



VILLE DE BORDEAUX

**EXTENSION DU PERIMETRE DE SAUVEGARDE DU COMMERCE
ET DE L'ARTISANAT DE PROXIMITE**

RAPPORT D'ANALYSE DE LA SITUATION ECONOMIQUE

Novembre 2009

INTRODUCTION

Par délibération du 15 juillet 2008, la Ville de Bordeaux s'est dotée du droit de préemption sur les fonds de commerce, les fonds artisanaux et les baux commerciaux, dans le périmètre du centre historique (à l'intérieur des cours) et à l'emplacement des dix barrières des Boulevards.

Après une année d'application de ce dispositif, il est apparu que le périmètre initialement retenu était trop restrictif et qu'il devait être élargi à d'autres axes commerciaux sur lesquels les enjeux étaient également très forts, et où de nombreuses transactions ont eu lieu depuis l'été 2008.

Ainsi, plusieurs raisons justifient l'extension du périmètre de préemption.

Tout d'abord, il est nécessaire de pouvoir intervenir sur des axes commerçants majeurs, qui constituent de véritables pôles de proximité caractérisés par la diversité et la qualité de leur offre et qu'il est indispensable de préserver. C'est le cas notamment de l'axe cours de Verdun, Portal, Saint-Louis et Stutzenberg, ou encore de la place Nansouty.

D'autres axes connaissent un ralentissement de leur attractivité lié au départ récent et sur une période relativement courte d'activités porteuses. C'est le cas de l'avenue Thiers dont la configuration commerciale s'est modifiée de façon substantielle avec les travaux et la mise en service du tramway.

Ensuite, certains axes ou places sont aujourd'hui marqués par une spécialisation de leurs activités commerciales, spécialisation qu'il convient de ralentir, voire d'arrêter, afin de maintenir un minimum de diversité et d'animation commerciale sur ces espaces. C'est ce que l'on observe par exemple place Stalingrad, place de la Victoire, et quai de Paludate.

Par ailleurs, les séquences commerciales concernées par le prolongement du réseau tramway vont nécessairement être impactées par les travaux, par les nouveaux aménagements (voirie, stationnement), ainsi que par la modification de la structure de la clientèle qui fréquentera la rue. Dans ce cadre, il est important d'utiliser tous les moyens possibles pour accompagner les commerçants et les aider à passer une phase incontournable et nécessairement délicate. L'utilisation du droit de préemption est l'un des outils d'intervention possibles dans ce cadre là.

Enfin, il paraît indispensable que le droit de préemption puisse être exercé sur la partie extérieure des cours qui marquent la limite du centre historique et qui font, tout autant que l'intérieur, l'objet de transactions.

Si la présente étude porte spécifiquement sur les axes nouvellement intégrés dans le périmètre du droit de préemption, il est préalablement nécessaire de les situer dans le contexte commercial de Bordeaux, et de faire un état des lieux de la situation des activités commerciales et artisanales à l'échelle de la Ville.

I. LA SITUATION GENERALE DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT A BORDEAUX

A. Le poids du commerce et de l'artisanat bordelais

1. Une densité commerciale et artisanale forte

Concernant les artisans, en janvier 2009, le fichier de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat de la Gironde dénombrait 3 392 établissements artisanaux, dont l'ancienneté moyenne était de 10 ans.

Les artisans du secteur alimentaire étaient en ce début d'année au nombre de 327. Ce chiffre ne représente que 10% du total des artisans. Il montre ainsi la nécessité de préserver ces artisans de proximité qui jouent un rôle déterminant la qualité de vie et l'attractivité de leur quartier.

En mars 2009, l'étude de terrain conduite par le cabinet Pivadis, croisée avec les données (janvier 2009) de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux a permis de recenser 5 494 établissements commerciaux actifs, qui se répartissent de la manière suivante :

Répartition des commerces par activité		
Activités	Nombre	% du total
Cafés, hôtels, restaurants	1289	23
Services en agence (banque, assurance, agent immobilier,...)	688	13
Equipement de la personne	883	16
Hygiène, santé, beauté	800	15
Alimentaire spécialisé (boulangier, pâtissier, boucher, poissonnier,...)	589	11
Equipement de la maison	525	10
Culture, loisirs	487	9
Cycles, auto	176	3
Alimentation générale	57	1

2. Un secteur fort pour l'emploi

A la fin de l'année 2006, (sources Insee –Clap du 1^{er} janvier 2007), l'ensemble des établissements de commerce au sens large (commerce de détail, commerce de gros, commerçants/artisans) totalisait un peu moins de 17 000 emplois, dont 6 389 pour le commerce de gros et un peu plus de 2 100 pour les grandes surfaces à dominante alimentaire. Fin 2006, le commerce représentait ainsi 12% des emplois sur Bordeaux.

A cela, il convient d'ajouter quelque 6 400 emplois dans le domaine de l'hôtellerie, des bars et de la restauration.

B. Les caractéristiques du commerce bordelais

1. L'organisation commerciale du territoire

Le relevé terrain, réalisée en février/mars 2009 par le cabinet Pivadis, a mis en évidence l'organisation du tissu commercial de Bordeaux en 93 « séquences » ou « pôles » commerciaux qui représentent un linéaire de façades commerciales long de 33 kilomètres. La superficie totale de surface de vente de ces locaux est estimée à 410 000 m².

D'autre part, ces 93 pôles ou séquences regroupent au total 6 461 locaux à usage commercial, dont 6 165 sur la commune de Bordeaux (certaines séquences commerciales débordent en effet sur les communes limitrophes).

Globalement, le territoire de Bordeaux bénéficie d'un maillage commercial assez dense. On note tout d'abord la présence de pôles structurants d'attractivité régionale (centre-ville, Le Lac). L'offre se développe aussi sur la base de pôles intermédiaires, souvent organisés autour de moyennes surfaces alimentaires, et qui constituent une alternative aux pôles commerciaux périphériques des grandes surfaces (Barrière du Médoc, Casino de Caudéran, Champion Bd Wilson, Barrière Judaïque, Barrière de Pessac, partie basse de la rue Sainte Catherine, Capucins, Cours Portal et

St Louis, Leclerc des Chartrons, centre commercial Europe du Grand Parc, avenue Thiers et allée de Serr) .

Parallèlement, il existe de nombreux pôles de proximité dynamiques, qui jouent un véritable rôle dans la vie des quartiers, en créant de l'animation mais aussi du lien social : centre de Caudéran, rue Fondaudège, rues Judaïque et Nancel Pénard, cours de la Marne, quartier St Michel, Barrière de Toulouse, cours Victor Hugo, cours de la Marne, Barrière St Genès, Barrière de Bègles,.... Ces ensembles commerciaux sont déterminants pour le maintien de l'identité des quartiers. Ils participent très activement à la qualité de vie dans les quartiers et donc à l'ancrage de leurs habitants. Maintenir leur dynamique représente donc un enjeu pour l'activité économique mais aussi en terme de services à la population, d'animation, et d'identité des quartiers.

Or, l'étude conduite par le cabinet Pivadis a mis en évidence la nécessité de renforcer et de développer ces pôles afin de densifier le maillage des commerces de proximité, et notamment des commerces de bouche, sur l'ensemble du territoire bordelais.

2. une bonne fréquentation des commerces par les habitants

L'enquête ménage réalisées en mars 2009 par le cabinet PIVADIS (enquête téléphonique auprès de 1010 ménages) a permis de mettre en évidence un bon taux de maintien des dépenses des bordelais sur la ville, excepté dans le domaine de l'électrodomestique.

Taux de maintien des dépenses sur la ville de Bordeaux	
Alimentaire	75%
Habillement	77%
Parfumerie/soins du corps	79%
Livres/disques/multimédia	77%
Electrodomestique	54%

Cette tendance à consommer de préférence « in situ » est particulièrement marquée pour les dépenses courantes et notamment pour l'alimentaire.

Ainsi, les habitants du centre-ville réalisent plus de 80% de leurs achats alimentaires dans ce quartier. De même, aux Chartrons, 50 à 60% des dépenses d'alimentation de la population du quartier sont aussi effectuées sur place, grâce à la présence d'une offre de commerces alimentaires complète et de qualité.

Cette étude montre bien que lorsque l'offre est satisfaisante, les habitants consomment au plus près de leur domicile. D'où l'enjeu et l'intérêt de maintenir l'offre de proximité existante dans sa qualité et sa diversité et, au-delà, de parvenir à la développer.

3. Une forte présence des enseignes nationales

Sur les 5 494 établissements recensés en février/mars 2009, 1 011 relevaient d'une enseigne nationale. Les enseignes nationales représentent ainsi 18,4% des activités commerciales, ce qui situe Bordeaux dans la moyenne nationale. A noter que leur présence est toutefois nettement plus marquée dans le centre-ville et à Bordeaux-Lac.

La présence marquée des enseignes nationales est le signe d'une bonne attractivité commerciale de la ville.

Pour cette raison, il est important que la ville continue d'accueillir des enseignes nouvelles, particulièrement des enseignes nationales et étrangères qui développent de nouveaux concepts de magasins et de produits.

Pour autant, il est également indispensable pour la diversité de l'offre commerciale, de maintenir un équilibre et d'encourager parallèlement le maintien et le développement des magasins indépendants, multi-produits et multi-marques.

Taux de présence des enseignes nationales par secteur d'activité	
Services en agence	51%
Cafés.hôtels/restaurants	25%
Cycles/auto	25%
Culture/loisirs	21%
Hygiène/santé/beauté	33%
Equipement de la maison	20%
Equipement de la personne	35%
Alimentaire spécialisé	26%
Alimentaire généraliste	30%

4. les locaux commerciaux et le taux de vacance

Le recensement effectué a fait apparaître que sur les 6 461 locaux commerciaux recensés, 967 étaient alors en travaux ou inoccupés, ce qui représente un taux de vacance de 17%, supérieur à la moyenne nationale (12%).

Ces chiffres constituent un paramètre qui appelle à la vigilance car la vacance de trop nombreux locaux dans une rue ou sur une place peut rapidement remettre en cause sa dynamique commerciale.

C. Un potentiel de développement commercial intéressant

1. Une croissance démographique soutenue

Bordeaux a connu au cours des dix dernières années une croissance démographique forte. Selon les données INSEE, la population bordelaise était de 235 878 habitants en janvier 2006 (+7,7% par rapport à 1999). La ville devrait encore gagner 30 000 habitants supplémentaires d'ici 2030.

Au-delà du nombre d'habitants, le nombre de ménages a aussi progressé de façon notable. Toujours selon l'INSEE, on dénombrait 126 421 ménages en 2005 contre 114 133 en 1999, soit une progression de 10,8%.

A titre indicatif, cette augmentation représente, pour les dépenses commercialisables, l'équivalent de 190 M€ de marché théorique en plus (hors restauration, automobile et services). Le potentiel d'évolution de la consommation de la population bordelaise est donc une donnée à prendre en compte dans le renforcement de l'offre commerciale et artisanale de la ville.

2. Un niveau de revenus supérieur à la moyenne nationale mais hétérogène

Il est par ailleurs intéressant de constater que la population bordelaise dans son ensemble dispose d'un revenu moyen par foyer fiscal (22 155 € net en 2006) supérieur à la moyenne nationale. Bordeaux apparaît donc à l'indice 108 pour une base nationale de 100 (hors Ile de France).

Toutefois, ce chiffre satisfaisant dissimule de fortes disparités tant entre les foyers qu'entre les secteurs de la ville. Ainsi, un peu moins du tiers des foyers disposait en 2006 d'un revenu net fiscal inférieur à 9 400€ et ne représentait que 6% des revenus cumulés. A l'autre bout de l'échelle, 8% des foyers totalisaient 38% des revenus.

Géographiquement, certains quartiers font apparaître un niveau moyen de revenu très faible (Sud du centre-ville, quartier de la gare, Bastide, Bordeaux Nord) qui justifie d'autant plus de veiller au maintien de leur diversité commerciale.

II. LA SITUATION ECONOMIQUE DANS LE NOUVEAU PERIMETRE DU DROIT DE PREEMPTION

A. Rive gauche

1. Les cours du centre historique

- l'extension du périmètre au côté impair des cours

La délibération du Conseil municipal de Bordeaux en date du 15 juillet 2007 a délimité le périmètre d'application du droit de préemption sur les fonds de commerces, les fonds artisanaux et les baux commerciaux aux dix barrières des boulevards et au centre historique de la ville. Ce dernier, du fait de sa configuration, n'intègre pas le côté extérieur des cours qui le délimitent (du cours Xavier Arnozan au cours de la Marne). Or, il apparaît que les deux côtés des cours présentent les mêmes caractéristiques commerciales et sont marqués par les mêmes tendances, notamment l'accroissement des activités de services en lieu et place des commerces de proximité et notamment des commerces de bouche.

Il est donc pertinent d'étendre le périmètre de préemption aux côtés impairs des cours du centre historique.

- les données économiques des cours (côtés pairs et impairs)

Le recensement des activités effectué en juin 2009 par la Direction économique de la Ville de Bordeaux a permis, en croisant les données « terrain » avec le fichier de la CCIB, de recenser de manière très précise le nombre et le type de commerces et de services en activité sur les axes concernés.

Ce relevé terrain a aussi été l'occasion de localiser et de dénombrer les locaux vacants.

Concernant le cours Xavier Arnozan, on remarquera la forte proportion de services commerciaux (55% des activités commerciales et artisanales) et de commerces de gros (29,6%) liés au négoce de vins et spiritueux. Il est par ailleurs regrettable que cet axe ne compte aucun commerce alimentaire, ni aucun café ou restaurant de nature à l'animer davantage. Les locaux vacants sont pour leur part proportionnellement très nombreux.

COURS XAVIER ARNOZAN	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activités (A)	40	100	-
- activités commerciales et artisanales (B)	27	67,5	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	0	-	0
* alimentation générale, boulangerie, boucherie, ...	0	-	0
* ameublement, décoration, tissu	0	-	0
* habillement, textile, chaussure	1	-	3,7
* bijouterie, joaillerie	0	-	0
* téléphonie, multimédia	1	-	3,7
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	0	-	0
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	1	-	3,7
* garage automobile	0	-	0
* services commerciaux (auto école, laverie, agence de voyage, d'intérim...)	15	-	55,55
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	11	-	40,7
* artisanat, bâtiment, production	0	-	0
* autres commerces de détail	1	-	3,7
* commerce de gros	8	-	29,6
- La Poste	0	0	-
- Professions libérales	7	17,5	-
- Locaux vacants ou en mutation	6	15	-

La Place Tourny accueille peu d'activités du fait de sa superficie. Mais sa configuration et sa situation la rendent particulièrement attractive pour les banques qui constituent presque la moitié des activités. Il est donc nécessaire de veiller à ce que leur nombre n'augmente pas encore pour lui conserver une certaine animation commerciale.

PLACE TOURNY	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activités (A)	12	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	12	100	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	1	-	8,33
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	2	-	16,66
* ameublement, décoration, tissu	0	-	0
* habillement, textile, chaussure	0	-	0
* bijouterie, joaillerie	0	-	0
* téléphonie, multimédia	1	-	8,33
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	1	-	8,33
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	0	-	0
* garage automobile	0	-	0
* services commerciaux (auto école, laverie, agence de voyage, d'intérim...)	6	-	50
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	5	-	41,6
* artisanat, bâtiment, production	0	-	0
* autres commerces de détails	1	-	8,33
* commerce de gros	0	-	0
- La Poste	0	0	-
- Professions libérales	0	0	-
- Locaux vacants ou en mutation	0	0	-

Concernant le cours Clemenceau, la présence d'activités liées à l'équipement de la personne est très marquée (33% des activités commerciales), de même que celle des banques, assurances et agences immobilières (19,4%). Cet axe, compte tenu de sa situation dans le secteur le plus privilégié de Bordeaux et de sa qualité architecturale est particulièrement attractif pour ces dernières. Il convient donc de veiller à ce que l'évolution de ce cours ne tende pas vers la mono-activité. Les autres services commerciaux (18 magasins) sont eux aussi bien représentés. Les commerces de proximité quant à eux le sont beaucoup moins.

COURS CLEMENCEAU	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activités (A)	112	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	103	91,9	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	6	-	5,82
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	2	-	1,94
* ameublement, décoration, tissu	7	-	6,79
* habillement, textile, chaussure	34	-	33
* bijouterie, joaillerie	2	-	1,94
* téléphonie, multimédia	2	-	1,94
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	7	-	6,79
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	2	--	1,94
* garage automobile	0	-	0
* services commerciaux (auto école, laverie, agence de voyage, d'intérim...)	38	-	36,8
<i>dont banques, assurances, agences immobilières</i>	20	-	19,4
* artisanat, bâtiment, production	0	-	0
* autres commerces de détail	3	-	2,9
* commerce de gros	0	-	0
- La Poste	0	0	-
- Professions libérales	8	7,14	-
- Locaux vacants ou en mutation	1	0,89	-

Concernant la Place Gambetta, elle se caractérise par une bonne diversité de ses activités et un équilibre entre les commerces et les services, même si ces derniers sont les plus présents (29% des commerces). Cette configuration doit être préservée pour maintenir le bon niveau de l'offre actuelle.

PLACE GAMBETTA	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activités (A)	71	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	55	77,46	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	7	-	12,72
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	3	-	5,45
* ameublement, décoration, tissu	2	-	3,63
* habillement, textile, chaussure	5	-	9
* bijouterie, joaillerie	2	-	3,63
* téléphonie, multimédia	4	-	7,2
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	6	--	10,9
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	7	-	12,72
* garage automobile	0	-	0
* services commerciaux (auto école, laverie, agence de voyage, l'intérim...)	16	-	29
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	7	-	12,72
* artisanat, bâtiment, production	1	-	1,8
* autres commerces de détail	2	-	3,63
* commerce de gros	0	-	0
- La Poste	1	1,41	-
- Professions libérales	15	21,13	-
- Locaux vacants ou en mutation	0	0	-

Concernant la rue Nancel Pénard, les services marchands sont prédominants (42% des commerces), sans pour autant nuire à la diversité de l'offre commerciale. Grâce à la variété de son offre, cette rue fait preuve de dynamisme, une qualité qu'il convient de maintenir pour que cet axe continue à jouer son rôle de liaison commerciale entre Mériadeck et la Place Gambetta.

RUE NANCEL PENARD	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activités (A)	36	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	33	91,66	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	6	-	18,18
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	3	-	9
* ameublement, décoration, tissu	1	-	3
* habillement, textile, chaussure	1	-	3
* bijouterie, joaillerie	0	-	0
* téléphonie, multimédia	1	-	3
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	1	-	3
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	2	-	6
* garage automobile	0	-	0
* services commerciaux (auto école, laverie, agence de voyage, d'intérim...)	14	-	42,42
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	6	-	18,18
* artisanat, bâtiment, production	0	-	0
* autres commerces de détail	4	-	12,12
* commerce de gros	0	-	0
- La Poste	0	0	-
- Professions libérales	3	6,33	-
- Locaux vacants ou en mutation	0	0	-

Le cours d'Albret se caractérise par la faible proportion des commerces alimentaires. Les banques/assurances/agences immobilières sont là encore très présentes (9 agences). Il est par

ailleurs intéressant de noter l'existence d'un pôle ameublement/décoration (7 magasins). Les locaux concernés occupent en effet des surfaces importantes qui présentent un intérêt immobilier certain.

COURS D'ALBRET	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activités (A)	51	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	40	78,43	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	7	-	17,5
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	3	-	7,5
* ameublement, décoration, tissu	7	-	17,5
* habillement, textile, chaussure	0	-	0
* bijouterie, joaillerie	0	-	0
* téléphonie, multimédia	0	-	0
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	3	-	7,5
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	3	-	7,5
* garage automobile	0	-	0
* services commerciaux (auto école, laverie, agence de voyage, d'intérim...)	16	-	40
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	9	-	22,5
* artisanat, bâtiment, production	1	-	2,5
* autres commerces de détail	0	-	0
* commerce de gros	0	-	0
- La Poste	1	1,96	--
- Professions libérales	6	11,76	-
- Locaux vacants ou en mutation	4	7,84	-

Le cours Aristide Briand, malgré sa longueur, accueille proportionnellement assez peu de locaux d'activités, locaux dans lesquels on trouve majoritairement des bars et des restaurants ainsi que des services commerciaux.

COURS ARISTIDE BRIAND	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activités (A)	26	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	18	69,23	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	6	-	33,33
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	1	-	5,5
* ameublement, décoration, tissu	0	-	0
* habillement, textile, chaussure	0	-	0
* bijouterie, joaillerie	0	-	0
* téléphonie, multimédia	1	-	5,5
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	2	-	11,11
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	1	-	5,5
* garage automobile	0	-	0
* services commerciaux (auto école, laverie, agences de voyage, d'intérim...)	5	-	27,77
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	1	-	5,5
* artisanat, bâtiment, production	0	-	0
* autres commerces de détail	1	-	5,5
* commerce de gros	0	-	0
- La Poste	0	0	-
- Professions libérales	5	19,23	-
- Locaux vacants ou en mutation	3	17,65	-

Concernant la Place de la Victoire, les bars, brasseries et restaurants sont dominants (15 activités) et sont pour certains de véritables institutions. L'installation de banques, assurances et agences immobilières est plus récente mais tout aussi massive (36% des activités commerciales). En

revanche, les commerces de détail sont quasiment absents. Une veille étroite des mutations commerciales est donc nécessaire pour éviter le renforcement des activités majoritaires sur cette place.

PLACE DE LA VICTOIRE	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activités (A)	36	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	36	100	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	15	-	41,66
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	0	-	0
* ameublement, décoration, tissu	0	-	0
* habillement, textile, chaussure	0	-	0
* bijouterie, joaillerie	0	-	0
* téléphonie, multimédia	1	-	2,77
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	1	-	2,77
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	2	-	5,55
* garage automobile	0	-	0
* services commerciaux (auto école, laverie, agence de voyage, d'intérim...)	17	-	47,22
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	13	-	36,11
* artisanat, bâtiment, production	0	-	0
* autres commerces de détails	1	-	2,77
* commerce de gros	8	-	22,22
- La Poste	0	0	-
- Professions libérales	0	0	-
- Locaux vacants ou en mutation	0	0	-

Le Cours de la Marne se démarque des autres cours qui délimitent le centre historique par la multitude de ses commerces et leur diversité. Il s'agit d'un axe commerçant fort qui, avec le Marché des Capucins, constitue l'épine dorsale de la vie du quartier. La préservation de la diversité de son offre est donc indispensable pour soutenir la consommation des habitants au plus près de leur habitation, sachant que ce quartier de Bordeaux figure parmi ceux où le maintien des achats in situ est le moins important. A noter que le taux de vacance des locaux est également élevé et conduit à s'interroger sur l'attractivité commerciale actuelle du cours.

COURS DE LA MARNE	Nombre	% de A	% de B
locaux d'activités (A)	145	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	119	82,06	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	28	-	23,52
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	17	-	14,28
* ameublement, décoration, tissu	0	-	0
* habillement, textile, chaussure	5	-	4,2
* bijouterie, joaillerie	0	-	0
* téléphonie, multimédia	12	-	10,08
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	13	-	10,92
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	5	-	4,2
* garage automobile	1	-	0,84
* services commerciaux (auto école, laverie, agence de voyage, d'intérim...)	28	-	23,52
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	13	-	10,92
* artisanat, bâtiment, production	2	-	1,68
* autres commerces de détails	7	-	5,88
* commerce de gros	1	-	0,84
- La Poste	2	1,37	-
- Professions libérales	6	4,13	-
- Locaux vacants ou en mutation	18	12,41	-

Globalement, pour les cours qui délimitent le centre historique, on ne peut que remarquer la faible représentation des activités de commerce de détail alimentaire, et particulièrement des commerces spécialisés gérés par des commerçants/artisans indépendants. Seul le cours de la Marne dispose d'une offre complète dans ce domaine qui en fait un vrai pôle de proximité.

Or, ces commerces sont nécessaires pour la vie des quartiers. Ils apportent une offre de proximité qui permet aux habitants de consommer sur place et de limiter ainsi leurs déplacements motorisés pour s'approvisionner en produits alimentaires. Et la proximité de ces commerces est plus déterminante encore pour les personnes âgées et les personnes à mobilité réduite qui peuvent difficilement se déplacer loin de leur domicile. Enfin, ces commerces alimentaires indépendants génèrent aussi des échanges et donc du lien social entre les habitants, lien qui participe largement à la qualité de vie dans un quartier.

Recensement des activités de commerce alimentaire

	Cours Xavier Arnozan		Place Tourny		Cours Clemenceau		Place Gambetta	
	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A
Locaux d'activités (A)	40	100	12	100	112	100	71	100
Activités de commerce alimentaire	0	0	2	16,67	1	0,89	3	4,23
- boulangerie, pâtisserie	0	0	2	16,67	1	0,89	1	1,41
- boucherie, charcuterie, traiteur	0	0	0	0	0	0	0	0
- poissonnerie	0	0	0	0	0	0	0	0
- supérette, épicerie, surgelés	0	0	0	0	0	0	2	2,82
- primeur	0	0	0	0	0	0	0	0
- fromager, crèmerie	0	0	0	0	0	0	0	0
- cave	0	0	0	0	0	0	0	0
	Nancel Penard		Cours d'Albret		Cours Aristide Briand		Place de la Victoire	
	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A
Locaux d'activités (A)	36	100	51	100	26	100	36	100
Activités de commerce alimentaire	3	8,33	3	5,88	1	3,85	1	2,78
- boulangerie, pâtisserie	1	2,78	3	5,88	0	0	1	2,78
- boucherie, charcuterie, traiteur	0	0	0	0	0	0	0	0
- poissonnerie	0	0	0	0	0	0	0	0
- supérette, épicerie, surgelés	1	2,78	0	0	1	3,85	0	0
- primeur	0	0	0	0	0	0	0	0
- fromager, crèmerie	0	0	0	0	0	0	0	0
- cave	1	2,78	0	0	0	0	0	0
	Cours de la Marne							
	Nbre	% de A						
Locaux d'activités (A)	145	100						
Activités de commerce alimentaire	17	11,72						
- boulangerie, pâtisserie	6	4,13						
- boucherie, charcuterie, traiteur	0	0						
- poissonnerie	0	0						
- supérette, épicerie, surgelés	7	4,82						
- primeur	0	0						
- fromager, crèmerie	0	0						
- cave	4	2,75						

De leur côté, les activités de commerçants/artisans non alimentaires ne sont pas beaucoup mieux représentées sur les cours. Le cours Clemenceau et le cours de la Marne sont toutefois un peu mieux dotés, notamment du fait de la présence de salons de coiffure. A noter également que les activités artisanales de couture et de photographie ont totalement disparu des cours, et qu'un seul garage automobile est encore en activité.

Recensement des commerçants/artisans non alimentaires								
	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A
Locaux d'activités (A)	40	100	12	100	112	100	71	100
Commerçants/artisans non alimentaires	0	0	0	0	11	9,82	4	5,63
- coiffeur	0	0	0	0	7	6,25	1	1,41
- pressing	0	0	0	0	0	0	1	1,41
- cordonnier	0	0	0	0	0	0	0	0
- bijouterie, joaillier	0	0	0	0	4	3,57	2	2,82
- photographe	0	0	0	0	0	0	0	0
- couturier	0	0	0	0	0	0	0	0
- garage, mécanique			0	0	0	0	0	0
	Nancel Penard		Cours d'Albret		Aristide Briand		Place de la Victoire	
	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A
Locaux d'activités (A)	36	100	51	100	26	100	36	100
Commerçants/artisans non alimentaires	4	11,11	2	3,92	1	3,85	0	0
- coiffeur	3	8,33	2	3,92	1	3,85	0	0
- pressing	1	2,78	0	0	0	0	0	0
- cordonnier	0	0	0	0	0	0	0	0
- bijouterie, joaillier	0	0	0	0	0	0	0	0
- photographe	0	0	0	0	0	0	0	0
- couturier	0	0	0	0	0	0	0	0
- garage, mécanique	0	0	0	0	0	0	0	0
	Cours de la marne							
	Nbre	% de A						
Locaux d'activités (A)	145	100						
Commerçants/artisans non alimentaires	12	8,27						
- coiffeur	6	4,13						
- pressing	4	2,75						
- cordonnier	1	0,68						
- bijouterie, joaillier	0	0						
- photographe	0	0						
- couturier	0	0						
- garage, mécanique	1	0,68						

2. Le cas particulier du Quai de Paludate(entre la rue des Terres de Borde et la rue de la Seiglière)

Le Quai de Paludate, sur sa partie située entre la rue des Terres de Borde et la rue de la Seiglière, se caractérise par la forte présence des activités de nuit. On dénombre en effet dix discothèques complétées par quelques neuf bars/restaurants, l'ensemble étant concentré sur quelques centaines de mètres. Quelques autres activités de nuit sont également présentes dans les rues adjacentes à cette partie du quai. L'activité de ce « pôle nuit » n'est pas sans générer d'importantes nuisances pour les riverains. Mais surtout, d'un point de vue économique, la concentration de ces activités qui s'implantent dès qu'un grand local se libère et dont les devantures restent fermées en journée, ne favorise absolument pas la diversité commerciale de l'axe. Aussi peut-on constater le faible nombre de commerces de proximité présents sur ce quai, ainsi qu'un nombre très élevé de locaux vacants.

Quai de Paludate (entre rue Terres de Borde et rue de la Seiglière)	Nombre	% de A	% de B
locaux d'activités (A)	45	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	30	66,66	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel,	9	-	30
* discothèques	10		33,33
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	2	-	6,66
* ameublement, décoration, tissu	0	-	0
* habillement, textile, chaussure	0	-	0
* bijouterie, joaillerie	0	-	0
* téléphonie, multimédia	1	-	3,33
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	0	-	0
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	0	-	0
* garage automobile	0	-	0
* services commerciaux (auto école, laverie, agence de voyage, d'intérim...)	3	-	10
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	1	-	3,33
* artisanat, bâtiment, production	2	-	6,66
* autres commerces de détails	0	-	0
* commerce de gros	3	-	10
- La Poste	0		-
- Professions libérales	1		-
- Locaux vacants ou en mutation	14		-

3. La Place Nansouty

La Place Nansouty, complétée par son amorce sur le cours de la Somme, est caractérisée par une forte attractivité commerciale liée en particulier au nombre et à la qualité de ses commerces de bouche. Cette place constitue véritablement un pôle commercial de proximité pour l'ensemble du quartier, et qui peut être comparé, à plus petite échelle, au cours Portal. C'est en effet un des derniers lieux de Bordeaux où l'on peut trouver, dans un petit rayon, un pâtissier de renom, un charcutier/traiteur, un poissonnier, deux primeurs, deux boulangeries, deux fleuristes et deux presses. Les dernières années ont cependant vu plusieurs commerces de proximité remplacés par des services commerciaux (4 banques, 5 agences immobilières). Or, pour que la place conserve son rôle de pôle de proximité et son attractivité, il est à présent nécessaire de préserver les commerces de qualité qui l'animent, et tout particulièrement ses commerces de bouche.

Place Nansouty	Nombre	% de A	% de B
locaux d'activités (A)	30	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	29	96,66	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	3	-	10,34
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	8	-	27,58
* ameublement, décoration, tissu	1	-	3,44
* habillement, textile, chaussure	0	-	0
* bijouterie, joaillerie	0	-	0
* téléphonie, multimédia	0	-	0
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	3	-	10,34
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	2	-	8,89
* garage automobile	0	-	0
* services commerciaux (auto école, laverie, agence de voyage, d'intérim...)	10	-	34,48

<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	9	-	31,03
* artisanat, bâtiment, production	0	-	0
* autres commerces de détails	2	-	6,89
* commerce de gros	0	-	0
- La Poste	0	0	-
- Professions libérales	1	3,33	-
- Locaux vacants ou en mutation	0	0	-

4. L'axe rue Fondaudège / rue Croix de Seguey

- un axe commercial ancien et dynamique

La rue Fondaudège, prolongée par la rue Croix de Seguey jusqu'à la barrière du Médoc, constitue une séquence commerciale particulièrement dynamique et attractive. Elle regroupe un nombre élevé de locaux commerciaux essentiellement exploités par des commerçants indépendants.

Cette rue constitue un pôle de proximité à part entière en raison de la diversité de ses commerces (dont 28 commerces alimentaires) et de ses services (48 recensés). A noter également la présence de 10 magasins dans la catégorie « tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs » qui confirment que la rue fonctionne bien comme un pôle de proximité particulièrement « fourni » et dynamique. La présence de 23 activités de banque, agence immobilière, ou assurance, atteste bien l'intérêt commercial de la rue.

Un autre chiffre doit aussi attirer l'attention, celui du nombre de locaux vacants qui s'élève à 16. Cette vacance s'explique en grande partie par le fait que les locaux libérés trouvent difficilement preneurs, malgré la dynamique de la rue, du fait de l'anticipation des travaux futurs d'aménagement de la ligne D du tramway.

RUE FONDAUDEGE	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activités (A)	183	100	
- activités commerciales et artisanales (B)	142	77,59	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	13	-	9,15
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	28	-	19,71
* ameublement, décoration, tissu	5	-	3,52
* habillement, textile, chaussure	7	-	4,92
* bijouterie, joaillerie	1	-	0,70
* téléphonie, multimédia	10	-	7,04
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	12	-	8,45
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	10	-	7,04
* garage automobile	1	-	0,70
* services commerciaux (auto école, laverie, agence de voyage, d'intérim...)	48	-	33,8
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	23	-	16,19
* artisanat, bâtiment, production	0	-	0
* autres commerces de détails	4	-	2,81
* commerce de gros	3	-	2,11
- La Poste	0	0	-
- Professions libérales	25	13,66	-
- Locaux vacants ou en mutation	16	8,74	-

La rue Croix de Seguey, compte tenu de sa longueur, ne se distingue pas par le nombre de ses commerces et services. Pour autant, quelques activités de bouche et une forte proportion de services commerciaux (18 unités) lui permettent de compléter l'offre de la rue Fondaudège, et de faire le lien entre celle-ci et la barrière du Médoc, lien qu'il convient de conserver.

RUE CROIX DE SEGUEY			
	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activités (A)	43	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	30	69,76	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	0	-	0
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	4	-	13,33
* ameublement, décoration, tissu	2	-	6,66
* habillement, textile, chaussure	0	-	0
* bijouterie, joaillerie	0	-	0
* téléphonie, multimédia	2	-	6,66
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	1	-	3,33
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	3	-	1
* garage automobile	0	-	0
* services commerciaux (auto école, laverie, agence de voyage, d'intérim...)	18	-	33,33
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	4	-	13,33
* artisanat, bâtiment, production	0	-	0
* autres commerces de détails	0	-	0
* commerce de gros	0	-	0
- La Poste	0	0	-
- Professions libérales	8	18,6	-
- Locaux vacants ou en mutation	5	11,63	-

Si l'on observe plus précisément les commerces alimentaires de détail rue Fondaudège, on constate que les commerces de bouche traditionnels y sont encore nombreux et qu'ils contribuent à faire la spécificité de cette rue.

Recensement des activités de commerce alimentaire

	Rue Fondaudège		Place Charles Gruet		Rue Croix de Seguey	
	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A
Locaux d'activités (A)	183	100	14	100	43	100
Activités de commerce alimentaire	28	15,3	2	14,29	1	2,33
- boulangerie, pâtisserie	5	2,73	0	0	0	0
- boucherie, charcuterie, traiteur	4	2,19	1	7,14	0	0
- poissonnerie	2	1,09	0	0	0	0
- supérette, épicerie, surgelés	11	6,01	1	7,14	1	2,33
- primeur	2	1,09	0	0	0	0
- fromager, crèmerie	0	0	0	0	0	0
- cave	4	2,19	0	0	0	0

Concernant les activités de commerce/artisanat, il est intéressant de noter la présence de trois garages automobiles dont deux place Charles Gruet. Les activités de garage/mécanique ont progressivement quitté le centre-ville pour s'installer en périphérie, quand ils n'ont pas simplement disparu. Les habitants de Bordeaux sont donc dans l'obligation aujourd'hui de faire entretenir ou réparer leurs véhicules en périphérie. Ces trois garages proposent donc un service de proximité devenu rare dans le centre de Bordeaux.

Recensement des commerçants/artisans non alimentaires						
	Rue Fondaudege		Charles Gruet		Rue Croix de Seguey	
	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A
Locaux d'activités (A)	183	100	14	100	43	100
Commerçants/artisans non alimentaires	14	7,65	3	21,43	2	4,65
- coiffeur	7	3,83	1	7,14	1	2,33
- pressing	3	1,64	0	0	1	2,33
- cordonnier	2	1,09	0	0	0	0
- bijouterie, joaillier	1	0,55	0	0	0	0
- photographe	0	0	0	0	0	0
- couturier	0	0	0	0	0	0
- garage, mécanique	1	0,55	2	14,29	0	0

- anticiper l'impact des travaux du tramway

Dans le centre-ville, les études menées par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux ont permis de constater que l'implantation du tramway avait entraîné une modification de l'offre commerciale dans les rues concernées, entre 1999 et 2008. Ainsi, les commerces indépendants ont tendance à être remplacés par des franchises, de grandes enseignes ou par des activités de service.

Concernant ces dernières, leur nombre a augmenté entre 1999 et 2008 de manière significative sur tous les corridors du tramway, avec une croissance de + 28,6%, soit 743 établissements supplémentaires à Bordeaux et dans les communes limitrophes.

Les grands chantiers d'aménagement ont donc un impact fort sur la dynamique commerciale des voies concernées. Ils provoquent logiquement une diminution de la fréquentation des magasins pendant la période des travaux. Mais leur impact va au-delà. Les études ont en effet montré que la clientèle, après avoir pris de nouvelles habitudes, mettait du temps à revenir et à se réappropriier ses anciens commerces (pour certains axes, le retour de la clientèle au niveau d'avant les travaux peut atteindre 2 ou 3 ans).

Aussi, concernant la rue Fondaudège et, dans une moindre mesure la rue Croix de Seguey, il est important d'anticiper les conséquences à venir des travaux d'aménagement de la ligne D du tramway et de mettre en place tous les dispositifs permettant d'accompagner au mieux les activités qui devront vraisemblablement faire face à une baisse de fréquentation.

Une étude, réalisée en février 2009 par le cabinet Cercia, a fait apparaître que la rue Fondaudège est un axe dynamique mais fragile, du fait même de la nature de ses commerces et de leurs contraintes.

Les contraintes identifiées sont tout d'abord liées à la clientèle. Quatre catégories d'établissements peuvent ainsi être distinguées :

- les établissements ayant une clientèle de proximité qui s'y rend à pieds (alimentaire, services courants) sont peu nombreux (29 sur 208)
- les établissements dont le rayonnement minimal est celui du quartier (coiffure, esthétique, banque, ...) représentent 31,6% des activités
- les établissements dont la zone de chalandise s'étend sur un vaste secteur urbain et intercommunal représentent 40% des établissements en place. Leur activité est donc fortement liée aux facilités de stationnement. Il s'agit des assurances, de l'équipement de la maison, des loisirs, de l'immobilier, des services médicaux...

- les autres commerces (49 au total, soit 17, 6% de l'offre) ont une zone de chalandise très diffuse, à l'échelle de l'agglomération (commerces haut de gamme, garages automobiles,...).

L'offre commerciale présente par ailleurs un nombre très élevé de magasins s'adressant à des segments de clientèle limités, du fait de la spécialisation forte des produits et du niveau de gamme proposé. 47% de l'offre présente est considérée comme sélective et attire une clientèle à fort pouvoir d'achat.

D'autre part, le cabinet CERCIA considère que, sur les 279 établissements concernés, 130 (soit 46,6%) présentent un niveau de dépendance plus ou moins fort à la part des achats associés aux flux de transit automobile, transport en commun ou deux roues.

Il apparaît également que les établissements sont particulièrement dépendants de l'offre de stationnement de courte durée, les commerces concernés étant essentiellement situés sur le haut de la rue Fondaudège.

De même, 108 activités (38,7%) sont dépendantes du stationnement de moyenne et longue durée (coiffure et esthétique, services médicaux, banques, restauration,...)

Enfin, 102 établissements présentent de réelles contraintes de livraison. A noter que 79% des livraisons sont faites sur des espaces non dédiés au stationnement (double file, trottoirs). 12 agences bancaires ont également besoin de capacités de stationnement pour les transports de fonds.

Ainsi, sans un soutien fort et personnalisé des commerces et des artisans de l'axe Fondaudège/Croix de Seguey, la mise en œuvre de la ligne D du tramway pourrait induire une évolution de la commercialité de l'axe et une fragilisation d'un nombre significatif d'activités. Dans ces conditions, la mise en place de l'outil « droit de préemption » sur ces rues apparaît incontournable.

3. L'axe Verdun/Portal/Saint-Louis/Stuttenberg

- un axe porteur d'une vraie dynamique commerciale

Cette séquence commerciale fait le lien entre le centre-historique et le quartier des Chartrons qui connaît une profonde évolution depuis une dizaine d'années. Compte tenu de l'important effort de rénovation des habitations réalisé, des programmes immobiliers, du réaménagement de nombreuses places et rues ainsi que de la mise en service récente du tramway, ce quartier s'est véritablement transformé. Il a ainsi attiré de nouveaux habitants dotés d'un bon pouvoir d'achat.

Pour cette raison, les commerces se sont peu à peu renouvelés dans le sens d'une montée en gamme des produits et services proposés. Ainsi, des franchises nationales haut de gamme de l'alimentation de détail s'y sont même implantées. Cet axe a donc tout intérêt à conserver son caractère de pôle commercial de proximité, jouant en quelque sorte le rôle d'un centre-bourg.

D'autre part, dans la perspective de la densification de la partie Nord du quartier, la commercialité de cet axe devrait encore se renforcer.

Cet axe devrait aussi devenir un véritable trait d'union entre le centre-ville et la future ZAC des Bassins à Flots.

Et il est donc d'autant plus important de veiller au maintien de la qualité de son offre actuelle qu'il devrait renforcer son rôle de pôle de proximité dans les années à venir.

Le cours de Verdun, tout d'abord, se caractérise par le nombre et la diversité de ses activités. Plutôt positionné sur un secteur moyen et haut de gamme et situé dans un

environnement privilégié, ce cours a fortement attiré les agences bancaires et immobilières ainsi que les assurances qui totalisent plus de 20% des activités commerciales et artisanales du cours. Si la représentation de ces activités devait progresser encore, la dynamique commerciale de cet axe pourrait s'en ressentir. Les commerces alimentaires sont quant eux faiblement représentés, au bénéfice des services commerçants dont la présence massive (plus du quart des activités commerciales) constitue une des spécificités du cours de Verdun.

COURS DE VERDUN	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activités (A)	122	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	106	86,88	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	4	-	3,77
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	8	-	7,54
* ameublement, décoration, tissu	7	-	6,6
* habillement, textile, chaussure	2	-	1,88
* bijouterie, joaillerie	0	-	0
* téléphonie, multimédia	7	-	6,6
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	4	-	3,77
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	1	--	0,94
* garage automobile	0	-	0
* services commerciaux (auto école, laverie, agences de voyage, d'intérim...)	56	-	52,83
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	25		23,58
* artisanat, bâtiment, production	8	-	7,54
* autres commerces de détails	3	-	2,83
* commerce de gros	6	-	5,66
- La Poste	0	0	-
- Professions libérales	10	8,2	-
- Locaux vacants ou en mutation	6	4,92	-

Le cours Portal est réputé pour la qualité de ses commerces alimentaires indépendants qui lui font jouer la fonction d'un centre-bourg de ville moyenne. Certains commerçants, par la qualité de leur offre et de leurs produits, attirent même des clients bien au-delà du quartier. On notera aussi la forte présence des activités liées à l'hygiène/santé/beauté (presque 20% des activités artisanales et commerciales). Et les banques/assurances/agences immobilières occupent là encore une place considérable (23% des activités) qui, si elle devait s'accroître, pourrait freiner l'attractivité du cours.

COURS PORTAL	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activités (A)	82	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	75	91,46	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	11	-	14,66
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	15	-	20
* ameublement, décoration, tissu	2	-	2,66
* habillement, textile, chaussure	3	-	4
* bijouterie, joaillerie	1	-	1,33
* téléphonie, multimédia	2	-	2,66
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	11	-	14,66

* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	1	-	1,33
* garage automobile	0	-	0
* services commerciaux (auto école, laverie, agences de voyage, d'intérim...)	27	-	36
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	19		25,33
* artisanat, bâtiment, production	0	-	0
* autres commerces de détails	2	-	2,66
* commerce de gros	0	-	0
- La Poste	0	0	-
- Professions libérales	4	4,88	-
- Locaux vacants ou en mutation	3	3,66	-

Le cours Saint Louis fait une fois encore apparaître une forte représentation des banques/assurances/agences immobilières, proportionnellement aux autres activités (22%). Seuls les autres services commerciaux sont plus nombreux avec 14 unités. Au final, les services commerciaux représentent la moitié des activités du cours. L'évolution de ce cours doit donc être surveillée, notamment dans la perspective du développement de la partie Nord du quartier des Chartrons. Ce cours sera aussi nécessairement impacté par la réalisation, dans le prolongement des Chartrons, du programme de la ZAC des Bassins à Flots.

COURS SAINT LOUIS	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activités (A)	47	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	41	87,23	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	4	-	9,75
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	2	-	4,87
* ameublement, décoration, tissu	1	-	2,43
* habillement, textile, chaussure	3	-	7,31
* bijouterie, joaillerie	0	-	0
* téléphonie, multimédia	0	-	0
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	2	-	4,87
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	1	-	2,43
* garage automobile	2	-	4,87
* services commerciaux (auto école, laverie, agences de voyage, d'intérim...)	23	-	56,09
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	9		21,95
* artisanat, bâtiment, production	3	-	7,31
* autres commerces de détails	0	-	0
* commerce de gros	0	-	0
- La Poste	2	4,26	-
- Professions libérales	2	4,26	-
- Locaux vacants ou en mutation	2	4,26	-

Le cours Balquerie Stutzenberg présente les caractéristiques d'un axe commercial de proximité, avec une forte représentation de services et une présente intéressante de bars, restaurants, et de commerces de bouche. D'autres commerces de détail (bijouterie, multimédia, presse, santé, beauté, ameublement,...) assurent une bonne diversité de l'offre. La commercialité de ce cours, situé à la frange de la ZAC des Chartrons, devrait logiquement se renforcer dans les années à venir, dans un quartier en pleine évolution. Sa position d'axe de liaison avec le quartier de Bacalan qui va lui aussi se densifier devrait également accroître son attractivité tout comme la pression qui s'exercera sur son immobilier en général et ses locaux d'activité en particulier. Il est donc important que ce cours puisse conserver une structure commerciale diversifiée avec des commerces de proximité.

COURS BALQUERIE STUTTENBERG	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activités (A)	47	100	.

- activités commerciales et artisanales (B)	42	89,36	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	7	-	16,66
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	6	-	14,28
* ameublement, décoration, tissu	1	-	2,38
* habillement, textile, chaussure	0	-	0
* bijouterie, joaillerie	1	-	2,28
* téléphonie, multimédia	1	-	2,38
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	4	-	9,52
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	1	-	2,38
* garage automobile	1	-	2,38
* services commerciaux (auto école, laverie, agences de voyage, d'intérim...)	16	-	38,09
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	6	-	14,28
* artisanat, bâtiment, production	2	-	4,76
* autres commerces de détails	1	-	2,38
* commerce de gros	1	-	2,38
- La Poste	0	0	-
- Professions libérales	3	6,38	-
- Locaux vacants ou en mutation	2	4,26	-

Comme nous l'avons vu plus haut, le cours Portal se démarque véritablement par la présence, devenue rare, d'un nombre significatif de commerces de bouche indépendants. Le cours de Verdun présente quant à lui la spécificité de regrouper six cavistes. On note également avec intérêt l'activité de deux bouchers/charcutiers cours Balguerie Stutzenberg.

Recensement des activités de commerce alimentaire

	Cours de Verdun		Cours Portal		Cours Saint Louis		Balguerie Stutzenberg	
	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A
Locaux d'activités (A)	122	100	82	100	47	100	47	100
Activités de commerce alimentaire	8	6,56	15	18,29	2	4,26	5	10,64
- boulangerie, pâtisserie	1	0,82	2	2,44	1	2,13	1	2,13
- boucherie, charcuterie, traiteur	0	0	1	1,22	0	0	2	4,26
- poissonnerie	0	0	1	1,22	0	0	0	0
- supérette, épicerie, surgelés	1	0,82	7	8,54	0	0	1	2,13
- primeur	0	0	2	2,44	0	0	0	0
- fromager, crèmerie	0	0	0	0	0	0	0	0
- cave	6	4,92	2	2,44	1	2,13	1	2,13

Sur chacun des axes étudiés, apparaît également la faible représentation des activités de commerçant/artisan non alimentaire. On notera aussi la présence de trois activités de garage/mécanique automobile.

Recensement des commerçants/artisans non alimentaires

	Crs de Verdun		Crs Portal		Crs Saint Louis		Balguerie Stutzenberg	
	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A
Locaux d'activités (A)	122	100	82	100	47	100	47	100
Commerçants/artisans non alimentaires	3	2,46	7	8,54	3	6,38	7	14,89
- coiffeur	2	1,64	4	4,88	0	0	3	6,38

- pressing	1	0,82	1	1,22	1	2,13	1	2,13
- cordonnier	0	0	0	0	0	0	1	2,13
- bijouterie, joaillier	0	0	1	1,22	0	0	1	2,13
- photographe	0	0	1	1,22	0	0	0	0
- couturier	0	0	0	0	0	0	0	0
- garage, mécanique	0	0	0	0	2	4,26	1	2,13

B. RIVE DROITE

1. L'avenue Thiers

Sur l'avenue Thiers, les données recueillies entre 1999 et 2008 par la CCIB ont fait apparaître une nette diminution du nombre d'activités (14% d'établissements en moins), liée à l'impact des travaux du tramway et au départ, notamment, de 17 commerces automobiles. Parallèlement, sur la même période, on a observé une forte augmentation du nombre de services (+24%), en particulier des banques (+ 4 unités), des agences immobilières (+ 14 unités) et des assurances (+ 11 unités).

Compte tenu de cette évolution, l'axe doit aujourd'hui être soutenu pour lui permettre de continuer à remplir son rôle de pôle majeur de proximité de la rive droite. Avec 196 locaux d'activités dont 154 à vocation commerciale, l'avenue Thiers est véritablement l'artère commerciale structurante de la rive droite. Elle se caractérise par une présence diversifiée des activités commerciales les plus courantes, avec une forte proportion de services commerciaux (36,8% des activités commerciales et artisanales). L'alimentaire est par contre assez peu représenté (11 unités seulement), contrairement aux banques/assurances/agences immobilières attirées par le réaménagement du cours et la desserte tramway (15% des locaux d'activité).

Mais le taux de vacance des locaux (presque 10%) montre que la dynamique de l'avenue est fragile. Il semblerait en effet que cet axe peine à retrouver son attractivité antérieure aux travaux du tramway. Le départ de nombreuses concessions automobiles ainsi que les difficultés de stationnement ont visiblement freiné la dynamique de ce cours.

AVENUE THIERS	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activité (A)	196	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	154	78,57	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	16	-	10,38
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	11	-	7,14
* ameublement, décoration, tissu	5	-	3,24
* habillement, textile, chaussure	4	-	2,59
* bijouterie, joaillerie	1	-	0,64
* téléphonie, multimédia	10	-	6,49
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	18	-	11,68
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	2	-	1,29
* garage automobile	6	-	3,89
* services commerciaux (auto école, laverie, agence de voyage, d'intérim...)	75	-	48,70
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	29	-	18,83
* artisanat, bâtiment, production	5	-	3,24
* autres commerces de détail	1	-	0,64
* commerce de gros	0	-	0
- La Poste	3	1,53	-
- Professions libérales	20	10,2	-
- Locaux vacants ou en mutation	19	9,7	-

2. La Place Stalingrad, quai de Queyries et allée Serr

Du fait de son réaménagement complet, de sa desserte tramway et de l'implantation d'un repère identitaire fort (le « lion bleu » de l'artiste Xavier Veilhan) la place Stalingrad a attiré ces dernières années des activités nouvelles, et en particulier des banques (5), des agences immobilières et des assurances. Celles-ci représentent presque 19% des activités, sensiblement au même niveau que les bars et les restaurants. Les services de proximité sont encore bien représentés avec 13 magasins (54% des activités).

PLACE STALINGRAD	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activité (A)	38	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	37	97,36	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	8	-	21,62
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	1	-	2,70
* ameublement, décoration, tissu	0	-	0
* habillement, textile, chaussure	0	-	0
* bijouterie, joaillerie	0	-	0
* téléphonie, multimédia	0	-	0
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	4	-	10,81
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	1	-	2,70
* garage automobile	0	-	0
* services commerciaux (auto école, laverie, agence de voyage, d'intérim...)	20	-	54,05
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	7	-	18,91
* artisanat, bâtiment, production	2	-	5,40
* autres commerces de détail	0	-	0
* commerce de gros	1	-	2,70
- La Poste	0	0	-
- Professions libérales	1	2,63	-
- Locaux vacants ou en mutation	0	0	-

Concernant la partie du quai de Queyries concernée par le nouveau périmètre, il est important de noter la présence de 4 bars/restaurants qui disposent d'un emplacement très favorable lié à la proximité immédiate du cinéma Mégarama et d'une vue privilégiée sur la Garonne et la façade des quais. Egalement, la pérennité d'un tabac à cet emplacement est intéressante.

QUAI DE QUEYRIES	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activité (A)	9	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	6	66,66	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	4	-	66,66
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	0	-	0
* ameublement, décoration, tissu	0	-	0
* habillement, textile, chaussure	0	-	0
* bijouterie, joaillerie	0	-	0
* téléphonie, multimédia	0	-	0
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	0	-	0
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	1	-	16,66
* garage automobile	0	-	0
* services commerciaux (auto école, laverie, agence de voyage, d'intérim...)	0	-	0
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	0	-	0
* artisanat, bâtiment, production	1	-	16,66
* autres commerces de détail	0	-	0
* commerce de gros	0	-	0
- La Poste	0	0	-

- Professions libérales	2	22,22	-
- Locaux vacants ou en mutation	1	11,11	-

Outre le cinéma multiplexe, l'allée Serr compte quelques commerces récemment aménagés dans le cadre de nouveaux programmes immobiliers. Quelques commerces adossés au supermarché ont permis de structurer une offre commerciale de proximité jusque là inexistante.

ALLEE SERR	Nombre	% de A	% de B
Locaux d'activité (A)	14	100	.
- activités commerciales et artisanales (B)	10	71,42	100
* bar, brasserie, restauration rapide, hôtel	4	-	40
* alimentation générale, boulangerie, boucherie	1	-	10
* ameublement, décoration, tissu	0	-	0
* habillement, textile, chaussure	0	-	0
* bijouterie, joaillerie	0	-	0
* téléphonie, multimédia	0	-	0
* pharmacie, hygiène, santé, beauté	1	-	10
* tabac, presse, culture, cadeaux, loisirs	1	-	10
* garage automobile	0	-	0
* services commerciaux (auto école, laverie, agence de voyage, d'intérim...)	3	-	30
<i>Dont banques, assurances, agences immobilières</i>	1	-	10
* artisanat, bâtiment, production	0	-	0
* autres commerces de détail	0	-	0
* commerce de gros	0	-	0
- La Poste	0	0	-
- Professions libérales	2	16,67	-
- Locaux vacants ou en mutation	1	8,33	-

On constate que dans ce secteur, les commerces de détail alimentaires sont très peu représentés. Ces activités ne participent donc pas à l'animation du quartier. Par ailleurs, les habitants sont dans l'obligation d'effectuer des déplacements plus ou moins longs pour réaliser leurs achats alimentaires.

	Place Stalingrad		Quai de Queyries		Allée Serr		Avenue Thiers	
	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A
Locaux d'activités (A)	38	100	9	100	12	100	196	100
Commerces alimentaires	0	0	1	11,11	0	0	11	5,61
- boulangerie, pâtisserie	0	0	1	11,11	0	0	3	1,53
- boucherie, charcuterie, traiteur	0	0	0	0	0	0	0	0
- poissonnerie	0	0	0	0	0	0	0	0
- supérette, épicerie, surgelés	0	0	0	0	0	0	7	3,57
- primeur	0	0	0	0	0	0	0	0
- fromager, crèmerie	0	0	0	0	0	0	0	0
- cave	0	0	0	0	0	0	1	0,51

Les commerçants/artisans non alimentaires ne sont pas mieux représentés et ne participent pas davantage à l'attractivité commerciale du secteur.

Recensement des commerçants/artisans non alimentaires

	Place Stalingrad		Quai de Queyries		Allée Serr		Avenue Thiers	
	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A	Nbre	% de A
Locaux d'activités (A)	38	100	9	100	12	100	196	100
Commerçants/artisans non alimentaires	4	10,53	0	0	1	9,09	15	7,65
- coiffeur	3	7,89	0	0	1	9,09	6	3,06
- pressing	1	2,63	0	0	0	0	2	1,02
- cordonnier	0	0	0	0	0	0	0	0
- bijouterie, joaillier	0	0	0	0	0	0	1	0,51
- photographe	0	0	0	0	0	0	0	0
- couturier	0	0	0	0	0	0	0	0
- garage, mécanique	0	0	0	0	0	0	6	3,06

Conclusion

Aujourd'hui, de nouvelles tendances se dessinent quant à l'évolution des modes de consommation. Les habitants sont de plus en plus en demande d'une offre commerciale de proximité qui leur permette de réaliser autant que possible leur achats et d'accéder aux services au plus près de leur domicile. Le règne du modèle américain basé sur la voiture, l'hypermarché et le remplissage du caddie perd du terrain, au profit de modes de déplacement plus diversifiés, d'achats moins volumineux, de la proximité et de la convivialité. Mais, ce processus d'évolution des nouveaux modes de consommation, liés à des modes de déplacements davantage respectueux de l'environnement, n'en est qu'à ses débuts.

Aussi, les commerces et les activités artisanales de proximité, fragiles pour beaucoup d'entre eux, ont plus que jamais besoin d'être soutenus et encouragés, en utilisant de manière rationnelle les outils mis à la disposition des acteurs publics.

Pour autant, l'objectif poursuivi n'est pas de figer l'offre commerciale. Il s'agit au contraire de la laisser vivre et évoluer, dans toute sa diversité, et de l'accompagner pour lui permettre de s'adapter naturellement aux nouvelles attentes des consommateurs, et aux besoins des habitants.