



RENNES

Centre-Ville

10 LEVIERS POUR LE COMMERCE

FÉVRIER 2016



PRÉAMBULE

préambule

Le centre-ville de Rennes, capitale régionale, concentre de fortes potentialités : son histoire, ses fonctions métropolitaines, son positionnement au carrefour d'axes de communication importants pour le Grand Ouest et la Bretagne en font un cœur de métropole attractif et rayonnant.

Ce cœur ne saurait battre sans sa fonction marchande : le centre-ville de Rennes est ainsi aujourd'hui le premier pôle commercial breton. Outre cette dimension économique de tout premier ordre, il revêt une importance indéniable en termes d'animation du lien social.

C'est en ce sens qu'il faut comprendre la volonté de dessiner un nouvel horizon pour notre centre-ville. 2020 marquera une étape-clé de son développement : la liaison Paris Rennes (LGV) en 1h27, EuroRennes, le centre des congrès, la 2^e ligne de métro donneront un nouveau visage au centre-ville et sont autant d'arguments au service de son attractivité économique, commerciale et touristique.

La dynamique du cœur marchand de la métropole est incontournableement plurielle.

Elle s'appuie sur un centre-ville apaisé, facilement accessible, rénové et doté d'infrastructures majeures offrant un cadre de vie commerçant attractif. Elle suppose des services urbains adaptés, performants et ouvrant vers de nouveaux usages.

Elle dépend aussi d'un travail partagé entre les acteurs qui le composent et le font vivre. Chacun d'eux doit pouvoir apporter sa contribution, dans les prérogatives qui sont les siennes, afin d'améliorer le service à la population et la dynamisation de ce poumon économique.

L'enjeu est bien de dépasser les difficultés et d'accompagner la mutation du commerce, la dynamique du territoire et son projet de développement.

La richesse et la diversité de son offre commerciale sont le moteur de son attractivité : enseignes référentes, jeunes concepts, artisans et commerçants créatifs, marchés doivent trouver dans le centre-ville les conditions d'un accueil réussi qui renvoient à l'immobilier commercial, à la qualité des parcours marchands...

Parallèlement, l'attractivité commerciale passe par l'enrichissement de l'offre autant en termes d'enseignes que de surfaces disponibles avec un point particulier sur l'adéquation de ces surfaces avec les attentes des acteurs. Ces questions nécessiteront une vision partagée car les leviers à mobiliser relèvent de responsabilités diverses.

Par ailleurs, l'avenir du centre-ville ne passera que par l'image d'une destination différenciante et rayonnante. De même, la construction d'une identité commerciale forte et unique, d'une «marque» intégrant pleinement une offre foisonnante et singulière qui associe commerce, culture, loisirs, patrimoine, tourisme et services constitue un des leviers incontournables de son attractivité.

Enfin, face à la complexité du contexte actuel, il semble que ce soit à l'échelle de chaque point de vente que doivent être recherchées l'excellence et la différenciation. La fidélisation et la satisfaction du client et le risque de banalisation de l'offre produit induite par le renouvellement de la proposition marchande d'internet imposent aujourd'hui une montée en puissance des dimensions servicielles et expérientielles.

«Avec l'ensemble des acteurs et des ambassadeurs du centre-ville, nous avons bâti une feuille de route ambitieuse pour le commerce du centre-ville de Rennes à horizon 2020. Les premières actions vont s'engager dès à présent. Commerçants, indépendants, franchisés, artisans, avec le plan d'action dédié au commerce du centre-ville, je suis persuadée que nous serons en mesure de conforter ce dynamisme et de relever les défis qui nous attendent. La réussite du plan d'action dépend de l'implication de chacun d'entre nous.»

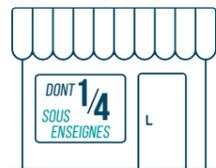
Nathalie Appéré, Maire de Rennes

LE CENTRE-VILLE *en chiffres*

▶ UNE DESTINATION MARCHANDE INCONTOURNABLE

1^{ER} PÔLE COMMERCIAL
BRETON

PRÈS DE
1700
COMMERCES ACTIFS



16,5
MILLIONS
DE PASSAGES
annuels
POUR MOTIF
D'ACHAT

*chiffre
d'affaires*
600
MILLIONS
D'EUROS
HORS BARS ET RESTAURANTS

17%
RÉALISÉS
PAR DES
CLIENTS EXTÉRIEURS
AU PAYS DE **Rennes**

UNE VACANCE
MAÎTRISÉE
SOIT UN TAUX
INFÉRIEUR
À LA MOYENNE
NATIONALE

7,8%

▶ DES FONDAMENTAUX FAVORABLES À LA DYNAMIQUE COMMERCIALE

UN BASSIN DE VIE DE
700 000 HABITANTS
& **350 000 EMPLOIS**

125 000
NOUVEAUX HABITANTS
SUR LES 15 DERNIÈRES ANNÉES

64 000
étudiants
7^E VILLE ÉTUDIANTE
DE FRANCE

2^E
SECONDE + FORTE
CROISSANCE DÉMOGRAPHIQUE
→ AGGLOS SUPÉRIEURES À 250 000 HABITANTS

UN POUVOIR D'ACHAT
SUPÉRIEUR À LA
MOYENNE NATIONALE

10%

▶ DES ACTEURS MAJEURS

Des acteurs majeurs confortent leur position : Zara, Galeries Lafayette, le Centre Commercial Colombia, Le Piccadilly

Rennes, ville-cible pour les grandes enseignes : Mellow Yellow, Father & Sons, The Kooples, Maje, Sandro, Claudie Pierlot, Saint-James, Tati, Rougié et Plé, Biocoop, Free, Nuxe Spa...

Des concepts indépendants novateurs

It's Only (disquaire indépendant), Salon Mouch (péniche-salon de coiffure), Nij (boutique de créateurs)...

LE PLAN D'ACTION COMMERCE *Centre-Ville de Rennes*

▶ UNE CO-CONSTRUCTION PORTÉE PAR LE COMITÉ COMMERCE CENTRE-VILLE DE RENNES

- ▶ Ville de Rennes
- ▶ Rennes Métropole
- ▶ Chambre de Commerce et d'Industrie
- ▶ Chambre de Métiers et de l'Artisanat
- ▶ Fédération régionale de l'Habillement
- ▶ Carré Rennais
- ▶ Union du Commerce

▶ LES 10 LEVIERS DU PLAN D'ACTION

Volet OFFRE

- ▶ Renforcer la proposition commerciale par l'accueil d'enseignes nationales référentes et de jeunes concepts
- ▶ Singulariser l'offre par l'implantation de commerces et artisans créatifs
- ▶ Renforcer l'attractivité des halles centrales
- ▶ Développer des solutions innovantes en vue d'une résorption de la vacance

Volet IDENTITÉ

- ▶ Mettre en place une politique de communication au service de l'identité marchande du centre-ville
- ▶ Dynamiser et renouveler l'animation commerciale du centre-ville
- ▶ Impliquer les commerçants dans une démarche d'excellence en matière d'accueil et de service

Volet EXPÉRIENCE

- ▶ Valoriser l'expérience du centre-ville dans sa globalité commerce, promenade, loisirs, détente...
- ▶ Valoriser le cadre urbain et la cohabitation harmonieuse des différents usagers du centre-ville
- ▶ Favoriser la mobilité et l'accessibilité tous modes aux circuits marchands du centre-ville



L'OFFRE *l'offre*

Premier vecteur de dynamique commerciale, l'offre marchande de centre-ville doit tout à la fois s'inscrire dans une logique de foisonnement et de différenciation. Accueil de grandes enseignes nationales et internationales pour générer du flux, enseignes de niche développant des concepts nouveaux, indépendants – multimarques, commerçants et artisans créatifs : une complémentarité indispensable dans la diversité qui donne aux centres-villes leur singularité et leur puissance commerciales.

Levier 1

ACCUEILLIR GRANDES ENSEIGNES DE RÉFÉRENCE ET JEUNES CONCEPTS

Développer et entretenir le réseau d'enseignes cibles pour le centre-ville, en particulier les leaders emblématiques d'un centre marchand de dimension régionale ou les jeunes concepts garants d'un positionnement différenciant

Conforter et élargir les linéaires marchands «premium» en lien avec la métamorphose du centre-ville grâce aux grands projets : EuroRennes et la Ligne à Grande Vitesse, la ligne b du métro et les travaux connexes de valorisation de l'espace public, le centre de congrès, la réhabilitation du centre ancien

Augmenter la capacité d'accueil en ciblant les sites et opportunités stratégiques, tout en répondant aux attentes des enseignes en termes de surfaces et de formats



Vers une programmation commerciale centre-ville

- ▷ Réaliser un état des lieux du parc immobilier public et privé disponible ou en mutation
- ▷ Identifier les actifs stratégiques au regard des parcours marchands
- ▷ Évaluer les potentiels économiques d'évolution de l'offre commerciale dans le centre-ville de Rennes, les confronter aux nouveaux usages et besoins
- ▷ Définir et partager les orientations de programmation des secteurs-clés du centre-ville avec l'écosystème immobilier commercial

Des outils au service d'un merchandising dynamique

- ▷ Un outil de visualisation définissant le périmètre du centre-ville commerçant, intégrant les orientations-clés de l'étude cadre, les grands projets, les évolutions de l'espace public et de son traitement et travaillant à la convergence des parcours construisant le centre-ville
- ▷ Un outil de suivi du plan d'action et de coordination entre les acteurs : ateliers, fréquence, participants, valeur des documents de référence produits
- ▷ En appui du plan guide, des outils d'intervention : extension du droit de préemption, maîtrise publique de certains immobiliers-clés, dispositifs de traitement de la vacance...

Des opportunités d'implantation pour les enseignes

- ▷ Valoriser les locaux et immeubles stratégiques du centre-ville
- ▷ Moderniser et conforter les centres commerciaux du sud Colomonia - 3 soleils pour les adapter aux nouveaux standards de consommation

La poursuite d'une prospection active et ciblée

- ▷ Au-delà de la présence aux salons et événements, amplifier l'action de veille et de repérage des jeunes enseignes et nouveaux concepts.
- ▷ Valoriser le projet centre-ville de Rennes 2020 dans son ensemble auprès des acteurs de l'immobilier commercial, des enseignes et porteurs de projet

Pilotes

- ▷ Rennes Métropole et Ville de Rennes



PILOTES

Levier 2

SINGULARISER L'OFFRE MARCHANDE DU CENTRE-VILLE

Viser les filières créatives en demande d'implantation en centre-ville

Cibler les secteurs du centre-ville polarisant l'offre commerciale et artisanale créative

Favoriser l'implantation de ces acteurs en centre-ville en intégrant les spécificités de leurs activités et de leurs modèles économiques



MISE EN ŒUVRE

Intégrer l'offre commerciale et artisanale créative dans le Plan Guide

- ▷ Secteurs pressentis d'implantation : rues n°2 affectées par une vacance structurelle, rues à valeur patrimoniale et touristique
- ▷ Locaux stratégiques et propices à l'accueil de ces activités

Identifier les filières créatives porteuses de développement (artisanat d'art, design, produits culturels, cafés-culture...) et leurs besoins en matière d'immobilier commercial

Agir auprès des bailleurs

- ▷ Veiller à la prise en compte des spécificités de l'exploitation commerciale dans la conception - réhabilitation des locaux commerciaux (surfaces et formes, réseaux, extractions, accès aux personnes à mobilité réduite...)
- ▷ Valoriser auprès des bailleurs privés des dispositifs de baux dérogatoires innovants : flexibles, très courte durée, locaux-clés en main
- ▷ Développer des partenariats avec les professionnels de l'immobilier spécialistes de l'éphémère

Étudier la perspective d'un dispositif de portage public des murs commerciaux dans le cadre de la réhabilitation du centre ancien

Accompagner les commerçants et artisans créatifs dans la « mise en exploitation » de leur activité

- ▷ Faciliter et sécuriser la mise en œuvre du projet: financement, assurances, stratégie marketing, aménagement du point de vente
- ▷ Faire connaître les personnes-ressources et les dispositifs réglementaires liés à une implantation en centre-ville

Communiquer sur la mise en œuvre de l'opération Commerces et Artisans Créatifs

Mettre en valeur les acteurs et les secteurs où se concentre cette typologie d'offre : marquer les parcours, circuits thématiques, supports digitaux, animation, mise en tourisme...



PILOTES

Détection et Accompagnement

- ▷ Chambre de Commerce et d'Industrie et Chambre de Métiers

Immobilier

- ▷ Ville de Rennes et Rennes métropole

Communication et Animation

- ▷ Carré Rennais et Destination Rennes

Levier 3

RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ DES HALLES CENTRALES

Positionner les Halles Centrales en tant que locomotive d'un pôle gourmand emblématique du centre-ville de Rennes

Construire un centre-ville marchand élargi et unifié dont le secteur Halles Centrales-République serait le futur barycentre

Mettre en scène les Halles Centrales et leur environnement



Valoriser le bâtiment des Halles centrales comme locomotive incarnant le pôle gourmand

- ▷ Mettre en scène l'équipement : jalonnement et signalétique pour une meilleure visibilité, traitement des entrées, éclairage, aménagements intérieurs...
- ▷ Améliorer les conditions d'exploitation et de fonctionnement des Halles : horaires, déchets, hygiène, sécurité, mise aux normes, aménagement des étals...
- ▷ Penser l'avenir de la cour centrale des Halles : tester sa capacité à accepter de nouveaux usages, en complément du stationnement (accueil de terrasses, café, jardin...)
- ▷ Améliorer les espaces publics autour des Halles avec une attention particulière à la place Honoré Commeurec, aux rues de Nemours et Jules Simon en proximité avec le centre Colombia

Travailler l'offre commerciale pour favoriser l'émergence d'un pôle gourmand de référence

- ▷ Enrichir l'offre alimentaire des Halles Centrales, valoriser les produits régionaux, intégrer les « beaux produits » des gastronomies d'ailleurs, développer la fréquentation par des propositions nouvelles et complémentaires (espaces de dégustation sur place, cours de cuisine...)
- ▷ Détecter commerces de bouche de qualité et activités connexes relevant de l'univers gourmand (arts de la table, décoration...)
- ▷ à implanter en dehors des Halles
- ▷ Partager avec les bailleurs et les professionnels de l'immobilier commercial le projet de pôle gourmand afin d'éviter un glissement vers la restauration
- ▷ Utiliser l'effet de levier du Droit de Préemption Fonds et Baux Commerciaux / Artisanaux mis en place par la Ville de Rennes

Animer et promouvoir pour ancrer la destination gourmande de centre-ville

- ▷ Fédérer les commerçants et artisans autour d'un projet porteur d'une identité forte
- ▷ Mettre en place une politique de communication autour des axes «gourmand» et «qualité»
- ▷ Mettre en œuvre des animations novatrices susceptibles de renouveler la clientèle
- ▷ Développer une politique client adaptée aux nouveaux comportements de consommation : click & collect, casiers connectés, horaires et jours d'ouverture, outils de fidélisation...

Immobilier

- ▷ Ville de Rennes et Rennes Métropole

Communication et Animation

- ▷ Groupement des Commerçants des Halles et Carré Rennais

PILOTES

Levier 4

DÉVELOPPER DES SOLUTIONS INNOVANTES POUR RÉSORBER LA VACANCE

Le plan Centre-Ville concourt dans son ensemble à la diminution de la vacance,

Une stratégie spécifique est à envisager

Des actions ciblées pour accélérer le processus de dynamisation des rues affectées par ce phénomène

Des dispositifs ad hoc pour contenir les effets négatifs de la vacance



L'étude-Cadre : vers une programmation commerciale centre-ville

- ▷ Intégrer dans l'état des lieux une analyse des causes de la vacance de façon à adapter les interventions

Limiter l'impact visuel de la vacance

- ▷ Habillage des vitrines
- ▷ Sensibilisation des acteurs / bailleurs : vers une charte des vitrines vacantes
- ▷ Adaptation du règlement de publicité

Favoriser la réoccupation marchande éphémère en attente d'une commercialisation pérenne

- ▷ Proposer des solutions éphémères de recommercialisation : jeunes enseignes, pop-up stores d'enseignes référentes, créatifs, collectifs artistiques
- ▷ Encourager les bailleurs à accepter des baux de courte durée
- ▷ Inciter au pré-équipement « standard » des locaux

Envisager des solutions alternatives dans les situations les plus complexes

- ▷ Services, showrooms,
- ▷ Mise en visibilité des projets urbains, associatifs, culturels,...

Mobiliser les acteurs de l'écosystème immobilier commercial

- ▷ Professionnels de l'immobilier
- ▷ Notaires
- ▷ Établissements financiers

Pilotes

- ▷ Ville de Rennes et Rennes Métropole



PILOTES



L'IDENTITÉ *l'identité*

Contexte concurrentiel tendu, secteur d'activité en pleine mutation, canaux de vente multipliés,.... Pour se démarquer et maintenir sa position de destination commerciale de référence, le centre-ville doit exprimer sa personnalité en adoptant un positionnement fort et différenciant. L'affirmation de cette identité se décline à travers son ancrage dans le territoire, son image et son animation mais aussi à travers de la qualité de l'accueil et du service client.

Levier 5

UNE COMMUNICATION AU SERVICE DE L'IDENTITÉ MARCHANDE DU CENTRE-VILLE

Donner au centre-ville une « signature » matérialisant son rôle de premier pôle commercial régional, sa richesse marchande et sa singularité

S'inscrire en cohérence avec l'identité de la métropole et sa stratégie de développement touristique

Développer l'ensemble des actions de communication sous la bannière « centre-ville marchand » et favoriser la mobilisation de l'ensemble des commerçants pour un impact amplifié.



MISE EN ŒUVRE

Définir l'identité fédératrice du centre-ville commerçant et ses déclinaisons

▷ Construire une stratégie de communication dédiée au centre-ville marchand sur la base d'un plan de communication à trois ans intégrant une palette d'outils diversifiée (carnet de shopping, supports numériques...)

Trouver un ton commun entre canaux d'information touristiques et commerciaux, pour faciliter l'expérience du visiteur / client et favoriser les synergies

Ouvrir le « chantier numérique » sur les outils innovants à développer pour la promotion du commerce, l'information et la fidélisation du client

- ▷ Créer un canal d'information numérique sur le commerce en centre-ville
- ▷ Penser les contenus en adoptant le point de vue de l'utilisateur : cartographie de l'offre, parcours thématiques, découvertes des savoir-faire rennais, Club client centre-ville, pages personnalisées commerçants...
- ▷ Penser les supports en adoptant une approche multicanal : plateforme web, bons plans sur inscription ou via newsletter, réseaux sociaux, appli mobile

Pilotes

- ▷ Carré Rennais



PILOTES

Levier 6

DYNAMISER ET RENOUVELER L'ANIMATION COMMERCIALE DU CENTRE-VILLE

Renforcer l'attractivité et l'efficacité des animations commerciales pour en faire des rendez-vous réguliers pour les consommateurs du bassin rennais et de sa zone d'influence

Développer les synergies entre le commerce de centre-ville et les nombreux événements qui s'y déroulent

Convaincre de la nécessité d'une implication large des commerçants et d'une animation coordonnée



MISE EN ŒUVRE

Capitaliser sur les événements commerciaux phares et les moderniser

- ▷ Braderie, marchés de Noël, ventes privées...
- ▷ Accroître la participation des commerçants à ces événements-clés

Coordonner les agendas commerciaux et événementiels sous la bannière « centre-ville »

- ▷ Prévoir des partenariats commerciaux : actions marketing ciblées, réductions pour les détenteurs de pass événements...

Renforcer l'attractivité des marchés et événements commerciaux thématiques

- ▷ Détecter (réseaux sociaux, associations rennaises...) et contacter des collectifs et associations pouvant s'intégrer à des marchés thématiques
- ▷ Explorer de nouvelles thématiques : marché aux plantes, vintage, artisanat...

Pilotes

- ▷ Carré Rennais



PILOTES



Levier 7

AVEC LES COMMERÇANTS, DÉVELOPPER L'EXCELLENCE DANS LA RELATION CLIENTS

Accroître la satisfaction et la fidélisation des consommateurs

Renforcer le dynamisme du centre-ville en s'adaptant aux nouveaux temps de consommation.

MISE EN ŒUVRE

Mettre en place les conditions d'un acte d'achat facilité, agréable et source d'expérience

- ▷ La montée en différenciation des points de vente
- ▷ La montée en gamme de l'accueil
- ▷ La montée en gamme du service
- ▷ L'adaptation des horaires d'ouverture aux nouveaux temps du commerce

La charte Qualité - Service du commerce rennais

- ▷ Aménagement et entretien des points de vente et des vitrines, attitude face au client, professionnalisme et qualité du conseil, garantie de satisfaction, respect des horaires d'ouverture, participation aux animations sont les leviers incontournables de la fidélisation-client
- ▷ Mettre en place des engagements et des règles de fonctionnement communes portées et partagées par l'ensemble des acteurs du centre-ville
- ▷ Le développement durable, fil rouge de la démarche
- ▷ Une démarche à valoriser auprès du grand public et des clients-du centre-ville

Pilotes

- ▷ Carré Rennais

PILOTES



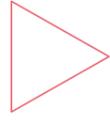


© B. MAZOUÏER

L'EXPÉRIENCE *client*

Au-delà de l'offre commerciale, l'expérience vécue par le client est le résultat d'une alchimie complexe. Avant, pendant et après sa visite dans le centre-ville, le client ressent la mise en scène du cadre urbain, son ambiance, ses services, la facilité d'accès au cœur marchand. Une expérience positive est donc la clé de sa satisfaction, de sa fidélisation mais aussi de sa capacité à recommander le centre-ville rennais comme destination marchande démarquée et adaptée aux nouveaux usages de consommation.

Levier 8



VALORISER L'EXPÉRIENCE "CENTRE-VILLE" DANS SA GLOBALITÉ COMMERCE, PROMENADE, LOISIR, DÉTENTE...

Mettre en scène le centre-ville en développant une vision partagée et unifiée du parcours de découverte du cœur marchand

Faciliter l'expérience centre-ville grâce à une information complète, accessible et attrayante à destination des usagers du centre-ville



Mettre en cohérence les parcours et mises en scène de l'espace public pour une expérience de visite du centre-ville, positive sur tous les plans :

- ▷ parcours marchand, touristique
- ▷ piéton
- ▷ végétal
- ▷ illuminations
- ▷ patrimoine

Définir les principes et les codes d'un « langage » unifié pour le centre-ville

Concevoir une signalétique centre-ville « orientée utilisateurs » et des supports d'information de qualité adaptés aux nouveaux usages



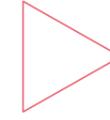
Mise en cohérence des parcours et signalétique

- ▷ Ville de Rennes - Rennes Métropole

Supports d'information

- ▷ Carré Rennais

Levier 9



METTRE EN VALEUR LE CADRE URBAIN ET LA COHABITATION DES DIFFÉRENTS USAGERS DU CENTRE-VILLE

Mieux gérer l'interface et le fonctionnement entre espaces privatifs et collectifs, base d'une expérience positive du centre-ville

Travailler en concertation avec les différents usagers du centre-ville



Apaiser les usages de l'espace public pour améliorer le confort et l'ambiance de l'expérience de visite en centre-ville

- ▷ Déchets : revoir les horaires de collecte de façon à éviter les temps forts de l'activité commerciale, favoriser l'évolution des pratiques des professionnels et le respect des règles, poursuivre les expérimentations en faveur de solution innovantes adaptées aux spécificités du centre-ville
- ▷ Tranquillité publique : poursuivre le travail engagé dans le cadre de la Stratégie Territoriale de Sécurité et de Prévention de la délinquance et de la Charte de la Vie Nocturne
- ▷ Terrasses : mettre en valeur le cadre urbain en valorisant ces espaces sur la base d'une charte d'aménagement

Organiser le dialogue et la concertation avec les usagers dans la définition des règles, dans le suivi de leur mise en œuvre et dans leur appropriation

Concevoir un « mode d'emploi » du centre-ville à destination des commerçants



Pilotes

- ▷ Ville de Rennes et Rennes Métropole

Levier 10

FAVORISER LA MOBILITÉ ET L'ACCESSIBILITÉ TOUS MODES AU CŒUR MARCHAND DE LA MÉTROPOLE

Mieux communiquer et faire savoir les facilités sur l'accès au centre-ville

Favoriser l'expérience centre-ville dans un objectif affirmé de multimodalité

Développer des solutions nouvelles en matière de logistique urbaine



MISE EN ŒUVRE

Changer l'image de l'accessibilité du centre-ville par une campagne de communication globale

- ▷ Mettre en valeur la richesse et la multiplicité de l'offre modale
- ▷ Mettre en évidence les capacités d'accueil et leur efficacité (temps de parcours, disponibilités...)

Faciliter l'accès des clients au centre-ville

- ▷ Repenser et hiérarchiser la signalétique du centre-ville depuis les périphéries
- ▷ Mettre en place une signalétique dynamique pour un jalonnement plus fin du parcours d'accès au centre-ville

Adapter les politiques tarifaires aux temps forts marchands

- ▷ Un dispositif de gratuité stationnement en ouvrage / transport en commun porté par les commerçants en lien avec l'acte d'achat et sur le temps des chantiers

Faciliter la mobilité modes doux dans l'objectif d'une expérience-client qualitative

- ▷ Apaiser les axes marchands et ouvrir la réflexion sur l'extension de la piétonisation du centre-ville
- ▷ Travailler prioritairement les espaces de liaison et de connexion

Actualiser la réglementation livraisons/artisans en intégrant les expérimentations menées et en cours



PILOTES

Image, accès, modes doux et politique tarifaire transports collectifs

- ▷ Ville de Rennes, Rennes Métropole

Politique tarifaire stationnement et transports collectifs en lien avec l'acte d'achat

- ▷ Carré Rennais



LA GOUVERNANCE

Rennes centre-ville

10 LEVIERS POUR LE COMMERCE

▷ DES PARTENAIRE ENGAGÉS



▷ LE COMITÉ COMMERCE DE CENTRE-VILLE

Instance annuelle de suivi du plan d'action

- ▷ Un point d'étape sur l'avancement des 10 grands chantiers portés dans le plan d'action
- ▷ Un état des lieux de la dynamique commerciale de Centre-Ville de Rennes

▷ LE COMITÉ DE PILOTAGE

Instance partenariale de travail dédiée à la mise en œuvre du plan d'action

- ▷ Une rencontre 2 à 3 fois par an

▷ UN OUTIL DE SUIVI ET D'ÉVALUATION DU PLAN D'ACTION

L'observatoire du Commerce de Centre-Ville de Rennes est copiloté par la Ville de Rennes, Rennes Métropole et la Chambre de Commerce et d'Industrie

Les 3 copilotes ont confié son animation à l'AUDIAR





SIGNATURE DU *plan d'action*

SIGNATURE DU PLAN D'ACTION
COMMERCE DE CENTRE-VILLE
LUNDI 1^{ER} FÉVRIER 2016 À RENNES

▷ Madame Nathalie APPERE, Maire de Rennes

▷ Madame Gaëlle ANDRO, Vice-Présidente
de Rennes Métropole, en charge
du Développement Économique,
de l'Emploi et du Commerce

▷ Monsieur François EVEILLARD,
Vice-Président de la Chambre de Commerce
et d'Industrie

▷ Monsieur Jean-Pierre PANHALEUX, Trésorier
de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat

▷ Monsieur Bernard MORVAN, Président
de la Fédération Nationale de l'Habillement

▷ Monsieur Dominique FREDJ,
Président du Carré Rennais

▷ Monsieur Nicolas DUFOREAU,
Vice-Président de l'Union du Commerce



RENNES

Centre-Ville

10 LEVIERS POUR LE COMMERCE

Création graphique, réalisation et impression :
service Imprimerie Rennes Métropole - Février 2016

