



ÉTUDE -ACTION

# LE DIAGNOSTIC PARTICIPATIF

*Fédérer et concrétiser un projet de revitalisation*

*Centre-ville – Centre-bourg*

 CCI GERS

Octobre 2021

  
Petites villes  
de demain

OBSERVATOIRE DU COMMERCE ET DE LA CONSOMMATION DU GERS



**I. CADRE ET OBJECTIFS**

**II. METHODOLOGIE CCI GERS**

**III. CONTENU**

# I. CADRE ET OBJECTIFS



- Une étude-action pour **concrétiser un projet de revitalisation** d'un centre-ville et/ou des centres-bourgs des pôles de commerce et service structurant le territoire
- Une étude-action qui intervient **en complémentarité et synergie** avec les dispositifs existants et projets portés par la collectivité
- Des « **briques** » de contenus pouvant être réalisées/sélectionnées « à la carte » pour prendre en compte les priorités, le budget et le calendrier de la collectivité

# I. CADRE ET OBJECTIFS

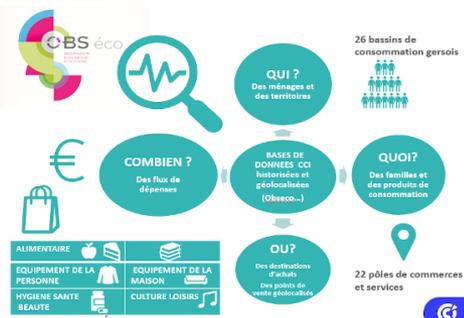


- Un diagnostic **participatif** pour :
  - articuler les différents besoins et fédérer autour du projet de revitalisation
  - identifier les **enjeux prioritaires** à partir des éléments de **fragilité** et des points **d'appui**
  - **singulariser** chaque pôle de commerce et service en tant que « **destination** » qui doit **attirer, répondre à la demande et fidéliser**



OBSERVATOIRE  
ÉCONOMIQUE  
D'OCCITANIE

## MÉTHODOLOGIE CCI GERS



CCI GERS



## II. MÉTHODOLOGIE



- **ANALYSE DES DONNEES SOCIO-ECONOMIQUES** *pour* appréhender le(s) pôle(s) sur leur territoire grâce à une sélection d'indicateurs comparés avec des valeurs observées au niveau départemental ou national - *Sources: Obseco Base de données socio-économique des CCI d'Occitanie et INSEE*
- **ANALYSE DES FLUX DE CONSOMMATION** sur chaque bassin de consommation gersois - Plus de 30 000 actes d'achats étudiés sur 41 produits de consommation qui permettent de mesurer les comportements d'achats des ménages sur **le long terme** et estimer zones de chalandise, niveaux d'activité (€) et emprises des pôles par produit – *Source : Observatoire du Commerce et de la Consommation du Gers - Données exclusives CCI Occitanie -*
- **GEOLOCALISATION et CARTOGRAPHIE (SIG)** des commerces et services à vitrine, locaux vacants et principaux équipements des centres-villes.

## II. MÉTHODOLOGIE



- **CONSULTATION ET ENTRETIENS** auprès des commerçants, artisans et acteurs économiques clés du territoire
- **ENQUÊTE AUPRÈS DES MÉNAGES** de la zone de chalandise pour collecter les besoins et attentes de la population (*résidents et/ou touristes*)
- **SENSIBILISATION AUX ENJEUX, ANIMATION ET MISE EN RÉSEAUX** des acteurs locaux, lors des restitutions, réunions de travail, ateliers ou entretiens



## CONTENU



CCI GERS

# III. CONTENU



- **Analyse de données - Profils socio-économiques des pôles sur le territoire**
- **Analyse de données - Etat des lieux du tissu de commerce et service du ou des pôles et benchmark avec des pôles comparables**
- **Cartographie/SIG et repérage terrain - Géolocalisation des équipements, points de vente et locaux vacants en centre-ville**
- Analyse du fonctionnement commercial du pôle :
  - **Consultation des chefs d'entreprise** - Impact de la crise sanitaire sur les commerces de centre-ville (*enquête commerçants centre-ville et entretiens*)
  - **Analyse de données** - Adéquation Offre/Demande commerciale (zone de chalandise – marché potentiel – attractivité et emprise commerciales – Evasion – Parts de marché des formes de distribution ... )
  - **Repérage terrain et analyse** - Analyse du **parcours marchand en centre-ville, de l'environnement urbain** et des facteurs de commercialité (linéaires marchands, attractivité ....)
- **Enquête ménages** - Expérience, perception et attentes du centre-ville par les habitants.



## III. CONTENU



- **Diagnostic** - Mise en évidence des éléments de fragilités, points d'appui et enjeux par pôle (centre-ville – autres quartiers – ZAC)
- **Stratégie** - Positionnement et préconisations de redynamisation de(s) centre-ville et centre-bourg
- **Stratégie** - Plan d'actions
- **Livrables /ressources complémentaires** :
  - Données de **marché** pour **cadrer les projets de développement commercial** sur le territoire pour les 5 familles de produits : Alimentaire- Equipement de la personne – Equipement du foyer- Bricolage jardinage – Culture/sports/loisirs
  - **Accès au SIG géolocalisant et qualifiant** les points de vente et locaux vacants (sur convention CCI/Collectivité)



# OBSERVATOIRE DU COMMERCE DE LA CONSOMMATION

UN OUTIL AU SERVICE DES  
ACTEURS DES COLLECTIVITES

POUR PLUS D'INFORMATION :

INFORMATION ECONOMIQUE

CATHERINE MAIRE - 05 62 61 62 72 - [C.MAIRE@GERS.CCI.FR](mailto:C.MAIRE@GERS.CCI.FR) -

SUIVEZ L'ACTUALITÉ ÉCONOMIQUE SUR [WWW.GERS.CCI.FR](http://WWW.GERS.CCI.FR)

