RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MAIRIE DE NICE

# Charte
# pour une redynamisation du commerce niçois entre la Ville de Nice et la Fédération du commerce niçois et azuréen

le jeudi 27 novembre 2008

**PREAMBULE**

NICE, capitale touristique de la Côte d'Azur et première destination touristique avec 36% de part de marchés, 10 millions de touristes et 7 millions de séjours en 2007, véhicule une image de qualité du commerce azuréen depuis longtemps. Le Vieux-Nice quartier légendaire accueille chaque année plus de trois millions de touristes.

La Ville de Nice est attachée au maintien d'un commerce et d'un artisanat de proximité et à sa vitalité au cœur des quartiers niçois.

Le tissu des entreprises commerciales et artisanales est un facteur déterminant du développement équilibré de la Ville par les emplois qu'il créé, les services qu'il rend aux entreprises comme aux particuliers et l'animation qu'il suscite.

Néanmoins, force est de constater que le centre ville souffre d'une paupérisation des rues, de part et d'autre de l'avenue Jean Médecin, colonne vertébrale de notre ville mais aussi de certains de nos quartiers.

Le tramway a apporté en matière de réhabilitation urbaine des réponses. Ces réponses posent, aussi, de nouvelles questions puisque de réelles fractures apparaissent aujourd'hui dans notre cohésion territoriale : l'installation de commerces bas de gamme sur des artères principales de la Ville, la présence de marchands de sommeil dans le cœur de Nice, un aménagement urbain qui devrait être plus en adéquation avec une fonction commerciale et d'animation des quartiers de qualité, enfin la réhabilitation de certains secteurs qui restent des verrues pour la Ville.

Il convient de soutenir la fonction commerciale par le maintien et la sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité, de combattre la mono activité, de freiner l'implantation d'activités de services bancaires, assurances, agences immobilières ou de petits commerces de moindre qualité par tous les outils réglementaires et économiques en notre possession : du droit de préemption commercial, à une gestion maitrisée des espaces et de l'urbanisme commercial.

NICE doit porter le commerce au travers d'une politique d'animation forte liée aux filières du tourisme et de la culture ainsi que la mise en place par l'intermédiaire de l'Université et des écoles de commerce, viviers de compétences et de nouvelles idées, de prospectives et des outils pour le moyen terme.

L'équilibre du petit commerce et de l'artisanat par rapport à la grande distribution doit être respecté afin de ne pas avoir des quartiers entiers dortoirs, et de conserver une véritable dynamisation de ces derniers tant pour ses habitants que pour les touristes.

La Ville de Nice et la Fédération du commerce niçois azuréen décident de renforcer leur coopération en engageant un partenariat au service du commerce et de l'artisanat niçois en collaboration avec la Chambre de Commerce et d'Industrie Nice-Côte d'Azur.

**La Fédération du commerce niçois azuréen (FCNA)**

La Fédération du commerce niçois azuréen, association loi 1901, regroupe une dizaine d'associations de commerçants et d'artisans comprenant 750 commerçants et artisans adhérents, dont la majorité des entreprises sont concentrées à Nice Centre, le long de l'axe du tramway, sur la rue de France et à Nice Lingostière.

Ses objectifs sont de :

- fédérer le maximum de commerçants, d'artisans et d'associations sur Nice, en les informant efficacement sur son engagement, son rôle et ses missions dans le développement économique local,

- de se positionner auprès des institutions locales comme un acteur économique incontournable et convaincre de nouveaux partenaires financiers (sponsoring...),

- afficher le dynamisme du commerce niçois en communiquant sur les animations commerciales et augmenter les flux de clientèles.

**Aménagement des espaces**

La mise en route du tramway a significativement changé les comportements des consommateurs et créé de nouveaux défis pour les commerces.

Il faut d'une part analyser ces nouveaux comportements et d'autre part instaurer un dialogue avec les commerçants et artisans afin d'apporter les améliorations nécessaires.

**Aménagements commerciaux**

Il faut replacer les commerces au cœur de la réflexion sur l'aménagement urbain.

- en intégrant une politique de réhabilitation des espaces publics, de déplacements et de stationnement du cœur de la Ville et de l'agglomération prenant en compte les besoins de l'activité commerciale,

- en assurant une coordination pour l'ensemble des travaux touchant la voirie et les réseaux dans les rues à vocation commerciale et en procédant à une information des commerçants concernés,

- par la mise en place des concertations adaptées au commerce et à ses spécificités,

- enfin, appliquer une politique d'évaluation des actions mises en œuvre.

**Parkings et gratuité**

Comme dans beaucoup de villes, il faut créer aux points névralgiques de la Ville une signalétique donnant des informations à la fois directionnelles sur l'accès aux parkings et leur disponibilité en temps réel.

Cette signalétique devra également prendre en compte les impératifs en matière touristique (langue, circuit).

De nombreux parcs de stationnement niçois offrent dorénavant la gratuité d'une heure 20 minutes permettant ainsi aux chalands et consommateurs d'effectuer leurs courses dans de meilleures conditions.

**Dynamique du commerce**

Pour redynamiser le commerce et l'artisanat, il sera nécessaire de favoriser les initiatives novatrices qui tendent à répondre aux nouveaux modes de consommation et aux nouveaux besoins des consommateurs.

- la participation active de la Fédération du commerce niçois azuréen en tant que représentant du commerce et de l'artisanat niçois de la Ville, aux projets de développement économique et urbain,
- l'organisation avec les partenaires de l'information et de la mobilisation sur les projets d'intérêt commun (aménagement de la Ville, règlement de voirie, plan de circulation, sécurité, déplacements...),
- la création d'évènements à vocation d'animation sur la Ville et de développement de l'attractivité globale sur l'agglomération (Pâques, Marché de Noël, fêtes des Mères et fête des Pères, « les 3 jours de folies », Braderie...),
- la participation à la mise en œuvre des services à la clientèle de la Ville (accueil, services, continuité dans l'usage du titre de transport...).
- lancement de chèques cadeaux et d'une carte de fidélité multi commerces,
- développer le site internet, par l'étude et la mise en place de nouveaux vecteurs,
- lancer des animations attractives dans les secteurs commerçants,
- susciter et organiser des animations génératrices de flux dans les commerces,
- offrir le meilleur accueil aux clients et touristes, parler les langues étrangères, développer les services clientèles : café, paquets transportés jusqu'à la voiture....
- développer des services innovants aux consommateurs (consignes, livraisons, caddies urbains, véhicules propres...) en intégrant toutes les composantes urbaines (culture, aménagements urbains...),

- promouvoir la diversité de l'offre commerciale de la Ville,

- promouvoir l'image du commerce et de l'artisanat de la Ville (vitrines attractives.....) et développer les actions d'animations et de communication adaptée rassemblant l'ensemble des partenaires,

- soutenir l'implantation de nouveaux commerces et artisans en développant la formation, l'information, la qualité, le conseil, les services aux commerçants et artisans,...,

- mutualiser les moyens des commerçants indépendants pour mettre en place des actions de promotion des commerces de la Ville et de leurs atouts,

- mise en place d'un service multi langues (n° téléphone).

**La mise en place d'un office du commerce**

La création d'un office du commerce ayant pour premier objectif une cartographie de l'ensemble des commerces sur le périmètre de la commune et la mise en œuvre d'une politique d'animations propre à l'attraction commerciale autour des synergies du tourisme et de la culture.

Une telle cartographie permettra de conduire une politique active et attractive pour les commerces faisant défaut à l'équilibre de la cité et l'implantation de ces derniers.

La Ville de Nice, à l'instar d'autres municipalités, engage une réflexion forte sur la mise en place du droit de préemption sur les ventes de fonds de commerce et artisanaux au bénéfice de commerces indésirables en partenariat avec l'ensemble des acteurs économiques et associatifs locaux.

Un manager du commerce sera nommé à la direction de cet office du commerce, il devra travailler en permanence avec les associations de commerçants pour envisager les différentes actions et animations à développer.

Sont retenus les principes suivants :

- permettre aux commerçants niçois de mettre en commun des moyens financiers afin d'avoir un impact renforcé sur les actions mises en œuvre,

- dynamiser le tissu commercial niçois au travers de la communication,

- inciter le chaland à venir faire ses achats en ville,

- proposer un certain nombre de services à ses adhérents,

- maintenir et renforcer le commerce de la Ville,

- favoriser le comportement novateur des entreprises commerciales,

- susciter le renouveau commercial.

Enfin, il sera mis en place des procédures de concertation, d'étude et d'analyse pour organiser un développement cohérent des différentes composantes du dynamisme commercial de la commune et du cœur de l'agglomération.

**Un environnement favorable au développement de l'activité commerciale au travers de :**

- la participation active des partenaires de la charte à toutes les réflexions portant sur l'aménagement de la Ville et des nouveaux services urbains susceptibles d'être développés dont l'objectif est de préserver les équilibres entre les différents modes commerciaux,
- leur collaboration sur des projets d'intérêt général avec tous les acteurs d'un même territoire : habitants, associations de quartier, acteurs institutionnels et économiques...,
- le respect et le développement des identités propres des différents quartiers de la Ville afin de maintenir les commerces, les artisans et services de proximité (sauvegarder l'identité du quartier),
- l'amélioration de « la qualité de vie et de l'image touristique » de la Ville (décoration, fleurissement, aménagement de l'espace urbain...),
- la promotion d'une image moderne du commerce et de l'artisanat en développant des services innovants.

**Les halles et marchés**

Les marchés sont un élément important de la vie des quartiers. Il faut en repenser les emplacements et leur fréquence pour en faire de vrais centres de vie et d'animation.

Il convient aussi de diversifier les thématiques des marchés : livres anciens, peintures, produits locaux, et de faire migrer ces marchés dans tous les quartiers niçois pour relancer la vie des quartiers.

**Politique de qualité**

Il sera créé un label « Commerçant niçois », signe de l'adhésion du commerçant et de l'artisan aux termes de la charte et prônant la qualité de l'accueil et du service, l'écoute et le conseil.

Les premières impressions commencent dans la rue, aussi, le commerçant ou l'artisan devront s'attacher à favoriser les devantures de magasin ainsi que l'agencement intérieur.

Enfin, l'engagement portera aussi sur :

- accueil (sourire, disponibilité, convivialité),
- appui au client (conseils, service et service après-vente),
- assistance (compétence et professionnalisme),
- recevoir dans un magasin propre et agréable,
- présenter une vitrine originale et attrayante (éclairage),
- honorer les commandes des clients et les délais de livraison,
- afficher et respecter les horaires d'ouverture,
- accepter les choix et les réclamations des clients,
- respect des délais de commandes et livraisons,
- animation (adhésion et participation à une association de commerçants).

**Heures d'ouverture**

Une concertation sera conduite avec les associations pour apporter des solutions adaptées quartier par quartier pour une meilleure offre.

**Sécurité et Propreté**

Il s'agit de rétablir la sécurité dans la Ville avec une tolérance zéro et par la mise en service de la force rapide d'action pour la propreté, permettre à Nice de redevenir une Ville propre.

Des commerces dynamiques dans des rues actives sont un gage de meilleure sécurité pour nos concitoyens.

Le Député-Maire
de la Ville de Nice

CHRISTIAN ESTROSI

Le Président
de la FCNA

PHILIPPE DESJARDINS