

Séance ordinaire du lundi 5 juin 2023

Extrait du registre des
délibérations du Conseil
municipal de la Ville de
Montpellier

L'an deux-mille-vingt-trois et le cinq juin, les membres du Conseil municipal, légalement convoqués, se sont assemblés au lieu ordinaire des séances, Salle du Conseil, sous la présidence de Monsieur le Maire, Michaël DELAFOSSE.

Nombre de membres en exercice : 65

Commerce

Présents :

Taslime AKBARALY, Nadia AKIL, Luc ALBERNHE, Georges ARDISSON, Eddine ARIZTEGUI, Michel ASLANIAN, Christian ASSAF, Yves BARRAL, Boris BELLANGER, Christophe BOURDIN, Françoise BOUTET-WAISS, Elodie BRUN-MANDON, Emilie CABELLO, Michel CALVO, Roger-Yannick CHARTIER, Michaël DELAFOSSE, Jean-Dominique DELAVEAU, Fanny DOMBRE-COSTE, Jacques DOMERGUE, Caroline DUFOIX, Maryse FAYE, Julie FRÊCHE, Clara GIMENEZ, Serge GUISEPPIN, Clare HART, Salim JAWHARI, Stéphane JOUAULT, Flora LABOURIER, Mustapha LAOUKIRI, Mustapha MAJDOUL, Coralie MANTION, Nicole MARIN-KHOURY, Isabelle MARSALA, Hervé MARTIN, Marie MASSART, Patricia MIRALLES, Fatma NAKIB, Laurent NISON, Manu REYNAUD, Catherine RIBOT, Agnès ROBIN, Séverine SAINT-MARTIN, Agnès SAURAT, Philippe SAUREL, Mikel SEBLIN, Radia TIKOUK, Annie YAGUE, Alban ZANCHIELLO.

Absents ayant voté par procuration en application de l'article L 2121-20 du Code général des collectivités territoriales :

Mohed ALTRAD ayant donné pouvoir à Serge GUISEPPIN, Véronique BRUNET ayant donné pouvoir à Clare HART, Sébastien COTE ayant donné pouvoir à Alban ZANCHIELLO, Mickaël DIORE ayant donné pouvoir à Yves BARRAL, Alenka DOULAIN ayant donné pouvoir à Flora LABOURIER, Abdi EL KANDOUSSI ayant donné pouvoir à Philippe SAUREL, Hind EMAD ayant donné pouvoir à Roger-Yannick CHARTIER, Mylvia HOUGUET ayant donné pouvoir à Michaël DELAFOSSE, Sophiane MANSOURIA ayant donné pouvoir à Boris BELLANGER, Yvan NOSBE ayant donné pouvoir à Laurent NISON, Bruno PATERNOT ayant donné pouvoir à Manu REYNAUD, Célia SERRANO ayant donné pouvoir à Catherine RIBOT, Bernard TRAVIER ayant donné pouvoir à Isabelle MARSALA, François VASQUEZ ayant donné pouvoir à Coralie MANTION.

Absents / Excusés :

Stéphanie JANNIN, Clothilde OLLIER, Joëlle URBANI

Feuille de route commerce de la Ville de Montpellier - Approbation

Monsieur Alban ZANCHIELLO, Adjoint au Maire, rapporte :

Le tissu commercial de Montpellier Méditerranée Métropole accueille environ 10 800 établissements commerciaux (commerces, Café-Hôtel-Restaurant (CHR) et services à vitrines), dont plus de 6 800 sur la seule Ville de Montpellier¹. Il se positionne comme 2^{ème} pôle commercial de la Région Occitanie et 46% du chiffre d'affaires des commerces de la Métropole sont réalisés par les commerces de Montpellier.

L'aire d'influence commerciale de Montpellier dépasse non seulement le périmètre institutionnel du territoire de la Métropole mais aussi l'aire urbaine montpelliéraine (570 000 habitants) qui recouvre l'ensemble des bassins de vie de Lunel et Sète et qui s'étend loin au nord-ouest au-delà de la Vallée de l'Hérault. L'influence des grands pôles montpelliérains s'étend jusqu'aux franges des bassins de consommation nîmois et biterrois.

La régulation des implantations commerciales a, durant des décennies, été effectuée sous le seul prisme économique. A l'échelle nationale, comme dans Montpellier Méditerranée Métropole, une armature commerciale puissante s'est ainsi structurée afin de répondre aux besoins de consommation. Cette croissance de l'offre commerciale a eu des conséquences en terme d'aménagement du territoire, d'environnement et de réponse aux évolutions de la demande, contraires aux principes essentiels du

¹ Source : Etude commerce sur la Métropole de Montpellier – CCI 2022

développement durable : forte consommation foncière, faible qualité urbaine, paysagère et architecturale, génération excessive de flux motorisés, bâtiments énergivores, aspiration des commerces urbains et de proximité hors des centres-villes et des centre-villages, etc. Il en résulte plus généralement, une forme de « divorce » historique entre la ville et le commerce moderne, lui-même marqué par la concentration géographique de l'appareil commercial (dans les lotissements périphériques de grandes surfaces) et des capitaux (constitution de réseaux d'enseignes et d'investisseurs immobiliers).

Le commerce est une composante essentielle de l'économie du territoire, il s'agit d'activités économiques génératrices de richesse et d'emplois non délocalisables (36 000 emplois à l'échelle de la Métropole, 21 600 sur la Ville). Le commerce favorise également la qualité du cadre de vie, participe à l'animation du territoire et crée du lien social entre les habitants. Il concourt au « *bien vivre ensemble* ».

Aujourd'hui, le commerce est, de fait, confronté à deux grands défis :

- Renouveler son modèle dans un contexte économique tendu et concurrentiel, dans un contexte marqué notamment par l'impact croissant des nouvelles technologies sur les façons de consommer, elles-mêmes fortement marquées par l'évolution des modes de vie ;
- Répondre aux exigences de qualité environnementale et urbaine, ainsi qu'aux objectifs de transitions énergétique et climatique.

En effet, entre la rétractation de la classe moyenne, l'inflation, l'augmentation des coûts de production, l'explosion des coûts liés aux énergies... les marques de milieu de gamme, notamment de prêt à porter, n'ont jamais été aussi vulnérables. Les difficultés financières de nombreuses marques ces derniers mois, qui ont parfois entraîné leur fermeture, en sont l'illustration. Pour n'en citer que quelques-unes : *Camaïeu*, *Kookaï*, *Naf Naf*, *Célio*, *La Halle*, *Go Sport*, *André*, etc.

Dans son livre blanc publié en 2022, la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) de l'Hérault mettait en avant ce contexte en mutation et ses conséquences sur le commerce local. Avec notamment la baisse des chiffres d'affaires des commerçants (57% des commerçants de l'Hérault déclaraient avoir un chiffre d'affaires en baisse en 3.33 par rapport à l'année précédente) et les dégradations de leur trésorerie, ce qui fragilise fortement les établissements. Était également mentionnée la perception du centre-ville par les commerçants et les clients :

- Les items qui revenaient le plus pour les commerçants étaient les suivants : problème de propreté, de sécurité, accessibilité (prix et offre stationnement, circulation, signalétique) et les animations arrivaient en fin de citation ;
- Les items qui revenaient le plus pour les non-clients (ceux qui ne viennent pas ou plus en ville) étaient les suivants : accès-stationnement, sécurité, manque de diversité commerciale.

Fort de ce constat, la Ville de Montpellier a décidé de se doter d'une feuille de route afin de définir les objectifs et actions prioritaires pour un développement harmonieux du commerce sur son territoire. Cette feuille de route doit permettre, grâce à la mobilisation de tous les acteurs, de relever les grands défis auquel le commerce local est confronté.

Une gouvernance locale autour du commerce s'est structurée ces derniers mois avec la création :

- D'un comité politique commerce présidé par Monsieur Alban ZANCHIELLO, Adjoint au Commerce de la Ville de Montpellier,
- D'un comité technique commerce multi-acteurs composés de la Ville, la Métropole, Altémed et la CCI.

La feuille de route commerce de Montpellier s'articule autour des engagements, objectifs et actions suivants :

Engagement 1: Favoriser l'attractivité commerciale de Montpellier

Objectif 1 : S'engager pour un espace public et un patrimoine de qualité afin de ré-enchanter le centre-ville :

- Action 1 : Aménager l'espace public en donnant la place aux enfants et aux familles ;
- Action 2 : Coordonner et veiller à faire appliquer les différents règlements permettant de maîtriser l'impact visuel et spatial des équipements commerciaux ;

Objectif 2 : Construire ensemble un environnement apaisé :

- Action 3 : S'attacher à obtenir un centre-ville propre et sobre pour tous ;
- Action 4 : Garantir la sécurité à chacun ;

Objectif 3 : Travailler collectivement à une accessibilité renouvelée :

- Action 5 : Mettre en place un plan de circulation prenant en compte les mobilités actives ;
- Action 6 : Décarbonner nos mobilités et proposer des alternatives à l'autosolisme ;

Objectif 4 : Accueillir des événements d'envergure afin de bénéficier de la clientèle tourisme & loisirs :

- Action 7 : Créer les conditions d'accueil pour inciter les organisateurs à choisir Montpellier ;
- Action 8 : Développer des partenariats avec les commerces locaux lors de congrès, festivals, etc. ;

Engagement 2 : Structurer une offre commerciale et artisanale harmonieuse sur l'ensemble du territoire

Objectif 1 : Connaître et suivre l'évolution de l'offre commerciale :

- Action 9 : Animer un observatoire du commerce pour comprendre et anticiper les mutations ;
- Action 10 : Piloter des études de planification et de programmation commerciale ;

Objectif 2 : Favoriser la diversité et la qualité commerciale :

- Action 11 : Soutenir les opérations de dynamisation des centralités ;
- Action 12 : Prospector de nouvelles enseignes ;

Objectif 3 : Maintenir des polarités commerciales attrayantes :

- Action 13 : Maîtriser le commerce grâce aux outils de l'urbanisme commercial et notamment le droit de préemption ;
- Action 14 : Piloter la politique d'aide à la rénovation des commerces ;

Objectif 4 : Accompagner les porteurs de projets :

- Action 15 : Accompagner les implantations commerciales et artisanales, faire connaître la réglementation en vigueur ;
- Action 16 : Créer et animer un club de l'immobilier commercial ;

Engagement 3 : Créer ensemble le commerce et l'artisanat de demain

Objectif 1 : Dynamiser en partenariat l'animation commerciale :

- Action 17 : Organiser des manifestations commerciales tout au long de l'année ;
- Action 18 : Soutenir les initiatives des associations de commerçants ;

Objectif 2 : Soutenir les commerçants et les artisans acteurs du territoire :

- Action 19 : Animer le lien quotidien avec les commerçants et les artisans ;
- Action 20 : Coordonner la dynamique commerciale (actions de promotion, communication, fidélisation clients) ;

Objectif 3 : Accompagner les commerçants face aux évolutions pour valoriser la proximité :

- Action 21 : Créer des temps collectifs de sensibilisation aux nouvelles pratiques et labels via les

chambres consulaires et partenaires ;
Action 22 : Créer de nouveaux services au consommateur ;

Objectif 4 : Accompagner la transition, décarbonner la consommation :

Action 23 : Créer des solutions innovantes pour la logistique urbaine ;
Action 24 : Favoriser les circuits courts et bio.

En conséquence, il est proposé au Conseil municipal :

- D'approuver les termes de la feuille de route commerce ;
- D'autoriser Monsieur le Maire, ou son représentant, à signer tout document relatif à cette affaire.

A l'issue d'un vote à main levée, la présente délibération est adoptée à l'unanimité des voix exprimées.

Pour : 59 voix

Contre : 0 voix

Abstentions : 2 voix

Ne prend pas part au vote : 1 voix

Mme Annie YAGUE.

Fait à Montpellier, le 14 juin 2023

**Pour extrait conforme,
Monsieur le Maire**

Signé.

Michaël DELAFOSSE

Publiée le : 14 juin 2023

Accusé de réception – Ministère de l'intérieur
034-213401722-20230605-234294-DE-1-1
Acte Certifié exécutoire
Envoi en Préfecture : 14/06/23
Réception en Préfecture : 14/06/23

Monsieur le Maire certifie sous sa responsabilité le caractère exécutoire de cet acte et informe qu'il peut faire l'objet d'un recours gracieux dans un délai de deux mois adressé au Maire ou d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Montpellier dans un délai de deux mois à compter de sa publication ou notification.