



PLÉNIÈRE PRÉSENTATION DE LA FEUILLE DE ROUTE COMMERCE

SAINT-ANDRÉ-LEZ-LILLE

2 JUILLET 2025



Depuis 2019 ...

Soutien au monde économique durant la période Covid

1^{er} Diagnostic du linéaire commercial du centre-ville par la CCI

La commune fait le choix d'entrer dans le dispositif « Objectif Centralité » porté par la MEL

Conventionnement avec les Chambres Consulaires (CCI et CMA)

Un accompagnement renforcé auprès de l'association ARCOPRO par la commune et la MEL

La création d'une Direction transversale intégrant la vie économique

Depuis Septembre 2024 ...

Etude Flash « Oh La Belle Ville » et Etude et potentiel commercial par la CCI Etude



Ateliers de co-construction – commerçants et habitants



Ateliers de co-construction - élus



Présentation de la feuille de Route Commerce



Déclinaison pré-opérationnelle de la feuille de route commerce



Mise en œuvre

RAPPEL DU CONTEXTE

PARTENAIRES



RAPPEL DU CONTEXTE

QUELQUES CHIFFRES-CLÉS DU DIAGNOSTIC



103

points de vente
avec vitrine

5

grandes
surfaces
(+ de 400 m2)

6 %

Taux de vacance
commerciale faible



62 M€

de chiffre d'affaires

21 % capté par les
petits commerces

75 % capté par les
grandes et moyennes
surfaces

54 %

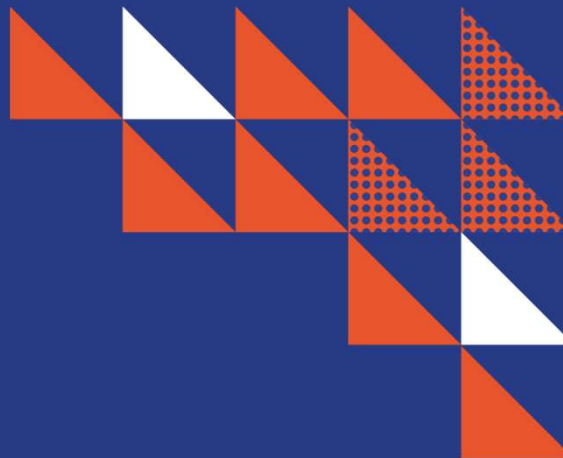
Provenant des
achats de clients
n'habitant pas
Saint-André

76 %

Des achats des
Andrésiens ne
sont pas réalisés
chez des
commerçants de
la commune

RAPPEL

FICHES-ACTION



ATELIERS DE CO-
CONSTRUCTION
DE LA FEUILLE
DE ROUTE
COMMERCE

SAINT-ANDRÉ-
LEZ-LILLE



CCI HAUTS-DE-FRANCE

FICHE ACTION N°1

OPTIMISER LE STATIONNEMENT EN CENTRE-VILLE DE SAINT-ANDRÉ-LEZ-LILLE

CONSTATS

- Un stationnement dans le centre-ville gratuit, avec une zone bleue.
- Des voitures stationnées toute la journée sur le parking Place du Général de Gaulle, tout proche du cœur de ville.
- Des parkings limitrophes qui pourraient être mieux signalés.

OBJECTIF

Mieux identifier les possibilités de stationnement dans le centre-ville

ACTIONS

- 1.1 - Connaître plus précisément l'offre existante** via le recensement des places et poches de stationnement du centre-ville et à proximité
- 1.2 – Communiquer via des supports papier/digitale** sur le stationnement en centre-ville
- 1.3 - Installer de signalétique dédiée**
- 1.4 - Evaluer et étudier sur les possibilités de stationnement en centre-ville** : (places shop & go, extension de la zone bleue, développement de bornes de rechargement pour véhicules électriques)

FICHE ACTION N°1

OPTIMISER LE STATIONNEMENT EN CENTRE-VILLE DE SAINT-ANDRÉ-LEZ-LILLE

CONSTATS

- Un stationnement dans le centre-ville gratuit, avec une zone bleue.
- Des voitures stationnées toute la journée sur le parking Place du Général de Gaulle, tout proche du cœur de ville.
- Des parkings limitrophes qui pourraient être mieux signalés.

OBJECTIF

Mieux identifier les possibilités de stationnement dans le centre-ville

ACTIONS

- 1.1 - Connaître plus précisément l'offre existante** via le recensement des places et poches de stationnement du centre-ville et à proximité
- 1.2 – Communiquer via des supports papier/digitale** sur le stationnement en centre-ville
- 1.3 - Installer de signalétique dédiée**
- 1.4 - Evaluer et étudier sur les possibilités de stationnement en centre-ville** : (places shop & go, extension de la zone bleue, développement de bornes de rechargement pour véhicules électriques)

FICHE ACTION N°2

ACCUEILLIR DE NOUVELLES ACTIVITÉS A SAINT-ANDRÉ-LEZ-LILLE

CONSTATS

- Des activités souhaitées par les commerçants : librairie, fromagerie, caviste, poissonnier.
- Cependant le diagnostic révèle un potentiel commercial seulement pour un primeur, une crèmerie/fromagerie et un caviste.
- Peu de vacance de cellules commerciales sur le centre-ville.

OBJECTIFS

Compléter et renforcer la diversité commerciale sur le centre-ville

Permettre l'accueil de nouvelles activités par la disponibilité de locaux commerciaux

Limiter l'évasion commerciale

Augmenter la fréquentation du centre-ville de Saint-André

FICHE ACTION N°2

ACCUEILLIR DE NOUVELLES ACTIVITÉS A SAINT-ANDRÉ-LEZ-LILLE

ACTIONS

2.1 - Etudier à l'opportunité d'étendre l'interdiction de changement de destination afin de conserver la fonction commerciale des rez-de-chaussée (nécessite une modification simplifiée du PLUi métropolitain)

2.2 - Instaurer un observatoire de la vacance commerciale (intégrant une analyse du tissu commercial et de la transmission)

2.3 - Mettre en place un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat et un droit de préemption commercial

2.4 - Développer des outils pour proposer des cellules commerciales aux porteurs de projet (bourse aux locaux vacants, Comm'une Opportunité, Boutique à l'Essai...)

2.5 – Qualifier les cellules vacantes de façon transitoire (vitrophanies...)

2.6 – Etudier la mise en place d'une foncière commerciale

Changement de destination :
modification de l'affectation de tout ou partie d'un bâtiment (par exemple, faire d'un rez-de-chaussée commercial un logement).

Périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat :
périmètre sur lequel la collectivité peut exercer un droit de préemption sur les baux commerciaux et les fonds de commerce / artisanaux.

Foncière commerciale :
acquisition et gestion de foncier commercial par un porteur public, en vue de réhabiliter un local / bâti vétuste et de maîtriser l'implantation de nouveaux commerces.

FICHE ACTION N°3

DONNER UNE NOUVELLE DIMENSION AUX MARCHÉS DE PLEIN-AIR DE SAINT-ANDRÉ-LEZ-LILLE

CONSTATS

Deux marchés de plein-air se tiennent sur la commune :

- un le mardi matin, d'une trentaine de commerçants, sur la Place du Général de Gaulle ;
- un le samedi matin, de taille plus restreinte, sur l'esplanade face à l'Hôtel de Ville, dont l'offre gagnerait à s'étoffer selon les commerçants.

Redéfinir le déploiement des marchés de plein air

OBJECTIFS

En faire des « lieux de vie »

Limiter l'évasion commerciale vers d'autres marchés de plein-air, en particulier le week-end

ACTIONS

3.1 – Réaliser une enquête auprès des commerçants sédentaires et non-sédentaires ainsi qu'auprès des ménages

3.2 – Poursuivre les démarches de prospection

3.3 - Mener des actions plus offensives pour doper la fréquentation du marché du samedi matin (Communication, marketing, animations, Commodités)

FICHE ACTION N°4

VALORISER LES PARCS URBAINS PROCHES DU CENTRE-VILLE DE SAINT-ANDRÉ-LEZ-LILLE

CONSTATS

- 2 parcs urbains se situent dans / à proximité du centre-ville de Saint-André : le Parc Vandame et le Parc Ducrocq.
- La mise en valeur et des aménagements peuvent rendre encore plus attractifs ces parcs urbains et les adapter aux différents usagers.

OBJECTIFS

Renforcer les fonctionnalités des parcs en tant que lieux de vie et de convivialité

Augmenter l'attractivité des parcs urbains, et ainsi leur fréquentation et celle du centre-ville

Allonger le temps de présence dans le centre-ville

ACTIONS

4.1 – Installer un complément de mobilier urbain sur le Parc Vandame

4.2 - Compléter la réflexion sur l'îlot Ducrocq, par une étude d'aménagements paysagers

FICHE ACTION N°5

RENFORCER LES FONCTIONNALITÉS MARCHANDES ET DE CONVIVIALITÉ DE LA PLACE DE L'ÉGLISE

CONSTATS

- La fonction commerciale s'est amoindrie au fil des années sur la rue de l'Eglise et la Place du Général de Gaulle.
- La Place donnant sur l'Eglise est aménagée en parking, avec une fonction centrale de détente (quelques bancs, parterre de fleurs).
- Sur la Place du Général de Gaulle, une cellule commerciale est vacante / en travaux.

OBJECTIFS

Conserver le caractère marchand de ces axes

Donner des fonctionnalités complémentaires à la Place du Général de Gaulle, en conservant du stationnement

ACTIONS

5.1 - Etudier à l'opportunité d'étendre l'interdiction de changement de destination afin de conserver la fonction commerciale des rez-de-chaussée (nécessite une modification simplifiée du PLUi métropolitain)

5.2 - Développer de nouvelles fonctionnalités de la Place (extension possible des terrasses, accentuation du verdissement...)

Changement de destination : modification de l'affectation de tout ou partie d'un bâtiment (par exemple, faire d'un rez-de-chaussée commercial un logement).

FICHE ACTION N°6

FAIRE BÉNÉFICIER AU CENTRE-VILLE DES DYNAMIQUES DES AUTRES QUARTIERS / PÔLES COMMERCIAUX

CONSTATS

- Hors centre-ville, des équipements sont également attractifs, notamment sur les zones de la Filature et des Portes de St-André.
- Des projets à venir vont également augmenter la fréquentation de certaines zones de Saint-André hors centre-ville (tramway, aménagement des bords de Deûle).

OBJECTIFS

Améliorer les connexions / flux entre différents quartiers et le centre-ville de Saint-André-lez-Lille

Doper la fréquentation du centre-ville

ACTIONS

6.1 - Développer des synergies entre les différentes polarités commerciales de la Ville (animations / communication)

6.2 - Déployer de nouvelles manières / de nouvelles formes de vente (casiers, local mutualisé, corners chez les commerçants)

6.3 - Poursuivre la mise en place des aménagements entre les nouveaux quartiers et le centre-ville

FICHE ACTION N°7

MENER UNE CAMPAGNE DE MARKETING TERRITORIAL

CONSTATS

- La Ville de St-André bénéficie de nombreux atouts (proximité de Lille, cadre de vie, centre-ville marchand...). Elle est déjà attractive, avec de nouveaux ménages qui s'y installent et peuvent devenir de futurs clients des commerces de la Ville
- Des centres-villes à proximité également attractifs.

OBJECTIFS

Augmenter l'attractivité de la ville auprès de cibles identifiées, à savoir de nouveaux habitants potentiels et les porteurs de projet

Augmenter la fréquentation des commerces

Faciliter l'installation de nouvelles activités sur la commune

ACTIONS

7.1 – Développer des outils de promotion auprès des nouveaux et potentiels nouveaux habitants (mise à jour du guide des activités économiques ...)

7.2 - Poursuivre les actions de communication auprès des porteurs de projets : via le référent commerce ; permanences commerces / économie ; guide du porteur de projet et du commerçant

FICHE ACTION N° 8

ATTIRER DE NOUVEAUX CLIENTS DANS LES COMMERCEs ANDRÉSIENS, EN PARTICULIER DANS LE CENTRE-VILLE

CONSTATS

- Les trois quarts des achats des habitants de la commune sont effectués chez des commerçants en dehors de la commune.
- Saint-André-lez-Lille est le lieu d'implantation d'entreprises dont les salariés ne résident pas forcément sur la commune.

OBJECTIFS

Augmenter le flux de passage, en particulier dans le centre-ville de Saint-André

Augmenter la fréquentation des commerces

Faire baisser le taux d'évasion commerciale

ACTIONS

8.1 – Poursuivre la mise en valeur des commerces andrésiens via leurs savoir-faire

8.2 – Faire des commerçants des ambassadeurs de leur ville

8.3 – Proposer aux habitants des chèques cadeaux à dépenser chez les commerçants de la commune

8.4 – Développer des nouveaux outils de promotion et d'attractivité du centre ville : signalétique; réductions spécifiques, animations, services...

FICHE ACTION N° 9

GARANTIR LES SERVICES POUR LES ANDRÉSIENS SÉNIORS

CONSTATS

- Les commerces de proximité apportent des services de proximité indispensables pour les habitants. Certains types de population sont moins mobiles, il devient alors difficile de réaliser ses courses du quotidien.

OBJECTIFS

Assurer les besoins des Andrésiens Séniors en matière de produits du quotidien

Assurer / renforcer le lien entre les habitants et les commerçants andrésiens

ACTIONS

9.1 – Concevoir un annuaire des services intervenant à domicile (à destination des séniors et personnes à mobilité réduite...)

9.2 - Poursuivre le service de livraison à domicile mutualisé du CCAS, mini bus de la commune

9.3 - Développer des services complémentaires à la livraison, via les partenaires associés.

FICHE ACTION N° 10

PROMOUVOIR LE COMMERCE ANDRÉSIEN

CONSTATS

- Une diversité commerciale bien existante sur la commune.
- Une association des commerçants dynamique, l'ARCOPRO, réalisant déjà régulièrement des animations.

OBJECTIFS

Accroître la connaissance du commerce andrésien

Mener des actions & animations pour favoriser le parcours marchand / faire (re)découvrir les commerces et favoriser / renforcer le lien entre les habitants et les commerçants andrésiens

ACTIONS

10.1 - Déployer de nouvelles animations / activités

10.2 - Développement de chèques-cadeaux

10.3 - Identifier des actions permettant de favoriser la déambulation

FICHE ACTION N° 11

RENFORCER LES LIENS DU MONDE ÉCONOMIQUE ANDRÉSIEN

CONSTATS - Des partenariats déjà initiés sur la commune, en particulier via le biais de l'association des commerçants (ARCOPRO)

OBJECTIFS Favoriser les échanges entre partenaires, commerçants, institutionnels

ACTIONS

11.1 - Conserver des moments de rencontre réguliers avec les acteurs économiques de la commune,

11.2 - Renforcer les liens entre la ville et les partenaires : un seul interlocuteur dédié en Mairie, réalisation de permanences

11.3 - Développer le lien avec le tissu associatif de la commune (rencontres, actions conjointes)



**CCI Etudes,
Une offre complète pour
analyser les problématiques de
vos territoires.**

CONTACT CCI ETUDES

Hervé DAMOUR

h.damour@hautsdefrance.cci.fr

Pauline LESCUT

p.lescut@hautsdefrance.cci.fr

Tapio POTEAU

t.poteau@hautsdefrance.cci.fr

CONTACT TERRITOIRE

Xavier TILMONT

x.tilmont@grand-lille.cci.fr



CCI HAUTS-DE-FRANCE