

2025

Nos actions *en faveur du commerce pour toutes et tous*

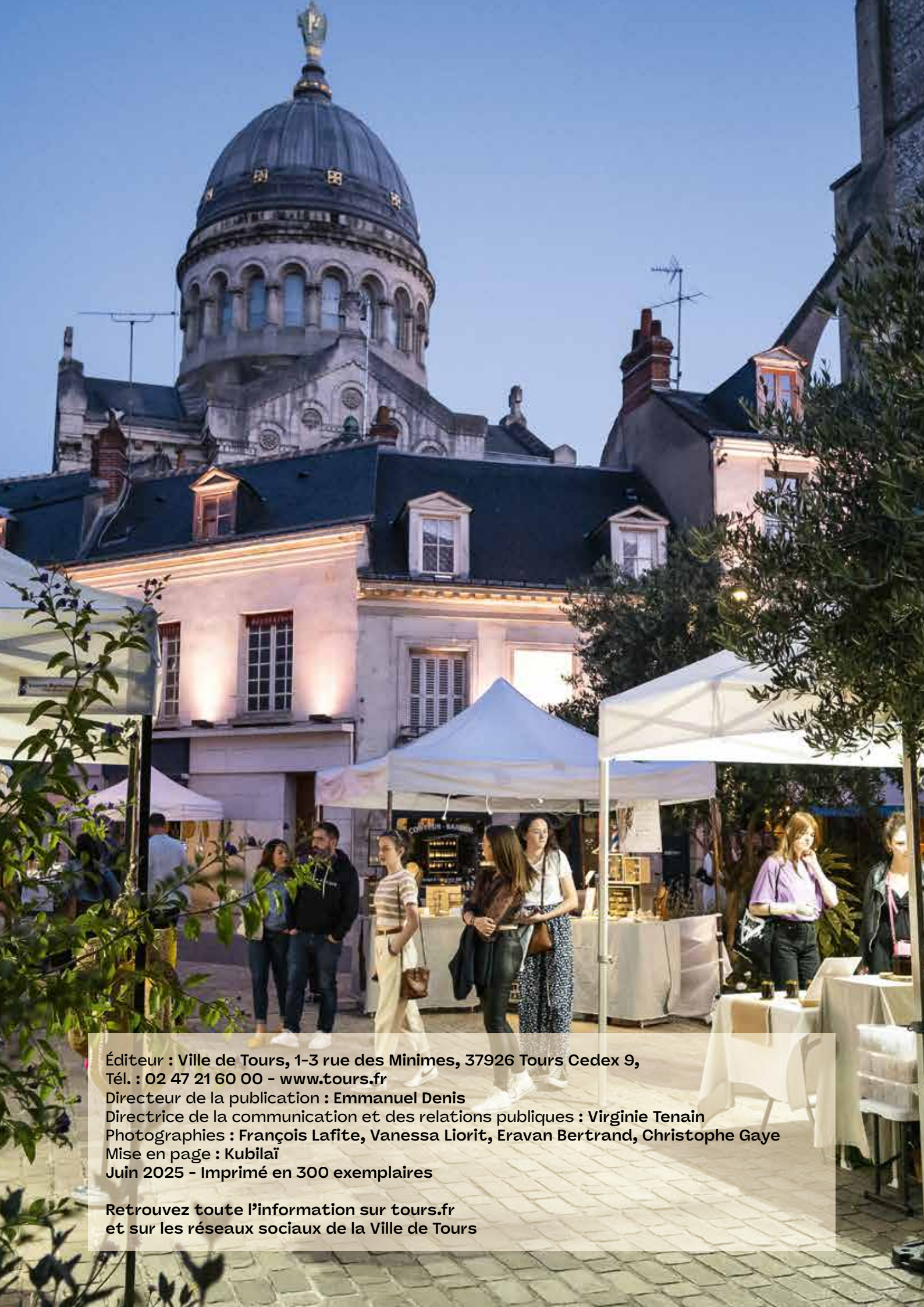


Cultivons la ville attractive



tours.fr

VILLE DE
TOURS



Sommaire

Éditorial

page **5**

Dynamiser le commerce, stimuler l'attractivité

page **7**

Mobiliser le commerce au service de la valorisation du territoire

page **19**

Bâtir un commerce résilient dans la ville de demain

page **27**

Éditeur : Ville de Tours, 1-3 rue des Minimes, 37926 Tours Cedex 9,
Tél. : 02 47 21 60 00 - www.tours.fr

Directeur de la publication : Emmanuel Denis

Directrice de la communication et des relations publiques : Virginie Tenain

Photographies : François Lafite, Vanessa Liorit, Eravan Bertrand, Christophe Gaye

Mise en page : Kubilaï

Juin 2025 - Imprimé en 300 exemplaires

Retrouvez toute l'information sur tours.fr
et sur les réseaux sociaux de la Ville de Tours

POUR MIEUX COMPRENDRE...

Commerce de proximité : ensemble d'activités économiques répondant à des actes de consommation de la vie courante ; commerce dit de « quotidienneté ». La proximité regroupe certaines activités du commerce de détail, de l'artisanat commercial et des services aux particuliers. La proximité peut se considérer dans un rayon de 15 minutes à pied et 5 minutes en vélo autour de son domicile.

Commerce de destination : commerce ou complexe de loisir qui attire des clients même s'il est situé loin de leur domicile ou s'il nécessite un trajet plus long que pour les commerces de proximité. Ces commerces se distinguent généralement par l'offre unique, la qualité exceptionnelle de leurs produits ou services, ou encore par l'expérience client particulière qu'ils proposent. Exemples : boutique de produits artisanaux rares, restaurant renommé pour sa cuisine unique, enseigne à forte notoriété.



ÉDITORIAL



Emmanuel Denis,
Maire de Tours



Iman Manzari,
*Adjoint au Maire
délégué au commerce et à l'artisanat*

Les villes se transforment. Face aux défis environnementaux, aux évolutions des modes de vie et aux nouvelles attentes des habitants, Tours repense son modèle urbain en intégrant pleinement son commerce dans cette mutation. Plus qu'un moteur économique, le commerce façonne nos quartiers, crée du lien social et participe à la transition écologique.

Les évolutions de la consommation ne sont pas des menaces, mais des opportunités. À Tours, l'urbanisme commercial accompagne ces transformations en créant des espaces attractifs, adaptés aux nouveaux usages et mieux connectés. Avec la deuxième ligne de tramway et le Service Express Régional Métropolitain (SERM), Tours va renforcer son rôle de pôle commercial majeur du Grand Ouest. Ces infrastructures élargissent l'aire d'attractivité de la ville et facilitent l'accès aux commerces de destination qui font la fierté de notre territoire.

Parallèlement, les commerces de proximité retrouvent une place essentielle dans la vie des quartiers. La demande pour les circuits courts, le vrac et le réemploi s'accroît, tandis que les habitants aspirent à des centralités plus vivantes et accessibles. Longtemps fragilisées par la standardisation et le e-commerce, nos boutiques participent pleinement au rayonnement de Tours, capitale de la vallée de la Loire.

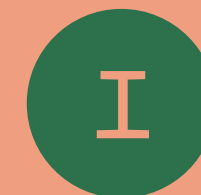
Un partenariat stratégique avec les commerçants

La transition urbaine ne se décrète pas, elle se construit avec celles et ceux qui font vivre la ville. Commerçants et collectivités partagent une responsabilité commune : faire de Tours une ville où l'on vit et consomme autrement, en conciliant dynamisme économique et impératifs écologiques.

Cette dynamique repose sur un partenariat étroit entre la Ville et les commerçants. Ensemble, nous agissons pour réduire la vacance commerciale, développer des mobilités décarbonées et soutenir les acteurs qui misent sur des modèles durables. C'est pourquoi nous avons engagé un dialogue permanent avec les acteurs du commerce. Soutien à l'innovation et à la digitalisation, action foncière pour protéger le commerce indépendant, logistique urbaine, animation commerciale et stratégie d'implantation raisonnée sont autant de leviers que nous mobilisons pour préserver un commerce vivant, diversifié et accessible à tous.

Nous défendons un commerce qui sert la ville et ses habitants. Loin des logiques de surconsommation, nous portons un modèle durable, innovant et résilient, où l'économie de proximité et les circuits courts sont privilégiés.

Ce document traduit cette ambition en actions concrètes. Ensemble, faisons de Tours une ville qui anticipe, innove et crée un cadre de vie équilibré, où le commerce est un moteur de la transition urbaine et écologique.



DYNAMISER
LE COMMERCE,
STIMULER
L'ATTRACTIVITÉ

I 1

Le centre-ville : un moteur économique régional

Le centre-ville de Tours doit consolider son rôle de moteur économique et de pôle d'attractivité à l'échelle régionale. Ce défi s'inscrit dans un contexte national marqué par la vacance commerciale, un phénomène qui fragilise les centres urbains depuis plusieurs années. Pour contenir ce problème, une stratégie ciblée est indispensable.

Cette stratégie repose sur 3 piliers complémentaires :

- Diversifier les activités pour offrir une expérience unique et variée, tout en intégrant des commerces emblématiques et de qualité, qui renforcent l'identité du centre-ville historique.
- Améliorer l'accessibilité grâce au développement des mobilités actives et des transports collectifs. Cette priorité vise à attirer une clientèle régionale et à répondre aux attentes des habitants. Une politique tarifaire et un jalonnement dynamique incitent le stationnement motorisé en ouvrage dans les parkings souterrains.

De plus, la Ville et la métropole améliorent constamment les solutions de desserte du réseau urbain Fil bleu, aménagent des pistes cyclables permettant de circuler à vélo en zone dense tout en limitant les conflits d'usages avec les piétons et les automobilistes. Côté stationnement, les capacités de stockage de vélos ont été considérablement augmentées via la pose d'arceaux vélos, de véloboxes ainsi que le développement d'un cyclopark et d'une vélostation en gare de Tours.

- Valoriser des espaces publics et des vitrines vacantes. À travers des initiatives d'embellissement (fonds façade métropolitain) ou d'urbanisme transitoire, ces lieux sont dynamisés et deviennent des points d'attraction pour de nouvelles activités.

Dans ce cadre, 6 leviers d'action sont activés :

- L'évolution de l'historique « Z commercial », linéaire commercial propre à la ville de Tours, dit n°1 par ses emplacements convoités, permet d'ajuster les périmètres d'intervention pour mieux accompagner le développement économique et préserver la diversité commerciale.
- La Ville soutient activement les commerçants indépendants en suivant leur accompagnement, de la réflexion de leur projet jusqu'à l'exploitation de l'activité.
- La Ville veille également à maintenir et développer des locomotives commerciales capables de générer un flux de visiteurs tout en respectant l'équilibre du tissu local.
- Des actions ciblées existent afin de conforter certaines vocations thématiques comme la valorisation des artisans et commerçants du « Quartier des Arts » dans le Vieux-Tours.
- Un travail collaboratif avec les acteurs de l'immobilier est en cours pour suivre le plus précisément possible la vacance commerciale et orienter l'installation de nouvelles enseignes.
- La mutation des galeries commerçantes de centre-ville est engagée pour répondre aux évolutions des attentes des consommateurs et valoriser ces espaces stratégiques.



À TOURS, DES COMMERCE ACCESSIBLES PAR TOUS LES MODES DE TRANSPORT



+ 49%
de pistes cyclables
(entre 2020 et fin 2024)

+ 17,5%
de stationnement dédié
aux vélos (entre fin
2019 et mars 2025)



Dimanche de la braderie :
+ 66 % de fréquentation (bus + tram)
par rapport à un dimanche « classique »

Week-ends des festivités de fin
d'année :
+11% de fréquentation (bus + tram)
par rapport à un samedi « classique » ;
+25% de fréquentation (bus + tram)
par rapport à un dimanche « classique »

Fréquentation générale du réseau
(bus + tram) : +14% entre 2022 et 2024



34 140 places de stationnement
automobile sur toute la ville,
dont 20% payantes

Près de 7 000 places
de stationnement en centre-ville,
dont 50% en surface et 50% en
souterrain

Environ 1 400 places
disponibles dans les parkings relais
(P+R) à Tours, Joué-lès-Tours et
Chambray-lès-Tours

I 2

Les quartiers : le commerce au cœur de la vie

Face aux nouveaux défis urbains, la Ville de Tours s'engage à redessiner les centralités de ses quartiers pour y renforcer la vitalité locale et la qualité de vie.

Il est essentiel de repenser l'organisation des quartiers en valorisant des pôles secondaires accessibles et bien connectés. Ces nouvelles centralités doivent mêler commerces, services, mobilité décarbonée et espaces publics agréables, afin de développer des quartiers vivants et dynamiques.

Tours recense actuellement 29 pôles de commerces de proximité conçus il y a un demi-siècle. La cartographie va être mise à jour de façon à bien identifier et anticiper la mutation des quartiers, tout en améliorant l'accompagnement des commerces existants et des porteurs de nouveaux projets.



Cultivons la ville attractive



© FORALL Studio

DE NOUVEAUX COMMERCES DE PROXIMITÉ AUX DEUX-LIONS

À Tours-Sud, le paysage commercial s'apprête à évoluer avec un projet ambitieux et innovant, porté par la Ville de Tours, la Société d'Équipement de la Touraine (SET) et la foncière Tours Développement. Objectif : combler le manque de commerces de proximité dans le quartier des Deux-Lions et dynamiser la vie de quartier.

Au cœur de ce projet, la transformation d'une ancienne place de marché en un pôle commercial écologique. Trois halles en bois, conçues par le cabinet Foral Studio et construites avec des matériaux écoresponsables provenant de la région (bois de châtaigner, douglas de Sologne, pin sylvestre d'Indre-et-Loire), offriront un nouveau cadre chaleureux et durable. Ce choix architectural, validé à la suite d'une concertation citoyenne ayant mobilisé 500 participants, illustre la volonté municipale d'associer les habitants à la transformation de leur territoire.

Prévue pour la fin de l'année 2025, l'ouverture des premiers commerces répondra aux attentes exprimées par les 4 000 habitants du quartier et les travailleurs des environs. Une boulangerie artisanale, un fleuriste et un Bistrot de quartier proposant notamment une offre « café-culture » porté par des investisseurs locaux sont déjà confirmés. D'autres enseignes, comme un primeur, sont en cours de sélection.

Le chantier sera ponctuellement ouvert au public pour des ateliers pédagogiques sur les techniques de construction écologique, en partenariat avec des écoles locales et le lycée Martin Nadaud de Saint-Pierre-des-Corps. Ce projet, à la croisée de l'innovation et de la participation citoyenne, marque une nouvelle étape dans l'aménagement durable et inclusif du quartier des Deux-Lions.

Cultivons la ville attractive

I 3

Les foncières commerciales : des outils pour protéger le commerce indépendant

Pour préserver la diversité commerciale et accompagner les mutations en cours, la Ville de Tours agit concrètement en se dotant d'outils de veille et d'intervention foncière adaptés aux réalités du territoire.

PROTECTION ET SOUTIEN DES COMMERCES

295 actions de médiation menées en 2024, pour renforcer le lien entre les commerçants et les institutions

49 porteurs de projets accompagnés en 2024

2 500 commerces en activité (900 en centre-ville)

6,36% de vacance commerciale (4.7% en centre-ville – moyenne nationale : 8 à 11% pour des villes similaires à Tours)

100 projets d'ouverture ou de reprise sont en cours (35 en centre-ville)

Chiffres arrêtés au 31/12/2024

SOUTIEN DURANT LA CRISE SANITAIRE DE 2020-2021

- Lancement d'une campagne de communication
- Mise en place d'un Guichet unique Commerces
- Publication d'un Annuaire-cartographique des commerçants de la Ville ouverts et/ou proposant des livraisons et des modalités de cliquer-collecter
- Production et diffusion de plateaux TV « les RDVs du Commerce », sur la chaîne Youtube de la Ville
- Organisation de groupes de travail avec les Chambres Consulaires et les unions de commerçants

En 2020, la nouvelle équipe municipale a constaté que la Ville de Tours ne disposait d'aucun outil concret permettant de veiller à l'évolution du commerce sur son territoire (diversité, vacance, projet...).

Pour répondre à cet enjeu, deux initiatives majeures ont été mises en place :

- Création, par l'Etablissement Public Foncier Local, d'une foncière métropolitaine, la Foncière Val de Loire, visant à intervenir directement sur le marché immobilier commercial.
- Expansion de la SCI Tours Développement, dont la Ville est actionnaire, pour renforcer son rôle en matière de dynamisation économique.

Une veille active du foncier commercial s'impose comme une priorité face aux mécanismes de spéculation et pour préserver notamment un tissu de commerces de proximité.

La municipalité entend intensifier l'usage de dispositifs adaptés tels que les foncières commerciales afin de soutenir les projets portés par des acteurs locaux, tout en favorisant des activités d'économie circulaire, plus écologiques et solidaires.

En parallèle, plusieurs actions complémentaires sont mises en place :

- Médiation pour faciliter les échanges entre les différents acteurs.
- Accompagnement des porteurs de projet pour sécuriser et encourager leurs initiatives.

Ces dispositifs traduisent la volonté municipale d'offrir des réponses concrètes aux enjeux du commerce local et de bâtir un cadre économique équilibré et solidaire.

NOUVEAUTÉ DE FUTURS COMMERCE PLACE DE LA CATHÉDRALE

Une halle gourmande (« foodhall »), un bar-tapas sur le toit, un salon de thé pâtisserie : voici ce que la réhabilitation de l'ancienne clinique Saint-Gatien proposera, entre autres, au public. Il s'agira de créer un véritable pôle d'attractivité commerciale dans le quartier Colbert-Cathédrale, à l'horizon 2026.

I 4 Transformer les marchés alimentaires en leviers de développement local

À Tours, les marchés de plein vent jouent un rôle essentiel dans la vie économique, sociale et culturelle. Véritables espaces de rencontre et de convivialité, ils profitent aussi bien aux riverains qu'aux visiteurs venus de plus loin. En favorisant la vente en vrac et directe entre producteurs, artisans, commerçants et consommateurs, ils permettent de réduire les intermédiaires tout en valorisant les savoir-faire locaux.



NOUVEAUTÉ CRÉATION D'UN NOUVEAU MARCHÉ À SAINTE-RADEGONDE

(11 exposants, dont 1 boucher, 2 primeurs et 8 autres alimentaires), élargissant l'offre et s'appuyant sur la mobilisation des habitants du quartier.

Au cours des dernières années, des efforts significatifs ont été réalisés pour améliorer ces espaces. L'élargissement des périmètres grâce à la piétonisation des rues autour des marchés a rendu ces lieux plus accessibles et agréables. En parallèle, des animations commerciales telles que la présence de groupes de musique contribuent à dynamiser l'atmosphère et à enrichir l'expérience des visiteurs.

Les marchés de Tours incarnent déjà un modèle de consommation responsable. Ils mettent en avant les circuits courts, les produits bio et les pratiques écoresponsables. Pour renforcer cet engagement, la municipalité envisage le développement de partenariats avec les producteurs locaux, une communication accrue sur les avantages des circuits courts et une meilleure signalisation de la provenance des produits.

De nouvelles initiatives viennent également soutenir cette dynamique :

- Mise en place de points de collecte pour les déchets et de bennes de tri, favorisant une gestion responsable des déchets générés sur place.
- Mise en place du tri sélectif sur les marchés (tout venant, bois, cartons), avec l'accompagnement des commerçants pour les sensibiliser et les aider au tri des déchets.
- Collaboration avec l'association « Les Vers de Tours » pour la récupération des bio déchets à la fin des marchés.
- Expérimentation du passage des horaires des marchés Blanqui et Sainte Radegonde du matin à l'après-midi, afin de capter un maximum de public.

Créé en 1856 et présent sur le boulevard Béranger depuis 1874, le marché aux fleurs de Tours reste un incontournable du paysage local. Avec ses couleurs vibrantes et son ambiance unique, il incarne parfaitement l'identité conviviale et chaleureuse des marchés de la ville.

TOURS, CONNUE POUR LA DENSITÉ DE SES MARCHÉS

- **25 marchés** par semaine
- **632 commerçants** titulaires
- **7 marchés** dans les Quartiers Prioritaires de la Ville
- **8 autorisations** de food-trucks dans les quartiers en 2024



FAIRE DU MARCHÉ DE GROS, LE PREMIER PÔLE ÉCONOMIQUE DE TRANSITION ALIMENTAIRE DU CENTRE VAL DE LOIRE

La Ville de Tours a engagé une réflexion stratégique sur le devenir du marché de gros ainsi que sur sa gouvernance en lien avec la stratégie logistique et alimentaire du territoire. Identifié comme un acteur essentiel à la fois dans les Projets Alimentaires Territoriaux métropolitains et départementaux, il s'agit de le repenser comme un site d'excellence

et d'exemplarité. Tout d'abord en matière de logistique urbaine décarbonée, d'écologie et d'énergie, mais également comme centrale d'achat des produits locaux de qualité favorisant la création d'emploi et le renforcement de liens entre tous les acteurs, entreprises locales, producteurs, commerces de proximité, restaurateurs...





MOBILISER LE COMMERCE AU SERVICE DE LA VALORISATION DU TERRITOIRE

II 1

Événements : quand Tours vibre au rythme du commerce

Les événements commerciaux à Tours s'inscrivent dans une stratégie globale visant à renforcer l'attractivité de la ville en valorisant son patrimoine, sa gastronomie et sa culture.

Cette démarche repose sur la création d'une programmation annuelle claire : à chaque saison un événement. Cette planification permet l'augmentation de visiteurs à Tours tout au long de l'année, tout en tentant d'associer les commerçants à l'animation des grands labels du territoire : inscription de la Loire au patrimoine immatériel de l'humanité, statut de Cité internationale de la gastronomie, reconnaissance en tant que ville fleurie et ville d'art et d'histoire.

Cité internationale de la gastronomie, label détenu par la ville de Tours, est valorisé à travers :

- Le renforcement du réseau des marchés alimentaires et des animations gastronomiques, en partenariat avec des associations locales.
- La mise en valeur des traditions locales, comme les événements Vitilore, la Fête des vins de Bourgueil, la Foire à l'ail et au basilic ainsi que l'accompagnement d'événements comme le marché annuel ligérien Convergences Bio.
- La promotion des chefs locaux dans des manifestations majeures comme la Foire de Tours, Vitilore, la braderie ou encore des événements populaires comme le Pot au feu géant.
- Un appel à manifestation d'intérêt (AMI) élaboré en coordination avec les commerçants des Halles, afin d'occuper les étages des Halles.

Pour répondre aux attentes des habitants et des visiteurs, la Braderie de Tours est continuellement modernisée et valorise de plus en plus les filières du réemploi et de la seconde main. De nouveaux marchés de Noël et des animations festives pour les fêtes de fin d'année viennent compléter l'offre événementielle.

LES RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLES

La Foire de Tours et la fête foraine, bénéficient d'une attention particulière pour continuer à attirer un public de toute la région. La foire est ainsi gratuite pour toutes et tous.



II 2

Soutien aux animations éco-responsables et inclusives

En repensant les déplacements, les déchets et l'accessibilité pour tous, les animations commerciales deviennent des leviers concrets de transition écologique et d'inclusion sociale.

Les animations commerciales visent à être exemplaires en matière de transition écologique et d'inclusion sociale. Cela inclut la réduction des déchets, la mobilité active pour les visiteurs, et des partenariats avec des associations locales pour garantir des événements accessibles à tous.

La mission éco-responsabilité des événements de la Ville

Une mission éco-responsabilité des événements de la Ville de Tours s'est mise en place, en particulier pour Vitiloire, la braderie ou encore les festivités de fin d'année, qui sont des temps qui rassemblent de nombreux commerçants.

Objectif : faciliter le déplacement des visiteurs en transports en commun ou en mode actif, le plus important impact écologique de ces manifestations concernant le déplacement des visiteurs. Pour cela, un diagnostic est réalisé pour mieux connaître les pratiques actuelles ; des partenariats sont montés pour faciliter l'usage du bus et du train ; des parcours sont mis en place pour faciliter l'usage du vélo.

La mission vise également à accompagner les commerçants dans la réduction des déchets à la source, en phase avec la loi Anti-Gaspillage pour une Economie Circulaire (AGEC). Des villages gourmands avec mutualisation de vaisselles lavables seront ainsi expérimentés, permettant aux commerçants de faire des économies sur les contenants et aux usagers de ne pas générer de déchet. Rappelons d'ailleurs que les usagers ont le droit d'apporter leurs contenants à tout commerce qui ne peut les refuser.



Vitiloire 2025 - Jardin de la préfecture

EXEMPLES DE RÉALISATIONS ÉCO-RESPONSABLES ET INCLUSIVES

POT-AU-FEU 2025 :

- Vaisselle, couverts et pichets non jetables
- Renfort des étudiants, compagnons du devoir et de jeunes en situation de réinsertion sociale
- Présentation des acteurs du marché de seconde main
- Présence des acteurs du vrac et réemploi et d'acteurs associatifs en charge des maraudes et aide aux personnes démunies de très grande précarité.

BRADERIE 2024 - mise en place d'un Village éco responsable place de la Résistance.

- Marché de seconde main (vêtement électro-ménager, outillage...), réhabilitation du petit électro-ménager, réparation des bicyclettes, développement des actions bas carbone, gestion du tri sélectif...
- Espace solidaire : stands sur l'entraide sociale, l'accompagnement des jeunes publics hospitalisés, l'aide et le droit au logement, la découverte de néo entreprises locales...

VITILOIRE 2024 - actions en matière de transition énergétique :

- Service de livraisons en vélo cargo électriques (89 cartons livrés)
- Collecte de 141 kg de bouchons vendus à des entreprises de recyclage. Les fonds récoltés servent à aider des personnes handicapées en matériels et services.
- Tarifs préférentiels Fil Bleu
- Mise en place, avec la Région et la SNCF, d'une offre à 4€ sur les billets REMI pour se rendre en train à Tours à l'occasion de Vitiloire

II 3

Des événements commerciaux tout au long de l'année

Une programmation foisonnante d'événements populaires et conviviaux soutient l'activité du commerce local et renforce les liens entre habitants, artisans et commerçants.

FÉVRIER



le Pot au feu géant

→ Le Pot au feu géant est organisé en partenariat avec les Restos du cœur et de nombreux commerçants donateurs. Depuis le début du mandat, un record de collecte est réalisé chaque année : en 2025, 33 455€ ont été reversés intégralement aux Restos du Cœur (1€ = 1 repas).

MARS



la fête des vins de Bourgueil

→ La Fête des vins de Bourgueil est un rendez-vous annuel organisé, par le Syndicat des vins de Bourgueil. Ce sont près de quarante viticulteurs qui font découvrir leurs derniers crus.

MAI



Viti-loire

→ Chaque année, près de 40 000 visiteurs et 160 exposants participent à ce rendez-vous incontournable de la gastronomie et des vins de Loire. 10 chefs cuisiniers locaux cuisinent en direct, sous les yeux des visiteurs.

→ La Foire de Tours, au Parc Expo. Plus de jours d'échanges, de découvertes, de démonstrations, d'animations, de rencontres, de dégustations, pour le bonheur de plus de 400 000 visiteurs.

Cultivons la ville attractive

JUIN / JUILLET



le marché artisanal nocturne

JUILLET



la Foire à l'ail et au basilic

→ NOUVEAUTÉ

Chaque week-end, 40 artisans exposent leurs créations sur les places Chateaufort et du Grand-Marché.

→ Présente depuis le Moyen âge, la Foire à l'ail et au basilic regroupe chaque année plus de 90 exposants le jour de la Sainte Anne (26 juillet).

ÉTÉ



le Kiosk - Jardin du Musée des Beaux-Arts

→ Chaque été, dans le cadre de Tours sur Loire, une offre de restauration est proposée dans les parcs et jardins : une expérience unique pour les habitants et visiteurs.

SEPTEMBRE



la Braderie

→ 180 000 visiteurs et 522 exposants viennent chaque année à ce rendez-vous des bonnes affaires de la rentrée.

→ Marché Convergences bio. En bords de Loire, différents paysans, maraichers, arboriculteurs, céréaliers, apiculteurs, héliiculteurs, éleveurs, pêcheurs professionnels, vignerons et autres acteurs de la Nourriture se retrouvent autour de leur valeur et accueillent les visiteurs autour notamment de dégustation de leurs produits.

NOVEMBRE / DÉCEMBRE



les festivités de fin d'année

→ NOUVEAUTÉ

Avec 3 marchés (Heurteloup, Résistance et Anatole France), l'installation d'un village gourmand et d'une piste de patinage à roulettes, les festivités de fin d'année marquent un temps fort de l'attractivité commerciale de la ville.

Cultivons la ville attractive



BÂTIR UN COMMERCE RÉSILIENT DANS LA VILLE DE DEMAIN

III 1

Intégrer le commerce dans une stratégie urbaine

Le développement commercial de Tours s'inscrit dans une vision globale et durable de la ville, où urbanisme, mobilités et espaces publics sont pensés de manière intégrée. À travers le Plan d'apaisement, la municipalité repense l'organisation de l'espace urbain en faveur des mobilités actives, des zones apaisées et de la qualité de vie.

LA LOGISTIQUE URBAINE

Pour allier dynamisme commercial et respect de l'environnement, une attention particulière est portée à la réduction des nuisances liées aux livraisons en centre-ville, avec la mise en place progressive de solutions innovantes comme les vélo-cargos et les micro-hubs logistiques. Ces infrastructures, combinées à un maillage cyclable performant, permettent de fluidifier les approvisionnements tout en limitant les émissions de gaz à effet de serre et les congestions urbaines.

Une conférence sur la logistique urbaine réunissant logisticiens, urbanistes et représentants locaux, a permis de co-construire une vision partagée pour une logistique plus respectueuse de l'environnement. Parmi les solutions discutées figuraient la mutualisation des livraisons, le recours à des véhicules électriques ou à assistance électrique, et l'adaptation des infrastructures urbaines pour accueillir ces nouvelles formes de mobilité logistique.

La planification commerciale doit impérativement s'articuler avec les grandes orientations d'urbanisme et de mobilité. Le développement de zones apaisées, comme celles prévues dans le cadre du Plan d'apaisement, ouvre de nouvelles opportunités pour repenser le commerce. Ces espaces, conçus pour la flânerie, favorisent la consommation et une meilleure attractivité. En parallèle, les infrastructures de mobilité décarbonée – tramway, SERM (futur RER métropolitain), réseau cyclable structurant – facilitent l'accès aux commerces tout en réduisant l'empreinte carbone des déplacements. Enfin, la définition de grands axes de transit à travers la ville permet de positionner des commerces dont le modèle est encore très dépendant de la circulation automobile.

Des projets comme la requalification de la ZAC des Casernes, le haut de la rue Nationale ou encore l'AMI des étages des Halles illustrent également cette synergie entre aménagement urbain et stratégie commerciale. Ces lieux, pensés comme des centralités mixtes et dynamiques, prévoient de mêler logements, commerces, espaces verts et infrastructures de mobilité.

Les mutations du commerce, accentuées par la montée du e-commerce et les nouvelles attentes en matière de consommation responsable, imposent une révision des modèles traditionnels. Tours, avec une vacance commerciale en-dessous de la moyenne nationale, doit relever le défi de la résilience commerciale en s'appuyant sur :

- La création de centralités urbaines : dépasser le schéma centre-périphérie pour promouvoir une « ville des courts chemins », où chaque quartier devient une destination de vie et de consommation.
- L'intégration des infrastructures de mobilité : la nouvelle ligne de tramway et le réseau cyclable restructuré modifieront les flux et renforceront l'accessibilité des commerces.
- L'animation et l'urbanisme transitoire dans le cadre de Tours sur Loire : en testant des aménagements temporaires et des animations commerciales adaptées, il est possible de revitaliser les espaces publics et d'attirer de nouveaux flux.

III 2

Accélérer la transition vers des modèles circulaires

Le commerce s'engage dans une nouvelle voie : celle de pratiques plus sobres, locales et durables, pensées en lien étroit avec les défis climatiques.

À Tours, le commerce ne se limite pas à sa fonction économique : il doit également devenir un levier majeur de la transition écologique et de l'économie circulaire. Pour cela, il est impératif de réfléchir à de nouvelles pratiques commerciales, de repenser les infrastructures et les flux logistiques en cohérence avec les enjeux climatiques. La Ville de Tours place cette ambition au cœur de sa stratégie urbaine, en soutenant des initiatives favorisant la durabilité, la réduction des déchets et la décarbonation des activités commerciales. La Ville s'appuie sur l'évolution réglementaire qui va s'imposer au secteur des commerces pour accompagner les commerçants de son territoire, à l'aide de l'ingénierie des chambres consulaires (CCI, CMA, CA...).

Les commerçants peuvent adhérer au réseau national « Vrac et réemploi » ; leur action est alors valorisée lors du Mois du vrac et du réemploi, dont la Ville est partenaire.

En accompagnant les commerçants dans cette transition, notamment par des incitations et des partenariats avec des acteurs locaux, la Ville de Tours souhaite affirmer son rôle de laboratoire pour l'économie circulaire. La multiplication de tels espaces, intégrés aux quartiers et aux centralités urbaines, favorise l'émergence de comportements plus responsables tout en créant des synergies avec d'autres initiatives locales, comme les circuits courts et la valorisation des produits biologiques.



III 3

Accompagner les commerçants face aux transitions numériques

Afin d'améliorer l'échange d'informations et la communication avec ses équipes, la Ville de Tours recommande à ses commerçants de s'unir en associations et de se fédérer en unions de commerçants.

Ces dernières sont en effet les relais privilégiés des services municipaux dans l'élaboration des projets concernant l'attractivité commerciale de la ville.

Ces associations sont notamment consultées lors de projets concernant l'aménagement urbain ou lors de l'organisation d'événements culturels et économiques. Ces unions constituent des instances de concertation de proximité. Les prises de décisions se font de façon collective et participative, prenant en considération l'avis du plus grand nombre.

En 2024, la Ville a accordé 32 700€ de subventions aux associations de commerçants sédentaires

Pour que les commerçants soient des acteurs de la mutation urbaine, il est nécessaire de les accompagner dans leur adaptation aux enjeux numériques grâce à des formations ciblées et à un accompagnement à la digitalisation des activités.

La Ville de Tours a participé notamment au financement à hauteur de 50 000 € (dont 10 000 € en 2024) du site marchand Shop In Touraine, porté par la CCI Touraine. Ce site recense 208 commerçants adhérents de Tours Métropole dont 76 de Tours. Son chiffre d'affaire est en constante progression (janvier 2025 : 394 commandes).



III 4

Encourager leur rôle dans la lutte contre l'exclusion et la précarité

Le Réseau des commerçants solidaires vise à renforcer la solidarité au sein du tissu commercial local.

Ce dispositif repose sur la signature d'une charte d'engagement par laquelle les commerçants s'impliquent activement dans des démarches solidaires et inclusives.

Parmi les actions proposées, on retrouve des initiatives telles que l'adhésion au réseau solidaire « Le Carillon », l'accueil bienveillant des personnes vulnérables, ou encore la participation à des dispositifs de collecte de dons pour des associations locales. Ce réseau permet également aux commerçants de rejoindre des groupes de travail organisés par la Ville, favorisant les échanges et les retours d'expériences sur des thématiques variées (accessibilité, lutte contre le gaspillage alimentaire...). En identifiant les commerces solidaires par une signalétique dédiée et en soutenant les adhérents à travers des outils et relais adaptés, cette démarche contribue à renforcer les liens entre les acteurs économiques et la population, tout en promouvant les valeurs de solidarité et d'entraide qui font l'identité de Tours.

Renforcement des liens avec les commerçants sédentaires de la ville

La Ville a organisé 4 petits déjeuners en 2024 pour aborder, avec les commerçants, des sujets tels que les festivités de fin d'année dont les illuminations, le plan d'apaisement, les projets urbains...



LE RÉSEAU DES COMMERCANTES ET COMMERCANTS SOLIDAIRES EN QUELQUES CHIFFRES

63 commerçants signataires de la charte

160 actions mises en œuvre ou en cours dans les commerces, soit 2,7 actions par signataire, en moyenne.

3 campagnes solidaires menées :

- livraison à domicile pendant le plan canicule
- invitation au lancement du Territoire Zéro Chômeur de Longue Durée
- collecte de dons de matériel de couchage au sein de leurs commerces



Ville de Tours
1 à 3 rue des Minimes
37926 TOURS Cedex 9
tours.fr

VILLE DE
TOÛRS