

Indicateurs d'Attractivité Commerciale

Sommaire

04 **Édito**

05 **Mall & Market**

06 **Contexte**

07 **Notation Mall & Market**

08 **Méthodologie**

09 **Indicateurs**

10 **Interprétation des résultats**

11 **Choix des villes présentées**

12 **Analyse de villes**

12 Cannes

18 Quimper

24 Cabourg

30 Bourg-en-Bresse

36 Gaillac

Édito



Bertrand Boullé
Président & Fondateur
Mall & Market

Mall & Market, au service du commerce en France depuis 1991

Depuis plus de trois décennies, Mall & Market incarne une vision pertinente du commerce en France et une expertise unanimement reconnue. Nous avons observé, analysé et accompagné les évolutions majeures du secteur, du développement des premiers centres commerciaux à l'émergence des concepts hybrides mixant commerce, loisirs et services. Nous avons souvent été à l'initiative de nouvelles idées, concepts ou projets. Notre mission est toujours restée la même : être à la pointe des transformations, anticiper les tendances et fournir aux acteurs du commerce des solutions et conseils avisés.

Aux premières loges des mutations du commerce

Depuis notre création, nous avons été témoins des multiples métamorphoses du commerce en France. Mall & Market s'est placée aux premières loges pour décrypter ces changements. De la montée en puissance du e-commerce à la redéfinition du rôle des centres-villes comme lieux de vie, nous avons été attentifs aux évolutions du commerce. Plus qu'un simple observateur, nous sommes devenus un partenaire incontournable pour les professionnels du secteur, leur offrant des outils d'analyse et des conseils stratégiques adaptés aux réalités du terrain.

Acteur de la professionnalisation de l'urbanisme commercial

Au fil des ans, Mall & Market a également contribué à l'essor et à la professionnalisation de l'urbanisme commercial en France. Nos équipes ont participé activement à la formation des acteurs publics et privés, à travers des enseignements, des formations spécialisées et la publication d'ouvrages de référence. Cette démarche pédagogique a permis de structurer un secteur en pleine mutation et de diffuser une culture de l'innovation et de l'adaptation face aux nouveaux enjeux économiques et sociétaux.

2025 : une nouvelle méthode pour évaluer l'attractivité commerciale des centres-villes

En tant que fervents défenseurs du commerce physique, nous considérons que celui-ci devrait être perçu comme étant d'intérêt public. À ce titre, Mall & Market innove une fois de plus en lançant une nouvelle méthode à destination des décideurs des villes et territoires. Cette approche offre une vue d'ensemble à 360° sur l'attractivité commerciale des centres-villes. À une époque où les défis de revitalisation des cœurs de ville sont plus que jamais d'actualité, cette méthode propose des indicateurs précis pour évaluer, comprendre et agir sur les dynamiques commerciales locales. Un outil indispensable pour les décideurs publics, souhaitant redonner du souffle à leurs territoires, ou tout simplement pouvoir l'analyser sous un nouveau prisme.



Mall & Market

Un métier, une expertise, une éthique. C'est sur la base de ces trois piliers fondateurs que Mall & Market, société créée en 1991, s'est au fil des années imposé comme un acteur incontournable de l'urbanisme commercial, grâce à un savoir-faire reconnu dans la gestion des démarches administratives et juridiques liées à l'exploitation commerciale.

Mall & Market propose un large éventail de services et une vision 360°, allant de l'accompagnement réglementaire pour l'obtention d'autorisations d'exploitation commerciale, à la conception et définition d'espaces commerciaux, en passant par la recherche d'enseignes. Elle joue également un rôle de lobbying auprès des instances décisionnaires et facilite les mises en relation entre les différents acteurs de l'immobilier commercial. Forte de son expérience, l'entreprise apporte conseils et préconisations dans le cadre d'analyses et d'études stratégiques en matière d'implantation tout en capitalisant sur la culture de la confidentialité. Ses clients incluent de grandes enseignes nationales et internationales, des promoteurs, des gestionnaires de centres commerciaux, des foncières et investisseurs, des collectivités territoriales, ainsi que des commerçants indépendants.

L'entreprise s'appuie également sur une équipe pluridisciplinaire composée de professionnels issus de divers secteurs comme ceux de la grande distribution, de l'immobilier, de l'urbanisme, du droit et de l'économie, la plupart formés dans des écoles de renom ou des cursus universitaires spécialisés. Ces expertises complémentaires sont renforcées par des expériences variées, tant en France qu'à l'international, ce qui alimente la créativité et l'ouverture d'esprit de l'équipe. Enfin, Mall & Market puise sa force depuis 1991 dans la synergie créée par la diversité de son équipe et par la pérennité apportée par ses dirigeants.



Contexte

Face aux nombreux défis auxquels sont confrontés les centres-villes, Mall & Market, société de référence en urbanisme commercial, lance les Indicateurs d'Attractivité Commerciale (I.A.C). Cet outil statistique inédit propose une évaluation complète de l'attractivité commerciale des centres-villes, à travers une approche multithématique reposant sur un score sur 100.



Le commerce de proximité au cœur des préoccupations

Avec 80% des Français vivant en milieu urbain, le commerce de proximité est bien plus qu'une simple activité économique. Il joue un rôle central dans le tissu social et la vitalité des quartiers. Il favorise les rencontres, contribue à la cohésion sociale et répond aux besoins quotidiens des citoyens, tout en stimulant l'économie locale. Pourtant, ce modèle est menacé. La montée du commerce en ligne, les changements d'habitudes de consommation et la pandémie de COVID-19 ont accru la crainte d'une disparition progressive du commerce de centre-ville, mettant en danger ce lien vital.

Un enjeu national, des défis locaux

Conscient de ces enjeux, l'État a mis en place des programmes tels qu'Action Cœur de Ville et Petites Villes de Demain pour revitaliser les centres-villes. Cependant, les élus locaux se trouvent souvent démunis face à la complexité de la gestion du commerce local. Entre les évolutions démographiques, l'aménagement urbain, les contraintes budgétaires et la concurrence du commerce en ligne, les maires manquent d'outils d'analyse fiables pour élaborer des stratégies efficaces.

Notation Mall & Market

Comment s'effectue la notation Mall & Market ?

Le cadre théorique sur lequel se fonde l'outil I.A.C est un référentiel de bonnes pratiques, fruit de consultations auprès d'experts et statisticiens.

Elle s'appuie sur un relevé terrain clair et exhaustif, complété par l'expertise de Mall & Market, forte de plus de 30 ans d'expérience. Ce cadre méthodologique assure la reproductibilité des résultats, la précision de l'audit et la fiabilité du score obtenu.

Les 10 indicateurs sont composés de multiples critères, pour un nombre total de 231. Chacun noté sur une échelle de 0 à 5, en fonction de plusieurs variables. Ces sous-critères attribuent un ou plusieurs points à la note du critère, en tenant compte de l'importance des enjeux associés. Cette grille d'évaluation garantit l'objectivité de la notation, en limitant les biais humains. De plus, chaque élément de notation a été pondéré individuellement, avec un coefficient propre, pour assurer la cohérence globale de l'analyse.

Afin d'apporter de l'équité quel que soit le type de commune auditée, du village à la métropole, huit indicateurs sont évalués de la même manière. Les indicateurs "Données socio-démographiques" et "Spécificités territoriales" font office de filtres. Ainsi, une petite commune méritante est en mesure de recevoir une note plus élevée que des villes disposant de plus de moyens ou ayant plus d'habitants.



10 indicateurs

231 critères



+1000 variables pondérées

1 score attribué



Méthodologie

8 indicateurs



+

1er filtre



Indicateur « Données socio-démographiques »

+

2ème filtre



Indicateur « Spécificités territoriales »

=

Score

?/100 |

Indicateurs



L'indicateur « **Fonctions structurantes** » permet d'évaluer la présence et l'organisation des fonctions indispensables à la vie quotidienne : services essentiels, infrastructures présentes et cadre de vie. Les fonctions structurantes sont essentielles à l'épanouissement des résidents et donc aux commerçants soucieux d'avoir une clientèle récurrente.



L'indicateur « **Aménagement urbain** » permet d'évaluer l'harmonie des éléments physiques en présence : le mobilier urbain, la qualité paysagère et architecturale sont pris en compte. L'objectif est de mesurer si le cadre de vie est fonctionnel et esthétiquement plaisant pour les résidents et les visiteurs.



L'indicateur « **Offre marchande** » permet d'évaluer la qualité et la vitalité du tissu commercial : diversité des commerces, organisation spatiale, et qualité du marché alimentaire. Il prend en considération plusieurs aspects clés qui reflètent la capacité d'un centre urbain à répondre à une large gamme de besoins et d'attentes des consommateurs.



L'indicateur « **Expérience client** » prend en compte plusieurs dimensions essentielles permettant d'évaluer l'expérience commerce. L'efficacité des commerces à attirer et fidéliser une clientèle est étudiée : captation des chalands, parcours client, confort d'achat et niveau de service.



L'indicateur « **Actions en faveur du commerce** » permet d'évaluer les moyens alloués à l'accompagnement du commerce en centre-ville : déploiement de dispositifs, subventions, élus dédiés au commerce, innovations des commerçants. Il mesure l'étendue des initiatives mises en place pour favoriser l'épanouissement du commerce en centre-ville.



L'indicateur « **Transports et déplacements** » évalue les modalités d'accès et de stationnement au centre-ville, en tenant compte de la desserte, des transports en commun et des zones piétonnes. Il a pour objectif d'analyser la diversité des moyens de transport disponibles ainsi que la facilité d'accès pour les usagers. Garantir une mobilité adaptée aux besoins de tous est essentiel pour un centre-ville dynamique.



L'indicateur « **Engagement écologique** » permet d'évaluer les facteurs liés à l'éco-responsabilité : éco-mobilité, risques environnementaux, achats responsables. Il prend en compte les pratiques durables adoptées par les commerçants, les choix opérés par la municipalité et l'implication de la population.



L'indicateur « **Projets pour la ville** » permet d'évaluer les initiatives en cours de déploiement ou à venir : projets conjoncturels comme structurels, et de réhabilitation. Cet indicateur note l'attractivité en devenir du centre-ville en fonction des moyens dont la commune dispose.



L'indicateur « **Données socio-démographiques** » utilise des indicateurs statistiques permettant de dresser un portrait des habitants de la ville : croissance démographique, revenus, CSP, taux de propriétaires, etc. Cet indicateur filtre évalue l'attrait du contexte socio-économique pour les commerçants qui envisageraient de s'installer dans le centre-ville.



L'indicateur « **Spécificités territoriales** » prend en compte la singularité de chaque type de communes et permet de noter équitablement chaque centre-ville : du village à la métropole. Cet indicateur est le garant de la polyvalence de la méthodologie déployée.

Interprétation des résultats

◀ Plus de 85 : Une excellente attractivité commerciale

Le centre-ville est sur le point d'atteindre son plein potentiel. Son attractivité commerciale est à un niveau très élevé, et les efforts déployés se reflètent directement dans la satisfaction des visiteurs. Des innovations régulières, même minimes, pourraient être nécessaires pour que le centre-ville reste un exemple à suivre et maintienne son attractivité.

◀ Entre 65 et 85 : Une très bonne attractivité commerciale

Les résultats actuels sont plus qu'encourageants tant le centre-ville présente un potentiel clair. Toutefois, le défi réside désormais dans la poursuite et l'amplification de cette dynamique positive. Pour atteindre un niveau d'excellence, il est nécessaire de continuer à investir dans les détails qui feront la différence.

◀ Entre 50 et 65 : Une attractivité commerciale satisfaisante

Les efforts sont visibles et doivent être salués. Trop de freins subsistent cependant pour pouvoir exprimer une pleine satisfaction quant à l'attractivité commerciale du centre-ville. Il serait pertinent de capitaliser sur ce qui fonctionne déjà, tout en restant attentif aux faiblesses nécessitant des ajustements.

◀ Entre 35 et 50 : Une attractivité commerciale limitée

Des résultats modestes persistent malgré une prise de conscience. Des initiatives ont déjà été mises en place, mais elles nécessitent un ajustement ou un renforcement pour avoir plus d'impact. En menant une réflexion large sur le centre-ville, et en prenant en compte les besoins des visiteurs et commerçants, une nouvelle impulsion pourrait avoir lieu. Il est capital de nourrir ce potentiel latent en multipliant les efforts, tant à échelle de la municipalité qu'au niveau des commerçants.

◀ Moins de 35 : Une attractivité commerciale insuffisante

Le centre-ville est marqué par son inertie, et les signes d'attractivité sont difficiles à percevoir. Un travail de refonte globale est indispensable pour redonner vie au centre-ville, tant pour son attractivité à l'égard des visiteurs, que pour la pérennité des commerçants. La situation actuelle, bien que préoccupante, constitue une opportunité précieuse de transformation profonde. Il est impératif de mener une réflexion stratégique visant à établir un cercle vertueux, où changements structurels et initiatives locales se renforcent mutuellement. Cela pourrait être la clé d'un renouveau pour ce centre-ville en difficulté.

Choix des villes présentées

Ce livre blanc présente un audit des villes de Cannes, Quimper, Cabourg, Bourg-en-Bresse et Gaillac, choisies pour leur diversité géographique et culturelle. Chaque ville offre un aperçu des réalités locales, permettant d'étudier comment elles répondent aux enjeux propres de leur territoire. Ce travail est une synthèse d'un audit type. Dans le cadre d'une mission I.A.C, le livrable proposera une analyse complète et exhaustive.

Cannes : une ville de renommée internationale

Ville touristique réputée et hôte d'événements majeurs.

Quimper : une ville avec une identité culturelle forte

Capitale culturelle de la Bretagne, riche en histoire et en patrimoine.

Cabourg : un centre-ville réduit et une attractivité saisonnière

Petite ville côtière emblématique du tourisme balnéaire en France.

Bourg-en-Bresse : le développement du commerce à proximité d'une métropole

Commune ayant développé son commerce malgré sa proximité avec Lyon.

Gaillac : la preuve que le monde rural sait être attractif

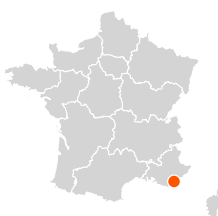
Ville ayant reçu de nombreux labels.



Cannes

France

76,1/100



Alpes-Maritimes,
Provence-Alpes-Côte d'Azur

TOP 3 INDICATEURS :

- #1  Projets pour la ville
- #2  Transports & Déplacements
- #3  Expérience client

Le centre-ville de Cannes se caractérise par la lisibilité de son organisation urbaine et commerciale. Dès son arrivée, le visiteur saisit rapidement la répartition des activités : le luxe domine le célèbre boulevard de la Croisette, la rue Hoche est animée par une offre gastronomique et de restauration variée, tandis que la rue d'Antibes s'affirme comme l'épicentre du commerce cannois.

La volonté de faire vivre une expérience mémorable à tous les clients a été constatée : ce souci du détail incite à les chaland à rentrer dans les magasins : la magnifique terrasse de « Zoa Bistrot » ; Les devantures commerciales de « Shay » et de « Famille Mary » ; ou encore la boulangerie « Marcelino », et sa mise en valeur du prix reçu pour sa baguette, visible depuis la rue.

Les visiteurs qui ont franchi le pas n'ont certainement pas été déçus par l'accueil chaleureux des commerces cannois. Les commerçants se distinguent par leur sympathie et leur convivialité. On pense notamment à l'ambiance accueillante chez « Emilie and the Cool Kids », aux éclats de rire partagés entre le personnel et les clients au restaurant « L'Ardoise », ainsi qu'à la qualité des conseils offerts chez « L Rêve Bijoux », à qui l'on souhaite un grand succès pour son futur changement de local.

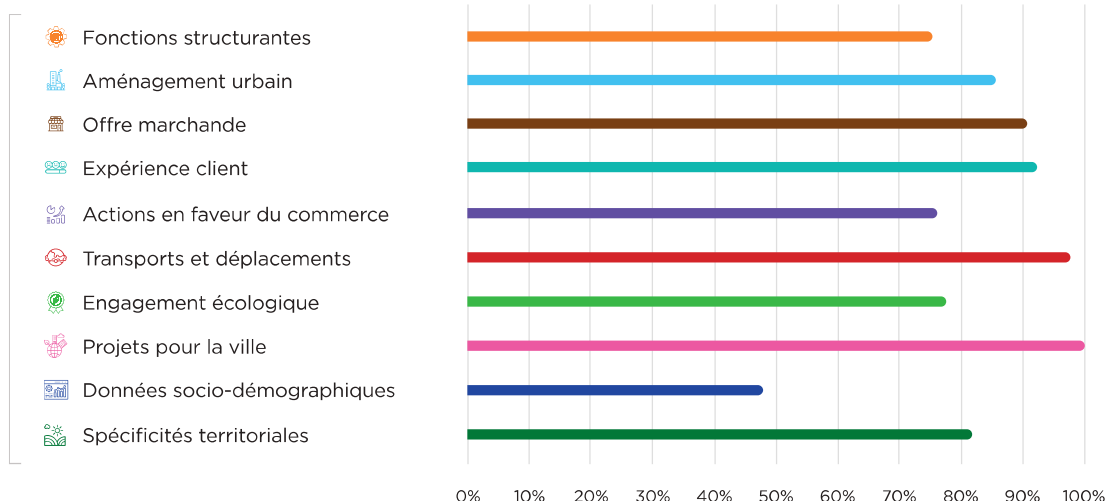
Les piétons ne sont pas en reste : les réaménagements des Allées de la Liberté invitent à la flânerie, tandis que le point d'eau devient un lieu de rencontre idéal pour les familles.

Ces transformations sont d'autant plus appréciées qu'elles renforcent l'attractivité autour du kiosque à musique. Cet attachement à la culture cannoise s'inscrit dans une stratégie plus large. En plus de l'animation autour du kiosque, l'identité cannoise s'affiche partout en centre-ville. On la retrouve, par exemple, sur les murs de la police municipale, dans le géomarketing inspiré d'Hollywood à proximité, ou encore à travers les multiples références au Festival de Cannes : que ce soit sur le sol, comme dans la Rue Hoche, ou sur des panneaux, comme ceux de la Rue Meynadier. Cette immersion dans le cœur de Cannes est empreinte d'une forte identité locale, offrant une expérience enrichissante à chaque touriste.

Notons malgré cela des axes d'amélioration. Certaines devantures commerciales ne sont clairement pas au niveau de l'excellence affichée dans le reste du centre-ville. En effet, cela tranche avec les devantures citées plus haut, mais également avec celles des enseignes de luxe. Toujours concernant l'offre commerciale, la vacance du centre commercial « Gray d'Albion » est à déplorer. En somme, les standards attendus pour une commune d'une telle envergure, et pour une destination touristique de premier plan, sont pleinement respectés.

Résultats

76,1/100



Fonctions structurantes : 75,6/100

La commune de Cannes bénéficie d'infrastructures variées (services publics, éducation, médical, ...) qui contribuent à l'épanouissement de ses résidents tout en renforçant son attractivité. Cette diversité de services favorise aussi le dynamisme économique du centre-ville. En effet, l'accès à ces infrastructures est un critère déterminant pour ceux qui choisissent de s'installer dans la commune. Ainsi, le développement commercial profite directement de cette organisation, la qualité de vie offerte par ces services fondamentaux devenant un atout majeur pour attirer nouveaux habitants et commerçants.

Aménagement urbain : 85,8/100

L'état du centre-ville de Cannes, à travers un aménagement harmonieux et de qualité, témoigne d'une réflexion approfondie sur le développement urbain. Les zones commerçantes, soigneusement aménagées, et les espaces publics, conçus avec attention, réussissent à attirer habitants et visiteurs de passage. Ce cadre agréable incite à la flânerie et à la découverte, favorisant ainsi une atmosphère vivante et accueillante.

L'aménagement autour du kiosque à musique, par exemple, illustre parfaitement cette tendance à valoriser l'espace public. Les récents travaux réalisés dans cette zone ont non seulement embelli cet espace, mais ont également permis de mettre en valeur ce monument patrimonial de la commune.

Offre marchande : 91,1/100

Le centre-ville de Cannes se distingue par une offre marchande de très grande qualité, proposant une large gamme de produits et services répondant aux attentes variées de ses habitants et visiteurs. Le luxe est omniprésent sur la Croisette, tandis que la rue Hoche attire par ses restaurants indépendants. De son côté, la rue d'Antibes s'affirme comme le centre névralgique du commerce, offrant une destination prestigieuse pour les clients. Cependant, la vacance de la galerie commerciale du Gray d'Albion représente un défi à surmonter pour parfaire cette dynamique commerciale.

Cannes France



Expérience client :

93,6/100

Les commerçants du centre-ville de Cannes s'efforcent de fournir un service de qualité et d'améliorer leurs interactions avec les clients. Cette attention contribue à la fidélité des clients et à l'attraction de nouveaux visiteurs. Le succès de ces établissements dépend de leur capacité à offrir une ambiance agréable et à répondre aux attentes des consommateurs. Cet effort pour garantir une expérience client soignée est évident dans les boutiques de luxe le long du boulevard de la Croisette, où le service est à l'image de la qualité des devantures. Ce souci du détail se retrouve également rue d'Antibes, où des commerces variés, visent également à créer un environnement accueillant pour les clients.

Actions en faveur du commerce :

76/100

La commune de Cannes s'investit activement dans le développement du commerce en centre-ville. Afin de maintenir cette dynamique positive, il est essentiel de renforcer le soutien au commerce local par la mise en place d'initiatives concrètes et mesurables. À cet égard, la commune a soigneusement élaboré la page commerce de son site internet. Cette page inclut une bourse des locaux vacants, offrant une fiche synthétique pour chaque local disponible. Elle propose également des informations claires sur les démarches à suivre pour ouvrir un commerce à Cannes, ainsi que la réglementation en vigueur. Enfin, des contacts de la Direction du Développement territorial sont mis à disposition pour répondre à d'éventuelles questions des entrepreneurs.



 Transports et déplacements :

96,9/100

La commune de Cannes dispose de moyens de transport diversifiés, facilitant l'accès aux commerces et dynamisant le centre-ville. Les options de déplacement rendent le cœur de la ville plus accessible. Cannes propose une large gamme de solutions de transport en commun, notamment des bus, comme Flixbus et le réseau Lignes d'Azur, qui desservent efficacement la ville. Deux aéroports à proximité, Cannes-Mandelieu et Nice-Côte d'Azur, renforcent aussi cette accessibilité. Par ailleurs, plusieurs gares, dont celles de Cannes, Cannes La Bocca, Le Bosquet, La Frayère et Ranguin, permettent un accès aisé en train. Enfin, le centre-ville est également accessible en voiture grâce à la RN7, la route Napoléon et l'autoroute A8.

 Engagement écologique :

77,7/100

La commune de Cannes affiche un fort engagement écologique, avec des pratiques durables largement adoptées par les commerces locaux. Cette implication en faveur de l'environnement constitue un argument clé pour attirer les clients soucieux de consommer de manière responsable dans le centre-ville. La question environnementale est particulièrement mise en avant, notamment par l'installation de bornes de recharge pour les voitures électriques. Parallèlement à cela, certaines enseignes prennent en considération la thématique environnementale (Naturalia, Axe Cash, etc.). Ces initiatives illustrent une volonté de promouvoir le commerce durable, contribuant à la sensibilisation des consommateurs et à la préservation de l'environnement.

 Projets pour la ville :

100/100

De nombreux projets innovants et ambitieux sont en cours dans la commune de Cannes, témoignant d'une vision claire pour dynamiser le commerce local. Ces initiatives s'inscrivent dans un cadre global d'amélioration de la qualité de vie des habitants. Parmi celles-ci, la réhabilitation complète du carreau de la halle du marché Forville est particulièrement attendue, visant à créer un espace moderne et fonctionnel pour les commerçants et les clients. De plus, la modernisation du Vieux-Port permettra d'améliorer l'accueil des visiteurs et d'embellir cet espace emblématique. La phase 2 des transformations pour le cœur bocassien comprend également la création d'une halle de marché, soutenant ainsi l'économie locale. Ces projets contribuent non seulement à dynamiser la ville, mais aussi à renforcer son attractivité commerciale.

Cannes France



Données socio-démographiques :

47,6/100

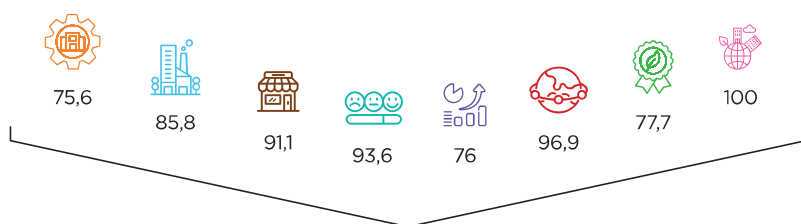
Cannes compte 73 255 habitants, dont 52 % résident dans des logements considérés comme des résidences principales. La médiane du revenu disponible par unité de consommation s'élève à 21 210 euros, tandis que le taux de pauvreté atteint 21 %. Toutefois, l'impact de ces facteurs sur la décision d'implanter des entreprises dans la ville est atténué par sa nature touristique. Ces chiffres révèlent une réalité socio-économique contrastée, avec une part significative de la population vivant en dessous du seuil de pauvreté.

Spécificités territoriales :

88,8/100

Cannes se distingue par sa performance en tant que destination touristique. La première impression est saisissante, grâce à l'élégance du centre-ville, qui allie des enseignes de luxe à un cadre environnant attrayant. L'aménagement urbain de qualité, combiné à la proximité immédiate d'une plage, constitue un atout majeur pour attirer les visiteurs et renforcer l'attrait de la ville. Ces éléments font de Cannes une destination privilégiée pour les touristes en quête d'élégance et de confort.

8 indicateurs



+

1er filtre

 **Indicateur “Données socio-démographiques”**

Effet du filtre : +2,6

+

2ème filtre

 **Indicateur “Spécificités territoriales”**

Effet du filtre : -14,2

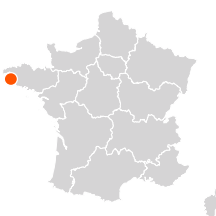
=

Score final :

76,1/100 |

Quimper France

64,7/100



Finistère,
Bretagne

TOP 3 INDICATEURS :

- #1 🏠 Projets pour la ville
- #2 🛒 Offre marchande
- #3 👤 Actions en faveur du commerce

La commune de Quimper présente une situation qui correspond aux attentes pour une localité de cette envergure. Les services et infrastructures remplissent leur rôle, et la qualité de vie des résidents est globalement satisfaisante. Si des optimisations peuvent être envisagées, rien ne signale de dysfonctionnements majeurs. Dans ce cadre, l'analyse qui suit porte principalement sur le volet commercial, où des axes d'amélioration concrets sont à considérer.

La première impression concernant l'expérience client est plutôt négative : les façades commerciales présentent une qualité très inégale, tant au niveau des devantures que des stores. Si certains commerces, comme la crêperie 'La Krampouzerie', attirent les chalands, d'autres peinent à susciter le même intérêt.

Le marché de Quimper, quant à lui, n'incite pas à la découverte. Les stores sont envahis de mousse végétale et les toitures manquent d'entretien. Cela est d'autant plus regrettable qu'il existe un potentiel pour en faire un véritable lieu de rencontre. Une table centrale, à l'image des Food Courts, pourrait offrir un espace convivial, mais le manque de confort compromet cette initiative.

Bien que l'offre commerciale soit variée et que les commerçants du marché fassent preuve de sympathie, ces atouts sont atténués par la dégradation des infrastructures.

Par ailleurs, l'attractivité commerciale du trajet reliant la gare au centre-ville mérite d'être repensée. L'une des premières images que les visiteurs ont de Quimper est celle de vitrines négligées, ce qui nuit à l'impression initiale.

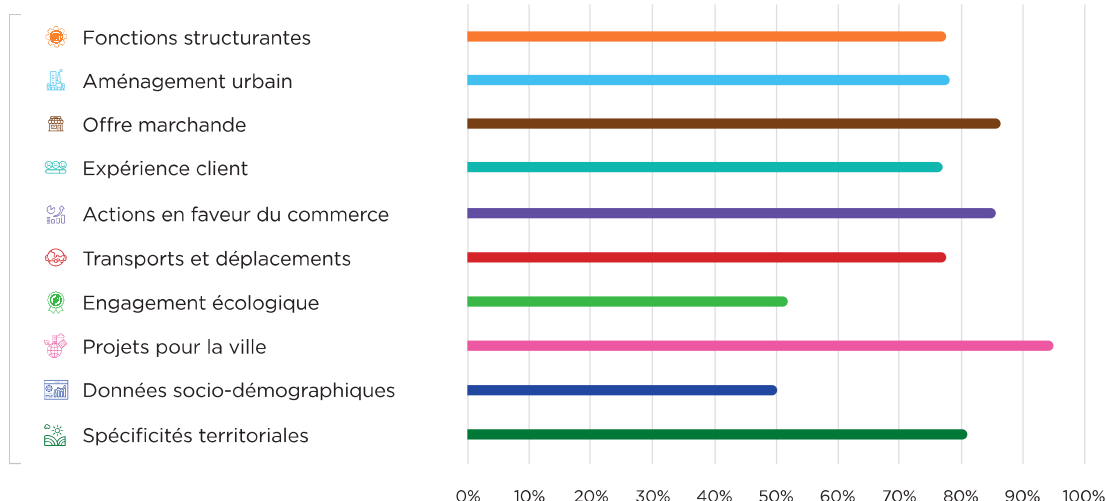
Toutefois, il serait injuste de se limiter à ce constat critique. Le centre-ville de Quimper dispose d'atouts indéniables qu'il ne faut pas sous-estimer. La ville valorise l'identité bretonne à travers divers éléments : la décoration du commerce 'Art de Cornouaille', le logo de 'Gast', les chips de sarrasin vendues en épicerie fine, ou encore la passion avec laquelle le personnel de 'Au bout vieux temps' nous a présenté le Kouign-amann.

En parallèle, des initiatives louables sont portées par les commerçants, comme la mise en avant de l'artisanat local chez 'Amélie and Co', l'originalité des sacs surprises de 'Shop for Geek', ou encore la valorisation du savoir-faire des 'Macarons de Philomène'.

En somme, le centre-ville de Quimper oscille entre des éléments passables et des réalisations d'excellence. Cette dualité témoigne d'un potentiel considérable, et un sursaut pourrait suffire à transformer ce cadre en une véritable réussite.

Résultats

64,7/100



Fonctions structurantes : 77,8/100

La commune de Quimper bénéficie d'infrastructures qui favorisent un environnement accueillant et propice à l'épanouissement de ses habitants. Cette synergie contribue à la stabilité de la clientèle du centre-ville. Quimper se distingue par ses résultats conformes aux attentes dans ses fonctions structurantes, notamment grâce à une offre culturelle riche. Le Musée des Beaux-Arts et le Musée Départemental Breton offrent des occasions d'apprentissage et de découverte, tandis que le Théâtre de Cornouaille propose une programmation variée d'événements culturels.

Aménagement urbain : 78,1/100

Les espaces publics du centre-ville de Quimper sont conçus avec soin, offrant une expérience de visite de haute qualité qui incite les gens à revenir. L'aménagement et l'architecture jouent un rôle essentiel dans l'attrait de cet environnement urbain. La propreté et l'entretien des lieux sont particulièrement visibles autour de la place Saint Corentin et de la cathédrale, où les visiteurs peuvent profiter d'un cadre agréable et accueillant.

Offre marchande : 86,5/100

Le centre-ville de Quimper répond aux attentes tant des visiteurs que des habitants. L'offre commerciale y est à la fois diversifiée et attractive, même si le potentiel du marché alimentaire n'est pas pleinement exploité. Une rénovation ciblée pourrait permettre d'atteindre une performance optimale pour le centre-ville.

Quimper France



Expérience client :

77/100

Les commerçants de Quimper s'investissent pleinement dans le service à la clientèle. Cette attention portée à la satisfaction des clients stimule le commerce local et contribue à l'attrait de la ville. L'expérience client est enrichie par la valorisation de la culture bretonne. En proposant des spécialités locales aux touristes et en engageant des échanges pédagogiques, les commerçants s'efforcent de faire découvrir la Bretagne. Ces interactions renforcent les liens entre les commerçants et les clients tout en promouvant les produits locaux. Ce souci d'authenticité et de partage instaure une ambiance conviviale et chaleureuse qui invite à la découverte et à l'échange. Ainsi, Quimper se présente comme une destination où le commerce va de pair avec la culture, offrant une expérience qui rapproche visiteurs et habitants autour des richesses de la région.

Actions en faveur du commerce :

84,6/100

La commune s'emploie concrètement en faveur du commerce, en mettant en place des initiatives destinées à dynamiser l'activité commerciale et à encourager l'implantation de nouveaux commerces. Par exemple, le jeu-concours lancé le 20 septembre dernier valorise les commerces de la commune, incitant ainsi les habitants et les visiteurs à découvrir ces établissements. De telles initiatives favorisent une meilleure connaissance des offres locales et renforcent le lien entre les clients et les acteurs du commerce.



 Transports et déplacements :
78,7/100

Le centre-ville de Quimper bénéficie d'un réseau de transport bien développé, facilitant l'accès aux visiteurs et résidents. Cette accessibilité favorise la fréquentation des commerces et attire de nouveaux commerçants, ce qui augmente le potentiel économique de la zone. Par ailleurs, l'agglomération a engagé une réflexion ambitieuse sur les mobilités à l'horizon 2030, témoignant d'une prise de conscience significative de l'importance des transports. Cette démarche contribuera également à améliorer l'attractivité des commerces du centre-ville de Quimper.

 Engagement écologique :
52,5/100

Bien que des initiatives soient déjà en place (comme une collecte de smartphones usagés), celles-ci doivent être renforcées pour atteindre un niveau plus avancé. Le niveau de végétalisation du centre-ville fait défaut et constitue un axe d'amélioration significatif. Les commerçants adoptent cependant des comportements exemplaires en matière de durabilité, contribuant ainsi à une dynamique positive.

 Projets pour la ville :
94,1/100

La municipalité de Quimper s'engage dans divers projets pour dynamiser la vie communale. Parmi les projets en cours, peuvent être mentionnées la restauration du théâtre Max-Jacob et la création d'une halle gourmande. Par ailleurs, la rénovation du Musée des Beaux-Arts vise à améliorer l'efficacité énergétique du bâtiment tout en préservant son patrimoine. Enfin, une réflexion sur l'aménagement du quai de l'Odét est également en cours, ce qui contribuera à embellir et dynamiser cet espace public. Ces projets illustrent la volonté affirmée de la municipalité de créer un cadre de vie attractif et dynamique.

Quimper France



Données socio-démographiques :

48,7/100

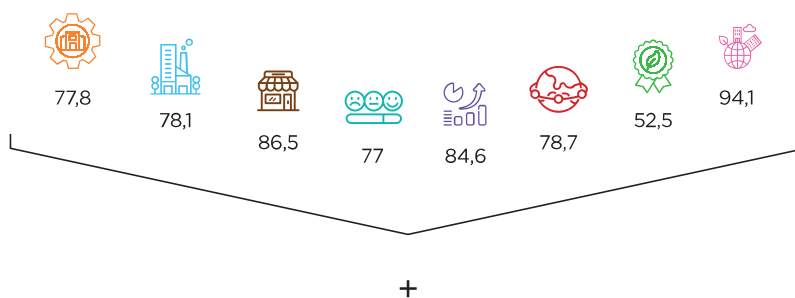
La commune de Quimper compte 63 642 habitants, dont 88,1 % des logements sont des résidences principales et 55 % des ménages sont propriétaires. De plus, la médiane du revenu disponible par unité de consommation atteint 22 700 euros. Ces données soulignent une implantation résidentielle solide, avec une majorité de propriétaires, ce qui reflète l'attractivité durable de la ville pour ses habitants.

Spécificités territoriales :

81,2/100

Quimper démontre son engagement en faveur de la revitalisation de son cœur de ville à travers le programme "Action Cœur de Ville". Les commerçants tirent parti de cette initiative en s'efforçant de s'y adapter, notamment par une forte présence numérique et des stratégies de street marketing.

8 indicateurs



+

1er filtre

 **Indicateur “Données socio-démographiques”**

Effet du filtre : +1

+

2ème filtre

 **Indicateur “Spécificités territoriales”**

Effet du filtre : -15

=

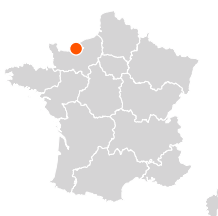
Score final :

64,7/100

Cabourg

France

52/100 |



Calvados,
Normandie

TOP 3 INDICATEURS :

- #1 🚗 Transports & Déplacements
- #2 🛒 Offre marchande
- #3 🌿 Spécificités territoriales

À Cabourg, le commerce est principalement saisonnier, avec des pics annuels qui ne suffisent pas à dynamiser le centre-ville tout au long de l'année. La population limitée de la commune restreint les possibilités commerciales.

L'audit a également pris en compte le caractère touristique de Cabourg et sa renommée. Les commerçants sont conscients de l'attractivité de la ville pour les touristes, comme en témoigne le buste de Marcel Proust au sein de la boutique « Les Coques de Cabourg » ou les produits estampillés Cabourg chez « Ambiance Marine ». De plus, cette expérience touristique est inclusive, avec un grand nombre de commerces accessibles aux personnes à mobilité réduite, ce qui mérite d'être souligné.

En ce qui concerne l'expérience client, Cabourg ne déçoit pas. Le charme du restaurant « L'Olivier » est à la hauteur de sa devanture, les crêpes de savon de « Ma Ki Bell » se démarquent par leur originalité, et « J'irai revoir ma Normandie » accueille les chiens avec bienveillance. Le soin apporté à la façade du restaurant « L'Atelier » contribue également à cette expérience.

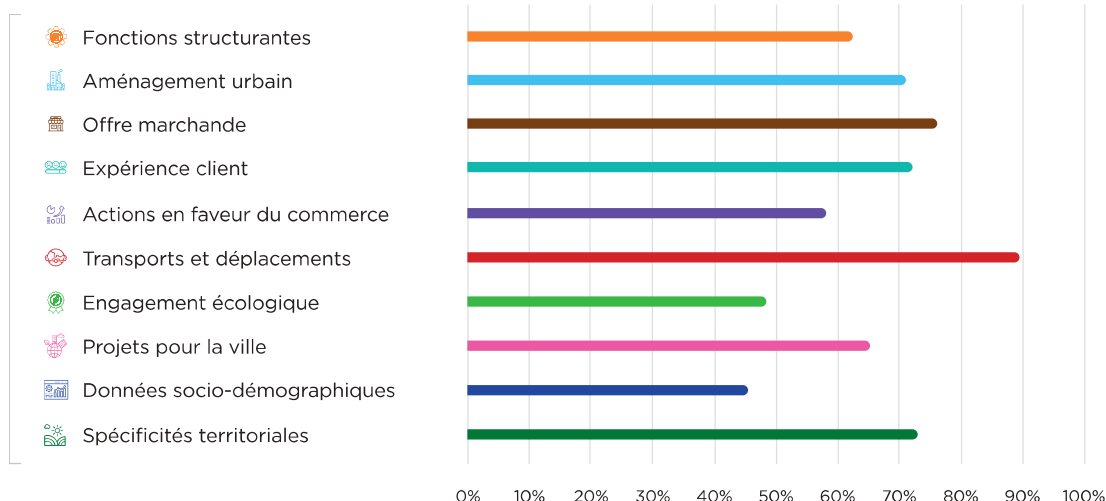
Le marché alimentaire met en valeur les savoir-faire locaux, renforçant ainsi le patrimoine de l'offre commerciale tout en étant bénéfique sur le plan écologique grâce aux circuits courts. Les visiteurs peuvent y acheter des galettes normandes et des huîtres d'Isigny en vente directe. De plus, l'encouragement à apporter des sacs et contenants pour favoriser le vrac souligne un engagement écologique partagé, valorisé par des actions de sensibilisation.

Cependant, ces atouts impactent encore trop peu le commerce du centre-ville. Malgré cela, l'optimisme est de mise : bien que des limites structurelles soient présentes, la situation peut être améliorée par une meilleure optimisation du territoire. Cabourg affiche des résultats très positifs pour une collectivité de taille modeste, et le centre-ville répond aux attentes. En tant que centre d'une commune touristique, cette dynamique peut être renforcée.

L'engagement des élus doit être salué, tout comme leur projet de création d'un observatoire du commerce. Le centre-ville possède un potentiel certain et est déjà sur la bonne voie.

Résultats

52/100



Fonctions structurantes : 62,4/100

Le caractère touristique de Cabourg permet à cette ville, moins peuplée en dehors des saisons touristiques, de disposer de fonctions structurantes. Cependant, des équipements supplémentaires sont nécessaires pour renforcer l'attractivité générale de la commune pendant les périodes creuses.

Aménagement urbain : 70,8/100

La commune et son centre-ville bénéficient d'un aménagement urbain réfléchi. Cette organisation favorise le développement commercial, invitant résidents et visiteurs à apprécier cet environnement accueillant. En effet, le choix de rendre le centre-ville de Cabourg piéton illustre la volonté municipale de créer un cadre propice à la flânerie.

Offre marchande : 76,5/100

Bien que quantitativement limitée, l'offre commerciale est en adéquation avec la taille du centre-ville, garantissant une diversité de services et produits adaptés aux besoins des consommateurs. Ce soin apporté à l'aménagement commercial permet de créer une ambiance agréable et conviviale, où résidents et touristes peuvent aisément trouver ce qu'ils recherchent, renforçant ainsi l'attractivité du centre-ville.

Cabourg France



Expérience client :

71,9/100

La commune propose une expérience client de qualité, grâce à un service à la clientèle attentif et professionnel. Cette atmosphère accueillante favorise la fréquentation des commerces et stimule l'économie du centre-ville. Cette expérience est enrichie par la vente de produits emblématiques du patrimoine local, comme les coques de Cabourg. Cette démarche permet aux visiteurs de s'immerger dans l'ambiance du centre-ville, suscitant leur envie de consommer sur place. En intégrant ces spécialités au commerce local, Cabourg crée un lien entre les visiteurs et son patrimoine, renforçant ainsi l'attrait de la destination.

Actions en faveur du commerce :

57,7/100

À travers la création d'un observatoire dédié, la municipalité affirme son engagement envers le commerce local, visant à mieux comprendre et répondre aux besoins du centre-ville. Même si des défis subsistent, et outre une situation actuelle en demi-teinte, ces efforts combinés laissent espérer une vitalité croissante du tissu commercial local.



 Transports et déplacements :
89,8/100

La proximité du centre-ville avec la plage représente un atout majeur, offrant une continuité harmonieuse entre l'espace urbain et le front de mer. Cette connexion fluide encourage les touristes à explorer le centre-ville et à se rendre dans les commerces. En effet, cette facilité de déplacement transforme le centre en un lieu où il fait bon vivre. Les vacanciers peuvent ainsi alterner entre les activités urbaines et les plaisirs balnéaires.

 Engagement écologique :
47,2/100

Les initiatives restent en deçà des normes attendues pour un commerce véritablement durable. Cette insuffisance pourrait dissuader certains commerçants et clients sensibles aux enjeux environnementaux. Malgré cela, le marché alimentaire du centre-ville illustre une prise de conscience croissante concernant les questions écologiques. Par exemple, les produits locaux provenant de circuits courts y sont valorisés, et des efforts sont faits pour encourager la vente en vrac.

 Projets pour la ville :
64,7/100

Plusieurs projets de loisirs sont déjà en cours, promettant d'enrichir l'offre culturelle et sportive de la ville. Parmi ces initiatives, la réhabilitation du théâtre à l'italienne permettra de mieux accueillir les activités culturelles, tandis que la rénovation des courts de tennis ravira les passionnés de sport. Par ailleurs, d'autres formes de divertissement bénéficieront également d'un nouvel élan, notamment avec la création d'un centre aqualudique avenue Guillaume Le Conquérant, ainsi que l'ouverture d'un nouveau casino avenue de la Brèche Buhot.

Cabourg France



Données socio-démographiques :

45,7/100

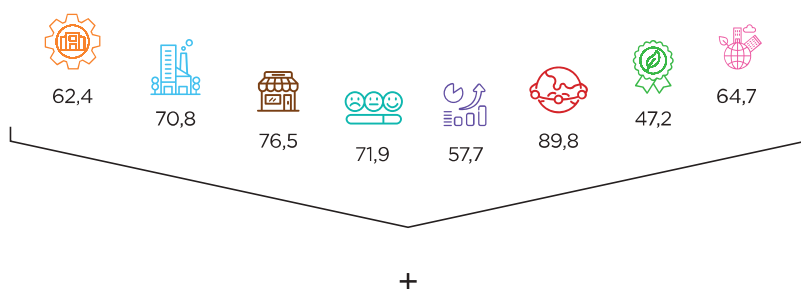
Cabourg compte une population de 3 583 habitants, mais il est à noter que 80 % des logements sont des résidences secondaires. Ce chiffre souligne la nature temporaire de nombreux occupants, liée à l'attrait touristique de la commune. De plus, la médiane du revenu disponible par unité de consommation s'élève à 22 886 euros.

Spécificités territoriales :

73,6/100

Le centre-ville de Cabourg est conçu de manière cohérente avec son caractère touristique. Sa proximité avec le Grand Hôtel et la plage renforce cette attractivité. Enfin, le tourisme à Cabourg est inclusif. De nombreuses rampes d'accès sont installées à l'entrée des commerces, garantissant ainsi que chacun puisse profiter des services proposés dans le centre-ville.

8 indicateurs



1er filtre

 **Indicateur “Données socio-démographiques”**

Effet du filtre : +0,1

+

2ème filtre

 **Indicateur “Spécificités territoriales”**

Effet du filtre : -18,6

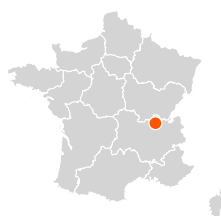
=

Score final :

52/100 |

Bourg-en-Bresse France

59,3/100



Ain,
Auvergne-Rhône-Alpes

TOP 3 INDICATEURS :

- #1  Aménagement urbain
- #2  Spécificités territoriales
- #3  Offre marchande

Le centre-ville de Bourg-en-Bresse est facilement accessible, que ce soit par la gare ou les lignes de bus. Si les mobilités douces sont bien présentes, les déplacements piétons n'en sont pas moins valorisés, grâce à une conception urbaine qui rend la visite agréable. La place Bernard en est un exemple, malgré la présence des voitures, tout comme le mobilier urbain thématique autour de la musique près du conservatoire, et les nombreux espaces piétonnisés au cœur de la ville.

L'audit a également relevé la présence de services essentiels à la population. Les services municipaux sont représentés par l'Hôtel de ville, l'offre culturelle par la médiathèque Albert Camus, et les infrastructures éducatives avec, par exemple, les établissements du boulevard Brou. Un autre signe d'une conception urbaine réfléchie est la proximité de l'aire de jeux située près de la rue des Bons Enfants, démontrant que la ville a été pensée non seulement pour les adultes, mais aussi pour les enfants. L'expérience visiteur reflète ainsi ce que l'on imagine être l'expérience des résidents.

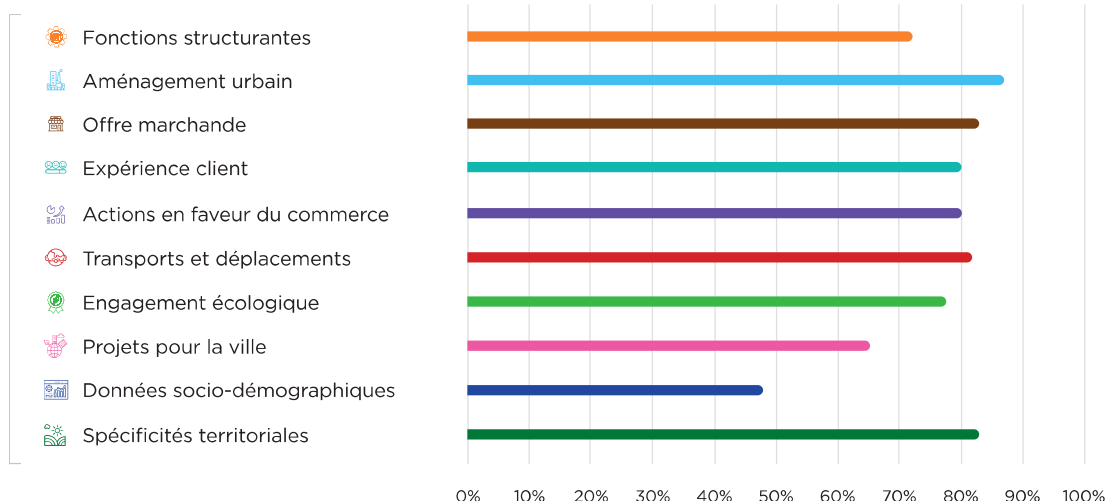
Quant à l'expérience client, elle frôle également l'excellence. En complément des efforts municipaux, les commerçants contribuent à créer un environnement soigné et accueillant. Par exemple, l'originalité de Rod's, où les clients peuvent cuire eux-mêmes leur viande à la flamme, la propreté impeccable de Cash Converter et sa vitrine soignée, ou encore la diversité de l'offre chez Bois Soleil, illustrent ce souci du détail. La qualité exceptionnelle du service à la clientèle dans tout le centre-ville est particulièrement notable.

À cela s'ajoute la convivialité du Food Hall, véritable lieu de rencontre, où les aménagements encouragent les visiteurs à prolonger leur expérience commerciale. Plus qu'un simple marché, il incarne la convivialité et la qualité du commerce local.

Cependant, il existe une marge de progression, notamment au niveau de la rue Charles Robin. À mesure que l'on s'éloigne du cœur de ville, la qualité perçue diminue sensiblement, créant un contraste frappant avec le reste du centre-ville.

Résultats

59,3/100



Fonctions structurantes : 73,1/100

À Bourg-en-Bresse, la vie quotidienne est facilitée grâce à l'accès aux services essentiels répartis dans plusieurs zones du centre-ville. Par exemple, la présence de la mairie sur la place de l'Hôtel de Ville, de la médiathèque rue Lalande et de la Poste rue Bernard témoigne de cette volonté d'offrir des infrastructures pratiques et accessibles, contribuant ainsi à renforcer le lien entre les habitants et leur cadre de vie.

Aménagement urbain : 86,8/100

Le centre-ville de Bourg-en-Bresse se distingue par un aménagement réfléchi, où chaque espace public réussit à allier esthétisme et praticité. Cette structure harmonieuse contribue à renforcer l'attractivité de la zone, incitant aussi bien les habitants que les visiteurs à s'y promener et à en profiter pleinement. L'ensemble du centre-ville séduit par son charme indéniable, reflété dans sa qualité architecturale et paysagère.

Offre marchande : 83,4/100

Le centre-ville de Bourg-en-Bresse propose une offre commerciale qui répond efficacement aux besoins de sa clientèle, ce qui favorise une fréquentation régulière et contribue à son rôle de moteur économique pour la commune. Parmi les établissements notables, le Beau Marché se distingue par sa sélection alimentaire de qualité. Ce lieu offre aux clients une expérience d'achat agréable, caractérisée par une ambiance conviviale et chaleureuse.

Bourg-en-Bresse France



👤 Expérience client :

80,2/100

Les commerces du centre-ville, bien organisés et attentifs à la qualité du service, garantissent aux visiteurs une expérience plaisante et efficace. L'accueil chaleureux et la satisfaction des consommateurs favorisent une venue régulière en centre-ville. L'expérience client y est de qualité, soutenue par des locaux bien agencés et des commerçants accueillants. De plus, une attention particulière a été portée à la création d'ambiances uniques qui enrichissent cette expérience. Par exemple, la thématique des jeux vidéo chez "Gamecash" attire les passionnés, tandis que les décors inspirés de l'univers d'Harry Potter chez "Les 3 Reliques" plongent les visiteurs dans un monde enchanteur.

👤 Actions en faveur du commerce :

80,6/100

Les actions locales en faveur du commerce illustrent un engagement fort en matière de développement économique, témoignant d'une volonté de dynamiser le centre-ville. La municipalité s'engage activement en faveur du commerce local, notamment en mettant en place des postes clés pour accompagner les commerçants. En effet, les commerçants de Bourg-en-Bresse disposent de deux interlocuteurs spécialisés dans le commerce, à savoir une Manager de centre-ville et une élue dédiée au commerce et à l'artisanat.



 Transports et déplacements :
81,7/100

Le réseau de transport offre une accessibilité certaine au centre-ville. Cette circulation aisée favorise un flux constant de clients, indispensable à l'effervescence des commerces locaux et renforçant ainsi la vitalité économique du cœur de ville. Les commerces de Bourg-en-Bresse sont accessibles de plusieurs manières : il est possible d'y accéder en empruntant les espaces piétonniers, les lignes de bus régulières Rubis ou encore la navette gratuite. Les automobilistes bénéficient également de parkings à proximité, facilitant l'accès en voiture et contribuant à dynamiser le centre.

 Engagement écologique :
77,7/100

La commune affiche un véritable engagement envers la durabilité, avec des initiatives écologiques qui s'intègrent harmonieusement dans la vie quotidienne des commerces et des espaces publics. Cet engagement se traduit par la présence de commerces responsables dans le centre-ville de Bourg-en-Bresse, contribuant à une consommation plus éthique. En effet, l'audit a révélé un score maximal pour l'implication des commerçants envers la thématique environnementale (produits reconditionnés, tri, etc.).

 Projets pour la ville :
64,7/100

Différents projets sont en cours à Bourg-en-Bresse, témoignant d'une volonté de transformation urbaine. Parmi eux, la création d'espaces publics et de logements dans le quartier du Pont des Chèvres vise à améliorer le cadre de vie tout en renforçant l'attractivité de la ville. La rénovation de la co-cathédrale Notre-Dame met en valeur le patrimoine architectural local, tandis que les initiatives de rénovation thermique et de végétalisation dans plusieurs établissements scolaires de la ville illustrent un engagement en faveur de l'environnement et du bien-être des jeunes générations.

Bourg-en-Bresse France



 Données socio-démographiques :

47,4/100

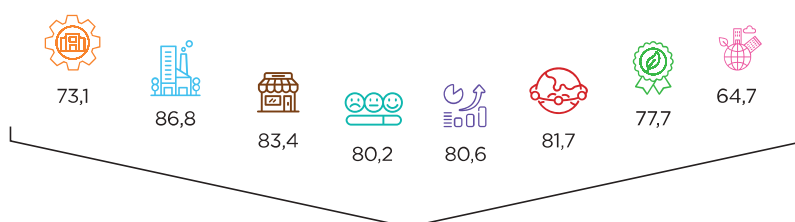
Avec une population de 41 525 habitants, la commune a vu son emploi croître à une moyenne de 0,9 % par an ces dernières années, mais la médiane du revenu disponible par unité de consommation, fixée à 20 210 euros, souligne un niveau de vie modéré. De plus, le taux de chômage chez les 15 à 64 ans atteint 15,8 %, indiquant une dynamique économique quelque peu négative.

 Spécificités territoriales :

83,6/100

Le centre-ville de Bourg-en-Bresse atteint un très bon niveau d'optimisation, offrant une expérience agréable aux visiteurs et aux résidents. Les commerçants répondent efficacement aux attentes que l'on peut avoir d'une commune de cette taille, en participant activement à la création d'un environnement où l'offre commerciale est à la fois variée et innovante.

8 indicateurs



+

1er filtre

 **Indicateur "Données socio-démographiques"**

Effet du filtre : -8,6

+

2ème filtre

 **Indicateur "Spécificités territoriales"**

Effet du filtre : -11,6

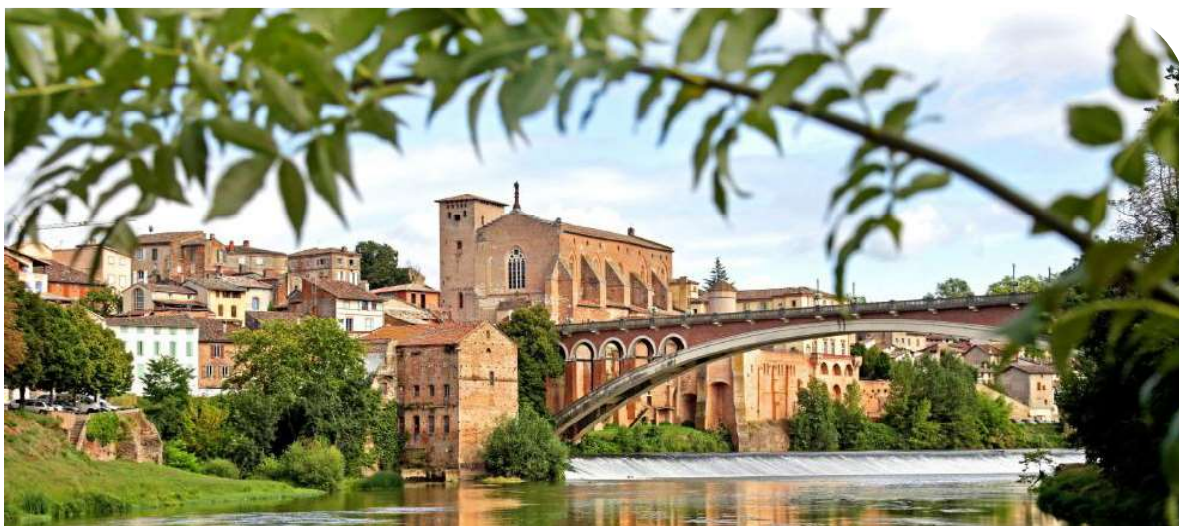
=

Score final :

59,3/100

Gaillac France

78,1/100



Tarn,
Occitanie

TOP 3 INDICATEURS :

#1 🏡 Spécificités territoriales

#2 🛒 Offre marchande

#3 🌞 Fonctions structurantes

Gaillac, située dans le Tarn, est une ville qui combine une atmosphère conviviale avec une organisation urbaine réfléchie. Elle se déploie autour d'un centre historique, réputé notamment pour sa Cité Abbatale en entrée de ville, ses ruelles pavées et ses bâtiments en briques typiques.

Le centre-ville, bien organisé, permet de circuler aisément. Plusieurs parkings facilitent l'accès et permettent de profiter de la ville à pied. C'est notamment le cas de celui de la place d'Hautpoul, face à l'Hôtel de ville. Des travaux d'ampleur sont d'ailleurs en cours et permettront de végétaliser le parvis. Ce qui semble être une bonne nouvelle en matière d'environnement, ne l'est pas nécessairement pour les commerçants, qui redoutent une baisse de la clientèle.

Hormis cela, l'offre commerciale de Gaillac est variée et cohérente, car elle mélange des commerces indépendants et des enseignes nationales.

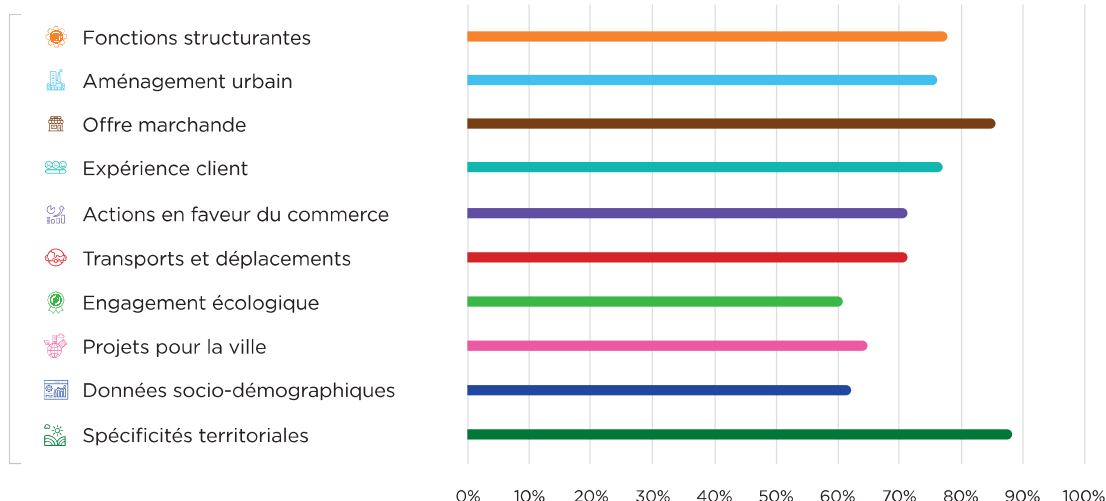
De nouveaux concepts y sont même implantés, comme le Garôleux, bar à jeux de société et café situé rue Portal.

Le marché hebdomadaire place Jean Jaurès bénéficie de son côté d'une halle de style occitan et fait la part belle aux producteurs locaux. L'ambiance y est animée, tout comme sur la place de la Libération, où les grandes aires piétonnes équipées de bancs incitent à la flânerie et créent des lieux de convivialité. Les événements culturels rythment également la vie du centre-ville et contribuent à son dynamisme, grâce à la salle de spectacles et aux initiatives locales, comme lors de l'inauguration du centre social Mosaïque.

En résumé, Gaillac est une ville où il fait bon vivre, qui a su tirer parti de son patrimoine tout en ayant une approche moderne et durable. Léger bémol au sujet de certaines façades d'immeubles et devantures de commerces, qui mériteraient parfois d'être un peu mieux entretenues.

Résultats

78,1/100



Fonctions structurantes : 78/100

Le centre-ville de Gaillac se distingue par sa capacité à répondre aux attentes quotidiennes de la population, jouant un rôle structurant pour l'ensemble de la commune. En concentrant les principales fonctions nécessaires à la vie des résidents, il devient un véritable pôle d'attraction. Par exemple, le Centre Communal d'Action Sociale (CCAS) et la mairie, situés place d'Hautpoul, offrent un point centralisé pour les administrés, facilitant l'accès aux démarches. De plus, l'établissement privé Saint Joseph de l'Apparition, situé boulevard Gambetta, enrichit la diversité des services éducatifs disponibles et répond aux besoins des familles.

Aménagement urbain : 76,3/100

L'aménagement urbain de Gaillac s'attache à valoriser son riche patrimoine, marqué par de nombreux monuments historiques tels que l'abbaye Saint-Michel et le château de Foucaud. La ville conjugue habilement la préservation de cet héritage avec des infrastructures modernes pour répondre aux besoins actuels des habitants. Cette approche vise à renforcer l'attractivité de Gaillac tout en préservant son identité historique, assurant un cadre de vie agréable et durable.

Offre marchande : 84,5/100

Le commerce à Gaillac joue un rôle central dans la vitalité de la ville, offrant une diversité de boutiques, d'artisans et de marchés locaux qui participent à l'animation du centre-ville. En plus des commerces traditionnels, la ville accueille régulièrement des marchés gourmands et des événements saisonniers qui mettent en valeur les produits du terroir. Ce dynamisme commercial attire à la fois les habitants et les visiteurs, renforçant l'économie locale.

Gaillac France



Expérience client :

76,2/100

L'expérience client à Gaillac se distingue par son authenticité et son accueil chaleureux. En flânant dans les rues du centre-ville, les visiteurs découvrent des commerces de proximité où les artisans prennent le temps de conseiller et d'échanger. Le marché de la place du Griffoul et ses commerçants locaux renforcent ce lien de proximité et d'authenticité. Gaillac propose ainsi une expérience qui mêle convivialité, service personnalisé et qualité des produits, offrant aux clients un cadre agréable et une immersion dans la culture locale. Ce charme, mêlant tradition et modernité, fait de Gaillac une ville où l'on se sent bien accueilli.

Actions en faveur du commerce :

71,4/100

Gaillac a réussi à insuffler une dynamique positive au cours des dernières années. La commune a notamment attiré plusieurs dizaines de commerces grâce à des stratégies audacieuses, comme la mise en place d'une subvention de 1 500€ pour les nouveaux commerçants. La visibilité donnée au centre-ville grâce à l'organisation de festivals a aussi largement contribué à renforcer cette attractivité et à faire venir de nombreux touristes. Enfin, le recrutement d'une Manager de centre-ville illustre cette volonté de soutien au commerce, les locaux vacants étant surveillés de près et le cas échéant loués en galeries temporaires, permettant de maintenir une animation commerciale.



 Transports et déplacements :
71,9/100

Le centre-ville se dévoile comme un lieu facilement accessible, attirant à la fois résidents et visiteurs. En témoigne un grand nombre de parkings publics, comme celui de la place d'Hautpoul. Dans le cadre de l'amélioration des transports en commun, la communauté d'agglomération a récemment lancé la nouvelle ligne 5 de bus, le Tour de ville. En améliorant les liaisons, cette initiative permet de lever certains freins à l'acte d'achat, comme l'éloignement géographique des habitants.

 Engagement écologique :
60,8/100

En mettant en œuvre des actions concrètes pour promouvoir la durabilité, la commune de Gaillac transforme le quotidien des commerces et des espaces publics en intégrant des pratiques écologiques. En témoigne notamment ses réflexions sur la piétonisation du centre-ville, visant à favoriser les déplacements doux et à réduire la pollution. De plus, le projet de création d'une chaufferie automatique à bois témoigne de son ambition en matière d'engagement écologique.

 Projets pour la ville :
64,7/100

Des initiatives sont déployées pour vitaliser le centre-ville de Gaillac, et en poursuivant sur cette voie, celui-ci pourra évoluer vers un environnement encore plus accueillant et fonctionnel. La commune est engagée dans plusieurs projets significatifs visant à améliorer son cadre de vie. Tout d'abord, la rénovation de la place de l'Hôtel de ville sera accompagnée de la création d'un parvis végétalisé, offrant ainsi un espace public attrayant pour les résidents. Parallèlement, le quartier de Lentajou fera l'objet d'une réhabilitation, visant à moderniser ses infrastructures et à renforcer son attractivité. Enfin, le gymnase Camus sera étendu.

Gaillac France



Données socio-démographiques :

62,2/100

Avec une population de 15 663 habitants, Gaillac a connu une légère diminution entre 2015 et 2021, en raison d'un solde naturel négatif de -0,4 % par an, dû à un excès de décès par rapport aux naissances. Cependant, cette tendance a été compensée par un solde migratoire positif de 0,6 % par an, indiquant que plus de personnes s'installent à Gaillac qu'elles ne la quittent.

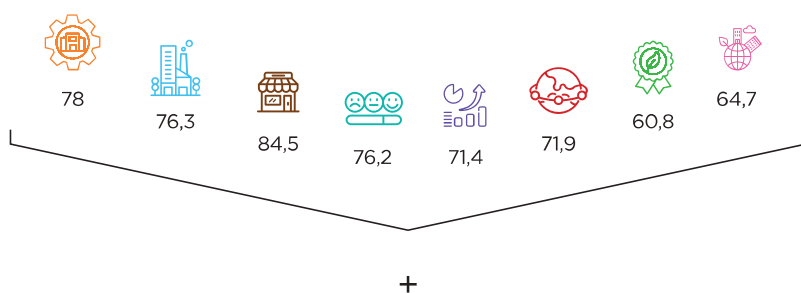
Spécificités territoriales :

87,6/100

Le centre-ville de Gaillac est tout à fait à la hauteur des attentes qu'il peut susciter de part son riche patrimoine historique et culturel.

L'attractivité de la ville qui en découle est bien appréhendée grâce à des accès propices à l'accueil de visiteurs. Le terroir est également mis à l'honneur de manière régulière grâce aux commerçants et aux restaurateurs proposant sur leurs cartes des mets locaux.

8 indicateurs



1er filtre

 **Indicateur “Données socio-démographiques”**

Effet du filtre : +13,9

+

2ème filtre

 **Indicateur “Spécificités territoriales”**

Effet du filtre : -11,1

=

Score final :

78,1/100 

Les I.A.C : La Méthode

La méthode des I.A.C Mall & Market fournit une évaluation détaillée et objective de l'attractivité commerciale. Elle repose sur un relevé de terrain clair et exhaustif, enrichi par l'expertise de Mall & Market, forte de plus de 30 ans d'expérience. Grâce à ses 8 indicateurs clés, combinés aux 2 indicateurs filtres, cet outil permet une compréhension approfondie des dynamiques locales. Avec ses 231 critères, il offre une grille d'analyse nuancée qui dépasse les simples mesures quantitatives. Ce cadre méthodologique garantit la reproductibilité des résultats, la précision de l'audit et la fiabilité du score obtenu.

Les I.A.C : Applicable du Village à la Métropole

Cette méthode permet d'identifier les forces et faiblesses de chaque territoire, en prenant en compte les données socio-démographiques et les spécificités territoriales. Chaque étude fournit un aperçu des réalités de chaque ville, facilitant l'analyse de la manière dont elles répondent aux enjeux propres à leur environnement. Le livre blanc a fait des choix marquants concernant les villes présentées - sous la forme d'une synthèse d'un audit type - reflétant la diversité des communes françaises :

- une ville de renommée internationale,
- une ville à forte identité culturelle,
- un centre-ville compact et à l'attractivité saisonnière,
- une ville dans l'aire d'influence d'une grande métropole,
- une ville rurale dotée de labels distinctifs.

Les I.A.C : Un Processus d'Amélioration Continue

La méthode favorise ainsi une planification à long terme, en établissant un cadre de référence utilisable pour évaluer les progrès réalisés dans le temps. Ce suivi ponctuel permet de mesurer l'efficacité des politiques mises en place, d'ajuster les stratégies si nécessaire et d'optimiser les résultats attendus sur le long terme. Plutôt que de considérer le centre-ville comme un espace statique, cette approche met en lumière son caractère évolutif en tant que processus d'amélioration continue.



01 58 05 15 15
18 rue Troyon - 75017 Paris
contact@mallandmarket.com
www.mallandmarket.com

2025