



A.R. PREFECTURE

MOIRANS
008-11060884-20110318-SJ_05_02_11_1-DE
Reçu le 14/03/2011

**DROIT DE PREMPTION
SUR LES FONDS DE COMMERCE**

RAPPORT D'ANALYSE

SOMMAIRE

Introduction

Analyse des périmètres pressentis :

- Le Val de Mougins

ANALYSE DE L'OFFRE COMMERCIALE

ANALYSE DE LA CLIENTELE ET DES HABITUDES D'ACHAT

SYNTHESE

- Le Village

ANALYSE DE L'OFFRE COMMERCIALE

ANALYSE DE LA CLIENTELE ET DES HABITUDES D'ACHAT

SYNTHESE

- Mougins-le-Haut

ANALYSE DE L'OFFRE COMMERCIALE

ANALYSE DE LA CLIENTELE ET DES HABITUDES D'ACHAT

SYNTHESE

Conclusion

INTRODUCTION

Le développement économique est l'un des enjeux majeurs de la commune de Mougins et avec le taux de sa taxe professionnelle le plus bas du bassin cannois y contribue. Plus de 1400 entreprises dont une majorité de petites et moyennes entreprises, commerces de proximité et artisans participent directement à son dynamisme.

Cependant, ces dernières années la diversité des commerces commencé à être mise à mal dans plusieurs quartiers de la ville, notamment avec une forte implantation d'agences immobilières et bancaires ou de galeries d'art allant jusqu'à menacer directement les derniers commerces de proximité existants.

La ville de Mougins s'est déjà investie pour le commerce de proximité par le biais d'un plan FISAC mis en place en 2004 sur les quartiers du Val et de Tournamy. Ainsi, ce secteur où le commerce de proximité est fortement présent a été redynamisé.

La loi n° 2005-882 du 02/08/05 en faveur des PME est venue compléter le droit de préemption urbain, régi par le code de l'urbanisme (art.L211-1 et L213-1) et permettant à une collectivité territoriale de se substituer à l'acquéreur lors de la vente de biens. Grâce à cette législation, les communes sont aujourd'hui susceptibles de recourir à cette faculté lors de la cession de fonds artisanaux, de fonds de commerce ou de baux commerciaux.

Elaboré à partir d'informations recueillies et actualisées par la commune de Mougins, ce rapport, qui conditionne la mise en œuvre de ce droit de préemption, conformément aux dispositions du décret n° 2007-1827 du 27 décembre 2007, procède à un état des lieux de l'équipement commercial et artisanal existant et entend analyser les menaces pesant sur sa diversité.

Afin de répondre à cette interrogation et d'étayer son argumentation, la commune de Mougins a sollicité l'accompagnement de la Chambre de Commerce et d'Industrie Nice Côte d'Azur et de la Chambre de Métiers des Alpes-Maritimes.

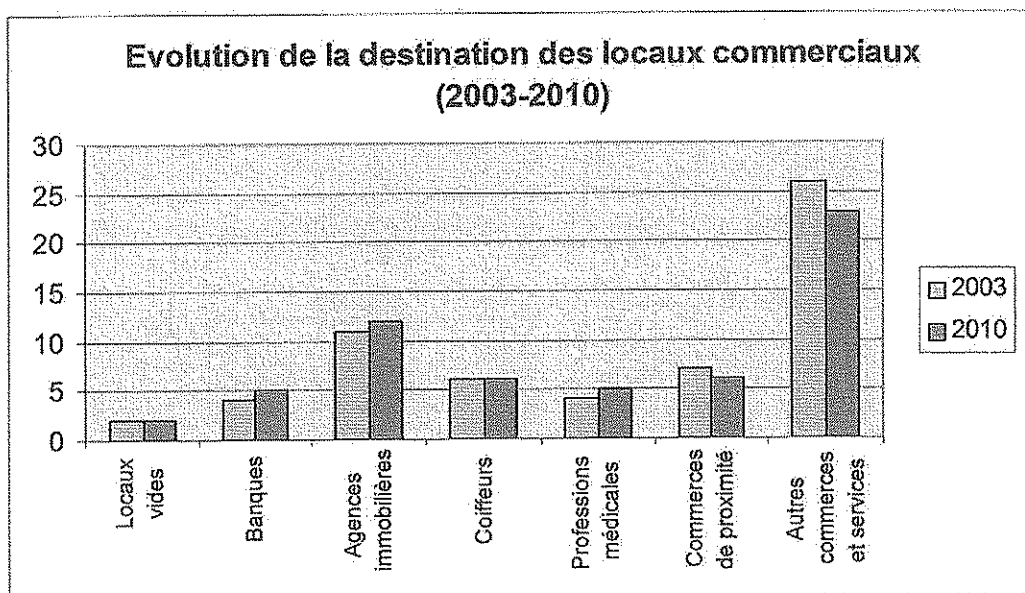
Si le tissu commercial de Mougins représente des activités globalement en adéquation avec sa population, les mutations urbaines actuelles et en projet sont susceptibles d'accentuer la spécialisation commerciale des trois secteurs retenus pour établir un périmètre de préemption.

PERIMETRE DE PREEMPTION POUR LE VAL

ANALYSE DE L'OFFRE COMMERCIALE

- Cellules commerciales

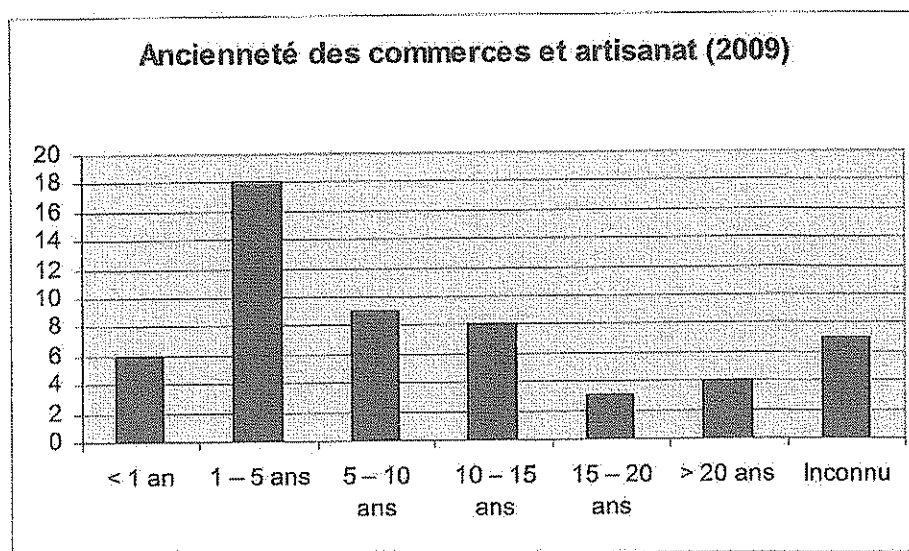
Cellules commerciales		2003	2010	Evolution
vides		2 (3.3 %)	2 (3.4 %)	-
occupées	Banques	4 (6.7 %)	5 (8.5 %)	+ 1
	Agences immobilières	11 (18.3 %)	12 (20.2 %)	+ 1
	Coiffeurs	6 (10 %)	6 (10.2 %)	-
	Professions médicales	4 (6.7 %)	5 (8.5 %)	+ 1
	Commerces de proximité	7 (11.7 %)	6 (10.2 %)	- 1
	Autres commerces et services	26 (43.3 %)	23 (39 %)	+ 3
TOTAL		60	59	- 1



- 1 banque s'est agrandie et a englobé 2 cellules commerciales supplémentaires depuis 2003
- 1 banque en cours d'installation regroupe 2 cellules commerciales
- 1 cellule commerciale a été créée par un magasin de décoration
- 1 cabinet infirmier a remplacé une auto-école
- 1 agence immobilière est venue s'ajouter aux autres

- **Ancienneté des commerces**

Ancienneté	Nombre de commerces	Informations
< 1 an	6	2 fleuristes, 1 opticien et 1 parfumerie
1 – 5 ans	18	2 agences immobilières, 3 coiffeurs, le tabac-presse et 1 boulangerie
5 – 10 ans	9	3 agences immobilières et 2 boucheries
10 – 15 ans	8	5 agences immobilières, 2 banques et la primeur
15 – 20 ans	3	1 agence immobilière
> 20 ans	4	2 coiffeurs
Inconnu	7	2 banques



- **Age des commerçants et artisans**

14 commerçants et artisans de plus de 50 ans (27 %) dont 4 coiffeurs, la boucherie et 5 agences immobilières

- **Commerces de proximité**

- 1 boulangerie (reprise en 2008 par un jeune couple) problèmes de stationnement aux abords immédiats
- 2 boucheries contre 3 en 2003 : en cours de remplacement par une banque
- 1 primeur-fromager
- 1 tabac-presse
- un Petit Casino

- **Moteurs de l'attractivité commerciale**

Ces 6 commerces de proximité drainent une clientèle importante dans la zone du Val. On peut ajouter à ceci les 2 bars qui se font face et qui reçoivent beaucoup de monde, ainsi que la pharmacie.

- **Coût de la location des cellules commerciales élevé**

- **Stationnement en zone bleue :**

- parking des Baraques (centre de la zone) : 87 places dont la moitié en sous-sol en zone blanche gratuite
- parking Halte Napoléon (nord de la zone) : 15 places
- stationnement le long de la rue

- **Zone de passage sur l'axe Cannes-Grasse, beaucoup de circulation**

- **Long linéaire de commerces qui incite peu à flâner : on vient au Val pour acheter quelque chose**

- **Travaux de réaménagement du quartier en 2004 et 2007 : sécurisation des trottoirs, embellissement, massifs fleuris**

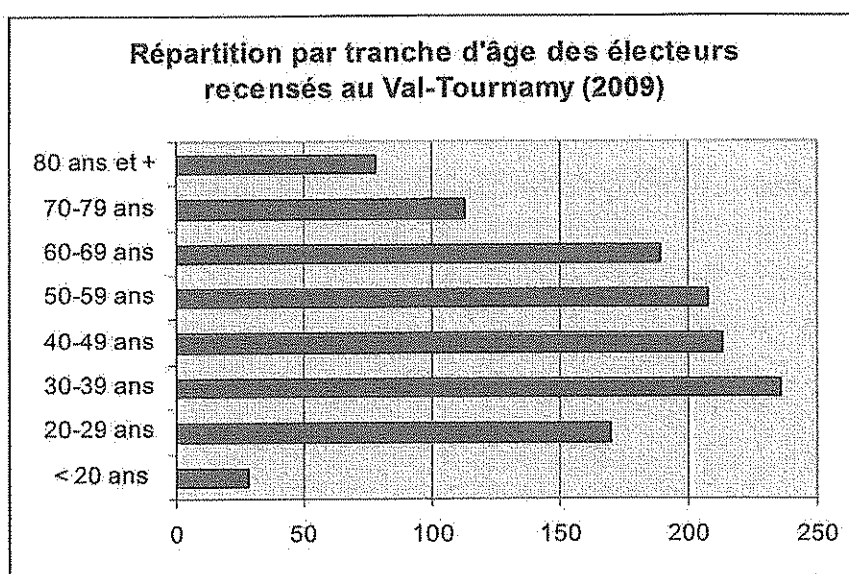
- **Projets**

Implantation d'un centre de vie dans les années à venir à l'entrée nord de la zone : place avec commerces, services et logements

ANALYSE DE LA CLIENTELE ET DES HABITUDES D'ACHAT

- Clientèle aisée ou personnes habitant le quartier
- Etude de la population résidante du Val Tournamy (2009) (sur la base des listes électorales)

- 1234 électeurs dont 31 % de personnes âgées de plus de 60 ans. Les enfants mineurs et les personnes non inscrites sur les listes électorales ne sont pas comptabilisés.



- 78 résidences secondaires soit environ 13 % des logements (sur la base de la taxe d'habitation 2008)

SYNTHESE – LE VAL

- ✓ Une offre commerciale dynamique et diversifiée, tournée vers une clientèle locale ou aisée
 - 59 cellules commerciales
 - Une gamme complète de commerces de proximité de qualité

- ✓ Une offre commerciale dominée par les agences immobilières et bancaires
 - 20 % d'agences immobilières
 - 8.5 % d'agences bancaires

- ✓ Un équilibre qui doit être accompagné dans les années à venir
 - 2 locaux vacants et nombreux commerces récents
 - 27 % commerçants et artisans de plus de 50 ans
 - Implantation d'un centre de vie avec commerces, services et logements au nord du quartier

LA PREEMPTION AU VAL

- ✓ *Pourquoi ?*
 - Préservation de la diversité de l'offre commerciale
 - Maîtrise des nouvelles implantations possibles d'agences immobilières et bancaires

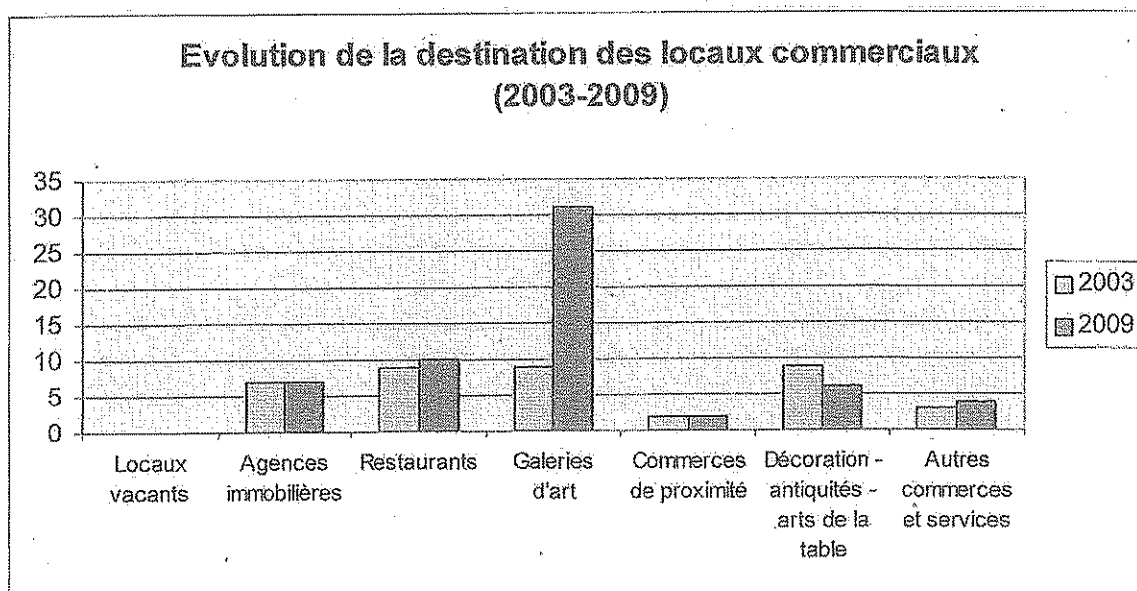
- ✓ *Qui ?*
 - Les commerces de proximité
 - Les autres cellules commerciales si existence d'un bail "Tout Commerce"

- PERIMETRE DE PREEMPTION POUR LE VILLAGE

ANALYSE DE L'OFFRE COMMERCIALE

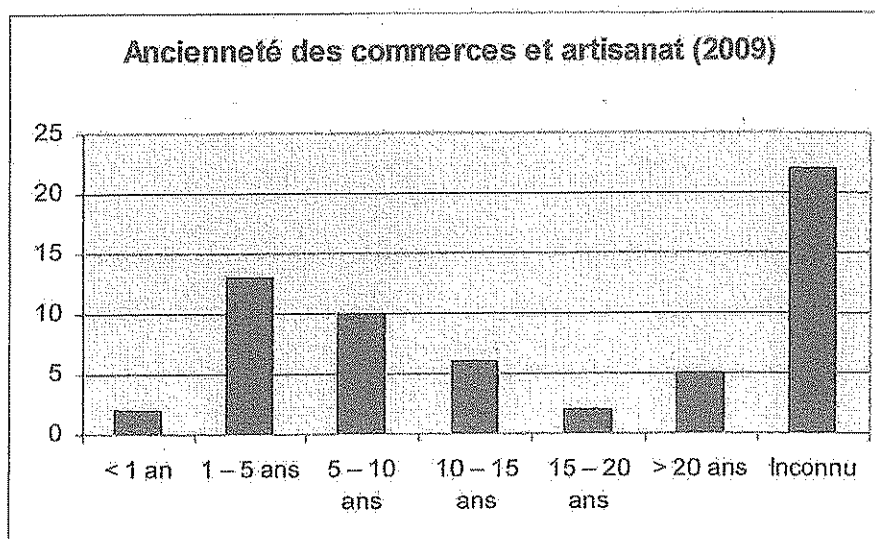
• Cellules commerciales

Cellules commerciales		2003	2009	Evolution
Cellules vacantes		0	0	-
occupées	Agences immobilières	7 (18%)	7 (12%)	-
	Restaurants	9 (23%)	10 (17%)	+1
	Galeries et artisans d'art	9 (23%)	31 (51%)	+22
	Commerces de proximité	2 (5%)	2 (3%)	-
	Décoration – antiquités - arts de la table	9 (23%)	6 (10%)	-3
	Autres commerces et services	3 (8%)	4 (7%)	+1
TOTAL		39	60	+21



- Ancienneté des commerces

Ancienneté	Nombre de commerces	Informations
< 1 an	2	1 galerie d'art
1 – 5 ans	13	Tabac-Presse, 3 restaurant, 2 agences immobilières, 4 galeries d'art
5 – 10 ans	10	L'alimentation générale, 3 restaurants, 2 agences immobilières, 3 galeries d'art
10 – 15 ans	6	1 restaurant, 1 agence immobilière, 3 galeries d'art
15 – 20 ans	2	1 agence immobilière, 1 galerie d'art
> 20 ans	5	3 restaurants, 1 agence immobilière, 1 galerie d'art
Inconnu	22	19 galeries d'art



- Age des commerçants et artisans

14 commerçants et artisans de plus de 50 ans (23%) dont 1 agence immobilière, 6 restaurants et 6 galeries ou artisans d'art

- Commerces de proximité

- une alimentation générale
- un tabac-presse

- **Moteurs de l'attractivité commerciale**

Les nombreux restaurants et galeries d'art ainsi que l'attrait touristique du Village

- **Coût de la location des cellules commerciales élevé**

- **Stationnement gratuit mais insuffisant : 201 places de parking**

- **Projet de création de 60 places de stationnement supplémentaires pour l'été 2009**

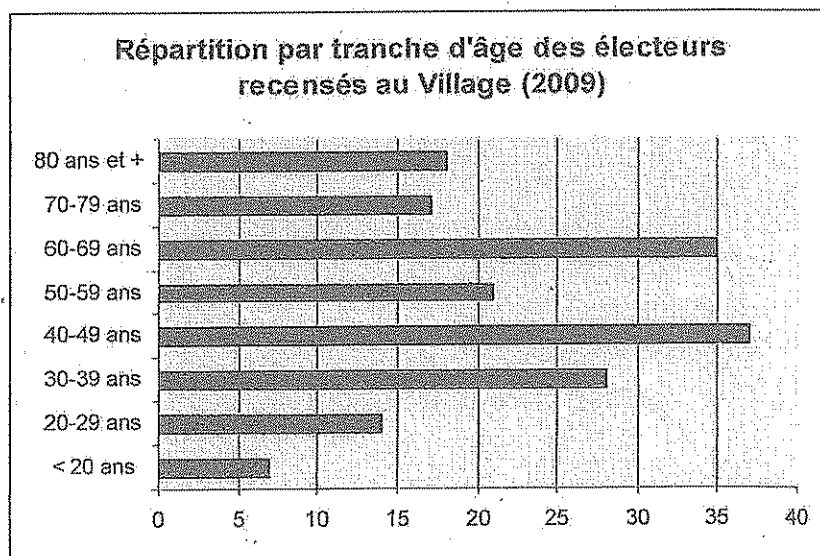
ANALYSE DE LA CLIENTELE ET DES HABITUDES D'ACHAT

- **Clientèle touristique et clientèle aisée**

- **Nombreuses galeries d'art qui incitent à flâner, belles maisons du village, restaurants**

- **Etude de la population résidante (2009) (sur la base des listes électorales)**

- 177 électeurs dont 40 % de personnes âgées de plus de 60 ans. *Les enfants mineurs et les personnes non inscrites sur les listes électorales ne sont pas comptabilisés.*



- 51 résidences secondaires soit environ 34 % des logements (sur la base de la taxe d'habitation 2008)

- **Etude de la fréquentation touristique (2008)**

- 28 460 touristes passent à l'Office de Tourisme dont 25 % d'étrangers

On considère que 40 % des touristes ne viennent pas l'Office de Tourisme.

SYNTHESE

- ✓ Une offre commerciale vivante et dynamique
 - 60 cellules commerciales en 2009 contre 39 en 2003
 - Aucun local vacant

- ✓ Une offre commerciale de qualité tournée vers le tourisme haut de gamme
 - 51 % de galeries et artisans d'art, nombreuses créations depuis 2003 par transformation de rez-de-chaussée d'habitations
 - 17 % de restaurants
 - 10 % de magasins de décoration, antiquités et arts de la table

- ✓ Une quasi-absence de l'offre commerciale pour les résidents depuis plusieurs années malgré l'existence d'une clientèle potentielle
 - Une alimentation générale
 - Un tabac-presse
 - 40 % des 177 résidents ont plus de 60 ans

RAPPELS DES JUSTIFICATIONS POUR LE PERIMETRE DU VILLAGE

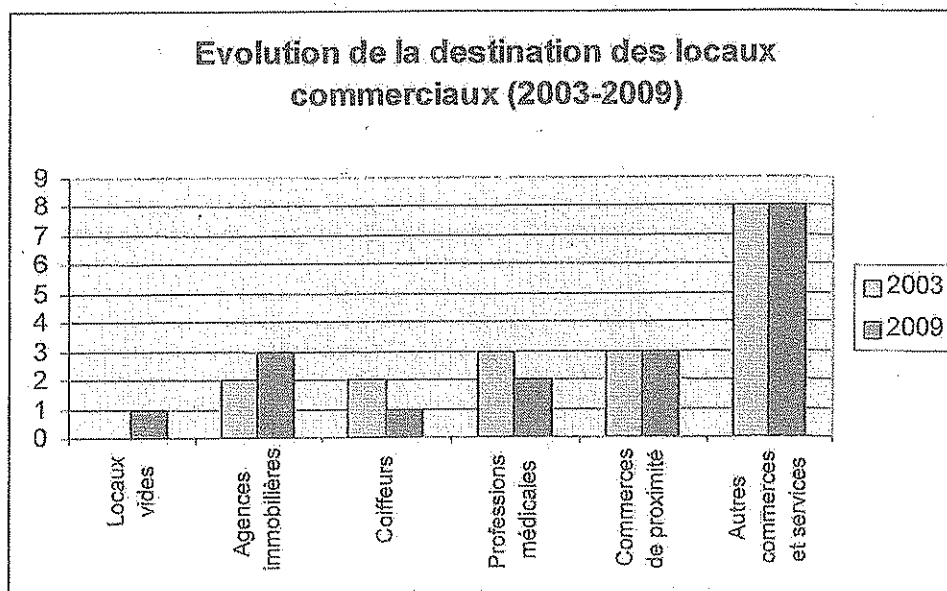
- Préservation des 2 derniers commerces de proximité
- Mise en place d'un observatoire commercial grâce à la déclaration de cession liée à l'établissement d'un périmètre de préemption

PERIMETRE DE PREEMPTION POUR MOUGINS-LE-HAUT

ANALYSE DE L'OFFRE COMMERCIALE

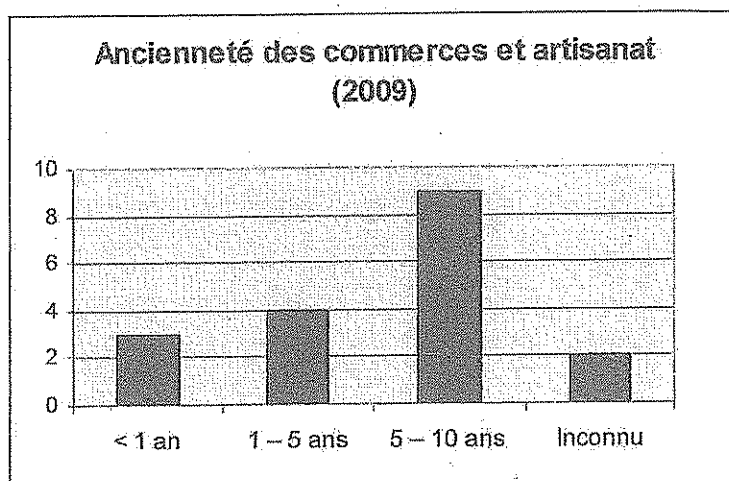
• Cellules commerciales

Cellules commerciales		2003	2009	Evolution
Cellules vacantes		0	1 (5.6 %)	+ 1
occupées	Banques	0	0	-
	Agences immobilières	2 (11.1 %)	3 (16.7 %)	+ 1
	Coiffeurs	2 (11.1 %)	1 (5.5 %)	- 1
	Professions médicales	3 (16.7 %)	2 (11.1 %)	- 1
	Commerces de proximité	3 (16.7 %)	3 (16.7 %)	-
	Autres commerces et services	8 (44.4 %)	8 (44.4 %)	-
TOTAL		18	18	-



- **Ancienneté des commerces**

Ancienneté	Nombre de commerces	Informations
< 1 an	3	
1 – 5 ans	4	2 agences immobilières
5 – 10 ans	9	1 agence immobilière, le tabac-vidéo, la boulangerie, le coiffeur
Inconnu	2	



- **Age des commerçants et artisans**

7 commerçants et artisans de plus de 50 ans (39 %) dont 1 agence immobilière, le tabac-vidéo, le coiffeur, la pharmacie et restaurant

- **Commerces de proximité**

- 1 boulangerie : en difficulté, menacée d'expulsion
- une alimentation générale PROXI
- un tabac-vidéo

- **Moteurs de l'attractivité commerciale**

La Mairie et son antenne postale, la boulangerie, le coiffeur, le médecin et la pharmacie et le PROXI

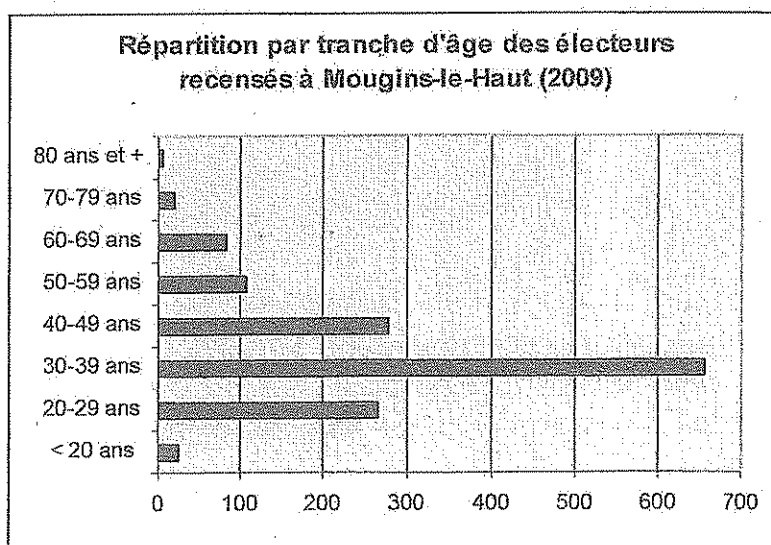
- **Stationnement en zone bleue**

- parking à l'entrée : 38 places
- le long de la rue : 59 places

- Petit pôle commercial excentré, à l'écart de grandes voies de circulation, créé au début des années 80
- Projets
 - Mise en place d'un marché Bio tous les 15 jours le samedi à partir du 4 avril
 - Etude pour l'installation d'un distributeur automatique de billets, à la demande des habitants du quartier

ANALYSE DE LA CLIENTELE ET DES HABITUDES D'ACHAT

- Clientèle de proximité, nombreuses familles avec enfants habitant le quartier
- Etude de la population résidante (2009) (sur la base des listes électorales)
 - 1437 électeurs dont 7 % de personnes âgées de plus de 60 ans. Les enfants mineurs et les personnes non inscrites sur les listes électorales ne sont pas comptabilisés.



- 163 résidences secondaires soit environ 10 % des logements (sur la base de la taxe d'habitation 2008)

SYNTHESE

✓ Un petit pôle commercial autonome

- 18 cellules commerciales en 2009
- Un seul local vacant
- Eloignement géographique des autres pôles commerciaux

✓ Une offre commerciale diversifiée tournée vers les résidents avec une clientèle potentielle importante

- Une boulangerie
- Une alimentation générale
- Un coiffeur
- Un tabac-vidéo
- Un médecin et un pharmacie

✓ Mais une offre commerciale fragile

- La boulangerie est menacée d'expulsion par le propriétaire des murs
- Le boucher présent depuis 1988 a fermé en 2004 sans trouver de repreneur
- Plusieurs cellules commerciales ont été transformées en logements avant 2003
- 40 % des commerçants et artisans ont plus de 50 ans dont le coiffeur, le tabac-vidéo et la pharmacie

RAPPELS DES JUSTIFICATIONS POUR LE PERIMETRE DU VILLAGE

- Préservation de la diversité de l'offre commerciale
- Maîtrise des nouvelles transformations possibles de cellules commerciales en logements

CONCLUSION

Le droit de préemption apparaît comme un moyen privilégié pour la collectivité de reprendre la maîtrise de son territoire. En effet, la préemption sur les fonds artisanaux, de fonds de commerce ou de baux commerciaux correspond à l'intérêt général et répond aux objectifs définis par la collectivité.

Fort de ces constats, la commune de Mougins a donc décidé d'instituer trois périmètres de préemption au sein desquels elle pourra faire usage de cette faculté.