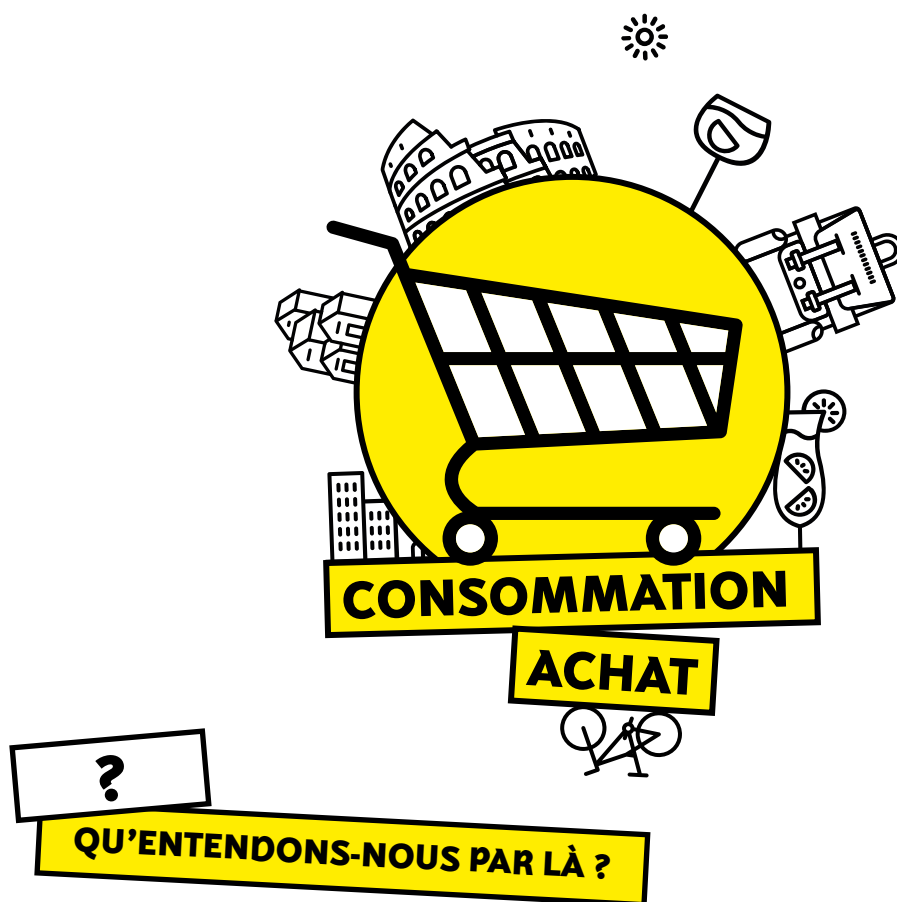


LA THÉMATIQUE



On entend par Achat et consommation, tout ce que qui concerne **l'achat de biens et la consommation de services**. Ceci induit de questionner à la fois **les modes productions** (ex : l'artisanat, la production via les nouvelles technologies, la production délocalisée, etc.), **les matières utilisées** (ex : matière naturelle, matière recyclée, matière innovante, etc.), **les produits fabriqués et vendus** (ex : objets décoratifs, objets du quotidien, objets technologiques, objets spécialisés, etc.) et **les canaux de vente** (ex : boutiques spécialisées, grandes surfaces, canaux de vente mutualisés, webshop, etc.). Pour ce qui concerne **la consommation de prestation de service**, cette notion est plus complexe à définir et concerne l'ensemble des **prestations permettant de transformer des biens** (ex : service de rénovation, service d'installation d'un mobilier, etc.), de **réparer des artefacts** (ex : atelier de réparation, service de partage de savoir-faire, etc.) de **concevoir** (ex : service de production d'objets personnalisés, atelier de fabrication collectif, atelier de bricolage, etc.) et d'**acheter autrement ces objets** (ex : monnaie locale, carte de fidélité, labellisation locale, etc.).

LE DIAGNOSTIC

VIA UNE ANALYSE DOCUMENTAIRE

SITUATION ACTUELLE

ARLES

Le premier pôle commercial d'Arles est le centre commercial Géant situé dans la zone de Fourchon. Il capte 35 % de la consommation des ménages suivi par le centre-ville avec 17 % de la consommation. Géant Casino est également le plus grand employeur du commerce sur la commune avec un effectif de 185 salariés. Il est également à noter qu'une forte part de la fonction commerciale arlésienne est liée au tourisme. Une des autres problématiques que peut rencontrer la consommation en centre ville d'Arles est sa localisation. En effet, Arles est à 20 min de Nîmes et 30 min d'Avignon. Sa proximité avec les villes voisines incite sa population à aller faire son shopping à l'extérieur, dans les grandes enseignes ou les boutiques moins chères qu'en centre-ville. Arles comporte de nombreux commerces possédant des offres essentiellement touristiques et ouvrant durant la période estivale. Ceci génère un effet négatif sur le dynamisme de la ville. Le centre ville d'Arles compte cependant 192 adresses de boutique (ex : librairies, magasins, boutiques de souvenirs, animaleries, etc.).

ORIENTATION & AMBITION

- Développer l'immobilier au profit de toutes les filières économiques;
- Redynamiser les portes commerciales de la ville;
- Mobiliser des espaces pour l'activité économique.

LE DIAGNOSTIC

ÉMANANT DES IMMERSIONS

Ce document relate ce que l'on a entendu, vu et écouté. Puis, nous avons validé ou invalidé ces verbatimes et leurs affirmations par une recherche documentaire.

“ON EST ENCERCLÉ DE GRANDES SURFACES ”

Arles est entouré de grandes surfaces Intermarché, E.Leclerc, Géant Casino, Monoprix. Cela a pour effet de faire sortir les habitants du centre et ne pas faire rentrer dans le centre les péri-citadins.

“JE VAIS ACHETER MES FRINGUES À NÎMES OU À AVIGNON ”

Arles est à 20 min de Nîmes, 30 min d'Avignon, sa proximité avec les villes voisines fait que sa population préfère aller faire son shopping à l'extérieur dans des grandes enseignes ou des boutiques moins chers qu'en centre-ville.

“JE VOUDRAIS MIEUX CONSOMMER MAIS JE TRAVAILLE LES JOURS DE MARCHÉ ET IL Y A TRÈS PEU D'OFFRE EN TERME DE COMMERCE DE PROXIMITÉ”

Arles accueille deux jours par semaine le marché, le mercredi et le samedi. Celui du samedi étant plus important, il s'étend sur plus de 1,5 km. Les grandes surfaces offrent des horaires d'ouvertures plus larges.

“LES PETITES BOUTIQUES DU CENTRE NE SONT PAS ADAPTÉES À MON PORTEFEUILLE...”

Les habitants du territoire qui appartiennent majoritairement à des catégories socio-professionnelles Employés et Ouvriers ont des revenus modestes qui limitent leur pouvoir d'achat. En effet, le revenu net moyen déclaré est en dessous de celui du département et de la France, et plus de la moitié des foyers fiscaux ne sont pas imposables. A cela s'ajoute un fort taux de chômage : 14% au 2ème trimestre 2014, soit 3,3 points de plus qu'au niveau de la région.

“LE LUNDI JE SUIS DANS UNE VILLE FANTÔME, IL N'Y A PAS UN COMMERÇANT D'OUVERT”

La ville d'Arles compte 148 restaurants dont deux étoilés par le guide michelin (57 font de la cuisine française, 25 de la cuisine française régionale, 16 de la cuisine du monde, 30 font de la restauration rapide et 19 sont spécialisés (bio, fruits de mer, huîtres, viandes...).

LES MOUVANCES

LISTE NON-EXHAUTIVE



L'ARTISANAT 2.0

L'artisanat 2.0 représente un artisanat utilisant les outils numériques pour diversifier ses canaux de vente via internet mais aussi trouver de nouveaux produits à faire via les nouvelles technologies de production accessibles pour les petites entreprises et présentes dans des lieux comme les fablab (imprimant 3D, Découpe laser, Fraiseuse numérique, etc.).



L'INTERNET & LA CONSOMMATION

Les chiffres du commerce en ligne donnent le tournis. En 2016, les Français ont dépensé 72 milliards d'euros sur le Web, en hausse de 14,6 % sur un an. 1,03 milliard de transactions en ligne ont été effectuées, soit l'équivalent de trente-trois commandes par seconde, en progression de 23 % selon les données publiées par la Fédération de l'e-commerce et de la vente à distance (Fevad).



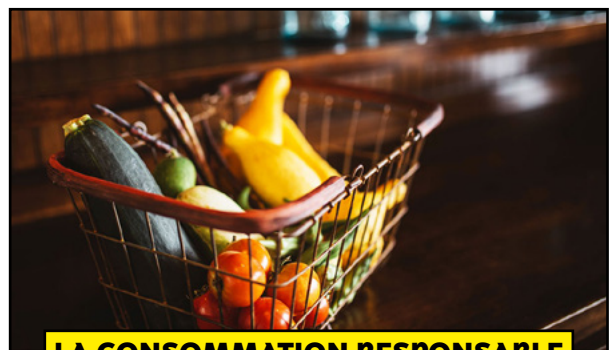
LA SECONDE MAIN

La seconde main c'est avant tout la réutilisation d'un objet qui sans cette action serait en fin de vie. Par leurs activités orientées en économie sociale, les ressourceries et les emmaüs sont des acteurs importants de ce marché.



LE COLLECTIF & LE COLLABORATIF

Véritable recette anti-crise, l'économie collaborative prend une ampleur incroyable dans de nombreux pays, dont la France. Partage de logements et de voitures, trocs et prêts low cost... Des start-up fleurissent dans tous les secteurs afin de favoriser les échanges entre particuliers.



LA CONSOMMATION RESPONSABLE

Hausse spectaculaire des ventes de produits bio et de produits équitables, consolidation et structuration du marché de la consommation collaborative, attachement au local et au Made in France, sont tant de facteurs qui montrent que la consommation dite responsable est en croissance.

LA LISTE DES BESOINS

C'est à partir des personnas que les groupes de travail ont identifié des besoins. Ces derniers vous sont présentés ci-dessous



Paul, 42 ans

Touriste français qui ne veut pas tomber dans les "pièges à touristes" et qui veut ramener des souvenirs chez lui à partager avec ses amis.

- pouvoir acheter du local ;
- pouvoir rassembler mes achats ;
- pouvoir continuer à consommer Arles de l'étranger ;
- pouvoir savoir quoi acheter ;
- pouvoir me faire conseiller, être sûr de ce que j'achète.



Margot, 23 ans

Étudiante, elle n'a pas cours le lundi elle décide avec ses copines d'en profiter pour aller flâner en ville, faire du shopping dans le centre.

- pouvoir faire du shopping la nuit ;
- pouvoir rentrer dans les boutiques hors horaires d'ouvertures ;
- pouvoir consommer dans les endroits agréables de la ville.



Kevin, 37 ans

Il est au RSA et souhaite offrir à sa fille de 13 ans des habits. Il doit jongler entre les envies de sa fille et ce que contient son porte-monnaie

- pouvoir acheter de produits moins cher ;
- pouvoir acheter des grandes marques ;
- pouvoir acheter de la seconde main ;
- pouvoir profiter de la consommation collective ;
- pouvoir recycler mes produits.

LA LISTE DES BESOINS

C'est à partir des personnas que les groupes de travail ont identifié des besoins. Ces derniers vous sont présentés ci-dessous



Monique, 47 ans

Elle travaille à Aix-en-Provence, elle finit sa journée à 18h30. Elle souhaite faire les soldes car elle a repéré trois fringues dans les boutiques du centre.

- pouvoir acheter sur le net ;
- pouvoir me faire livrer mes achats ;
- pouvoir faire du shopping la nuit ;
- pouvoir rentrer dans les boutiques hors horaires d'ouvertures.



Stéphanie, 28 ans

Ses copines amatrices d'art et de culture lui propose de venir au festival de la photographie, elles ont un pass 1 journée. Même si elle aime bien la photo, Stéphanie aimerait aussi en profiter pour faire du shopping.

- pouvoir récupérer mes achats dans des consignes ;
- pouvoir faire des achats sans les porter sur moi ;
- pouvoir acheter des grandes marques ;
- pouvoir acheter du local ;
- pouvoir partager mon addition.

LES EMBRYONS D'IDÉE

En partant des besoins, des pistes de concepts ont été imaginées.

- **LA BOÎTE À SOUVENIRS** : un distributeur de souvenirs ouvert 24/24.
- **LE MAGASIN CAMÉLÉON** : une boutique de vêtement qui le soir venue se transforme en un bar mais dans lequel on peut encore acheter ses habits.
- **LOCA- 3D** : un service de location de lunettes de réalité augmentée pour visiter la ville. Elles nous permettent de voir de l'information spécialisée sur les boutiques et produits.
- **MADE IN ARLES** : un label Made in Arles certifiant les produits locaux.
- **E-SHOP LOCAL** : une boutique en ligne rassemblant tous les articles des boutiques du centre. On fait sa liste d'envies puis cela nous envoie sur notre smartphone le parcours avec les boutiques dans lesquelles sont les vêtements que l'on a repérés.
- **LES MAGASINS AUTONOMES** : des boutiques qui les jours fériés, week-end et vacances sont ouvertes et fonctionnent sans personnel.
- **MON AMI COMMERÇANT** : ticket de réduction valable la journée pour un autre commerçant délivré par un commerçant "ami".
- **BATEAUX BOUTIQUE** : cargo transportant des conteneurs réaménagés en boutiques.