

# BERGERAC CENTRE-VILLE



5 axes pour  
redynamiser  
le commerce



## CONTEXTE

---

Ville moyenne de 29 000 habitants, Bergerac est le pôle urbain du sud-ouest de la Dordogne. Son aire d'influence s'étend au-delà des limites départementales, sur l'Est de la Gironde (pays Foyen) et sur le nord du Lot-et-Garonne.

Ses différentes fonctions – administration, justice, santé publique, établissements scolaires, culture, sport, commerces et services – concernent, suivant les domaines, un bassin de population de 120 000 habitants. Les zones de chalandise alimentaires et non alimentaires sont importantes : 66 000 habitants dont 30 000 en zone primaire pour l'alimentaire et 95 000 habitants dont 30 000 en zone primaire pour le non alimentaire. De plus, Bergerac dispose d'un aéroport régional par lequel transitent plus de 300 000 passagers par an, notamment de nombreux touristes anglosaxons.

**Le centre-ville de Bergerac est ainsi légitimement le centre-ville de tout le sud Dordogne.**

Malgré la relance économique de la Dordogne, une fréquentation touristique en hausse, des qualités patrimoniales et urbaines indéniables et une politique déjà volontariste sur le commerce, le centre-ville de Bergerac n'échappe pas, comme de nombreuses villes de taille moyenne en France, à un tissu socio-économique fragilisé, un déséquilibre concurrentiel entre les commerces de périphérie et du centre-ville et la perte d'équipements structurants, de logement ou de services du quotidien.

**C'est pour renforcer et préserver son cœur de Ville, que la Ville a missionné de mai à décembre 2017, un cabinet d'études (AID Observatoire) pour l'aider dans la construction d'une véritable stratégie de revitalisation et de développement commercial de son centre-ville.**

Ainsi, pour permettre au centre-ville de jouer un rôle primordial dans l'image, l'attractivité et le développement économique du territoire et apporter une réponse à ce processus de dévitalisation, les acteurs du territoire ont décidé de converger leurs énergies et de travailler ensemble pour mettre en œuvre une stratégie de territoire à 360° comportant la ré-organisation de l'habitat, les aménagements urbains, les équipements, la dynamique économique et commerciale et ainsi faire revivre le cœur de ville de Bergerac.

**Sur la base des 7 enjeux définis lors du diagnostic commercial, 5 grands axes de travail ont été co-élaborés avec les acteurs du territoire pour revitaliser le centre-ville.** Cette démarche de redynamisation sera portée de manière partenariale par l'ensemble des acteurs locaux (Ville, Communauté d'Agglomération du Bergeracois, Office de Tourisme, commerçants, acteurs économiques, partenaires institutionnels, bailleurs...) et animé dans la durée.

**Bergerac est une pépite brute, pleine de promesses  
dont il faut se préoccuper maintenant et tous ensemble.**

## SYNTHÈSE DU DIAGNOSTIC

Basé sur une analyse de l'offre commerciale du territoire, de la consommation des ménages et des enjeux locaux, l'étude de redynamisation du centre-ville, réalisée en 2017 a défini les principaux atouts/faiblesses/opportunités/menaces suivants :



- \*Environnement urbain valorisant et espaces publics de qualité,
- \*Patrimoine historique qualitatif et bien mis en valeur,
- \*Parcours touristique,
- \*Zone de chalandise importante et captive,
- \*Offre commerciale diversifiée et complète,
- \*Devantures et enseignes attractives,
- \*Commerçants indépendants de qualité,
- \*Générateurs de flux en centre-ville,
- \*Marchés non sédentaires attractifs,
- \*Du stationnement et des parkings

- \*Equilibre à retrouver entre commerce de centre-ville et de périphérie,
- \*Offre de services à la clientèle limitée,
- \*Surreprésentation des services non commerciaux,
- \*Circuits marchands peu lisibles et offre étirée, absence de boucle commerciale,
- \*Stationnement à simplifier et à hiérarchiser,
- \* Multiplication des acteurs et manque d'harmonisation des actions collectives,
- \*Potentiel touristique pas assez exploité par les professionnels,
- \*Friches commerciales stratégiques et pénalisantes,
- \*Commerces fermés après 19h, entre 12/14h, le lundi...
- \*Absence d'espaces de repos en centre-ville.



- \*Tendance favorable de l'évolution des modes de consommation,
- \*Des associations de commerçants,
- \*Des commerces indépendants en centre-ville se différenciant de la périphérie,
- \*Des outils de communication afin de promouvoir l'offre commerciale,
- \*Certains outils réglementaires déjà en place,
- \*Développement du tourisme,
- \*Un nom marque « Bergerac »,
- \*Projets commerciaux à venir.

- \*Clientèle désimpliquée ou économiquement contrainte,
- \*Appareil commercial musclé,
- \*Vacance structurelle de locaux de petite taille et peu accessibles,
- \*Locaux vacants à des emplacements stratégiques « bloqués »
- \*Projet d'installation d'un multiplexe en périphérie,
- \*Départ d'enseignes du centre-ville,
- \*Loyers soutenus et une fiscalité forte.



## **LES 7 ENJEUX PRINCIPAUX POUR REDYNAMISER LE COEUR DE VILLE**

---

*Au regard des conclusions du diagnostic commercial du centre-ville de Bergerac dans son environnement conjoncturel et concurrentiel, 7 principaux enjeux ont été définis pour concevoir un plan d'actions opérationnel et partagé pour redynamiser le centre-ville.*

### **① Retrouver des équilibres d'équipement commercial**

*Le centre-ville de Bergerac doit retrouver une place légitime dans l'armature économique du territoire.*

### **② Identifier, assumer et organiser un parcours marchand resserré et lisible**

*Le centre-ville d'hier ne sera pas celui de demain.*

*Pas de nostalgie, il sera nécessairement plus resserré mais confortable, esthétique et apaisé.*

### **③ Enrayer la vacance commerciale sur ce parcours marchand**

*La fonction commerciale doit se polariser et s'inter-alimenter sur des linéaires continus, vivants et animés.*

### **④ Adapter l'offre de commerce, d'horaires et de services aux cibles prioritaires**

*Les actifs, seniors, familles et touristes sont de plus en plus exigeants et ont accès à une large offre de commerce, physique ou digital.*

*Le centre-ville doit s'y adapter.*

### **⑤ Renforcer l'offre de commerce non sédentaire de qualité**

*Le consommateur plébiscite les marchés alimentaires, les halles, les circuits courts, les marchés du soir, les producteurs, le bio... et leur convivialité.*

*Ce commerce n'a pas de concurrence périphérique ou dématérialisée.*

*Il est doit être un pilier de la stratégie commerciale du centre-ville de Bergerac.*

### **⑥ Construire une promesse, une expérience client singulière, une récompense pour le visiteur**

*Un centre-ville n'est pas un centre commercial à ciel ouvert. Il est bien plus que cela ! L'histoire, l'identité, l'ancrage, le patrimoine, la qualité des espaces publics, la convivialité, le plaisir, le lien social doivent permettre de proposer une expérience différenciante.*

### **⑦ Organiser la gouvernance et les conditions collaboratives du déploiement de la stratégie de centre-ville.**

*La revitalisation économique du centre-ville Bergerac est l'affaire de tous, commerçants, unions commerciales, syndicats professionnels, consulaires, pouvoirs publics, banquiers, élus locaux, experts...*

*Chacun aura un rôle à jouer !*



*Ainsi, sur la base de ces enjeux, 5 axes de travail ont été réfléchis, co-constitués et partagés avec les acteurs du territoire pour redynamiser le centre-ville : Dynamique économique et commerciale / circuits marchands et aménagements urbains / accessibilité et stationnement / services, animation et communication / gouvernance.*

# PLAN D' ACTIONS DE REDYNAMISATION DU CENTRE-VILLE


Ce plan d'actions s'inscrit dans la continuité des interventions menées par la Ville et les différents acteurs du territoire. Pour être efficace, cette stratégie de redynamisation devra être menée dans la durée et s'articulera autour des pôles majeurs de revitalisation des centre-villes : l'habitat, l'aménagement et le développement économique. Elle devra être portée par tous. Chacun à son échelle à un rôle à jouer !

## Plan pluriannuel d'actions stratégiques


### **I - Dynamique économique et commerciale**

1. Affirmer une stratégie de développement commercial à la bonne échelle 
2. Resserrer le cœur marchand
3. Intervenir sur l'immobilier de commerce 
4. Anticiper les départs et identifier les cessions à venir
5. Favoriser l'installation
6. Capitaliser sur la halle et les marchés


### **II - Circuits marchands et aménagements urbains**

1. Scénariser des circuits marchands lisibles
2. Rendre l'espace public plus accueillant 
3. Se réappropriier les placettes et le fleuve au fil du projet urbain

### **III – Accessibilité et stationnement**

1. Tenter de simplifier et d'harmoniser les règles du centre-ville au fil du projet urbain
2. Mieux connecter le cœur de ville à la gare et à l'aéroport
3. Communiquer positif, tous ensemble : le centre-ville, c'est facile ! 

### **IV – Services, animation et communication**

1. Créer et animer le lien entre commerce, tourisme et pouvoirs publics 
2. Développer les services pour faciliter la ville et fidéliser
3. Professionnaliser et adapter les pratiques
4. Construire une promesse et communiquer

### **V – Gouvernance**

1. Organiser les conditions partenariales à l'échelle du centre-ville pour déployer et faire vivre ce plan d'actions
2. Disposer d'un véritable tableau de bord dynamique du commerce

 Actions prioritaires selon les commerçants

**CONTACT**

**MAIRIE DE BERGERAC**  
**SERVICE COMMERCE**  
**19 rue Neuve d'Argenson - 24100 BERGERAC**  
**[commerce-artisanat@bergerac.fr](mailto:commerce-artisanat@bergerac.fr)**  
**Tél : 05 53 74 67 20**