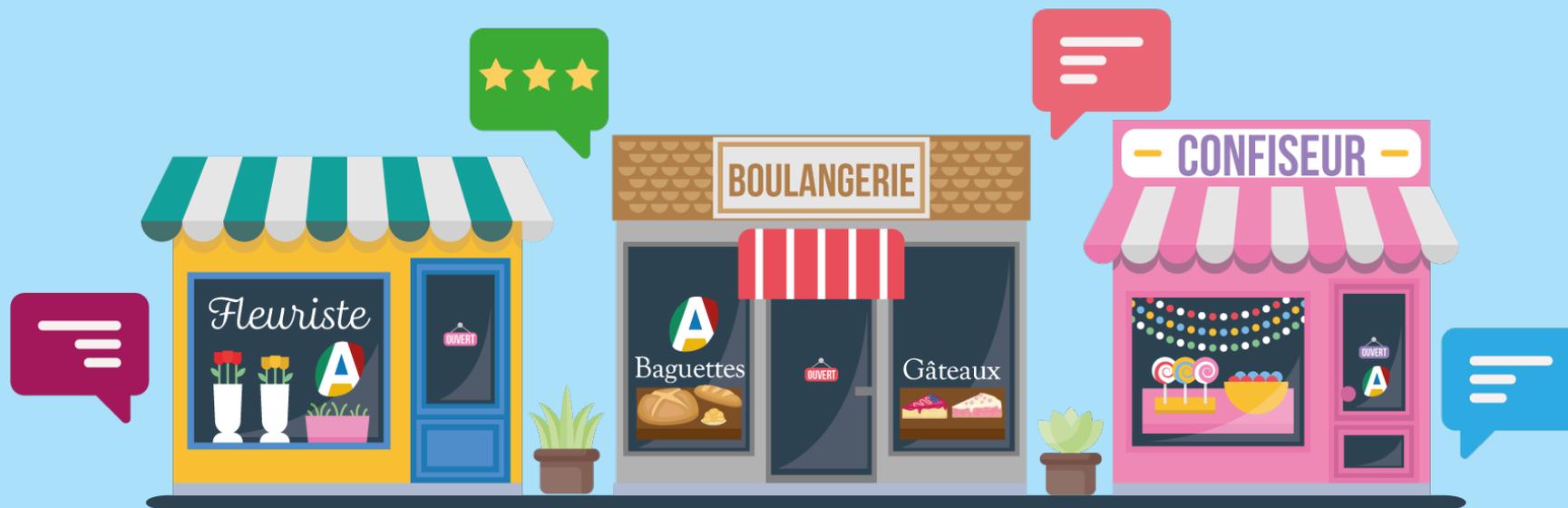


Les Artisans des centres-villes



en Centre-Val de Loire





Aline Mériaux
Présidente de la Chambre
de Métiers et de l'Artisanat
Centre-Val de Loire



Nos partenaires :



“ Au XXI^{ème} siècle comme aux siècles précédents, le petit commerce artisanal de proximité demeure le cœur battant des villes françaises. On s’y croise, on y échange, on y vit sa rue et son quartier. Pour autant, nombre de villes ont observé depuis des années le déclin de cette activité centrale pour le cadre de vie de ses habitants. Malheureusement, le Centre-Val de Loire ne fait pas exception.

Si la dernière décennie a fait prendre conscience de la baisse de diversité des magasins implantés en centres-villes et des ravages de la vacance commerciale sur le dynamisme des villes petites ou moyennes, les confinements successifs de la crise de la Covid-19 ont servi de catalyseur médiatique sur la nécessité de non seulement préserver, mais aussi de relancer le commerce artisanal de proximité.

Acteur majeur du développement économique local, la Chambre de Métiers et de l'Artisanat Centre-Val de Loire a mené une vaste enquête auprès des Artisans installés dans les centres-villes des 229 communes de plus de 2.000 habitants de notre région.

Ces chefs d'entreprises ont pu exprimer leurs difficultés et leurs attentes sur des thématiques aussi variées que les performances thermiques de leurs locaux d'activité, les animations commerciales de leur collectivité ou les aménagements de la voirie à proximité de leur magasin...

Cette enquête nous a révélé qu'un artisan sur dix envisage un déménagement hors de son centre-ville dans un avenir proche. Parmi les raisons invoquées, les artisans citent le besoin d'agrandir leurs locaux d'activité (40%), de disposer de plus de places de stationnements (38%), et de diminuer le montant du loyer (33%). En parallèle, seul un tiers des artisans se sont montrés satisfaits des actions de promotion des centres-villes (fête, braderie, événement sportif ou culturel) déployées par leurs communes ou intercommunalités.

Agir de concert avec les collectivités est une priorité de la CMA Centre-Val de Loire pour permettre aux Artisans de travailler dans les meilleures conditions au cœur de nos villes. Renforcer ces entreprises artisanales, c'est aussi pérenniser des emplois de proximité, non délocalisables à l'étranger. L'Artisanat, cœur battant de nos centres-villes, aujourd'hui et demain, est notre richesse collective. ”

PLAN DE L'ETUDE

MÉTHODOLOGIE & PROFIL DES ENTREPRISES INTERROGÉES

- 1 **Caractéristiques des locaux d'activités artisanaux**
- 2 **Outils numériques et services proposés par les Artisans des centres-villes**
- 3 **Aménagement de la voirie, stationnements, accessibilité**
- 4 **Animations des commerces artisanaux**
- 5 **Projets de déménagement hors des centres-villes**

◆ Méthodologie & profil des entreprises interrogées

Une forte concentration d'entreprises artisanales au coeur des villes

En Centre-Val de Loire, les centres-villes des communes de plus de 2.000 habitants représentent seulement 0,2% de la superficie mais concentrent 16% des Artisans de la région. Sur les 60.088 entreprises immatriculées au 1^{er} décembre 2022, 9.559 entreprises sont localisées dans les centres-villes des 229 communes de plus de 2.000 habitants.

Pour rappel, les géographes identifient le centre-ville comme le quartier le plus central et le plus animé d'une ville, souvent assimilé à un centre "historique". La plupart des activités culturelles, commerciales, politiques et administratives du territoire s'y concentrent : commerces de détail et magasins, principaux lieux de culte, musées, salles de spectacles, services publics, gares ferroviaires et routières. L'organisation urbanistique d'un centre-ville se caractérise notamment par un habitat dense quadrillé de voies urbaines (rue, avenue, boulevard, etc.), et agrémenté de places ou d'esplanades.

Afin de mettre en place notre méthodologie d'étude, nous nous sommes attachés à définir les limites de la ville et surtout son centre. Malheureusement, il n'existe pas de limites "officielles et administratives" à un centre-ville, de périmètres réglementaires dans les Plans Locaux ou Intercommunaux d'Urbanisme (PLU/PLUi). Seules des zones de sauvegarde du bâti ancien peuvent parfois s'appliquer, mais ne constituent qu'une partie de la réponse. Face à ces importantes contraintes et forts d'une approche rationnelle, nous avons défini* au coeur des communes des cercles concentriques de taille proportionnelle à la population, le centre de ces cercles étant les mairies. Cette méthode nous a permis une approche statistique cohérente, pour donner des chiffres sur ce que l'on appelle communément le "centre-ville".

En analysant la structuration de l'Artisanat au sein des centres-villes par rapport au niveau régional, une surreprésentation des secteurs de l'Alimentaire (+8 points) et des Services (+6%) est constatée. A l'inverse, le secteur du Bâtiment est largement sous-représenté (-14 points) alors que la part du secteur de la Production est similaire entre les centres-villes (15%) et l'échelle régionale (15%). Au niveau géographique, la proportion d'artisans localisés dans les centres-villes est pratiquement identique à leur poids départemental avec parfois des écarts de seulement deux à trois points. Il est intéressant de constater que les artisans sont présents en nombre dans les centres-villes des communes denses ou très denses (31% des effectifs), mais aussi à l'inverse dans les centres-villes des communes de 2.000 à 5.000 habitants (29%). L'Artisanat irrigue les coeurs des grandes villes comme des plus petites en apportant une vie économique de proximité grâce à son important maillage local

* Informations méthodologiques

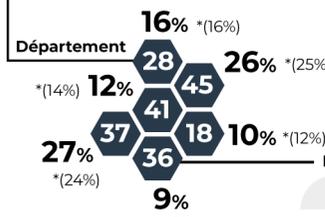
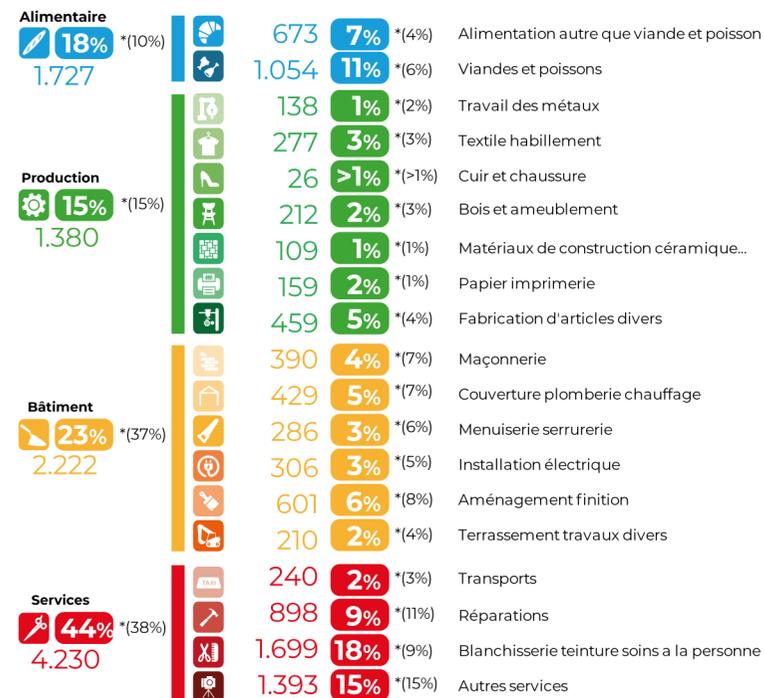
Les centres-villes des 229 communes de plus de 2.000 habitants sont concernés par ce projet d'étude en Centre-Val de Loire. Pour la réalisation de cette analyse statistique, il a été créé des zones d'études au coeur des communes au moyen de cercles concentriques de taille proportionnelle à la population. Les mairies sont au centre de ces cercles. Après plusieurs essais menés sur des centres-villes connus, il a été établi les dimensions de ces rayons : 1200 mètres de rayon autour des mairies de Tours, Orléans, Blois, Bourges, 900 mètres autour des mairies de Chartres, Châteaoux, 600 mètres entre 37.000 et 10.000 habitants et, 400 mètres entre 9.999 et 5.000 habitants et 300 mètres entre 4.999 et 2.000 habitants.



9.559

Entreprises artisanales sont installées en centre-ville d'une commune de plus de 2.000 habitants, soit 16% des Artisans du Centre-Val de Loire

Répartition des entreprises par secteur d'activité



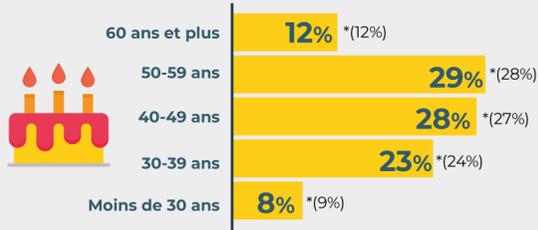
Répartition par densité des communes

*(%) rappel de la structure des entreprises artisanales au Répertoire des Métiers en Centre-Val de Loire en 2021

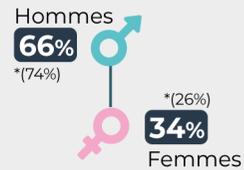
Profil des dirigeants et des entreprises artisanales implantées en centre-ville



Âge



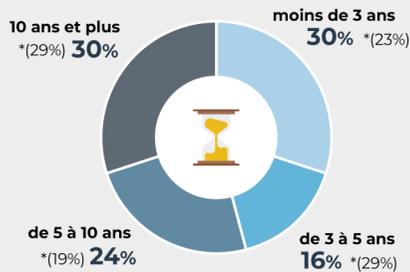
Sexe



Forme juridique des entreprises

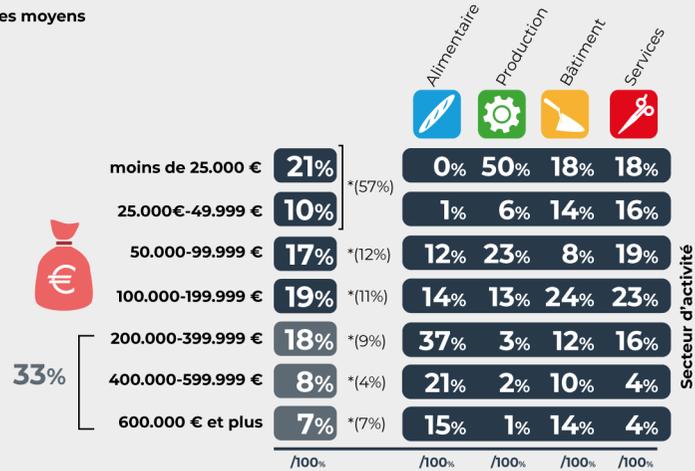


Ancienneté des entreprises



Chiffres d'affaires moyens

↳ Enquête 2022



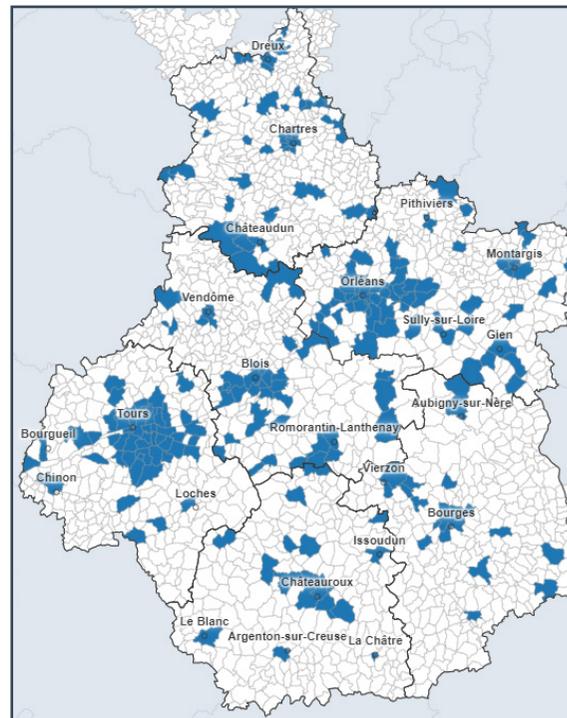
Des entreprises plus jeunes, plus féminines et plus prospères

En scrutant les caractéristiques des Artisans des centres-villes, des spécificités ressortent et permettent de dresser leur profil au regard des données régionales issues du Répertoire des Métiers. Si l'âge des dirigeants est relativement similaire à celui observé au niveau régional, les données indiquent que la part des femmes est nettement plus élevée dans les centres-villes : +8 points, soit 34%. Un des facteurs explicatifs vient du faible nombre d'entreprises du Bâtiment, secteur très masculin, et à l'inverse de la surreprésentation des métiers des Services fortement féminisés. Il est noté également que la part des entreprises ayant moins de 3 ans d'ancienneté est plus élevée (+7 points).

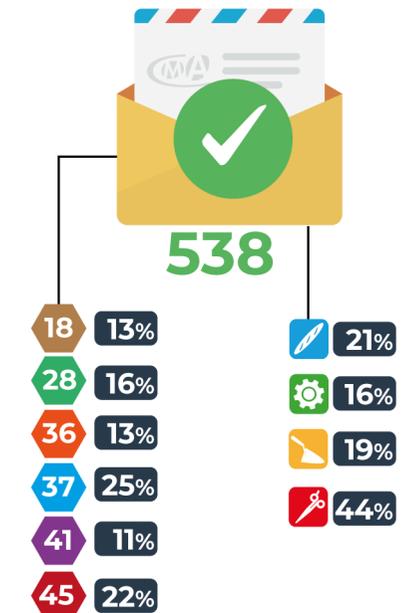
Au niveau de la forme juridique des entreprises, il est constaté que les entreprises classiques dans les centres-villes sont 12 points (65%) au-dessus de la moyenne régionale (53%). Cela peut s'expliquer par la densité en entreprises de l'Alimentaire dans les cœurs de villes et à l'importance des capitaux nécessaires pour s'implanter en centre-ville : coût du foncier, loyer du bail commercial... Le chiffre d'affaires des entreprises artisanales des cœurs de villes est très élevé : 33% ont généré 200.000€ ou plus alors que seules 20% des entreprises ont un chiffre d'affaires aussi important en Centre-Val de Loire en 2021.

Lors de notre enquête menée en juin 2022, 538 artisans ont répondu à nos questions. La structuration de la population de répondants est proche de celle observée sur l'ensemble des centres-villes, tant au niveau de la répartition départementale que des secteurs d'activités.

Carte des 229 communes de plus de 2.000 habitants en Centre-Val de Loire



Profil des répondants



Source : Enquête Artisans des centres-villes 2022 - CMA CVL

1 Caractéristiques des locaux d'activité artisanaux

Deux artisans sur trois ont un local d'activité ouvert à la clientèle

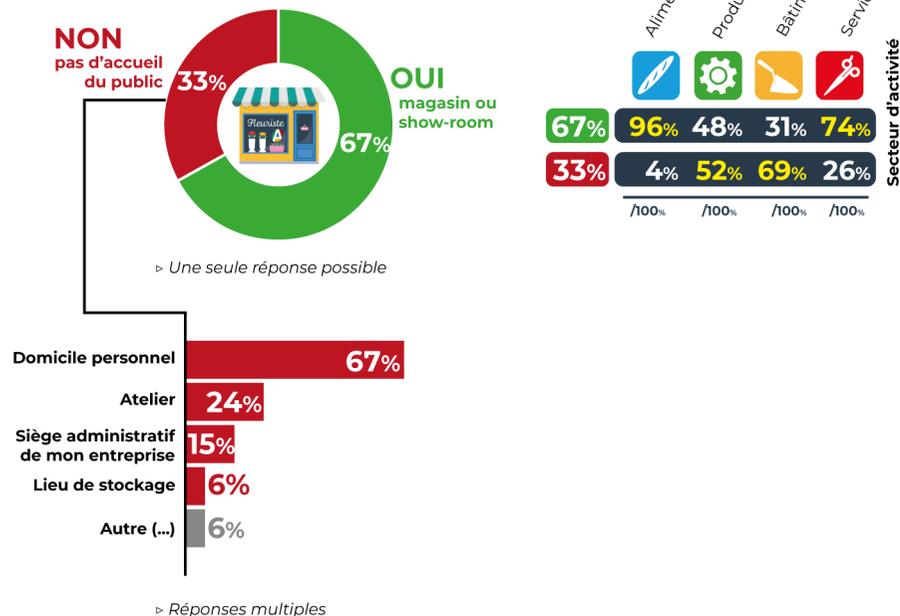
Toutes les entreprises artisanales localisées en centre-ville ne disposent pas nécessairement de locaux d'activité. Ainsi, il est bon de rappeler que toutes les professions artisanales ne nécessitent pas forcément de locaux dédiés : taxis, VTC, coiffure ou esthétique à domicile, fabrication diverse, petits bricolages... La mobilité est alors au coeur de l'organisation quotidienne de ces professionnels pour aller vers leur clientèle. La mise en place du régime de la micro-entreprise a favorisé l'essor de ces activités, qui nécessitent peu de capitaux lors de la création. Le véhicule personnel du micro-entrepreneur sert alors de lieu de stockage pour le matériel professionnel et le domicile personnel fait office de "siège administratif" au sens juridique.

Dans les centres-villes, deux tiers des Artisans déclarent avoir un magasin ou un show-room pour accueillir leur clientèle et leur proposer des services ou des produits sur place. La part des Artisans disposant d'un local d'activité (accueillant du public ou non) monte à 78% et inclut les ateliers, les sièges administratifs ou les lieux de stockage.

En analysant les tailles des communes et de leurs centres-villes, il n'est pas constaté de particularités sur ce sujet. La proportion de magasin/show-room est surtout dictée par la présence d'Artisans des métiers de bouche ou des services, forts utilisateurs de boutiques avec devanture : 96% des Artisans de l'Alimentaire implantés en centre-ville ont un magasin et 74% de ceux des Services. Cette part tombe à 48% et 31% dans le secteur de la Production et dans celui du Bâtiment. Ces profils d'entreprise sont historiquement plus présents sur les périphéries, les zones d'activités ou les secteurs ruraux.



Local d'activité en centre-ville permettant de recevoir la clientèle



Source : Enquête Artisans des centres-villes 2022 - CMA CVL

Des superficies réduites dans des bâtiments anciens

Essentiellement constituées de locaux d'activités de taille réduite, les superficies en centres-villes ont une valeur médiane de 70m². Fortement consommatrices de m², les entreprises artisanales de la Production (imprimerie, fabrication de meuble, mécanique de précision) et du Bâtiment (travaux publics, menuiserie, gros oeuvre...) sont localisées hors des centres-villes où le foncier est plus disponible moins coûteux et avec un meilleur accès routier. Au cœur des centres-villes, les entreprises artisanales les plus consommatrices de surface sont souvent les métiers de Bouche : boulangeries, boucheries, charcuteries ou dans les Services : les garages automobiles ou les pressings. Ils représentent une part non négligeable des 23% d'entreprises artisanales ayant des locaux supérieurs à 150m² : 14% des entreprises ont des surfaces comprises entre 100 et 149m², 30% de 50 à 99m² et 33% moins de 50m².

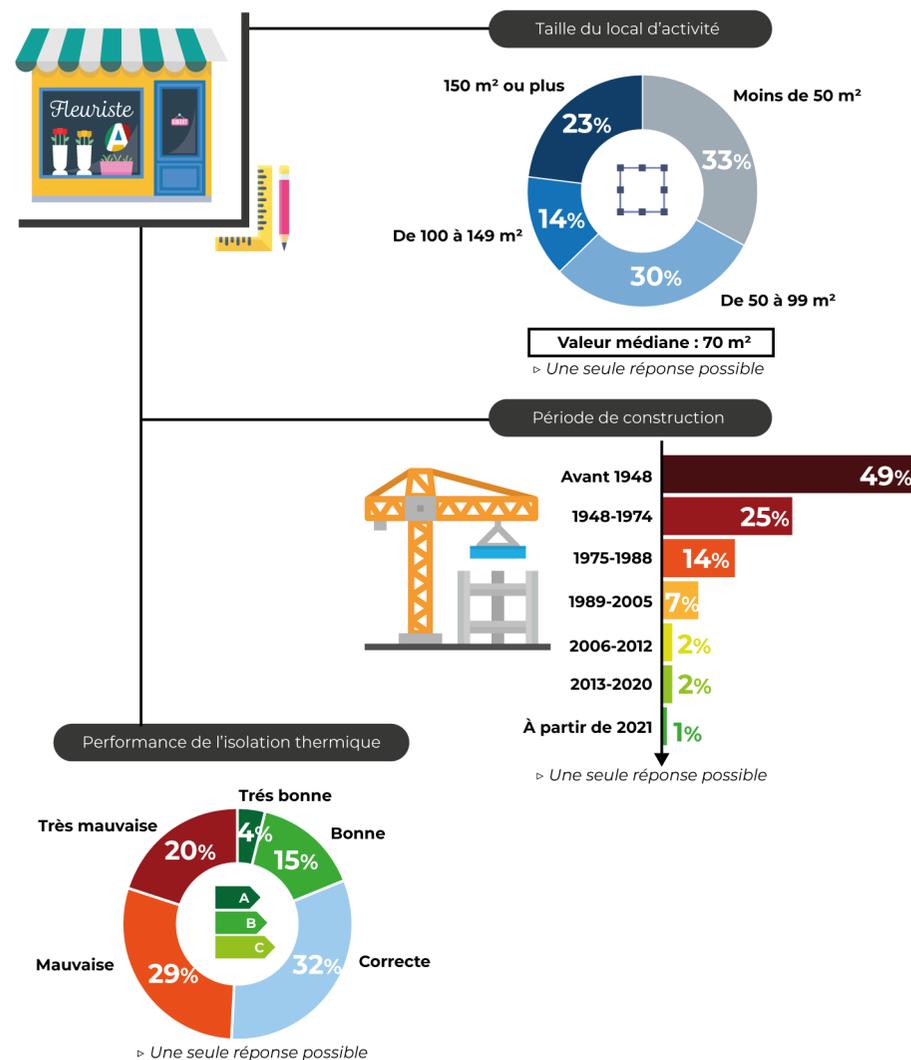
Facteur de préoccupation face au changement climatique et aux récentes hausses du coût des énergies fossiles, l'ancienneté du parc immobilier est clairement problématique au vu des mauvaises performances d'isolation thermique estimées par les Artisans. Si l'âge du bâti ne peut pas être considéré comme un indicateur absolu de la qualité de l'isolation, indépendamment des travaux d'amélioration déjà entrepris, il donne un aperçu de l'ampleur des travaux de rénovation à entreprendre : 74% des entreprises artisanales ont des locaux datant d'avant 1974 date de la première réglementation thermique applicable aux bâtiments à usage d'habitation.

Au cœur des villes, les usages des bâtiments sont souvent multiples : usage tertiaire au rez-de-chaussée et servant de logement aux étages supérieurs. Il a fallu attendre la réglementation thermique de 1988 pour que les bâtiments tertiaires soient concernés par des obligations de performance énergétique pour la construction neuve. En Centre-Val de Loire, seules 12% des entreprises artisanales des centres-villes sont installées dans des locaux postérieurs à 1988.

L'urbanisme des cœurs de villes évolue peu à l'échelle de la durée de vie des bâtiments qui la composent. Le renouvellement du bâti par de la construction neuve étant anecdotique, l'action en matière de performance énergétique devra nécessairement s'attaquer à l'amélioration du bâti existant : moins de 20% des artisans jugent bonne ou très bonne la qualité de l'isolation thermique de leur local d'activité.



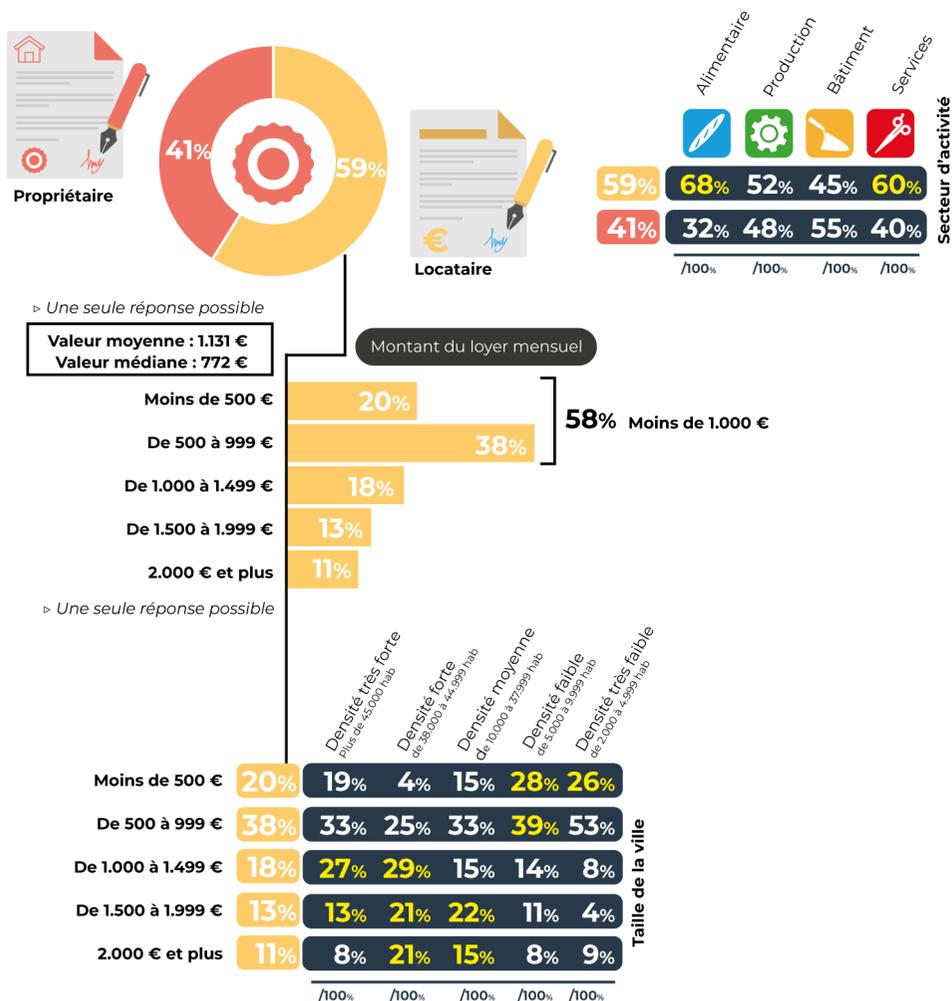
Caractéristiques du local d'activité (hors domicile personnel)



Source : Enquête Artisans des centres-villes 2022 - CMA CVL



Statut d'occupation du local d'activité et montant du loyer professionnel pour les Artisans



Une majorité de locataire dans les centres-villes

Dans les centres-villes, près de six artisans sur dix sont locataires de leurs locaux d'activités. Cette situation est très majoritaire dans les secteurs de l'Alimentaire (68%) et des Services (60%). En revanche, elle est plus équilibrée dans le secteur de la Production (52%), voire minoritaire dans le Bâtiment (45%).

Pour rappel, le contrat de bail commercial permet au locataire de bénéficier de différents avantages : le droit au renouvellement du bail au bout de 9 ans, le versement d'une indemnité d'éviction en cas de non-renouvellement, la révision du loyer tous les 3 ans (ou en fonction d'une clause d'échelle mobile).

Si le montant mensuel des loyers est de 1.131€ dans les artisans des centres-villes, les écarts sont importants : 58% des baux sont inférieurs à 1.000 € et à l'inverse 42% des artisans payent plus de 1.000 € pour leur local d'activité.

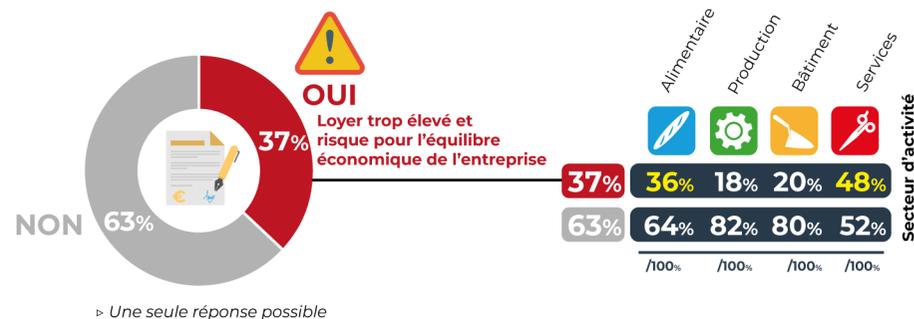
Une des explications les plus pertinentes pour expliquer ses variations vient de la densité de population de la ville d'implantation des entreprises artisanales. Très logiquement plus la commune est importante (Orléans, Tours, Blois...), plus les prix des locaux d'activité sont élevés. Phénomène connu des économistes, le coût du foncier, sa rareté et le faible renouvellement du tissu urbain font grimper les prix dans l'immobilier d'entreprise comme dans le parc de logements privés.

L'attractivité d'un centre-ville pour les entreprises artisanales tient dans sa proximité avec une clientèle disposant souvent d'un pouvoir d'achat plus élevé que la moyenne et la position centrale de sa zone de chalandise et un accès aux meilleurs réseaux de transports.

Ce grand attrait pour les centres-villes a un coût non négligeable pour les entreprises locataires souhaitant rester dans leurs locaux malgré des prix jugés trop élevés. En Centre-Val de Loire, 37% des artisans locataires en centre-ville estiment que le montant de leurs loyers met en péril l'équilibre économique de leur activité. Le secteur des Services est le premier à pointer cette difficulté structurelle avec près d'un Artisan sur deux (48%). Dans une moindre mesure, il est suivi des Artisans de l'Alimentaire (36%). Un loyer élevé peut être un facteur de déménagement des entreprises des centres-villes vers les périphéries, il ne doit pas être pris à la légère.



Montant du loyer trop élevé et risque pour l'équilibre économique de l'activité artisanale

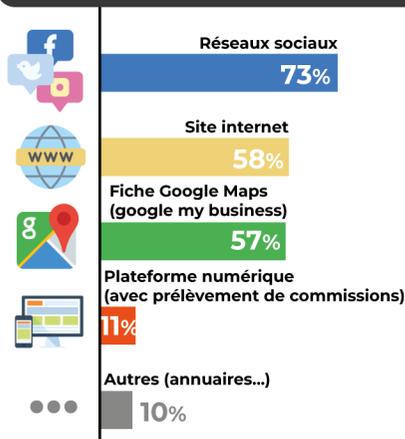


2 Outils numériques et services proposés par les Artisans des centres-villes

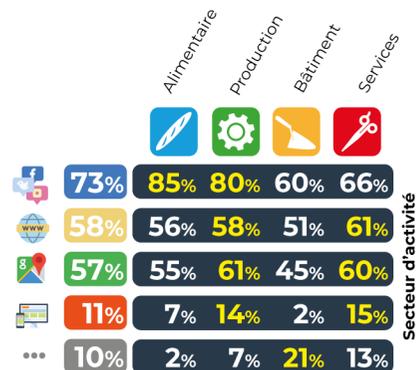


Outils numériques des artisans implantés en centre-ville

Présence sur internet des Artisans des centres-villes



► Réponses multiples

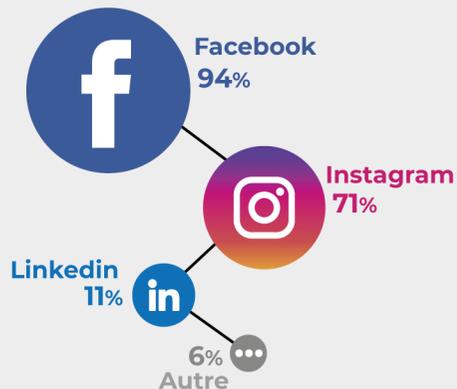


Fonctions du site internet des Artisans



► Réponses multiples

Liste des réseaux sociaux utilisés par les Artisans



► Réponses multiples

Les réseaux sociaux sont la vitrine numérique des Artisans

Seuls 7% des artisans des centres-villes n'utilisent pas d'outil numérique pour se faire connaître sur le web, une proportion particulièrement faible. La numérisation de la communication des artisans y apparaît plus élevé que sur l'ensemble du territoire régional.

À retenir, la visibilité numérique des Artisans dépend à 73% des réseaux sociaux : un outil qui a séduit huit artisans sur dix dans les secteurs de l'Alimentaire et de la Production. Fort de sa quasi-hégémonie (94%), Facebook est le réseau social préféré des Artisans devant Instagram (71%). Le 3^{ème}, LinkedIn, n'est utilisé que par 11% des Artisans.

De manière assez homogène d'un secteur d'activité à l'autre, ils sont 58% à disposer également d'un site internet pour augmenter leur visibilité qu'il s'agisse d'un site vitrine ou ayant des fonctions de e-commerce. Dans le détail, leurs sites internet permettent essentiellement de mettre en lumière leur activité : 84% des entreprises ont un site vitrine. Plus rarement, ces sites internet permettent de passer des commandes en ligne (32%) voire de réaliser des devis (7%).

Autre enseignement, les Artisans sont 57% à utiliser les services aux entreprises de Google Maps (anciennement Google my Business). En s'appuyant sur la puissance de son moteur de recherche, n°1 en France, l'outil de Google est devenu incontournable pour localiser les commerces artisanaux et agréments les fiches "entreprises" de photos, de liens, de commentaires et d'actualités.

Enfin, 11% des chefs d'entreprises ont recours à une plateforme numérique (avec prélèvement de commissions) pour booster leur nombre de clients : une pratique plutôt circonscrite au secteur de la Production (14%) ou des Services (15%). Quant aux annuaires, ils ont la préférence de 10% des Artisans et surtout s'ils sont issus des secteurs du Bâtiment (21%) ou des Services (13%).

Source : Enquête Artisans des centres-villes 2022 - CMA CVL

Des services nombreux pour séduire la clientèle Post-Covid

Parmi les artisans disposant d'un magasin ou d'un show-room, 73% ont mis en place un service de livraison à la clientèle avec des moyens internes (le chef d'entreprise ou un employé) pour déposer à domicile des fleurs, des chocolats, des pâtisseries, un meuble ou un bijou...

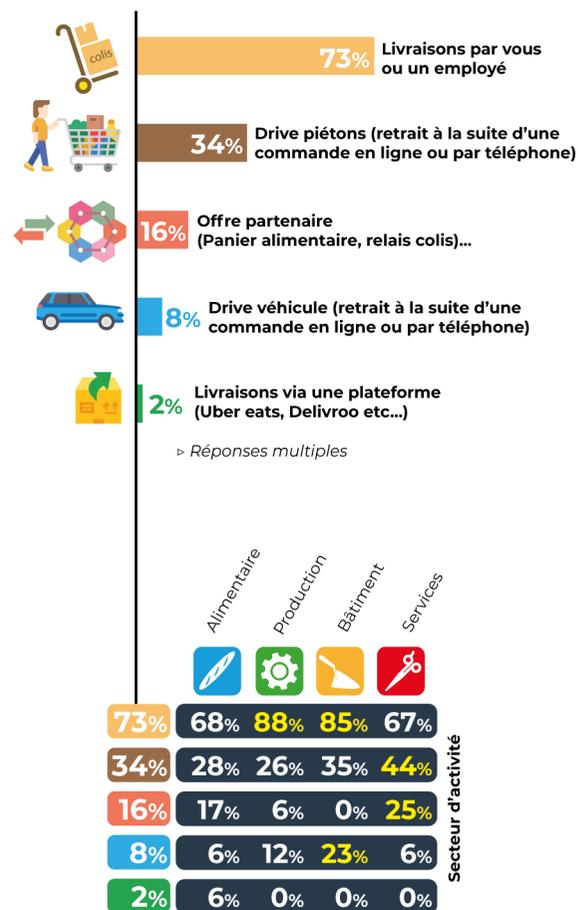
Par ailleurs, ils sont plus d'un tiers (34%) à avoir recours à une solution de Drive piétons suite au passage d'une commande en ligne ou par téléphone. La présence d'offres partenaires (16%) de type panier alimentaire (fruits, légumes...) ou de relais colis est plutôt restreinte aux commerces de l'Alimentaire ou des Services. Ils jouent souvent sur une complémentarité naturelle entre l'offre de produits ou services internes et celle du partenaire pour attirer une nouvelle clientèle ou fidéliser l'actuelle.

Le Drive véhicule est plutôt rare (8%). Pour rappel, le « drive » consiste à permettre au consommateur de faire ses achats sans avoir à quitter son véhicule. Il est surtout plébiscité par les entreprises du Bâtiment et demeure rare en plein coeur des villes à l'inverse de ses périphéries.

Si les services de livraisons par une plateforme (Uber eats, Deliveroo...) ont connu une forte croissance durant les périodes de confinement, seuls 6% des artisans de l'Alimentaire ont souscrits à ces offres, essentiellement dans la restauration rapide (pizzeria, salades...).



Services proposés par les Artisans implantés en centre-ville

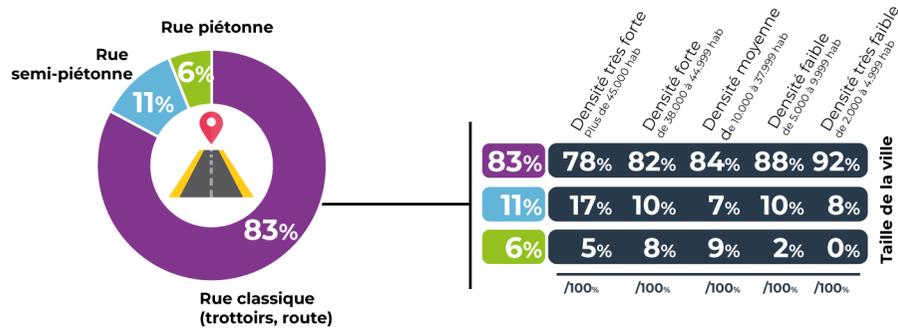


Source : Enquête Artisans des centres-villes 2022 - CMA CVL

3 Aménagement de la voirie, stationnements, accessibilité



Aménagement de la voirie à proximité des magasins de centres-villes



► Une seule réponse possible

Un aménagement et une réglementation de la voirie qui s'accroît avec la taille des villes

Les commerces de centre-ville ne peuvent pas être déconnectés d'un élément majeur de leur environnement direct et qui s'impose à leur clientèle : la voirie. Ce passage obligé dans l'espace public peut être un facilitateur du commerce ou un générateur de tensions d'usage entre piétons, cyclistes, automobilistes, livreurs... Si les règles sont comprises et acceptées pour planifier la disparité des usages (horaires de livraison, restriction d'accès des véhicules) correspondants aux attentes des habitants, des commerçants et des élus locaux, elles viennent renforcer l'attractivité des commerces.

En Centre-Val de Loire, seuls 17% des artisans interrogés sont implantés dans une rue avec un aménagement spécial (semi-piétonne ou piétonne) favorisant les déplacements pédestres ou cyclables. Toutefois de fortes disparités, selon les tailles des communes sont observables. Cette proportion monte à 23% dans les villes de plus de 45.000 habitants, alors qu'elle n'est que de 8% dans les communes de moins de 5.000 habitants. Il est à noter qu'aucun artisan issu d'une commune de moins de 5.000 habitants ne signale être installé dans une rue piétonne.

Un déséquilibre similaire se joue également sur l'existence ou non d'une réglementation imposée par la collectivité. Si en moyenne un artisan sur cinq (20%) déclare être soumis à des horaires de livraisons décidés par leur collectivité (ville, intercommunalité), ils sont 34% dans les grandes villes et près de trois fois moins (12%) dans les petites communes.

À noter, un artisan sur dix est situé dans une rue qui ne permet pas la circulation des camions de livraisons de grand gabarit. La largeur de la voirie - l'espace circulaire - est inférieur à 5 mètres.

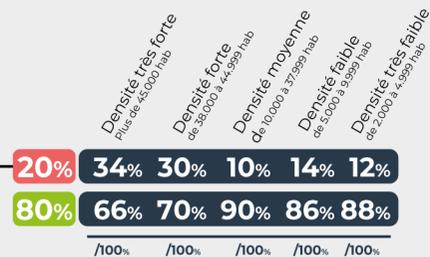


11% des Artisans déclarent que la largeur de la voirie ou est située leur entreprise ne permet pas la circulation des camions de livraisons

► Une seule réponse possible



20% des Artisans déclarent être soumis à des horaires de livraisons décidés par leurs collectivités (Mairies, Métropole...)



► Une seule réponse possible

Source : Enquête Artisans des centres-villes 2022 - CMA CVL

Une politique de stationnement plus stricte dans les grandes villes

Problématique bien connue des élus locaux, le stationnement des véhicules de livraisons et de la clientèle est toujours un sujet suivi de près par les artisans-commerçants. Pour beaucoup d'Artisans, la moindre réduction du nombre de place de parking est susceptible d'entraîner la perte de clients potentiels. S'il ne sont que 16% à considérer que le nombre de places de stationnements pour les deux-roues motorisés ou non sont suffisantes, ils sont 36% à déclarer que des parkings automobiles supplémentaires sont nécessaires.

En parallèle, trois artisans sur dix sont insatisfaits du nombre de places de livraisons. À savoir que dans la réglementation française, une "aire de livraison" doit être marquée d'une ligne discontinue de couleur jaune barrée par une croix en ligne continue. Le marquage est accompagné par l'inscription du mot « LIVRAISON » en jaune.

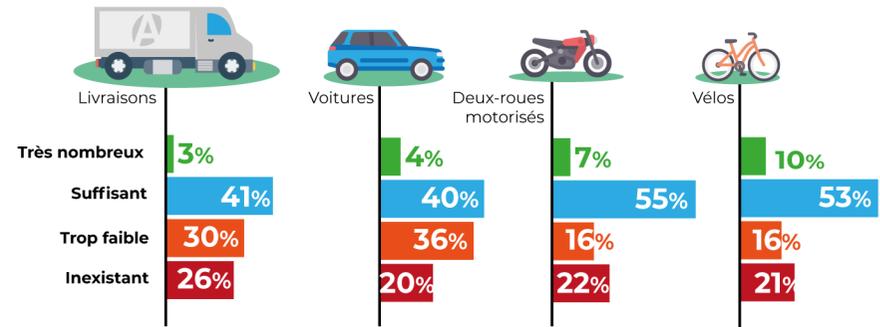
Au niveau de la politique de stationnement des automobiles, une véritable fracture existe entre les artisans des villes denses ou très denses où le stationnement est majoritairement payant (>50%), voire réglementé (>30%), rarement gratuit et les artisans des villes peu denses. L'inverse est mesurable dans les réponses des artisans installés dans des communes de moins de 5.000 habitants : aucun artisan ne signale l'existence de zones payantes, le recours à des disques bleus est utilisé dans un tiers des cas et 67% des Artisans identifient des places gratuites à proximité de leur commerce.

En zone urbaine, la zone bleue qui autorise le stationnement gratuit des véhicules a pour but de permettre la rotation sur ces places, particulièrement sur des voies commerçantes et à fort trafic, afin notamment d'éviter des arrêts en double file, dangereux pour la circulation. Cette autorisation de stationnement gratuit est limitée dans le temps, généralement quelques heures. Elle permet d'éviter la mise en place de parcmètres et de systèmes de contrôle onéreux pour la collectivité.

Les communes de taille moyenne (Issoudun, Montargis, Châteaudun...) se trouvent dans un entre-deux avec des politiques de stationnements plus ou moins strictes en fonction du nombre d'habitants et des spécificités d'usage de l'espace public. Plus les villes sont denses, plus la réglementation des stationnements se durcit. L'effet d'échelle en fonction de la taille de la ville joue à plein.

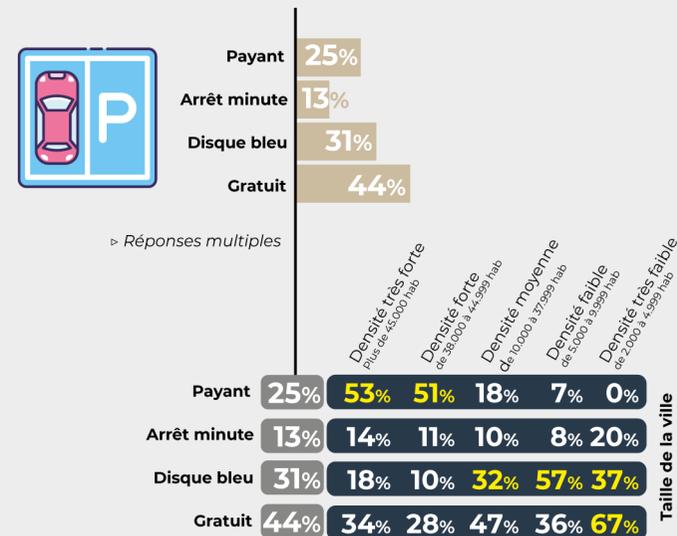
Problématiques de stationnements

Caractéristiques des stationnements dans la rue de l'entreprise



↳ Une seule réponse possible

Caractéristiques des stationnements dans la rue de l'entreprise



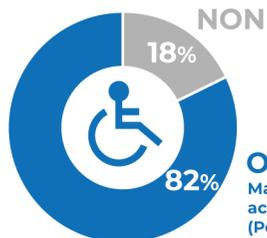
↳ Réponses multiples

Source : Enquête Artisans des centres-villes 2022 - CMA CVL



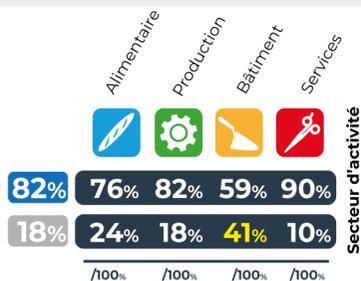
Accessibilité & ouverture du magasin ou du showroom

Accessibilité PMR

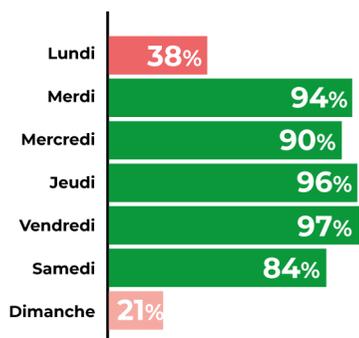


OUI
Magasin ou show-room accessible PMR (Personne à mobilité réduite)

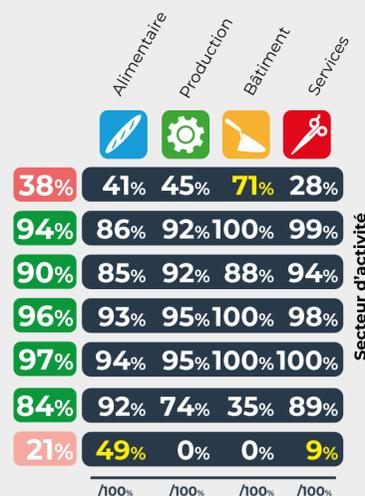
► Une seule réponse possible



Jours d'ouverture



► Une seule réponse possible

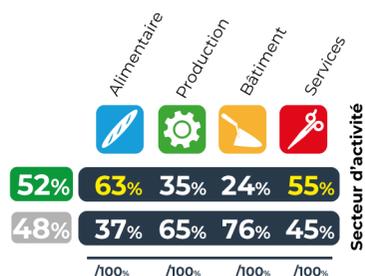


Ouverture le midi des artisans des centres-villes



52% des Artisans déclarent être ouvert les midis

► Une seule réponse possible



Tous les commerces artisanaux ne sont pas encore accessibles aux handicapés

Depuis la loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, les établissements recevant du public (ERP) de 5^{ème} catégorie (commerces, boutiques, hôtels, restaurants, etc) doivent être accessibles aux handicapés. Ils doivent permettre à tous, sans distinction, de pouvoir y accéder et y circuler. En 2022, plus de huit artisans sur dix se sont déjà mis aux normes en matière d'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite. Les plus nombreux sont les artisans du secteur des Services (90%).

Les dimanches et les lundis restent généralement les jours de repos privilégiés

Même s'il n'existe pas de réglementation générale qui fixe les jours et les horaires d'ouverture, il n'est pas possible pour un artisan ou un commerçant d'ouvrir son magasin comme il l'entend. Il doit en effet respecter les arrêtés préfectoraux et municipaux ainsi que le code du travail. Ainsi, bien qu'en théorie les commerces pourraient être ouverts en continu, c'est loin d'être le cas dans les faits. D'après le résultat de notre enquête, le dimanche et lundi majoritairement les jours de repos privilégiés. Toutefois, un artisan des métiers de Bouche sur deux est ouvert le dimanche matin et une grande majorité des artisans du Bâtiment travaillent le lundi.

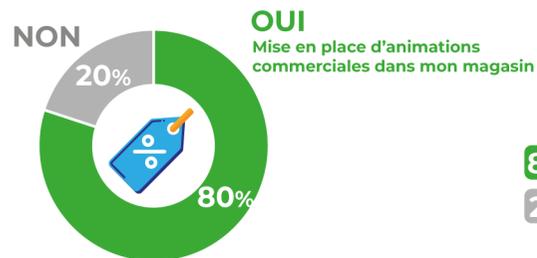
Pour rappel, le code du travail, en l'absence de convention ou d'accord collectif, prévoit que le travail effectué entre 21h et 6h soit du travail de nuit, ce qui implique des contraintes organisationnelles et des salaires majorés. C'est pourquoi, la plupart des commerces ferment avant 21h. En effet, les salariés ne doivent pas travailler plus de 10 heures par jour et 48 heures par semaine en comptant les heures supplémentaires.

Pour tenir compte des habitudes de la clientèle, il est désormais de plus en plus fréquent pour les Artisans d'ouvrir leur boutique les midis : un artisan sur deux (52%) est ouvert durant cette intervalle. Dans les centres-villes, de nombreux salariés profitent de leur pause déjeuner pour faire des achats alimentaires ou passer chez le coiffeur permettant ainsi aux artisans de booster leur chiffre d'affaires.

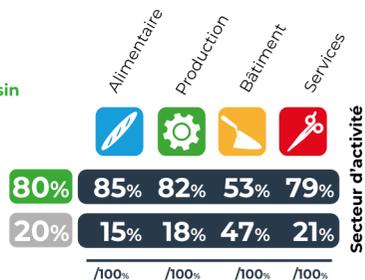
Source : Enquête Artisans des centres-villes 2022 - CMA CVL

4 Animations des commerces artisanaux

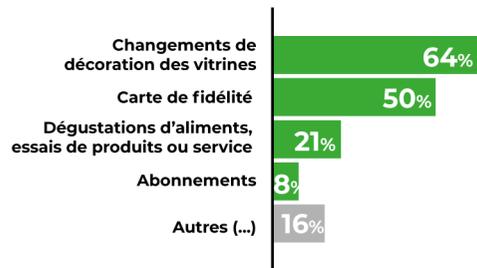
Mise en place d'animations commerciales dans mon magasin ou showroom



▸ Une seule réponse possible

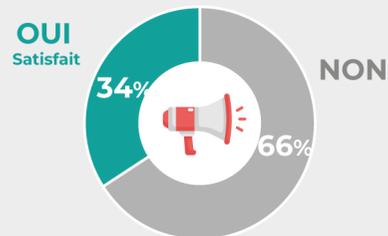


Type d'animations mises en place par les artisans des centres-villes

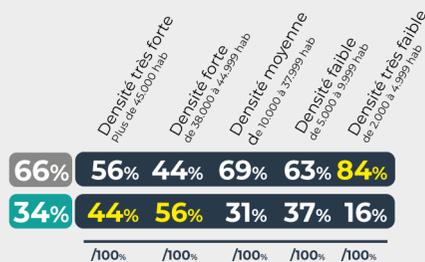


▸ Réponses multiples

Satisfaction des artisans concernant les actions de promotions de leur collectivité locale



▸ Une seule réponse possible



Source : Enquête Artisans des centres-villes 2022 - CMA CVL

Une politique d'animations commerciales bien ancrée

L'animation en magasin est un puissant outil pour attirer à soi le chaland. Souvent utilisée en période de fête ou de solde, l'objectif est de donner envie aux personnes de passage de s'arrêter en boutique afin d'y réaliser ses achats. L'animation commerciale est une action purement promotionnelle pensée et conçue pour être éphémère. Elle peut aussi servir pour promouvoir un produit ou un service nouvellement introduit dans l'offre commerciale des artisans.

Dans les centres-villes, 80% des Artisans du Centre-Val de Loire proposent des animations commerciales dans leurs magasins. Ils sont 64% à privilégier les opérations de décorations des vitrines et 50% à avoir recours à un système de carte de fidélité. Les actions de dégustations, d'essais de produits ou de services sont plutôt rares avec seulement 21% des répondants. La pratique de l'abonnement pour une durée déterminée est encore moins fréquente (8%).

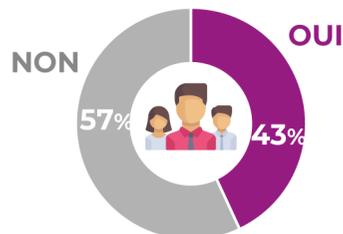
En complément des actions individuelles des entreprises, l'organisation d'opérations ponctuelles par les collectivités locales permet d'animer les rues et les quartiers des villes. L'espace public est le théâtre d'événements pour attirer et rassembler la population, créer du lien social entre les habitants tout en développant l'activité des commerces de proximité. Dans notre région, seuls un tiers des Artisans (34%) se déclarent satisfaits des actions menées dans leur centre-ville en faveur des entreprises. La taille des communes constitue un facteur clef pour expliquer ces mauvais résultats : de 44% d'artisans satisfaits dans les grandes villes à seulement 16% dans les villes de moins de 5.000 habitants. Elle met en avant la question des moyens humains et financiers des collectivités territoriales.

L'ambition de la politique locale en matière d'animation, propre à chaque ville, est une autre explication de l'insatisfaction des artisans face aux faibles effets produits sur leur activité. Les lancements de nouvelles actions de promotion (fête, braderie, événement sportif ou culturel) peuvent aussi mettre plusieurs années à porter leurs fruits et attirer en masse le public. Force est de constater que les attentes des artisans sont nombreuses. Peut-être s'agit-il aussi pour eux de continuer à apporter de la valeur ajoutée aux centres-villes, en valorisant les interactions humaines pour se différencier du e-commerce, déshumanisé par nature ?

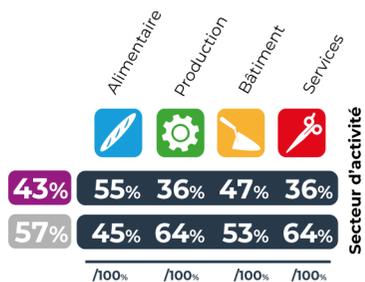


Participation à une union commerciale

▸ Une seule réponse possible



▸ Une seule réponse possible



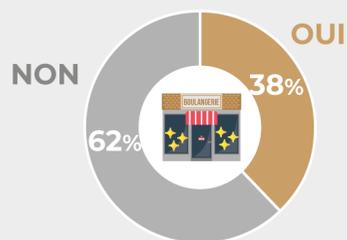
Une nation Artisanale des Centres-villes désunie pour lutter contre la concurrence

Les unions commerciales et artisanales (associations loi 1901) ont pour but de stimuler le commerce et l'artisanat local. C'est par leurs actions collectives (événements, cartes de réduction, création d'une marque) que les chefs d'entreprises dynamisent leur activité en fidélisant et récompensant leur clientèle. En harmonisant à la hausse la qualité des services, elles créent un lien de confiance entre les entreprises et leurs clients.

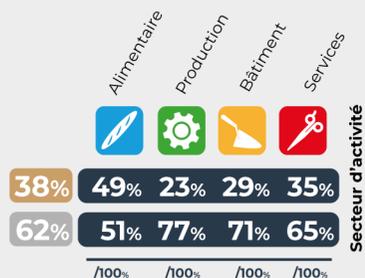
Une faible proportion des Artisans des Centres-villes sont membres d'une union commerciale : en moyenne, 43% des chefs d'entreprises interrogés en font partie en 2022. Les Artisans des métiers de Bouche (55%) sont les plus impliqués dans cette forme de groupement.

Pour lutter contre la désertification des centres-villes et la vacance commerciale, les collectivités locales s'efforcent de renforcer l'attractivité visuelle des commerces en obligeant les artisans-commerçants à respecter des chartes des devantures commerciales. Ces guides à l'attention des artisans-commerçants visent leurs lieux de vente pour qu'ils gagnent en qualité de présentation, et par résultante, en attractivité vis-à-vis de la clientèle. Les vitrines commerciales constituent un élément de décor de l'environnement urbain. Ainsi, les recommandations techniques (dimensions et positions des enseignes, type d'éclairage, hauteur des lettrages...) et les préconisations esthétiques (couleurs, matériaux...) visent à intégrer au mieux les commerces à leur environnement. En Centre-Val de Loire, 38% des Artisans des centres-villes déclarent être soumis à ce type d'obligation par leur collectivité.

Obligation de respect d'une charte des devantures commerciales



▸ Une seule réponse possible

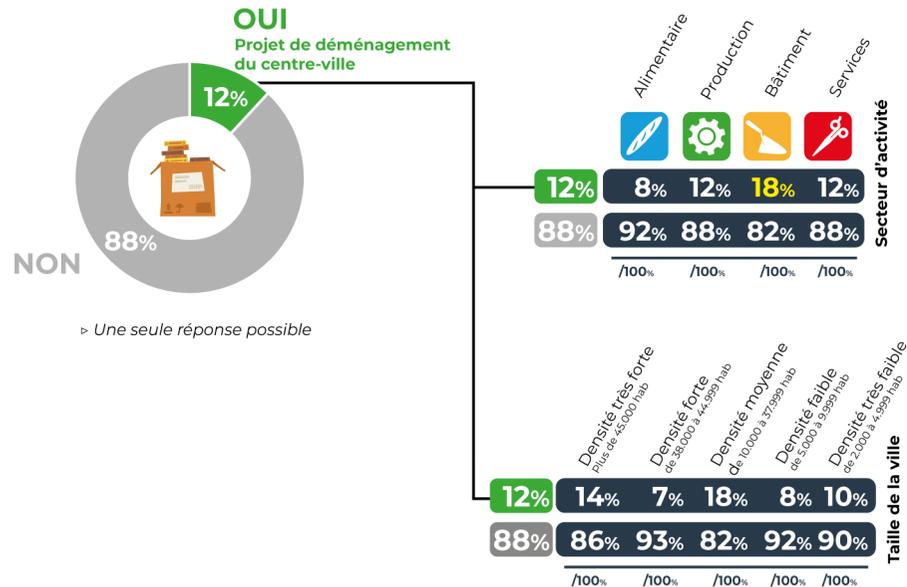


Source : Enquête Artisans des centres-villes 2022 - CMA CVL

5 Projets de déménagement hors des centres-villes



Projet de déménagement des Artisans hors de leur centre-ville



Près d'une entreprise sur dix envisage un déménagement hors du centre-ville

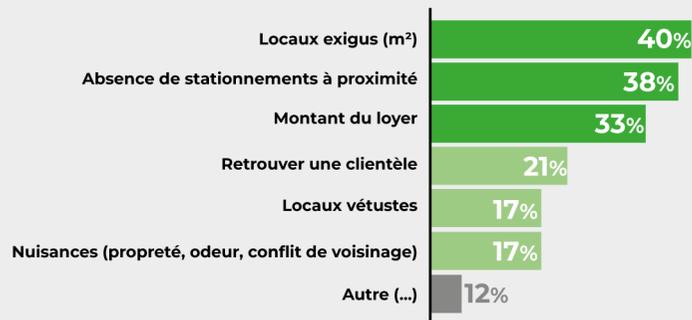
Sujet hautement sensible face à la problématique de la vacance commerciale, les projets de déménagement des Artisans hors des centres-villes n'en restent pas moins une réalité. En moyenne, un artisan sur dix (12%) l'envisage dans un avenir proche. Les premiers à considérer cette idée sont les professionnels du Bâtiment avec six points de plus au niveau régional.

A l'inverse, rares sont les artisans de l'Alimentaire (Boulangier, Boucher, Pâtissier) à envisager sérieusement de s'implanter hors du centre-ville. La dimension de la zone de chalandise de ces professionnels n'est évidemment pas la même et si l'on accepte de faire des kilomètres supplémentaires pour visiter ponctuellement le show-room d'un bon menuisier, on ne s'y rend pas à la même fréquence que chez son boulanger de quartier.

Les trois premières motivations au déménagement des artisans sont le besoin d'agrandir ses locaux d'activité (40%), de disposer de plus de places de stationnements (38%), et de diminuer le montant du loyer (33%). Parmi les raisons secondaires invoquées, les artisans citent le besoin de retrouver une clientèle (21%), de quitter des locaux vétustes (17%) ou de se débarrasser des nuisances (propreté, odeurs, conflit de voisinage).



Raisons du déménagement envisagé



► Réponses multiples

Source : Enquête Artisans des centres-villes 2022 - CMA CVL

L'Artisanat



Réalisation : Chambre Régionale de Métiers et l'Artisanat du Centre-Val de Loire
28 Rue du Faubourg de Bourgogne - 45000 ORLEANS
Erik LECONTE - Chargé d'études
Evelyne JAVOY - Attaché Technique
Partenaires financiers : l'Union Européenne (FEDER), l'Etat,
et le Conseil Régional du Centre-Val de Loire

