

## SEANCE DU 29 JANVIER 2009

L'an deux mil neuf, le jeudi 29 janvier à vingt heures trente, le conseil municipal de la Commune de CHALONNES SUR LOIRE, convoqué le 22 janvier 2009, s'est réuni en nombre prescrit par la loi, dans le lieu habituel de ses séances, en session ordinaire, sous la présence de Madame Stella DUPONT, Conseiller Général de Maine et Loire, Maire de Chalonnnes sur Loire.

Etaient présents : Mmes DUPONT, FOUSSARD, BELLANGER, OSSEY, NDIAYE, BOURIGAUULT, CANTE (pouvoir donné à Mme Stella DUPONT à compter de la délibération n°2009-20), MM. DAVY, CHAZOT, DESCHAMPS, BIJU, JOUHANDIN, SCHMITTER, MM. JAMMES, PHELIPPEAU, Mmes TRICAUD, SUTEAU-COGNE, PIGNON, FERRAILLE, M. BOUFFANDEAU, MM. GRIMAUULT, PETEZ, Mmes MONNIER, MOREAU, CAYEUX, MM. PAIROCHON, SANCEREAU

### Pouvoirs :

M. Sébastien CORNEC à Mme Anne MOREAU

M. Claude MULOT à Mme Marie-Madeleine MONNIER

Mme Nathalie CANTE à Mme Stella DUPONT (à compter de la délibération n°2009-20)

Secrétaire de séance : Guy BIJU

### **PRESENTATION DE L'ETUDE DE LA C.C.I SUR L'APPAREIL COMMERCIAL DE LA VILLE**

S. DUPONT accueille chaleureusement MM. DELAPORTE, PELLERIN et AUREGAN, de la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) du Maine-et-Loire, qui ont travaillé sur le diagnostic commercial de la commune.

S. DUPONT rappelle que l'étude a été lancée en juin dernier, et qu'il s'agissait d'une des premières décisions du conseil municipal nouvellement élu, ce qui est révélateur de l'intérêt porté par l'équipe municipale à l'activité commerciale.

Cette étude répond à plusieurs objectifs :

- Analyse de l'environnement
- Mesure de l'offre commerciale
- Appréciation de la demande
- Aide et conseil sur l'évolution de l'appareil commercial

P. AUREGAN explique que cette étude se base sur une enquête auprès des consommateurs, mais aussi auprès des commerçants, quant à leur vision des consommateurs, de la commune et de la zone de chalandise.

Ces éléments de réponse ont ensuite permis d'élaborer plusieurs scénarii.

P. AUREGAN précise que ces scénarii seront accompagnés des préconisations de la CCI.

P. AUREGAN expose ensuite l'étude sur la dynamique commerciale menée par la CCI tous les 3 ans, au niveau de l'ensemble du département. La tendance est à la stabilité du nombre des commerces, contrairement aux années 90 où ce nombre était décroissant, et à l'évolution de la forme du dynamisme commercial : accroissement des surfaces et problématique de transmission des commerces.

La Ville de Chalonnnes est originale : 40 % de ses surfaces de vente concernent du commerce traditionnel, contre 20 à 25 % sur les autres pôles commerciaux du département.

La grande tendance est au retour à la proximité et au lien entre commerce et urbanisme.

#### 1) Enquête auprès des commerçants

Les enquêteurs de la CCI ont reçu un très bon accueil des commerçants. Au total ce sont 72 commerces sédentaires et 10 commerces non sédentaires qui ont été enquêtés.

La moitié d'entre eux estime que l'évasion commerciale est faible.

89 % n'ont pas ressenti d'incidence liée au transfert du Super U de St Georges sur Loire et 80 % pour l'ouverture du Leclerc de Chemillé.

Selon les commerçants, la principale raison à l'évasion commerciale, est liée à l'envie de comparer les prix et au fait que certains Chalonnais travaillent à l'extérieur de la commune.

A la question sur l'origine de la concurrence, 40 % estiment que leurs premiers concurrents sont les autres commerces de la ville.

Malgré cela, 50 % d'entre eux déclarent une évolution du chiffre d'affaires de 5 et 10 %. Par ailleurs, les commerces chalonnais ont des projets, ce qui reste très positif : 63 % veulent développer leur activité dans les 2 prochaines années.

Les attentes sont nombreuses, mais parmi les plus citées, on retrouve l'augmentation du nombre de places de parking. Cette attente se retrouve sur toutes les communes et répond au raisonnement suivant : « no parking, no business ».

Les enquêteurs se sont également adressés aux commerçants non sédentaires dont 90% pensent que la motivation principale pour fréquenter le marché de Chalennes est le plaisir. Ce marché fait preuve d'une dynamique importante, ce qui peut paraître surprenant sur des journées comme le mardi, souvent peu propices au commerce.

Là encore, 70 % estiment que pour renforcer l'attractivité du marché, il faudrait développer le nombre de places de parking.

Le marché de Chalennes ne correspond pas à la configuration du marché classique qui se meurt : 56 % des commerçants déclarent une stabilité de leur chiffre d'affaires et 22 % déclarent une hausse.

## 2) Enquête auprès des consommateurs

Le marché théorique de la zone de chalandise de Chalennes est estimé à 149 millions d'euro dont 31 millions d'euro sur la zone même de Chalennes.

L'évasion commerciale est caractérisée de la manière suivante : assez faible pour l'alimentation (21 % des achats sont faits en dehors de la zone de chalandise) et assez forte pour l'équipement de la personne et de la maison. L'évasion se fait essentiellement sur Angers. La raison essentielle de l'évasion est liée au choix de l'offre que le consommateur ne trouve pas sur Chalennes.

Les consommateurs déclarent que leur motivation pour fréquenter les commerces de Chalennes est liée à la proximité pour 72 %, à la qualité de l'accueil pour 36 % et à la qualité des produits pour 26 %.

Un point original est à souligner : 70 % des consommateurs interrogés disent fréquenter le marché de Chalennes.

Les attentes des consommateurs sont essentiellement tournées vers les places de parking et l'embellissement urbain.

## 3) Préconisations de la CCI

La ville de Chalennes doit assurer l'évolution de certains commerces : jardinerie, bricolage, hard discount, supermarché, magasin de moto.

Par ailleurs, certaines enseignes sont à rechercher afin de répondre à la demande non satisfaite actuellement ; cela concerne essentiellement l'équipement de la personne, notamment en entrée de gamme.

Deux zones d'implantation sont possibles : la zone du Bignon et la zone du Marais. Chacune rencontre un certain nombre de contraintes.

La CCI invite la ville de Chalonnnes à prendre en compte la dimension de proximité, afin de renforcer le lien social, de réduire la consommation d'énergie et d'accroître la qualité de vie.

C'est pourquoi, la CCI préconise le développement de la zone du Marais, en intégrant une démarche environnementale forte et avec, sur le site :

- l'extension du SUPER U,
- l'ajustement du MR BIRCOLAGE,
- l'implantation d'une enseigne de solderie/bazar,
- l'implantation d'une enseigne de vêtements en entrée de gamme,
- l'implantation d'un commerce alimentaire de proximité, éventuellement bio, en centre-ville.

S. DUPONT remercie la CCI de sa présentation très complète et de la qualité du contact qu'elle a su initier avec les commerçants et les consommateurs.

Elle informe les conseillers municipaux que le diaporama sera prochainement disponible par mail ou, pour ceux qui le souhaitent, par papier.

J.M PHELIPPEAU se demande si le fait d'être dans une situation de crise économique renforce l'option retenue par la CCI.

M. DELAPORTE confirme que le paysage change et que le format de l'hypermarché a connu son heure de gloire. Economiquement, monter un outil de travail coûte de plus en plus cher pour l'entreprise. Par ailleurs, la configuration actuelle des zones commerciales en périphérie entraîne des coûts de déplacement pour le consommateur. Tous ces éléments sont en faveur du commerce de proximité.

B. DESCHAMPS a noté que sur la zone de chalandise correspondant au 3<sup>ème</sup> niveau, 60 % des habitants viennent faire leurs achats sur Chalonnnes, pour un marché potentiel estimé à 61 millions d'euro. Il se demande s'il existe un enjeu par rapport à cela.

M. DELAPORTE explique qu'aujourd'hui, toutes les communes souhaitent renforcer leur territoire. Cette démarche peut donc faire craindre que certaines communes développent beaucoup plus vite que Chalonnnes une nouvelle dynamique commerciale, de manière à satisfaire leur propre population.

P. AUREGAN rappelle que Chalonnnes est caractéristique de part la diversité et le nombre de ses commerces. Il est aujourd'hui impossible de reconstituer ce type de dynamique en partant de zéro. Il est important que Chalonnnes continue à travailler sur sa spécificité pour se différencier.

S. DUPONT explique que si la municipalité a décidé, dès son entrée en fonction, de réaliser cette étude, c'est bien parce que la nouvelle équipe municipale est consciente des enjeux majeurs en terme de développement commercial de la ville et de la concurrence avec les autres territoires.

J.M PHELIPPEAU demande si, selon la CCI, le commerce de centre-ville a un avenir.

M. DELAPORTE précise qu'un rapport va sortir dans quelques jours et dont l'esprit est clairement orienté vers le commerce de centre ville.

Les SCOT devront prochainement déterminer 4 grands niveaux de commerce : de proximité, de consommation hebdomadaire, d'envergure départementale et d'envergure régionale. Par ailleurs, un projet de loyer commercial modéré est à l'étude afin d'éviter que les grandes enseignes monopolisent les pas-de-porte en centre-ville.

G. BIJU demande s'il existe une idée de la distance acceptable entre commerces et stationnement.

M. DELAPORTE explique que la règle se rapprocherait de 150 mètres, mais là encore, cela dépend du commerce.

M. SCHMITTER se demande quel pourrait être l'impact de l'ATOLL d'Angers sur le développement de l'offre « équipement de la maison » sur Chalonnes.

P. AUREGAN explique qu'ATOLL est né d'un constat : l'évasion commerciale vers Nantes, et notamment IKEA. La volonté est donc de constituer une offre nouvelle pour contrer l'offre IKEA présente sur Nantes, Rennes et Tours.

M. DELAPORTE précise que le risque, c'est que si on ne réagit pas, l'évasion commerciale vers ATOLL va se renforcer, notamment pour les villes situées en limite de la zone de chalandise.

S. DUPONT conclut que les élus auront à prendre, dans les mois à venir, une décision importante pour le développement commercial de la ville. Ce choix n'est pas aisé mais l'étude menée par la CCI est un bon éclairage pour nourrir les réflexions.

S. DUPONT remercie les intervenants de la CCI et propose une interruption de séance de 5 minutes, le temps de les saluer.

*Reprise de la séance*

## **PRESENTATION DU FESTIVAL B.D 2009**

S. DUPONT précise que Nathalie CANTE va présenter ce point et qu'elle quittera ensuite la séance en raison de son état de santé.

N. CANTE explique que la volonté de l'équipe municipale était déjà de maintenir le festival dans ses grandes lignes. Le format reste donc identique : du samedi 14 h au dimanche 19 h 30.

Quelques nouveautés ont cependant été apportées :

- La mise en place de 2 prix, à la demande d'amateurs, et afin de différencier les « vrais » amateurs des jeunes issus d'écoles spécialisées,
- Un espace bibliothèque/ludothèque/bibliothèque départementale de prêt, avec des jeux, de la lecture, un concours déjà ouvert au public sur le thème de l'onomatopée,
- Une exposition interactive où chacun pourra travailler à créer son propre personnage, avec des produits de récupération,
- Une exposition sur des travaux réalisés les années précédentes et des démonstrations d'élèves du collège de Segré, qui a mis en place depuis 5/6 ans des ateliers où un beau travail est réalisé sur la BD. Un échange pourrait ainsi être enclenché entre ce collège et ceux de Chalonnes.

N. CANTE rappelle que si l'association Calonn'anim est venue renforcer les troupes, c'est bien la ville qui organise et finance ce festival. Il semblait en effet important que la ville ait la maîtrise financière et organisationnelle de cette manifestation d'intérêt communal.

## **2009-19 - FESTIVAL BD 2009 : FIXATION DES TARIFS ET DEMANDES DE SUBVENTIONS**

N. CANTE explique que, dans le cadre du festival, il a été décidé de gérer, au niveau de la commune, l'ensemble des charges et des recettes.

Cette décision implique la création d'une régie de recettes spécifique ainsi que la fixation, par le conseil municipal, des tarifs pour l'édition 2009 :

- Location d'un stand : 150 €
- Repas hors dimanche midi : 10 €
- Repas dimanche midi : 12 €
- La nuitée exposants avec petit déjeuner : 20 €
- La nuitée amateurs avec petit déjeuner : 18 €
- Droit d'inscription au concours amateur : 12 €

S. DUPONT explique que, dans un premier temps, il avait été envisagé le passer convention avec l'association pour mettre à disposition la licence IV acquise par la commune. Il est cependant plus simple d'accorder une autorisation de débit temporaire de boisson à l'association, pour le temps du festival.

**LE CONSEIL MUNICIPAL, après en avoir délibéré, à l'unanimité :**

- Approuve les tarifs comme indiqués ci-dessus ;
- Sollicite auprès du Conseil Régional des Pays de la Loire, du Pays de Loire en Layon et du Centre National du Livre les subventions au taux maxima.

*Mme Nathalie CANTE quitte la salle.*

**2009-20 - FESTIVAL BD 2009 : MISSION SPECIALE**

S. DUPONT rappelle que, dans le cadre de la préparation du festival de BD 2009, Nathalie CANTE, adjointe déléguée à la culture, a participé à plusieurs manifestations dans l'Ouest de la France :

- Festival de BD de Blois, le 23 novembre 2008
- Festival de BD de Nantes, le 6 décembre 2008
- Festival de BD d'Angers, le 14 décembre 2008

Ces déplacements se sont avérés indispensables à l'organisation de l'édition 2009 que la commune reprend pour la 1<sup>ère</sup> fois.

Conformément à l'article L 2123-18 du code général des collectivités territoriales, pour permettre la prise en charge des frais afférents à cette mission, le conseil doit donner un mandat spécial à l'élu concerné.

J.C SANCEREAU demande quel est le montant des frais engagés.

S. DUPONT répond que les dépenses déclarées sont de l'ordre de 70 € sur l'ensemble des 3 déplacements.

J.C SANCEREAU rappelle qu'en novembre 2003, lors d'un conseil municipal, Guy BIJU avait refusé de voter la prise en charge d'un déplacement à Ballinasloe pour un montant pourtant supérieur.

G. BIJU précise qu'il s'agissait d'une abstention et non pas d'un vote contre et qu'effectivement, il s'abstiendrait une nouvelle fois.

**LE CONSEIL MUNICIPAL, après en avoir délibéré, à la majorité (3 abstentions : G. BIJU, M.F OSSEY et J.C SANCEREAU):**

- Accepte le remboursement des frais d'exécution du mandat spécial conféré à Mme Nathalie CANTE ;
- Dit que les frais engagés par cette mission soient prélevés sur les crédits inscrits au budget primitif - exercice 2009 - compte 6532.

## **2009-21 - ACOMPTE SUR LA SUBVENTION 2009 VERSEE PAR LA VILLE A LA CAISSE DES ECOLES**

B. DESCHAMPS explique qu'une partie des charges de la Caisse des Ecoles est financée par une subvention d'équilibre provenant du budget principal de la Ville (subvention de 66 000 € en 2008).

En complément, une ligne de trésorerie d'un montant de 20 000 € permettait jusqu'alors une gestion financière plus souple.

La Caisse d'Epargne, avec qui la Caisse des Ecoles avait contracté cette ligne de trésorerie, n'a pas souhaité la renouveler en décembre 2008.

Du fait de ce refus, et dans l'attente du vote du budget 2009, la trésorerie de la Caisse des Ecoles n'est pas suffisante pour payer :

- Les salaires du personnel pour le mois de janvier 2009
- Les repas fabriqués par le Foyer Soleil.

M.M MONNIER demande pourquoi la Caisse d'Epargne a refusé de reconduire cette ligne de trésorerie.

B. DESCHAMPS explique qu'apparemment, celle-ci ne les intéressait plus du fait de son montant, trop faible.

G. BIJU rappelle que pour la demande de ligne de trésorerie de 50 000 €, votée lors d'un des derniers conseils, la Caisse d'Epargne n'avait pas remis d'offre.

S. DUPONT précise qu'au-delà de ces questions, il faut s'interroger sur la pertinence de maintenir la caisse des écoles. Elle ne sert aujourd'hui que de boîte aux lettres pour la cantine et les activités extra-scolaires, charges qui pourraient être intégrées dans le budget principal de la ville.

**LE CONSEIL MUNICIPAL, après en avoir délibéré, à l'unanimité,** approuve le versement d'un acompte de 30 000 €, sur la subvention 2009 qui sera versée par la Ville à la Caisse des Ecoles.

*L'ordre du jour étant épuisé, la séance est levée à 22 h 20.*