



EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

L'an deux mille dix neuf, le vingt trois septembre, le conseil municipal s'est réuni en séance publique, en l'Hôtel de ville de Grenoble, sur la convocation de Monsieur le Maire, en date du 17 septembre 2019.

Nombre de conseillers municipaux en exercice au jour de la séance : 59
M. Eric PIOLLE, Maire, assure la présidence.

Il est procédé à l'appel nominal auquel répondent :

M. Eric PIOLLE - Mme Elisa MARTIN - M. Hakim SABRI - Mme Kheira CAPDEPON - M. Bernard MACRET - M. Sadok BOUZAIENE - Mme Laurence COMPARAT - Mme Marina GIROD DE L'AIN - M. Thierry CHASTAGNER - Mme Mondane JACTAT - M. Pascal CLOUAIRE - Mme Laëtitia LEMOINE - M. Alain DENOYELLE - M. Vincent FRISTOT - Mme Catherine RAKOSE - M. Fabien MALBET - Mme Maud TAVEL - M. Jacques WIART - M. Antoine BACK - M. Olivier BERTRAND - Mme Maryvonne BOILEAU - Mme Marie-Madeleine BOUILLON - M. Alan CONFESSON - M. Claude COUTAZ - Mme Suzanne DATHE - M. René DE CEGLIE - Mme Salima DJIDEL - Mme Christine GARNIER - M. Claus HABFAST - Mme Martine JULLIAN - Mme Claire KIRKYACHARIAN - M. Yann MONGABURU - Mme Anne-Sophie OLMOS - M. Jérôme SOLDEVILLE - Mme Sonia YASSIA - Mme Laure MASSON - Mme Bernadette RICHARD-FINOT - M. Guy TUSCHER - Mme Sarah BOUKAALA - Mme Anouche AGOBIAN - M. Paul BRON - Mme Jeanne JORDANOV - Mme Marie-José SALAT - M. Patrice VOIR - Mme Nathalie BERANGER - Mme Bernadette CADOUX - M. Richard CAZENAVE - M. Matthieu CHAMUSSY - M. Lionel FILIPPI - Mme Sylvie PELLAT-FINET - Mme Mireille D'ORNANO - M. Alain BREUIL

Absents ayant donné pouvoir :

Mme Corinne BERNARD donne pouvoir à Mme Laurence COMPARAT
M. Emmanuel CARROZ donne pouvoir à Mme Maud TAVEL
Mme Lucille LHEUREUX donne pouvoir à M. Olivier BERTRAND
M. Raphaël MARGUET donne pouvoir à M. Hakim SABRI
M. Pierre MERIAUX donne pouvoir à Mme Salima DJIDEL
M. Georges BURBA donne pouvoir à M. Antoine BACK
M. Vincent BARBIER donne pouvoir à Mme Bernadette CADOUX

Conformément à l'article L.2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales, il a été procédé à la nomination d'un-e secrétaire de séance pris au sein du conseil : M. Fabien MALBET ayant obtenu la majorité des suffrages, a été désigné-e pour remplir ces fonctions.

D20190923_2 - Plan d'actions suite aux préconisations présentées par l'atelier citoyen sur la revitalisation des commerces de proximité

SEANCE DU 23 SEPTEMBRE 2019

2-(18506). DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE_: Plan d'actions suite aux préconisations présentées par l'atelier citoyen sur la revitalisation des commerces de proximité

Monsieur Pascal CLOUAIRE expose,

Mesdames, Messieurs,

La charte des Conseils Citoyens Indépendants (CCI), votée en 2018, prévoit la création d'« Ateliers de projet » dont la mission est de permettre à des citoyen-ne-s de produire des préconisations éclairées sur une politique municipale définie. Le choix des objets de travail se fait au travers d'une mécanique de dialogue entre la Ville et les Conseils Citoyens Indépendants permettant ainsi de prioriser des sujets d'importance pour les Grenoblois-e-s.

S'inspirant de nombreuses expériences menées en France et à l'étranger, chacun de ces « Ateliers de projet » réunit, pendant une période définie, des citoyen-ne-s tiré-e-s au sort et des citoyen-ne-s volontaires issu-e-s des instances citoyennes grenobloises. L'animation est assurée par un tiers. Afin de produire une analyse partagée et des préconisations concrètes, les membres de ces Ateliers de projet peuvent auditionner des élu-e-s, services municipaux, associations thématiques et experts.

Après un premier atelier « piétons/cyclistes », un second atelier sur la « revitalisation des commerces de proximité » a réuni une vingtaine de citoyen-ne-s, dont une majorité de tiré-e-s au sort. Cet atelier s'est déroulé au cours de trois temps de travail entre février et mars 2019. Les citoyen-ne-s impliqué-e-s ont auditionné une dizaine de personnes (élu-e-s, technicien-ne-s territoriaux, commerçant-e-s...) afin de partager un diagnostic et produire un rapport de préconisations identifiant 5 grandes orientations stratégiques déclinées en 14 pistes de travail.

Certaines pistes de travail proposées sont déjà mises en œuvre par la Ville de Grenoble, par Grenoble-Alpes Métropole, compétente en matière d'artisanat, commerces et petites et moyennes entreprises ou encore par l'association Labelville qui fédère plus de 800 commerces du territoire au sein d'Unions commerçantes. La présente délibération rappelle lesdites actions, l'objectif étant de mieux les faire connaître.

D'autres pistes proposées rejoignent des projets actuellement à l'étude. L'analyse citoyenne vient donc conforter la dynamique actuellement impulsée par les collectivités et leurs partenaires. La présente délibération indique l'état d'avancement de ce plan d'action.

Le rapport, annexé à la présente délibération, est public et disponible sur le site grenoble.fr.

La Ville de Grenoble souhaite tout d'abord souligner l'articulation nécessaire entre les deux principaux enjeux identifiés par les citoyen-ne-s à l'occasion de leur état des lieux en préambule de leurs préconisations, à savoir :

- La modernisation et l'attractivité des commerces de centre-ville, principal pôle commercial de l'agglomération.
- Le développement et le soutien de polarités commerciales de proximité dans les quartiers hors du centre-ville.

C'est en effet grâce à l'existence d'un cœur commercial attractif, qu'il est possible de structurer un ensemble de pôles commerciaux de proximité dans les quartiers, vivants et dynamiques. Ils participent au même écosystème commercial. Grenoble a su conserver une armature commerciale vivante au sein de son territoire. Ceci dans un contexte national ou de nombreuses villes françaises observent une dévitalisation des commerces de centre-ville et des polarités commerciales. Ceci étant généré par un ensemble de facteurs identifiés : hypertrophie des plateaux commerciaux en périphérie des tissus

urbains questionnant les anciennes polarités commerciales, changement des habitudes modes de vie, consommation sur Internet et livraison à domicile...

A Grenoble, les polarités commerciales répondent à des typologies et clientèles différentes :

- un pôle commercial à rayonnement régional : le centre-ville, « cœur de la Métropole » avec plus de 1500 commerces
- un pôle commercial à rayonnement métropolitain dans la centralité Sud : Grand Place
- un réseau des commerces de proximité dans les différents quartiers de la ville.

La stabilité et de le dynamisme de l'appareil commercial résultent d'un ensemble de fonctions portées par différents acteurs :

- **Le rôle des habitants, dans leurs pratiques de consommation, et dans leur relation avec les commerces de proximité.** Ce sont en grande partie les habitants, par l'expression de leurs besoins et leurs habitudes de consommation, qui modèlent l'espace commercial dans lequel ils vivent.

- **Le rôle prépondérant des commerces et de leurs unions dans l'animation commerciale et la structuration du réseau.** La vitalité commerciale dépend beaucoup de la capacité des commerçants à se fédérer et à créer et organiser des événements commerciaux pour rendre leur quartier attractif et convaincre leurs clients de venir y faire leurs achats. Il faut souligner le soutien financier important de la Métropole à ces associations, au titre de sa compétence développement économique.

- **La Chambre des métiers et la CCI accompagnent les commerçants** individuellement, dans leur démarche de création et de développement.

- **Le rôle des acteurs publics sur les outils réglementaires et de programmation et sur la qualité urbaine.** Pour rappel, la Métropole depuis la loi MAPTAM, dispose de la compétence développement économique et urbanisme réglementaire. Elle est compétente avec le soutien des communes, en matière de développement économique de la métropole et de mise en place d'outils comme le PLUI pour encadrer l'urbanisme commercial.

La revitalisation du commerce de proximité implique une action conjointe des collectivités avec les chambres consulaires, les consommateurs et les commerces, qui doivent en particulier s'adapter aux nouveaux modes et aux nouvelles aspirations en matière de consommation.

De cette analyse, la Ville de Grenoble reformule plusieurs axes de travail sur la politique commerciale qu'elle partagera avec la Métropole et ses partenaires.

Axe 1 - Préserver l'équilibre de l'armature commerciale de la Métropole grenobloise

Les membres de l'atelier constatent que « *les commerces de proximité sont soumis à une concurrence importante sur le plan économique, notamment de la part des grandes surfaces ou des grandes enseignes. Ces gros acteurs impactent par leurs projets de développement l'ensemble du tissu commercial* ».

L'implantation de grands centres commerciaux en zone péri-urbaine doit en effet recueillir une vigilance collective permanente, car elle génère plusieurs problématiques majeures pour les commerces de proximité :

- Ces centres, souvent structurés autour d'un ou plusieurs magasins leaders dans leurs secteurs (hypermarché, équipement de la personne, équipement de la maison..) n'attirent pas uniquement une nouvelle clientèle extérieure à la zone de chalandise des commerces de centre-ville et des commerces de proximité. Leur implantation joue un rôle direct sur la dévitalisation des centres villes, par un phénomène de vacance commerciale et la perception de « zones en déficit » identifiés par les citoyens lors de l'atelier.

Le législateur est intervenu à plusieurs reprises pour proposer l'élaboration d'outils capables de réguler ces implantations (volume ou typologie). Il s'agit d'outils réglementaires, comme le SCOT et le PLUI, ou des commissions chargées de donner leur accord avant chaque implantation.

A Grenoble, le SCOT limite les surfaces de vente maximale par établissements commerciaux, ceci afin de maintenir les équilibres entre grandes et petites surfaces commerciales.

Dans la pratique, malgré ces règles, des communes peuvent saisir l'opportunité de friches urbaines pour proposer à des promoteurs commerciaux de réaliser des grandes surfaces. L'observance des

règles collectives nécessite un rappel aux règles à chacun des acteurs, au risque de déséquilibrer l'armature commerciale.

La Ville de Grenoble poursuivra son engagement au sein de la Métropole pour porter la régulation en matière d'implantation de nouveaux centres commerciaux de périphérie au vu de leurs effets sur la dévitalisation des commerces de centre-ville et de proximité.

Axe 2- Poursuivre l'embellissement du centre-ville grenoblois

Les citoyen-ne-s ont évoqué la nécessité d'un environnement urbain de qualité pour inciter à la fréquentation des commerces (préconisation 5) : propreté, sentiment de sécurité, éclairage public, embellissement de l'espace public.

Comme le soulignent les citoyen-ne-s, le centre-ville présente une diversité d'offres de produits et de services, ce qui le rend unique et « non interchangeable » avec les autres pôles. Il s'agit du « cœur de ville » commercial de la métropole qu'il faut maintenir actif et attractif. Ce n'est pas seulement un enjeu grenoblois, mais bien métropolitain, le centre-ville représente en effet un potentiel moteur pour le tourisme d'agrément. (piste d'action 3)

Le « cœur de ville » commercial de la Métropole doit être préservé et dynamisé. Développer un environnement urbain favorable au commerce de proximité est un enjeu bien identifié.

Pour cela, la Ville, la Métropole et le SMTC ont investi au cours de ce mandat de manière importante dans le réaménagement des espaces publics du centre-ville (rénovation des espaces publics, de voiries, d'axes de mobilités, etc...). La végétalisation (plantation d'arbres, jardinières, massifs fleuris...) est systématisée dans ces projets d'aménagement afin d'offrir de l'ombre, de la fraîcheur et un cadre agréable aux visiteurs et habitants du centre-ville. La Ville a engagé un important renouvellement de l'éclairage public. Des efforts particuliers sont également réalisés pour la rénovation et l'entretien des fontaines et pièces d'eau. Enfin, des campagnes de ravalement ont également été lancées afin que les propriétaires d'immeuble embellissent leurs façades.

Les chantiers actuels, s'ils génèrent actuellement des nuisances conjoncturelles importantes pour les commerçants, témoignent de l'importance des espaces ainsi revalorisés. Comme le démontrent des requalifications de centre-ville fondées sur une extension des espaces piétonniers et modes doux, les aménagements en cours de réalisation permettront d'augmenter le confort de déambulation.

Après cette phase de travaux, il est envisagé de poursuivre la modernisation du centre-ville. Une étude urbaine est actuellement en cours sur le secteur Hoche-Chavant, réalisée avec l'ensemble des partenaires et en concertation avec les habitants, pour définir notamment le programme commercial de ce quartier en mutation. D'autres pôles commerciaux en devenir pourraient également être identifiés prochainement dans le cadre d'études urbaines, programmatiques ou commerciales.

Axe 3 - Renforcer l'accessibilité au centre-ville

Les citoyens constatent qu'il « existe un réel enjeu autour de l'accessibilité des commerces, en particulier concernant les commerces « de destination » du centre-ville ». Ils proposent un certain nombre de préconisations concernant l'accessibilité à pied, en transports en commun et en voiture (piste d'action 4).

Le centre-ville grenoblois bénéficie d'une desserte en Transports en commun de grande qualité (bus et lignes chrono, tramways), et d'un maillage de « Chronovélos » en développement qui renforce son accessibilité pour les cycles.

Faciliter le déplacement en Transports en commun lors des jours ou des périodes d'affluence est une piste explorée ponctuellement ces dernières années et qui pourrait être analysée, étudiée et approfondie en lien avec le SMTC.

En parallèle, un accompagnement des pratiques, pour orienter les utilisateurs de la voiture vers les stationnements en ouvrage doit être renforcé. En effet, les jours d'affluence, il reste très souvent des capacités importantes dans les parkings en ouvrage.

La Ville de Grenoble va saisir la Métropole et la SEMOP PARK GRENOBLE ALPES afin d'étudier les mesures tarifaires et communicationnelles incitatives pour une meilleure utilisation de ces parkings.

La question de la signalétique et des aides aux parcours jusqu'aux parkings en ouvrages apparaissent comme perfectibles et doivent être prochainement réorganisées et modifiées. Un certain nombre de parkings en ouvrage sera à cette occasion renommé pour plus de lisibilité pour les automobilistes.

Par ailleurs, une offre complémentaire de services de mobilité sera progressivement déployée à compter de l'automne 2019 par Park Grenoble Alpes Métropole qui participera à la plus grande attractivité de ces parcs de stationnement métropolitains. Ainsi, seront proposés, 1 000 places de stationnement sécurisé de vélos, la location de métrovélos et de trottinettes électriques, des bornes électriques de charge pour toutes les mobilités, des espaces de conciergerie pour les mobilités douces, 4 espaces de relais-colis, des partenariats pour l'autopartage et le covoiturage ou encore une boutique des mobilités.

Aujourd'hui, de grandes enseignes du centre-ville offrent à leurs clients la gratuité du stationnement en ouvrage pour 30 minutes. **Il serait utile d'engager les Unions commerciales à rechercher de tels dispositifs et à lancer un groupe de travail avec les commerçants volontaires, la Métropole, la Ville et la société publique locale exploitante des parkings en ouvrage.**

Il est de plus déjà prévu afin de soutenir l'activité commerciale du Coeur de Métropole que PARK GRENOBLE ALPES METROPOLE développe des actions promotionnelles ciblées et des offres commerciales adaptées.

Diverses actions sont ainsi programmées à compter de l'automne 2019, en lien avec les professionnels du territoire : commerçants, acteurs du tourisme, équipements de loisirs, auto-écoles, acteurs de la mobilité... Ces actions pourront prendre diverses formes, comme par exemple la création de « chèques parking », des campagnes et des événements d'information et de promotion, des offres de découverte, de parrainage, de bienvenue, un relai des offres promotionnelles des commerçants, l'intégration des offres des commerçants de proximité d'un programme de fidélisation.

Concernant les tarifs du stationnement sur voirie, l'objectif de sa tarification est d'assurer une rotation des véhicules afin de faciliter l'arrivée des clients des commerces et de les orienter vers le stationnement en ouvrage afin de dégager les voiries de véhicules à l'arrêt.

Les modalités de paiement ont évolué pour permettre aux clients de payer par leur mobile (dispositif parknow) et les horodateurs permettent désormais un paiement des abonnements mensuels plus faciles.

Axe 4 – Maintenir et développer les pôles commerciaux de proximité

Au-delà du commerce du centre-ville, les participant-e-s de l'atelier soulignent l'importance de soutenir les commerces de proximité dans tous les quartiers de Grenoble. Ils constatent en effet un réel déficit et un manque d'attractivité commerciale dans de nombreux secteurs de la Ville.

Le PLUI, prochainement adopté, prévoit de renforcer cette armature commerciale de proximité via la création de Centralités Urbaines Commerciales (CUC). L'objectif est de favoriser la création de petits pôles commerciaux regroupés, et d'éviter le mitage commercial.

En parallèle, la ville de Grenoble, dans les opérations de développement ou de renouvellement urbain, crée, restructure ou renforce l'armature commerciale des quartiers en favorisant la création de petits pôles commerciaux de proximité. C'est le cas dans le projet de l'Esplanade (polarités au sud et au nord du quartier prévu à moyen terme), de la Presqu'île (pôle commercial en cours de réalisation le long de l'avenue des Martyrs), de Flaubert (cœur de Flaubert), de Mistral (réorganisation commerciale autour de l'intersection Anatole France/Rhin et Danube), de la Villeneuve (place du marché).

La Ville accompagne également les marchés non sédentaires qui jouent un rôle structurant et complémentaire en matière d'offre commerciale de qualité et de proximité (notamment en développant et valorisant l'offre de producteurs locaux. 3 nouveaux marchés ont été mis en place en 2018 et 2019 au sein de 3 quartiers grenoblois (marché de l'Île Verte, marché de Mistral, marché Chavant-Hoche).

Les citoyen-ne-s appellent la ville à « *inciter les commerçants à se placer dans une recherche permanente d'amélioration* » (piste d'action 7) ainsi qu'à inciter les habitants et les commerçants de proximité à jouer le jeu du « mieux consommer » (pistes d'action 8 et 9). Qualité et responsabilité s'articulent dans une démarche d'identification des pistes d'amélioration, de sensibilisation aux enjeux associés à la consommation et aux attentes de la population.

Un diagnostic de l'appareil commercial pourrait également être proposé par la Ville et la Métropole, en associant les habitants et les commerçants pour analyser les points forts et les points à améliorer quartier par quartier et dresser un tableau des déficits (commerces manquants) au regard des besoins habitants et clients.

Triple intérêt de ces diagnostics :

- affirmer une identité commerciale de quartier
- améliorer l'adéquation de l'offre au regard des attentes de la population (horaires, périodes de fermeture..) permettant d'objectiver les besoins et les manques (préconisation 11 des citoyens)
- proposer des actions concrètes pour revitaliser ou animer ces polarités commerciales en lien avec les commerçants (événements communs, cartes fidélité inter commerces...) et les habitants. (Piste d'action 2)

Ces diagnostics permettraient d'orienter les futures actions de la société foncière (voir ci-dessous), mais également de mobiliser le financement participatif proposé dans la piste d'action 13.

Les citoyens, au travers de leur proposition 12, suggèrent de soutenir, y compris financièrement, le développement du commerce dans les zones en déficit.

Concernant la proposition de composition de l'offre commerciale, les citoyen-ne-s font notamment référence à l'importance des petits pôles commerciaux de quartier, qui peuvent structurer une polarité commerciale et la rendre pérenne. Cependant, à côté de l'EPARECA, spécialisé dans la reconstitution de galeries marchandes dévitalisées, il manque aujourd'hui un outil capable de prendre des cellules commerciales en déshérence et de programmer une revitalisation du quartier, en agençant des commerces complémentaires autour d'une locomotive locale.

Une étude menée par la Métropole a permis d'étudier la faisabilité de la mise en œuvre d'une foncière commerciale, structure de portage pour l'acquisition, la remise en état, la commercialisation, l'animation et éventuellement la cession de locaux commerciaux. Cette future structure foncière pourrait acheter des cellules en vacance, les réaménager et mobiliser des commerçants pour s'y installer. (Préconisation 6)

Les études réalisées mettent en évidence la nécessité pour la Métropole d'intervenir spécifiquement sur certains secteurs commerciaux à redynamiser (vacance importante, manque de diversité ou disparition des commerces en centre-bourgs).

Dans le cadre des études menées, 12 sites prioritaires ont été identifiés et ont fait l'objet d'une expertise dont 6 à Grenoble : les rues Chenoise/Brocherie, rues Strasbourg/Chavant/place de Metz, rue Stalingrad, cours Berriat/place St Bruno, Grand'Rue et rue Saint-Laurent à Grenoble.

La Ville est favorable et soutient la création le plus rapidement possible de cette foncière commerciale par la Métropole.

Axe 5 - Poursuivre une politique d'animation du cœur de Ville aux côtés des commerçants

L'animation et la qualité de l'accueil sont des enjeux essentiels, dont l'importance grandit avec les nouveaux modes de consommation. La Métropole accompagne fortement l'animation des pôles commerciaux notamment via Labelville et les Unions commerciales.

La Ville soutient et facilite les animations sur l'espace public. Elle porte également une politique événementielle attractive et dynamique tout au long de l'année, génératrice de flux et favorable à la dynamique commerciale (Marché de Noël, Fête des tuiles, Cabaret Frappé, braderies, etc.).

La Ville et la Métropole accompagnent et soutiennent l'association Label Ville qui mène un important travail de valorisation des commerces et d'animation en lien avec les unions des commerçants. Label Ville regroupe actuellement 17 Unions commerciales, représentant près de 800 commerces dans la zone du centre-ville élargie.

La Ville tient à souligner l'important travail réalisé au quotidien auprès des commerçants d'animation des vitrines, de questionnement des commerçants dans les services rendus, accompagnement au changement face aux nouvelles pratiques et aux nouveaux modes de consommation.

Plusieurs pistes d'actions seront examinées en lien avec les demandes des citoyens :

- **Une réflexion entre unions commerciales et unions de quartier est à mettre en place avec l'objectif d'impliquer d'avantage les habitants dans la dynamique commerciale de leur quartier. (piste d'action 11)**
- **La mise en place d'un atelier transversal « attractivité du centre ville » sera, comme l'a suggéré Labelville, mis en place de manière régulière. Il réunira les représentants des commerçants, l'animatrice de centre ville, les collectivités (élu-e-s et services compétents) et toute autre organisation ou structure concernée par son ordre du jour (transports, animation, communication, espace public...). Le premier atelier se tiendra avant la fin de l'année 2019. Chaque atelier en présence des élu-e-s sera préalablement préparé dans le cadre d'un atelier technique en présence des services des collectivités.**
- **Certains quartiers ne sont pas couverts par une union commerciale. Il s'agit d'accompagner cette dynamique en lien avec la Métropole ;**

Axe 6 – Accompagner et soutenir les adaptations de l'offre commerciale

La Métropole soutient et accompagne financièrement les commerces dans leurs évolutions par le biais de divers dispositifs, appels à projets et subventions.

Il conviendrait effectivement que ses actions et dispositifs d'accompagnement soient plus mis en valeur et plus simplement accessibles pour les habitants et les commerçants.

Les participant-e-s de l'atelier proposent (piste d'action 14), que la Ville puisse mettre à disposition des locaux lui appartenant pour « *tester des nouveaux concepts de commerces, créer des boutiques éphémères où les porteurs de projet tourneraient, se porter garante auprès des banques au lancement de ces projets... à l'image de ce qui peut se faire dans les pépinières d'entreprises* ».

La structure foncière créée (voir ci-dessus), permettra de remplir ce rôle. Toutefois, sa création et son action n'étant pas à ce jour effective, la ville de Grenoble souhaite pouvoir suivre cette préconisation des citoyens rapidement.

Pour ce faire elle s'est rapprochée de la Métropole pour qu'un local situé rue Lafayette/rue de la République (ex Crédit Agricole) puisse être réaménagé et mis à disposition, via un appel à projet lancé par la Métropole, pour tester de nouveaux concepts commerciaux.

Ce dossier a été examiné par la :
Commission Ville Durable du jeudi 12 septembre 2019

Après en avoir délibéré, le conseil municipal décide :

- de prendre acte des 14 pistes d'actions proposées par les citoyens ;
- de réaffirmer son soutien au commerce de proximité, au dynamisme du centre-ville de Grenoble, pôle commercial d'un bassin de vie de 700 000 habitants ;
- de décider de lancer plusieurs axes de travail en lien avec Grenoble-Alpes Métropole, le SMTC, la CCI et LabelVille pour revitaliser les commerces de proximité sur son territoire et notamment de :
 - . mieux communiquer et partager l'information autour de l'action Ville / Métropole / CCI / Labelville en termes de soutien au commerce de proximité ;
 - . renforcer la coordination des acteurs du centre ville en mettant en place de manière régulière et avant la fin de l'année 2019 un atelier transversal « attractivité du centre ville » regroupant les représentants des commerçants, l'animatrice de centre ville, les collectivités compétentes et toute autre organisation ou structure concernée par les thématiques abordées ;
 - . de solliciter la Métropole afin que soit mis en place rapidement un plan de valorisation et de promotion concernant les parkings en ouvrage situés à Grenoble et gérés par la SEMOP nouvellement créée, avec notamment la mise à l'étude de mesures tarifaires incitatives ;
 - . de saisir le SMTC afin d'étudier de manière ponctuelle des gratuités partielles ou totales de tout ou partie du réseau TC lors des événements importants qui participent au dynamisme du cœur de la Métropole ;
 - . de soutenir la création d'une structure foncière, qui pourrait acquérir des cellules en vacance, les réaménager et mobiliser des commerçants pour s'y installer dans plusieurs quartiers de la Ville de Grenoble ;
 - . de mettre à disposition le local dit « ex-Crédit Agricole » qui permettra, avec l'appui de Grenoble-Alpes Métropole, de tester de nouveaux concepts commerciaux au centre-ville de Grenoble ;
- de prévoir un point d'étape sur ces axes de travail dans un an.

Conclusions adoptées :
Adoptée

Pour extrait conforme,
Pour le Maire,
L'Adjoint Délégué,
M. Pascal CLOUAIRE

Affichée le : 26 septembre 2019