

Le journal

OCReM

OBSERVATOIRE COMMERCIAL DE LA RÉGION MANCELLE

#01

Janvier 2023

L'HISTOIRE RÉCENTE DE LA CRÉATION DE L'OCREM

A l'initiative de la DDT72, l'observatoire commercial de la région mancelle (OCReM) a été créé en 2017 afin que les acteurs locaux, impliqués dans la gestion politique et économique du commerce, disposent d'un outil d'échanges, d'études et de partage de l'information dans un esprit partenarial. La Direction Départementale des Territoires, en qualité de maître d'ouvrage de l'OCReM, anime un comité de pilotage composé des partenaires suivants : Le Mans Université (maître d'œuvre), Le Mans Métropole, Le syndicat mixte du Pays du Mans, La chambre des métiers (financeurs), et Le Mans Développement (partenaire technique).

Depuis 2017, une base de données et de suivi de l'évolution du commerce couvrant différents pôles commerciaux de dimension régionale, d'agglomération, intercommunale et de proximité, est mise à jour tous les deux ans à partir de recensements réguliers des enseignes implantées *in situ*. Ainsi, les localisations des cellules commerciales sont géoréférencées et inventoriées selon une typologie de commerces et de services commerciaux agréée par l'ensemble des partenaires de l'observatoire qui ont adopté une nomenclature commune.

Les informations relevées concernent donc à la fois la structure économique du commerce mais aussi ses espaces d'implantation faisant l'objet de mesures précises sur un plan géographique : surfaces plancher des « boîtes » composant les zones à dominante commerciale, superficie des parkings, des voiries de desserte, surfaces en herbe, en attente ou non d'urbanisation.

Enfin, depuis plus de dix années d'augmentation du taux de vacance commerciale dans toutes les agglomérations françaises, la vision locale de pas de portes et d'établissements inoccupés suscite un intérêt tout particulier en termes de diagnostic et d'adaptation stratégique des politiques d'aménagement et de redynamisation du territoire.

Arnaud Gasnier, Professeur d'aménagement et urbanisme à Le Mans Université

Sommaire

- | | |
|---|---------|
| 1 - Un observatoire du commerce : pour quoi faire ? | page 3 |
| 2 - Les espaces marchands du Mans et de sa région | page 6 |
| 3 - Un outil à enrichir, une culture à partager | page 15 |

1 | UN OBSERVATOIRE DU COMMERCE : POUR QUOI FAIRE ?

PAROLES D'ACTEURS

“ **L'OCReM constitue un outil d'étude partenarial et permet de construire une culture locale commune du commerce** ”

Pascal Vasseur et Orlane Palluy, DDT72



Selon la DDT72, la mise en place de l'observatoire de l'activité commerciale poursuit cinq objectifs :

- **Constituer un lieu de réflexion et d'échanges** à partir d'études commerciales réalisées par les différents partenaires ;
- **Disposer de données communes** et actualisées à disposition de l'ensemble des partenaires ;
- **Permettre une analyse territoriale multiscalaire** et dégager des processus évolutifs (permanences, mutations, effets conjoncturels et structurels, etc.) permettant de saisir l'état, les dysfonctionnements, les enjeux des territoires marchands ciblés ;
- **Servir d'outil d'aide à la décision** pour accompagner la définition d'orientation d'aménagement commercial (à l'échelle des documents d'urbanisme notamment le SCoT Pays du Mans, les PLUi et à l'échelle des centralités (redynamisation du centre-ville du Mans...)) ;
- **Faciliter l'instruction** des demandes d'autorisation d'exploitation commerciale en commission départementale d'aménagement commercial (CDAC).

La DDT ajoute que l'observatoire permet de :

- **Recenser les activités commerciales** sur le périmètre défini par les différents partenaires en agrégeant des sources complémentaires (base SIRENE, Pages jaunes, GoogleMaps et Base Permanente des Équipements de l'INSEE) ;
- **Constituer une base de données** comportant les indicateurs définis initialement par les partenaires tels que le nom, l'adresse, la géolocalisation des commerces, une nomenclature des commerces à trois niveaux de catégorisation, l'occupation ou non (vacance) des locaux d'activités marchandes en rez-de-chaussée, la mesure des surfaces plancher d'établissements, des parkings et des terrains perméables.

“ **L’observatoire est un outil indispensable pour suivre et connaître les dynamiques commerciales locales et pour aider à la mise en œuvre d’une stratégie commerciale portée par Le SCoT Pays du Mans** ”

Julien Roissé, SCoT du Pays du Mans



Le SCoT du Pays du Mans doit mettre en place une stratégie commerciale à travers le Document d’Aménagement Artisanal, Commercial et Logistique (DAACL) intégré dans le Document d’Orientations et d’Objectifs (DOO) pour notamment :

- **Renforcer le développement commercial** et l’attractivité du centre-ville du Mans ;
- **Permettre le rééquilibrage de l’offre commerciale en périphérie** et valoriser l’offre existante ;
- **Conforter l’offre commerciale relais** de bassin de vie ;
- **Maintenir et développer l’offre commerciale de proximité** dans les centres-bourgs et autres centralités, etc.

Aussi, l’OCReM représente un outil permettant le suivi commercial sur les cinq zones d’aménagement commercial (ZACOM) délimitées dans le SCoT en vigueur et sur les sites d’implantation périphérique à définir dans le SCoT en cours de révision. Il permet ainsi de suivre l’évolution de la consommation foncière (stationnement, bâtiments...) et de mesurer le rôle fort ou modéré du commerce dans l’artificialisation des sols, dans l’étalement et la dédensification de l’urbanisation sur une période donnée.

“ **Dans le cadre de l’Appel à Manifestation d’Intérêt (AMI) national « Stratégies d’aménagement commercial », catégorie Villes moyennes, dont Le SCoT Pays du Mans a été lauréat en 2019 et 2020, l’OCReM s’est révélé être un véritable atout dans la démarche de candidature portée par le SCoT** ”

Franck Breteau, VP du SCoT du Pays du Mans



“ Permettre la mise en complémentarité de données ”

Alexandre Rottier, Le Mans Développement



Pour Le Mans Développement, les données produites dans le cadre de l'OCReM viennent compléter celles provenant des autres observatoires qui impliquent Le Mans Développement (suivi des locaux vacants, observatoire de l'immobilier, etc.) et lui permettent de disposer d'une base d'informations géoréférencées utiles à ses missions au quotidien (suivi de l'état de santé des zones d'activités, recherches de solutions immobilières pour de nouveaux projets, analyse des tendances et construction de stratégies à l'échelle d'une zone).

“ L'observatoire du commerce est utile au comité de gouvernance et de redynamisation commerciale du centre-ville afin d'examiner les diagnostics et aider à la décision ”

Sylvie Percheron, Le Mans Métropole



Pour Le Mans Métropole, l'observatoire du commerce devient en même temps un outil essentiel du manager de centre-ville recruté il y a presque un an. Par ailleurs, le travail réalisé dans le cadre de l'OCReM a permis de définir un périmètre de centralité au PLUi.

“ Un formidable outil d'analyse territoriale ”

Arnaud Gasnier et Stanislas Charpentier, Le Mans Université

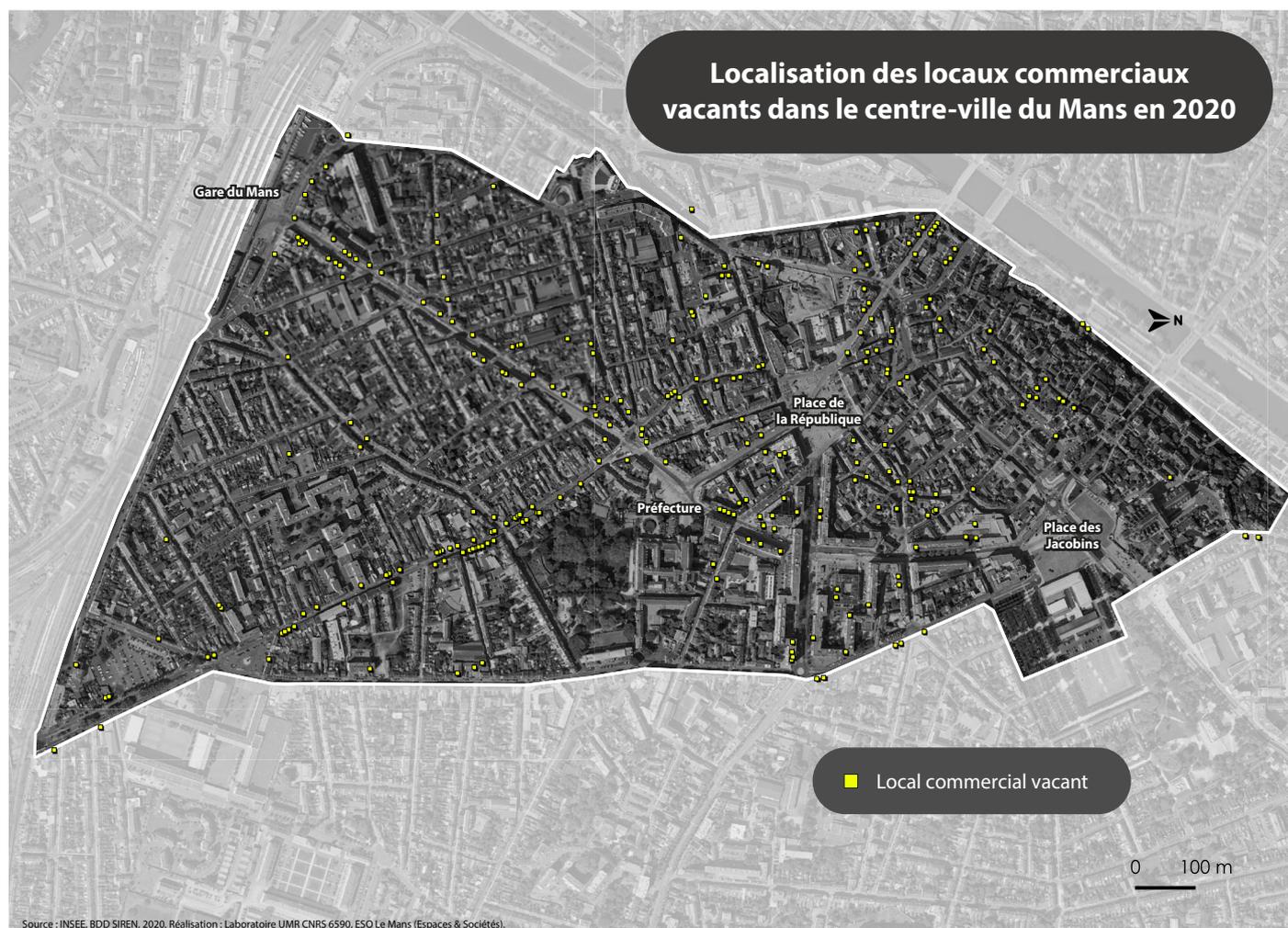


L'observatoire est à l'interface de la transformation du commerce et des espaces de commercialité d'une part, des nouvelles problématiques aménagistes de l'urbanisme qui concernent autant les leviers de redynamisation de centralité que ceux de la restructuration de zones d'activités dont il convient de limiter très fortement l'étalement, d'autre part. Sous l'injonction prégnante de l'État (loi Élan de 2018, loi Climat et résilience de 2021), l'aménagement commercial doit lui aussi appliquer les principes de l'urbanisme des transitions socio-écologiques, climatiques et énergétiques par le croisement des problématiques de planification commerciale, de régénération économique et de requalification urbaine. Les orientations politiques et programmatiques qui en découlent nécessitent aujourd'hui, et plus encore demain, de produire et de partager des données foncières, économiques, environnementales fines qu'un observatoire peut fournir pour mieux ancrer et réguler le commerce dans la ville.

2 | LES ESPACES MARCHANDS DU MANS ET DE SA RÉGION

ZOOM SUR

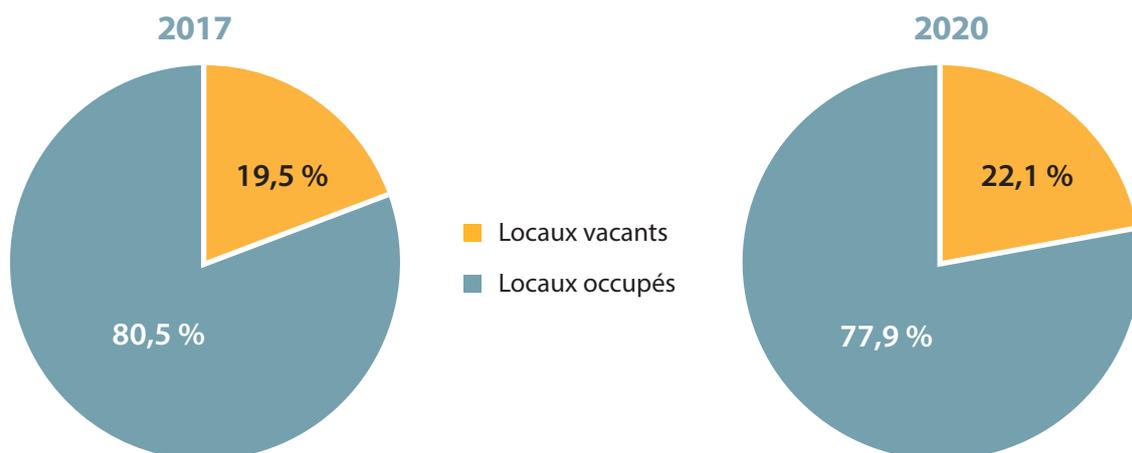
L'ÉVOLUTION DE LA VACANCE COMMERCIALE DANS LA ZACOM CENTRE-VILLE DU MANS



La vacance commerciale* n'a fait qu'augmenter dans les centres des villes françaises depuis plus de quinze ans. De 10,9 % en 2017 à 12,3 % en 2020, ce taux national commence à baisser en 2021 (12,1 %) et atteint 11,2 % sur la première partie de l'année 2022 (sources Procos). La vacance du centre-ville mançais apparaît ici supérieure au taux moyen national du fait de la superficie très large de la mesure, en partie

péricentrale. Rapporté à l'hypercentre, le taux de locaux commerciaux vacants tombe à 13 % en 2020, légèrement supérieur à la moyenne précitée. La construction prochaine de la base de données issue des relevés commerciaux de l'automne 2021 et les résultats à venir permettront de vérifier si, localement, cette diminution de la vacance commerciale est avérée.

Taux de vacance des locaux commerciaux dans le centre-ville* du Mans



* Périmètre élargi délimité par la Sarthe, la gare et la place Washington correspondant à la ZACOM Centre-Ville défini par le SCoT approuvé le 29 janvier 2014

Source : ESO, 2021.

LA VACANCE COMMERCIALE : UNE MESURE COMPLEXE À PRENDRE EN COMPTE ET À INTERPRÉTER AVEC PRÉCAUTION

*Le terme de vacance commerciale désigne l'état d'un local commercial non exploité pour une durée indéterminée. Le taux de vacance rapporte le nombre de locaux non exploités au nombre total de locaux commerciaux existant sur un périmètre donné (définition INSEE). Mais la vacance peut être liée à plusieurs facteurs : un local à la vente ou à la location, un local déjà attribué à un acheteur ou un locataire et en attente d'occupation, un local en attente d'un règlement de succession, un local gardé vacant et sans affectation précise par le propriétaire, etc. Selon ces définitions, la vacance commerciale n'est pas ramenée seulement à un accident de marché. Il s'agirait alors d'un phénomène de nature conjoncturelle (vacance courte de moins de trois ans). Mais elle peut se rapporter aussi à des locaux inoccupés définitivement et revêtir un caractère durable, donc structurel.

De son côté, la DGFIP établit elle aussi un fichier recensant les locaux commerciaux vacants. Ce fichier dresse la liste des locaux commerciaux et professionnels dépourvus d'imposition, de Cotisation Foncière des Entreprises (CFE) l'année précédente, sur le périmètre d'une collectivité.

Ces décalages posent la question de la mesure de la vacance et des périmètres à retenir pour réaliser l'analyse du phénomène.

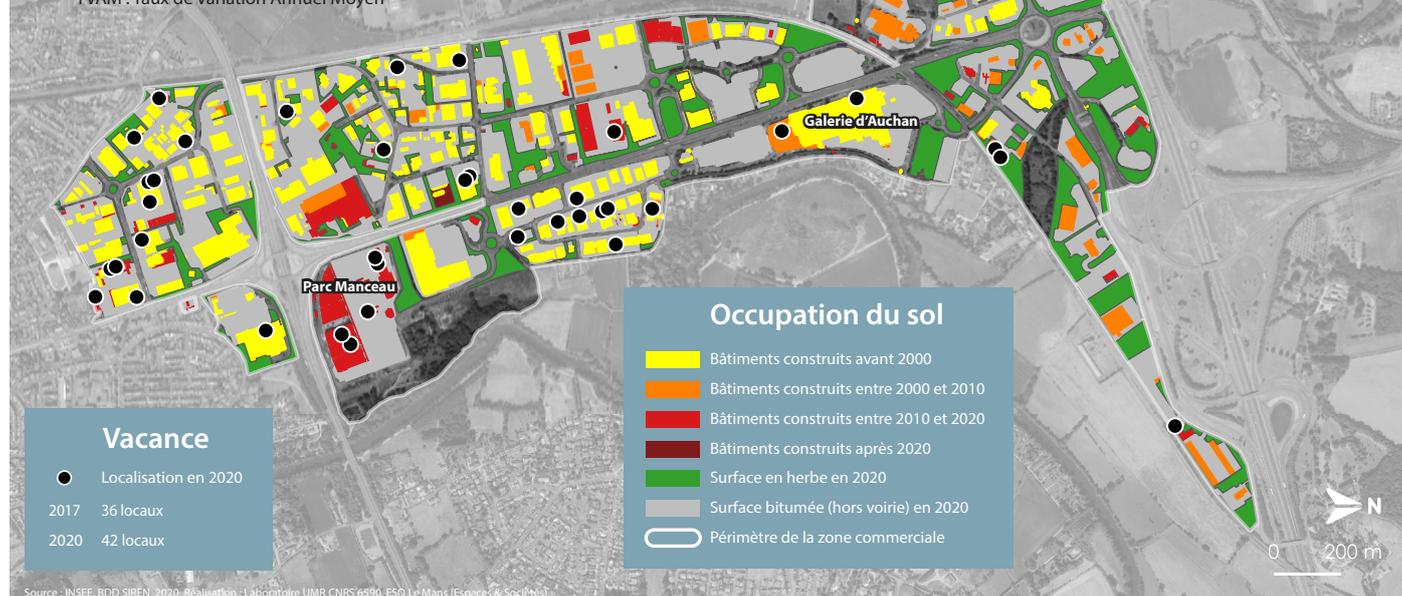


LES ENTRÉES DE VILLES NORD ET SUD MARQUÉES PAR UNE ARTIFICIALISATION LIÉE À L'ÉTALEMENT COMMERCIAL

Occupation du sol et vacance dans la zone commerciale Nord du Mans

	Surface (en ha)	Évolution 2010-2020	
		Taux brut	TVAM*
Bâtiments	55,3	+ 23,6 %	+ 2,1 %
Bitume (hors voirie)	95,8	+ 15,3 %	+ 1,4 %
Herbe	46,8	- 40,4 %	- 5,0 %

* TVAM : Taux de Variation Annuel Moyen



Source : INSEE, BDD SIREN, 2020. Réalisation : Laboratoire UMR CNRS 6590, ESO Le Mans (Espaces & Sociétés)

Le corridor commercial, situé à l'entrée nord de l'agglomération mancelle, représente une superficie d'environ 210 hectares étendus sur trois communes contiguës (Le Mans, la Chapelle-Saint Aubin et Saint-Saturnin) constituées de zones internes agrégées les unes aux autres pendant plus de 40 années d'urbanisation extensive. Toutefois le développement récent s'est établi en renouvellement urbain par mutation du bâti existant. On constate une perte de dynamisme du secteur Moulin aux Moines.

La zone commerciale sud, située le long de la ligne droite des Hunaudières, au sud de l'agglomération mancelle, fait état d'un développement urbain plus récent. Ce corridor nord/sud, en cours d'aménagement, s'épaissit d'ouest en est depuis la création de la zone du Cormier à Mulsanne et l'ouverture du retail park de Family Village en 2007, complété par le plus récent Maine Street ouvert au printemps 2021. Le taux d'artificialisation des parkings y est plus élevé que dans la zone Nord sur la période 2010-2020.

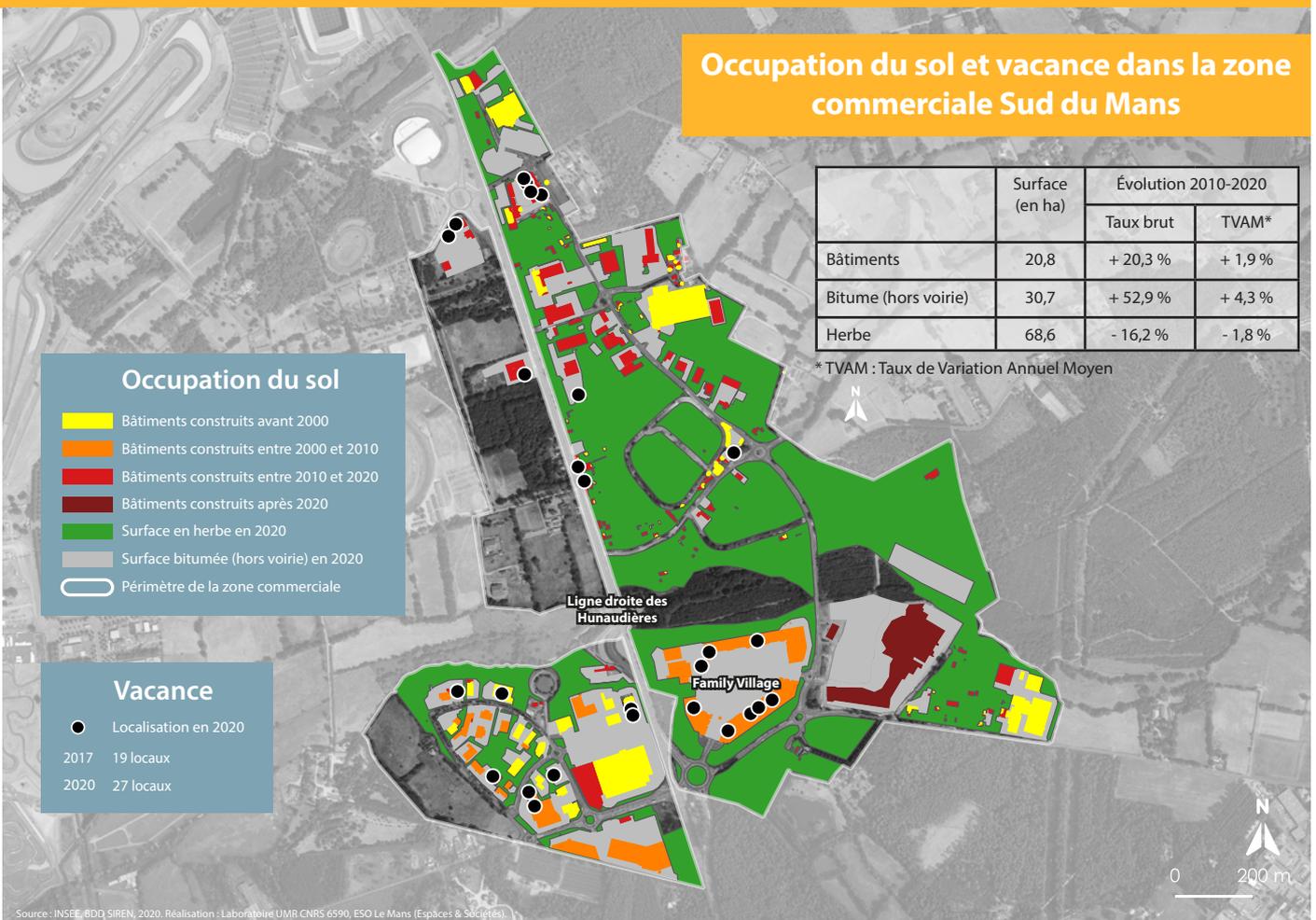
Vue aérienne de la zone commerciale Nord



Vue aérienne de la zone commerciale Sud



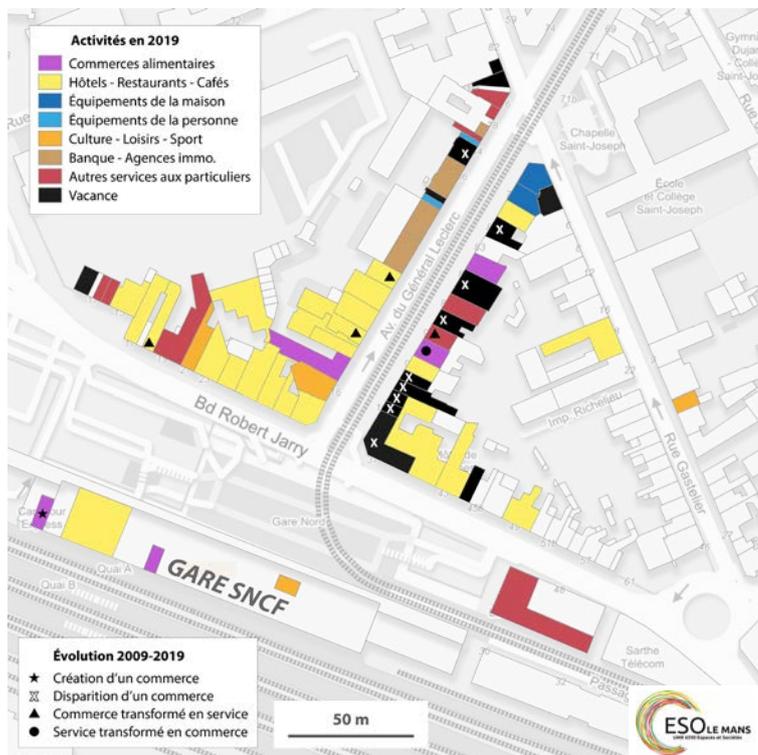
Occupation du sol et vacance dans la zone commerciale Sud du Mans



Au gré de l'ouverture de plus ou moins récents centres commerciaux et du remplissage de nombreuses dents creuses dans ces zones, les établissements vacants progressent entre 2017 et 2020, et affichent un taux de vacance compris entre 9 et 10 %.



LES PÔLES D'ÉCHANGES : LA GARE DU MANS



Le quartier de la gare du Mans conserve son tissu commercial dont l'offre n'a que très faiblement évolué à l'exception de quelques façades qui sont progressivement réhabilitées. Le parvis de la gare conserve, par exemple, ses commerces populaires

dont les restaurants, les hôtels et le sex-shop mais avec un aspect plus soigné en raison, à la fois, d'une requalification de l'espace public et d'une réflexion des façades d'immeubles.



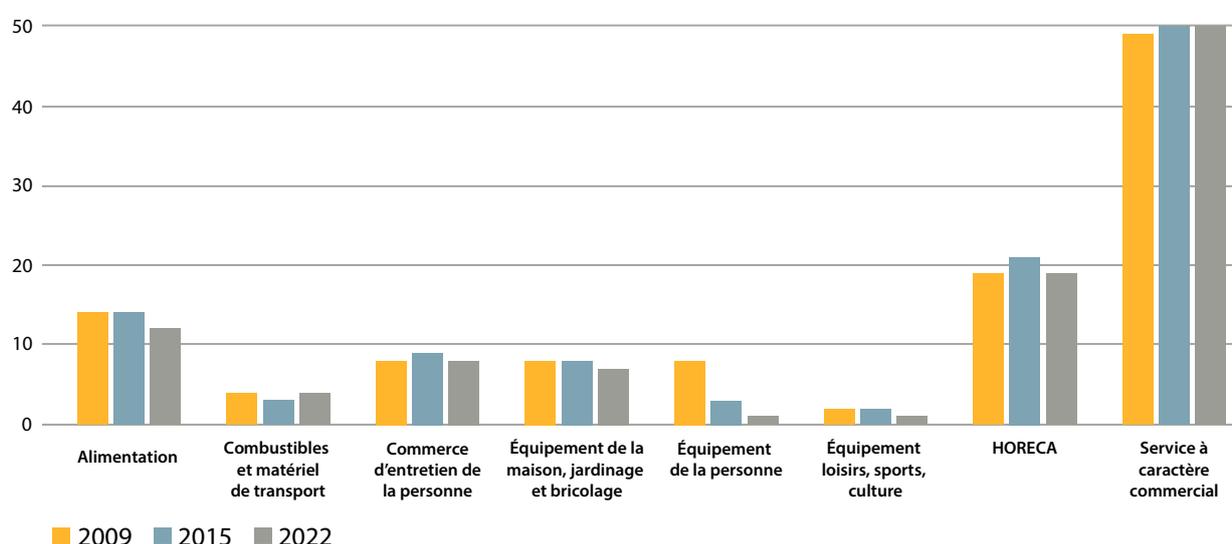
LES CENTRALITÉS COMMERCIALES DE QUARTIER : CHASSE ROYALE ET PONTLIEUE (LE MANS)

À partir de la nomenclature utilisée par l'OCReM pour le recensement des différentes catégories de commerces, il a été possible de réaliser un état des lieux des activités commerciales présentes dans les deux quartiers étudiés.

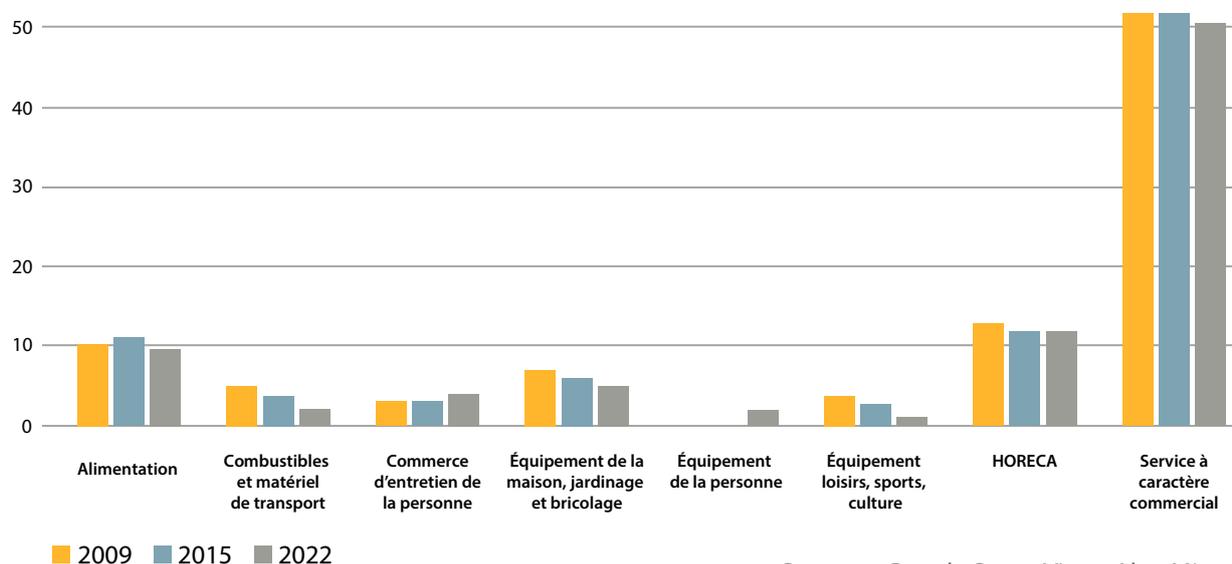
Tandis que les services prédominent dans les différents secteurs et particulièrement sur les places centrales, ces dernières proposent

également une offre importante de commerces alimentaires (types supermarché, épicerie, boulangerie, boucherie) dans le cas de la Chasse Royale (quatre commerces alimentaires sur la place centrale) alors que Pontlieue propose plutôt une offre spécifique de cafés-restaurants (cinq établissements sur la place centrale).

Évolution du nombre de commerces à Pontlieue entre 2009 et 2022



Évolution du nombre de commerces à la Chasse-Royale entre 2009 et 2022



Sources : Google Street View ; Alan Mignon, 2022.

LE COMMERCE DE DEMAIN : LES PERSPECTIVES DE L'OCREM

Comment regarder, mesurer et analyser l'évolution et la transformation du commerce de demain ?

Le commerce devient numérique, hybride, digital, phygital, etc. L'activité marchande s'appuie sur des boutiques connectées mais la commercialité se diffuse également hors les murs du magasin. Le commerce de détail ne peut plus se développer sans intégration d'une logistique appropriée. Certains anciens locaux commerciaux se transforment en espaces de production et de livraison (dark stores, dark kitchen, quick commerce, click and collect). Depuis septembre 2022, les plans locaux d'urbanisme (PLU), couvrant les agglomérations importantes, devront prendre

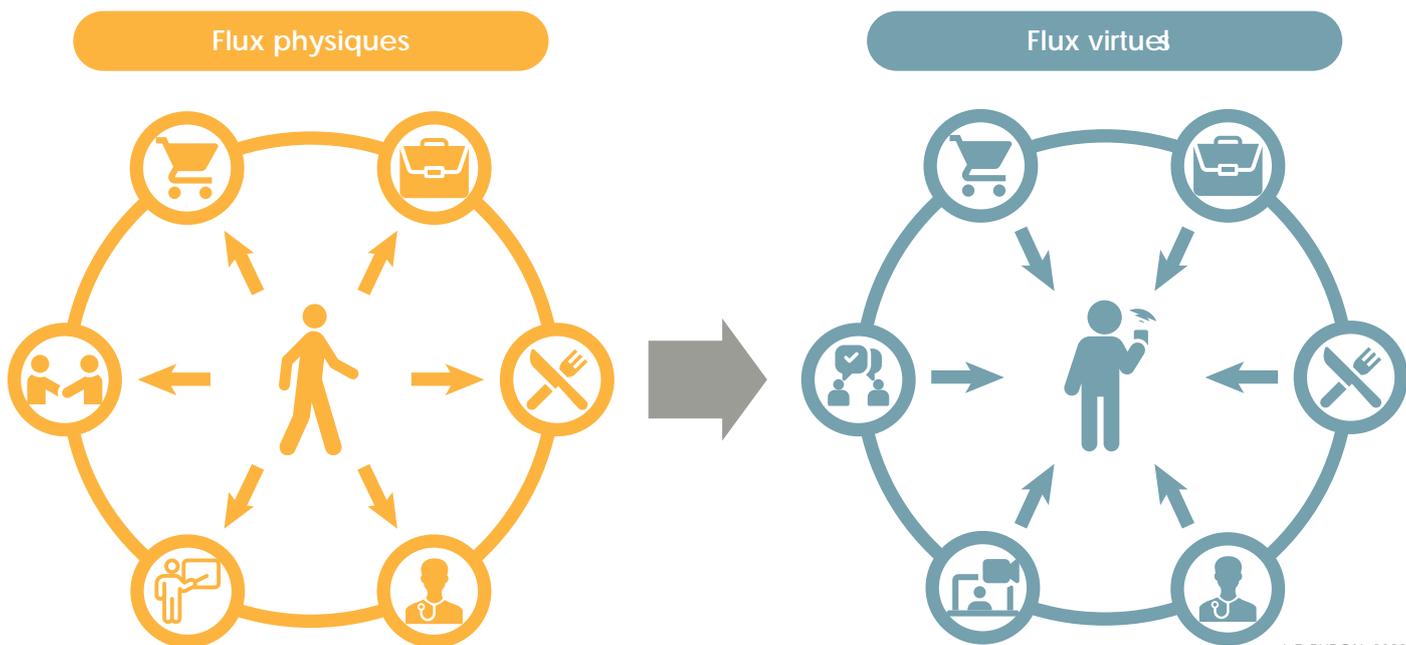
en compte ces nouvelles formes commerciales d'implantation dans leur projet. Dans la logique de livraison sur le dernier kilomètre, des Espaces de logistique urbaine (ELU) sont susceptibles d'agréger des services commerciaux (conciergerie, essayages, renvois de colis, etc.). Le commerce de flux n'est plus seulement celui qui attire des consommateurs ; il devient celui des déplacements de marchandises et de leur livraison en de multiples lieux directement ciblés sur les itinéraires de consommateurs rationalisant au mieux leurs temps sociaux.

LE SAVIEZ-VOUS ?

- Le **phygital** correspond à l'utilisation par les marques d'une stratégie à la fois physique (retail) et en ligne (web/ digital). Le terme va souvent de pair avec celui de digitalisation des points de vente : la fusion entre le e-commerce et les magasins physiques.
- Le **dark store** est un centre de distribution d'un acteur de l'e-commerce où viennent s'alimenter les flottes de livraison. Il correspond à un échelon intermédiaire entre les centres de distribution national et régional et un point de vente local. Il s'agit d'un élément indispensable à la mise en œuvre du « Quick commerce ».
- Les **dark kitchen** sont des locaux souvent situés en milieu urbain dense destinés à la préparation de repas qui sont livrés sans possibilité de les consommer sur place.
- Le terme de « **quick commerce** » désigne les activités commerciales de distribution basées sur la promesse d'une livraison effectuée dans un délai très court de l'ordre de dix à quinze minutes.
- Le **click and collect** est un dispositif commercial permettant d'acheter ou de réserver un bien ou un service en ligne et de le récupérer ensuite en magasin.



Essai de lecture géographique du processus d'hybridation commerciale dans le centre-ville du Mans



L-T. BURON, 2020.

Ces mutations du commerce en cours posent la question de leur impact sur la circulation des hommes, des véhicules, des produits, celle des effets néfastes à l'environnement mais aussi sur l'urbanité des quartiers de commerce et la qualité du cadre de vie. Elles posent donc *in fine* la question de la mesure de ces transformations issues de la troisième révolution commerciale que vivent marchands et chalandes depuis la naissance d'internet.

Les commerçants du centre-ville du Mans et le numérique



Réalisation : Louis-Thibault Buron, Le Mans Université, 2021.

Cette hybridation commerciale reposant sur des éléments virtuels se manifeste physiquement sur les devantures des boutiques par des autocollants faisant références à des sites internet. Leur présence permet d'assurer l'interface entre espaces virtuels et physiques et favorise l'interaction entre le chaland et le commerçant. Ces éléments multiplient les possibilités de relation entre la clientèle et la boutique grâce à une facilité d'achats ou d'informations sur un produit ou un service. En définitive, cette hybridation induit davantage de flexibilité puisqu'elle intensifie les possibilités d'achat et autorise, pour certains commerces, une interaction en dehors des horaires d'ouverture.

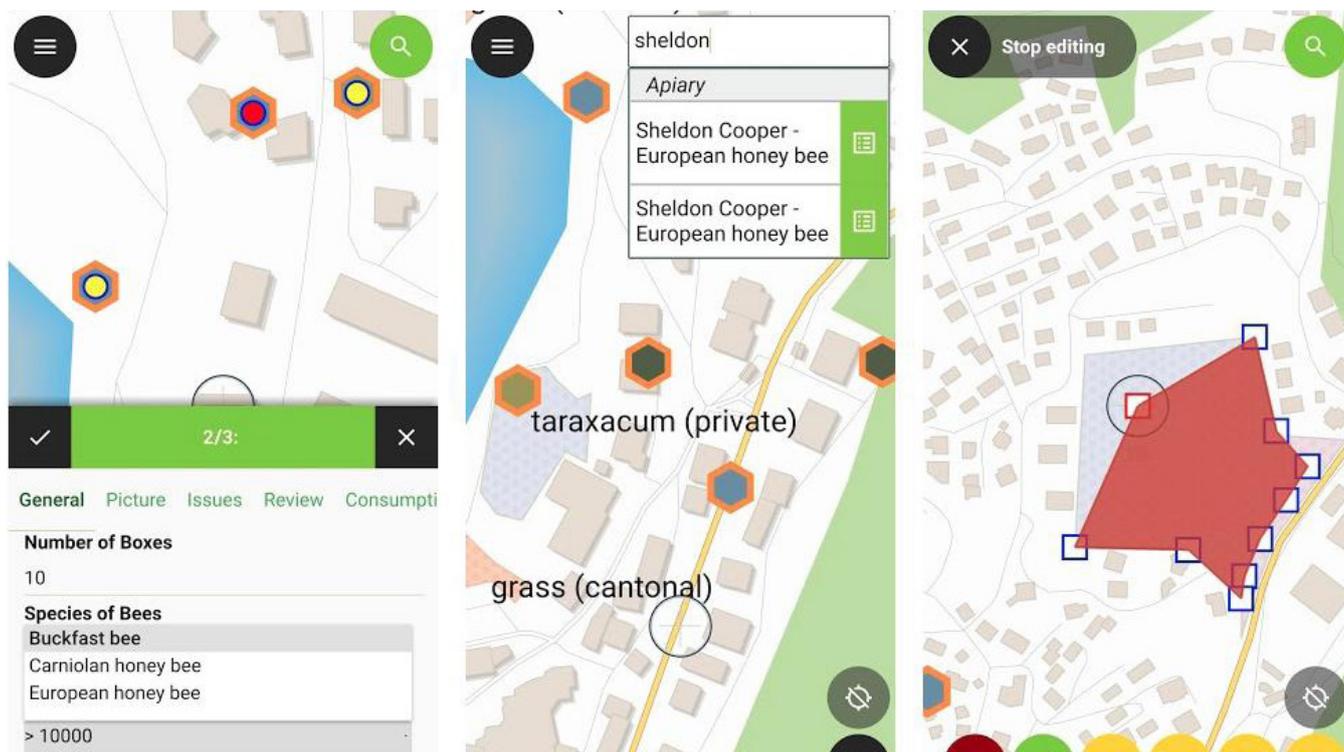
Sur le volet technique, de nouveaux outils pourraient être intégrés à l'observatoire parmi lesquels :

- des relevés photographiques par drone, permettant de suivre dans le temps l'évolution de l'occupation des sols des zones commerciales (bâtiments, parkings, espaces verts...);



Zone commerciale au nord du Mans, juin 2021 ©ESO Le Mans

- un recensement et un géoréférencement des commerces sur smartphone via une application OpenSource (Qfield), afin de faciliter les relevés de terrain et la mise à jour de la base de données tous les deux ans.



©qfield.org

3 | UN OUTIL À ENRICHIR, UNE CULTURE À PARTAGER

L'observatoire fonctionne comme une plateforme itérative entre l'objet commercial (production de données, acquisition d'une culture commune) qui fédère tous les partenaires de l'OCReM et les études périphériques, complémentaires à ce même objet qui le nourrissent, l'enrichissent en servant le collectif. Pour cela, chacun œuvre et apporte à l'OCReM des études menées en interne, susceptibles d'intéresser l'ensemble des membres.

Ces apports sont variés : études commanditées par un des membres de l'OCReM et mises à disposition du collectif, contrats universitaires en lien avec le commerce manœuvre (contrat 2015-2023 ERE LGVBPL, commerce de gare et de quartiers de gare), mémoires d'études universitaires, rapports, thèses, bases de données externes, veille commerciale à travers la presse locale, etc. Ces informations sont déposées sur le site d'hébergement de l'OCReM géré par la Maison des Sciences humaines de Le Mans Université (Laboratoire ESO).



COMPRENDRE LE COMMERCE, DÉBATTRE POUR AGIR

Deux réunions sont programmées chaque année pour rassembler les partenaires de l'OCReM, aborder des sujets et thématiques d'évolution commerciale particulièrement significatifs sur la place du Mans et de sa région, débattre sur des diagnostics, ou encore demander des approfondissements par des études engagées sur un domaine précis touchant à la recomposition du commerce dans ses territoires.

Ces études sont polymorphes : elles peuvent prendre la forme de contrats d'études, de mutualisation de services et de données, de

stages en alternance ou classiques d'étudiants de master 1 ou de master 2 en urbanisme et urbanisme commercial de Le Mans Université (Master Ville, parcours Urbanistic), etc.

Une de ces deux réunions doit aussi permettre d'ouvrir l'observatoire à des personnalités et acteurs extérieurs engagés dans la gestion commerciale, foncière et/ou urbaine des espaces marchands.

LES APPORTS DE CHACUN À DISPOSITION DU COLLECTIF

Dans le cadre de l'étude sur les effets du Covid-19 commandée par la DDT72 à Le Mans Université en 2020 et 2021, la mission du Laboratoire ESO Le Mans comprend deux objectifs majeurs : un objectif empirique et quantitatif de recensement des activités commerciales en octobre et novembre 2020 sur un territoire donné, celui, plus qualitatif, de procéder à des entretiens auprès de personnes ressources et à la diffusion d'un questionnaire en ligne auprès des commerçants du territoire investigué.



EXTRAIT DE L'ÉTUDE SUR LES EFFETS DU COVID-19

« La crise du COVID-19 et plus encore sa gestion par le gouvernement ont eu de profondes répercussions sur l'activité des commerçants en les soumettant à trois confinements successifs. Si certains commerçants ont pu tirer leur épingle du jeu par l'intermédiaire d'innovations commerciales pour atteindre, conserver ou développer leur clientèle, d'autres en revanche ont souffert des mesures prises. Ainsi, les cas peuvent être aussi hétérogènes qu'il y a de commerces. Les situations varient selon le secteur d'activité, l'implantation ou encore l'ancienneté du magasin. Un modèle général ne peut être défini. »

Louis-Thibault Buron, Le Mans Université.

Le serveur de la Maison des Sciences Humaines de Le Mans Université à disposition de l'OCReM

La Maison des Sciences Humaines dispose d'un serveur sécurisé et accessible à distance sur lequel les données produites dans le cadre de l'OCReM sont stockées. L'espace héberge notamment les données SIG, les relevés commerciaux issus du terrain, une carthèque, une photothèque. Il archive également les articles de presse locale abordant les ouvertures et fermetures des commerces au Mans.

Stages et mémoires d'études du département de géographie – aménagement de Le Mans Université



• **Le traitement de la vacance commerciale dans la redynamisation des communes rurales : les exemples de Montfort-le-Gesnois et Bessé-sur-Braye** - Hugo Blossier. Juin 2022.

• **Les évolutions commerciales dans les centralités de quartiers manceaux** - Alan Mignon. Juin 2022.

Extrait de la veille commerciale assurée par la DDT72

La veille commerciale, assurée chaque mois par la DDT72 depuis juin 2021, permet d'archiver les articles de la presse locale abordant la thématique du commerce. L'objectif pour l'OCReM est d'identifier l'ouverture et la fermeture de commerces dans l'agglomération mancelle. Cela permet également d'observer l'apparition de nouveaux services et modalités de vente tels que l'hybridation commerciale des réseaux de boutiques et d'informations (drives piétons), les services 24h/24h (drives automatiques), les commerces services intégrant une logistique de livraison, etc.

Dans l'épicerie, un robot fait les courses pour vous

Qui ne s'est jamais retrouvé à chercher un produit un dimanche soir au moment où tous les magasins sont fermés ? Cette situation sera désormais résolue grâce à l'ouverture, début août, d'une épicerie ouverte 24h/24 sept jours sur sept, au 34, rue Gambetta. Cette épicerie ouverte par Paul et Virginie Chen, les gérants du magasin d'informatique Formule PC, prendra la place de la pizzeria L'Atrium, fermée depuis 2019.

Plus de 300 références

Cette idée, les deux propriétaires l'ont eu en observant les comportements de leurs clients. « Nous avons remarqué que les gens ne stockaient plus autant qu'avant et qu'il pouvait leur être utile d'accéder à des produits de première nécessité à n'importe quel moment de la journée » explique Virginie Chen. Conséquence, l'épicerie proposera plus de 300 références de produits courants mais aussi 50 produits régionaux. « Toujours pratique pour les touristes qui veulent emporter un petit souve-

nir avant de repartir le dimanche » confie la co-gérante.

Via Internet ou à la borne

Pour faire vos achats, deux possibilités. « Soit les individus commandent directement à la borne du magasin, soit ils font leur course en ligne (sur le site ou sur l'application NDLR) et retiennent, via un code, leurs courses au magasin » précise la propriétaire. Et c'est donc un robot qui préparera vos commandes ! « Avec mon mari, nous gérons le stock et la communication mais la gestion de commande sera entièrement automatisée » explique Virginie Chen.

Une épicerie franchisée

Une complexité dans la mise en place de l'automate qui a contraint les deux gérants à faire appel à une franchise. Ils ont choisi Ximiti car « c'est une chaîne française » déclare la co-gérante. Mais même s'il s'agit d'une franchise, les propriétaires sont libres de choisir les fournisseurs et le contenu de leur stock. À partir de septembre, l'épicerie pro-



L'épicerie, ouverte 24h/24, proposera plus de 300 références de produits du quotidien et des plats cuisinés à partir de septembre. PHOTO : LE MAINE LIBRE

posera donc également des plats cuisinés français et asiatiques préparés par un traiteur. « Il y a aujourd'hui une quarantaine de franchises en France mais nous serons les pre-

miers à proposer des plats asiatiques » confie Virginie Chen.

Othélie BRION

Ximiti, 34, rue Gambetta. Renseignements sur le site web : www.ximiti.ue

Arrivée d'une épicerie automatisée rue Gambetta au Mans. Article du Maine Libre, juillet 2022.

La boutique Secottine va fermer

Le magasin situé rue du Tertre, entre les rues des Minimes et du Docteur-Leroy, va fermer dans ce printemps après une aventure de trois ans.



Le Mans, mars 2022. Aurélie Marol, la gérante de la boutique, l'assure, « c'est un happy end ! ». PHOTO : LE MAINE LIBRE

Secottine était le premier magasin d'Aurélien Marol, après plusieurs expériences dans le domaine de la couture, de la distribution, du bricolage... Ce family store situé rue du Tertre entre les rues des Minimes et du Docteur-Leroy ciblait principalement les femmes et les enfants, en proposant à la vente vêtements, accessoires de décoration, jouets, bijoux et articles de papeterie, pour beaucoup issus de l'artisanat. L'aventure, débutée au printemps 2019, va s'arrêter après trois belles années. Le magasin est à vendre,

mais pas le concept. Même si ces trois années ont été marquées par des événements peu favorables au commerce, comme le mouvement des Gilets jaunes ou le Covid, Aurélie Marol relativise : « C'est comme la météo, il faut savoir passer au travers ».

De belles rencontres

Alors pour la souriante commerçante, le bilan est simple : « Que de bonheur ! Je retiens surtout de très belles rencontres. Je précise que cette fermeture est un choix personnel, pas

une obligation. J'aime le changement ». Dès à présent, toute la boutique est à 40 %, sauf les bijoux. La date de fermeture n'est pas précisément fixée : « Ce sera quand les gens auront vidé la boutique ! Mais idéalement fin avril ». Concernant la suite, Aurélie Marol reste discrète, glissant toutefois : « On ne se dit pas au revoir, mais à bientôt ».

Fabrice GANDON

Fermeture d'un magasin de couture rue des Minimes. Le Maine Libre, mars 2022.

Tommy Hilfiger arrive en ville

Le géant du prêt-à-porter de luxe va ouvrir un magasin dans le centre-ville du Mans, à la place de la boutique Quiksilver, au mois de mars.



Le Mans, hier. Tommy Hilfiger va prendre la place de Quiksilver dans le centre-ville du Mans. PHOTO : LE MAINE LIBRE

Début 2021, le centre-ville du Mans perdait une enseigne de prêt-à-porter, celle de Quiksilver, présente depuis une quinzaine d'années dans un beau magasin, rue Saint-Jacques, tout près de la place Saint-Nicolas dans le cœur de ville du Mans.

Collections femmes et hommes

Depuis, la boutique était restée fermée. Elle va bientôt reprendre vie. Si le bruit courait depuis quelques semaines, le service communication du principal intéressé confirme. Tommy Hilfiger arrive au Mans.

L'ouverture ne devrait pas tarder puisqu'elle est prévue dans le courant du mois de mars. Le magasin disposera d'une surface de 148 m². La boutique présentera aux clients la nouvelle collection printanière, « Spring 22 », à savoir vêtements, accessoires, sacs à main, sous-vêtements et chaussures, pour femmes et pour hommes (la ligne pour enfants ne sera pas vendue dans la boutique mancelle).

En plein développement

L'arrivée d'une telle marque, présente notamment à Nantes, Tours ou Orléans pour les villes les plus pro-

ches, est une bonne nouvelle quant à l'attractivité commerciale du centre-ville mancelle. Le quartier Saint-Nicolas est déjà bien fourni en enseignes de prêt-à-porter sportswear haut de gamme, à l'image de Gant, Lacoste, ou encore IKKS. Outre l'ouverture d'un magasin au Mans, Tommy Hilfiger, qui est en plein développement de son réseau, envisage la création de boutiques à Dijon en avril et La Rochelle en juillet. La marque fait partie du groupe PVH, qui possède également Calvin Klein.

Fabrice GANDON

Ouverture d'une boutique de prêt-à-porter dans le centre-ville du Mans. Le Maine Libre, janvier 2022.

CONTACTS



Direction Départementale des Territoires

ddt-scts-ct@sarthe.gouv.fr



Chambre des Métiers et de l'Artisanat

contact72@artisanatpaysdelaloire.fr



Le Mans Métropole

catherine.simon@lemans.fr



Le Mans Développement

jm.macouin@lemansdeveloppement.fr

a.rotier@lemansdeveloppement.fr



Pays du Mans

julien.roisse@paysdumans.fr



Le Mans Université / ESO Le Mans

arnaud.gasnier@univ-lemans.fr

stanislas.charpentier@univ-lemans.fr

louis-thibault.buron@univ-lemans.fr



OBSERVATOIRE COMMERCIAL DE LA RÉGION MANCELLE

OCCReam

