

ATELIER
« LE COMMERCE »
18 NOVEMBRE 08

Président de séance : Jean-Pierre Toucas, Maire de Rouffach, Président de la Communauté de communes du Pays de Rouffach et Vice-président du Syndicat mixte du SCOT Rhin-Vignoble-Grand Ballon.

Déroulement de l'atelier

Jean-Pierre Toucas étant excusé, Michel Habig, Président du Syndicat mixte du Schéma de Cohérence Territoriale Rhin-Vignoble-Grand Ballon, a présidé la séance. Il a brièvement introduit le dernier atelier en citant les études menées par la Chambre du Commerce et de l'Industrie de Colmar sur le commerce local de la Région de Guebwiller et d'Ensisheim.

Constats du bureau d'études

- ✓ **Le territoire présente un potentiel commercial non négligeable :**
 - Une population encore vouée à s'accroître au cours des années à venir ;
 - Une croissance encore plus élevée du nombre de ménages ;
 - Une population d'âge mûr, dont les revenus sont « intermédiaires ».
- ✓ **Or, l'économie du territoire est peu tournée vers les activités commerciales :**
 - Le tissu commercial est relativement peu dense et essentiellement constitué de petits commerces ;
 - Les surfaces de ventes de plus de 300 m² sont sous-représentées ;
 - Les centres villes, notamment ceux de Guebwiller, Soultz, Rouffach et Ensisheim, sont dominés par une offre « entrée de gamme » peu en rapport avec le potentiel d'attractivité dont ils sont porteurs.
- ✓ **En conséquence, l'évasion commerciale est forte :**
 - Vers les pôles de grandes distributions particulièrement bien accessibles en voiture de Kingsheim, de Wittenheim, de Cernay, voire de l'Allemagne où l'offre commerciale est plus abondante et diversifiée ;
 - Vers les centres villes de Colmar et de Mulhouse relativement proches.

Expression des points de vue

« Distorsion de concurrence »

- ✓ L'offre commerciale sur le territoire est suffisante pour attirer, mais le commerce local souffre d'une « distorsion de concurrence » compte tenu de la proximité de Mulhouse et de ses grands pôles commerciaux.
- ✓ Guebwiller, Rouffach, Ensisheim et Fessenheim (dans une moindre mesure) sont en quelque sorte bridés par la proximité de grands pôles commerciaux.
- ✓ Les consommateurs sont aspirés par le bipôle Kingsheim - Wittenheim au Sud et par Colmar au Nord.
- ✓ Le territoire est situé à moins de 15 min du pôle commercial de Cernay qui est voué à un important développement ; un risque d'évasion commerciale supplémentaire.

« Promouvoir et développer le commerce sur le territoire, c'est faire face à un dilemme »

- ✓ La dynamique des commerces de centre-ville est à retrouver, à préserver et à développer. Mais faut-il avoir une politique de contrôle du maintien des commerces en centre-ville ou développer les pôles commerciaux à la périphérie ? Comment peut-on maintenir la clientèle sur le commerce local quand un projet de développement du Leclerc se fait à Issenheim ?
- ✓ Il faut rehausser la qualité des centres-villes via les PLU et le SCOT afin de protéger les commerces.
- ✓ Il faut identifier les commerces en difficulté.
- ✓ Il convient de concevoir une offre de qualité en cœur de cité pour offrir une vraie alternative aux pôles de grande distribution.
- ✓ Les grandes surfaces doivent également avoir la possibilité de s'implanter en périphérie.
- ✓ Le positionnement des futurs pôles commerciaux est déterminant. On connaît aujourd'hui les conséquences désastreuses du branchement du pôle commercial Wittenheim à la RD430.
- ✓ Une « masse critique » de clients est nécessaire pour développer une offre commerciale. En disposons-nous ?
- ✓ Il n'est plus question de raisonner en termes de densité de m² par habitant mais plutôt en termes de développement durable, d'aménagement urbain...
- ✓ Afin de maintenir le commerce local, il s'agit de réaliser un très bon diagnostic et de créer une réelle stratégie, notamment en termes d'offre de localisation.

« L'équilibre commercial à l'échelle du SCOT »

- ✓ Il faut réfléchir à l'échelle du SCOT et non plus à l'échelle des communes :
 - Pour concevoir un maillage commercial équilibré,
 - Pour identifier les lieux de centralité, y compris les bourgs centres qui sont autant de points d'ancrage aptes à éviter le « tout super/hypermarché ».

« Prendre en compte les nouveaux comportements d'achat »

- ✓ On consomme là où l'on travaille... Or, la moitié des d'habitants travaille à l'extérieur du territoire.
- ✓ Nier les aspirations des consommateurs serait une erreur : se garer à proximité des lieux d'achats, trouver sur un même lieu une gamme de commerces large etc.
- ✓ L'idée d'un silo à voiture au centre-ville de Guebwiller est avancée ; un silo parfaitement intégré à l'environnement urbain. Ces systèmes de silo fonctionnent déjà très bien à Lyon ou en Allemagne.
- ✓ Les comportements d'achats évoluent ; il faut les prendre en compte : rejet de l'uniformité et du gigantisme des pôles commerciaux ; envie de contacts, d'espaces de flânerie, de lieux de vie, de rues avenantes et attirantes.
- ✓ Une plus grande diversité de l'offre est à promouvoir : équipements de la maison et de la personne, multimédia et HIFI...

Et pour compléter le « diagnostic »

- ✓ Fournir des informations sur le pôle commercial de Cernay.
- ✓ Faire l'état des lieux des commerces qui s'implantent et/ou périclitent sur certaines parties du territoire.