



CHAMBRE  
DE COMMERCE  
ET D'INDUSTRIE  
DE LA MAYENNE



*Liberté • Égalité • Fraternité*  
**RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

# Schéma de Développement Commercial de la Mayenne

SEPTEMBRE 2004

## SOMMAIRE

	<u>Page</u>
PREAMBULE	3
1 – UN SCHEMA D'ORIENTATION GENERALE	4
2 – TROIS OBJECTIFS POUR LE COMMERCE MAYENNAIS	6
3 – DES CARACTERISTIQUES COMMERCIALES A PRENDRE EN COMPTE	7
4 – DEFINITION DES POLES COMMERCIAUX	10
5 – 5 PRINCIPES DIRECTEURS A METTRE EN ŒUVRE	12
6 – PILOTER LE SCHEMA DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL	16

## PREAMBULE

La Loi du 5 juillet 1996, en modifiant les conditions de fonctionnement des Commissions Départementales d'Équipement Commercial (CDEC) et en introduisant la notion de Schéma de Développement Commercial (SDC), a affirmé la nécessité d'une gestion prévisionnelle et concertée de l'équipement commercial s'intégrant dans une logique d'aménagement du territoire.

Le Schéma de Développement Commercial a pour objectif d'apporter ce cadre d'aide à la décision afin de mettre en cohérence l'ensemble des choix dans une démarche de gestion prévisionnelle et concertée de l'appareil commercial et d'aménagement du territoire.

La Loi Solidarité et Renouvellement Urbain (SRU) du 13 décembre 2000 a confirmé cette orientation en introduisant une dimension commerciale dans le cadre des Schémas de Cohérence Territoriale (SCOT).

Enfin, le décret n° 2002-1369 du 20 novembre 2002 a précisé les modalités de mise en œuvre de schémas départementaux de développement commercial.

Un délai de dix-huit mois a été fixé pour leur élaboration.

# **1 – UN SCHEMA D'ORIENTATION GENERALE**

## **POUR LE DEPARTEMENT DE LA MAYENNE**

L'Observatoire Départemental de l'Équipement Commercial (ODEC) qui s'est réuni en décembre 2002 a approuvé la démarche et a désigné un comité de pilotage pour la mise en place de ce schéma.

### **Le contexte départemental**

Le département de la Mayenne représente une population de plus de 285 000 habitants répartis sur 3 arrondissements possédant chacun un pôle commercial majeur et au moins un pôle intermédiaire. Il faut noter que plus de 90 % des communes comptent moins de 2000 habitants et que 50 % des communes comptent moins de 500 habitants.

Le commerce évolue dans un environnement concurrentiel et en mouvement permanent. Pour lui permettre d'évoluer dans un souci d'équité, de concurrence loyale et de liberté d'entreprendre, les membres de l'ODEC ont souhaité rédiger un schéma d'orientation générale avec comme principal objectif d'adapter l'offre commerciale à la demande du consommateur.

Au-delà du rôle économique essentiel, le commerce et l'artisanat sont un facteur d'animation et de lien social en zone rurale. Ils sont au cœur des problématiques concernant l'aménagement du territoire de la Mayenne.

### **La démarche d'élaboration du schéma**

Une première réunion d'information, par arrondissement, a été réalisée pour informer les élus et les professionnels des objectifs du schéma.

Suite à ces réunions, et en dehors de la réalisation du diagnostic commercial, les élus locaux ont souhaité la consultation des communautés de communes pour connaître les orientations locales (annexe n°1 : diagnostic).

Il a été décidé de rencontrer les 18 communautés de communes du département au cours du dernier trimestre 2003 (annexe n°1 : fiches de synthèse des entretiens).

Le 8 mars 2004, l'ODEC s'est réuni pour faire un point des travaux. Sur proposition du Préfet, les membres de l'ODEC ont souhaité mener une expérience pilote avec des communautés de communes volontaires pour définir les outils nécessaires à la bonne réalisation de prospectives commerciales. (annexe n°2 : compte rendu des réunions des 3 sites pilotes).

Le 9 juillet 2004, le comité de pilotage a validé le projet de schéma départemental comme schéma départemental d'orientation générale.

La réalisation d'un schéma pour l'ensemble du département précisant des orientations générales laisse l'initiative aux acteurs locaux et principalement les élus de mener les réflexions nécessaires pour la mise en place de chartes de développement commercial local adaptées aux besoins de leur bassin de vie.

## **2 - TROIS OBJECTIFS POUR LE COMMERCE MAYENNAIS**

Décliner des objectifs généraux relatifs à l'attractivité, à l'équilibre et au maillage du commerce mayennais en principes directeurs, tel est l'objet de ce Schéma de Développement Commercial. Cette déclinaison doit bien évidemment tenir compte de la réalité commerciale mayennaise.

De l'ensemble des échanges qui ont eu lieu pendant la période de préparation du schéma, un consensus de tous les acteurs a été trouvé (élus, commerçants, artisans, consommateurs) autour de trois objectifs principaux.

### **2.1 Accroître l'attractivité du département et celle des pôles commerciaux et artisanaux en :**

- ⇒ disposant d'une offre commerciale et artisanale compétitives, dynamiques et modernes.
- ⇒ s'assurant d'une cohérence départementale en ce qui concerne les décisions liées au commerce et à l'artisanat.
- ⇒ répondant aux besoins de la population.
- ⇒ développant des stratégies touristiques sur les pôles identifiés comme tels.

### **2.2 Assurer un équilibre entre les pôles urbains et ruraux, les centres villes et les périphéries.**

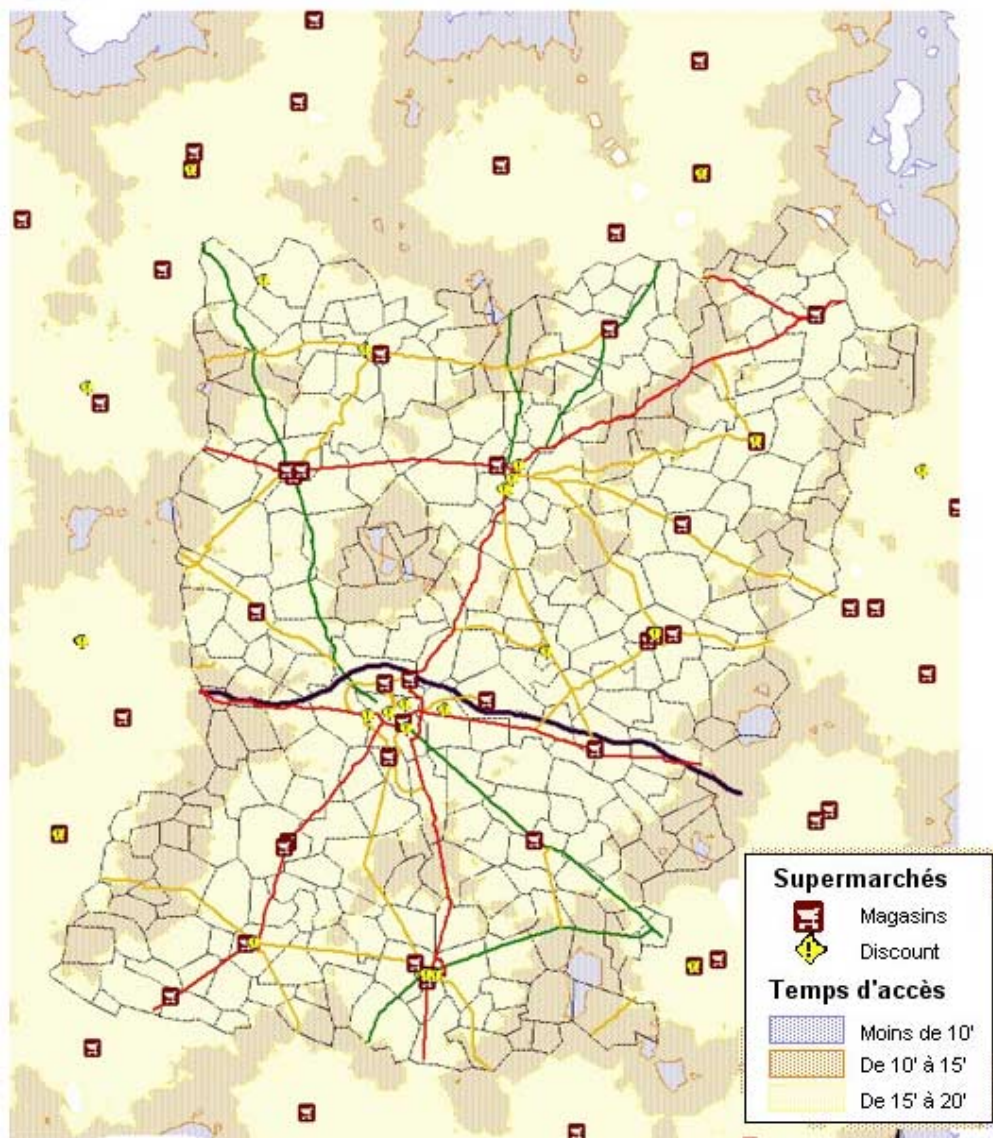
### **2.3 Assurer un maillage commercial cohérent sur le territoire afin de maintenir le commerce en milieu rural.**

### 3 – DES CARACTERISTIQUES COMMERCIALES A PRENDRE EN COMPTE

Ces 3 objectifs n'auront de portées opérationnelles que si nous les rapprochons des caractéristiques du commerce en Mayenne

#### 3.1 Une répartition spatiale homogène

Le commerce mayennais se trouve confronté à une forte concurrence de pôles commerciaux dynamiques situés hors du département (ex : Fougères, Rennes, Le Mans, Angers).

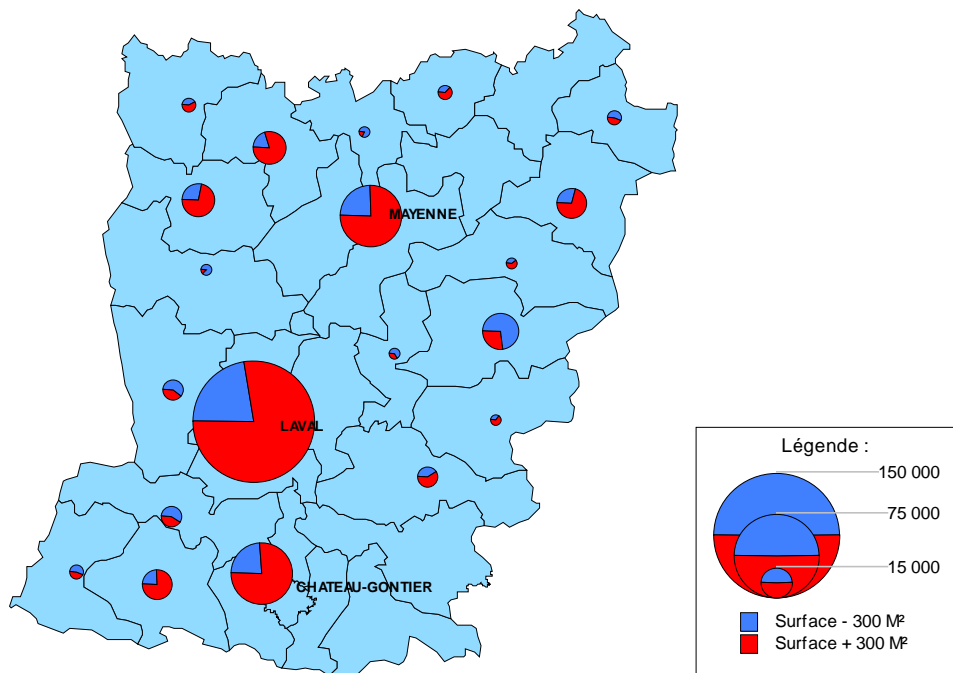


Source : DDE de la Mayenne

Pour lui permettre de concurrencer ces pôles et réduire l'évasion commerciale, il faut assurer un développement complémentaire et compétitif de l'offre existante.

Le département de la Mayenne représente une population de plus de 285 000 habitants répartis sur 3 arrondissements possédant chacun un pôle commercial majeur et au moins un pôle intermédiaire. Il faut rappeler que plus de 90 % des communes comptent moins de 2000 habitants et que 50 % des communes comptent moins de 500 habitants ce qui explique la forte inquiétude sur le maintien du commerce en milieu rural.

### 3.2 Présentation du commerce mayennais



### 3.3 Caractéristiques du commerce mayennais

La répartition spatiale de la Mayenne est relativement cohérente avec 3 arrondissements disposant chacun d'un pôle commercial principal. Toutefois, plus de 40 % des surfaces commerciales se trouvent concentrées sur le pôle majeur de Laval. Au 6<sup>ème</sup> rang des emplois agricoles en France mais aussi au 5<sup>ème</sup> rang des emplois industriels, le commerce mayennais se trouve au carrefour des mutations que traversent le monde rural et le monde industriel. Les mutations du monde agricole ont une incidence sur l'occupation de l'espace et aussi sur le maintien des activités commerciales.

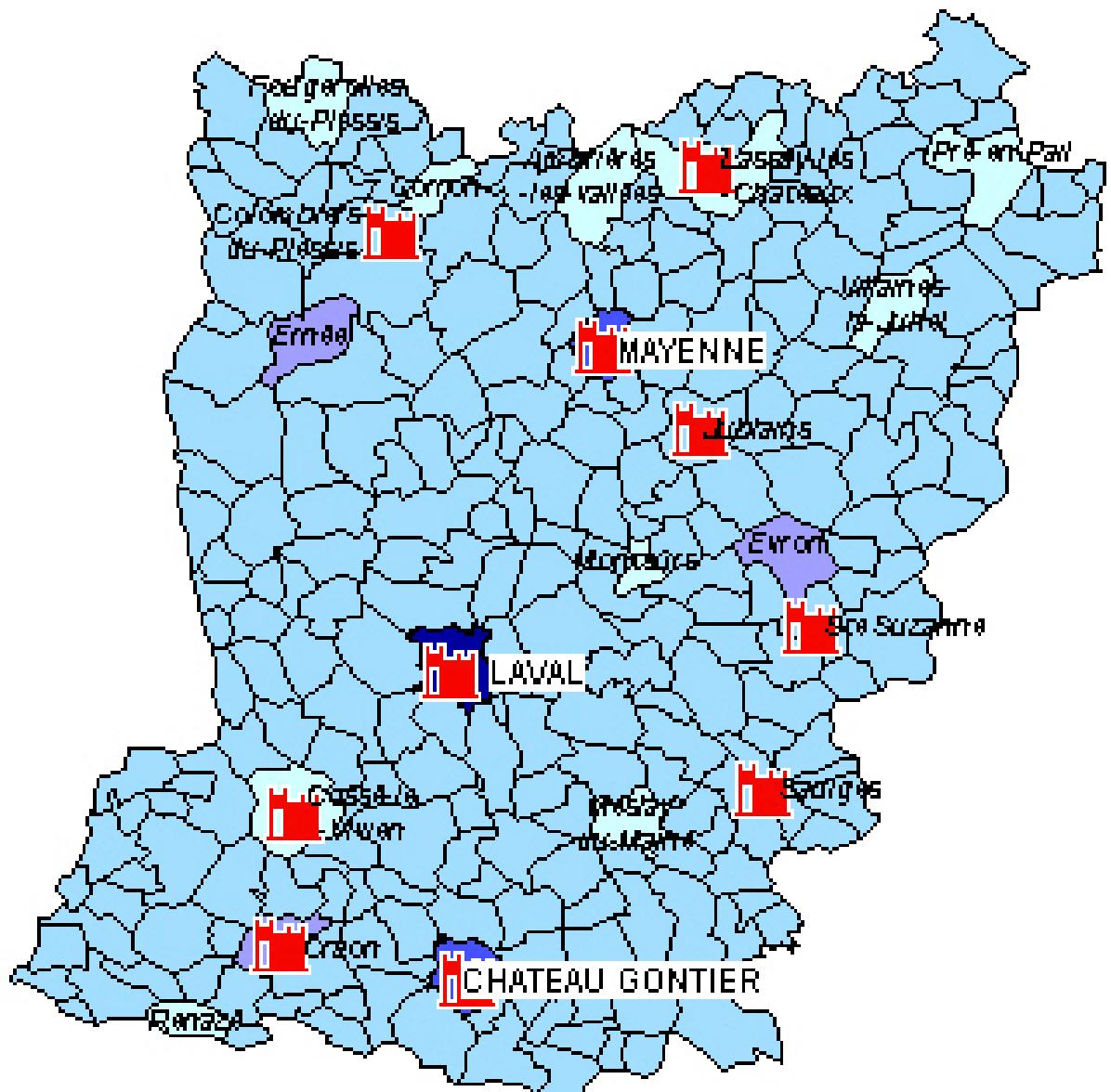
C'est pourquoi, les élus du département ont, depuis l'origine, fait appel aux fonds d'Etat pour soutenir le commerce rural.

Toutefois, la Mayenne dispose d'une desserte alimentaire en supermarché bien répartie sur l'ensemble du territoire puisque les Mayennais se trouvent à moins de 8 Km d'un supermarché. Le département dispose d'un appareil commercial diversifié composé d'entreprises familiales.

Mais, le département doit aussi prévoir le renouvellement des générations de professionnels. D'après une enquête réalisée en 2001, 20 % des commerçants envisagent de cesser leur activité dans les 5 ans et 28 % des commerçants ont plus de 55 ans.

De ce fait la Mayenne devra gérer un nombre de transmissions important à court terme. Pour favoriser les transmissions, il serait essentiel de mettre en place des outils en faveur de ces commerçants.

#### 4 – DEFINITION DES POLES COMMERCIAUX



- ⇒ **Pôle majeur** : Laval
  
- ⇒ **Pôles principaux** : Château-Gontier, Mayenne
  
- ⇒ **Pôles intermédiaires** : Craon, Ernée, Evron  
*Villes de 5 000 à 7 000 habitants et disposant d'une offre commerciale alimentaire et non alimentaire diversifiées.*
  
- ⇒ **Pôles de proximité** : Ambrières les Vallées, Cossé le Vivien, Fougerolles du Plessis, Gorrion, Lassay les Châteaux, Meslay du Maine, Montsûrs, Pré en Pail, Renazé, Villaines la Juhel  
*Communes d'environ 2 000 habitants et dont plus de 50 % de l'offre commerciale du canton se trouvent sur la commune citée.*
  
- ⇒ **Pôles ruraux** :  
*Communes comprises de 500 à 2 000 habitants disposant d'une offre exclusivement alimentaire.*  
Une attention particulière sera réservée pour les communes de moins de 500 habitants.
  
- ⇒ **Pôles touristiques** : Laval, Mayenne, Château-Gontier, Craon, Cossé le Vivien, Lassay les Châteaux, Jublains, Sainte Suzanne, Saulges, Colombiers du Plessis  
*Pôles générant plus de 10 000 visiteurs par an.*

Ces éléments de diagnostic permettent de décliner les objectifs du Schéma de Développement Commercial en principes directeurs.

## **5 – 5 PRINCIPES DIRECTEURS A METTRE EN OEUVRE**

### **5.1 Le pôle majeur de LAVAL et les pôles principaux de MAYENNE et CHATEAUGONTIER**

#### *5-1-1 Renforcer l'attractivité de ces pôles :*

- ⇒ en développant l'offre commerciale dans les centres villes par des enseignes complémentaires.
- ⇒ en équilibrant le développement des enseignes périphériques.
- ⇒ en ayant une action volontariste de recherche d'enseignes et de connaissance de leur stratégie.
- ⇒ en développant la communication et l'animation des centres villes.
- ⇒ en favorisant les initiatives pour valoriser les sites touristiques.

#### *5-1-2 Aider les commerçants et les artisans à s'adapter aux évolutions du consommateur :*

- ⇒ en proposant des formations pragmatiques et efficaces.
- ⇒ en mettant en place des outils d'aide à l'investissement (ORAC, CRD...) et assurant leur promotion.

### **5.2 Les pôles intermédiaires de CRAON, ERNEE et EVRON**

#### *5-2-1 Soutenir la modernisation et le développement des entreprises commerciales et artisanales et leur professionnalisme :*

- ⇒ en mettant en place des outils d'aides à l'investissement ou de diagnostics d'entreprise.
- ⇒ en accompagnant les projets de création d'entreprise (développer « Entreprendre en Mayenne »).

#### *5-2-2 Aider les centres bourgs à améliorer leur attractivité :*

- ⇒ en améliorant l'environnement des activités professionnelles.
- ⇒ en mettant en œuvre des actions de communication et d'animation des bourgs (accompagnement technique des chambres consulaires, aides financières de la CCI, échanges d'expériences ...).

*5-2-3 S'assurer d'une complémentarité de l'offre en commerce, artisanat et service :*

- ⇒ en menant des études sur les besoins des habitants.
- ⇒ en réalisant des études préalables de faisabilité.

*5-2-4 Améliorer les réseaux de communication :*

- ⇒ en incitant l'amélioration des réseaux routiers.
- ⇒ en anticipant les contournements de villes et villages.
- ⇒ en développant les réseaux de communication (ADSL, téléphonie mobile...).

**5.3 Les pôles de proximité : AMBRIERES LES VALLEES, COSSE LE VIVIEN, FOUGEROLLES DU PLESSIS, GORRON, LASSAY LES CHATEAUX, MESLAY DU MAINE, MONTSURS, PRE EN PAIL, RENAZE, VILLAINES LA JUHEL**

*5-3-1 Conforter l'offre alimentaire et de services :*

- ⇒ en facilitant leur attractivité.
- ⇒ en veillant au maintien des équilibres entre pôles.

*5-3-2 Favoriser la performance et la modernisation du commerce et de l'artisanat :*

- ⇒ en mettant à disposition des outils d'aide à la gestion.

*5-3-3 Inciter à réaliser des études de marché avant toute implantation*

*5-3-4 Favoriser la transmission d'entreprise :*

- ⇒ en mettant en place des outils de diagnostic.
- ⇒ en informant sur les outils de transmission existants.
- ⇒ en facilitant les échanges d'informations et d'expérience.

#### 5.4 Les pôles ruraux : communes de moins de 2000 habitants

Une volonté forte s'est exprimée pour le maintien de ces pôles comme lieu de vie pour les populations, le commerce en étant un des éléments principaux. Tenant compte également du comportement des différentes catégories de consommateurs et du commerce existant, il est proposé :

*5-4-1 De Trouver des solutions adaptées pour satisfaire les besoins de la population :*

- ⇒ en faisant des études de leurs besoins.
- ⇒ en développant tous les partenariats nécessaires avec les acteurs locaux (ADMR, professionnels de santé, services publics...).

*5-4-2 De privilégier le lien social de ces commerces qui doit être un des acteurs de la vie sociale :*

- ⇒ en développant les échanges et les partenariats avec les associations (clubs d'anciens, mouvement sportif...).

*5-4-3 De favoriser la modernisation et la performance chaque fois que cela est possible :*

- ⇒ en favorisant le regroupement d'activités commerciales, santé, tourisme.
- ⇒ en améliorant les voies d'accès.
- ⇒ en étant vigilant quant à la viabilité économique dans ces pôles fragiles.

## 5.5 Les pôles touristiques

Il s'agit d'une catégorie transversale qui concerne les lieux où existe(nt) une ou plusieurs activités touristiques générant au moins 10000 visiteurs par an. Pour ces pôles, il convient d'ajouter aux principes directeurs ci-dessus des objectifs spécifiques destinés à accroître leur attractivité touristique.

*5-5-1 Moderniser l'équipement hôtelier*

*5-5-2 Améliorer l'offre et la qualité des services en matière touristique*

*5-5-3 Développer des stratégies touristiques pour ces pôles*

*5-5-4 Développer l'animation et la communication*

Les 5 principes directeurs de ce Schéma de Développement Commercial doivent faire l'objet d'un suivi pour éviter :

- ⇒ Qu'ils ne restent qu'au stade de l'intention.
- ⇒ Qu'ils ne soient dépassés par l'évolution de la réalité commerciale.

## **6 – PILOTER LE SCHEMA DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL**

- ⇒ Créer un Comité de suivi du schéma composé de (titulaires et suppléants) :
  - Représentants des Elus locaux des sites urbains et ruraux à désigner par l'Association des Maires.
  - Représentants de la Chambre de Commerce et d'Industrie, de la Chambre de Métiers et l'AIM (3 chambres consulaires).
  - Représentants des consommateurs

Le comité de suivi sera présidé par le Préfet. Il se fera assister par les services de l'Etat et les chambres consulaires.

Les objectifs de ce comité seront de :

- ⇒ Mettre à jour les informations statistiques.
- ⇒ Contrôler le bon fonctionnement des orientations du schéma.
- ⇒ Mettre en place des outils d'analyse des décisions de la CDEC pour mesurer leur conformité par rapport au schéma.
- ⇒ Proposer des méthodes de travail et des études.
- ⇒ Mettre en place des critères d'évaluation.
- ⇒ Rechercher les financements pour réaliser les études complémentaires.

- Le comité de suivi se réunira une fois par an pour faire le bilan. Le secrétariat sera assuré par la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Mayenne.

- Le comité technique, composé de techniciens des services de l'Etat, des chambres consulaires, l'AIM, et autres experts en fonction des dossiers traités (CDT, ADM, Chargés de mission économique, ...), sera réunit une fois par trimestre et plus en cas de besoin.

Le comité technique sera chargé de mettre en œuvre les décisions prises dans le cadre du comité de suivi en ce qui concerne les mises à jour, les informations, les études à réaliser, les experts à solliciter.

Ces deux comités sont sous la responsabilité de l'ODEC qui s'assurera du respect des orientations de ce schéma.