Ville par le paiement d'un montant de 19 724,71 € TTC pour solde de tout compte, une précédente facture d'un montant de 22 205 € ayant déjà été payée par la Ville en mars 2015.

En conséquence, il est proposé au Conseil municipal :

- d'approuver la signature par la Ville du protocole d'accord transactionnel avec BRL dont le projet est ci-annexé (annexe 1), constatant notamment la nullité des conventions du 29 janvier et du 30 avril 2015 ;
- d'autoriser la Ville à signer une nouvelle convention de servitude avec BRL pour le passage en souterrain d'une canalisation d'eau sous les parcelles cadastrées RL 5 et RL 6 dont le projet est également ci-annexé (annexe 2) ;
- de demander à Maître Stéphane GARBUIO, notaire à Bouillargues (30), de publier cette convention de servitude aux frais de BRL ;
- de prélever sur le budget de la Ville, chapitre 900, les crédits nécessaires au paiement à la société BRL du solde des travaux pour un montant de 19 724,71 € TTC ;
- d'autoriser Monsieur le Maire ou, à défaut l'Adjoint délégué, à signer tout document relatif à cette affaire.

Le Conseil adopte.

Pour extrait conforme, Monsieur le Maire,

Philippe SAUREL



Publiée le : 29/01/2016



Société Anonyme d'Economie Mixte
au capital de 29 588 779,48 €
RCS Nîmes 550200661.

Dossier n°
116298

Casier - Secteur
03 J1

Travaux

Référence BRL
HP 584

Renseignements d'ordre interne à BRL

CONVENTION DE SERVITUDE

Projet : Dévoisement Cimetière Saint-Etienne.

Entre les soussignés :

La commune de MONTPELLIER (Hérault)

Hôtel de ville, 1 place Georges FRECHE, 34267 MONTPELLIER

SIREN 213 401 722

ci-après dénommée « **LE PROPRIETAIRE DU FONDS SERVANT** »,

et

La Société « BRL », société anonyme d'économie mixte à conseil d'administration, dont le siège social est sis 1105 avenue Pierre Mendès-France – BP 94001 – 30001 Nîmes Cedex 5, représentée par son Directeur Général,

agissant en sa qualité de concessionnaire de la Région Languedoc-Roussillon,

ci-après dénommée « **BRL** », propriétaire du fonds dominant désigné ci-dessous.

Désignation du fonds dominant : Sur la commune de MAUGUIO (34), lieudit « garrigue basse », une parcelle sur laquelle sont édifiés divers ouvrages hydrauliques dont la station de pompage « la MEJANELLE » cadastrée section DM numéro 4.

Il est convenu ce qui suit :

Le projet d'aménagement hydraulique cité en référence prévoit la desserte en eau de parcelles situées sur des communes incluses dans le périmètre de la Concession Régionale gérée par BRL. La conception et la réalisation de ce réseau hydraulique sont engagées par BRL en sa qualité de concessionnaire de la Région Languedoc-Roussillon.

Afin de permettre le rétablissement à demeure des canalisations souterraines d'eau ainsi que l'établissement des ouvrages hydrauliques accessoires sur les propriétés concernées par le projet, les parties sont convenues de ce qui suit :

Après avoir pris connaissance du tracé et de la délimitation de l'emprise foncière prévisionnelle telle que figurant sur le(s) plan(s) parcellaire(s) annexé(s) à la présente, le **propriétaire du fonds servant** consent et s'oblige à créer à titre réel et perpétuel une servitude destinée à réserver sur les parcelles désignées dans le tableau ci-après (fonds servant), une bande de terrain telle que matérialisée sur le dit plan et destinée à l'enfouissement en sous-sol d'une ou plusieurs canalisations d'eau appartenant à BRL et à l'implantation hors-sol d'ouvrages hydrauliques accessoires au profit de la parcelle référencée ci-dessus (fonds dominant).

Il est précisé que l'autorisation d'installation d'ouvrages hydrauliques accessoires hors-sol ne concerne que les ouvrages listés au tableau ci-après.

DESIGNATION DU FONDS SERVANT

DESIGNATION CADASTRALE Commune de MONTPELLIER dép. 34			SERVITUDE (bande d'emprise)		CONDUITES	OUVRAGES		Observations
Section	N°	Lieu-dit	Largeur en mètres	Longueur en mètres	Diamètre maximum	Surface en m²	Référence ⁽¹⁾	
RL	5	GRAMMONT	4	24	200			
RL	6	GRAMMONT	4	417	200			
RL	6	GRAMMONT				4	VA	
RL	6	GRAMMONT				4	NI	

⁽¹⁾ Références des ouvrages hydrauliques accessoires : Vi = vidange – Ve = ventouse – B = borne – Ab = anti béliér – Va = Vanne – Re = regard – Ni = niche

1. CHARGES ET CONDITIONS

La présente constitution de servitude a lieu sous les charges et conditions suivantes :

1.1 BRL OU TOUTE PERSONNE HABILITEE OU MANDATEE PAR BRL AURA LE DROIT :

- d'enfouir dans les limites de l'emprise de la servitude une ou plusieurs canalisations d'un diamètre maximum tel qu'indiqué au tableau ci-dessus, à une profondeur minimale d'un mètre (1 m) en terrain meuble, ou soixante-dix centimètres (0,70 m) dans le cas de zones rocheuses, à partir de la génératrice supérieure de la conduite,
- d'établir à demeure dans l'emprise de servitude les ouvrages accessoires techniques définis au tableau ci-dessus (regards, vannes, anti béliér, bornes, ventouses, vidanges, niche, etc...),
- de procéder sur l'emprise à l'abattage ou au dessouchement des végétaux nécessaires pour l'exécution des travaux de pose initiaux ainsi que par la suite pour la surveillance, l'entretien et la réparation des canalisations et ouvrages ainsi établis, étant précisé que BRL assurera la remise en état des terrains et l'indemnisation des éventuels dégâts constatés contradictoirement,
- d'une façon générale, de pénétrer dans lesdites parcelles et de passer dans les limites de l'emprise de servitude en tant que de besoin, afin d'y exécuter tous les travaux nécessaires à la pose des ouvrages ainsi que toute intervention permettant l'entretien ultérieur de ces derniers et l'exploitation des canalisations et ouvrages, le **propriétaire du fonds servant** s'obligeant en tant que de besoin à faciliter cet accès sur demande de BRL,
- d'occuper temporairement, s'il en était utile pour l'exécution des travaux initiaux de pose des ouvrages, une bande supplémentaire de terrain à l'emprise de la servitude, étant précisé que BRL assurera la remise en état des terrains et l'indemnisation des éventuels dégâts constatés contradictoirement envers le **propriétaire du fonds servant** ou l'occupant déclaré par le propriétaire. Une convention d'occupation temporaire établie entre BRL et le **propriétaire du fonds servant**, ou l'occupant déclaré par le propriétaire, en définira les conditions d'occupation.

1.2 BRL S'ENGAGE VIS-A-VIS DU PROPRIETAIRE DU FONDS SERVANT OU DE L'OCCUPANT :

- a) à remettre en état les terrains ou à indemniser à la suite des travaux initiaux de pose des canalisations ou ouvrages, étant formellement indiqué, qu'une fois ces travaux terminés et sous réserve de ce qui est stipulé à l'article 1.3 ci-après, le **propriétaire du fonds servant** ou l'occupant aura la disposition de l'emprise de terrain susvisée,
- b) à remblayer et régaler les terrains à la suite des travaux éventuels d'intervention sur les ouvrages. Les excédents éventuels de terres et/ou de matériaux divers résiduels seront évacués en décharge par **BRL**,
- c) à indemniser en cas de dommages provoqués par le dysfonctionnement des ouvrages.

1.3 LE PROPRIETAIRE DU FONDS SERVANT S'ENGAGE, TANT POUR LUI-MEME QUE POUR L'OCCUPANT :

- a) à n'élever aucune construction de quelque nature que ce soit dans l'emprise de la servitude telle que désignée ci-dessus,
- b) à s'abstenir de tout acte de nature à nuire au bon fonctionnement, à la sécurité, à la solidité, à la conservation et à l'entretien des ouvrages,
- c) à ne procéder à la mise en culture des terrains visés par l'emprise de la servitude, qu'à ses risques et périls et sous son entière responsabilité pour la préservation des ouvrages **BRL**,
- d) en cas de toute mutation à titre onéreux ou à titre gratuit, de prêt ou location de l'une ou de plusieurs parcelles considérées, à signaler et informer, sous sa responsabilité, au nouveau propriétaire : acquéreur, co-échangiste, au prêteur, preneur ou locataire les servitudes dont elles sont grevées au profit de **BRL**, en l'obligeant expressément à les respecter en ses lieu et place. **BRL** pourra communiquer la présente convention de servitude.

2. TRAVAUX INITIAUX DE POSE : DECLARATION DU PROPRIETAIRE

Le **propriétaire du fonds servant** déclare être occupant/exploitant de la (des) parcelle(s): ☐ oui ☒ non * (*) coordonnées de l'occupant à fournir par le Propriétaire

3. DISPOSITIONS PARTICULIERES (a compléter le cas échéant)

Concernant la canalisation non dévoyée et maintenue dans le sous-sol : la canalisation étant désaffectée pour la distribution d'eau, BRL en cède gratuitement la propriété au propriétaire du fonds servant, lequel déclare reconnaître la nature du matériau en amiante ciment et en faire son affaire personnelle. BRL remet à cet effet un plan reportant son implantation.

4. BENEFICIAIRE DU DROIT CONCEDE PAR LA CONVENTION DE SERVITUDE

BRL aura la pleine et entière jouissance du droit accordé ce jour étant précisé que la Région Languedoc Roussillon, concédante, se substituera d'office à **BRL** à l'échéance de la convention de concession.

5. DISPOSITIONS FINANCIERES

En contrepartie de la servitude accordée au titre de la présente convention, **BRL** versera par l'intermédiaire du notaire désigné, au **propriétaire du fonds servant** qui l'accepte une indemnité définitive globale et forfaitaire d'UN EURO (1,00 €), qui couvrira tous les droits et obligations résultant de la présente convention ainsi que tout préjudice pouvant résulter au titre des présentes.

Le paiement de l'indemnité aura lieu au plus tard le jour de la signature de l'acte authentique réitérant la présente convention.

Conformément à l'article « 1.1.e) » ci-dessus, l'indemnité versée au titre de la présente convention ne couvre pas les indemnités que **BRL** s'oblige à verser au **propriétaire du fonds servant** exploitant ou à l'occupant de la parcelle au titre de l'occupation temporaire pour l'exécution des travaux initiaux de pose des ouvrages et dégâts éventuels aux récoltes Cette occupation est actée par convention séparée.

6. REITERATION PAR ACTE AUTHENTIQUE

La présente convention de servitude sera réitérée en la forme authentique par la signature d'un acte notarié établi aux frais de **BRL**.

Le notaire désigné par le **propriétaire du fonds servant** est : Maître.....notaire à(à compléter),

Le notaire susnommé instruira la présente convention de servitude, ou à défaut de désignation, **BRL** fera instruire les formalités par l'intermédiaire de son notaire d'opération.

Tous les frais et droits quelconques qui seront la suite et la conséquence nécessaire de la présente convention seront supportés par **BRL**.

7. DATE DE PRISE D'EFFET/DOMICILIATION

La date de prise d'effet de la présente convention est la date de signature. Les soussignés font éléction de domicile en leur demeure ou siège respectif.

Fait en triple exemplaires,

A, le

A, le

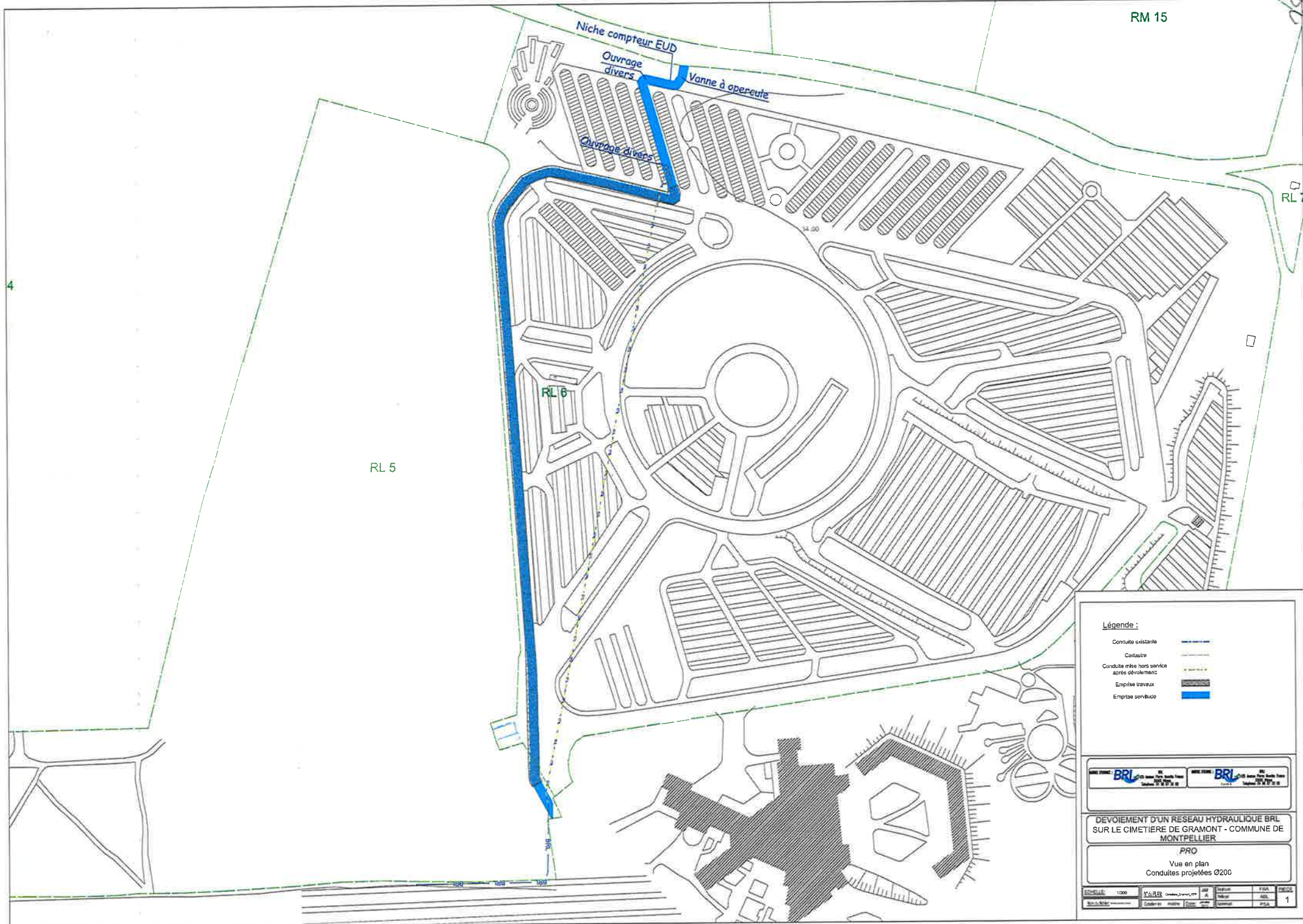
Le Propriétaire

Prénoms et nom en toutes lettres
Mention manuscrite « BON POUR ACCORD »
et signature

Pour BRL

Par délégation,

Eric BELLUAU
Directeur Adjoint
à l'Aménagement et au Patrimoine



Légende :

- Conduite existante
- Cadastre
- Conduite mise hors service après obsolescence
- Emprise travaux
- Emprise servitude



DEVOIEMENT D'UN RESEAU HYDRAULIQUE BRL
SUR LE CIMETIERE DE GRAMONT - COMMUNE DE
MONTPELLIER

PRO
Vue en plan
Conduites projetées Ø200

Échelle: 1:500	Projeté: 1:500	État: A	État: A	État: A	État: A
Projeté: 1:500	Projeté: 1:500	Projeté: 1:500	Projeté: 1:500	Projeté: 1:500	Projeté: 1:500
Projeté: 1:500	Projeté: 1:500	Projeté: 1:500	Projeté: 1:500	Projeté: 1:500	Projeté: 1:500

BRL

Useller BRL
17 JAN 2015
et comptable

1151698

Demande de versement d'indemnité

Le Chef de Service
Administration
des Cimetières

Nîmes, le 23 JAN. 2015

G. VICART

Ville de MONTPELLIER
Service Administration des Cimetières
Domaine de Grammont
Rue RICHARD WRIGHT
34000 MONTPELLIER

Bc 1401712

Affaire suivie par : Nicole PIC
Tél. : 04 66 87 51 96

DESIGNATION	Base	MONTANT H.T.	TVA *	MONTANT T.T.C.
Convention pour le dévoiement des réseaux BRL situés dans l'emprise du cimetière Saint-Etienne - Grammont Ville de Montpellier (34) convention du 16/01/2015 Indemnité prévisionnelle Art 6.2 - Modalités de paiement de l'indemnité 50% du montant de l'indemnité prévisionnelle à la signature	44 410,00€ 50%	 22 205,00€	 *	 22 205,00€

N° de la demande de versement : 0115 09948
N° d'Affaire: HP584

NET A PAYER

22 205,00€

* Hors champ d'application de TVA
Instruction n° 3CA94 n°29

Echéance au : 23 FEV. 2015

CONDITIONS DE REGLEMENT :

par chèque libellé à l'ordre de : B.R.L.
par virement au crédit Lyonnais: Cpte B.R.L.
Compte n° 30002 03360 0000061123V RIB 61

Le Directeur Financier

le 20.3.2015 p.o.

Fonction	Nature	Programme	Opération
300260	2312	5006	05D0613
BC	T/F	Marché	CRB
1401712	57698	—	12800
Compteur	Date	Montant	
15006772	17-03-15	22205	

BRL
1105,

001 Nîmes Cedex 5 - France
Tél. : +33 (0) 466 87 50 00 - Fax : +33 (0) 466 84 25 63 - Courriel : brl@brl.fr - www.brl.fr
Société Anonyme d'Economie Mixte au Capital de 29 588 779,48 € - SIRET : 550.200.001.000.19 - RCS NîMES : B.550 200 661 - N° TVA INTRACOM : FR 40 650 200 661 000 19



Demande de versement d'indemnité

Nîmes, le 24 août 2015

Ville de Montpellier
Service Administration des Cimetières

Domaine de Grammont
Rue RICHARD WRIGHT
34000 MONTPELLIER

Affaire suivie par : Nicole PIC
Tél. : 04 66 87 51 96

DESIGNATION	Base	MONTANT H.T.	TVA *	MONTANT T.T.C.
<u>Convention pour le dévoiement des réseaux BRL situés dans l'emprise du cimetière Saint-Etienne - Grammont Ville de Montpellier (34)</u>				
convention du 16/01/2015				
Indemnité prévisionnelle	44 410€			
Montant cumulé	80%	35 528,00		
Montant déjà appelé	50%	22 205,00€		
Montant de la présente demande	30%	13 323,00€	*	13 323€
		13 323,00€		13 323€

N° de la demande de versement : 081510102
N° d'affaire : HP583

NET A PAYER

13 323€

* Hors champ d'application de TVA
Instruction n° 3CA94 n°29

Echéance au : 23-sept-2015

CONDITIONS DE REGLEMENT :

par chèque libellé à l'ordre de : B.R.L.
par virement au crédit Lyonnais: Cpte B.R.L.
Compte n° 30002 03360 00000611231 RIB 61

Le Directeur Financier

P.O.
F. MARSAL

BRL

1105, avenue Pierre Mendès-France - BP 94 001 - 30001 Nîmes Cedex 5 - France
Tél. : +33 (0) 466 87 50 00 - Fax : +33 (0) 466 84 25 63 - Courriel : brl@brl.fr - www.brl.fr
Société Anonyme d'Economie Mixte au Capital de 29 580 779,40 € - SIRET : 550.200.661.000.19 - RCS NÎMES : B.550 200 661 - N° TVA INTRACOM : FR 40 650 200 661 000 19



Demande de versement d'indemnité

le 17-12-2015

Nîmes, le 7 décembre 2015

Fonction	Nature	Programme	Opération
900260	2312	50010	05D0613
BC	T/F	Marché	CRB
	576,98	—	1280
Compteur	Date	Montant	
150330.11	14/12/15	6401,71	

Ville de Montpellier
Service Administration des Cimetières
Domaine de Grammont
Rue Richard Wright
34000 MONTPELLIER

Affaire suivie par : Nicole PIC
Tél. : 04 66 87 51 96

DESIGNATION	Base	MONTANT H.T.	TVA *	MONTANT T.T.C.
<u>Convention pour le dévoiement des réseaux BRL situés dans l'emprise du cimetière Saint-Etienne - Grammont Ville de Montpellier (34)</u>				
convention du 16/01/2015				
Indemnité prévisionnelle	44 410€			
Décompte Général de l'opération		41 929.71€		41 929.71€
Montant déjà facturé		35 528.00€	*	35 528.00€

N° de la demande de versement : 1215 10156
N° d'affaire: HP584

NET A PAYER

6 401.71€

* Hors champ d'application de TVA
Instruction n° 3CA94 n°29

Echéance au : 06-Janv-2016

CONDITIONS DE REGLEMENT :

par chèque libellé à l'ordre de : B.R.L.
par virement au crédit Lyonnais: Cpte B.R.L.
Compte n° 30002 03360 0000061123V RJB 61

Le Directeur Financier

P.O.

BRL

1105, avenue Pierre Mendès-France - BP 94 001 - 30001 Nîmes Cedex 5 - France
Tél. : +33 (0) 466 87 50 00 - Fax : +33 (0) 466 84 25 63 - Courriel : brl@brl.fr - www.brl.fr
Société Anonyme d'Economie Mixte au Capital de 29 588 779,48 € - SIRET : 550.200.661.000.19 - RCS NîMES : B.550 200 061 - N° TVA INTRACOM : FR 40 550 200 661 000 19

41

Groupe de travail urbanisme

POS ACTES n° 90395

Convention de servitude de passage d'un réseau d'eau de la société Bas-Rhône Languedoc sous le cimetière Saint-Etienne à Grammont

Passation d'un protocole d'accord transactionnel

Parcelles cadastrées RL 5 et RL 6

Dans les années soixante-dix, la société du Bas-Rhône Languedoc (BRL) a installé dans l'emprise foncière du cimetière de Grammont, sous les parcelles cadastrées RL 5 et RL 6, une canalisation d'eau qui se trouvait désormais de fait sous les concessions funéraires.

Compte-tenu de la vétusté de cet ouvrage et du risque encouru par les concessions funéraires, la Ville a demandé en 2014 à BRL de dévier cette canalisation d'eau existante pour la faire passer sous la voirie du cimetière sur une distance d'environ 441 mètres de longueur.

Sur la base de deux conventions, une convention de servitude de passage du réseau BRL signée par la Ville et BRL le 30 avril 2015 et une convention de financement des travaux signée le 29 janvier 2015, les travaux de dévoiement de la canalisation ont d'ores et déjà été réalisés.

La seconde convention prévoyait un montant des travaux de 88 821 € HT, dont 50 % pris en charge par BRL, et une indemnité prévisionnelle à payer par la Ville de 44 410 € HT.

Cependant, ces deux conventions n'ayant pas été passées par le service maître d'ouvrage dans les formes juridiques requises, la Ville et BRL ont convenu de la signature d'un protocole d'accord transactionnel afin de régulariser la situation, ayant pour objectif :

- de constater la nullité des conventions passées,
- de s'engager à signer une nouvelle convention de servitude de passage du réseau d'eau sous le cimetière,
- de régler les modalités de la participation financière de la Ville, c'est-à-dire le paiement du solde des travaux d'un montant de 19 724,71 € TTC, une précédente facture d'un montant de 22 205 € ayant déjà été payée par la Ville en mars 2015.

Proposition :

Compte tenu des éléments exposés ci-dessus, et après avis favorables des directions de la Ville concernées (Cimetière, Finances, DAJCP et DUOp) et de BRL, il est proposé de demander au Conseil municipal d'autoriser la signature par la Ville du protocole d'accord transactionnel avec BRL.

L'avis du GTU est demandé sur cette proposition.

**Protocole d'accord transactionnel
entre la Ville de MONTPELLIER et la Société B.R.L.**

Dévoiemment d'un réseau d'eau sur le site du cimetière Saint-Etienne à Grammont

Entre les soussignés :

La VILLE DE MONTPELLIER, collectivité territoriale immatriculée au SIREN sous le numéro 213 401 722 domiciliée à l'Hôtel de Ville, 1 place Georges Frêche à MONTPELLIER (34267) cedex 2, représentée par Madame Stéphanie JANNIN, adjointe au Maire déléguée à l'urbanisme et à l'aménagement, agissant au nom et pour le compte de la Ville de Montpellier en exécution de la délibération du Conseil municipal en date du 28 janvier 2016 annexée aux présentes,

ci-après dénommée « la VILLE », d'une part,

et

La société BRL, société anonyme d'économie mixte, représentée par Monsieur Jean-François BLANCHET, dont le siège social se situe 1105, avenue Pierre Mendès-France à NIMES (30001),

ci-après dénommé « BRL », de seconde part,

Vu les articles 2044 et suivants du code civil,

Vu l'article L 2541-12 du code général des collectivités territoriales,

Vu la circulaire du premier ministre du 6 février 1995, publiée au JO du 15 février 1995, relative au développement du recours à la transaction en matière administrative pour régler amiablement les conflits,

Il est exposé ce qui suit :

En 2014, la Ville (maître d'ouvrage : service administration des cimetières) a demandé à BRL de dévier une canalisation d'eau souterraine vétuste datant de 1977 traversant le cimetière Saint-Etienne. Le dévoiement avait pour objet de faire passer la nouvelle canalisation sous la voirie de ce site sur une distance d'environ 441 mètres, afin d'éviter tous risques d'endommagement des concessions funéraires.

En vue du dévoiement, deux conventions ont été signées entre la Ville et BRL :

-une convention de servitude de passage du réseau d'eau sous les parcelles cadastrées RL 5 et RL 6 signée le 29 janvier 2015 par la Ville et le 30 avril 2015 par BRL,

-une convention de financement des travaux signée le 29 janvier 2015 par la Ville et BRL pour un montant prévisionnel des travaux à hauteur de 88 821 € HT, dont 50 % pris en charge par BRL et une indemnité prévisionnelle à payer par la Ville de 44 410 € HT.

Une première facture en date du 23 janvier 2015 d'un montant de 22 205 € a été payée le 17 mars 2015 par la Ville sur le fondement de cette seconde convention.

Les travaux de dévoiement de la canalisation ont été réalisés par BRL.

Les deux conventions ayant été passées hors les formes requises, les deux parties se sont rapprochées afin de convenir ensemble des modalités juridiques et financières d'une régularisation de ce dossier.

IL EST CONVENU CE QUI SUIT :

ARTICLE 1 – Objet du protocole

Le présent protocole a pour objet :

-de régulariser dans les formes voulues la convention de servitude de passage dont le projet et le plan sont annexés aux présentes et de permettre au notaire saisi par BRL, Maître Stéphane GARBUIO, notaire à BOUILLARGUES (30), de publier cette convention,

-de permettre à la Ville de payer la facture soldant le paiement des travaux de dévoiement d'ores et déjà réalisés.

Il est entendu par les deux parties que les conditions de fond, à savoir l'acceptation d'une convention de servitude de passage dont copie jointe et les conditions de cofinancement et de validation du programme des travaux, demeurent strictement inchangées.

ARTICLE 2 – Engagements

2.1 – Engagements de la Ville et de BRL

La VILLE DE MONTPELLIER et BRL s'engagent à :

► dire que les deux conventions suivantes sont nulles :

-la convention de servitude de passage du réseau d'eau sous les parcelles cadastrées RL 5 et RL 6 signée le 29 janvier 2015 par la Ville et le 30 avril 2015 par BRL,

-la convention de financement des travaux signée le 29 janvier 2015 par la Ville et par BRL

► signer une nouvelle convention de servitude de passage du réseau d'eau sous les parcelles cadastrées RL 5 et RL 6, selon projet annexé au présent protocole, après délibération du Conseil municipal.

► admettre que le présent protocole vaudra régularisation et règlement des sommes restant dues au titre de la convention de financement précitée du 29 janvier 2015 devenue caduque.

2.2 – Engagements de la Ville

Les modalités de la convention financière signée par la Ville et BRL le 29 janvier 2015 étaient antérieurement les suivantes : le montant prévisionnel des travaux de 88 821 € HT doit être financé à 50% par BRL et 50 % par la Ville. Le montant prévisionnel dû par la Ville s'élève donc à 44 410 € HT.

La participation de la Ville doit être recalculée au prorata du décompte général définitif à produire par BRL.

Ces conditions demeurent inchangées. Le présent protocole vaut règlement des conditions financières de l'opération.

La Ville a payé à BRL 22 205 € (facture du 23 janvier 2015) le 17 mars 2015. Elle s'engage par le présent protocole à payer, pour solde de tout compte, la somme de 19 724,71 € (dix neuf mille sept cent vingt quatre euros et soixante et onze centimes), correspondant au solde du

paiement des travaux et frais consécutifs de dévoiement de la canalisation intégralement réalisés à ce jour par BRL.

ARTICLE 3 – Modalités de paiement

Le paiement des travaux mentionnés à l'article 2.2 ci-avant sera opéré selon les règles de la comptabilité publique, par mandat administratif, sur la base des pièces justificatives suivantes :

- le présent protocole signé par les deux parties
 - la délibération du Conseil municipal approuvant ce protocole
 - le solde de l'affaire pour un montant de 19 724,71 € et correspondant aux factures :
 - du 24 août 2015 d'un montant de 13 323 €
 - du 7 décembre 2015 d'un montant de 6 401,71 €
- agréées par le service maître d'ouvrage de la Ville.

ARTICLE 4 – Engagement de non-recours

Il est convenu que le présent protocole est conclu d'un commun accord entre les parties, par référence aux articles 2044 et suivants du Code civil.

Dès lors, conformément à l'article 2052 du même code, le présent protocole a, entre les parties, autorité de la chose jugée en dernier ressort.

ARTICLE 5 – Entrée en vigueur

Le présent protocole prendra effet à compter de sa signature par la Ville.

ARTICLE 6 – Election de domicile – Compétence d'attribution

Les parties font élection de domicile en leur siège respectif tel que précisé en-tête des présentes pour toute correspondance relative à l'exécution de la présente convention.

Les litiges susceptibles de naître à l'occasion de présent protocole seront portés devant le tribunal compétent, siège de l'immeuble objet du présent protocole.

Fait à Montpellier en deux exemplaires, le

Pour la Ville de Montpellier

Pour le Maire et par délégation,
Madame l'Adjointe déléguée à l'Urbanisme
et à l'Aménagement durable,

Stéphanie JANNIN

Pour la société BRL

Le Directeur général,

Jean-François BLANCHET

Liste des annexes :

- convention de financement du 29 janvier 2015,
- convention de servitude du 30 avril 2015 et copie du projet de convention de servitude à signer et son plan
- facture réglée du 17 mars 2015 et factures soldantes des 24 août et 7 décembre 2015,
- délibération du Conseil municipal du 28 janvier 2016,
- pouvoirs de BRL.

Séance publique du jeudi 28 janvier 2016

Convoqué le jeudi 21 janvier 2016, le Conseil Municipal de la Ville de Montpellier s'est réuni en mairie, Salle du Conseil Municipal, le jeudi 28 janvier 2016 à 17H00, sous la présidence de Monsieur le Maire, Philippe Saurel

Présents :

Fabien ABERT, Lorraine ACQUIER, Luc ALBERNHE, Rémi ASSIE, Sophia AYACHE, Guy BARRAL, Valérie BARTHAS-ORSAL, Maud BODKIN, Françoise BONNET, Sabria BOUALLAGA, Djamel BOUMAAZ, Anne BRISSAUD, Nancy CANAUD, Mylène CHARDES, Robert COTTE, Christophe COUR, Jean-Luc COUSQUER, Titina DASYLVA, Michaël DELAFOSSE, Véronique DEMON, Cédric de SAINT-JOUAN, Jean-Marc DI RUGGIERO, Michèle DRAY-FITOUSSI, Christian DUMONT, Abdi EL KANDOUSSI, Julie FRECHE, Clare HART, France JAMET, Stéphanie JANNIN, Sonia KERANGUEVEN, Anne Louise KNAPNOUGEL, Pascal KRZYZANSKI, Alex LARUE, Max LEVITA, Chantal LEVY-RAMEAU, Nicole LIZA, Audrey LLEDO, Henri MAILLET, Jérémie MALEK, Chantal MARION, Isabelle MARSALA, Hervé MARTIN, Dominique MARTIN-PRIVAT, Patricia MIRALLES, Jean-Pierre MOURE, Caroline NAVARRE, Véronique PEREZ, Khanthaly PHOUTTHASANG, Patrick RIVAS, Brigitte ROUSSEL-GALIANA, Marie-Hélène SANTARELLI, Samira SALOMON, Philippe SAUREL, Sauveur TORTORICI, Henri de VERBIZIER, Patrick VIGNAL, Annie YAGUE, Rabii YOUSSEUS.

Absents ayant voté par procuration en application de l'article L 2121-20 du Code Général des Collectivités Territoriales :

Gérard CASTRE, Perla DANAN, Jacques DOMERGUE, Vincent HALUSKA, Gérard LANNELONGUE, Mustapha MAJDOUL, Bernard TRAVIER.

Absents :

MONTPELLIER GRAND COEUR Halles et Place A. Laissac

Transfert de la maîtrise d'ouvrage des travaux de requalification des espaces publics et du parking en sous sol de Montpellier Méditerranée Métropole à la Commune de Montpellier.

Monsieur le Maire, Philippe SAUREL, rapporte :

La commune de Montpellier a confié fin 2013, une concession d'aménagement à la Société d'aménagement de l'agglomération de Montpellier (SAAM), sur une période de 7 ans et sur un territoire de centre-ville redéfini et agrandi dont le programme prévoit notamment la démolition des halles Laissac et la relocalisation des commerçants les occupant.

Depuis, les projets d'aménagement de cet espace ont évolué.

La reconstruction d'une nouvelle halle est prévue, avec un parking en sous-sol, laquelle s'accompagnera de l'aménagement des espaces publics afférents.

Le programme de reconstruction des nouvelles halles prévoit de situer le bâtiment à l'emplacement des halles actuelles, avec environ 18 étals, certains ayant un accès depuis l'espace public environnant et un espace de convivialité au centre de la halle. D'autres fonctions nécessaires au bon fonctionnement des halles sont également prévues.

L'opération prévoit également la création d'un parking en sous-sol.

Le programme d'aménagement des espaces publics afférents comprend notamment le traitement du nivellement entre l'intérieur des halles et les bâtiments et commerces autour de la place, l'aménagement paysager de cet espace majeur de centre-ville aux abords de la tour de la Babotte, en lien avec la gare, le quartier du Nouveau Saint-Roch et la station Observatoire, dans l'axe de développement commercial du Boulevard du Jeu de Paume, ou encore la rue A. France réaménagée avec l'entrée de l'aire piétonne agrandie.

Cette programmation relève aujourd'hui de deux compétences distinctes.

En effet, si la reconstruction de nouvelles Halles est de pleine compétence communale, c'est aujourd'hui Montpellier Méditerranée Métropole qui est compétente en matière d'aménagement des espaces publics et pour le parking situé en sous-sol du bâtiment des halles.

La cohérence de l'opération impose cependant que ces éléments de programme soient traités de la manière la plus coordonnée possible.

En application de l'article 2 II de la loi n°85-704 du 12 juillet 1985 modifiée relative à la maîtrise d'ouvrage publique et à ses rapports avec la maîtrise d'œuvre privée. *« Lorsque la réalisation la réutilisation ou la réhabilitation d'un ouvrage ou d'un ensemble d'ouvrages relèvent simultanément de la compétence de plusieurs maitres d'ouvrages, ces derniers peuvent désigner par convention, celui d'entre eux qui assure la maitrise d'ouvrage de l'opération ».*

Sur cette base, il est proposé en annexe à la présente une convention de co-maitrise d'ouvrage entre la Métropole et la Ville pour la construction des nouvelles halles avec un parking en sous sol et l'aménagement des espaces publics. A ce titre, la Ville de Montpellier assurera la maîtrise d'ouvrage de la totalité de l'opération.

Cette convention permettra une conduite d'opération plus cohérente et la prise en compte des éléments d'espace publics en même temps que ceux relatifs à la conception des nouvelles halles avec leur parking.

Dans le même esprit, il est envisagé que la Ville puisse se faire assister dans son rôle de maître d'ouvrage par la Société d'aménagement de l'agglomération de Montpellier (SAAM), dans le cadre d'un mandat au titre de l'article 3 de la loi du 12 juillet 1985.

En outre, il est précisé que la maitrise d'œuvre des halles et de la place sera assurée en régie par les services municipaux.

Le projet de convention joint en annexe identifie notamment les travaux à réaliser et précise le contenu de la mission de la maitrise d'ouvrage assurée par la Ville de Montpellier, le contrôle financier, administratif et technique des travaux sur les espaces publics et le parking en sous-sol, et les conditions de remise d'ouvrage à la Métropole après travaux.

Le montant prévisionnel global de l'opération est de 9 898 000 € TTC, y compris la démolition de l'ouvrage existant et toutes les dépenses associées à la relocalisation provisoire des commerçants pendant le chantier.. Considérant que les travaux d'aménagement de l'espace public et du parking prennent leur cause dans le projet de reconstruction des Halles porté par la Commune, c'est cette dernière qui assumera la totalité du coût de l'opération.

La convention prendra effet à la date de sa signature, et prendra fin après la réception des ouvrages et la levée des réserves sur la partie espace public et parking en sous-sol du bâtiment.

En conséquence il est proposé au Conseil municipal :

- d'approuver le projet de convention de co maitrise d'ouvrage joint en annexe pour la réalisation de l'opération des halles et de la place Laissac ;
- d'autoriser Monsieur le Maire, son représentant ou toute personne ayant délégation à signer ladite convention ainsi que tout document relatif à cette affaire ;

- d'autoriser Monsieur le Président de Montpellier Méditerranée Métropole, son représentant, ou toute personne ayant délégation à signer ladite convention ainsi que tout document relatif à cette affaire.

Le Conseil adopte.

Pour extrait conforme, Monsieur le Maire,



Philippe SAUREL

Publiée le : 29/01/2016

MONTPELLIER GRAND CŒUR

Halles et Place A. Laissac

Convention de co maitrise d'ouvrage entre Montpellier Méditerranée Métropole à la Commune de Montpellier pour la réalisation de l'opération des halles Laissac

Entre les soussignés :

La commune de Montpellier, en application d'une délibération du Conseil Municipal en date du XXXXX

Ci-après désignée « la Commune »

d'une part

Et

Montpellier Méditerranée Métropole, en application d'une délibération du Conseil Municipal en date du XXXXX

Ci-après désignée « la Métropole »

d'autre part

Il a été exposé ce qui suit :

La commune de Montpellier a confiée fin 2013, une concession d'aménagement à la Société d'aménagement de l'agglomération de Montpellier (SAAM), sur une période de 7 ans et sur un territoire de centre-ville redéfini et agrandi dont le programme prévoit notamment la démolition des halles Laissac et la relocalisation des commerçants les occupant.

Depuis, les projets d'aménagement de cet espace ont évolué.

La reconstruction d'une nouvelle halle est prévue, avec un parking en sous-sol, laquelle s'accompagnera de l'aménagement des espaces publics afférents.

Cette programmation, qui ne s'inscrit pas dans la mission dévolue à la SAAM dans le cadre de la concession conclue en 2013, relève aujourd'hui de deux compétences distinctes :

En effet, si la reconstruction de nouvelles Halles est de pleine compétence communale, c'est aujourd'hui Montpellier Méditerranée Métropole qui est compétente pour le parking situé au sous-sol du bâtiment et en matière d'aménagement des espaces publics. La

cohérence de l'opération impose cependant que ces éléments de programme soient traités de la manière la plus coordonnée possible.

En application de l'article 2 II de la loi n°85-704 du 12 juillet 1985 modifiée relative à la maîtrise d'ouvrage publique et à ses rapports avec la maîtrise d'œuvre privée. « *Lorsque la réalisation la réutilisation ou la réhabilitation d'un ouvrage ou d'un ensemble d'ouvrages relèvent simultanément de la compétence de plusieurs maitres d'ouvrages, ces derniers peuvent désigner par convention, celui d'entre eux qui assure la maitrise d'ouvrage de l'opération* ».

En conséquence, les deux parties ont convenu de la désignation de la commune comme maitre d'ouvrage unique de l'opération des halles et de la place Laissac.

Ceci exposé, il a été convenu ce qui suit :

ARTICLE 1 : Objet de la convention

La présente convention a pour objet, conformément aux dispositions de l'article 2 II de la loi n° 85-704 du 12 juillet 1985 modifiée, de réaliser l'opération des halles et de la place Laissac en co maîtrise d'ouvrage entre la Ville et Montpellier Méditerranée Métropole.

Les parties conviennent que la maitrise d'ouvrage de cette opération puisse faire l'objet d'un mandat à la Société d'Aménagement de l'Agglomération de Montpellier, au titre de l'article 3 de la loi du 12 juillet 1985, afin de permettre à cette dernière d'assurer une coordination entre le programme dont elle répond au titre de la concession d'aménagement conclue fin 2013 et l'opération d'aménagement objet de la présente.

La Commune précise en outre qu'elle assumera la maitrise d'œuvre de l'opération en régie.

ARTICLE 2 : Programme

L'opération, objet de la présente, concerne :

- La reconstruction de nouvelles halles avec un programme qui prévoit de situer le bâtiment à l'emplacement des halles actuelles, avec environ 18 étals, certain ayant un accès depuis l'espace public environnant et un espace de convivialité au centre de la halle. D'autres fonctions sont également prévues.
- La construction d'un parking dans le sous-sol existant des halles.
- La requalification de l'espace public entourant les halles avec notamment le traitement du nivellement entre l'intérieur des halles et les bâtiments et commerces autour de la place, l'aménagement paysager de cet espace majeur de centre-ville aux abords de la tour de la Babotte, en lien avec la gare, le quartier du Nouveau Saint-Roch et la station Observatoire, dans l'axe de développement commercial du Boulevard du Jeu de Paume, ou encore la rue A. France réaménagée avec l'entrée de l'aire piétonne agrandie.

ARTICLE 3 : Mode de financement

Le programme global de l'opération (y compris la démolition de l'ouvrage existant et l'ensembles des dépenses liées à la relocalisation provisoire des commerçants pendant le chantier) prévoit un montant estimatif de travaux 9 898 000 € TTC.

Considérant que les travaux d'aménagement de l'espace public et du parking prennent leur cause dans le projet de reconstruction des Halles porté par la Commune, c'est cette dernière qui assumera la totalité du coût de l'opération.

ARTICLE 4 : Contrôle technique

La Métropole se réserve le droit d'effectuer à tout moment les contrôles techniques qu'elle estime nécessaires sur les travaux relevant de ses compétences.

Elle pourra notamment se faire représenter aux réunions de chantier. Tout au long de l'opération, elle pourra présenter ses observations éventuelles à la commune ainsi qu'au mandataire de cette dernière.

La Métropole sera invitée à participer aux opérations préalables à la réception des travaux. La décision de réception prononcée par la Commune sera notifiée à la Métropole.

ARTICLE 5 : Remise de l'ouvrage

La remise à la Métropole des ouvrages relevant de ses compétences fera l'objet d'un procès-verbal auquel sera annexé de DOE complet. La remise d'ouvrage vaudra intégration dans le domaine public métropolitain.

ARTICLE 6 : Durée de la convention

La présente convention est conclue à compter de la date de signature par les deux parties. La mission de la commune prend fin par l'attestation de remise d'ouvrages délivrée par la Métropole ou par la résiliation de la convention dans les conditions fixées à l'article 7.

L'attestation de remise d'ouvrage est délivrée à la demande de la Commune après exécution complète de sa mission et notamment :

- Réception des ouvrages et levée des réserves de réception
- Mise à disposition des ouvrages
- Remise des dossiers complets comportant tous documents contractuels, techniques, administratifs nécessaires.

ARTICLE 7 : Résiliation

Si la Commune est défaillante, et après mise en demeure infructueuse, la Métropole peut résilier la présente convention.

La résiliation ne peut prendre effet qu'un mois après la notification de la décision de résiliation.

Il est alors procédé à un constat contradictoire des prestations et travaux effectués.

Les effets financiers et techniques de la résiliation sont fixés de manière concertée par les parties.

ARTICLE 8 : Litiges

Les litiges susceptibles de naître à l'occasion de la présente convention seront portés devant le tribunal administratif du lieu d'exécution de l'opération.

Fait à Montpellier en 2 exemplaires, le

Pour la Commune de Montpellier,

Monsieur Le Maire

Philippe SAUREL

**Pour Montpellier Méditerranée
Métropole,
Monsieur le Président**

Philippe SAUREL

Séance publique du jeudi 28 janvier 2016

Convoqué le jeudi 21 janvier 2016, le Conseil Municipal de la Ville de Montpellier s'est réuni en mairie, Salle du Conseil Municipal, le jeudi 28 janvier 2016 à 17H00, sous la présidence de Monsieur le Maire, Philippe Saurel

Présents :

Fabien ABERT, Lorraine ACQUIER, Luc ALBERNHE, Rémi ASSIE, Sophia AYACHE, Guy BARRAL, Valérie BARTHAS-ORSAL, Maud BODKIN, Françoise BONNET, Sabria BOUALLAGA, Djamel BOUMAAZ, Anne BRISSAUD, Nancy CANAUD, Mylène CHARDES, Robert COTTE, Christophe COUR, Jean-Luc COUSQUER, Titina DASYLVA, Michaël DELAFOSSE, Véronique DEMON, Cédric de SAINT-JOUAN, Jean-Marc DI RUGGIERO, Michèle DRAY-FITOUSSI, Christian DUMONT, Abdi EL KANDOUSSI, Julie FRECHE, Clare HART, France JAMET, Stéphanie JANNIN, Sonia KERANGUEVEN, Anne Louise KNAPNOUGEL, Pascal KRZYZANSKI, Alex LARUE, Max LEVITA, Chantal LEVY-RAMEAU, Nicole LIZA, Audrey LLEDO, Henri MAILLET, Jérémie MALEK, Chantal MARION, Isabelle MARSALA, Hervé MARTIN, Dominique MARTIN-PRIVAT, Patricia MIRALLES, Jean-Pierre MOURE, Caroline NAVARRE, Véronique PEREZ, Khanthaly PHOUTTHASANG, Patrick RIVAS, Brigitte ROUSSEL-GALIANA, Marie-Hélène SANTARELLI, Samira SALOMON, Philippe SAUREL, Sauveur TORTORICI, Henri de VERBIZIER, Patrick VIGNAL, Annie YAGUE, Rabii YOUSSEUS.

Absents ayant voté par procuration en application de l'article L 2121-20 du Code Général des Collectivités Territoriales :

Gérard CASTRE, Perla DANAN, Jacques DOMERGUE, Vincent HALUSKA, Gérard LANNELONGUE, Mustapha MAJDOUL, Bernard TRAVIER.

Absents :

MONTPELLIER GRAND COEUR

Demande de subvention au Fonds d'interventions pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC) dans le cadre d'un appel à projets de la DIRECCTE

Monsieur le Maire, Philippe SAUREL, rapporte :

Montpellier a bénéficié de l'aide du Fonds d'interventions pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC) de 2012 à 2015 pour mettre en œuvre un programme en faveur du développement du cœur marchand (lancement de la tranche 1 par DCM du 29 mars 2010, notification d'attribution de subvention par le FISAC le 26 octobre 2011, avenant de prolongation par DCM du 22 janvier 2015 reportant la date d'échéance au mois d'octobre 2015).

Pour poursuivre cette action, la Ville de Montpellier sollicite à nouveau l'aide du FISAC, dans le cadre d'un appel à projets lancé par la DIRECCTE (Directions régionales des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi).

Le programme d'actions élaboré en partenariat par la Ville et la CCI se décline selon plusieurs thématiques du cahier des charges de l'appel à projets :

➤ Moderniser des entreprises de proximité

- Action 1 : Mise en accessibilité des commerces pour les personnes à mobilité réduite (PMR), en complément de l'action d'aide de la Ville à la requalification des devantures commerciales- Ville.
NB : l'accessibilité PMR est une des priorités du FISAC.

➤ Amélioration du cadre dans lequel s'exercent les activités de proximité

- Action 2 : Reconstruction des halles Laissac,
 - 2.1- Gros œuvre (clos couvert)- Ville/SAAM,
 - 2.2- Aménagement intérieur (étals)- Ville/SAAM,
 - 2.3- Equipement des étals- Commerçants.

➤ Améliorer l'offre commerciale

- Action 3.1 : Visio-commerce,

- Action 3.2 : Cœur de ville en lumière,
- Action 3.3 : Promotion des halles et marchés.

Ce programme sera mis en œuvre dans le cadre d'une convention d'objectifs qui engagera tous les maîtres d'ouvrage d'actions subventionnées par le FISAC, à savoir : la Ville de Montpellier et la Société d'aménagement de l'agglomération de Montpellier (son mandataire pour les halles Laissac), la CCI de Montpellier, les éταliers des futures halles Laissac.

La Ville a en charge de percevoir les subventions du FISAC et de les redistribuer aux acteurs pilotes des actions subventionnées.

Le montant total de ce programme en faveur du développement commercial s'élève à 4 592 750 € HT, soit 5 511 300 € TTC pour lequel il est demandé une participation de 496 825 € au FISAC.

En conséquence il est demandé au Conseil municipal :

- de valider le programme d'actions de l'appel à projet, son plan de financement et son calendrier,
- d'autoriser le dépôt du dossier à la DIRECCTE, en charge de la gestion de l'appel à projet pour le compte du FISAC,
- d'autoriser Monsieur le Maire, son représentant ou l'Adjointe déléguée, à signer tout document relatif à cette affaire.

Le Conseil adopte.

Pour extrait conforme, Monsieur le Maire,



Philippe SAUREL

Publiée le : 29/01/2016

APPEL A PROJETS FISAC

STRATEGIE COMMERCIALE DU CŒUR MARCHAND

DE L'ATTRACTIVITE METROPOLITAINE AU COMMERCE DE QUARTIER :

DEVELOPPER, ACCOMPAGNER ET DYNAMISER

INTRODUCTION

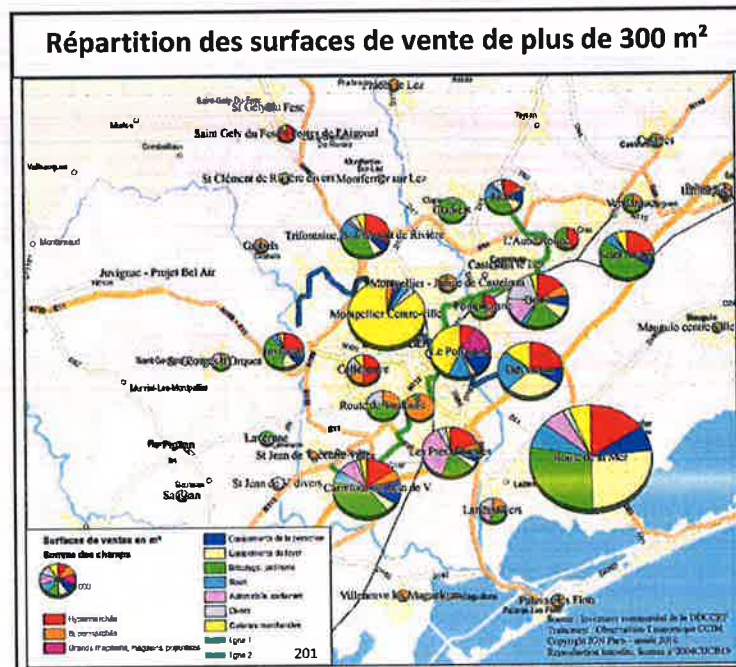
Montpellier, territoire en mutation

Bénéficiant d'une croissance urbaine parmi les plus dynamiques de France, Montpellier est la ville centre d'une métropole de plus de 400 000 habitants et atteindra 470 000 habitants d'ici 2030, selon le scénario médian INSEE. Elle rayonne sur une aire urbaine de 600 000 habitants environ. La croissance exceptionnelle de Montpellier depuis le début des années 1960 a propulsé la Ville de l'état de « Ville de province » à celui de métropole très rapidement, rythme tendant aujourd'hui à s'apaiser. Montpellier possède une zone de chalandise vaste de près de 800 000 habitants.

En réponse à cette croissance, comme dans la plupart des villes, l'offre en centres commerciaux s'est développée et ce, préférentiellement en périphérie du fait d'une grande disponibilité foncière mais également en lien avec les modes de consommation du tout automobile de ces dernières décennies. A Montpellier, cette nouvelle concurrence a été contre balancée par l'implantation d'un centre commercial de centre-ville, le Polygone, à deux pas de la place de la Comédie et de la Gare St Roch. Si cette arrivée n'a pas été sans perturber le cœur marchand traditionnel dans un premier temps, le Polygone a rapidement joué au contraire, un rôle de "locomotive" en matière d'attractivité commerciale et de fréquentation du centre-ville.

D'une manière globale, le cœur marchand de Montpellier se caractérise par :

- une puissance commerciale concentrée autour du Polygone qui réalise à lui seul le 3/5^{ème} du chiffre d'affaires du cœur marchand, mais qui est néanmoins un facteur d'attractivité en centre-ville. Il s'agit tout de même d'un pôle d'emploi et d'activité important, 1200 commerçants dont 800 dans l'Ecusson et 400 dans les faubourgs (530 M€ de CA en centre-ville dont 300 pour le Polygone)
- un manque de moyennes surfaces (hors Polygone qui concentre 5 fois plus de moyennes surfaces que dans le reste du centre-ville),
- un linéaire commercial très réduit en comparaison de villes similaires (3 fois moins qu'à Bordeaux ou Strasbourg, 2 fois moins qu'à Nantes, Toulouse et Rennes),
- une tendance à un remplacement progressif des commerces anomaux en bars et restaurants, au détriment dans certains cas de la vie résidentielle.



L'offre commerciale du centre-ville doit donc trouver sa place et s'articuler au sein de l'échiquier commercial de la métropole afin de permettre à Montpellier de disposer d'une armature commerciale de centre-ville à l'échelle de sa métropole régionale, à travers :

- **le rééquilibrage du territoire marchand** de la ville en offrant une centralité métropolitaine élargie ; à ce jour **75 % de la clientèle** du cœur de ville provient de la commune de Montpellier,
- **l'extension de son aire et des linéaires commerciaux**, à l'ouest jusqu'au cours Gambetta, au Sud, au-delà de gare et de la voie ferrée,
- **la spécificité de la typologie commerciale**, commerces indépendants, enseignes de marque qui ne peuvent et surtout ne veulent trouver leur place en galerie de centre commercial,
- **la réponse aux nouveaux modes de consommation** (commerce de proximité et commerce en ligne),
- **l'accueil d'enseignes de marque** faisant du centre-ville une véritable destination shopping,
- **le maintien de la diversité commerciale**,
- **la mise en valeur et la préservation de son cadre bâti**, qui constitue un atout différenciant.

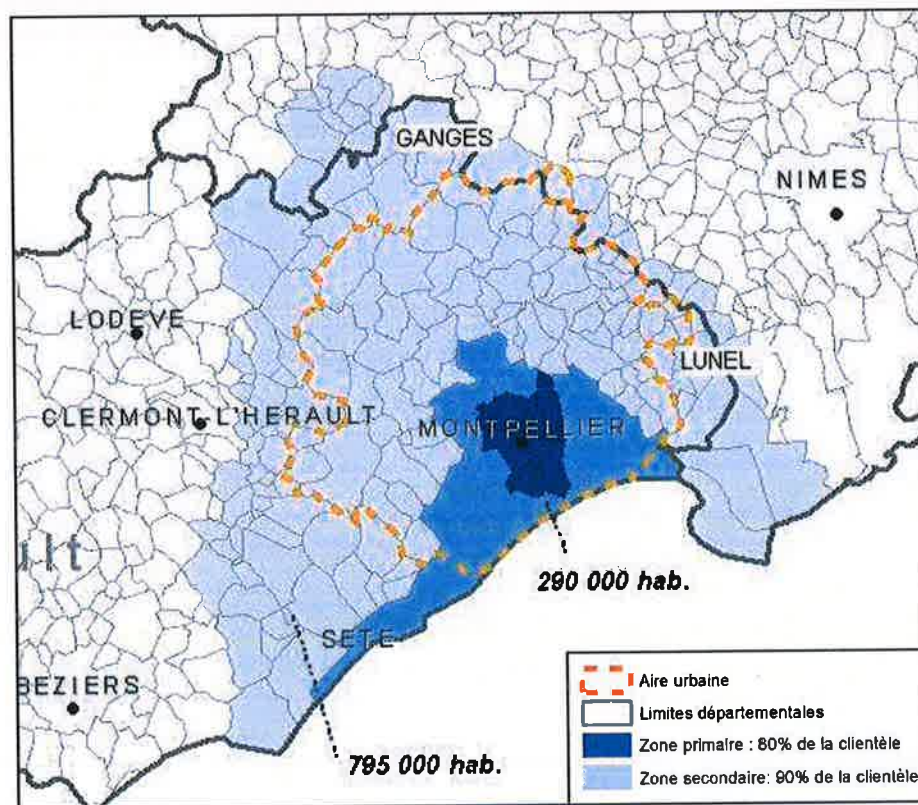
Aujourd'hui, le centre-ville propose une offre commerciale originale, atypique. Ses atouts et ses spécificités se fondent sur son animation incessante, sa grande qualité architecturale, son accessibilité par un réseau de tramways renforcé récemment avec le prolongement de la ligne 4, venant finaliser une boucle entourant le centre-ville.

Le cœur marchand joue un rôle central dans la structure commerciale de la Métropole. La composante équipement de la personne est également particulièrement présente et confirme le caractère de destination shopping du centre-ville. Maintenant, celui-ci doit savoir s'adapter à la mutation des comportements et des attentes des consommateurs. Le défi qui doit être relevé aujourd'hui est d'accompagner au mieux cette adaptation en réactivant le potentiel de son tissu de commerces afin de proposer une offre commerciale diversifiée et de qualité, générateur d'attractivité à l'échelle métropolitaine.

Cependant, les rues marchandes sont étroites, les circuits marchands ne sont pas bouclés et manquent parfois de lisibilité dans l'environnement urbain.

Mais un meilleur partage de la voirie pour toutes les mobilités (aire piétonne étendue, bouclage du réseau de tramways) et la création d'une offre de stationnements aux points stratégiques du centre, ont permis une amélioration de l'accessibilité et de favoriser la déambulation et flânerie en centre-ville. Le coût de ces parkings, quoique comparable au coût de stationnement en centre-ville constaté dans des villes de dimension métropolitaine équivalente, est parfois présenté comme dissuasif pour un certain nombre de chaland.

Au travers d'un benchmarking réalisé sur les centres-villes de 4 autres métropoles de taille comparable (Nantes, Rennes, Strasbourg et Grenoble), plusieurs éléments caractéristiques du centre de Montpellier ont pu être mis en avant. Si les centres commerciaux de périphérie ont un poids important, le centre-ville résiste bien, fort notamment d'une vaste politique de mise en valeur de son patrimoine historique. Il réalise un chiffre d'affaire total ramené au nombre d'habitants de 1550€ se situant dans la moyenne des agglomérations étudiées. Cependant, ce chiffre cache une réalité double : la part importante de l'ensemble Polygone/galerie du Triangle qui représente la moitié du CA du centre-ville et la faible part relative des rues marchandes de par le peu d'enseignes nationales présentes. En revanche, sur ces mêmes rues, le nombre élevé de cellules commerciales et le taux de vacance faible, ayant d'ailleurs chuté de 7% en 2000 à 5,3% en 2012, témoignent de sa vitalité. Mais celle-ci reste cependant précaire et nécessite de nombreux efforts pour la pérenniser.



La dynamisation et l'extension de ce secteur doivent être mises en œuvre en coordination et en cohérence avec les autres opérations de développement commercial de la métropole telles que :

- le centre commercial Odysseum (qui jusqu'alors n'a pas eu l'impact négatif craint sur le centre-ville),
- la restructuration du Polygone (ZAC Pagezy),
- l'avenue Raymond Dugrand,

- les futurs quartiers Ode et Mogère, site de la future gare TGV.

Compte tenu de la structure commerciale du commerce de centre-ville, structure fonctionnelle (commerces indépendants difficiles à fédérer) et structures physiques (foncier, taille des parcelles...), **il est important que l'action publique nécessaire intervienne à court terme, avant le développement de ces opérations majeures, pour aider le cœur marchand à trouver sa place en lui donnant l'impulsion que le marché ne peut trouver tout seul.**

Le centre-ville et cœur marchand : un contexte particulier et une stratégie politique affirmée

Parallèlement à sa maîtrise de son expansion, Montpellier s'est lancée depuis 2003 dans le réinvestissement de son centre afin de l'aménager à l'échelle de la Métropole. Un projet ambitieux naît alors, l'opération Grand Cœur.

La Ville médiévale appelée « Ecusson » remplissait son rôle de centre urbain jusque dans les années 60. Depuis les fonctions de centralité se sont logiquement diffusées. Appuyé par l'action phare de piétonisation étendue sur près de 80 hectares, cet élargissement du centre ancien a permis de créer un vaste espace central élargi, apte à recevoir une population toujours plus nombreuse. Le quartier Centre compte aujourd'hui 71 000 habitants (1/3 de la population de la commune sur 1/7 de son territoire) et regroupe, autour de l'Ecusson (12 000 habitants), les faubourgs du XIXème et l'opération d'Antigone. Ce centre élargi poursuit aujourd'hui son ancrage, accompagné par l'action municipale.

Pour ce faire, l'opération Grand Cœur s'attache à atteindre deux objectifs principaux :

- Rendre le centre-ville fonctionnel, confortable et agréable pour ceux qui y résident tout en permettant l'accueil de nouveaux résidents,
- Rendre le centre-ville disponible et accessible à l'ensemble des habitants de l'aire urbaine dont il constitue l'espace majeur de vie urbaine.

Pour réaliser ces objectifs, l'action publique porte sur 3 volets :

Le cadre de vie : la gestion urbaine de proximité, pour que la ville ancienne puisse répondre aux attentes et besoins des urbains d'aujourd'hui ; tout en préservant et en mettant en valeur le patrimoine historique qui donnent « l'âme », tant recherchée de ces quartiers. La requalification du paysage urbain au travers de l'espace public mais aussi des ravalements de façades et de la préservation de la végétation, tant publique que privée.

Le logement : réactiver et diversifier le marché du logement par la réhabilitation du parc de logements inconfortables ou insalubres, par des constructions neuves et par la remise sur le marché de locaux vacants ;

Le commerce : vitaliser le commerce et l'artisanat, avec notamment le renforcement et l'adaptation de l'offre immobilière dans ce domaine ;

Pour intervenir opérationnellement sur les volets « logement » et « commerce », la Ville de Montpellier a confié à la SERM (Société d'équipement de la région montpelliéraine) et à la SAAM (Société d'aménagement de l'agglomération de Montpellier), deux concessions d'aménagement.

Cette intervention conjointe au travers d'actions phares a permis le développement d'une véritable stratégie commerciale structurée.

Les acquisitions foncières ciblées de la SERM et la SAAM

- Concession SERM : près de 12000m² de surface commerciale ou artisanale ont été acquis, représentant une centaine de locaux dont la moitié ont déjà été revendus. A cela s'ajoute 6000m² de bureaux.
- Concession SAAM : le prévisionnel est de 35 à 50 locaux pour une surface de 4600 m² (et 5000 m² de bureaux).

Les secteurs « cibles » sont Courreau/Figuerolles et Sud Comédie, Clemenceau/Rondelet et Laissac.

Des outils d'intervention

Le droit de préemption sur les baux et fonds de commerce

Un tel périmètre a été mis en place en 2010 et complété en 2015. Il concerne les axes commerçants principaux du centre historique et des faubourgs où l'évolution commerciale compromet la diversité, les besoins de proximité et de ce fait la qualité de l'offre.

Utilisé dans un premier temps essentiellement comme un observatoire utile, voire indispensable, cet outil prend maintenant une dimension opérationnelle en raison d'un crédit spécifique accordé à la SAAM dans le cadre de la concession d'aménagement Nouveau Grand Cœur.

A noter qu'en règle générale, l'acquisition des murs commerciaux est préférable. Pour cela l'utilisation du droit de préemption urbain renforcé permet d'agir efficacement (la SERM/SAAM, analysent toutes les déclarations d'intention d'aliéner (DIA) du quartier Centre).

L'application du règlement spécial de publicité (RSP) et son renforcement

Ce dernier doit être remplacé par un règlement local de publicité (RLP), mieux adapté, notamment dans le cœur historique. Un travail a été engagé dans le cadre du secteur sauvegardé, qui sera étendu à l'ensemble du centre-ville.

La mise en place de ce règlement modifié est l'occasion d'organiser sa mise en application, avec une information préalable auprès des commerçants.

Puis viendront les mesures coercitives énoncées récemment par la loi Pinel qui prévoit la délimitation par DCM de « zones où tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue, ou tout propriétaire, doit veiller à ce que l'aspect extérieur de son local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants, sous peine se voir appliquer comme sanctions celles qui s'appliquent déjà à toute infraction à ce règlement ».

Compléter le règlement des terrasses commerciales

Le principal enjeu pour les implantations des terrasses commerciales est de trouver le bon équilibre entre l'utilisation commerciale du domaine public et la qualité de vie urbaine que la ville souhaite offrir à ses habitants (nuisances nocturnes, perception de l'espace public, ...).

Afin de trouver ce bon équilibre et de pouvoir agir sur les mutations commerciales, il est proposé de compléter le règlement actuel par des mesures de restriction ciblées (rue par rue) où les terrasses seront limitées où interdites pour maîtriser l'encombrement et la fonctionnalité de l'espace public et/ou protéger des secteurs à vocation résidentielles, ainsi que par la mise en place d'une charte de qualité afin d'éviter un développement trop disparate des terrasses.

Label « Préférence commerce » (CCI)

La démarche « Préférence Commerce » s'adresse aux commerçants qui s'engagent en termes de qualité d'accueil et de service sur l'environnement et l'aspect extérieur/intérieur du point de vente, le contact et la relation client, les services proposés, la communication.

Les commerçants, souhaitant faire évoluer et dynamiser leurs commerces, valorisent leur professionnalisme auprès de leur clientèle, fidélisent leurs clients actuels et gagnent de nouveaux clients, en se différenciant de la concurrence.

L'obtention du label permet de bénéficier d'une communication nationale

Le protocole Ville/SAAM/SERM/CCI

Ce protocole, en cours d'élaboration, dont la signature est prévue début 2016, permettra de mettre en commun les ressources et informations propres à chacun (locaux disponibles, prospects) et de bâtir une prospective commune, pour anticiper les évolutions à venir. (voir en annexe)

Une programmation commerciale diversifiée

Boulevard du Jeu de Paume

En matière de circuit marchand, les études ont mis en évidence la nécessité de réaliser un bouclage par la piétonisation du boulevard du Jeu de Paume et son « raccordement » aux rues Saint Guilhem et Grand-rue Jean Moulin. Cette opération permet aussi l'agrandissement du cœur marchand jusqu'au cours Gambetta et jusqu'à la Gare et la Zac du Nouveau St Roch, via les halles Laissac et la rue d'Alger. Le « plan merchandising » a été conçu pour satisfaire des besoins potentiels dans un positionnement de magasins « haut de gamme », de magasins d'un niveau de gamme « plus accessible » et surtout « différenciant » qui assurera la jonction avec l'offre existante, sans oublier une part de restaurants et bars qui assureront l'animation et la convivialité du boulevard au quotidien. Un projet d'une telle envergure nécessite plusieurs « temps » d'intervention, les grandes marques préférant d'une manière générale attendre la requalification complète du secteur (espace public, transports, etc.) avant de venir s'installer, ce qui se traduit, durant les phases de travaux, par l'installation d'enseignes de moyenne gamme. Néanmoins, déjà l'arrivée de Nespresso ou encore Banana Moon préfigure d'un futur engouement une fois les travaux achevés.

Autre maillon de ce circuit marchand, la Grand'rue Jean Moulin va être réaménagée (travaux en 2017), au bénéfice de l'ensemble de sa structure commerciale et notamment dans sa partie basse où l'analyse des mutations récentes montrent une dégradation qualitative.

La rue du Faubourg du Courreau

La rue relie le secteur Figuerolles à l'Ecusson. C'est un axe majeur de centre-ville élargi, entre le Plan Cabanes, station de tramway (depuis 2012) et place de marché (début 2016).

L'action engage les outils habituels de l'aménageur sur le logement et le commerce (fonciers, droits au bail, programmation...) mais aussi la requalification de l'espace public, élément primordial pour un renouveau commercial.

L'opération Du Guesclin (en cours de définition)

1 000 m² de surface de vente, associé à du logement, une résidence étudiante, une résidence d'affaires et du stationnement. (ipromoteur : Pragma). L'opération permet d'agir sur un autre circuit marchand entre le centre commercial du Polygone, la place de la Comédie et la gare, en créant des liaisons verticales efficaces entre le viaduc Fresnay et le quartier Sud Comédie, via les rues Verdun, A Ollivier et Boussairolles.

Le Nouveau St Roch

Le projet Nouveau Saint-Roch prévoit environ 6.500 m² de commerces sur la ZAC, entre les rues Leenhardt, du grand Saint-Jean, et les lignes 2 et 4 du tramway, ainsi qu'au rez-de-chaussée du parking. La livraison est prévue en 2019.

Les surfaces commerciales de la gare passent de 1.200 à 2.000 m² et ont été livrées en décembre 2014.

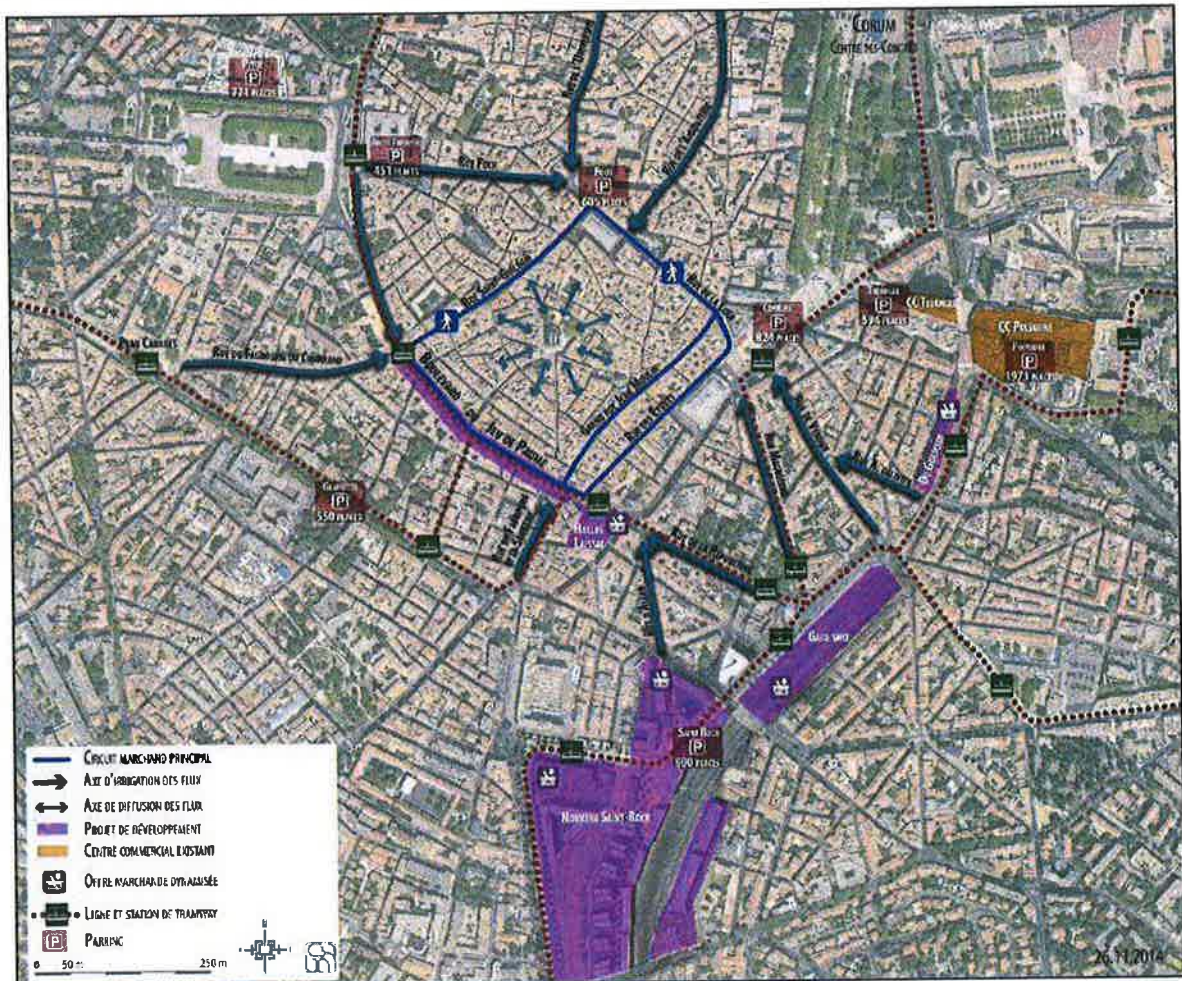
Cette opération va agir sur une partie du centre –ville commerçant, autrefois complètement intégrée et aujourd'hui un peu marginalisée, vers la gare à partir des halles Laissac, en recréant un circuit marchand dans ce secteur (rue d'Alger, rue Durand).

L'artisanat d'art

Dans une autre thématique, la production de locaux pour des métiers d'art permet de redonner de l'attractivité commerciale à des secteurs où celle-ci s'est délitée au fil des temps.

L'opération, subventionnée par l'Agence nationale de rénovation urbaine, (actuellement 7 locaux sur Nord Ecusson + 7 locaux également rue du Général Vincent, pour un total de 740 m² environ) permet à des artisans d'accéder à la propriété en démontrant la pérennité de leur activité : dans un premier temps locataires sans paiement d'un droit d'entrée ou d'un droit au bail, ils peuvent ensuite, pour un montant équivalent au loyer payé, devenir propriétaires de leur atelier. Ces locaux sont livrés « prêts à l'emploi » par l'aménageur. Les ateliers des métiers d'art (boulevard de Bonnes Nouvelles) représentent 5 à 8 locaux (selon les configurations) et accueillent de façon temporaire des artisans des métiers d'art dans un cadre « pépinière d'entreprise » (accueil de 2 ans avec conditions locatives attractives pour faciliter le démarrage de l'activité).

La promotion d'un circuit dans lequel ces ateliers de métiers d'art s'inscrirait pour structurer, l'offre déjà présente et permettre in fine la survie de ce savoir-faire trop peu connu ou vu actuellement, fait l'objet de l'action 3.2 de ce dossier d'appel à projet..



Une meilleure accessibilité des commerces, améliorer le fonctionnement urbain, créer du flux piéton

La définition d'un réseau de tramway maillé permet d'offrir aux chalandes une alternative à la voiture, mais il convient néanmoins de résoudre la problématique de l'accessibilité entre les parkings du cœur de ville (et ceux situés en périphérie) et les commerces du centre. Les pistes d'actions envisageables sont :

Les livraisons

Depuis 2004, la Ville de Montpellier met en place un dispositif visant à favoriser la livraison au centre-ville en s'appuyant sur les véhicules propres de petit gabarit.

En 2015, la Métropole Montpellier Méditerranée a été retenue suite à sa candidature au projet « Ville respirable ». L'objectif est de « **Favoriser les mobilités durables en optimisant le transport de marchandises et la logistique urbaine** », conformément aux réflexions menées depuis plusieurs années par la Ville de Montpellier.

Le projet vise à mettre en place une logistique urbaine privilégiant les **modes doux**, les **véhicules électriques, hybrides** et au **GNV** ainsi que la **mutualisation des flux logistiques** depuis des Espaces logistiques urbains et un Centre de distribution urbain situé au Marché d'intérêt national (MIN) de Montpellier. Il s'agira notamment de restreindre l'accès du cœur de la Métropole aux véhicules les plus polluants, notamment les véhicules utilitaires légers et les camions en y créant une zone à circulation restreinte.

Ce dispositif comprend le développement du MIN dans le domaine de la logistique urbaine, mais également la création d'Espaces logistiques de proximité en bordure de l'aire piétonne, des consignes, à partir desquels se diffuseraient les marchandises à destination du centre-ville par des petits véhicules utilitaires propres.

L'accès et le fonctionnement de l'aire piétonne

L'objectif final est de réaffirmer la vocation piétonne de l'aire en proposant une mobilité apaisée au sein de celle-ci et un meilleur service rendu aux usagers.

Pour cela, il est envisagé d'innover en proposant un dispositif plus performant de lecture de plaques d'immatriculation couplé à un e-service, permettant plus de souplesse dans la gestion des besoins des résidents et usagers de l'aire.

Cette action est subventionnée par l'Etat dans le cadre du dossier « Ville respirable »

L'accès attractif aux parkings

La circulation automobile fait l'objet d'une attention particulière dans le centre-ville élargi. La surface viaire dans ce secteur étant très réduite (de l'ordre de 7% alors qu'elle est du double en moyenne pour d'autres villes de même importance), les rues du centre ne peuvent supporter un trafic important et tout est fait pour supprimer le transit et ne permettre que la desserte, riverains et usagers.

En 2010, la Ville de Montpellier a mis en place son Plan local de déplacements (PLD), dont les principes sont conformes avec le Plan de déplacements urbains (PDU). Le nouveau plan de circulation émanant de ce PLD va dans le sens d'une meilleure attractivité du centre-ville :

- il rend les itinéraires vers le centre-ville et autour de celui-ci plus lisible, par un meilleur jalonnement (mis en œuvre du Schéma directeur de jalonnement) et par la mise à double sens de plusieurs voies : les boulevards Renouvier, Berthelot, Vieussens, quais du Verdanson,...
- il limite fortement les flux de transit des circulations à travers le centre-ville, en privilégiant les contournements. Ainsi, les voies pénétrantes, libérées de ces flux dont la destination n'est pas le centre, autorise un meilleur accès aux parkings de l'hypercentre.
- l'accès aux parkings, notamment ceux situés aux abords du cœur marchand est privilégié. Un jalonnement dynamique, subventionné par le Fisac, a été mis en place en 2012/2013.

Un système de chèques-parking, subventionné par le Fisac pendant 3 ans, connaît un succès certain. L'action est poursuivie et il est à l'étude d'étendre son concept à l'accessibilité en transport en commun et d'en faire un chèques-déplacement à l'occasion de la future DSP transport.

Cœur de ville en lumières

La Ville, avec la CCI, met en valeur son centre-ville avant les fêtes de fin d'années afin de promouvoir le centre ancien et son patrimoine dans une période importante pour les commerçants.

L'action a été initiée par la CCI en 2014 et s'est poursuivie en 2015 avec la Ville. Plus de 150000 personnes ont parcourues le cœur marchand pendant 3 soirées pour découvrir les 10 installations/animations lumineuses sur des façades emblématiques du centre historique.

L'évènement est financé en grande partie par des sponsors (*à compléter par la DEP*), la Ville n'a que 10% à sa charge (environ 10000€)

Le grand Bazar

C'est une braderie commerciale organisée par la Ville et la CCI en partenariat. Deux fois par an, au printemps et à l'automne, les commerçants du centre-ville (Ecusson et faubourgs) sont invités à sortir leurs étals dans les rues. Des vides greniers, des marchés thématiques ainsi que des animations musicales complètent cet évènement aux allures festives et conviviales.

Le Grand Bazar connaît un succès grandissant depuis 2009 et de plus en plus de commerçants y participent. Le Grand Bazar est devenu au fil du temps un rendez-vous incontournable du centre-ville.

Les Estivales et les Hivernales

La Ville de Montpellier organise depuis plus de 10 ans deux évènements commerciaux et festifs sur l'esplanade Charles de Gaulle, en cœur de ville.

Les Estivales de Montpellier ont lieu chaque vendredi de l'été. Evènement organisé autour de la viticulture et des savoir-faire locaux, elles attirent chaque vendredi environ 20 000 personnes.

En partenariat avec le syndicat AOC Languedoc, des viticulteurs viennent faire déguster leurs crus, des traiteurs proposent assiettes de tapas, huîtres ou spécialités culinaires, et des artisans locaux présentent leurs créations. Des concerts animent ces soirées pour le bonheur des petits et des grands. C'est une manifestation dont l'impact sur les professionnels locaux est primordial.

Les Hivernales de Montpellier sont bien plus qu'un simple marché de Noël. Une centaine de chalets accueillent artisans, producteurs et traiteurs locaux. Mais les Hivernales se sont

aussi un grand chapiteau pour déguster confortablement les spécialités achetées ou écouter un concert chaque week-end. Ce sont aussi des animations gratuites pour les enfants (parades, ateliers créatifs, contes) et des attractions comme la patinoire et les manèges forains.

Là encore cet événement, attendu chaque année par les montpelliérains, attire un public nombreux et profite à l'ensemble du centre-ville.

APPEL A PROJET FISAC

STRATEGIE COMMERCIALE DU CŒUR MARCHAND

DE L'ATTRACTIVITE METROPOLITAINE AU COMMERCE DE QUARTIER :

DEVELOPPER, ACCOMPAGNER ET DYNAMISER

FICHES ACTIONS – FINANCEMENT - CALENDRIER

La Ville, avec l'appui de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Montpellier, la chambre de métiers et des membres du CLIP, structure qui regroupent des associations de professionnels et commerçants, notamment la FADUC et le syndicat des halles et marchés, a décidé de compléter les actions déjà entreprises et de solliciter, à nouveau, pour cela le Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce- FISAC.

La sollicitation précédente de ce fonds par la Ville de Montpellier date de 2012. Le programme réalisé comportait, le jalonnement dynamique des parkings du centre-ville, un guide pratique et des bonnes pratiques en cœur marchand, une étude sur les halles et marchés du XXIème siècle, des aides pour la requalification des devantures commerciales et la mise en place de chèques-parking.

Le présent dossier FISAC porte sur trois volets :

- **Moderniser des entreprises de proximité**
 - **Action1 : Mise en accessibilité des commerces**, en complément de l'action d'aide de la Ville à la requalification des devantures commerciales- Ville
- **Amélioration du cadre dans lequel s'exercent les activités de proximité**
 - **Action2 : Reconstruction des halles Laissac**
 - 2.1- Gros œuvre (clos couvert)- Ville/SAAM
 - 2.2- Aménagement intérieur (étals)- Ville/SAAM
 - 3.2- Equipement des étals- Commerçants
- **Améliorer l'offre commerciale**
 - **Action 3.1 : Visio-commerce**
 - **Action 3.2 : Cœur de ville en lumière**
 - **Action 3.3 : Promotion des halles et marchés**

Voir fiches action jointes.

D'autres objectifs du Fisac se traduisent néanmoins par des actions dans le programme global synthétisé ci-dessus mais ne peuvent intégrer le présent dossier, soit parce que l'action est déjà subventionnée par l'Etat, soit parce qu'elle a déjà été subventionnée par le premier dossier Fisac et porte sur le même territoire, soit qu'elle est déjà commencée ou le sera avant la notification du présent dossier.

- Développer une offre de services innovants :
 - Mise en place d'un service de livraison
 - Amélioration du fonctionnement de l'aire piétonne
 - Poursuite de l'action chèques-parking
- Développer le professionnalisme et l'innovation dans les pratiques commerciales
 - Label « Préférence commerce »
- Amélioration du cadre dans lequel s'exercent les activités de proximité
 - Production de locaux artisanaux en location-vente (Nord Ecusson-faubourg Figuerolles)
 - Accentuation de l'aide à la requalification des devantures commerciales

Fiche 1

Mise en accessibilité des commerces dans le cadre de la campagne de requalification des devantures commerciales

Maître d'Ouvrage : Ville de Montpellier

Partenaires :

- CCI
- CDM

Objectifs :

Inciter les commerçants à engager des travaux de mise en accessibilité de leurs locaux, en parallèle de la requalification complète de leur devanture.

Descriptif :

Consciente que le commerce du cœur de ville joue un rôle urbain majeur, la Ville de Montpellier a entériné dès 2012 le lancement d'une campagne d'aide à la requalification des devantures des locaux d'activités, menée en partenariat avec la Chambre de commerce et d'industrie.

Ce dispositif permet un accompagnement global des commerçants, dès la phase de conception du projet en apportant une participation financière et/ou technique (mise à disposition d'une assistance architecturale) afin d'encourager la mise aux normes d'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite (PMR) tout en incitant à la qualité des projets de devantures qui répondent aux contraintes architecturales des règlements des territoires sur lesquels ils se situent.

Le patrimoine du centre-ville de Montpellier est en effet protégé et valorisé dans le cadre du plan de sauvegarde et de mise en valeur (PSMV) et d'aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP)(cf. carte jointe en annexe) ce qui impose des contraintes fortes en termes de surcoûts, ce qui peut parfois décourager les commerçants d'entreprendre les rénovations nécessaires. Une charte de qualité des devantures commerciales a d'ailleurs été établie afin de cadrer les projets de rénovation qui pourront voir le jour et de traduire les éléments réglementaires en vigueur à respecter (Règlement du secteur sauvegardé, règlement d'AVAP et règlement spécial de publicité).

Le bilan en termes nombre de devantures requalifiées ayant été relativement faible les 3 premières années, la Ville a décidé en mai 2015 de renforcer cette action en augmentant son aide, en la passant de 20% du montant des travaux à 50% pendant 2 ans (mi 2015-mi 2017) et à 25% deux ans de plus (mi 2017- mi 2019). Le périmètre d'action est élargi à l'ensemble du cœur marchand de Montpellier (...ha au lieu de ...ha précédemment)

Dans le précédent dossier, le Fisac accompagnait l'action de la Ville avec une subvention de 15%. Même si le « territoire » de cette action a été sensiblement modifié, la sollicitation de l'aide du Fisac pour poursuivre cette action, ne porte pas sur les travaux globaux de requalification des devantures mais est ciblée précisément sur les travaux de **mise en accessibilité pour les personnes à mobilité réduite**.

Une prime de 700€ maximum est sollicitée du Fisac, attribuée aux commerçants pour réaliser les travaux d'accessibilité. Cette aide s'ajoute à celle versée spécifiquement pour cela par la Ville, s'élevant (50% des travaux jusqu'à mi 2017, 25% ensuite et une prime complémentaire de 500€ maximum). Cependant l'aide du Fisac sera plafonnée à celle de la Ville et la somme des aides ne pourra dépasser 80% des travaux afférents.

Une communication ciblée par un démarchage directement auprès des commerçants permettra de les inciter à se lancer dans une double procédure d'accessibilité et rénovation.

Pièces fournies :

- Périmètre défini pour l'opération
- Guide de recommandation « réussir sa devanture commerciale »

Coût détaillé de l'action :

Cout moyen HT: 4 000€

Cout total prévisionnel sur 3 ans : 100 mise en accessibilité soit **400 000€**

Mise en accessibilité des commerces	Nb de chantiers	Coût annuel HT	Coût annuel TTC	Part commerçant	Part Ville	Part sollicitée FISAC
2016	30	120 000 €	144 000 €	24 000 €	75000 €	21 000 €
2017	50	200 000 €	240 000 €	40 000 €	125 000 €	35 000 €
2018	20	80 000 €	96 000 €	16 000 €	50 000 €	14 000 €
TOTAL HT	100	400 000 €	480 000 €	80 000 €	250 000 €	75 000 €

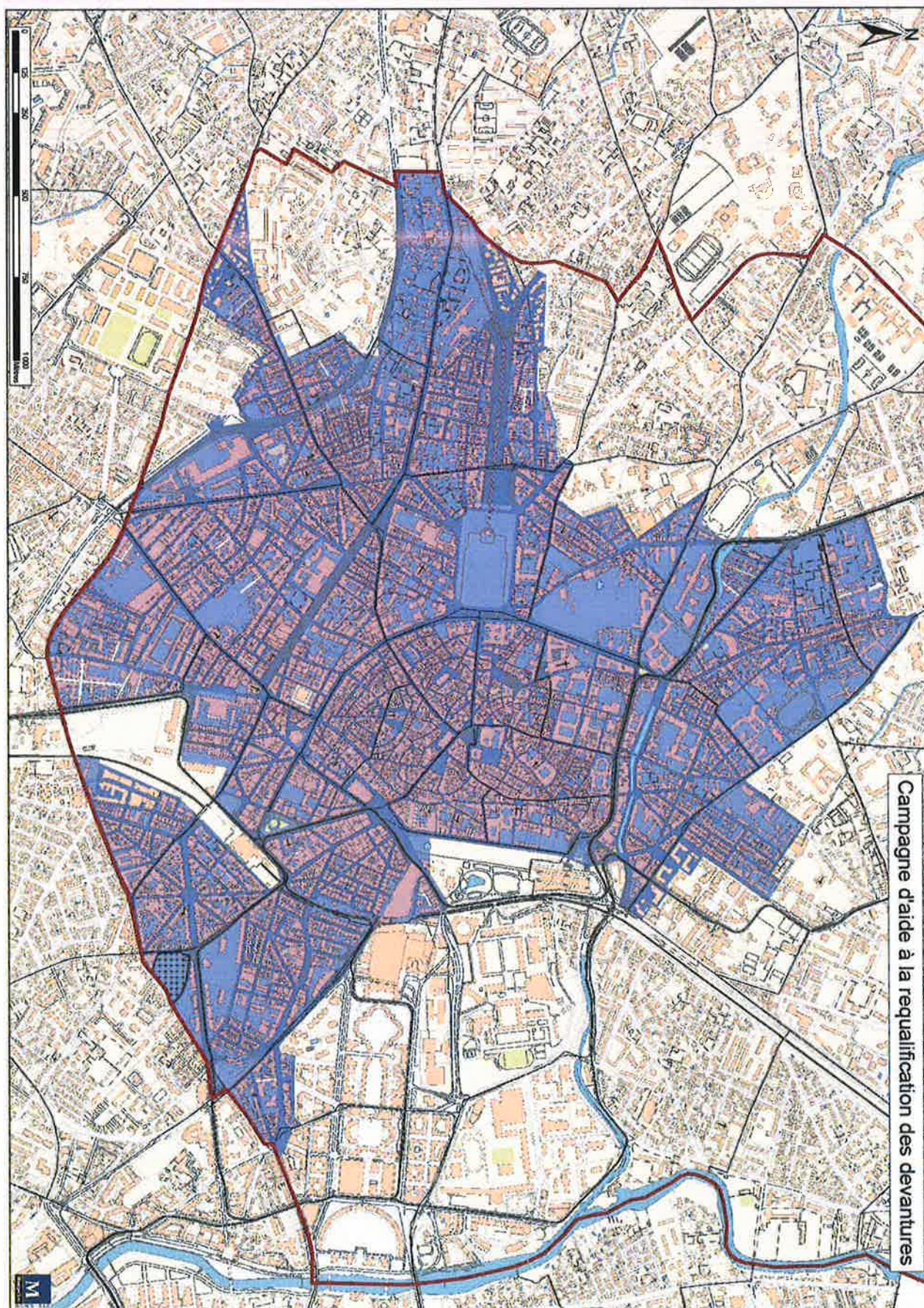
Publics visés :

- Les commerçants, artisans et professions libérales ou travailleurs indépendants exerçant une activité derrière une vitrine.

Indicateur de mesure :

- Nombre de devantures ou enseignes mis en accessibilité PMR.
- Poids économique des travaux générés.

PERIMETRE D'AIDE A LA REQUALIFICATION DES DEVANTURES
COMMERCIALES 2015-2016



Fiche 2

Reconstruction des Halles Laissac

Objectifs :

La reconstruction d'une nouvelle halle est prévue, avec en sous-sol des équipements techniques, une aire de livraison et des places de parking.

Descriptif :

Le programme de reconstruction des nouvelles halles prévoit de situer le bâtiment à l'emplacement des halles actuelles dans une volonté d'insertion urbaine affirmée. Ce bâtiment circulaire s'organisera autour d'un « mall » central et éclairé. Il contiendra 18 étals, certains pouvant s'ouvrir directement sur les espaces publics environnants. Les principaux éléments techniques (local déchets, transformateur EDF, WC public,) s'installeront le long de la rue A. France, en lien avec l'accès au sous-sol.

Une entrée spécifique sera réservée pour les étaliers, et le positionnement des locaux nécessaires au fonctionnement des halles (au RDC pour le bureau du placier, au centre du sous-sol pour les vestiaires des étaliers) et des accès regroupés entre le RDC et le sous-sol seront prévus pour faciliter les manutentions et les déplacements.

Par ailleurs, l'ensemble de la place environnante est réaménagée et piétonnisée. La rue A France est reconfigurée au droit de l'opération (accès à l'aire piétonne, voie dédiée aux livraisons des halles et à l'enlèvement des achats par les clients...)

Pièces fournies :

- ✓ Plan de situation (insertion des halles dans leur environnement)
- ✓ Projet des halles niveau esquisse

Publics visés :

- ✓ Commerces de proximités

Indicateur de mesure :

- ✓ Concertation des étaliers dans le projet des nouvelles halles (degré de satisfaction)

Calendrier prévisionnel :

2017-2018

2.1 : Gros œuvre-Clos couvert

Maître d'Ouvrage : SAAM, mandaté par la Ville de Montpellier

Coût détaillé de l'action :

Cout global : 3 170 000€ HT

Reconstruction Halles Laissac	Coût HT 2017	Coût TTC	Part Ville HT	Part FISAC
Gros œuvre Clos - couvert	3170 000 €	3 804 000 €	2 536 000 €	634 000 €

2.2 : Aménagements intérieurs-Etals

Maître d'Ouvrage : SAAM, mandaté par la Ville de Montpellier

Coût détaillé de l'action :

Cout global : 550 000€ HT

Reconstruction Halles Laissac	Coût HT 2017	Coût HT 2018	Total HT 2018	Coût TTC	Part Ville	Part FISAC
Aménagements intérieurs Etals	350 000 €	200 000 €	550 000 €	660 000 €	440 000 €	110 000 €

2.3 : Equipements des étals

Maître d'Ouvrage : Commerçants-étaliers

Coût détaillé de l'action :

Cout global : 360 000€ HT (18x20K€ en moyenne)

Reconstruction Halles Laissac	Coût HT 2018	Coût TTC	Part Etaliers	Part FISAC
Equipement Etals	360 000 €	432 000 €	288 000 €	72 000 €

Fiche 3.1

Visio-commerce

Maitre d'Ouvrage : CCI de Montpellier

Partenaires :

- Ville de Montpellier
- Montpellier Méditerranée Métropole
- Conseil Général

Objectifs :

Le souhait de la CCI ainsi que des collectivités locales partenaires est de contribuer à éviter la vacance commerciale des locaux en centre-ville mais également de proposer une complémentarité commerciale sur notre territoire.

La majorité des enseignes invitées lors de cette manifestation sont absentes sur le grand Montpellier afin de favoriser la venue de nouvelles marques et renforcer l'attractivité du centre-ville.

Estimatif des dépenses :

Action	Coût HT de l'opération	Coût TTC	Part CCIHT 25%	Part Métropole HT25 %	Part CDHT 25 %	Part sollicitée FISAC 25 %
Restauration (petit-déjeuner, déjeuner, goûter)	10 000	12000	2500	2500	2500	2500
Déplacement	8000	9600	2000	2000	2000	2000
Accessoires + communication	12000	14400	3000	3000	3000	3000
TOTAL annuel	30 000	36000	7500	7500	7500	7500
TOTAL 2016/2018	90000	108000	22500	22500	22500	22500

Publics visés :

Développeurs d'enseignes et les porteurs de projets.

Indicateur de mesure :

L'intérêt que portent les développeurs à cet événement ainsi que le nombre de commerces installés à l'issue de la journée.

Pièces jointes :

Compte rendu de la journée du 10 juin 2015

Date :

Actions	2016	2017	2018
Visio Commerce			

Fiche 3.2

Promotion de l'artisanat d'art - communication

Maître d'Ouvrage : Montpellier Méditerranée Métropole

Partenaires : Ville de Montpellier, Chambre de Métiers, OTRM, associations professionnelles

Objectifs :

Promouvoir les artisans d'art de Montpellier et le savoir-faire local

Descriptif :

Site Internet dédié et supports de communication, boutique virtuelle

Circuit des métiers d'art

Pièces jointes :

Estimatif des dépenses :

Action	Coût estimatif HT	Coût estimatif TTC	Part HT Ville 40 %	Part HT commerçants 30%	Part sollicitée FISAC 30 %
Conception d'une plaquette de promotion des métiers d'art	4250	5100	1700	1275	1275
Edition d'une plaquette de promotion des métiers d'art	12500	15000	5000	3750	3750
Conception d'un site Internet sur les métiers d'art	8500	10200	3400	2550	2550
TOTAL	25250	30300	10100	7575	7575

Public visé :

Fiche 3.3

Promotion des halles et marchés

Maître d'Ouvrage : Ville de Montpellier

Partenaires : Associations de commerçants

Objectifs :

Promouvoir les halles et marchés de la Ville en tant que commerces de proximité et favoriser les circuits courts

Descriptif :

Réalisation d'objets de promotion à distribuer au public (sacs,...)

Réalisation de support de communication (plaquettes, affiches, site internet)

Pièces jointes :

Lise des halles et marchés du centre-ville

Estimatif des dépenses : cf. dépenses 2015

Action	Coût estimatif HT	Coût estimatif TTC	Part HT Ville 40%	Part HT commerçants 30 %	Part sollicitée FISAC 30 %
Conception d'une plaquette sur les halles et marchés	1750	2100	700	525	525
Edition d'une plaquette sur les halles et marchés	6000	7200	2400	1800	1800
Réalisation de sacs réutilisables	25500	30600	10200	7650	7650
Réalisation d'un site internet Halles et marchés	4250	5100	1700	1275	1275
TOTAL	37500	45000	15000	11250	11250

Action Conception d'une plaquette sur les halles et marchés	Coût estimatif HT	Coût estimatif TTC	Part HT Ville	Part HT commerçants	Part FISAC
2016	1750	2100	700	525	525
2017					
2018					

Action Edition d'une plaquette sur les halles et marchés (2000HT/an)	Coût estimatif HT	Coût estimatif TTC	Part HT Ville	Part HT commerçants	Part FISAC
2016	2000	2400	800	600	600
2017	2000	2400	800	600	600
2018	2000	2400	800	600	600

Action Réalisation de sacs réutilisables (8500HT/an)	Coût estimatif HT	Coût estimatif TTC	Part HT Ville	Part HT commerçants	Part FISAC
2016	8500	10200	3400	2550	2550
2017	8500	10200	3400	2550	2550
2018	8500	10200	3400	2550	2550

Action Réalisation d'un site internet Halles et marchés	Coût estimatif HT	Coût estimatif TTC	Part HT Ville	Part HT commerçants	Part FISAC
2016					
2017	4250	5100	1700	1275	1275
2018					

Public visé : Grand public

Indicateur de mesure :

Nombre d'objets promotionnels distribués

Evolution de la fréquentation des halles et marchés, évolution des CA des commerçants.

Phasage des actions FISAC de la Ville de Montpellier

Actions	2016	2017	2018
1. Mise en accessibilité des commerces (dans le cadre de la requalification des devantures commerciales)			
2.1 Reconstruction des halles Lalssac Gros œuvre-clos couvert			
2.2 Reconstruction des halles Lalssac Aménagements Intérieurs-étals			
2.3 Reconstruction des halles Lalssac Equipement des étals			
3.1 Visio commerce			
3.2 Promotion de l'artisanat d'art - communication			
3.3 Promotion des halles et marchés			

Tableaux de financement 2016-2017-2018

Tableau de financement 2016								
Partenaires/ actions	Coût HT	Coût TTC	Ville	CCIM	Métropole	Conseil Départemental	Commerçants	FISAC
1. Mise en accessibilité des commerces (dans le cadre de la requalification des devantures commerciales)	120000	144000	75000				24000	21000
2 Reconstruction des halles Laissac								
2.1- Gros œuvre-clos couvert								
2.2- Aménagements intérieurs-étals								
2.3- Equipement des étals								
3.1 Visio commerce	30000	36000		7500	7500	7500		7500
3.2 Promotion de l'artisanat d'art - communication	8500	10200	3400				2550	2550
3.3 Promotion des halles et marchés	12250	14700	4900				3675	3675
Total	170 750 €	204 900 €	83 300 €	7 500 €	9 000 €	9 000 €	6 225 €	34 725 €

Tableau de financement 2017								
Partenaires/ actions	Coût HT	Coût TTC	Ville	CCIM	Métropole	Conseil Départemental	Commerçants	FISAC
1. Mise en accessibilité des commerces (dans le cadre de la requalification des devantures commerciales)	200000	240000	125000				40000	35000
2 Reconstructin des halles Laissac								
2.1- Gros œuvre-clos couvert	3170000	3804000	2536000					634000
2.2- Aménagements intérieurs-étals	357500	429000	286000					71500
2.3- Equipement des étals								
3.1 Visio commerce	30000	36000		7500	7500	7500		7500
3.2 Promotion de l'artisanat d'art - communication	12500	15000	5000				3750	3750
3.3 Promotion des halles et marchés	14750	17700	5900				4425	4425
Total	3 784 750 €	4 541 700 €	2 979 700 €	9 000 €	9 000 €	9 000 €	48 175 €	756 175 €

Tableau de financement 2018								
Partenaires/ actions	Coût HT	Coût TTC	Ville	CCIM	Méropole	Conseil Départemental	Commerçants	FISAC
1. Mise en accessibilité des commerces (dans le cadre de la requalification des devantures commerciales)	80000	96000	50000				16000	14000
2 Reconstruction des halles Laissac								
2.1- Gros œuvre-clos couvert								
2.2- Aménagements intérieurs-étals	192500	231000	154000					38500
2.3- Equipement des étals	360000	432000					280000	72000
3.1 Visio commerce	30000	36000			9000	9000		9000
3.2 Promotion de l'artisanat d'art - communication	4250	5100	1700				1275	1275
3.3 Promotion des halles et marchés	10500	12600	4200				3150	3150
Total	677 250 €	812 700 €	209 900 €		9 000 €	9 000 €	300 425 €	137 925 €



Assistance à la définition et la mise en œuvre d'une stratégie d'urbanisme commercial

« Mission 0 - Synthèse des diagnostics »

SERM

Document du 20 mai 2015



Sommaire

Avant-propos	p. 3
I. Rayonnement – territoire - chalandise	p. 5
II. L'armature commerciale	p. 12
III. Eléments de prospective à moyen-long terme	p. 27
Synthèse	p.38

Avant-propos - contexte

Depuis le SCOT de 2006, et le projet de SDUC de 2007, la métropole montpelliéraine ne s'est pas dotée d'une vision stratégique partagée en matière d'urbanisme commercial. Les démarches récentes sont restées isolées (cas du schéma d'urbanisme commercial réalisé par Bérénice pour la CCI en 2013) ou embryonnaires (révision du SCOT suspendue en 2014 après une courte phase de démarrage). Pour autant, après l'ouverture marquante d'Odysseum en 2009, ces dernières années ont vu l'émergence de projets commerciaux structurants, concernant le cœur urbain de Montpellier, ou son extension liée aux grands projets urbains de la métropole : nouvelles infrastructures (extension du réseau tramway, projet de gare TGV), nouveaux quartiers et équipements (Port Marianne)...

ODE, Port Marianne – Odysseum, l'extension physique de l'hypercentre (Bd du Jeu de Paume, Polygone Saint Roch, extension Polygone) participent tous d'une volonté de densification et d'intégration urbaine des fonctions commerciales dans le tissu urbain métropolitain. Cette perspective s'inscrit donc à rebours du modèle de développement historique « extensif » de la distribution moderne, en lien avec l'étalement urbain des dernières décennies, à Montpellier comme ailleurs en France. Cette dynamique montpelliéraine s'inscrit également dans un contexte de mutation profonde des comportements de consommation, et aussi des modèles de distribution.

Ainsi, la SERM souhaite se doter d'une vision stratégique renouvelée en matière d'urbanisme commercial, concernant prioritairement le cœur métropolitain de Montpellier.

Ce document s'efforce de rassembler de façon préalable l'ensemble des éléments de diagnostic concernant l'armature commerciale de l'aire urbaine montpelliéraine.

Avant-propos - méthodologie

Ce document comprend trois parties :

- Une partie territoriale, qui rappelle de façon concise l'échelle de rayonnement de l'armature commerciale montpelliéraine, et ses caractéristiques en termes de socio-démographie, et d'armature urbaine
- Une analyse de l'armature commerciale, en termes de : typologie, hiérarchie et puissance économique, analyse quantitative des marchés, projets...
- Une 3^{ème} partie prospective plus générale, mais qui nous servira ultérieurement pour les axes stratégiques.

La plupart des données, analyses, sont tirées d'études réalisées par Bérénice pour les acteurs du territoire : Agglomération, SERM/SAAM, CCI. Ces données ont été au besoin actualisées.

Ce document ne comprend pas à ce stade d'analyses détaillées des fonctions commerciales « noyau urbain métropolitain », qui fera l'objet d'un travail à suivre.

★



I- Rayonnement – territoire - chalandise

Les échelles de rayonnement de l'armature commerciale

L'armature montpelliéraine bénéficie d'une aire d'attraction très étendue, comprenant

- une zone principale dense de près de 500.000 habitants, correspondant à la sphère d'influence principale des pôles montpelliérains (achats courants, quotidiens hebdomadaires)
- Une zone complémentaire, englobant des villes relais – Sète, Lunel, Clermont L'Hérault, Lodève) et un arrière pays plus rural, pour laquelle Montpellier demeure la principale destination commerciale pour des achats occasionnels ou exceptionnels

Au total, la zone d'attraction métropolitaine dépasse 800.000 habitants (792.000 recensés en 2012). Ce niveau de rayonnement,

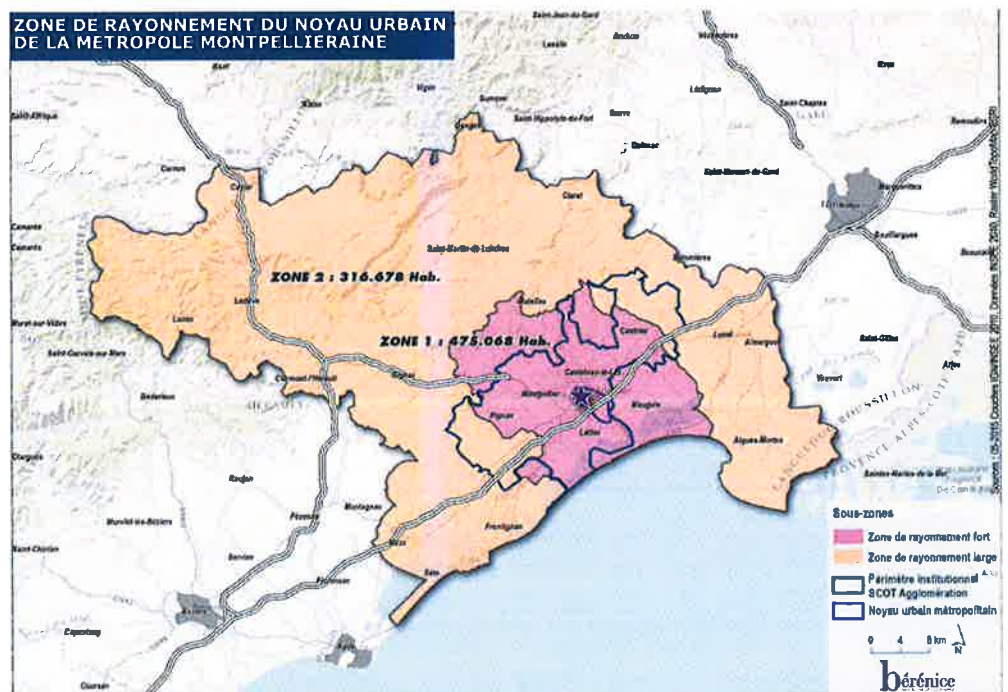
815.000 habitants fin 2015

Cette zone est limitée par:

- l'influence d'aires urbaines plus secondaires : Nîmes, Béziers
- Un temps d'accès maximal de 50-55 mn

Cette zone large comprend une zone principale de 475.000 habitants (en 2012 ; estimation 485.000 habitants en 2014)

Cette zone principale correspondant aux achats courants (quotidiens, hebdomadaires).



Les données prospectives - démographie

Les évolutions récentes

- Le territoire a poursuivi sa forte croissance démographique depuis 2006 : +1,47 % par an ; +9.400 habitants par an
- Ce rythme est nettement supérieur à la moyenne française : +0,65% en rythme annuel de 2006 à 2012
- Cette croissance reste soutenue pour Montpellier (commune) et son agglomération (+1,30%), même si elle est légèrement inférieure à celle de son arrière-pays (zone 2 : +1,78%)
- Les données récentes (2010-2012) ne mettent pas en évidence de ralentissement de cette croissance démographique : l'unité urbaine de Montpellier a ainsi gagné 16.000 habitants de 2010 à 2012, soit un rythme de croissance qui reste de l'ordre de +1,5% par an

Hypothèses de croissance démographique :

Même si les évolutions récentes ne le mettent pas (encore) en évidence, le rythme de croissance démographique est amené à ralentir à l'horizon 2020-2030, sous l'effet de la baisse du solde migratoire, et du ralentissement général à l'échelle française (structure de la pyramide des âges ; légère baisse des naissances et augmentation du nombre, Montpellier n'échappe pas à cette évolution)

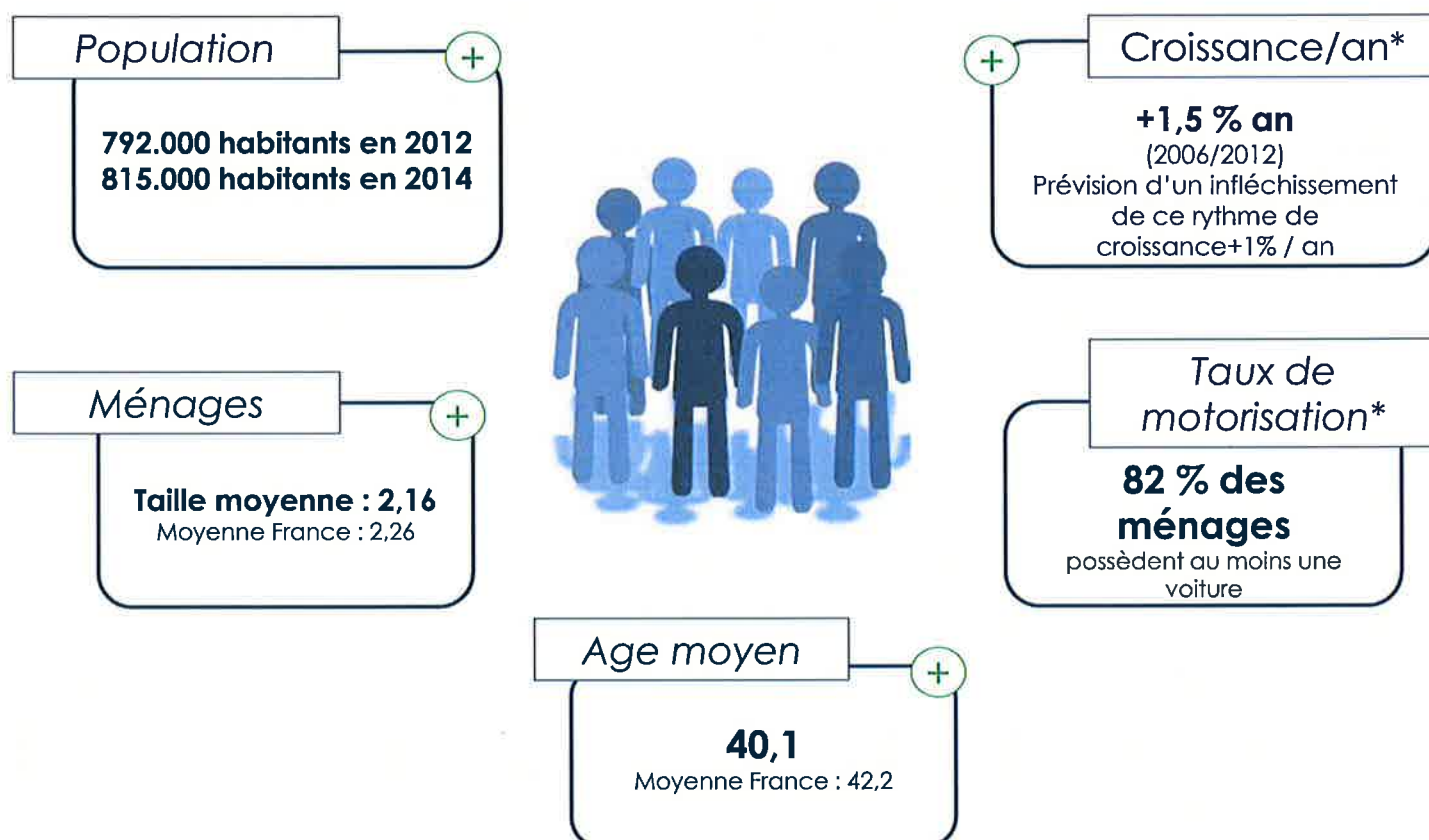
Nous avons retenu une hypothèse de croissance démographique annuelle de + 1 % sur la zone de rayonnement large comme proche. Il s'agit d'une hypothèse convergente entre les différentes analyses prospectives menées à différentes échelles (*)

- Hypothèses INSEE (mars 2012) pour le territoire Montpellier Agglomération : +1,1% pour le scénario maîtrisé
- Hypothèse retenue pour le travail de diagnostic de la révision du SCOT : +1% par an

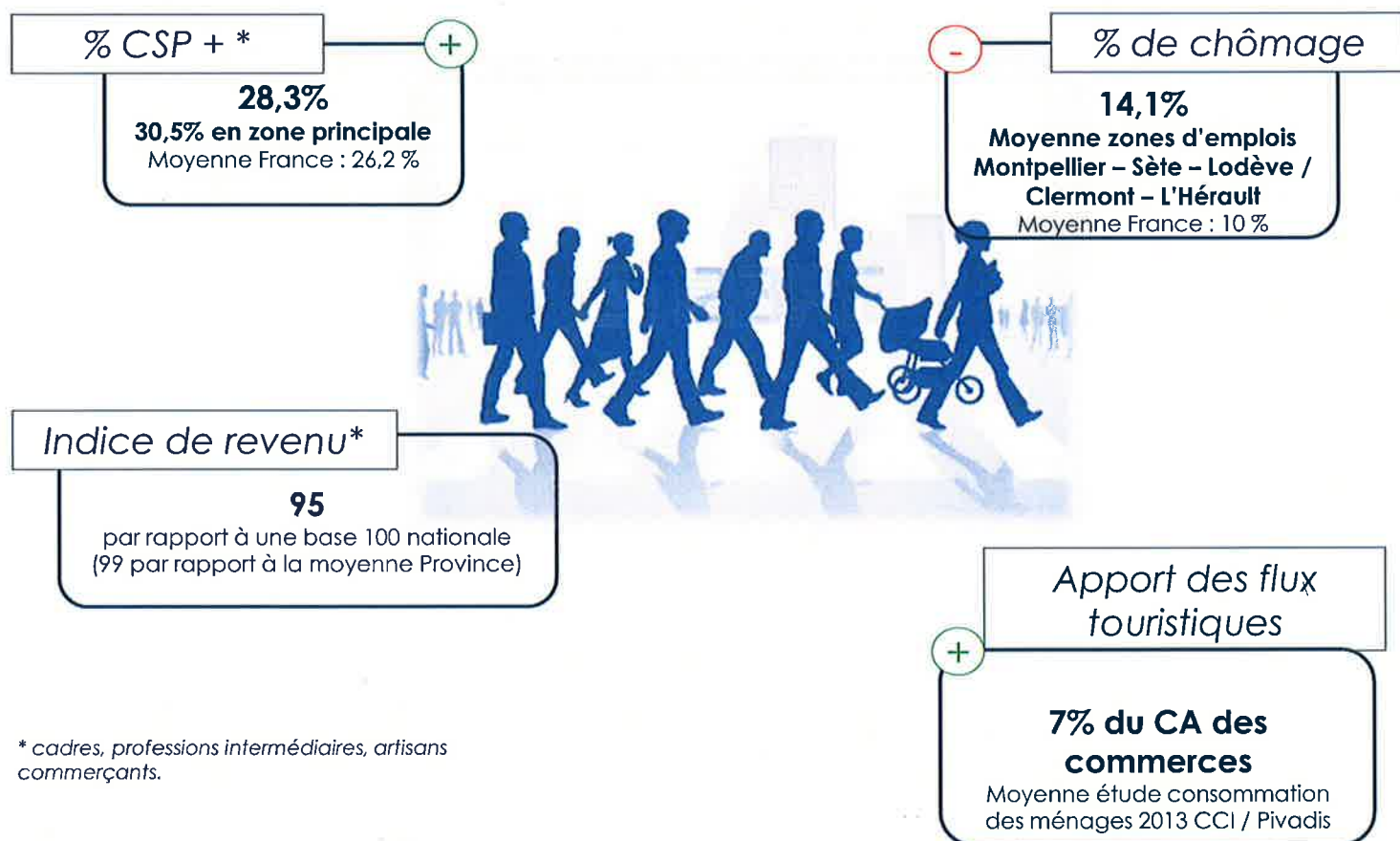
Ce niveau de croissance correspond à l'arrivée de 50.000 habitants d'ici 2020 sur le territoire de rayonnement métropolitain.

(*) notamment la note « Repères synthèse » n°2 de mars 2012 de l'INSEE : « Montpellier Agglomération : quels scénarios démographiques à l'horizon 2012

Synthèse socio-démographique



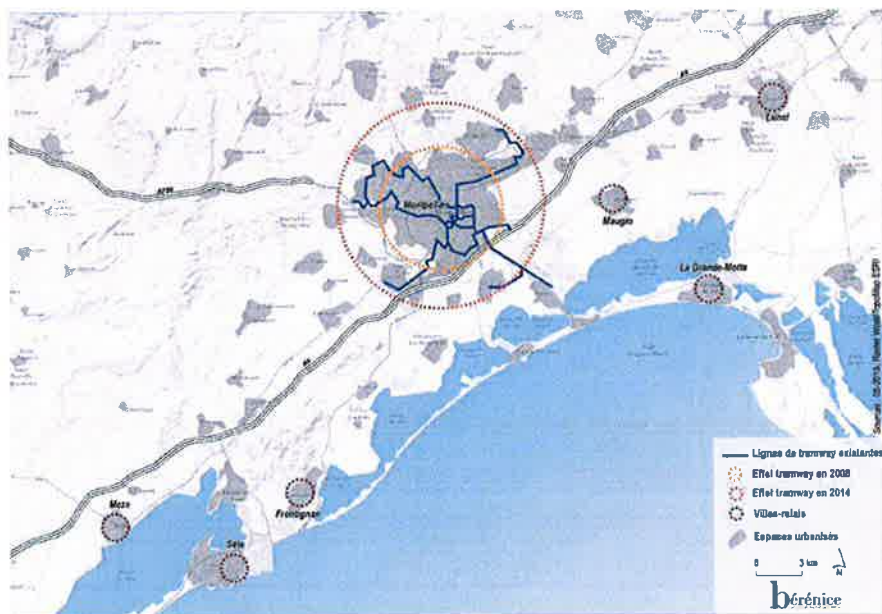
Synthèse socio-démographique



* cadres, professions intermédiaires, artisans commerçants.

L'armature urbaine (source : diagnostic actualisé SCOT avril 2014)

Une structuration classique de métropole, rôle moteur de Montpellier



Un « **Cœur d'Agglomération** », lieu de concentration des équipements structurants, qui se renforce (*) et s'étend (« effet tramway ») => contribution au rayonnement métropolitain

Des bourgs et villages en périphérie, qui connaissent un développement modéré => contribue à la « ville des proximités », un enjeu d'image et d'identité forte

Des « villes – relais » plus éloignées (et hors périmètre institutionnel SCOT) qui offrent un maillage de services et d'équipements en relais du Cœur d'Agglomération

La stratégie de développement urbain à l'horizon 2025 n'est pas encore écrite (révision du SCOT de 2006 en stand by). Pour autant, il est peu probable qu'elle remette en cause les orientations historiques du développement urbain, à savoir l'extension et la densification du cœur d'agglomération.

(*) les « communes tramway » concentrent 80% de la construction de logement au sein de l'Agglomération ; 50 % des emprises urbanisées entre 2004 et 2010 l'ont été dans les corridors du tramway (source : document de travail de diagnostic DBW Tetra avril 2014)

Synthèse partie I

Montpellier présente des caractéristiques métropolitaines affirmées :

La capacité à rayonner à large échelle, sur une zone de plus de 800.000 habitants

- Cette zone inclut des villes relais et moyennes, et un vaste arrière pays
- Un dynamisme démographique très fort

Cette zone présente des caractéristiques socio-démographiques proches de la moyenne Province

- Une pyramide des âges un peu plus jeune
- Un profil un peu plus « métropolitain » sur l'agglomération de Montpellier même (CSP+)
- Mais aussi un taux de chômage plus élevé

Montpellier et son agglomération, moteur du développement pour la métropole et son arrière pays

- Effets structurels du tramway et des grands projets urbains de l'agglomération
- Répartition homogène de la croissance urbaine, de la ville centre à son arrière pays, dans un contexte national davantage marqué par la croissance péri-urbaine



II- L'armature commerciale

Synthèse rétrospective du développement commercial

Les années 1970 ont vu l'émergence des nouveaux formats commerciaux, qui structurent encore fortement après l'armature commerciale

- Début des années 1970 : ouverture des premiers hypermarchés sur l'actuelle route de la Mer : Montlaur (Carrefour) et Mammouth (Auchan)
- 1975 : Polygone, archétype du centre commercial de centre-ville, vu au départ comme une menace pour le centre-ville historique, avant d'en être considéré comme la locomotive

Les années 1980 et 1990 voient un développement du maillage de périphérie, avec une hiérarchie de l'équipement commercial encore en vigueur en 2015 :

- Très fort développement des pôles de la Route de la Mer autour des hypermarchés Carrefour et Auchan.
- Implantation des pôles majeurs qui structurent encore aujourd'hui l'équipement du nord et du sud-ouest de l'agglomération (hypermarchés Carrefour de Saint Clément-de-Rivière et Saint Jean-de-Védas)

Depuis 2000, les deux principales évolutions observées sont le renforcement du rayonnement métropolitain de Montpellier et le timide rééquilibrage vers les secteurs géographiques les moins bien pourvus :

L'implantation d'Odysséum a permis l'accueil aux portes de Montpellier de fonctions récréatives et commerciales rayonnantes (Ikea, grand Décathlon, H&M, Apple Store ...)

L'ouverture de l'Ecoparc de Saint-Aunès et l'implantation de Leroy Merlin ont très nettement renforcé le faisceau Est, sur l'axe A9 qui est également celui d'Odysséum.

A l'ouest, la poursuite du développement du pôle de Juvignac entre 1995 et 2007 a permis un timide rééquilibrage.

Parallèlement à la poursuite de la stratégie de maillage des pôles périphériques (Saint Clément de Rivière et Saint Aunès principalement), la majeure partie des projets commerciaux vise à mieux intégrer, et à densifier les fonctions commerciales dans des secteurs métropolitains à fort enjeux : la restructuration de la Route de la Mer, le développement de l'hypercentre notamment.

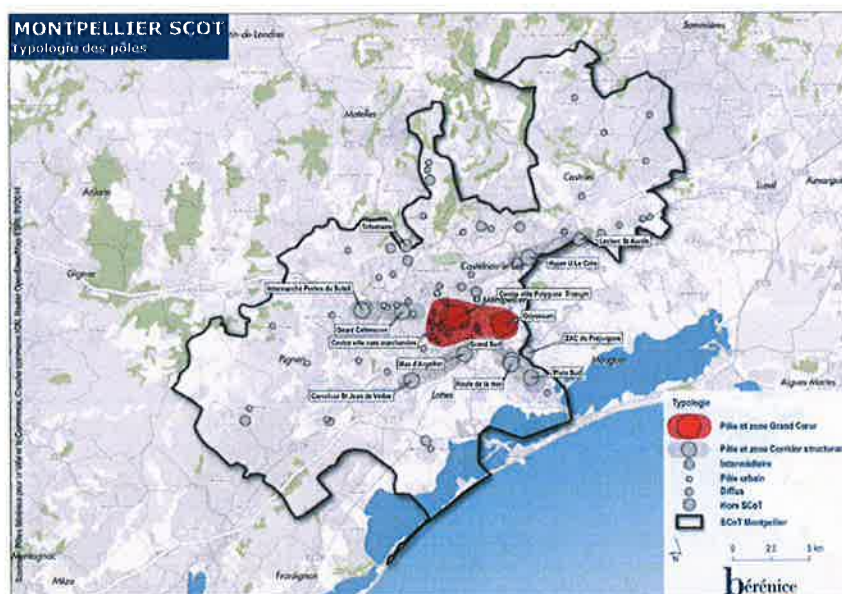
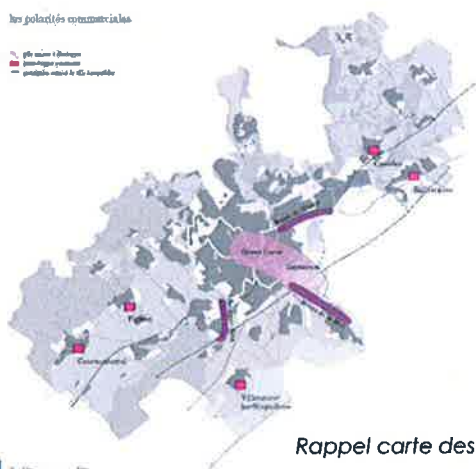
Typologie possible de l'armature commerciale (1/3)

L'analyse d'une armature commerciale passe souvent par la mise en place d'un classement des polarités. Ce travail pose la question des critères retenus (urbains ? économiques ?), et de concepts classiques (mais vagues) comme la « périphérie » ou le « centre-ville ». Nous présentons 2 exemples de typologie qui ont été proposés récemment.

Le premier est issu d'un travail préalable lancé dans la démarche de révision du SCOT : il avait été envisagé de reconduire des concepts issus du SCOT de 2006 : Grand Cœur, corridors/entrées de ville...

D'emblée, cette typologie n'apparaît plus pertinente au regard de la singularité de l'opération Route de la Mer et du rôle moteur du réseau tramway dans la densification urbaine et commerciale.

Les polarités commerciales



Rappel carte des polarités issue du SCOT 2006

Document de travail provisoire réalisé en 2014

Typologie possible de l'armature commerciale (2/3)

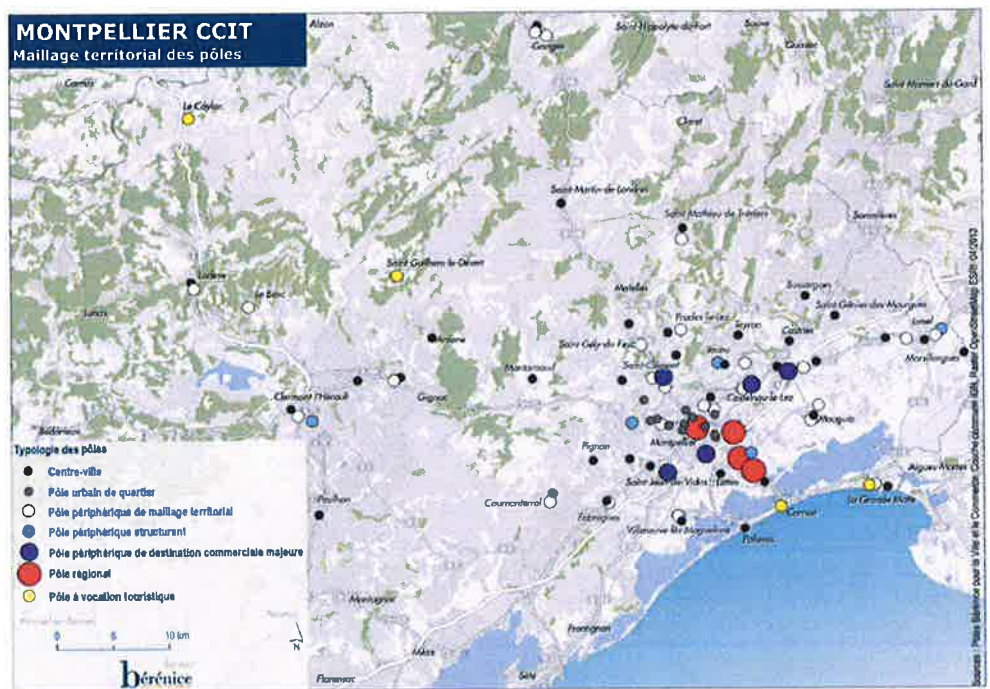
Exemple de la typologie retenue pour l'étude CCI (périmètre consulaire ; 2014)

Cette typologie réunit des critères de rayonnement, et des critères urbains (localisation)

Cette typologie fine témoigne de la richesse et de la diversité du commerce de la région montpelliéraine : 90 pôles recensés sur le périmètre consulaire

Elle met en évidence la hiérarchie commerciale

- des effets de polarisation très forts dans le tissu urbain dense de Montpellier
- Forte dualité entre la concentration des pôles à très fort rayonnement dans le cœur métropolitain et le maillage de proximité
- Puissance et continuité de l'axe Ecusson-Polygone / Odysseum / Route de la Mer



Pôle régional : 3 pôles seulement dans cette catégorie : CV Montpellier, Odysseum et Route de la Mer

Pôle périphérique de destination commerciale majeure : une surface de vente totale supérieure à 25.000 m², ayant potentiellement un hypermarché pour locomotive, et rayonnant sur une zone large (20 à 30' de trajet)

Pôle périphérique structurant : surface de vente totale comprise entre 10.000 et 25.000 m², répondant aux besoins de consommation hebdomadaires à mensuels des ménages, rayonnant sur une zone isochrone de 10 à 20'.

Pôle périphérique de maillage territorial : surface de vente totale inférieure à 10.000 m², répondant aux besoins de consommation courante des ménages, rayonnant sur une zone isochrone de moins de 10'.

Pôle de centre-ville et centre-village : centre commerçant d'une commune (15 commerces au moins)

Pôle urbain de quartier structurant : polarité commerçante attractive (15 commerces au moins)

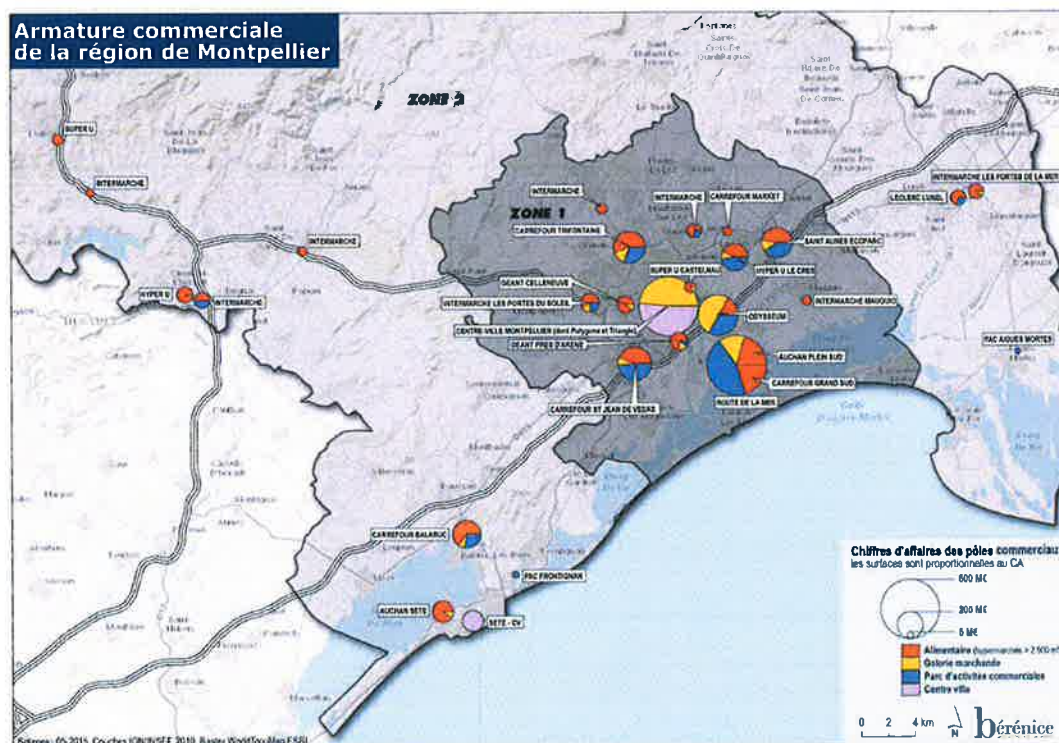
Pôle à vocation touristique : plus de 15 commerces dont la vocation première est de satisfaire la demande touristique.

Typologie possible de l'armature commerciale (3/3)

Représentation des pôles structurants selon leur puissance commerciale

Forte concentration de la puissance commerciale sur Montpellier même et sa proche couronne

- L'hypercentre (Ecusson, Polygone/Triangle) : leader en poids de CA
- Route de la Mer : mutation et intégration urbaine d'une polarité majeure de la zone de rayonnement
- Centre-ville + Odyseum + Route de la Mer : près de la moitié du CA des pôles de la région de Montpellier mise en relation tramway



Données quantitatives sur l'équipement commercial

Les chiffres-clés de l'armature commerciale

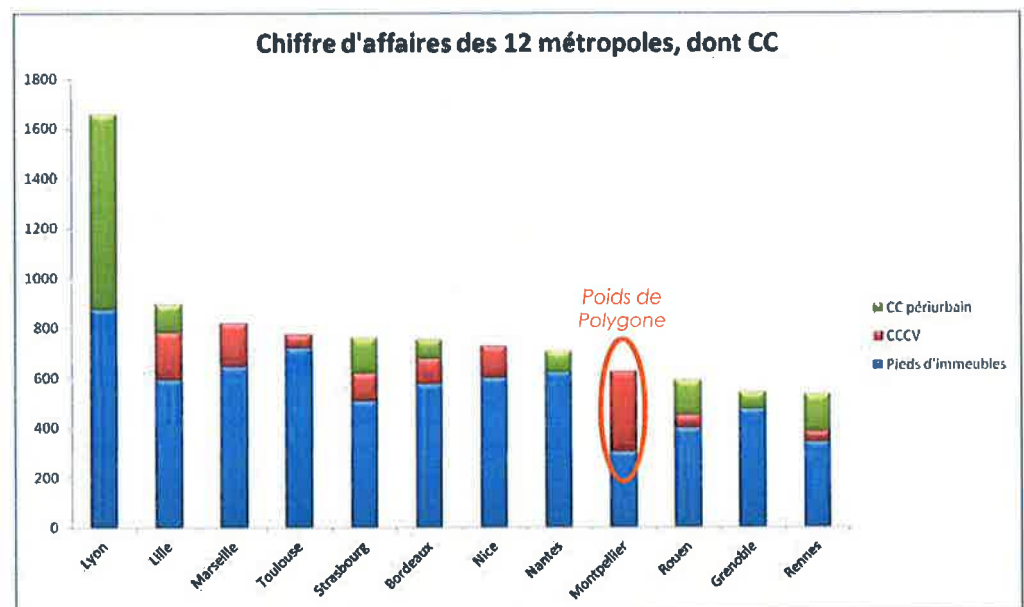
Pôle	Nbre d'unités total	CA Total	Part de marché	GSA	surf. vente	CA	Nbre unités (Gm / CV)	CA	Parc Commercial	CA
Ecusson - centre historique	928	311 M€	10%				928	311 M€		
Polygone	114	300 M€	10%				114	300 M€		
Galerie du triangle	55	34 M€	1%		centre-ville		55	34 M€	centre-ville	
sous-total centre-ville	1097	645 M€	21%				1097	645 M€		
Odysseum	132	310 M€	10%	Géant	12 000 m²	50 M€	95	150 M€	2	110 M€
Carrefour Plein Sud	68	184 M€	6%	Carrefour	11 800 m²	130 M€	68	54 M€		
Auchan Plein Sud	69	141 M€	5%	Auchan	12 500 m²	110 M€	69	31 M€		
zones commerciales Lattes-Pérois	189	228 M€	7%						189	228 M€
sous total Route de la Mer	326	553 M€	18%		24 300 m²	240 M€	137	85 M€	189	228 M€
Noyau urbain métropolitain	1555	1508 M€	49%		36 300 m²	290 M€	1329	880 M€	191	338 M€
Leclerc Saint Aunès - Ecoparc	78	231 M€	8%	Leclerc	7 800 m²	140 M€	40	16 M€	30	75 M€
Carrefour Saint-Jean Védas	120	201 M€	7%	Carrefour	8 600 m²	70 M€	30	13 M€	89	118 M€
Carrefour Trifontaine	68	180 M€	6%	Carrefour	11 000 m²	110 M€	47	19 M€	21	51 M€
Hyper U Le Crès	93	109 M€	4%	Hyper U	6 800 m²	65 M€	25	8 M€	59	36 M€
Intermarché Juvignac	119	97 M€	3%	Intermarché	5 000 m²	57 M€	27	13 M€	86	27 M€
Intermarché Jacou	74	76 M€	2%	Intermarché	3 500 m²	39 M€			74	37 M€
Géant Près d'Arènes	43	62 M€	2%	Géant	7 900 m²	40 M€	24	5 M€	19	17 M€
Géant Celleneuve	17	51 M€	2%	Géant	5 752 m²	45 M€	17	6 M€		
Super U Castelnau	10	30 M€	1%	Super U	2 900 m²	28 M€	10	2 M€		
pôles structurants secondaires de l'unité urbaine	622	1037 M€	34%		59 252 m²	594 M€	220	82 M€	378	361 M€
Carrefour Balaruc	100	175 M€	6%	Carrefour	9 950 m²	98 M€	35	16 M€	65	61 M€
Auchan Sète	26	88 M€	3%	Auchan	6 385 m²	80 M€	17	5 M€	9	3 M€
centre-ville de Sète	256	86 M€	3%				256	86 M€		
Périphérie Lunel	115	84 M€	3%	Intermarché+Leclerc	9 931 m²	67 M€	18	5 M€	97	12 M€
Hyper U Clermont L'Hérault	14	75 M€	2%	Hyper U	5 611 m²	70 M€	14	5 M€		
Intermarché Clermont L'Hérault	87	51 M€	2%	Intermarché	2 600 m²	20 M€	3	1 M€	84	30 M€
Intermarché Saint Gely du Fesc	9	38 M€	1%	Intermarché	3 000 m²	35 M€	9	3 M€		
Intermarché Frontignan	12	32 M€	1%	Intermarché	2 445 m²	18 M€	7	4 M€	5	10 M€
Super U Lodève	2	27 M€	1%	Super U	2 770 m²	25 M€			2	2 M€
Intermarché Mauguio	2	25 M€	1%	Intermarché	2 620 m²	25 M€	2			
sous-total pôle relais hors agglomération	523	506 M€	17%		45 312 m²	438 M€	361	125 M€	262	118 M€
POLES STRUCTURANTS ZONE DE RAYONNEMENT	2700	3051 M€	100%			1322 M€	1910	1087 M€	831	817 M€

Données quantitatives sur l'équipement commercial

L'hypercentre montpelliérain : 645 M€ de CA / 20% de part de marché

- L'Ecusson : 311 M€ => le centre historique ne pèse que la moitié du CA du centre-ville
- Centre Polygone : 300 M€ => le centre commercial est une réelle locomotive pour le centre-ville
- Ce volume de CA en centre-ville est cohérent avec le rang « métropolitain » de Montpellier... mais c'est à Montpellier que le CA des rues historiques est le plus faible
- Enjeu très marqué de l'équilibre Ecusson / Polygone (décalage réel de performances)
- Une vacance non négligeable (6,6%) sans être alarmante

Estimation des CA réalisés en 2013 :



NB : le centre Odysseum n'apparaît pas dans le tableau ci-dessus.

Données quantitatives sur l'équipement commercial

Les deux autres composantes métropolitaines de l'armature commerciale

Odysseum, destination commerciale et loisirs d'envergure régionale : 310 M€ (10% de part de marché)

- Partie intégrante de la métropole : porte d'entrée (A8) et extension urbaine en continuité du centre-ville
- Nouveautés conceptuelles : intégration des fonctions commerces-loisirs, centre à ciel ouvert
- Une dimension shopping performante pour le centre (hors hypermarché) : 150 M€ de CA sur 25.000 m² GLA
- 2 locomotives de destination : IKEA (11^{ème} / 39 magasins France en CA) et Décathlon
- Un pôle de loisirs à fort rayonnement : 1^{er} cinéma de l'agglomération (1,4 million d'entrées – 12^{ème} cinéma France – 4^{ème} en Province)

Route de la Mer – ODE : intégration urbaine de la zone de périphérie ultra leader (553 M€ de CA)

- En 2012 : 207.000 m² de surface de plancher / 145.000 m² de vente
- Une vocation marquée par le poids des deux hypermarchés Carrefour et Auchan (près de la moitié du CA de la zone), avec des galeries marchandes secondaires à l'échelle de l'agglomération
- Un positionnement axé sur l'équipement de la maison (bricolage, jardinage, mobilier) et dans une moindre mesure, les loisirs (sport, jouet)
- Le projet de restructuration, via le projet ODE : un enjeu majeur pour la métropole

Couverture des marchés : analyse de l'offre et de la demande

Analyse des secteurs d'activité pour lesquels une étude de marché a été menée (périmètre zone large de 800.000 habitants)

L'étude d'impact du projet d'extension du centre Polygone a livré les enseignements suivants concernant les secteurs d'activités stratégiques de l'armature métropolitaine :

Le marché de l'équipement de la personne est à l'équilibre, la zone de chalandise large offrant des débouchés importants aux grands pôles de l'agglomération montpelliéraine.

Le marché de la culture et des loisirs est quasiment à l'équilibre, avec des disparités marquées entre sous-activités :

- L'activité produits culturels et électroloisirs est en suroffre, ce qui est principalement dû à l'importance croissante de l'e-commerce sur cette activité, qui fait diminuer le taux d'emprise du commerce physique sur ce marché.
- Le marché du sport est quasiment à l'équilibre (quelques parts de marché supplémentaires pourraient être prises par le commerce de grandes surfaces)
- L'activité jouets est fortement représentée, ce qui peut en partie s'expliquer par le grand nombre de spécialistes et d'hypermarchés sur l'agglomération

Couverture des marchés : analyse de l'offre et de la demande

Analyse des densités commerciales pour les moyennes et grandes surfaces

Secteur grande distribution alimentaire :

- périmètre zone principale de l'agglomération (source : traitement base Panorama 2014)
- Densité exprimée en m² de surface de vente pour 1.000 habitants

	France 67 118 214 hab		Montpellier 423 842 hab		Grenoble aggro 398 619 hab		Rennes aggro 402 619 hab	
	Nb	Densité	Nb	Densité	Nb	Densité	Nb	Densité
+ de 7.000 m ² Grands hypermarchés	454	76 m ²	6	148 m ²	6	150 m ²	6	139 m ²
4.000 à 7.000 m ² Hypermarchés de taille moyenne	480	41 m ²	3	42 m ²	0	0 m ²	2	25 m ²
2.500 à 4.000 m ² Grands supermarchés, petits hypermarchés	811	39 m ²	4	30 m ²	1	6 m ²	5	35 m ²
1.200 à 2.500 m ² Supermarchés de taille moyenne	2 886	83 m ²	13	45 m ²	21	91 m ²	18	80 m ²
300 à 1.200 m ² Petits supermarchés	7 203	84 m ²	31	73 m ²	26	47 m ²	28	48 m ²
Total	11 834	323 m²	57	338 m²	54	294 m²	59	328 m²

L'agglomération montpelliéraine n'est pas marquée par un suréquipement en surface alimentaire généraliste, elle se situe aux niveaux observés en France métropolitaine et dans certaines agglomérations de référence.

À noter néanmoins le poids important (mais classique dans les grandes métropole) des grands hypermarchés de plus de 7000 m² de vente

Couverture des marchés : analyse de l'offre et de la demande

Analyse des densités commerciales pour les moyennes et grandes surfaces

Secteurs non alimentaires :

- périmètre zone à 30 mn
- Densité exprimée en m² de surface de vente pour 1.000 habitants

métropole population 30'	Montpellier 614 000 hab		Rennes 605 000 hab		Grenoble 598 000 hab	
	surface	densité	surface	densité	surface	densité
Equiperment de la personne	59 759	97 m ²	66 708	110 m ²	65 443	109 m ²
Equiperment de la maison	91 367	149 m ²	97 464	161 m ²	108 494	181 m ²
Culture loisirs	61 426	100 m ²	71 968	119 m ²	45 696	76 m ²
Bricolage, jardinage, fleurs	221 840	361 m ²	199 803	330 m ²	158 033	264 m ²
Divers	144 596	235 m ²	139 318	230 m ²	134 594	225 m ²
total	787 441 m ²	943 m ²	796 559 m ²	951 m ²	659 889 m ²	856 m ²

A l'échelle d'un périmètre de 30 mn de voiture (soit un peu moins large que la zone de rayonnement métropolitain total), il n'y a pas de suréquipement en grandes surfaces non alimentaires, les densités relevées étant conformes à celles observées dans des métropoles comparables.

Pour le secteur clé de l'équipement de la personne, la densité de 97 m² se situe dans la fourchette de 90-110 m² pour 1.000 habitants que nous relevons généralement pour les grandes villes et métropoles françaises

Couverture des marchés : analyse de l'offre et de la demande

Analyse des densités commerciales (tous formats)

Distinction entre commerce de proximité et commerce anormal (de destination):

- périmètre zone de rayonnement métropolitain
- Densité exprimée en nombre d'unités pour 10.000 habitants

Équipement commercial (pour 10 000 habitants)	zone 1	zone 2	Zone totale rayonnement métropolitain	Montpellier commune	Languedoc- Roussillon	Province	France
Supermarché	1,3	1,4	1,4	1,1	1,6	1,8	1,6
Supérette	1,1	0,9	1,1	0,8	1,1	0,9	0,8
Épicerie	4,7	5,4	5,0	6,1	5,7	3,8	4,1
Boulangerie	7,3	8,9	8,0	7,3	9,4	7,8	7,1
Boucherie Charcuterie	3,6	4,5	4,0	4,3	4,6	3,8	3,5
Produits surgelés	0,3	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Poissonnerie	0,7	2,1	1,3	0,8	1,0	0,5	0,4
Droguerie quincaillerie bricolage	1,3	1,2	1,3	0,9	1,6	1,6	1,4
Fleuriste	2,5	3,2	2,8	1,8	3,1	3,3	3,1
Coiffure	13,5	15,3	14,2	12,6	15,0	13,6	12,5
Banque, Caisse d'Épargne	7,2	5,2	6,4	7,0	5,6	5,5	5,3
Bureau de Poste	1,1	2,0	1,4	0,7	2,2	1,7	1,5
Agence immobilière	21,3	15,2	18,9	20,5	16,2	10,2	10,5
Blanchisserie-Teinturerie	2,7	2,0	2,4	2,6	2,0	1,7	1,9
Soins de beauté	9,4	10,5	9,8	7,4	8,8	6,7	6,3
Sous-total proximité	78,1	78,0	78,0	74,2	78,1	63,2	60,3
Magasin de vêtements	14,9	11,8	13,6	15,9	12,4	10,9	10,9
Magasin de chaussures	2,6	1,9	2,3	3,1	2,1	2,0	1,9
Parfumerie	2,2	0,9	1,7	2,5	1,3	1,2	1,3
Horlogerie Bijouterie	2,2	1,0	1,7	2,5	1,6	1,3	1,4
Librairie	2,7	3,2	2,9	3,1	3,0	2,6	2,7
Magasin d'articles de sports et de loisirs	3,3	3,5	3,4	1,8	2,9	2,4	2,1
Magasin d'électroménager et audio-vidéo	1,5	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,3
Magasin de meubles	3,3	2,4	3,0	1,4	2,3	2,2	2,1
Magasin d'équipements du foyer	2,9	2,0	2,5	2,5	2,3	2,2	2,1
Magasin de revêtements murs et sols	0,2	0,0	0,1	0,2	0,1	0,2	0,3
Sous-total commerce anormal	35,8	28,0	32,6	34,4	29,5	26,3	25,9
TOTAL GÉNÉRAL Hors restauration	113,9	105,9	110,7	108,6	107,6	89,5	86,2
Restaurant	41,6	39,2	40,6	43,2	38,5	27,4	27,6

Source : Insee / Base permanente des équipements (Commerces 2013, Services 2013)

Couverture des marchés : analyse de l'offre et de la demande

Analyse des densités commerciales (tous formats)

Une densité commerciale très homogène à toutes les échelles de l'armature commerciale

- De l'échelle de la commune à la région, le nombre de commerces par habitants varie très peu, autour de 110 commerces pour 1.000 habitants
- Ce constat vaut pour le commerce de proximité, comme pour celui de destination
- Ce niveau de densité commerciale est supérieure à la moyenne nationale (+24%) mais très proche de la moyenne régionale
 - Il concerne le grand commerce (voir pages précédentes) mais aussi le petit commerce (qui représente en ordre d'idée 85% du nombre d'unités commerciales)
 - il traduit la présence de facteurs dynamisants (comme le tourisme)
 - À noter également la forte surreprésentation de l'offre de restauration

Cette dimension équilibrée est également illustrée par les niveaux de vacance relativement faibles (sauf le centre-ville, dans la moyenne des grandes agglomérations) relevés à partir des périmètres de la base de données Codata en avril 2014 (pôles structurants) :

- Centre-ville : 6,6% (6% en moyenne pour les agglomérations de plus de 500.000 habitants en 2012)
- Centres commerciaux : 1,8% (moyenne France : 7,6% en 2014 – source Procos)
- Zones commerciales : 4,3% (moyenne France : 5,5% à fin 2013 - source Procos)

105

Les projets commerciaux

		surface de vente	CDAC/ CNAC	stade amont / étude
Noyau urbain	ODE	61 500 m ²	attente CNAC	
	Polygone Saint Roch	3 400 m ²	x	
	Jeu de Paume	6 500 m ²	x	
	avenue Raymond Dugrand	10 000 m ²	en partie	
	ext. IKEA	5 200 m ²	x	
	extension Polygone	22 000 m ²		x
	extension Odysseum	15 000 m ²		x
sous total		123 600 m²		
autres pôles aggro.	ext. ZAC St Antoine St Aunès	8 750 m ²	x	
	Décathlon St Clément de R.	5 250 m ²	x	
	Truffaut St Clément de R.	7 920 m ²	x	
	ext. Casto Saint Clément	2 800 m ²	x	
	sous total	24 720 m²		
diffus zone 1		7 800 m²	x	
total zone 1		156 120 m²		
zone 2		6 000 m²		
TOTAL ZONE DE RAYONNEMENT		162 120 m²		
dont autorisés en CDAC (yc ODE)			112 020 m ²	
dont purgés			50 520 m ²	

source : Préfecture de l'Hérault - CNAC

Une dynamique commerciale qui concerne principalement l'agglomération et son noyau urbain dense

Attention néanmoins aux projets de périphérie « classiques » aux franges du périmètre Agglo-SCOT qui peuvent venir parasiter l'ambition d'intégration urbaine des grands projets commerciaux : Saint-Aunès (ouverture de

Synthèse partie II

Les caractéristiques d'un territoire bien équipé et équilibré

- Pas de surdensité commerciale, un niveau d'équipement en ligne avec celui d'une grande métropole française
- Un maillage bien hiérarchisé qui couvre l'ensemble des échelles de rayonnement proximité / structurant / rayonnant
- Une répartition géographique des pôles cohérente avec l'armature urbaine
- Peu de vacance commerciale sur les pôles structurants de la métropole...

Concentration et mise en réseau de l'offre rayonnante

- **L'hypercentre (continuité des linéaires marchands)** a conservé sa place et son statut dans l'armature commerciale
 - Attention : si le CA de l'hypercentre est celui d'une métropole, le commerce de rue (Ecusson) affiche un volume de CA relativement médiocre
- **Le noyau urbain métropolitain (continuité par réseau tramway)** représente près de la moitié du CA des pôles structurés
 - Et ce noyau urbain concentre 75 % de la surface de vente projetée au sein de la métropole

Une dynamique de projet

- Un trend de 15.000 à 20.000 m² de vente autorisés par an
- Les 100.000 m² en cours de validation et d'étude (ODE + ext. Odysseum + ext. Polygone) représentent à eux seuls 5 à 7 années de ce trend de croissance, ce qui correspond à leur échéance de réalisation (2020-2022 ?)



III- Eléments de prospective générale à moyen-long terme

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Depuis 10 ans, le contexte commercial en France a radicalement changé :

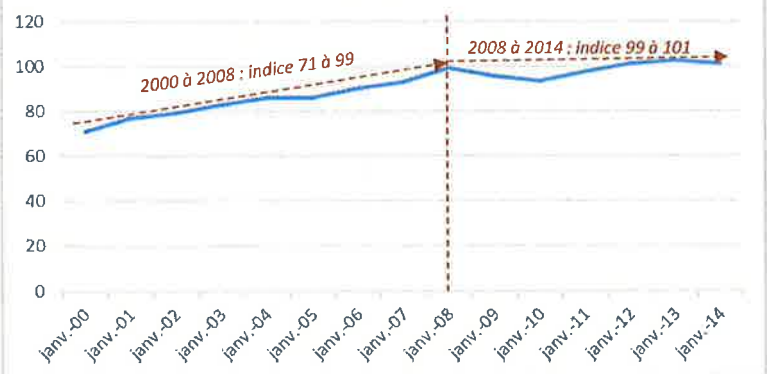
Après une période de relative prospérité qui a duré jusqu'au milieu des années 2000, l'activité commerciale est rentrée en 2008/2009 dans une phase de stagnation durable ...

... malgré ce, les surfaces commerciales ont continué de se développer sur le territoire.

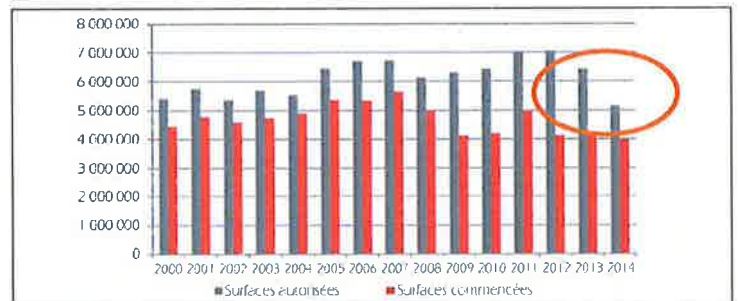
Le volume de surfaces mises en chantier est resté inchangé depuis 2009.

2014 marque cependant une baisse significative des surfaces autorisées (-20%), annonçant une tendance à la baisse des surfaces développées dans les prochaines années.

Progression du CA du commerce de détail depuis 2 000
(source : INSEE)



Evolution annuelle des surfaces de plancher commercial autorisées par les permis de construire, et de la part de ces surfaces mises en chantier (données en m²)



Source : Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie - data St@del

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Malgré la crise économique, l'immobilier commercial en France est un placement rentable, qui continue à attirer des capitaux

Rendement global (incluant le loyer et la revente des actifs) des actifs d'immobilier commercial en France sur 10 ans : 12% / an.

Le commerce est le type d'actifs immobilier le plus rentable.

Les transactions financières sur de l'immobilier commercial sont élevées : 7,7 milliards d'euros en 2014.

Néanmoins, à l'image de l'ensemble du secteur immobilier, les performances financières des actifs commerciaux restent inférieure aux taux pré-crise de 2008

Performance des différents types d'actifs immobiliers en France (sources : IPD et EPPC):

Historical index performance



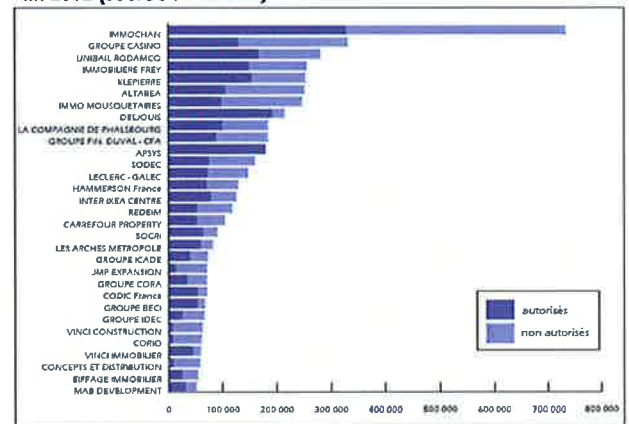
De plus, les groupes de grande distribution alimentaire sont historiquement très présents en France.

La plupart d'entre eux (Auchan, Carrefour, Casino, groupements Immo Mousquetaires et Leclerc) exercent le métier de promoteur / foncière pour soutenir le développement de leurs enseignes.

bérénice

→ Conséquence directe : le secteur de l'immobilier commercial en France (promoteurs et foncières investisseurs) est très structuré et a une capacité d'investissement importante.

Classement des promoteurs en volumes de m² développés à fin 2012 (source : PROCOS) :



Mo

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Le contexte économique n'a pour l'instant pas favorisé de repli général de la part des enseignes, qui souhaitent conserver leurs parts de marché et leurs implantations sur l'ensemble du territoire. Les dernières années ont néanmoins vu des changements importants dans le positionnement des différents acteurs.

Les enseignes dont le maillage couvre l'ensemble du territoire adoptent **une stratégie de développement plus sélective**

Cf. ci-après pour le focus sur les formats de vente plébiscités.

Néanmoins, les processus de rationalisation de la chaîne d'approvisionnement et de négociation avec les fournisseurs poussent certaines enseignes à poursuivre leur développement de façon extensive, afin de conserver des parts de marché et une « taille critique » de négociation.

Sur le marché alimentaire, et dans la même logique, on observe un rapprochement des principales centrales des distributeurs (Carrefour et Cora, Auchan et Système U ...)

Les **marques - enseignes** qui développent un concept de vente fortement **différenciateur** (Ikea, Zara, Apple Store ...) ont bien résisté à la crise sur le marché français, grâce à la force de leurs concepts mais également par un maillage plus fin du territoire

Sur les marchés les plus en difficulté, certaines commencent à stagner : c'est le cas d'Ikea.

L'arrivée de « **category killers** » capables de prendre dès les premières années d'implantation des parts de marché significatives (hier Ikea sur le meuble, aujourd'hui Primark sur le textile, demain Costco sur la grande distribution) peut remettre en question les modèles économiques d'activités entières.

Sur le meuble, Fly (Groupe Rapp), concurrent direct d'Ikea, a déposé le bilan en 2014.

Sur le textile, l'arrivée de Primark en France amène ses concurrents directs à revoir leurs étiquettes de prix, la rotation de leurs stocks et l'ensemble de leur chaîne de valeur (c'est par exemple le cas de Kiabi, ou du repositionnement – raté – de La Halle

A un tout autre niveau, le secteur du commerce spécialisé reste très créatif et attractif, et chaque année voit l'arrivée de **nouveaux concepts** d'enseignes qui rencontrent un beau succès sur un positionnement de niche

Quelques exemples : « Sports d'Époque » (maillots historiques de grandes équipes sportives), The Kase (habillage de smartphones), La Chaise Longue (décoration), Art Of Soule (espadrilles), Não do Brasil (chaussures et tongs)...

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Les comportements des consommateurs ont également beaucoup évolué en 10 ans, avec plusieurs tendances majeures :

L'essor du e-commerce, dont les parts de marché sur l'ensemble des activités non-alimentaires sont passées de quasiment 0% en 2000 à 9% en 2014.

Cf. ci-après.



Logo Amazon

Une plus forte demande pour une localisation de proximité, afin de faire face aux besoins de consommation courante.

Cette tendance s'explique par plusieurs facteurs : la progression des coûts de déplacements, le vieillissement de la population, la réduction de la taille des ménages et la concentration de petits ménages en centre-ville, la volonté des enseignes de se rapprocher d'une clientèle urbaine plus aisée, les stratégies de maillage plus fin du territoire par les enseignes.

De nouveaux concepts commerciaux de proximité sont ainsi apparus, principalement sur l'alimentaire : Daily Monop', Carrefour City, Inter Express, A 2 Pas (Auchan), Leader Price Express...



Inter Express (e-marketing.fr)

Le souhait de « mettre fin à la corvée des courses » et le développement fulgurant du modèle des drives alimentaires

2.800 drives recensés en janvier 2015, contre quasiment aucun cinq ans auparavant (les hypermarchés, au nombre d'environ 2.000, ont été dépassés en mars 2014).

Ce phénomène « éclair » devrait néanmoins se tasser dans les prochaines années, pour des raisons de réglementation, mais également pour des raisons économiques avec des questions de rentabilité et de saturation du parc.



Photo Chronodrive

Le développement du commerce sur les lieux de transit (principalement les gares, mais également les aéroports), afin de répondre à une demande croissante de la part des voyageurs souhaitant optimiser leurs temps d'attente et leurs déplacements.



A2C, filiale « commerces » de la SNCF

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Focus sur le e-commerce Le marché français en 2015

Les années 2000 ont vu l'essor du e-commerce à grande échelle. **Alors qu'en 2000, les parts de marché d'Internet dans les ventes globales (toutes activités, hors alimentaire) étaient négligeables, elles ont atteint 3,6% en 2007, puis 8% en 2013.**

Hors alimentaire, les ventes en ligne représentent 9% du commerce français hors alimentaire sur l'année 2014 (Source FEVAD).

Certaines activités sont particulièrement concernées : l'équipement de la maison (12% de parts de marché du e-commerce°, l'électroménager (18%), les produits culturels ...

Les raisons de ce développement spectaculaire sont nombreuses. On peut en identifier 5 principales :

Explosion de l'équipement des foyers en accès Internet;

Familiarisation des clients avec l'outil web, et levée progressive des réticences initiales sur la sécurisation des données de paiement ;

Essor de l'Internet mobile et des « smartphones »;

Stratégies prix agressives des nouvelles enseignes du web, les « pure players » (C Discount, Pixmania, ...), qui prennent le risque de s'endetter lourdement sur leurs premières années d'exercice en misant sur la reconnaissance de la marque à long terme;

Stratégie de développement web de l'ensemble des distributeurs français, qui après les réticences initiales sur les risques de cannibalisation entre magasins et site Internet, ont tous intégré cet outil comme un support de vente indispensable.

Il est aujourd'hui difficile d'évaluer l'apport net du développement du e-commerce pour l'économie française. Il a certes permis la création de nombreuses entreprises qui ont pris le relais des anciens spécialistes de la vente à distance (les « vénédictes ») et qui cherchent aujourd'hui à se développer à l'international – citons par exemple vente-privée.com.

Mais de nombreuses enseignes traditionnelles ont payé le prix de ce développement : si la déconfiture de Virgin ou du réseau Chapitre.com a été fortement médiatisée, certains distributeurs emblématiques comme la Fnac ou Darty subissent de plein fouet le report des ventes sur Internet.

Mais on observe également que certaines activités jugées auparavant peu compatibles avec la vente à distance se développent de plus en plus via le e-commerce. La filière optique est un exemple intéressant, avec le développement récent de nombreux sites dédiés (easy-verres.com, evioo.com, direct-optic.fr ...). Avant l'optique, le prêt-à-porter avait également connu un essor important sur Internet, battant en brèche les réticences quant à l'impossibilité d'essayer les produits avant achat (parts de marché du e-commerce dans le prêt-à-porter et les produits textiles en 2013 : 12%)

Enfin, sur certaines activités d'échanges ne relevant pas du commerce physique, le développement de nouvelles formes de services entre particuliers pourrait avoir un impact très fort : voir l'essor du site « AirB'n'B » et la perte conséquente pour l'ensemble du secteur hôtelier, ou encore les velléités du site « Uber » de s'implanter en France pour concurrencer les taxis.

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Focus sur le e-commerce

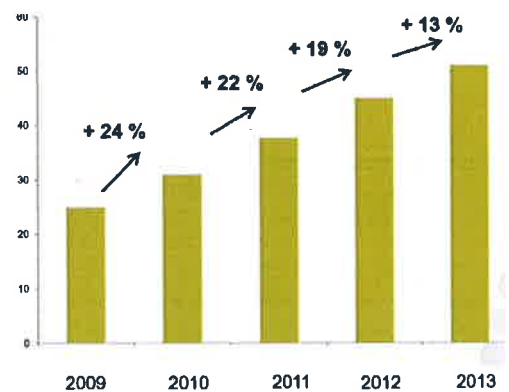
Les projections à 10 ans

Avec 9% des ventes hors alimentaire en 2014, le e-commerce n'a pas encore atteint son rythme de croisière en France, et présente encore une forte marge de progression, si l'on en croit l'exemple britannique : le e-commerce y représentait déjà 14% des ventes en 2014... le Javelin Group estimant que cette part de marché pourrait s'établir à 34% à horizon 2020 (chiffre incluant néanmoins la part de ventes réalisées au travers de commandes internet effectuées dans les magasins).

Certes, la Grande-Bretagne présente des spécificités qui expliquent les différences dans le poids respectif du e-commerce sur les deux marchés : faiblesse des centres-villes marchands de grandes agglomérations, nombre de sites Internet marchands deux fois supérieurs... Néanmoins la comparaison entre les deux pays peut donner une tendance quant à l'évolution du e-commerce en France.

Les spécialistes du secteur s'accordent ainsi sur **une part de marché du e-commerce de 15% en France à l'horizon 2020**. On estime qu'à 15%, le marché devrait s'établir à un premier palier au-delà duquel il sera plus difficile de progresser, en particulier pour des raisons de modèle commercial – cf. l'avènement du **cross canal**.

Le **cross canal** renvoie au recours à plusieurs média et supports de vente (site internet d'une marque ou enseigne, places de marché internet, magasins physiques) dans le parcours d'achat d'un produit. Il décrit la complémentarité entre ces différents vecteurs, complémentarité que les enseignes vont de plus en plus chercher à développer dans un souci d'efficacité. Le terme de « cross-canal » s'oppose à celui de « multi canal », utilisé jusqu'à récemment pour décrire un modèle linéaire dans lequel le consommateur utilise le même vecteur d'achat tout au long de la vente.



Ventes du e-commerce en France : une progression continue, mais qui devrait atteindre un palier à horizon 2020-2025



Point tag Monoprix



Point retrait des achats passés en ligne Nespresso

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Focus sur le e-commerce

Les projections à 10 ans (suite)

Les magasins physiques tiennent un rôle primordial dans le modèle commercial du cross canal. Espaces de mise en valeur des produits, ils permettent de garder le contact avec le client qui de plus en plus pousse leurs portes après une première expérience sur internet (que cela soit une expérience sur le site de la marque ou de l'enseigne, ou sur les réseaux sociaux pour trouver des informations non biaisées et des retours d'expériences sur la qualité d'un produit). Ils vont néanmoins devoir s'adapter à ce modèle, au travers de plusieurs évolutions :

Aménagements des espaces intérieurs pour mieux « scénariser » la présentation des produits (logique du show room) ;

Intégration des nouvelles pratiques de marketing et de vente (techniques de géolocalisation des clients, développement des interfaces digitales, vitrines digitales ...) ;

Adaptation de la logistique associée, selon que le magasin ne fait plus office que d'espace d'exposition (surfaces planchers réduites), ou permet également de retirer des colis commandés.

Néanmoins, même si le modèle du cross canal réhabilite l'importance du point de vente physique dans le circuit d'achat, la part relative des achats commandés sur Internet et livrés à domicile continuera d'augmenter pour atteindre les 15%. Cette tendance peut avoir un impact direct sur les équipements commerciaux des territoires, à au moins deux niveaux :

Réduction des surfaces commerciales et des points de vente pour optimiser les coûts des enseignes, et répondre à la diminution de la part relative des magasins dans leurs chiffres d'affaires globaux. En Grande Bretagne, le Javelin Group estime ainsi que le nombre de points de vente physiques des enseignes spécialisées (hors alimentaire) devrait diminuer de 25% entre 2010 et 2020. S'il n'existe pas d'étude comparable en France, et si les caractéristiques de l'équipement commercial français peuvent permettre de minimiser ces prévisions (cf. importance du commerce de centre-ville et des grands centres de périphérie en France), **il semble raisonnable d'envisager une réduction des surfaces commerciales due à l'essor du e-commerce, à volume de population égal.**

Augmentation des besoins logistiques en surfaces de stockage, pour répondre au développement continu des livraisons à domicile ou dans des points relais. A ce titre, les différentes problématiques logistiques liées au développement du e-commerce (mutualisation des capacités de stockage pour les livraisons à domicile, problématique de la logistique du dernier kilomètre dans les centres-villes et les pôles urbains denses ...) sont à intégrer dans les réflexions d'aménagement commercial des collectivités.

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Dans ce contexte (stagnation des CA des enseignes, développement soutenu des promoteurs / foncières, nouveaux concepts de vente, évolution de la demande des consommateurs ...), les types d'actifs commerciaux plébiscités évoluent

Les enseignes deviennent plus exigeantes sur l'offre de locaux à leur disposition. L'arbitrage devient primordial entre la valeur ajoutée des lieux (principalement constituée par les flux clients, et aussi pour certaines enseignes haut de gamme, par l'effet d'adresse) et les loyers demandés.

Les deux grandes tendances de l'immobilier commercial des 5 dernières années suivent cette logique :

Reprise du développement de centres commerciaux régionaux « premium » de plus de 120 boutiques et 50.000 m² GLA

Les foncières cherchent à créer un « effet premium » sur une zone de chalandise large (plus de 1 M d'habitants à 45 minutes de route), afin de proposer aux enseignes un flux de clients conséquent, permettant de justifier des loyers élevés.

Pour ce faire, les opérateurs s'appuient sur une offre d'enseignes très large, et sur des prestations haut de gamme, que cela soit dans l'architecture des lieux ou dans les services proposés aux clients.



Aéroville à Roissy (Unibail-Rodamco)



Quartz à Villeneuve-la-Garenne (Altarea)



Le Carré Jaude à Clermont-Ferrand (Klepierre)



Les Terrasses du Port à Marseille (Hammerson)

MB

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Dans ce contexte (stagnation des CA des enseignes, développement soutenu des promoteurs / foncières, nouveaux concepts de vente, évolution de la demande des consommateurs ...), les types d'actifs commerciaux plébiscités évoluent

Développement massif du modèle des « retails parks » en périphérie

Les enseignes d'entrée de gamme à la gamme moyenne qui souhaitent améliorer leur taux d'effort (= ratio loyer + charges / CA) plébiscitent de plus en plus des emplacements en périphérie leur garantissant des flux importants, pour des charges réduites.

Les modèles de vente évoluent en ce sens : des enseignes telles que Maisons du Monde ou Orchestra ne se développent plus qu'en périphérie, sur des formats de plus de 3.000 m².

Des enseignes d'équipement de la personne historiquement implantées en centres-villes et centres commerciaux (Celio, Mango, mais aussi Sephora ...) tournent également une partie de leur développement vers la périphérie.

Les retails parks, centres commerciaux à ciel ouvert avec des surfaces de stationnement partagées, apportent ce type d'offre, à un coût réduit (coûts de construction faibles et charges minimales puisque très peu de locaux partagés). Ils proposent des locaux de taille supérieure à ce qui peut être trouvé en centre-ville, à des coûts plus compétitifs, le tout sur des axes majeurs de flux et consommation.



Cap Bernard à Ville-la-Grand
(CIS)



L'Atoll à Angers (Compagnie de Phalsbourg)



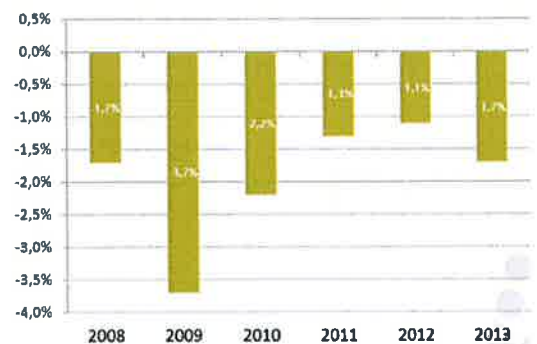
O'Green à Agen-Boé (Frey)

MT

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Dans un contexte de fréquentation qui n'est pas toujours au rendez-vous, la concurrence entre sites s'accroît ... et la prime va à la taille

La fréquentation des centres commerciaux est en baisse depuis 2008 :

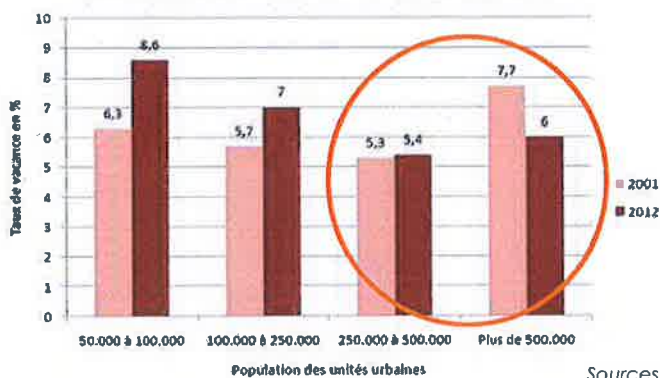


Dans ce contexte, seuls les sites commerciaux majeurs (centres-villes et centres commerciaux) parviennent à stabiliser leur taux de vacance.

Source : CNCC

La vacance dans les centres villes

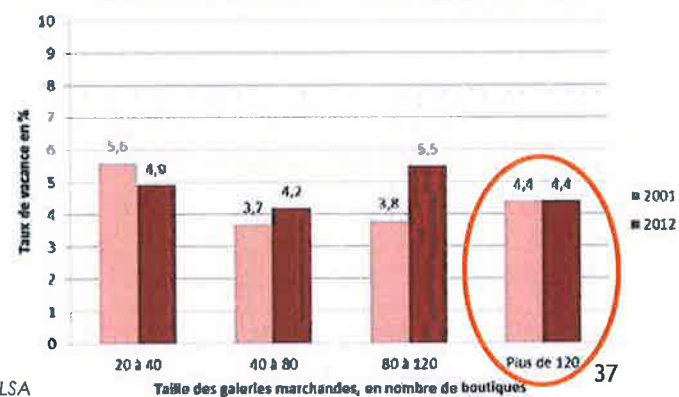
Evolution de la vacance commerciale dans les centres villes, selon la population de leur unité urbaine d'appartenance



Sources : PROCOS / LSA

La vacance dans les centres commerciaux

Evolution de la vacance commerciale dans les centres commerciaux, selon la taille de leur galerie marchande



37

Synthèse générale sur les forces et faiblesses de l'armature commerciale

Une dynamique métropolitaine qui profite à l'armature commerciale

- Rayonnement à large échelle (+800.000 habitants) pour les grands pôles : hypercentre, Odysseum, Route de la Mer... seuil d'attractivité suffisant pour les acteurs leaders nationaux et internationaux de la distribution
- Très forte croissance urbaine et démographique, qui concerne également l'agglomération dense (effet tramway, grands projets urbains)
- flux touristiques, et localisation de la métropole sur des axes de communication majeurs

Une armature hiérarchisée et équilibrée

- Des pôles à vocation « régionale » bien intégrés dans le réseau de transport métropolitain
- Un maillage périphérique complémentaire qui répond aux besoins occasionnels sur les différents sous-secteurs géographiques de l'agglomération
- Un maillage de proximité qui couvre les besoins courants
- Des niveaux d'équipements (tous formats et secteurs confondus : grand/petit commerce, proximité/destination) significatifs, sans atteindre des niveaux de surdensité => pas de phénomène de vacance marquée dans le tissu commercial des pôles structurants

MAIS :

- Un niveau de revenu « moyen - », un taux de chômage significatif (=> revers de l'attractivité montpelliéraine et des faiblesses historiques d'une partie du système productif)
- Un commerce dans les rues historiques qui est le maillon faible de l'armature rayonnante
- Des pôles de périphérie qui font pression, hors périmètre institutionnel Agglo, et qui risquent de parasiter la hiérarchie de l'armature métropolitaine, et l'ambition d'intégration urbaine

Direction de l'Espace Public
Service Affaires économiques

Mairie de Montpellier
1 Place Georges Frêche
34267 Montpellier Cedex 2
Téléphone 04 67 34 70 00
Fax 04 67 34 59 79

Montpellier, le 1^{er} décembre 2015
Réf. : 202991

Affaire suivie par :
Sylvie BELLANGER

Tél : 04.67.34.73.25
Fax : 04.99.06.07.00



COMMISSION ACCESSIBILITE ET ATTRACTIVITE DU CENTRE VILLE
Réunion du 24 novembre 2015

PARTICIPANTS

Pour la VILLE

Mylène CHARDES, adjointe au Maire Plan de déplacements urbains
Brigitte ROUSSEL-GALIANA, adjointe au Maire Commerce et artisanat
Christian FINA, Directeur général des services Ville et Montpellier Méditerranée Métropole
Frédéric VINSON, Cabinet du Maire
Patrice BONNIN, directeur Mission Grand Cœur
Karim AIDOUNE, Mission Grand Cœur
Vincent MEYER, service Déplacements – DAP
Philippe MALACAN, Direction Génie urbain
Stephane LOPEZ, Directeur adjoint Espace public
Sylvie BELLANGER, service Affaires économiques - DEP

Pour la CCI

Sylvie FONTAINE, VP Commerces
Mohamed AFENNICH, directeur dynamique du territoire
Bruno BOUTERIN
Eva LACROIX

Pour la Chambre de Métiers

Claude LOPEZ, Président

Pour le CLIP

Jean-Pierre TOUCHAT, syndicat professionnel des halles et marchés
M. MAURIN, CAPEB/UPA
M. BLANC, CAPEB/UPA
Eric BALANDRAUD, UNAPL
Lionel DAULY, FADUC
Alain SIMON, FADUC

PROJET FISAC CENTRE-VILLE (Mission Grand Cœur)

Voir document en annexe

Il a été proposé que cette commission soit également le lieu de pilotage du dossier déposé à la DIRECCTE avant la fin du mois de janvier 2016 (Conseil municipal du 28 janvier) pour une mise en œuvre à la mi-2016.

Sont proposés les actions suivantes :

Mise en accessibilité des commerces (aide financière)

Il est proposé que la Chambre de métiers soit, à l'instar de la CCI, un des guichets pour Le dépôt des demandes de subventions des artisans.

Halles Laissac (MGC)

Les nouvelles halles Laissac peuvent être subventionnées pour le gros œuvre d'une part (20% du marché des travaux) et pour les aménagements intérieurs d'autre part. Pour ces derniers, il est convenu d'étudier la possibilité que chaque commerçant puisse obtenir une aide pour l'aménagement de son étal dans les futures halles (20% du montant des travaux comme pour le gros œuvre).

Application Keetiz (CCI)

Application fonctionnant comme une carte de fidélité auprès des commerçants. Etudier le développement sur Montpellier

L'UNAPL souhaite également que soit étudiée une application spécifique aux taxis. Il est précisé que cela a été évoqué à la commission municipale des taxis dans le cadre de l'open data et que l'étude est intégrée au dossier de la Ville respirable.

Visio commerce (CCI)

Il est proposé de reconduire cette journée au cours de laquelle les développeurs d'enseignes sont accueillis par la CCI et les collectivités afin de leur présenter le territoire et les opportunités d'implantation. Certains participants regrettent que cela favorise ainsi les enseignes de grande distribution. Il est souligné que les enseignes ciblées sont celles qui ne sont pas présentes sur le territoire car l'objectif n'est pas de concurrencer les commerces existants mais au contraire de faire venir de nouvelles locomotives.

Promotion des Halles et des marchés (DEP)

Le syndicat professionnel souligne la difficulté de remplir la condition d'un cofinancement à hauteur de 30% par une association de commerçants. Les commerçants des halles et marchés ne sont pas tous adhérents au syndicat et ne sont pas regroupés au sein d'une association spécifique par halles ou marché.

Le syndicat souhaite que soit également étudiée la possibilité d'une action relative à l'interdiction des sacs plastiques jetables à compter de 2016 (aide pour l'achat de sacs recyclables)

Il est convenu d'en discuter au sein de la commission municipale des halles et des marchés.

Promotion d'un circuit des métiers d'art (DEP)

L'artisanat d'art est compétence Métropole assurée par la DEP. L'action sera développée avec l'office du Tourisme ; la CDM et la CAPEB demandent à être associées.

Il est précisé que certaines actions qui avaient été proposées ne peuvent être retenues car elles ne répondent pas aux critères d'éligibilité du FISAC :

- Ne peut être sur le même territoire et avec le même objet qu'une action subventionnée par le FISAC dans un passé inférieur à 2 ans
- Ne peut être additionné à une autre subvention d'Etat sur le même dossier
- **Pas** de début d'action avant la notification de la subvention FISAC

Chèques parking (déjà subventionnés par le FISAC dans le dossier précédent 2012-2014), relocalisation provisoire des commerçants Laissac (travaux démarrant avant la notification de subvention du FISAC), aménagement des locaux artisanaux rue du Général Vincent (déjà subventionnés par l'ANRU), Cœur de ville en lumière (partenariat privé).

Dossier Ville respirable (DGU/DAP)

La Ville de Montpellier a été retenue dans le cadre de l'appel à projets. Deux actions principales pour l'accessibilité du centre-ville : refonte du fonctionnement de la zone piétonne et services de livraison. Ces actions ne peuvent bénéficier du FISAC puisque étant déjà subventionnées par l'Etat mais seront présentées au CLIP.

Un nouveau point sera fait avant l'arrêt du dossier en Conseil municipal et dépôt de l'appel à projet à la DIRECCTE.

ACCESSIBILITE DU CENTRE VILLE

Pour l'UNAPL, le problème essentiel est celui de l'accessibilité au sens large.

- accessibilité PMR lors des chantiers et travaux

Il est demandé d'avoir communication du programme pluriannuel de mise en accessibilité de l'espace public

- accessibilité pour les commerçants et artisans à l'aire piétonne

Le CLIP demande un accès libre à l'aire piétonne jusqu'à 10h du matin pour les commerçants et de faciliter l'accès des artisans venant faire des chantiers dans l'Ecusson.

- accessibilité voiture au centre-ville

Pour la FADUC les problèmes d'accessibilité véhicules et le coût du stationnement en centre-ville ont pour conséquence de faire « mourir » le centre-ville alors qu'en périphérie le stationnement est gratuit.

La FADUC réitère son opposition à ODE qui vient concurrencer les commerces du centre-ville qui subissent des contraintes beaucoup plus importantes.

Pour la CCI, la fermeture du Pont de Sète rend difficile l'accès au centre-ville et à certains parkings.

Mme CHARDES précise que la Ville a mis en place un certain nombre d'actions afin de faciliter l'accessibilité du centre-ville qui ne peut se résumer à la voiture :

Bouclage de la ligne 4 du tramway

Refonte du système d'accès à l'aire piétonne et du contrôle (Ville respirable)
Tarification des parkings au quart d'heure
Accessibilité PMR des espaces publics lors de chaque nouveau projet d'aménagement.

L'accès des artisans entre dans la problématique de refonte de l'aire piétonne. Le jalonnement routier sera amélioré si cela s'avère nécessaire.

M. MEYER (DAP – Déplacements) précise qu'aucune baisse de fréquentation des parkings du centre-ville n'a été enregistrée. Ceci montre que les parkings sont utilisés et donc que les usagers continuent de venir au centre-ville.

Il rappelle que les parkings souterrains ont un coût d'exploitation et que les commerçants d'Odysseum par exemple voient le coût de la gratuité du stationnement répercuté dans leurs charges.

Mme ROUSSEL-GALIANA informe les participants de l'opération promotionnelle mise en place dans certains parkings du 6 décembre au 3 janvier (4h = 4€). Le coût pour la Ville est d'environ 57 000€.

L'opération a été décidée sur des parkings qui ne sont pas remplis afin d'attirer une clientèle supplémentaire. Elle ne s'applique pas à Comédie puisque ce parking est traditionnellement saturé lors des fêtes de fin d'année.

Les membres du CLIP souhaitent que des opérations plus pérennes soient mises en place sur les parkings pour que les tarifs soient concurrentiels entre le centre et la périphérie.

- soit baisse du tarif en centre-ville : l'inversion tarifaire (1€ les deux premières heures),
- soit hausse du tarif en périphérie.

Mme CHARDES rappelle que la Ville n'est pas favorable aux tarifications qui incitent au stationnement longue durée alors que les commerces ont besoin de rotation des clients.

La FADUC, rejoint par les autres membres du CLIP, conclut sur le sentiment de ne pas être entendue et souhaite plus de visibilité sur les projets et le programme de la Ville pour le commerce et le centre.

Il est également demandé que soit communiqué régulièrement le planning des travaux prévus.

Mme Charde clôture la réunion en indiquant qu'ils ont bien été entendu, que la Ville a d'ores et déjà mis en œuvre des actions multiples pour le centre-ville et que seront étudiés l'amélioration du jalonnement et l'accès des professionnels à l'aire piétonne.

**PROGRAMME D' ACTIONS EN FAVEUR DU DEVELOPPEMENT
DU CŒUR MARCHAND DE MONTPELLIER**

**DEMANDE DE SUBVENTION AU FONDS D'INTERVENTION POUR LES SERVICES,
L'ARTISANAT ET LE COMMERCE (FISAC – EDITION 2015/2016)**



MAITRE D'OUVRAGE : VILLE DE MONTPELLIER

**MAITRES D'ŒUVRE : CCI DE MONTPELLIER ET CHAMBRE DE
METIERS ET DE L'ARTISANAT DE L'HERAULT
JANVIER 2016**



124

SOMMAIRE

A/ETUDE PREALABLE DE DIAGNOSTIC

- Etude préalable de diagnostic, synthétisant et actualisant les études commerciales réalisées depuis 2007 sur le centre-ville, réalisée en mai 2015 par Bérénice

B/ LES OBJECTIFS POURSUIVIS ET ACTIONS ENVISAGEES

- introduction détaillant les objectifs poursuivis et le programme envisagé dans le présent dossier, resituées dans l'ensemble des actions engagées

C/ PROGRAMME D'ACTIONS

- Descriptif détaillé des actions
- Phasage des actions
- Plan de financement annuel

D/ ANNEXES

- Tableau de synthèse de l'étude préalable
- Délibération du conseil municipal du 28 janvier 2016 de la Ville de Montpellier approuvant la demande de subvention au Fisac
- Comptes rendus des comités de pilotage des 24 novembre 2015 et 21 janvier 2016
- Courrier d'engagements de la Ville de Montpellier
- Relevé d'identité bancaire de la Ville de Montpellier

A/ETUDE PREALABLE DE DIAGNOSTIC

- Etude préalable de diagnostic, synthétisant et actualisant les études commerciales réalisées depuis 2007 sur le centre-ville, réalisée en mai 2015 par Bérénice



Assistance à la définition et la mise en œuvre d'une stratégie d'urbanisme commercial

« Mission 0 - Synthèse des diagnostics »

SERM

Document du 20 mai 2015



Sommaire

Avant-propos	p. 3
I. Rayonnement – territoire - chalandise	p. 5
II. L'armature commerciale	p. 12
III. Eléments de prospective à moyen-long terme	p. 27
Synthèse	p.38

Avant-propos - contexte

Depuis le SCOT de 2006, et le projet de SDUC de 2007, la métropole montpelliéraine ne s'est pas dotée d'une vision stratégique partagée en matière d'urbanisme commercial. Les démarches récentes sont restées isolées (cas du schéma d'urbanisme commercial réalisé par Bérénice pour la CCI en 2013) ou embryonnaires (révision du SCOT suspendue en 2014 après une courte phase de démarrage). Pour autant, après l'ouverture marquante d'Odysseum en 2009, ces dernières années ont vu l'émergence de projets commerciaux structurants, concernant le cœur urbain de Montpellier, ou son extension liée aux grands projets urbains de la métropole : nouvelles infrastructures (extension du réseau tramway, projet de gare TGV), nouveaux quartiers et équipements (Port Marianne)...

ODE, Port Marianne – Odysseum, l'extension physique de l'hypercentre (Bd du Jeu de Paume, Polygone Saint Roch, extension Polygone) participent tous d'une volonté de densification et d'intégration urbaine des fonctions commerciales dans le tissu urbain métropolitain. Cette perspective s'inscrit donc à rebours du modèle de développement historique « extensif » de la distribution moderne, en lien avec l'étalement urbain des dernières décennies, à Montpellier comme ailleurs en France. Cette dynamique montpelliéraine s'inscrit également dans un contexte de mutation profonde des comportements de consommation, et aussi des modèles de distribution.

Ainsi, la SERM souhaite se doter d'une vision stratégique renouvelée en matière d'urbanisme commercial, concernant prioritairement le cœur métropolitain de Montpellier.

Ce document s'efforce de rassembler de façon préalable l'ensemble des éléments de diagnostic concernant l'armature commerciale de l'aire urbaine montpelliéraine.

Avant-propos - méthodologie

Ce document comprend trois parties :

- Une partie territoriale, qui rappelle de façon concise l'échelle de rayonnement de l'armature commerciale montpelliéraine, et ses caractéristiques en termes de socio-démographie, et d'armature urbaine
- Une analyse de l'armature commerciale, en termes de : typologie, hiérarchie et puissance économique, analyse quantitative des marchés, projets...
- Une 3^{ème} partie prospective plus générale, mais qui nous servira ultérieurement pour les axes stratégiques.

La plupart des données, analyses, sont tirées d'études réalisées par Bérénice pour les acteurs du territoire : Agglomération, SERM/SAAM, CCI. Ces données ont été au besoin actualisées.

Ce document ne comprend pas à ce stade d'analyses détaillées des fonctions commerciales « noyau urbain métropolitain », qui fera l'objet d'un travail à suivre.



I- Rayonnement – territoire - chalandise

Les échelles de rayonnement de l'armature commerciale

L'armature montpelliéraine bénéficie d'une aire d'attraction très étendue, comprenant

- une zone principale dense de près de 500.000 habitants, correspondant à la sphère d'influence principale des pôles montpelliérains (achats courants, quotidiens hebdomadaires)
- Une zone complémentaire, englobant des villes relais – Sète, Lunel, Clermont L'Hérault, Lodève) et un arrière pays plus rural, pour laquelle Montpellier demeure la principale destination commerciale pour des achats occasionnels ou exceptionnels

Au total, la zone d'attraction métropolitaine dépasse 800.000 habitants (792.000 recensés en 2012). Ce niveau de rayonnement,

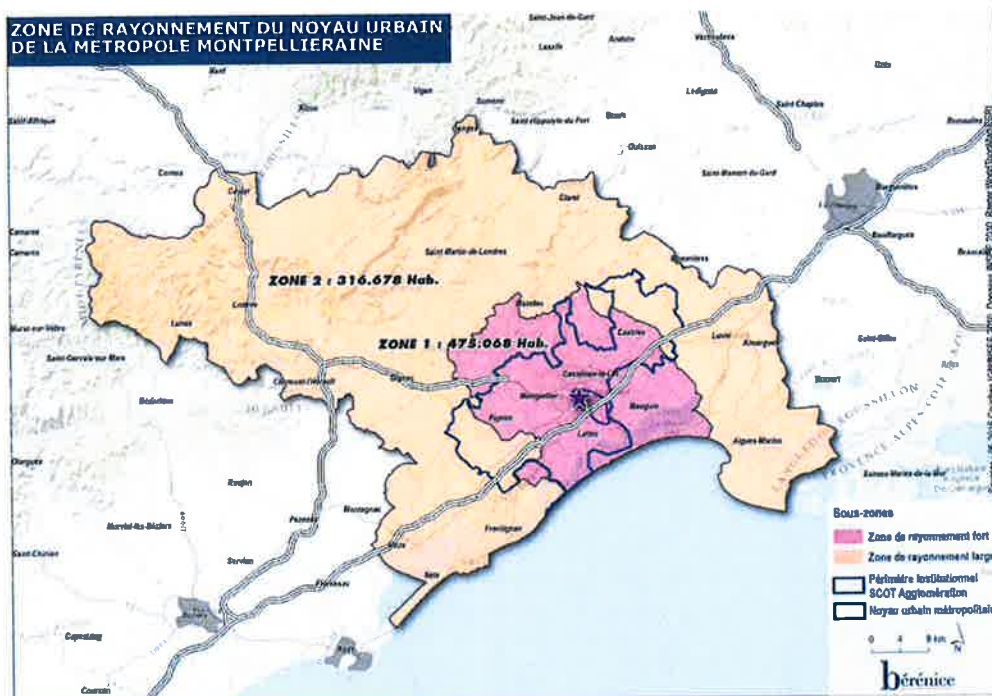
815.000 habitants fin 2015

Cette zone est limitée par:

- l'influence d'aires urbaines plus secondaires : Nîmes, Béziers
- Un temps d'accès maximal de 50-55 mn

Cette zone large comprend une zone principale de 475.000 habitants (en 2012 ; estimation 485.000 habitants en 2014)

Cette zone principale correspondant aux achats courants (quotidiens, hebdomadaires).



Les données prospectives - démographie

Les évolutions récentes

- Le territoire a poursuivi sa forte croissance démographique depuis 2006 : +1,47 % par an ; +9.400 habitants par an
- Ce rythme est nettement supérieur à la moyenne française : +0,65% en rythme annuel de 2006 à 2012
- Cette croissance reste soutenue pour Montpellier (commune) et son agglomération (+1,30%), même si elle est légèrement inférieure à celle de son arrière-pays (zone 2 : +1,78%)
- Les données récentes (2010-2012) ne mettent pas en évidence de ralentissement de cette croissance démographique : l'unité urbaine de Montpellier a ainsi gagné 16.000 habitants de 2010 à 2012, soit un rythme de croissance qui reste de l'ordre de +1,5% par an

Hypothèses de croissance démographique :

Même si les évolutions récentes ne le mettent pas (encore) en évidence, le rythme de croissance démographique est amené à ralentir à l'horizon 2020-2030, sous l'effet de la baisse du solde migratoire, et du ralentissement général à l'échelle française (structure de la pyramide des âges ; légère baisse des naissances et augmentation du nombre, Montpellier n'échappe pas à cette évolution)

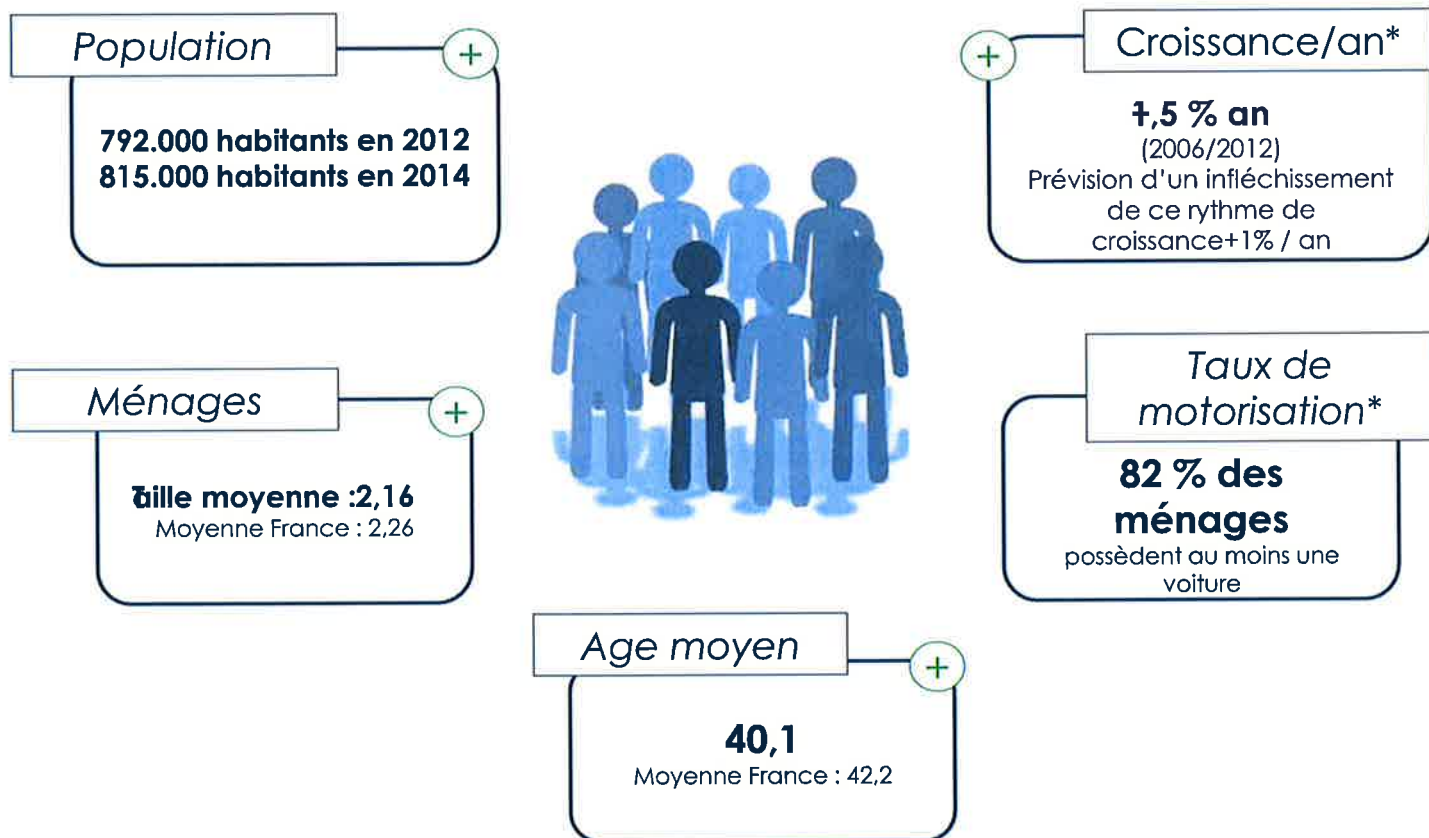
Nous avons retenu une hypothèse de croissance démographique annuelle de + 1 % sur la zone de rayonnement large comme proche. Il s'agit d'une hypothèse convergente entre les différentes analyses prospectives menées à différentes échelles (*)

- Hypothèses INSEE (mars 2012) pour le territoire Montpellier Agglomération : +1,1% pour le scénario maîtrisé
- Hypothèse retenue pour le travail de diagnostic de la révision du SCOT : +1% par an

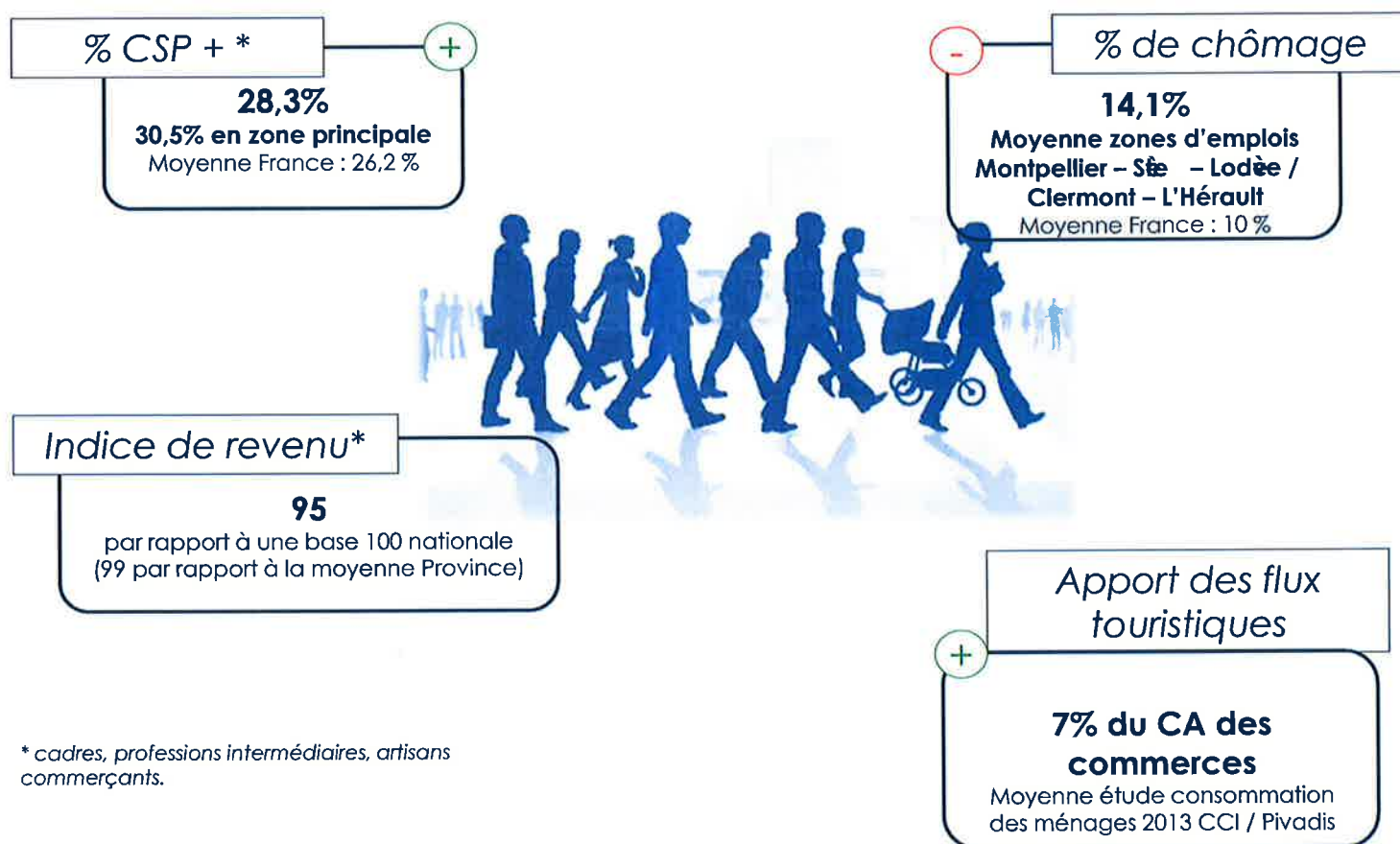
Ce niveau de croissance correspond à l'arrivée de 50.000 habitants d'ici 2020 sur le territoire de rayonnement métropolitain.

(*) notamment la note « Repères synthèse » n°2 de mars 2012 de l'INSEE : « Montpellier Agglomération : quels scénarios démographiques à l'horizon 2012 »

Synthèse socio-démographique



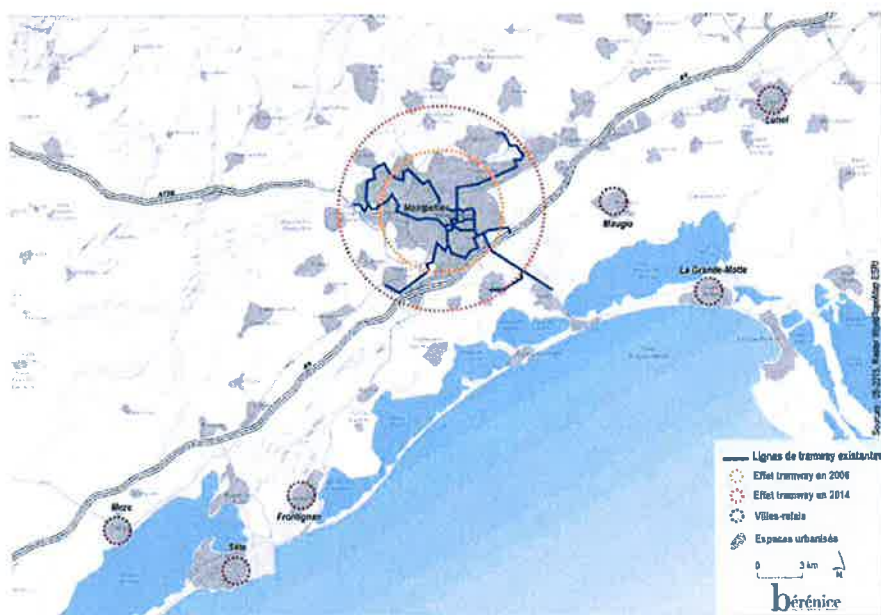
Synthèse socio-démographique



* cadres, professions intermédiaires, artisans
commerçants.

L'armature urbaine (source : diagnostic actualisé SCOT avril 2014)

De structuration classique de métropole, rôle moteur de Montpellier



Il « **Cœur d'Agglomération** », lieu de concentration des équipements structurants, qui se renforce (*) et s'étend (« effet tramway ») => contribution au rayonnement métropolitain

Des bourgs et villages en périphérie, qui connaissent un développement modéré => contribue à la « ville des proximités », un enjeu d'image et d'identité forte

Des villes – relais plus éloignées (et hors périmètre institutionnel SCOT) qui offrent un maillage de services et d'équipements en relais du Cœur d'Agglomération

La stratégie de développement urbain à l'horizon 2025 n'est pas encore écrite (révision du SCOT de 2006 en stand by). Sur autant, il est peu probable qu'elle remette en cause les orientations historiques du développement urbain, à savoir l'extension et la densification du cœur d'agglomération.

(*) les « communes tramway » concentrent 80% de la construction de logement au sein de l'Agglomération ; 50 % des emprises urbanisées entre 2004 et 2010 l'ont été dans les corridors du tramway (source : document de travail de diagnostic DBW Tetra avril 2014)

Synthèse partie I

Montpellier présente des caractéristiques métropolitaines affirmées :

La capacité à rayonner à large échelle, sur une zone de plus de 800.000 habitants

- Cette zone inclut des villes relais et moyennes, et un vaste arrière pays
- Un dynamisme démographique très fort

Cette zone présente des caractéristiques sociodémographiques proches de la moyenne l'ovince

- Une pyramide des âges un peu plus jeune
- Un profil un peu plus « métropolitain » sur l'agglomération de Montpellier même (CSP+)
- Mais aussi un taux de chômage plus élevé

Montpellier et son agglomération, moteur du développement pour la métropole et son arrière pays

- Effets structurels du tramway et des grands projets urbains de l'agglomération
- Répartition homogène de la croissance urbaine, de la ville centre à son arrière pays, dans un contexte national davantage marqué par la croissance péri-urbaine



II- L'armature commerciale

Synthèse rétrospective du développement commercial

Les années 1970 ont vu l'émergence des nouveaux formats commerciaux, qui structurent encore fortement après l'armature commerciale

- Début des années 1970 : ouverture des premiers hypermarchés sur l'actuelle route de la Mer : Montlaur (Carrefour) et Mammouth (Auchan)
- 1975 : Polygone, archétype du centre commercial de centre-ville, vu au départ comme une menace pour le centre-ville historique, avant d'en être considéré comme la locomotive

Les années 1980 et 1990 voient un développement du maillage de périphérie, avec une hiérarchie de l'équipement commercial encore en vigueur en 2015 :

- Très fort développement des pôles de la Route de la Mer autour des hypermarchés Carrefour et Auchan.
- Implantation des pôles majeurs qui structurent encore aujourd'hui l'équipement du nord et du sud-ouest de l'agglomération (hypermarchés Carrefour de Saint Clément-de-Rivière et Saint Jean-de-Védas)

Depuis 2000, les deux principales évolutions observées sont le renforcement du rayonnement métropolitain de Montpellier et le timide rééquilibrage vers les secteurs géographiques les moins bien pourvus :

L'implantation d'Odysséum a permis l'accueil aux portes de Montpellier de fonctions récréatives et commerciales rayonnantes (Ikea, grand Décathlon, H&M, Apple Store ...)

L'ouverture de l'Ecoparc de Saint-Aunès et l'implantation de Leroy Merlin ont très nettement renforcé le faisceau Est, sur l'axe A9 qui est également celui d'Odysséum.

A l'ouest, la poursuite du développement du pôle de Juvignac entre 1995 et 2007 a permis un timide rééquilibrage.

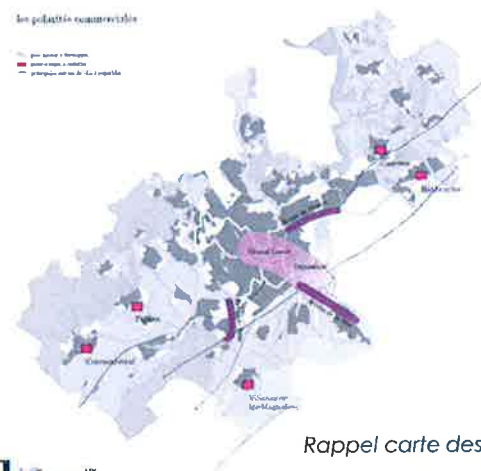
Parallèlement à la poursuite de la stratégie de maillage des pôles périphériques (Saint Clément de Rivière et Saint Aunès principalement), la majeure partie des projets commerciaux vise à mieux intégrer, et à densifier les fonctions commerciales dans des secteurs métropolitains à fort enjeux : la restructuration de la Route de la Mer, le développement de l'hypercentre notamment.

Typologie possible de l'armature commerciale (1/3)

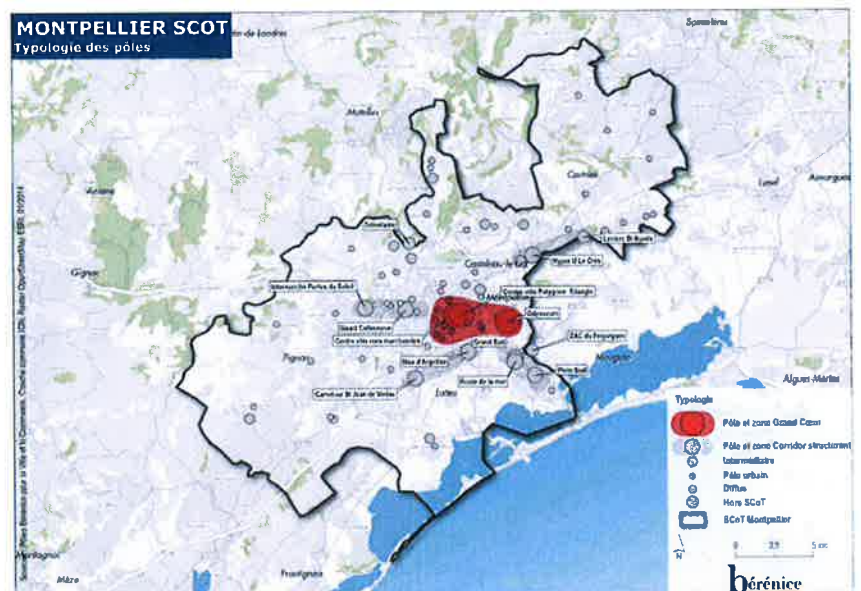
L'analyse d'une armature commerciale passe souvent par la mise en place d'un classement des polarités. Ce travail pose la question des critères retenus (urbains ? économiques ?), et de concepts classiques (mais vagues) comme la « périphérie » ou le « centre-ville ». Nous présentons 2 exemples de typologie qui ont été proposés récemment.

Le premier est issu d'un travail préalable lancé dans la démarche de révision du SCOT : il avait été envisagé de reconduire des concepts issus du SCOT de 2006 : Grand Cœur, corridors/entrées de ville...

D'emblée, cette typologie n'apparaît plus pertinente au regard de la singularité de l'opération Route de la Mer et du rôle moteur du réseau tramway dans la densification urbaine et commerciale.



Rappel carte des polarités issue du SCOT 2006



Document de travail provisoire réalisé en 2014

Mu

Typologie possible de l'armature commerciale (2/3)

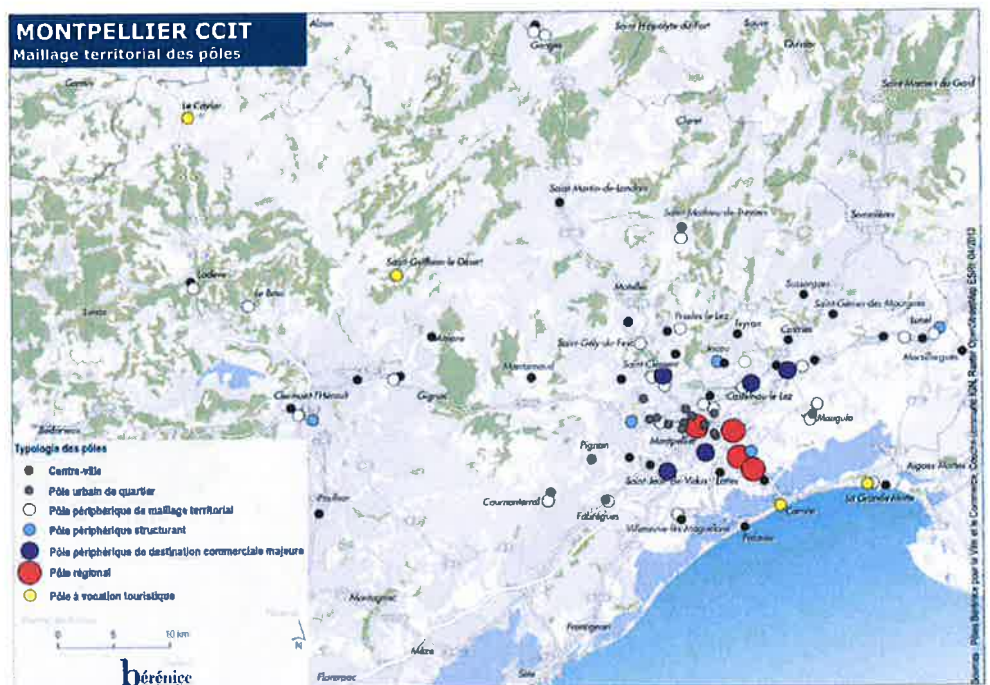
Exemple de la typologie retenue pour l'étude CCI (périmètre consulaire ;2014)

Cette typologie réunit des critères de rayonnement, et des critères urbains (localisation)

Cette typologie fine témoigne de la richesse et de la diversité du commerce de la région montpelliéraine : 90 pôles recensés sur le périmètre consulaire

Elle met en évidence la hiérarchie commerciale

- des effets de polarisation très forts dans le tissu urbain dense de Montpellier
- Forte dualité entre la concentration des pôles à très fort rayonnement dans le cœur métropolitain et le maillage de proximité
- Puissance et continuité de l'axe Ecusson-Polygone / Odysseum / Route de la Mer



Pôle régional : 3 pôles seulement dans cette catégorie : CV Montpellier, Odysseum et Route de la Mer

Pôle périphérique de destination commerciale majeure : une surface de vente totale supérieure à 25.000 m², ayant potentiellement un hypermarché pour locomotive, et rayonnant sur une zone large (20 à 30' de trajet)

Pôle périphérique structurant : surface de vente totale comprise entre 10.000 et 25.000 m², répondant aux besoins de consommation hebdomadaires à mensuels des ménages, rayonnant sur une zone isochrone de 10 à 20'.

Pôle périphérique de maillage territorial : surface de vente totale inférieure à 10.000 m², répondant aux besoins de consommation courante des ménages, rayonnant sur une zone isochrone de moins de 10'.

Pôle de centre-ville et centre-village : centre commerçant d'une commune (15 commerces au moins)

Pôle urbain de quartier structurant : polarité commerçante attractive (15 commerces au moins)

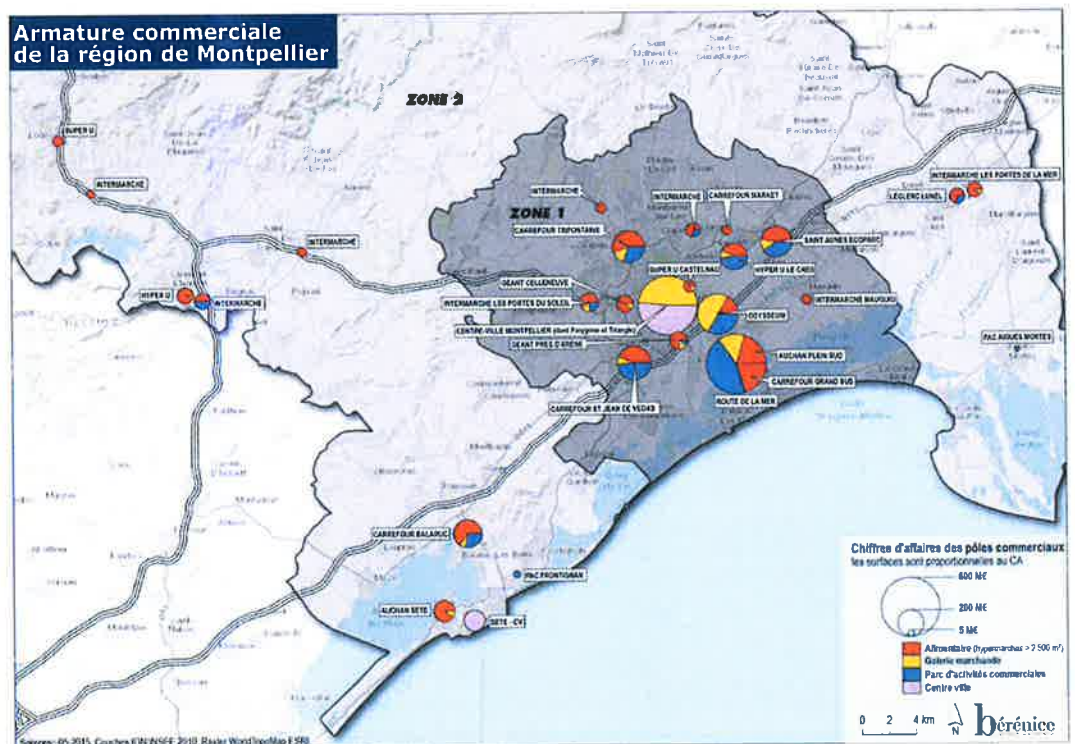
Pôle à vocation touristique : plus de 15 commerces dont la vocation première est de satisfaire la demande touristique.

Typologie possible de l'armature commerciale (3/3)

Présentation des pôles structurants selon leur puissance commerciale

Forte concentration de la puissance commerciale sur Montpellier même et sa proche couronne

- L'hypercentre (Ecusson, Polygone/Triangle) : leader en poids de CA
- Route de la Mer : mutation et intégration urbaine d'une polarité majeure de la zone de rayonnement
- Centre-ville + Odysseum + Route de la Mer : près de la moitié du CA des pôles de la région de Montpellier mise en relation tramway



142

Données quantitatives sur l'équipement commercial

Les chiffres clés de l'armature commerciale

Site	Nbre d'unités	CA total	Pct de marché	SA	surf. vente	CA	Nbre unités (G / CV)	CA	Nbre Commercial	CA
Ecusson - centre historique	928	311 M€	10%				928	311 M€		
Polygone	114	300 M€	10%				114	300 M€		
Galerie du triangle	55	34 M€	1%		centre-ville		55	34 M€		centre-ville
sous-total centre-ville	1097	645 M€	21%				1097	645 M€		
Oysseum	132	310 M€	10%	Géant	12 000 m²	50 M€	95	150 M€	2	110 M€
Carrefour Plein Sud	68	184 M€	6%	Carrefour	11 800 m²	130 M€	68	54 M€		
Auchan Plein Sud	69	141 M€	5%	Auchan	12 500 m²	110 M€	69	31 M€		
zones commerciales Lattes-Pérois	189	228 M€	7%						189	228 M€
sous-total Bute de la Mer	326	553 M€	18%		24 300 m²	240 M€	137	85 M€	189	228 M€
Milieu urbain métropolitain	1555	1508 M€	49%		36 300 m²	290 M€	1329	880 M€	191	338 M€
Leclerc Saint Aunès - Ecoparc	78	231 M€	8%	Leclerc	7 800 m²	140 M€	40	16 M€	30	75 M€
Carrefour Saint-Jean Védas	120	201 M€	7%	Carrefour	8 600 m²	70 M€	30	13 M€	89	118 M€
Carrefour Trifontaine	68	180 M€	6%	Carrefour	11 000 m²	110 M€	47	19 M€	21	51 M€
Hyper U Le Crès	93	109 M€	4%	Hyper U	6 800 m²	65 M€	25	8 M€	59	36 M€
Intermarché Juvignac	119	97 M€	3%	Intermarché	5 000 m²	57 M€	27	13 M€	86	27 M€
Intermarché Jacou	74	76 M€	2%	Intermarché	3 500 m²	39 M€			74	37 M€
Géant Près d'Arènes	43	62 M€	2%	Géant	7 900 m²	40 M€	24	5 M€	19	17 M€
Géant Celleneuve	17	51 M€	2%	Géant	5 752 m²	45 M€	17	6 M€		
Super U Castelnaud	10	30 M€	1%	Super U	2 900 m²	28 M€	10	2 M€		
pôles structurants secondaires de l'unité urbaine	622	1037 M€	34%		59 252 m²	594 M€	220	82 M€	378	361 M€
Carrefour Balaruc	100	175 M€	6%	Carrefour	9 950 m²	98 M€	35	16 M€	65	61 M€
Auchan Sète	26	88 M€	3%	Auchan	6 385 m²	80 M€	17	5 M€	9	3 M€
centre-ville de Sète	256	86 M€	3%				256	86 M€		
Périphérie Lunel	115	84 M€	3%	Intermarché+Leclerc	9 931 m²	67 M€	18	5 M€	97	12 M€
Hyper U Clermont L'Hérault	14	75 M€	2%	Hyper U	5 611 m²	70 M€	14	5 M€		
Intermarché Clermont L'Hérault	87	51 M€	2%	Intermarché	2 600 m²	20 M€	3	1 M€	84	30 M€
Intermarché Saint Gely du Fesc	9	38 M€	1%	Intermarché	3 000 m²	35 M€	9	3 M€		
Intermarché Frontignan	12	32 M€	1%	Intermarché	2 445 m²	18 M€	7	4 M€	5	10 M€
Super U Lodève	2	27 M€	1%	Super U	2 770 m²	25 M€			2	2 M€
Intermarché Mauguio	2	25 M€	1%	Intermarché	2 620 m²	25 M€	2			
sous-total pôle relais hors agglomération	523	506 M€	17%		45 312 m²	438 M€	361	125 M€	262	118 M€
Tous les sites de l'agglomération	2700	3051 M€	100%			1322 M€	1910	1087 M€	831	817 M€

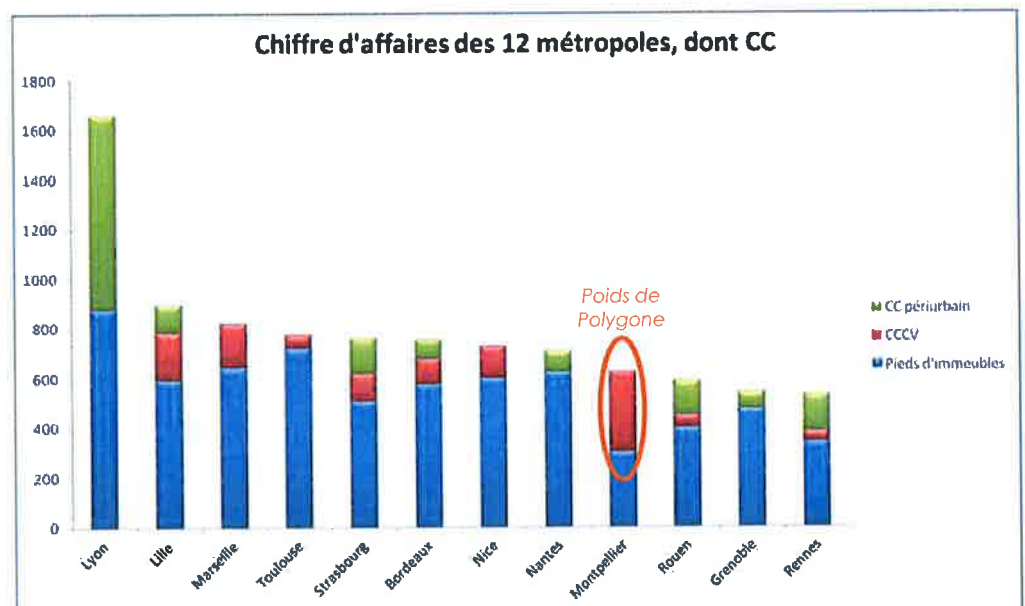
143

Données quantitatives sur l'équipement commercial

L'hypercentre montpelliérain : 645 M € de CA / 20% de part de marché

- L'Ecusson : 311 M€ => le centre historique ne pèse que la moitié du CA du centre-ville
- Centre Polygone : 300 M€ => le centre commercial est une réelle locomotive pour le centre-ville
- Ce volume de CA en centre-ville est cohérent avec le rang « métropolitain » de Montpellier... mais c'est à Montpellier que le CA des rues historiques est le plus faible
- Enjeu très marqué de l'équilibre Ecusson / Polygone (décalage réel de performances)
- Une vacance non négligeable (6,6%) sans être alarmante

Estimation des CA réalisés en 2013 :



NB : le centre Odysseum n'apparaît pas dans le tableau ci-dessus.

Données quantitatives sur l'équipement commercial

Les deux autres composantes métropolitaines de l'armature commerciale

Oysseum, destination commerciale et loisirs d'envergure régionale : 310 M € (10% de part de marché)

- Partie intégrante de la métropole : porte d'entrée (A8) et extension urbaine en continuité du centre-ville
- Nouveautés conceptuelles : intégration des fonctions commerces-loisirs, centre à ciel ouvert
- Une dimension shopping performante pour le centre (hors hypermarché) : 150 M€ de CA sur 25.000 m² GLA
- 2 locomotives de destination : IKEA (11^{ème} / 39 magasins France en CA) et Décathlon
- Un pôle de loisirs à fort rayonnement : 1^{er} cinéma de l'agglomération (1,4 million d'entrées – 12^{ème} cinéma France – 4^{ème} en Province)

Bute de la Mer – DE : intégration urbaine de la zone de périphérie ultra leader (553 M € de CA)

- En 2012 : 207.000 m² de surface de plancher / 145.000 m² de vente
- Une vocation marquée par le poids des deux hypermarchés Carrefour et Auchan (près de la moitié du CA de la zone), avec des galeries marchandes secondaires à l'échelle de l'agglomération
- Un positionnement axé sur l'équipement de la maison (bricolage, jardinage, mobilier) et dans une moindre mesure, les loisirs (sport, jouet)
- Le projet de restructuration, via le projet ODE : un enjeu majeur pour la métropole

165

Couverture des marchés : analyse de l'offre et de la demande

Analyse des secteurs d'activité pour lesquels une étude de marché a été menée (périmètre zone large de 800.000 habitants)

L'étude d'impact du projet d'extension du centre Polygone a livré les enseignements suivants concernant les secteurs d'activités stratégiques de l'armature métropolitaine :

Le marché de l'équipement de la personne est à l'équilibre, la zone de chalandise large offrant des débouchés importants aux grands pôles de l'agglomération montpelliéraine.

Le marché de la culture et des loisirs est quasiment à l'équilibre, avec des disparités marquées entre sous-activités :

- L'activité produits culturels et électroloisirs est en suroffre, ce qui est principalement dû à l'importance croissante de l'e-commerce sur cette activité, qui fait diminuer le taux d'emprise du commerce physique sur ce marché.
- Le marché du sport est quasiment à l'équilibre (quelques parts de marché supplémentaires pourraient être prises par le commerce de grandes surfaces)
- L'activité jouets est fortement représentée, ce qui peut en partie s'expliquer par le grand nombre de spécialistes et d'hypermarchés sur l'agglomération

Couverture des marchés : analyse de l'offre et de la demande

Analyse des densités commerciales pour les moyennes et grandes surfaces

Secteur grande distribution alimentaire :

- périmètre zone principale de l'agglomération (source : traitement base Panorama 2014)
- Densité exprimée en m² de surface de vente pour 1.000 habitants

	France 67 118 214 hab		Montpellier 423 842 hab		Genève aggro 398 619 hab		Lyonnes aggro 402 619 hab	
	Nb	Densité	Nb	Densité	Nb	Densité	Nb	Densité
+ de 7.000 m ² Grands hypermarchés	454	76 m ²	6	148 m ²	6	150 m ²	6	139 m ²
4.000 à 7.000 m ² Hypermarchés de taille moyenne	480	41 m ²	3	42 m ²	0	0 m ²	2	25 m ²
2.500 à 4.000 m ² Grands supermarchés, petits hypermarchés	811	39 m ²	4	30 m ²	1	6 m ²	5	35 m ²
1.200 à 2.500 m ² Supermarchés de taille moyenne	2 886	83 m ²	13	45 m ²	21	91 m ²	18	80 m ²
300 à 1.200 m ² Petits supermarchés	7 203	84 m ²	31	73 m ²	26	47 m ²	28	48 m ²
total	11 834	323 m²	57	338 m²	54	294 m²	59	328 m²

L'agglomération montpelliéraine n'est pas marquée par un suréquipement en surface alimentaire généraliste, elle se situe aux niveaux observés en France métropolitaine et dans certaines agglomérations de référence.

Noter néanmoins le poids important (mais classique dans les grandes métropoles) des grands hypermarchés de plus de 7000 m² de vente

mt

Couverture des marchés : analyse de l'offre et de la demande

Analyse des densités commerciales pour les moyennes et grandes surfaces

Secteurs non alimentaires :

- périmètre zone à 30 mn
- Densité exprimée en m² de surface de vente pour 1.000 habitants

métropole population 30'	Montpellier 614 000 hab		Bennes 605 000 hab		Genoble 598 000 hab	
	surface	densité	surface	densité	surface	densité
Equipement de la personne	59 759	97 m ²	66 708	110 m ²	65 443	109 m ²
Equipement de la maison	91 367	149 m ²	97 464	161 m ²	108 494	181 m ²
Culture loisirs	61 426	100 m ²	71 968	119 m ²	45 696	76 m ²
Bricolage, jardinage, fleurs	221 840	361 m ²	199 803	330 m ²	158 033	264 m ²
Divers	144 596	235 m ²	139 318	230 m ²	134 594	225 m ²
total	787 441 m ²	943 m ²	796 559 m ²	951 m ²	659 889 m ²	856 m ²

A l'échelle d'un périmètre de 30 mn de voiture (soit un peu moins large que la zone de rayonnement métropolitain total), il n'y a pas de suréquipement en grandes surfaces non alimentaires, les densités relevées étant conformes à celles observées dans des métropoles comparables.

Sur le secteur clé de l'équipement de la personne, la densité de 97 m² se situe dans la fourchette de 90 à 110 m² pour 1.000 habitants que nous relevons généralement pour les grandes villes et métropoles françaises

Couverture des marchés : analyse de l'offre et de la demande

Analyse des densités commerciales (tous formats)

Distinction entre commerce de proximité et commerce anormal (de destination):

- périmètre zone de rayonnement métropolitain
- Densité exprimée en nombre d'unités pour 10.000 habitants

Équipement commercial (pour 10 000 habitants)	zone 1	zone 2	Zone totale rayonnement métropolitain	Montpellier commune	Languedoc- Roussillon	Province	France
Supermarché	1,3	1,4	1,4	1,1	1,6	1,8	1,6
Supérette	1,1	0,9	1,1	0,8	1,1	0,9	0,8
Épicerie	4,7	5,4	5,0	6,1	5,7	3,8	4,1
Boulangerie	7,3	8,9	8,0	7,3	9,4	7,8	7,1
Boucherie Charcuterie	3,6	4,5	4,0	4,3	4,6	3,8	3,5
Produits surgelés	0,3	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Poissonnerie	0,7	2,1	1,3	0,8	1,0	0,5	0,4
Droguerie quincaillerie bricolage	1,3	1,2	1,3	0,9	1,6	1,6	1,4
Fleuriste	2,5	3,2	2,8	1,8	3,1	3,3	3,1
Coiffure	13,5	15,3	14,2	12,6	15,0	13,6	12,5
Banque, Caisse d'Épargne	7,2	5,2	6,4	7,0	5,6	5,5	5,3
Bureau de Poste	1,1	2,0	1,4	0,7	2,2	1,7	1,5
Agence immobilière	21,3	15,2	18,9	20,5	16,2	10,2	10,5
Blanchisserie-Teinturerie	2,7	2,0	2,4	2,6	2,0	1,7	1,9
Solns de beauté	9,4	10,5	9,8	7,4	8,8	6,7	6,3
Sous-total proximité	78,1	78,0	78,0	74,2	78,1	63,2	60,3
Magasin de vêtements	14,9	11,8	13,6	15,9	12,4	10,9	10,9
Magasin de chaussures	2,6	1,9	2,3	3,1	2,1	2,0	1,9
Parfumerie	2,2	0,9	1,7	2,5	1,3	1,2	1,3
Horlogerie Bijouterie	2,2	1,0	1,7	2,5	1,6	1,3	1,4
Librairie	2,7	3,2	2,9	3,1	3,0	2,6	2,7
Magasin d'articles de sports et de loisirs	3,3	3,5	3,4	1,8	2,9	2,4	2,1
Magasin d'électroménager et audio-vidéo	1,5	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,3
Magasin de meubles	3,3	2,4	3,0	1,4	2,3	2,2	2,1
Magasin d'équipements du foyer	2,9	2,0	2,5	2,5	2,3	2,2	2,1
Magasin de revêtements murs et sols	0,2	0,0	0,1	0,2	0,1	0,2	0,3
Sous-total commerce anormal	35,8	28,0	32,6	34,4	29,5	26,3	25,9
TOTAL GÉNÉRAL Hors restauration	113,9	105,9	110,7	108,6	107,6	89,5	86,2
Restaurant	41,6	39,2	40,6	43,2	38,5	27,4	27,6

Source : Insee / Base permanente des équipements (Commerces 2013, Services 2013)

Couverture des marchés : analyse de l'offre et de la demande

Analyse des densités commerciales (tous formats)

Une densité commerciale très homogène à toutes les échelles de l'armature commerciale

- De l'échelle de la commune à la région, le nombre de commerces par habitants varie très peu, autour de 110 commerces pour 1.000 habitants
- Ce constat vaut pour le commerce de proximité, comme pour celui de destination
- Ce niveau de densité commerciale est supérieure à la moyenne nationale (+24%) mais très proche de la moyenne régionale
 - Il concerne le grand commerce (voir pages précédentes) mais aussi le petit commerce (qui représente en ordre d'idée 85% du nombre d'unités commerciales)
 - il traduit la présence de facteurs dynamisants (comme le tourisme)
 - À noter également la forte surreprésentation de l'offre de restauration

Cette dimension équilibrée est également illustrée par les niveaux de vacance relativement faibles (sauf le centre-ville, dans la moyenne des grandes agglomérations) relevés à partir des périmètres de la base de données Codata en avril 2014 (pôles structurants) :

- Centre-ville : 6,6% (6% en moyenne pour les agglomérations de plus de 500.000 habitants en 2012)
- Centres commerciaux : 1,8% (moyenne France : 7,6% en 2014 – source Procos)
- Zones commerciales : 4,3% (moyenne France : 5,5% à fin 2013 – source Procos)

Les projets commerciaux

		surface de vente	CDAC / CNAC	stage amont / étude
Noyau urbain	ODE	61 500 m ²	attente CNAC	
	Polygone Saint Roch	3 400 m ²	x	
	Jeu de Paume	6 500 m ²	x	
	avenue Raymond Dugrand	10 000 m ²	en partie	
	ext. IKEA	5 200 m ²	x	
	extension Polygone	22 000 m ²		x
	extension Odysseum	15 000 m ²		x
sous total		123 600 m ²		
autres pôles aggro.	ext. ZAC St Antoine St Aunès	8 750 m ²	x	
	Décathlon St Clément de R.	5 250 m ²	x	
	Truffaut St Clément de R.	7 920 m ²	x	
	ext. Casto Saint Clément	2 800 m ²	x	
	sous total	24 720 m ²		
diffus zone 1		7 800 m ²	x	
total zone 1		156 120 m ²		
zone 2		6 000 m ²		
TOTAL ZONE DE RAYONNEMENT		162 120 m ²		
dont autorisés en CDAC (yc ODE)			112 020 m ²	
dont purgés			50 520 m ²	

source : Préfecture de l'Hérault - CNAC

De dynamique commerciale qui concerne principalement l'agglomération et son noyau urbain dense

Attention néanmoins aux projets de périphérie «classiques» aux franges du périmètre AggloSCD qui peuvent venir parasiter l'ambition d'intégration urbaine des grands projets commerciaux : SaintAunès (ouverture de ZAC), St Clément de Rivière, voire Mauguio (ZAC commerciale)

Synthèse partie II

Les caractéristiques d'un territoire bien équipé et équilibré

- Pas de surdensité commerciale, un niveau d'équipement en ligne avec celui d'une grande métropole française
- Un maillage bien hiérarchisé qui couvre l'ensemble des échelles de rayonnement proximité / structurant / rayonnant
- Une répartition géographique des pôles cohérente avec l'armature urbaine
- Peu de vacance commerciale sur les pôles structurants de la métropole...

Concentration et mise en réseau de l'offre rayonnante

- **L'hypercentre (continuité des linéaires marchands)** a conservé sa place et son statut dans l'armature commerciale
 - Attention : si le CA de l'hypercentre est celui d'une métropole, le commerce de rue (Ecusson) affiche un volume de CA relativement médiocre
- **Le noyau urbain métropolitain (continuité par réseau tramway)** représente près de la moitié du CA des pôles structurés
 - Et ce noyau urbain concentre 75 % de la surface de vente projetée au sein de la métropole

De dynamique de projet

- Un trend de 15.000 à 20.000 m² de vente autorisés par an
- Les 100.000 m² en cours de validation et d'étude (ODE + ext. Odysseum + ext. Polygone) représentent à eux seuls 5 à 7 années de ce trend de croissance, ce qui correspond à leur échéance de réalisation (2020-2022 ?)



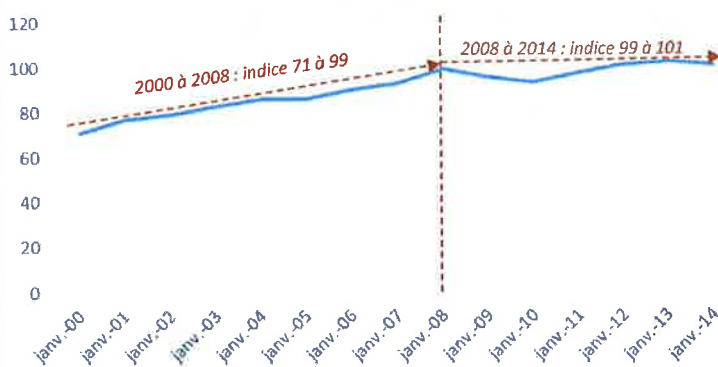
III- Eléments de prospective générale à moyen-long terme

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Depuis 10 ans, le contexte commercial en France a radicalement changé :

Après une période de relative prospérité qui a duré jusqu'au milieu des années 2000, l'activité commerciale est rentrée en 2008/2009 dans une phase de stagnation durable ...

Progression du CA du commerce de détail depuis 2 000
(source : INSEE)

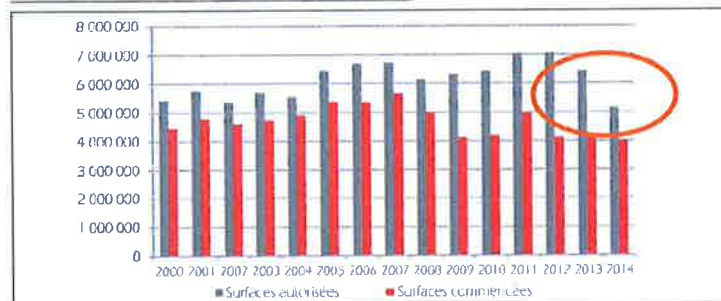


... malgré ce, les surfaces commerciales ont continué de se développer sur le territoire.

Le volume de surfaces mises en chantier est resté inchangé depuis 2009.

2014 marque cependant une baisse significative des surfaces autorisées (-20%), annonçant une tendance à la baisse des surfaces développées dans les prochaines années.

Evolution annuelle des surfaces de plancher commercial autorisées par les permis de construire, et de la part de ces surfaces mises en chantier (données en m²)



Source : Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie, base Sî@de2

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Malgré la crise économique, l'immobilier commercial en France est un placement rentable, qui continue à attirer des capitaux

Rendement global (incluant le loyer et la revente des actifs) des actifs d'immobilier commercial en France sur 10 ans : 12% / an.

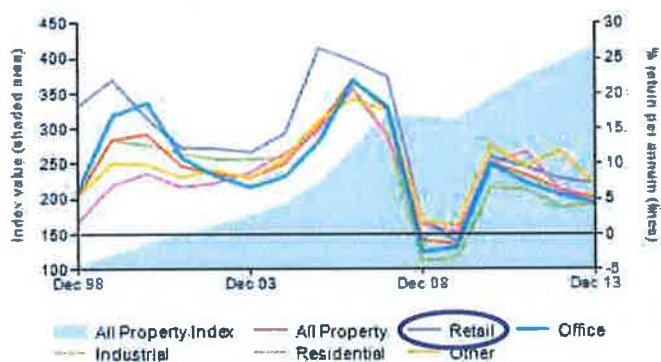
Le commerce est le type d'actifs immobilier le plus rentable.

Les transactions financières sur de l'immobilier commercial sont élevées : 7,7 milliards d'euros en 2014.

Néanmoins, à l'image de l'ensemble du secteur immobilier, les performances financières des actifs commerciaux restent inférieure aux taux pré-crise de 2008

Performance des différents types d'actifs immobiliers en France (sources : IPD et EPPC):

Historical index performance

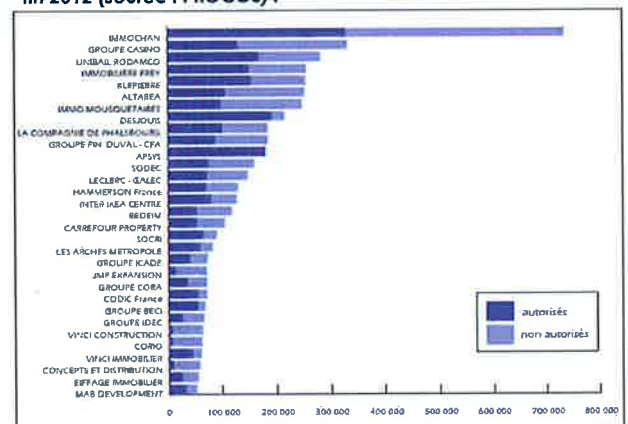


De plus, les groupes de grande distribution alimentaire sont historiquement très présents en France.

La plupart d'entre eux (Auchan, Carrefour, Casino, groupements Immo Mousquetaires et Leclerc) exercent le métier de promoteur / foncière pour soutenir le développement de leurs enseignes.

→ Conséquence directe : le secteur de l'immobilier commercial en France (promoteurs et foncières investisseurs) est très structuré et a une capacité d'investissement importante.

Classement des promoteurs en volumes de m² développés à fin 2012 (source : PROCOS) :



Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Le contexte économique n'a pour l'instant pas favorisé de repli général de la part des enseignes, qui souhaitent conserver leurs parts de marché et leurs implantations sur l'ensemble du territoire. Les dernières années ont néanmoins vu des changements importants dans le positionnement des différents acteurs.

Les enseignes dont le maillage couvre l'ensemble du territoire adoptent **une stratégie de développement plus sélective**

Cf. ci-après pour le focus sur les formats de vente plébiscités.

Néanmoins, les processus de rationalisation de la chaîne d'approvisionnement et de négociation avec les fournisseurs poussent certaines enseignes à poursuivre leur développement de façon extensive, afin de conserver des parts de marché et une « taille critique » de négociation.

Sur le marché alimentaire, et dans la même logique, on observe un rapprochement des principales centrales des distributeurs (Carrefour et Cora, Auchan et Système U ...)

Les **marques enseignes** qui développent un concept de vente fortement **différenciateur** (Ikea, Zara, Apple Store ...) ont bien résisté à la crise sur le marché français, grâce à la force de leurs concepts mais également par un maillage plus fin du territoire

Sur les marchés les plus en difficulté, certaines commencent à stagner : c'est le cas d'Ikea.

L'arrivée de « **category killers** » capables de prendre dès les premières années d'implantation des parts de marché significatives (hier Ikea sur le meuble, aujourd'hui Primark sur le textile, demain Costco sur la grande distribution) peut remettre en question les modèles économiques d'activités entières.

Sur le meuble, Fly (Groupe Rapp), concurrent direct d'Ikea, a déposé le bilan en 2014.

Sur le textile, l'arrivée de Primark en France amène ses concurrents directs à revoir leurs étiquettes de prix, la rotation de leurs stocks et l'ensemble de leur chaîne de valeur (c'est par exemple le cas de Kiabi, ou du repositionnement – raté – de La Halle

A un tout autre niveau, le secteur du commerce spécialisé reste très créatif et attractif, et chaque année voit l'arrivée de **nouveaux concepts** d'enseignes qui rencontrent un beau succès sur un positionnement de niche

Quelques exemples : « Sports d'Époque » (maillots historiques de grandes équipes sportives), The Kase (habillage de smartphones), La Chaise Longue (décoration), Art Of Soule (espadrilles), Não do Brasil (chaussures et tongs)...

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Les comportements des consommateurs ont également beaucoup évolué en 10 ans, avec plusieurs tendances majeures :

L'essor du e-commerce, dont les parts de marché sur l'ensemble des activités non-alimentaires sont passées de quasiment 0% en 2000 à 9% en 2014.

Cf. ci-après.



Logo Amazon

La plus forte demande pour une localisation de proximité, afin de faire face aux besoins de consommation courante.

Cette tendance s'explique par plusieurs facteurs : la progression des coûts de déplacements, le vieillissement de la population, la réduction de la taille des ménages et la concentration de petits ménages en centre-ville, la volonté des enseignes de se rapprocher d'une clientèle urbaine plus aisée, les stratégies de maillage plus fin du territoire par les enseignes.

De nouveaux concepts commerciaux de proximité sont ainsi apparus, principalement sur l'alimentaire : Daily Monop', Carrefour City, Inter Express, A 2 Pas (Auchan), Leader Price Express...



Inter Express (e-marketing.fr)

Le souhait de «mettre fin à corvée des courses» et le développement fulgurant du modèle des drives alimentaires

2.800 drives recensés en janvier 2015, contre quasiment aucun cinq ans auparavant (les hypermarchés, au nombre d'environ 2.000, ont été dépassés en mars 2014).

Ce phénomène « éclair » devrait néanmoins se tasser dans les prochaines années, pour des raisons de réglementation, mais également pour des raisons économiques avec des questions de rentabilité et de saturation du parc.



Photo Chronodrive

Le développement du commerce sur les lieux de transit (principalement les gares, mais également les aéroports), afin de répondre à une demande croissante de la part des voyageurs souhaitant optimiser leurs temps d'attente et leurs déplacements.



les commerces en gare

A2C, filiale « commerces » de la SNCF

157

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Focus sur le e-commerce

Le marché français en 2015

Les années 2000 ont vu l'essor du e-commerce à grande échelle. **Alors qu'en 2000, les parts de marché d'Internet dans les ventes globales (toutes activités, hors alimentaire) étaient négligeables, elles ont atteint 3,6% en 2007, puis 8% en 2013.**

Hors alimentaire, les ventes en ligne représentent 9% du commerce français hors alimentaire sur l'année 2014 (Source FEVAD).

Certaines activités sont particulièrement concernées : l'équipement de la maison (12% de parts de marché du e-commerce°, l'électroménager (18%), les produits culturels ...

Les raisons de ce développement spectaculaire sont nombreuses. On peut en identifier 5 principales :

Explosion de l'équipement des foyers en accès Internet;

Familiarisation des clients avec l'outil web, et levée progressive des réticences initiales sur la sécurisation des données de paiement ;

Essor de l'Internet mobile et des « smartphones »;

Stratégies prix agressives des nouvelles enseignes du web, les « pure players » (C Discount, Pixmania, ...), qui prennent le risque de s'endetter lourdement sur leurs premières années d'exercice en misant sur la reconnaissance de la marque à long terme;

Stratégie de développement web de l'ensemble des distributeurs français, qui après les réticences initiales sur les risques de cannibalisation entre magasins et site Internet, ont tous intégré cet outil comme un support de vente indispensable.

Il est aujourd'hui difficile d'évaluer l'apport net du développement du e-commerce pour l'économie française. Il a certes permis la création de nombreuses entreprises qui ont pris le relais des anciens spécialistes de la vente à distance (les « vécistes ») et qui cherchent aujourd'hui à se développer à l'international – citons par exemple vente-privée.com.

Mais de nombreuses enseignes traditionnelles ont payé le prix de ce développement : si la déconfiture de Virgin ou du réseau Chapitre.com a été fortement médiatisée, certains distributeurs emblématiques comme la Fnac ou Darty subissent de plein fouet le report des ventes sur Internet.

Mais on observe également que certaines activités jugées auparavant peu compatibles avec la vente à distance se développent de plus en plus via le e-commerce. La filière optique est un exemple intéressant, avec le développement récent de nombreux sites dédiés (easy-verres.com, evioo.com, direct-optic.fr ...). Avant l'optique, le prêt-à-porter avait également connu un essor important sur Internet, battant en brèche les réticences quant à l'impossibilité d'essayer les produits avant achat (parts de marché du e-commerce dans le prêt-à-porter et les produits textiles en 2013 : 12%)

Enfin, sur certaines activités d'échanges ne relevant pas du commerce physique, le développement de nouvelles formes de services entre particuliers pourrait avoir un impact très fort : voir l'essor du site « AirB'n'B » et la perte conséquente pour l'ensemble du secteur hôtelier, ou encore les velléités du site « Uber » de s'implanter en France pour concurrencer les taxis.

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Focus sur le e-commerce

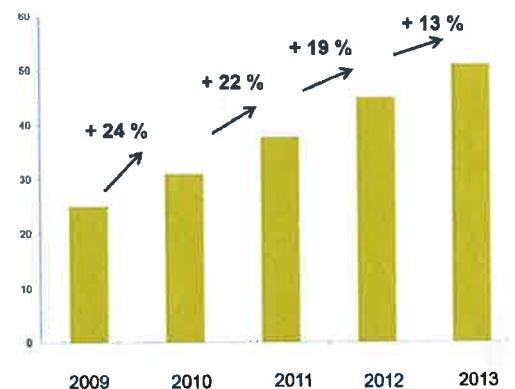
Les projections à 10 ans

Avec 9% des ventes hors alimentaire en 2014, le e-commerce n'a pas encore atteint son rythme de croisière en France, et présente encore une forte marge de progression, si l'on en croit l'exemple britannique : le e-commerce y représentait déjà 14% des ventes en 2014... le Javelin Group estimant que cette part de marché pourrait s'établir à 34% à horizon 2020 (chiffre incluant néanmoins la part de ventes réalisées au travers de commandes internet effectuées dans les magasins).

Certes, la Grande-Bretagne présente des spécificités qui expliquent les différences dans le poids respectif du e-commerce sur les deux marchés : faiblesse des centres-villes marchands de grandes agglomérations, nombre de sites Internet marchands deux fois supérieurs... Néanmoins la comparaison entre les deux pays peut donner une tendance quant à l'évolution du e-commerce en France.

Les spécialistes du secteur s'accordent ainsi sur **une part de marché du e-commerce de 15% en France à l'horizon 2020**. On estime qu'à 15%, le marché devrait s'établir à un premier palier au-delà duquel il sera plus difficile de progresser, en particulier pour des raisons de modèle commercial – cf. l'avènement du **cross canal**.

Le **cross canal renvoie au recours à plusieurs média et supports de vente** (site internet d'une marque ou enseigne, places de marché internet, magasins physiques) dans le parcours d'achat d'un produit. Il décrit la complémentarité entre ces différents vecteurs, complémentarité que les enseignes vont de plus en plus chercher à développer dans un souci d'efficacité. Le terme de « cross-canal » s'oppose à celui de « multi canal », utilisé jusqu'à récemment pour décrire un modèle linéaire dans lequel le consommateur utilise le même vecteur d'achat tout au long de la vente.



Ventes du e-commerce en France : une progression continue, mais qui devrait atteindre un palier à horizon 2020-2025



Point tag Monoprix



Point retrait des achats passés en ligne Nespresso

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Focus sur le e-commerce

Les projections à 10 ans (suite)

Les magasins physiques tiennent un rôle primordial dans le modèle commercial du cross canal. Espaces de mise en valeur des produits, ils permettent de garder le contact avec le client qui de plus en plus pousse leurs portes après une première expérience sur internet (que cela soit une expérience sur le site de la marque ou de l'enseigne, ou sur les réseaux sociaux pour trouver des informations non biaisées et des retours d'expériences sur la qualité d'un produit). Ils vont néanmoins devoir s'adapter à ce modèle, au travers de plusieurs évolutions :

Aménagements des espaces intérieurs pour mieux « scénariser » la présentation des produits (logique du show room) ;

Intégration des nouvelles pratiques de marketing et de vente (techniques de géolocalisation des clients, développement des interfaces digitales, vitrines digitales ...) ;

Adaptation de la logistique associée, selon que le magasin ne fait plus office que d'espace d'exposition (surfaces planchers réduites), ou permet également de retirer des colis commandés.

Néanmoins, même si le modèle du cross canal réhabilite l'importance du point de vente physique dans le circuit d'achat, la part relative des achats commandés sur Internet et livrés à domicile continuera d'augmenter pour atteindre les 15%. Cette tendance peut avoir un impact direct sur les équipements commerciaux des territoires, à au moins deux niveaux :

Réduction des surfaces commerciales et des points de vente pour optimiser les coûts des enseignes, et répondre à la diminution de la part relative des magasins dans leurs chiffres d'affaires globaux. En Grande Bretagne, le Javelin Group estime ainsi que le nombre de points de vente physiques des enseignes spécialisées (hors alimentaire) devrait diminuer de 25% entre 2010 et 2020. S'il n'existe pas d'étude comparable en France, et si les caractéristiques de l'équipement commercial français peuvent permettre de minimiser ces prévisions (cf. importance du commerce de centre-ville et des grands centres de périphérie en France), **il semble raisonnable d'envisager une réduction des surfaces commerciales due à l'essor du e-commerce, à volume de population égal**.

Augmentation des besoins logistiques en surfaces de stockage, pour répondre au développement continu des livraisons à domicile ou dans des points relais. A ce titre, les différentes problématiques logistiques liées au développement du e-commerce (mutualisation des capacités de stockage pour les livraisons à domicile, problématique de la logistique du dernier kilomètre dans les centres-villes et les pôles urbains denses ...) sont à intégrer dans les réflexions d'aménagement commercial des collectivités.

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Dans ce contexte (stagnation des CA des enseignes, développement soutenu des promoteurs / foncières, nouveaux concepts de vente, évolution de la demande des consommateurs ...), les types d'actifs commerciaux plébiscités évoluent

Les enseignes deviennent plus exigeantes sur l'offre de locaux à leur disposition. L'arbitrage devient primordial entre la valeur ajoutée des lieux (principalement constituée par les flux clients, et aussi pour certaines enseignes haut de gamme, par l'effet d'adresse) et les loyers demandés.

Les deux grandes tendances de l'immobilier commercial des 5 dernières années suivent cette logique :

Prise du développement de centres commerciaux régionaux «premium» de plus de 120 boutiques et 50.000 m²GA

Les foncières cherchent à créer un « effet premium » sur une zone de chalandise large (plus de 1 M d'habitants à 45 minutes de route), afin de proposer aux enseignes un flux de clients conséquent, permettant de justifier des loyers élevés.

Pour ce faire, les opérateurs s'appuient sur une offre d'enseignes très large, et sur des prestations haut de gamme, que cela soit dans l'architecture des lieux ou dans les services proposés aux clients.



Aéroville à Roissy (Unibail-Rodamco)



Quartz à Villeneuve-la-Garenne (Altarea)



Le Carré Jaude à Clermont-Ferrand (Klepierre)



Les Terrasses du Port à Marseille (Hammerson)

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Dans ce contexte (stagnation des CA des enseignes, développement soutenu des promoteurs / foncières, nouveaux concepts de vente, évolution de la demande des consommateurs ...), les types d'actifs commerciaux plébiscités évoluent

Développement massif du modèle des «retails park» en périphérie

Les enseignes d'entrée de gamme à la gamme moyenne qui souhaitent améliorer leur taux d'effort (= ratio loyer + charges / CA) plébiscitent de plus en plus des emplacements en périphérie leur garantissant des flux importants, pour des charges réduites.

Les modèles de vente évoluent en ce sens : des enseignes telles que Maisons du Monde ou Orchestra ne se développent plus qu'en périphérie, sur des formats de plus de 3.000 m².

Des enseignes d'équipement de la personne historiquement implantées en centres-villes et centres commerciaux (Celio, Mango, mais aussi Sephora ...) tournent également une partie de leur développement vers la périphérie.

Les retails parks, centres commerciaux à ciel ouvert avec des surfaces de stationnement partagées, apportent ce type d'offre, à un coût réduit (coûts de construction faibles et charges minimales puisque très peu de locaux partagés). Ils proposent des locaux de taille supérieure à ce qui peut être trouvé en centre-ville, à des coûts plus compétitifs, le tout sur des axes majeurs de flux et consommation.



Cap Bernard à Ville-la-Grand
(CIS)



LA TOLL à Angers (Compagnie de Phalsbourg)



OGreen à Agen-Boé(Frey)

Les principales évolutions observées pour le commerce physique

Dans un contexte de fréquentation qui n'est pas toujours au rendez-vous, la concurrence entre sites s'accroît ... et la prime va à la taille

La fréquentation des centres commerciaux est en baisse depuis 2008 :

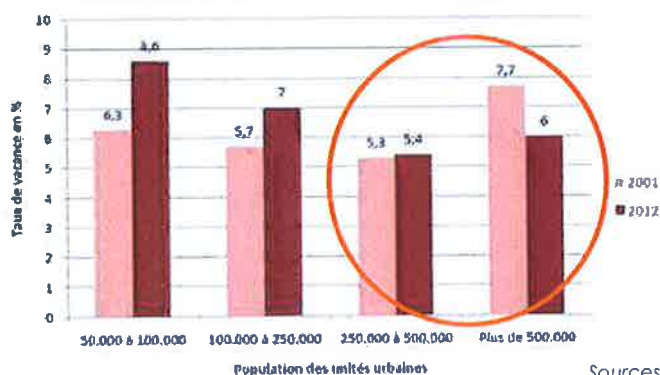


Dans ce contexte, seuls les sites commerciaux majeurs (centres-villes et centres commerciaux) parviennent à stabiliser leur taux de vacance.

Source : CNCC

La vacance dans les centres villes

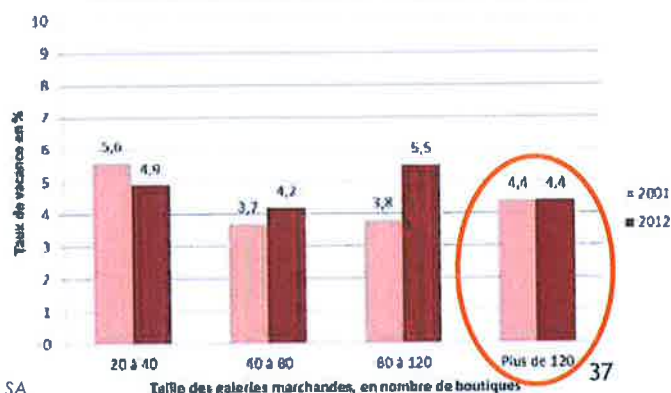
Evolution de la vacance commerciale dans les centres villes, selon la population de leur unité urbaine d'appartenance



Sources : PROCOS / LSA

La vacance dans les centres commerciaux

Evolution de la vacance commerciale dans les centres commerciaux, selon la taille de leur galerie marchande



2001
2012

37

Synthèse générale sur les forces et faiblesses de l'armature commerciale

De dynamique métropolitaine qui profite à l'armature commerciale

- Rayonnement à large échelle (+800.000 habitants) pour les grands pôles : hypercentre, Odysseum, Route de la Mer... seuil d'attractivité suffisant pour les acteurs leaders nationaux et internationaux de la distribution
- Très forte croissance urbaine et démographique, qui concerne également l'agglomération dense (effet tramway, grands projets urbains)
- flux touristiques, et localisation de la métropole sur des axes de communication majeurs

De armature hiérarchisée et équilibrée

- Des pôles à vocation « régionale » bien intégrés dans le réseau de transport métropolitain
- Un maillage périphérique complémentaire qui répond aux besoins occasionnels sur les différents sous-secteurs géographiques de l'agglomération
- Un maillage de proximité qui couvre les besoins courants
- Des niveaux d'équipements (tous formats et secteurs confondus : grand/petit commerce, proximité/destination) significatifs, sans atteindre des niveaux de surdensité => pas de phénomène de vacance marquée dans le tissu commercial des pôles structurants

MAIS :

- Un niveau de revenu « moyen – », un taux de chômage significatif (=> revers de l'attractivité montpelliéraine et des faiblesses historiques d'une partie du système productif)
- Un commerce dans les rues historiques qui est le maillon faible de l'armature rayonnante
- Des pôles de périphérie qui font pression, hors périmètre institutionnel Agglo, et qui risquent de parasiter la hiérarchie de l'armature métropolitaine, et l'ambition d'intégration urbaine

164

B/ LES OBJECTIFS POURSUIVIS ET ACTIONS ENVISAGEES

- Introduction détaillant les objectifs poursuivis et le programme envisagé dans le présent dossier, resituées dans l'ensemble des actions engagées

L'offre commerciale du centre-ville doit donc trouver sa place et s'articuler au sein de l'échiquier commercial de la métropole afin de permettre à Montpellier de disposer d'une armature commerciale de centre-ville à l'échelle de sa métropole régionale, à travers :

- **le rééquilibrage du territoire marchand** de la ville en offrant une centralité métropolitaine élargie ; à ce jour **75 % de la clientèle** du cœur de ville provient de la commune de Montpellier,
- **l'extension de son aire et des linéaires commerciaux**, à l'ouest jusqu'au cours Gambetta, au Sud, au-delà de gare et de la voie ferrée,
- **la spécificité de la typologie commerciale**, commerces indépendants, enseignes de marque qui ne peuvent et surtout ne veulent trouver leur place en galerie de centre commercial,
- **la réponse aux nouveaux modes de consommation** (commerce de proximité et commerce en ligne),
- **l'accueil d'enseignes de marque** faisant du centre-ville une véritable destination shopping,
- **le maintien de la diversité commerciale**,
- **la mise en valeur et la préservation de son cadre bâti**, qui constitue un atout différenciant.

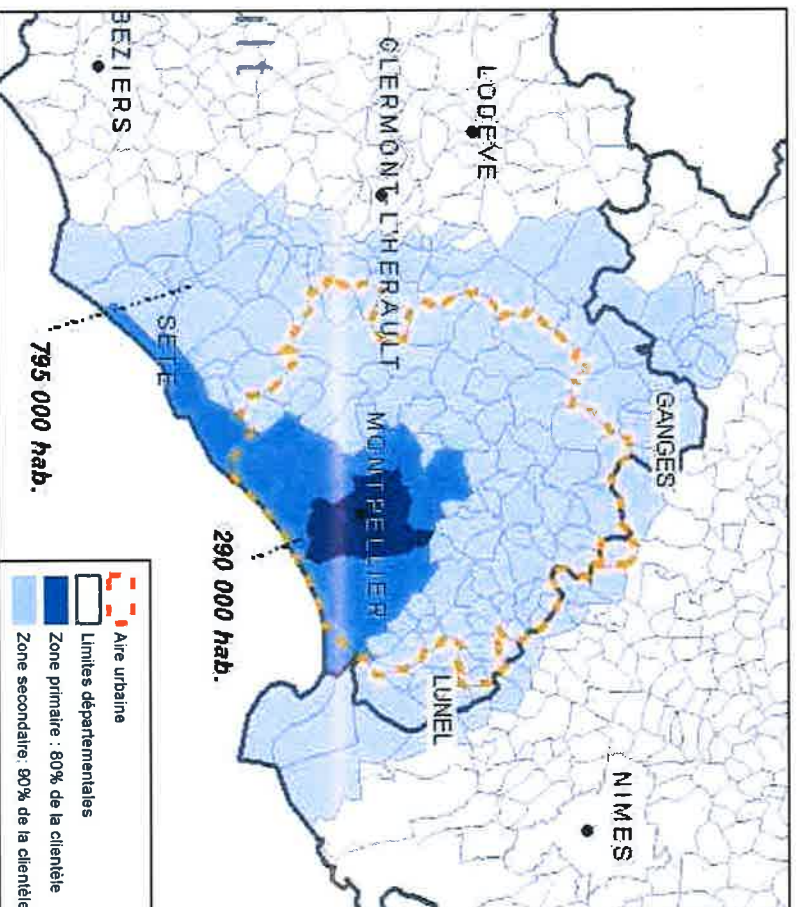
Aujourd'hui, le centre-ville propose une offre commerciale originale, atypique. Ses atouts et ses spécificités se fondent sur son animation incessante, sa grande qualité architecturale, son accessibilité par un réseau de tramways renforcé récemment avec le prolongement de la ligne 4, venant finaliser une boucle entourant le centre-ville.

Le cœur marchand joue un rôle central dans la structure commerciale de la Métropole. La composante équipement de la personne est également particulièrement présente et confirme le caractère de destination shopping du centre-ville. Maintenant, celui-ci doit savoir s'adapter à la mutation des comportements et des attentes des consommateurs. Le défi qui doit être relevé aujourd'hui est d'accompagner au mieux cette adaptation en réactivant le potentiel de son tissu de commerces afin de proposer une offre commerciale diversifiée et de qualité, générateur d'attractivité à l'échelle métropolitaine.

Cependant, les rues marchandes sont étroites, les circuits marchands ne sont pas bouclés et manquent parfois de lisibilité dans l'environnement urbain.

Mais un meilleur partage de la voirie pour toutes les mobilités (aire piétonne étendue, bouclage du réseau de tramways) et la création d'une offre de stationnements aux points stratégiques du centre, ont permis une amélioration de l'accessibilité et de favoriser la déambulation et flânerie en centre-ville. Le coût de ces parkings, quoique comparable au coût de stationnement en centre-ville constaté dans des villes de dimension métropolitaine équivalente, est parfois présenté comme dissuasif pour un certain nombre de chaland.

Au travers d'un benchmarking réalisé sur les centres-villes de 4 autres métropoles de taille comparable (Nantes, Rennes, Strasbourg et Grenoble), plusieurs éléments caractéristiques du centre de Montpellier ont pu être mis en avant. Si les centres commerciaux de périphérie ont un poids important, le centre-ville résiste bien, fort notamment d'une vaste politique de mise en valeur de son patrimoine historique. Il réalise un chiffre d'affaire total ramené au nombre d'habitants de 1550€ se situant dans la moyenne des agglomérations étudiées. Cependant, ce chiffre cache une réalité double : la part importante de l'ensemble Polygone/galerie du Triangle qui représente la moitié du CA du centre-ville et la faible part relative des rues marchandes de par le peu d'enseignes nationales présentes. En revanche, sur ces mêmes rues, le nombre élevé de cellules commerciales et le taux de vacance faible, ayant d'ailleurs chuté de 7% en 2000 à 5,3% en 2012, témoignent de sa vitalité. Mais celle-ci reste cependant précaire et nécessite de nombreux efforts pour la pérenniser.



La dynamisation et l'extension de ce secteur doivent être mises en œuvre en coordination et en cohérence avec les autres opérations de développement commercial de la métropole telles que :

- le centre commercial Odysséum (qui jusqu'alors n'a pas eu l'impact négatif craint sur le centre-ville),
- la restructuration du Polygone (ZAC Pagezy),
- l'avenue Raymond Dugrand,
- les futurs quartiers Ode et Mogère, site de la future gare TGV.

Compte tenu de la structure commerciale du commerce de centre-ville, structure fonctionnelle (commerces indépendants difficiles à fédérer) et structures physiques (foncier, taille des parcelles...), **il est important que l'action publique nécessaire intervienne à court terme, avant le développement de ces opérations majeures, pour aider le cœur marchand à trouver sa place en lui donnant l'impulsion que le marché ne peut trouver tout seul.**

Le centre-ville et cœur marchand : un contexte particulier et une stratégie politique affirmée

Parallèlement à sa maîtrise de son expansion, Montpellier s'est lancée depuis 2003 dans le réinvestissement de son centre afin de l'aménager à l'échelle de la Métropole. Un projet ambitieux naît alors, l'opération Grand Cœur.

La Ville médiévale appelée « Ecusson » remplissait son rôle de centre urbain jusque dans les années 60. Depuis les fonctions de centralité se sont logiquement diffusées. Appuyé par l'action phare de piétonisation étendue sur près de 80 hectares, cet élargissement du centre ancien a permis de créer un vaste espace central élargi, apte à recevoir une population toujours plus nombreuse. Le quartier Centre compte aujourd'hui 71 000 habitants (1/3 de la population de la commune sur 1/7 de son territoire) et regroupe, autour de l'Ecusson (12 000 habitants), les faubourgs du XIXème et l'opération d'Antigone. Ce centre élargi poursuit aujourd'hui son ancrage, accompagné par l'action municipale.

Pour ce faire, l'opération Grand Cœur s'attache à atteindre deux objectifs principaux :

- Rendre le centre-ville fonctionnel, confortable et agréable pour ceux qui y résident tout en permettant l'accueil de nouveaux résidents,
- Rendre le centre-ville disponible et accessible à l'ensemble des habitants de l'aire urbaine dont il constitue l'espace majeur de vie urbaine.

Pour réaliser ces objectifs, l'action publique porte sur 3 volets :

Le cadre de vie : la gestion urbaine de proximité, pour que la ville ancienne puisse répondre aux attentes et besoins des urbains d'aujourd'hui ; tout en préservant et en mettant en valeur le patrimoine historique qui donnent « l'âme », tant recherchée de ces quartiers. La requalification du paysage urbain au travers de l'espace public mais aussi des ravalements de façades et de la préservation de la végétation, tant publique que privée.

Le logement : réactiver et diversifier le marché du logement par la réhabilitation du parc de logements inconfortables ou insalubres, par des constructions neuves et par la remise sur le marché de locaux vacants ;

Le commerce : vitaliser le commerce et l'artisanat, avec notamment le renforcement et l'adaptation de l'offre immobilière dans ce domaine.

Pour intervenir opérationnellement sur les volets « logement » et « commerce », la Ville de Montpellier a confié à la SERM (Société d'équipement de la région montpelliéraine) et à la SAAM (Société d'aménagement de l'agglomération de Montpellier), deux concessions d'aménagement.

Cette intervention conjointe au travers d'actions phares a permis le développement d'une véritable stratégie commerciale structurée.

Les acquisitions foncières ciblées de la SERM et la SAAM

- Concession SERM : près de 12000m² de surface commerciale ou artisanale ont été acquis, représentant une centaine de locaux dont la moitié ont déjà été revendus. A cela s'ajoute 6000m² de bureaux.
- Concession SAAM : le prévisionnel est de 35 à 50 locaux pour une surface de 4600 m² (et 5000 m² de bureaux).

Les secteurs « cibles » sont Courreau/Figuerolles et Sud Comédie, Clemenceau/Rondelet et Laissac.

Des outils d'intervention

Le droit de préemption sur les baux et fonds de commerce

Un tel périmètre a été mis en place en 2010 et complété en 2015. Il concerne les axes commerçants principaux du centre historique et des faubourgs où l'évolution commerciale compromet la diversité, les besoins de proximité et de ce fait la qualité de l'offre.

Utilisé dans un premier temps essentiellement comme un observatoire utile, voire indispensable, cet outil prend maintenant une dimension opérationnelle en raison d'un crédit spécifique accordé à la SAAM dans le cadre de la concession d'aménagement Nouveau Grand Cœur.

A noter qu'en règle générale, l'acquisition des murs commerciaux est préférable. Pour cela l'utilisation du droit de préemption urbain renforcé permet d'agir efficacement (la SERM/SAAM, analysent toutes les déclarations d'intention d'aliéner (DIA) du quartier Centre).

L'application du règlement spécial de publicité (RSP) et son renforcement

Ce dernier doit être remplacé par un règlement local de publicité (RLP), mieux adapté, notamment dans le cœur historique. Un travail a été engagé dans le cadre du secteur sauvegardé, qui sera étendu à l'ensemble du centre-ville.

La mise en place de ce règlement modifié est l'occasion d'organiser sa mise en application, avec une information préalable auprès des commerçants.

Puis viendront les mesures coercitives énoncées récemment par la loi Pinel qui prévoit la délimitation par DCM de « zones où tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue, ou tout propriétaire, doit veiller à ce que l'aspect extérieur de son local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants, sous peine se voir appliquer comme sanctions celles qui s'appliquent déjà à toute infraction à ce règlement ».

Compléter le règlement des terrasses commerciales

Le principal enjeu pour les implantations des terrasses commerciales est de trouver le bon équilibre entre l'utilisation commerciale du domaine public et la qualité de vie urbaine que la ville souhaite offrir à ses habitants (nuisances nocturnes, perception de l'espace public, ...).

Afin de trouver ce bon équilibre et de pouvoir agir sur les mutations commerciales, il est proposé de compléter le règlement actuel par des mesures de restriction ciblées (rue par rue) où les terrasses seront limitées où interdites pour maîtriser l'encombrement et la fonctionnalité de l'espace public et/ou protéger des secteurs à vocation résidentielles, ainsi que par la mise en place d'une charte de qualité afin d'éviter un développement trop disparate des terrasses.

Label « Préférence commerce » (CCI)

La démarche « Préférence Commerce » s'adresse aux commerçants qui s'engagent en termes de qualité d'accueil et de service sur l'environnement et l'aspect extérieur/intérieur du point de vente, le contact et la relation client, les services proposés, la communication.

Les commerçants, souhaitant faire évoluer et dynamiser leurs commerces, valorisent leur professionnalisme auprès de leur clientèle, fidélisent leurs clients actuels et gagnent de nouveaux clients, en se différenciant de la concurrence.

L'obtention du label permet de bénéficier d'une communication nationale

Le protocole Ville/SAAM/SERM/CCI

Ce protocole, en cours d'élaboration, dont la signature est prévue début 2016, permettra de mettre en commun les ressources et informations propres à chacun (locaux disponibles, prospects) et de bâtir une prospective commune, pour anticiper les évolutions à venir (voir en annexe).

Une programmation commerciale diversifiée

Boulevard du Jeu de Paume

En matière de circuit marchand, les études ont mis en évidence la nécessité de réaliser un bouclage par la piétonisation du boulevard du Jeu de Paume et son « raccordement » aux rues Saint Guilhem et Grand-rue Jean Moulin. Cette opération permet aussi l'agrandissement du cœur marchand jusqu'au cours Gambetta et jusqu'à la Gare et la Zac du Nouveau St Roch, via les halles Laissac et la rue d'Alger. Le « plan merchandising » a été conçu pour satisfaire des besoins potentiels dans un positionnement de magasins « haut de gamme », de magasins d'un niveau de gamme « plus accessible » et surtout « différenciant » qui assurera la jonction avec l'offre existante, sans oublier une part de restaurants et bars qui assureront l'animation et la convivialité du boulevard au quotidien. Un projet d'une telle envergure nécessite plusieurs « temps » d'intervention, les grandes marques préférant d'une manière générale attendre la requalification complète du secteur (espace public, transports, etc.) avant de venir s'installer, ce qui se traduit, durant les phases de travaux, par l'installation d'enseignes de moyenne gamme. Néanmoins, déjà l'arrivée de Nespresso ou encore Banana Moon préfigure d'un futur engouement une fois les travaux achevés.

Autre maillon de ce circuit marchand, la Grand'rue Jean Moulin va être réaménagée (travaux en 2017), au bénéfice de l'ensemble de sa structure commerciale et notamment dans sa partie basse où l'analyse des mutations récentes montrent une dégradation qualitative.

La rue du Faubourg du Courreau

La rue relie le secteur Figuerolles à l'Ecusson. C'est un axe majeur de centre-ville élargi, entre le Plan Cabanes, station de tramway (depuis 2012) et place de marché (début 2016).

L'action engage les outils habituels de l'aménageur sur le logement et le commerce (fonciers, droits au bail, programmation...) mais aussi la requalification de l'espace public, élément primordial pour un renouveau commercial.

L'opération Du Guesclin (en cours de définition)

1 000 m² de surface de vente, associé à du logement, une résidence étudiante, une résidence d'affaires et du stationnement. (Promoteur : Pragma). L'opération permet d'agir sur un autre circuit marchand entre le centre commercial du Polygone, la place de la Comédie et la gare, en créant des liaisons verticales efficaces entre le viaduc Fresnay et le quartier Sud Comédie, via les rues Verdun, A Ollivier et Boussairolles.

Le Nouveau Saint-Roch

Le projet Nouveau Saint-Roch prévoit environ 6.500 m² de commerces sur la ZAC, entre les rues Leenhardt, du grand Saint-Jean, et les lignes 2 et 4 du tramway, ainsi qu'au rez-de-chaussée du parking. La livraison est prévue en 2019.

Les surfaces commerciales de la gare passent de 1.200 à 2.000 m² et ont été livrées en décembre 2014.

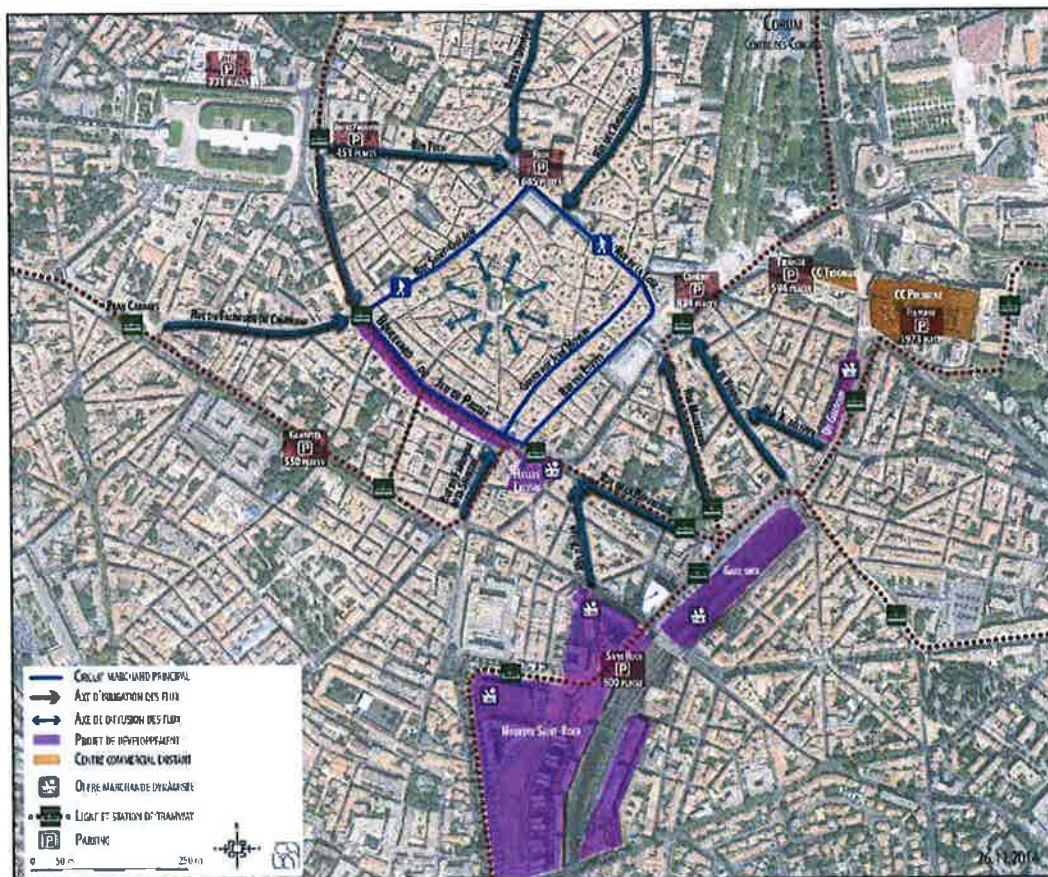
Cette opération va agir sur une partie du centre-ville commerçant, autrefois complètement intégrée et aujourd'hui un peu marginalisée, vers la gare à partir des halles Laissac, en recréant un circuit marchand dans ce secteur (rue d'Alger, rue Durand).

L'artisanat d'art

Dans une autre thématique, la production de locaux pour des métiers d'art permet de redonner de l'attractivité commerciale à des secteurs où celle-ci s'est délitée au fil des temps.

L'opération, subventionnée par l'Agence nationale de rénovation urbaine, (actuellement 7 locaux sur Nord Ecusson + 7 locaux également rue du Général Vincent, pour un total de 740 m² environ) permet à des artisans d'accéder à la propriété en démontrant la pérennité de leur activité : dans un premier temps locataires sans paiement d'un droit d'entrée ou d'un droit au bail, ils peuvent ensuite, pour un montant équivalent au loyer payé, devenir propriétaires de leur atelier. Ces locaux sont livrés « prêts à l'emploi » par l'aménageur. Les ateliers des métiers d'art (boulevard de Bonnes Nouvelles) représentent 5 à 8 locaux (selon les configurations) et accueillent de façon temporaire des artisans des métiers d'art dans un cadre « pépinière d'entreprise » (accueil de 2 ans avec conditions locatives attractives pour faciliter le démarrage de l'activité).

La promotion d'un circuit dans lequel ces ateliers de métiers d'art s'inscrirait pour structurer, l'offre déjà présente et permettre in fine la survie de ce savoir-faire trop peu connu ou vu actuellement, fait l'objet de l'action 3.2 de ce dossier d'appel à projet.



Une meilleure accessibilité des commerces, améliorer le fonctionnement urbain, créer du flux piéton

La définition d'un réseau de tramway maillé permet d'offrir aux chalandes une alternative à la voiture, mais il convient néanmoins de résoudre la problématique de l'accessibilité entre les parkings du cœur de ville (et ceux situés en périphérie) et les commerces du centre. Les pistes d'actions envisageables sont :

Les livraisons

Depuis 2004, la Ville de Montpellier met en place un dispositif visant à favoriser la livraison au centre-ville en s'appuyant sur les véhicules propres de petit gabarit.

En 2015, la Métropole Montpellier Méditerranée a été retenue suite à sa candidature au projet « Ville respirable ». L'objectif est de « **Favoriser les mobilités durables en optimisant le transport de marchandises et la logistique urbaine** », conformément aux réflexions menées depuis plusieurs années par la Ville de Montpellier.

Le projet vise à mettre en place une logistique urbaine privilégiant les **modes doux**, les **véhicules électriques, hybrides** et au **GNV** ainsi que la **mutualisation des flux logistiques** depuis des Espaces logistiques urbains et un Centre de distribution urbain situé au Marché d'intérêt national (MIN) de Montpellier. Il s'agira notamment de restreindre l'accès du cœur de la Métropole aux véhicules les plus polluants, notamment les véhicules utilitaires légers et les camions en y créant une zone à circulation restreinte.

Ce dispositif comprend le développement du MIN dans le domaine de la logistique urbaine, mais également la création d'Espaces logistiques de proximité en bordure de l'aire piétonne, des consignes, à partir desquels se diffuseraient les marchandises à destination du centre-ville par des petits véhicules utilitaires propres.

L'accès et le fonctionnement de l'aire piétonne

L'objectif final est de réaffirmer la vocation piétonne de l'aire en proposant une mobilité apaisée au sein de celle-ci et un meilleur service rendu aux usagers.

Pour cela, il est envisagé d'innover en proposant un dispositif plus performant de lecture de plaques d'immatriculation couplé à un e-service, permettant plus de souplesse dans la gestion des besoins des résidents et usagers de l'aire.

Cette action est subventionnée par l'Etat dans le cadre du dossier « Ville respirable ».

L'accès attractif aux parkings

La circulation automobile fait l'objet d'une attention particulière dans le centre-ville élargi. La surface viaire dans ce secteur étant très réduite (de l'ordre de 7% alors qu'elle est du double en moyenne pour d'autres villes de même importance), les rues du centre ne peuvent supporter un trafic important et tout est fait pour supprimer le transit et ne permettre que la desserte, riverains et usagers.

En 2010, la Ville de Montpellier a mis en place son Plan local de déplacements (PLD), dont les principes sont conformes avec le Plan de déplacements urbains (PDU). Le nouveau plan de circulation émanant de ce PLD va dans le sens d'une meilleure attractivité du centre-ville :

- il rend les itinéraires vers le centre-ville et autour de celui-ci plus lisible, par un meilleur jalonnement (mis en œuvre du Schéma directeur de jalonnement) et par la mise à double sens de plusieurs voies : les boulevards Renouvier, Berthelot, Vieussens, quais du Verdanson,...
- il limite fortement les flux de transit des circulations à travers le centre-ville, en privilégiant les contournements. Ainsi, les voies pénétrantes, libérées de ces flux dont la destination n'est pas le centre, autorise un meilleur accès aux parkings de l'hypercentre.
- l'accès aux parkings, notamment ceux situés aux abords du cœur marchand est privilégié. Un jalonnement dynamique, subventionné par le Fisac, a été mis en place en 2012/2013.

Un système de chèques-parking, subventionné par le Fisac pendant 3 ans, connaît un succès certain. L'action est poursuivie et il est à l'étude d'étendre son concept à l'accessibilité en transport en commun et d'en faire un chèques-déplacement à l'occasion de la future DSP transport.

Cœur de ville en lumières

La Ville, avec la CCI, met en valeur son centre-ville avant les fêtes de fin d'années afin de promouvoir le centre ancien et son patrimoine dans une période importante pour les commerçants.

L'action a été initiée par la CCI en 2014 et s'est poursuivie en 2015 avec la Ville. Plus de 150000 personnes ont parcourues le cœur marchand pendant 3 soirées pour découvrir les 10 installations/animations lumineuses sur des façades emblématiques du centre historique.

L'évènement est financé en grande partie par des sponsors, la Ville n'a que 10% à sa charge (environ 10000€).

Le Grand Bazar

C'est une braderie commerciale organisée par la Ville et la CCI en partenariat. Deux fois par an, au printemps et à l'automne, les commerçants du centre-ville (Ecusson et faubourgs) sont invités à sortir leurs étals dans les rues. Des vides greniers, des marchés thématiques ainsi que des animations musicales complètent cet évènement aux allures festives et conviviales.

Le Grand Bazar connaît un succès grandissant depuis 2009 et de plus en plus de commerçants y participent. Le Grand Bazar est devenu au fil du temps un rendez-vous incontournable du centre-ville.

Les Estivales et les Hivernales

La Ville de Montpellier organise depuis plus de 10 ans deux évènements commerciaux et festifs sur l'esplanade Charles de Gaulle, en cœur de ville.

Les Estivales de Montpellier ont lieu chaque vendredi de l'été. Evènement organisé autour de la viticulture et des savoir-faire locaux, elles attirent chaque vendredi environ 20 000 personnes.

En partenariat avec le syndicat AOC Languedoc, des viticulteurs viennent faire déguster leurs crus, des traiteurs proposent assiettes de tapas, huîtres ou spécialités culinaires, et des artisans locaux présentent leurs créations. Des concerts animent ces soirées pour le

bonheur des petits et des grands. C'est une manifestation dont l'impact sur les professionnels locaux est primordial.

Les Hivernales de Montpellier sont bien plus qu'un simple marché de Noël. Une centaine de chalets accueillent artisans, producteurs et traiteurs locaux. Mais les Hivernales se sont aussi un grand chapiteau pour déguster confortablement les spécialités achetées ou écouter un concert chaque week-end. Ce sont aussi des animations gratuites pour les enfants (parades, ateliers créatifs, contes) et des attractions comme la patinoire et les manèges forains.

Là encore cette événement, attendu chaque année par les montpelliérains, attire un public nombreux et profite à l'ensemble du centre-ville.

Les actions présentées ci-après ont été élaborées dans le cadre d'un partenariat étroit réunissant la Ville de Montpellier porteuse du projet, la Chambre de commerce et d'industrie, la Chambre de métiers et de l'artisanat de l'Hérault, et les associations de commerçants et d'artisans réunis au sein du CLIP 34 comprenant :

- la FADUC : fédération régionale des associations de défense des commerçants de Montpellier Méditerranée Métropole et de la région Languedoc-Roussillon,***
- le SCHM : Syndicat des commerçants des halles et marchés***
- l'UMIH : Union des Métiers des Industries Hôtelières,***
- l'UNAPL : Union Nationale des Professions Libérales,***
- L'UPA : Union Professionnelle Artisanale composée de la CAPEB pour le Bâtiment, de la CGAD pour les alimentaires et de l'UNAMS pour les Métiers et Services.***

La mise en œuvre de ce dossier est en outre conduite dans le cadre de la Commission « Accessibilité et attractivité du centre-ville » de la Ville de Montpellier.

C/ PROGRAMME D'ACTIONS

- Fiches actions du programme
- Plan de financement annuel

La Ville, avec l'appui de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Montpellier, la chambre de métiers et des membres du CLIP, structure qui regroupent des associations de professionnels et commerçants, notamment la FADUC et le syndicat des halles et marchés, a décidé de compléter les actions déjà entreprises et de solliciter, à nouveau, pour cela le Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce- FISAC.

La sollicitation précédente de ce fonds par la Ville de Montpellier date de 2012. Le programme réalisé comportait, le jalonnement dynamique des parkings du centre-ville, un guide pratique et des bonnes pratiques en cœur marchand, une étude sur les halles et marchés du XXIème siècle, des aides pour la requalification des devantures commerciales et la mise en place de chèques-parking.

Le présent dossier FISAC porte sur trois volets :

- **Moderniser des entreprises de proximité**
 - **Action1 : Mise en accessibilité des commerces**, en complément de l'action d'aide de la Ville à la requalification des devantures commerciales
- **Amélioration du cadre dans lequel s'exercent les activités de proximité**
 - **Action2 : Reconstruction des halles Laissac**
 - 2.1- Gros œuvre (clos couvert)
 - 2.2- Aménagement intérieur (étals)
 - 2.3- Equipement des étals
- **Améliorer l'offre commerciale**
 - 3.1 : Visio-commerce
 - 3.2 : Promotion de l'artisanat d'art - communication
 - 3.3 : Promotion des halles et marchés

D'autres objectifs du Fisac se traduisent néanmoins par des actions dans le programme global synthétisé ci-dessus mais ne peuvent intégrer le présent dossier, soit parce que l'action est déjà subventionnée par l'Etat, soit parce qu'elle a déjà été subventionnée par le premier dossier Fisac et porte sur le même territoire, soit qu'elle est déjà commencée ou le sera avant la notification du présent dossier.

- Développer une offre de services innovants :
 - Mise en place d'un service de livraison
 - Amélioration du fonctionnement de l'aire piétonne
 - Poursuite de l'action chèques-parking
- Développer le professionnalisme et l'innovation dans les pratiques commerciales
 - Label « Préférence commerce »
- Amélioration du cadre dans lequel s'exercent les activités de proximité
 - Production de locaux artisanaux en location-vente (Nord Ecusson-faubourg Figuerolles)
 - Accentuation de l'aide à la requalification des devantures commerciales.

Fiche 1

Mise en accessibilité des commerces dans le cadre de la campagne de requalification des devantures commerciales

Maître d'Ouvrage : Ville de Montpellier

Partenaires :

- CCI
- Chambre de Métiers et de l'Artisanat (CMA)

Objectifs :

Inciter les commerçants à engager des travaux de mise en accessibilité de leurs locaux, en parallèle de la requalification complète de leur devanture.

Descriptif :

Consciente que le commerce du cœur de ville joue un rôle urbain majeur, la Ville de Montpellier a entériné dès 2012 le lancement d'une campagne d'aide à la requalification des devantures des locaux d'activités, menée en partenariat avec la Chambre de commerce et d'industrie.

Ce dispositif permet un accompagnement global des commerçants, dès la phase de conception du projet en apportant une participation financière et/ou technique (mise à disposition d'une assistance architecturale) afin d'encourager la mise aux normes d'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite (PMR) tout en incitant à la qualité des projets de devantures qui répondent aux contraintes architecturales des règlements des territoires sur lesquels ils se situent.

Le patrimoine du centre-ville de Montpellier est en effet protégé et valorisé dans le cadre du plan de sauvegarde et de mise en valeur (PSMV) et d'aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) et qui impose des contraintes fortes en termes de surcoûts, ce qui peut parfois décourager les commerçants d'entreprendre les rénovations nécessaires. Une charte de qualité des devantures commerciales a d'ailleurs été établie afin de cadrer les projets de rénovation qui pourront voir le jour et de traduire les éléments réglementaires en vigueur à respecter (règlement du secteur sauvegardé, règlement d'AVAP et règlement spécial de publicité).

Le bilan en termes nombre de devantures requalifiées ayant été relativement faible les 3 premières années, la Ville a décidé en mai 2015 de renforcer cette action en augmentant son aide, en la passant de 20% du montant des travaux à 50% pendant 2 ans (mi 2015-mi 2017) et à 25% deux ans de plus (mi 2017- mi 2019). Le périmètre d'action est élargi à l'ensemble du cœur marchand de Montpellier (environ 300 ha au lieu de 150 précédemment).

Dans le précédent dossier, le Fisac accompagnait l'action de la Ville avec une subvention de 15%. Même si le « territoire » de cette action a été sensiblement modifié, la sollicitation de l'aide du Fisac pour poursuivre cette action, ne porte pas sur les travaux globaux de requalification des devantures mais est ciblée précisément sur les travaux de mise en accessibilité pour les personnes à mobilité réduite.

Une prime de 700€ est sollicitée du Fisac, attribuée au commerçant devant réaliser ses travaux d'accessibilité. Cette aide s'ajoute à celle versée spécifiquement pour cela par la Ville (50% des travaux jusqu'à mi 2017, 25% ensuite et une prime complémentaire de 500€ maximum). **L'aide du Fisac est plafonnée à celle de la Ville, comme le stipule le règlement, et la somme des aides ne pourra dépasser 80% des travaux afférents.**

Une communication ciblée par un démarchage directement auprès des commerçants permettra de les inciter à se lancer dans une double procédure d'accessibilité et rénovation.

Coût détaillé de l'action :

Coût moyen HT : 3 000 €. Plafonds travaux : 4 000 €.

Coût total prévisionnel sur 3 ans : 120 mises en accessibilité soit **360 000€ HT**

Mise en accessibilité des commerces	Nb de chantiers	Coût annuel HT	Coût annuel TTC	Part commerçant 20%	Part Ville 60%	Part sollicitée FISAC 20%
2016	30	90 000 €	108 000 €	18 000 €	54 000 €	18 000 €
2017	60	180 000 €	216 000 €	36 000 €	108 000 €	36 000 €
2018	30	90 000 €	108 000 €	18 000 €	54 000 €	18 000 €
TOTAL HT	120	360 000 €	432 000 €	72 000 €	216 000 €	72 000 €

Publics visés :

- Les commerçants, artisans et professions libérales ou travailleurs indépendants exerçant une activité derrière une vitrine.

Indicateur de mesure :

- Nombre de devantures ou enseignes mis en accessibilité PMR.
- Poids économique des travaux générés.

PERIMETRE D'AIDE A LA REQUALIFICATION DES DEVANTURES
COMMERCIALES 2015-2016 (environ 300 ha)

