

# Plus de 40 actions pour le commerce en centre ville

*Dans un secteur marqué par de profondes évolutions, le commerce de centre ville fait aujourd'hui face à plusieurs enjeux, en particulier le renouvellement des attentes et des pratiques des consommateurs et la transition numérique et environnementale des modèles commerciaux. Pour répondre à ces objectifs, et afin de faire des mutations actuelles autant de nouvelles opportunités de développement pour l'ensemble des commerçants, y compris indépendants, plus de 40 actions concrètes ont été élaborées par l'ensemble des partenaires.*

## Axe 1 : produire, libérer ou optimiser les surfaces commerciales en cœur de circuit marchand

- **Action 1** : libérer et remettre en commerce les rez-de-chaussée stratégiques
- **Action 2** : valider le potentiel commercial des sites mutables
- **Action 3** : étudier le potentiel de nouveaux sites

1

Renforcer et différencier l'offre commerciale du centre ville de Nantes

## Axe 2 : vers une offre commerciale encore plus singulière et rayonnante

- **Action 1** : structurer une démarche de prospection commerciale auprès des enseignes cibles et des marques cibles
- **Action 2** : identifier des concepts différenciants (porteurs de projets) et accompagner leur implantation en centre-ville
- **Action 3** : valoriser et développer le commerce responsable et local (produits de seconde main, éthique, made in Nantes, ressourcerie, recyclerie en centre-ville)
- **Action 4** : renforcer l'offre éphémère et événementielle (boutiques éphémères, marchés thématiques réguliers créateurs, recyclage, végétal, etc.)
- **Action 5** : travailler sur les temps du centre-ville

## Axe 3 : Mesurer l'attractivité et la vitalité du commerce de centre-ville par la mise en place d'un baromètre de centre-ville

- **Action 1** : mesurer la fréquentation et le rayonnement du commerce de centre-ville
- **Action 2** : mesurer la vitalité de l'offre commerciale (observatoire des locaux commerciaux, taux de commercialité, taux d'enseigne nationale, vacance commerciale, de turn-over, etc.)
- **Action 3** : observer l'évolution des loyers commerciaux
- **Action 4** : renforcer les relations avec les commerçants pour anticiper les mutations
- **Action 5** : communication sur la vitalité du centre-ville

## Axe 1 : vers un centre ville surprenant et apprenant

- **Action 1** : faire du centre-ville une destination familiale plus ludique (place de l'enfant, de l'ado dans l'espace public, les commerces, les restaurants, transport en commun, services ciblés, espace de jeux, espaces ombragés, toilettes, etc.)
- **Action 2** : valoriser l'offre culturelle, de loisirs et le patrimoine à travers des parcours
- **Action 3** : valoriser les espaces publics (aire de jeux, mobilier décalé, art dans l'espace public, embellissement de rues, etc.)
- **Action 4** : favoriser la piétonnisation de rues voire l'extension du plateau piétonnier
- **Action 5** : création d'un nouvel événement touristique et commercial : le Noël nantais

2

Renforcer la destination Nantes Centre Ville

## Axe 2 : promouvoir la destination Nantes Centre Ville en donnant envie de fréquenter, découvrir et redécouvrir le centre ville

- **Action 1** : développer l'identité numérique du centre-ville autour de la marque NCV  
Vrais moments nantais en mettant en avant les commerçants nantais, la singularité de l'offre nantaise et la destination centre-ville
- **Action 2** : innover et renforcer la communication digitale (nouveaux formats vidéo, capsules sonores, partenariats avec des influenceurs, etc.)
- **Action 3** : affirmer la présence terrain de la marque NCV Vrais moments nantais à travers des jeux de pistes et animations.

## Axe 1 : accompagner les commerçants vers le phygital

- Action 1 : proposer un accompagnement individuel renforcé
- Action 2 : valoriser les parcours de formation existants
- Action 3 : faire de Ma Ville Mon Shopping, la plateforme locale de référence
- Action 4 : promouvoir l'achat local en digitalisant le chèque cadeau Plein Centre
- Action 5 : création d'une « conciergerie » avec une existence physique et numérique
- Action 6 : mettre en place une stratégie de conquête des actifs (services adaptés)

3

Accompagner  
les transitions

## Axe 2 : renforcer la démarche centre ville et commerçants éco-engagés

- Action 1 : poursuivre et accélérer les actions de sensibilisation des commerçants aux défis environnementaux (éco défi, charte commerces éco-engagés, réduction des déchets, réduction de la consommation d'énergie, etc.)
- Action 2 : lancement d'une réflexion sur les îlots de fraîcheur et la végétalisation des rues marchandes

## Axe 1 : une centre ville propre

- Action 1 : poursuite des opérations « ma rue propre », collecte des cartons et « zéro mégot »
- Action 2 : travail sur la collecte du verre
- Action 3 : travail avec la brigade verte sur les bacs à demeure
- Action 4 : poursuite des campagnes régulières propreté / civisme avec communication positive
- Action 5 : proposition de mobilier urbain et nouveaux usages de l'espace public
- Action 6 : développement des solutions sanitaires (nouveaux w.c. automatiques et uritrottoirs) et lancement d'une application internet en partenariat avec des commerçants (ICI Toilettes)

4

Renforcer  
la commercialité  
du centre ville

## Axe 2 : profiter du centre ville en toute sécurité

- Action 1 : renforcement de la vidéoprotection en centre-ville
- Action 2 : renforcement de la présence de la police municipale en centre-ville (îlots spécialisés, Police métropolitaine des Transports en Commun)
- Action 3 : mieux sécuriser la vie nocturne
- Action 4 : améliorer la coordination entre police municipale et police nationale avec les commerçants du centre-ville

## Axe 3 : conforter l'accessibilité du centre ville

- Action 1 : renforcer l'accessibilité transport en commun et en assurer la promotion à l'échelle métropolitaine et au-delà (Gratuité du week-end)
- Action 2 : renforcer de l'intermodalité (renforcement de l'offre en P+R, gratuité le week-end, etc.)
- Action 3 : favoriser les modes doux (questionnement achats & vélo, etc.)
- Action 4 : améliorer la lisibilité de l'offre de parking en centre-ville
- Action 5 : rationaliser et optimiser les flux de livraisons du centre-ville

Un plan d'action  
mené avec :



ALL•NANTES 02 40 41 9000  
[www.nantes.fr](http://www.nantes.fr)



### Nous contacter

Par courrier postal Hôtel de Ville de Nantes  
2 rue de l'Hôtel de Ville - 44094 Nantes Cedex 1  
Accueil du public 29 rue de Strasbourg - 44000 Nantes