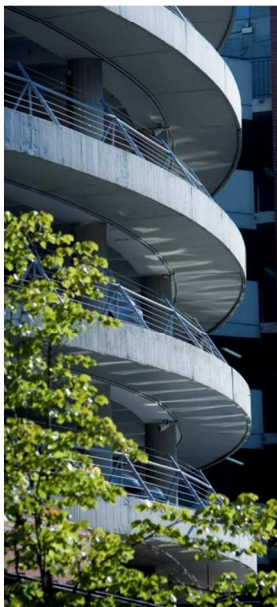


L'artisanat, une ambition au service de Toulouse

Diagnostic et préconisations



Chambres de Métiers
et de l'Artisanat

Haute-Garonne

SOMMAIRE

ETRE UN ACTEUR DE SON HISTOIRE **3**

- Une ville qui se cherche 3
- Pour poursuivre un développement 4
- Auquel l'artisanat « un acteur dans la ville » est prêt à participer 5

REGARD SUR CINQ ANS DE PARTENARIAT AU SERVICE DU DEVELOPPEMENT LOCAL **6**

- Un programme d'actions formalisé par une convention tripartite
Ville de Toulouse - CMA 31 - CCIT (2009-2014) 7
- La conférence du commerce et de l'artisanat toulousain :
un cadre de réflexion adaptée 8
- La participation à la commission du marché de Noël 10

CONFORTER L'ACTIVITE ARTISANALE AU SERVICE DE LA VILLE **11**

- Faciliter et encourager les interventions des artisans du dépannage
et du bâtiment dans l'hyper centre de Toulouse 11
- Maintenir à Toulouse une offre alimentaire traditionnelle 12
- Préserver l'activité économique des faubourgs toulousains 13
- Faciliter l'accessibilité des établissements recevant du public 14
- Promouvoir un artisanat remarquable dans les savoir-faire spécifiques
en l'intégrant au patrimoine culturel et architectural de Toulouse 16
- Jouer la carte du développement de l'économie touristique en s'appuyant
sur les artisans d'art 17
- Les enjeux pour l'économie locale de l'arrivée de la LGV ré-aménagement
des quartiers Matabiau/Victor Hugo 18

CHIFFRES ET TENDANCES DE L'ARTISANAT TOULOUSAIN **21**

- L'artisanat toulousain se développe sur un territoire attractif et dense, avec
quelques déséquilibres 22
- L'artisanat toulousain est prédominant sur le département avec
une harmonisation à trouver 25
- L'artisanat toulousain se spécialise sur certains métiers très concurrentés 29
- Un emploi important orienté sur certains métiers pérennes ou pas 32
- Le renouvellement de l'artisanat de la ville en marche 34
- Toulouse comparé à deux grandes métropoles 36
- Synthèse et travaux prioritaires 37

PENSER L'ARTISANAT DANS DIX ANS **39**





Etre un acteur de son histoire



Contribuer au développement de la ville, l'aider à préserver son identité tout en affirmant sa modernité, être un acteur de son histoire... C'est un peu tout cela l'artisanat.

L'histoire de la ville nous montre que son développement est consubstantiel à celui de notre secteur. Toutes ses activités ont profondément marqué l'histoire de la cité. Le nom de certaines rues en est le témoignage : les blanchers, les teinturiers, les tourneurs...

C'est moins vrai aujourd'hui, l'A380 est passé par là et avant lui des escadrilles de gros

porteurs qui font aujourd'hui de Toulouse une des capitales mondiales de l'aéronautique.

Néanmoins, l'artisanat a laissé son empreinte et peut-être même un peu de sa culture : la brique rose, le souvenir du pastel et une certaine idée du travail.

Cela veut dire, que l'artisanat, à la veille de nouveaux défis, avec une économie qui a du mal à se stabiliser et un lien social qui n'arrête pas de se déliter, ne peut pas être seulement le « représentant sympathique » de l'économie de proximité.

Mais quel sera son apport, quelle sera sa valeur ajoutée à un moment où les difficultés du pays sont plus liées à la faiblesse de l'appareil industriel que du manque d'artisans ?

Une ville qui se cherche

Certes, Toulouse s'est développée, économiquement, socialement et culturellement mais sans doute de façon un peu anarchique. Si elle n'a pas perdu complètement son âme, son identité a été néanmoins un peu altérée. Les années soixante ont, par exemple, favorisé l'émergence de styles et modes architecturaux et urbanistiques aujourd'hui dépassés. Il est vrai qu'à l'époque les regards étaient tournés vers le modèle américain. La ville a failli en être défigurée.

Aujourd'hui, elle a un peu de mal à s'en remettre, en restant tentée par des formes d'urbanisme, qui sont plus le fruit de la promotion immobilière que de la recherche architecturale. En outre, elle doit faire face tous les ans à de nouveaux arrivants. Or, il peut être tentant de répondre à cette

problématique par une densification par le haut. Il ne faudrait pas que cette nouvelle modernité, dictée par les circonstances, viennent tuer définitivement ce qui a fait son identité : la toulousaine à brique rose...

De même, si l'arrivée de la ligne LGV est attendue avec impatience, elle ne doit pas pour autant se conjuguer avec la construction d'un quartier dit « d'affaires », dont les effets seraient destructeurs.

L'échec de Compans Caffarelli devrait inciter à plus de prudence, la ville n'ayant pas besoin de son arche de la défense.

Certaines métropoles semblent, de leur côté, avoir assuré leur renouvellement et leur essor sans pour autant avoir remis en cause ni leur histoire, ni leur identité.

On pense tout naturellement à Barcelone, Liverpool, Bologne, Düsseldorf, Munich mais aussi à des villes d'outre Atlantique, comme San Francisco. Plus près de nous, on peut citer les exemples de Lille, Lyon ou Nantes.

Elles ont toutes un point commun, celui de donner l'impression d'être en phase avec les attentes de leurs habitants !

Sans doute ont-elles compris qu'une ville ne se construit pas contre son histoire, sa géographie et sa sociologie.

En ce qui la concerne, Toulouse est et sera une métropole régionale d'importance économique évidente au rayonnement culturel indéniable. En revanche, elle ne sera jamais une mégapole.

Ce n'est donc pas en important un modèle « venu d'ailleurs » qu'on répondra aux

Pour poursuivre un développement

Par bonheur Toulouse n'a pas été bombardée. C'est ce qui fait son charme. Elle a su conserver de nombreux témoignages de son passé.

Mais, c'est aussi ce qui crée les maux dont elle souffre : des conditions de circulation invraisemblables, certaines avenues en déshérence, des quartiers au charme incertain avec des façades dégradées et des immeubles sans âme.

Néanmoins il y a encore, des lieux, des espaces et des territoires, qui sont le reflet d'un passé prospère. Il y subsiste également encore des modes de vie portant au plus profond d'eux-mêmes l'esprit de la ville... et de la brique. N'oublions pas qu'à la fin de la guerre, les villes allemandes étaient presque toutes détruites. Mais au moment de la reconstruction, nos voisins n'ont pas oublié leur histoire. De nombreuses cités ont été reconstruites sans perdre le lien avec leur culture et leur histoire.

aspirations de la société. Toulouse n'est pas et ne sera jamais New York, ni Berlin, ni même Barcelone.

Une ville, c'est un lieu de vie et d'échange. C'est un carrefour situé aux confins de plusieurs modes de pensée. C'est une sociologie en perpétuel mouvement. Enfin, c'est un lieu où l'autochtone a besoin de s'y sentir bien et le nouvel arrivant d'être séduit.



Elles ont su se moderniser avec élégance, en ancrant leur modernité dans le prolongement d'une tradition bien comprise.

L'enjeu pour Toulouse n'est donc pas de s'abriter indéfiniment derrière des activités industrielles qui ont certes contribué à sa réputation, mais bien de se réconcilier avec sa richesse passée, une richesse qui est à la fois architecturale, intellectuelle, culturelle et bien-sûr économique.



Auquel l'artisanat « un acteur dans la ville » est prêt à participer

La ville a besoin d'être irriguée par un commerce et un artisanat de qualité ; et ses artisans-commerçants ont besoin d'une ville attrayante et dynamique. Les intérêts des uns et des autres sont donc intimement liés. La ville doit donc savoir les accueillir et favoriser leur essor. En contrepartie, elle doit pouvoir compter sur des hommes et des femmes qui ont bien compris qu'ils doivent contribuer à la notoriété de la cité.

La qualité ne se décrète pas. Elle nous oblige les uns et les autres à rechercher les voies de l'excellence, qu'il s'agisse des produits proposés ou des services rendus. Cela suppose des initiatives et des actions conjointes.

Pour s'exprimer et contribuer au rayonnement de la ville, l'artisanat doit aussi pouvoir s'épanouir dans un environnement favorable. Or, faute de trouver un environnement agréable, le consommateur peut se détourner de l'économie de proximité.

La restauration du patrimoine bâti est urgente. C'est, en effet, le bâti et son organisation qui donnent sa « couleur » à la ville. C'est ce qui fait qu'une métropole se distingue d'une autre, par son art de vivre, sa capacité à innover, à s'embellir. Dans cet esprit et dans l'hypothèse où serait privilégiée une approche « identitaire », l'artisanat est prêt à s'investir.

C'est ce qui s'est passé à Paris, il y a plus de 25 ans. De nombreux quartiers, laissés à eux-mêmes, se sont développés harmonieusement : les espaces douteux se sont reconvertis en lieux d'accueil élégants et de bon goût.

A titre d'exemple, l'est et le nord parisiens se sont judicieusement développés avec l'installation de nouveaux arrivants. Et Paris est devenu une des rares villes en France où l'artisanat est partout présent. On y trouve même des métiers qui, ailleurs, ont disparu.

Cela veut dire aussi, que nos métiers qui sont au cœur de la cité, doivent s'appuyer, sur des femmes et des hommes, ayant envie de s'engager sur les voies de l'excellence.

La réputation et la qualité de la ville ne pourront pas être indéfiniment liées à l'industrie pharmaceutique ou aéronautique.

C'est dans cet esprit, que la Chambre de métiers et l'ensemble des artisans qu'elle représente souhaitent s'inscrire aux côtés des élus municipaux.

Louis BESNIER
Président de la Chambre de Métiers
et de l'Artisanat de la Haute-Garonne





Regard sur cinq ans de partenariat au service du développement local

Face aux modifications des modes de vie et des comportements d'achat, les évolutions de l'artisanat en milieu urbain et du commerce de proximité doivent être repensées et s'inviter dans les stratégies de développement territorial.

La problématique du commerce de proximité et de l'artisanat en milieu urbain contribue à poser la question des nouveaux équilibres territoriaux par une vision plus globale du développement territorial.

La volonté de rendre plus visible l'artisanat toulousain plaide en faveur d'un nouveau mode de développement et d'organisation du centre-ville et des faubourgs, afin de dynamiser une offre locale présente, voire pour certaines activités à favoriser leur réinstallation.

Face au double défi de développer un espace de vie et d'assurer un développement de l'artisanat et du commerce toulousain, le partenariat en cours (Plan Local d'Actions 2009-2014) a permis de poser les bases d'une collaboration s'appuyant sur des méthodes et des outils permettant d'associer les forces économiques à la définition d'un plan de développement (conférence du commerce et de l'artisanat).

Ces deux formes de partenariat ont permis à l'artisanat de bénéficier d'un cadre adapté à ses activités et pour la ville de proposer un artisanat d'excellence en phase avec les enjeux de son développement.



Un programme d'actions formalisé par une convention tripartite Ville de Toulouse - CMA 31 - CCIT (2009-2014)

Cette convention de partenariat définit des axes d'intervention dotés de moyens financiers. Elle répond à un double enjeu. Le premier, celui de maintenir et développer un artisanat de vitrine spécifique et responsable. Le second enjeu a pour objectif de renforcer une offre commerciale diversifiée et attractive contribuant aux équilibres et au rayonnement de la ville.

Il nous est rapidement apparu nécessaire de travailler sur un programme d'animations commerciales porté par les associations d'artisans et de commerçants toulousains.

Le cadre règlementaire de la convention a été bénéfique puisqu'il a permis de financer de nombreuses animations et opérations de dynamisation commerciale. Du reste, les associations de professionnels se sont vues doter de moyens financiers leur permettant d'engager leurs opérations.

Dans le même temps, l'accès au centre-ville a été facilité grâce à la distribution d'avantages consommateurs (ticket parking notamment) dans l'objectif de créer du trafic client et de fidéliser ces derniers.



L'organisation d'une braderie, en septembre 2013 suivie d'une seconde édition en 2014, a renforcé cette dynamique puisque le chaland a pu constater la mobilisation des commerçants et artisans de vitrine du centre-ville.

Enfin, un programme de professionnalisation et de responsabilisation des commerçants et artisans de vitrine a été conduit et a permis de sensibiliser les professionnels à l'éco-commerce et à l'accessibilité des établissements recevant du public.

Néanmoins, ces avancées significatives invitent à s'interroger sur certains choix d'action qui sont menés dans le cadre du plan local d'actions.

Ainsi en est-il des illuminations et des fêtes de fin d'année. Est-ce qu'une telle opération entre dans la logique du plan local d'actions (PLA) ou bien s'agit-il d'une compétence propre à la collectivité locale ? Nous pensons qu'une réflexion doit se mettre en place à ce sujet.

La question des avantages consommateurs et sa communication auprès du grand public fait également débat. Le coût pour la collectivité et les consulaires est important. Pour autant le retour d'image et de notoriété n'est pas prouvé ni quantifié.

A cela, il convient d'ajouter que la territorialité de ces avantages consommateurs s'applique au périmètre exclusif du centre-ville.

Quid des faubourgs lesquels apparaissent pour les laisser pour compte du PLA. Il y a là matière à proposer un nouveau cadre d'intervention et faire évoluer le partenariat en cours.

La conférence du commerce et de l'artisanat toulousain : un cadre de réflexion adaptée

La CMA 31 a participé à plusieurs groupes de travail dont :

- ✓ le groupe relatif au stationnement des artisans et professionnels de l'urgence,
- ✓ celui sur l'organisation des livraisons en centre-ville,
- ✓ le groupe d'étude sur les évolutions des marchés couverts toulousains,
- ✓ le groupe sur le droit de préemption.



Concernant le groupe de travail relatif au stationnement des professionnels, nous avons pu constater, au-delà des avancées significatives, un manque de communication auprès des professionnels concernés sur l'existence même du dispositif. **Un guide didactique a été rédigé mais sa diffusion n'a pas été suffisamment réalisée. L'impact escompté n'a donc pas eu lieu, ce qui en soit est parfaitement regrettable compte tenu de l'implication et des attentes fortes des professionnels sur ce sujet crucial.**

En revanche, la définition de la charte livraison en centre-ville et l'adhésion des commerçants a réellement permis de poser des règles efficaces et garantes du partage de l'espace public.

Par ailleurs, nous considérons que le groupe de travail sur le fonctionnement des marchés couverts toulousains n'a pas rendu les

conclusions attendues, faute de calendrier de travail programmé.

Or, les échanges entre les représentants de la Ville de Toulouse, les délégués des marchés couverts et la CMA 31 ont tous fait ressortir l'idée d'un impérieux et urgent effort à consacrer à leur rénovation, qu'ils s'agissent de l'entretien immobilier des marchés, du confort du chaland et de l'ambiance d'achat.

Du reste, le benchmark présenté par le consultant missionné par la Ville de Toulouse a clairement montré le retard toulousain du point de la qualité des infrastructures de son marché emblématique Victor Hugo, comparativement aux exemples d'Arcachon, Lyon et Nantes.

Enfin, le groupe de travail sur l'application du droit de préemption communal a permis d'aboutir à un consensus entre parties prenantes puisque la CMA 31 et la CCIT ont émis des avis favorables pour favoriser l'implantation de commerces au plus près des habitants, mais aussi pour protéger la diversité commerciale des quartiers existants en instituant des mesures en faveur du commerce de proximité, notamment les périmètres à protection renforcée et l'application du droit de préemption communal s'appliquant aux mutations des fonds de commerce.

Néanmoins, nous avons constaté que cette application du droit à préempter n'est pas encore couramment utilisée.

Il avait été convenu que la CMA 31 serait consultée pour avis si la Mairie envisageait l'exercice de son droit. Or, à ce jour, la CMA 31 n'a été sollicitée qu'à une reprise.

La nouvelle loi dite Pinel, relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises renforce ce droit à préempter puisqu'il donne aux élus la possibilité de déléguer ce droit à un opérateur de type société d'économie mixte ou à une intercommunalité pour assurer l'acquisition et la gestion de fonds de commerce.

De plus, cette loi étend de deux à trois ans le délai dont dispose la commune pour identifier

un repreneur du fonds de commerce en cas de mise en location-gérance. L'arsenal juridique existe. Reste à l'utiliser.



En tout état de cause, les élus de l'artisanat s'interrogent sur le défaut d'utilisation de ce droit : s'agit-il d'un défaut de volonté municipale à préempter ou d'un problème de coût financier trop important à supporter pour la collectivité à l'heure où des choix budgétaires sont à faire ?

L'évolution envisagée de certains quartiers requiert des moyens importants à mobiliser. C'est le cas du quartier Arnaud Bernard, également celui du quartier Bayard, dans la perspective de l'aménagement de la future gare TGV.

La participation à la commission du marché de Noël

La participation de la CMA 31 est jugée particulièrement bénéfique. Au fil des ans, l'offre artisanale s'est renforcée et diversifiée, proposant des produits de qualité et particulièrement recherchés en période de fête. Néanmoins, une attention particulière doit être portée sur les activités de restauration rapide pour éviter une sur-représentation du secteur alimentaire et maintenir l'offre d'achat traditionnel.





Conforter l'activité artisanale au service de la Ville

Pour conforter l'activité artisanale sur le territoire de la Ville de Toulouse, de nouvelles actions, complémentaires à celles déjà menées, doivent être envisagées.



Faciliter et encourager les interventions des artisans du dépannage et du bâtiment dans l'hyper centre de Toulouse

Le dispositif de stationnement des professionnels de l'urgence mérite une attention particulière. Après une année d'application, et selon les « remontées des professionnels », ce dispositif est peu connu.

A l'instar du dispositif mis en œuvre sur la commune de Bordeaux, la Chambre de métiers et de l'artisanat de la Gironde et la Ville de Bordeaux ont signé une convention pour favoriser le maintien et le développement d'un tissu artisanal de qualité dans le centre-ville.

Toute une série d'actions concrètes ont été programmées, pour faciliter le travail des artisans : allongement de la durée du stationnement, augmentation du nombre d'aires de manutention, macaron d'identification, simplification des démarches permettant aux artisans d'effectuer leurs interventions dans les meilleurs délais pour la plus grande satisfaction de leur clientèle.

Afin de maintenir les activités qui nécessitent l'utilisation fréquente d'un véhicule dans le centre-ville, les gestionnaires de parkings publics proposent également des abonnements hebdomadaires à tarifs attractifs. Des aires de manutention dans le secteur borné du centre-ville de Bordeaux ont été créées.

Ajouté à cela, un plan de communication ambitieux a été mis en œuvre pour faciliter l'accès des artisans à ce dispositif.

Un tel dispositif mérite d'être envisagé sur la commune de Toulouse.

Maintenir à Toulouse une offre alimentaire traditionnelle

Deux pistes d'action, déjà engagées, doivent être prolongées.

► Des artisans respectueux des réglementations en matière d'hygiène et de sécurité sanitaire

La première concerne la professionnalisation des artisans et commerçants des marchés couverts et de plein vent. L'idée d'un plan de formation à destination des professionnels, notamment sur les questions relatives à l'hygiène alimentaire pourrait être exploré et proposé in fine. Concernant la rénovation des marchés et comme évoqué en première partie, le travail sur l'évolution des modes de fonctionnement des marchés couverts n'est pas abouti. **Il convient d'aller plus loin et de proposer un véritable plan de modernisation**

des marchés couverts, incluant également un nouveau règlement.



► L'artisanat alimentaire : créer une charte d'excellence autour des artisans distribuant des produits de qualité

Une seconde action consisterait à valoriser les atouts des entreprises artisanales avec la mise en place d'une « charte qualité », à destination des professionnels de l'alimentaire, garante d'un meilleur service en faveur des consommateurs toulousains.

Dans ce contexte, où rassurer les consommateurs en leur proposant des repères clairs et fiables s'impose de plus en plus, les artisans de l'alimentaire doivent se démarquer en proposant et en valorisant un service de qualité basé sur un accueil personnalisé, de solides compétences qui légitiment un conseil pertinent et une disponibilité basée sur la proximité.



A l'heure où la question du pouvoir d'achat est exacerbée par les conséquences d'une crise économique et financière, la confiance des consommateurs est plus que jamais au centre des débats car des arbitrages de plus en plus serrés se font, entre les différents postes de consommation des ménages et des niveaux accrus d'exigence renforcent la concurrence.

Il s'agirait de sensibiliser les artisans de l'alimentaire à la nécessité d'avoir aujourd'hui une démarche de qualité à l'attention de leurs clients et ce pour deux raisons :

- ✓ proposer des produits de qualité ne suffit pas, ces derniers doivent être accompagnés de garanties et de services,
- ✓ la reconnaissance de cette qualité par un label constitue un véritable avantage concurrentiel pour le professionnel indépendant.

Préserver l'activité économique des faubourgs toulousains

Depuis plusieurs années, le centre-ville est soumis à de profondes mutations.

D'une part, l'appareil artisanal et commercial est fragilisé par le développement des grandes surfaces périphériques dotées de facilités d'accès et de stationnement que le centre-ville ne peut offrir.

D'autre part, le centre-ville constitue une localisation prestigieuse soumise à une forte pression foncière qui écarte les artisans et commerçants indépendants au détriment de l'animation des rues et du service rendu aux habitants. Dans ce contexte, l'arrivée de grandes enseignes est souvent vue comme un moyen de compenser l'évasion commerciale vers la périphérie.

C'est ainsi que l'artisanat et le commerce de proximité se trouvent fragilisés par le renchérissement des loyers et des localisations de plus en plus excentrées.

Au sein des quartiers et des faubourgs, les centralités sont les lieux qui concentrent, généralement, commerces, artisanat de vitrine, équipements et services répondant aux besoins des populations. Il est essentiel de les développer afin de favoriser la proximité et le lien social.

C'est la raison pour laquelle il nous paraît essentiel de travailler sur les aménagements

urbains favorisant une meilleure lecture de l'espace commercial et artisanal.

Aujourd'hui, nous constatons l'absence de pré-signalétique dans les faubourgs. Or une signalétique efficace, renvoyant à l'identité du quartier ou du faubourg, indique immédiatement l'offre présente et incite indirectement le chaland à consommer à proximité.



Faciliter l'accessibilité des établissements recevant du public

La Chambre de métiers et de l'artisanat de Haute-Garonne mène depuis 2009 des actions afin de permettre aux artisans commerçants de mettre leurs locaux en conformité avec la loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées.

Notre action s'est d'abord tournée vers l'information des créateurs d'entreprise, et leur accompagnement dans les démarches de demande d'autorisation de créer un établissement recevant du public.

Mais il fallait aussi apporter une réponse aux très nombreux établissements existants qui devaient se conformer à la loi de 2005. Nous avons d'emblée fait le choix d'un partenariat avec la Ville de Toulouse, à travers le PLA. Ainsi, à leur demande, nous participons régulièrement à des réunions d'informations des artisans commerçants sur leurs obligations en matière d'accessibilité de leur magasin.

A Toulouse, nous avons édité et envoyé aux 7 295 petits commerces de la ville, un guide d'informations pratiques. Nous avons mis en place un dispositif d'aide au diagnostic permettant aux exploitants d'établissement recevant du public de faire appel à un bureau d'étude.

Cette aide au diagnostic est financée par la Mairie de Toulouse, la Chambre de commerce et d'industrie de Toulouse et la Chambre de métiers et de l'artisanat.



Fort de l'expérience acquise ces dernières années, nous souhaiterions renforcer le partenariat entre notre institution et la Ville de Toulouse. Plusieurs pistes d'action peuvent être envisagées :

- ✓ alléger les démarches administratives très lourdes imposées aux entreprises (demande d'autorisation auprès de la mairie). Elles ne prennent pas en considération les différences qu'il peut y avoir entre un grand centre commercial et une petite boutique de quartier. Or la complexité de ces démarches nuit à leur efficacité. De fait, de nombreux exploitants renoncent à demander une autorisation, se mettant par là-même dans une situation irrégulière, sans que la collectivité n'ait pu jouer son rôle de contrôle à priori des locaux commerciaux,
- ✓ raccourcir les délais légaux d'instruction des demandes d'autorisation. A ce jour ils sont de 5 mois. Cette situation est totalement insupportable pour de nombreux créateurs d'entreprise. Il oblige les porteurs de projet à payer un loyer sans pouvoir démarrer leur activité, les mettant ainsi en grave difficulté financière.

Par ailleurs, les récentes actualités autour des agendas d'accessibilité viennent ajouter encore un niveau de complexité et de confusion dans l'esprit des artisans et commerçants.

Nous sommes convaincus que, tout en respectant les textes, nous pouvons en concertation avec les services communaux concernés, apporter une aide aux artisans/commerçants et aux porteurs de projet afin de leur permettre d'assumer leur responsabilité.

Enfin nous observons qu'à Toulouse, certaines rues ne sont pas adaptées aux personnes en situation de handicap. Nous avons parfaitement conscience que la mise en accessibilité de la voirie va demander beaucoup de moyens et de temps. Les rues en pente, les trottoirs trop étroits, les différences de niveau entre voirie et plancher des magasins, rendent de fait, beaucoup d'établissements inaccessibles aux personnes en situation de handicap.



Si parfois l'exploitant d'un établissement recevant du public peut pallier à ces difficultés, par exemple en mettant en place une pente fixe ou amovible, dans bien des cas, cela reste impossible, et oblige les exploitants à demander des dérogations.

Dans ces situations, nous pouvons améliorer la coordination entre nos structures. Nous pouvons envisager par exemple :

- ✓ de mieux associer, en amont, les commerçants et artisans dans l'élaboration et la mise en œuvre des PAVE (Plan de mise en accessibilité de la voirie),
- ✓ de prendre en compte l'interface entre voirie et établissement recevant du public lors de l'élaboration du PAVE, et à l'occasion de la conception et de la réalisation des travaux,
- ✓ de réfléchir à des solutions temporaires permettant d'améliorer l'accessibilité des magasins d'une rue en attendant que des travaux de mise en accessibilité de la voirie soient réalisés, et d'intégrer ces mesures temporaires dans les PAVE,
- ✓ d'accorder une autorisation d'occupation du domaine public pour la mise en place d'une rampe fixe, non pas au cas par cas, comme aujourd'hui, mais globalement au niveau d'une rue par exemple,
- ✓ d'attester, en attendant que des travaux de mise en accessibilité soient réalisés, que la configuration de certaines rues ou trottoirs ne permettent pas la mise en place d'une rampe fixe ou amovible.

Ces propositions concrètes, dont la liste n'est bien-sûr pas exhaustive, permettraient de rendre plus cohérentes nos politiques en matière d'accessibilité des personnes en situation de handicap.

Promouvoir un artisanat remarquable dans les savoir-faire spécifiques en l'intégrant au patrimoine culturel et architectural de Toulouse

L'artisanat d'art et l'artisanat des métiers du patrimoine est un secteur riche et varié grâce à des professionnels de talent qui développent des savoir-faire spécifiques dans des univers multiples comme celui de la décoration, l'équipement de la personne mais aussi celui de la restauration d'objets d'art et du patrimoine bâti.

La CMA 31 a initié depuis plusieurs années des actions de promotion en faveur de ce secteur. Au-delà du souhait de multiplier les initiatives de promotion et de reconnaissance de ces entreprises, il conviendrait d'engager un véritable programme de valorisation du patrimoine bâti.

► L'artisanat du bâtiment, prescripteur et acteur de la ville du futur

La complémentarité avec les entreprises artisanales permettrait d'agir sur la qualité du patrimoine bâti. La Ville de Toulouse est dotée d'un riche patrimoine bâti ancien et contemporain, dont la protection et la valorisation méritent d'être renforcées.

Cette valorisation du patrimoine bâti doit se considérer avec la requalification des espaces publics et notamment, du centre-ville et des grands axes structurants historiques qui composent l'ossature de la ville, véritable trame qui irrigue les quartiers, afin de pérenniser l'identité de la ville rose.



Cela pourrait se traduire par :

- ✓ l'attention portée sur la qualité du patrimoine bâti, notamment sur l'aspect extérieur des constructions (façade, toiture, clôture, rez-de-chaussée, surélévation...) et l'aménagement de leurs abords,
- ✓ un traitement qualitatif des devantures et des enseignes,
- ✓ la poursuite des campagnes de ravalement de façades,
- ✓ le renforcement des actions en faveur de l'amélioration de l'habitat (domotique, bâtiment à énergie positive).

Jouer la carte du développement de l'économie touristique en s'appuyant sur les artisans d'art

A ce jour, Toulouse ne possède pas de lieu représentatif de l'artisanat d'art. Notre idée consisterait non pas à créer un pôle « métiers d'art » mais à associer culture, design et artisanat d'art afin de montrer les savoir-faire emblématiques de la cité toulousaine.

Cette rencontre entre artisans, artistes et architectes du patrimoine viserait à explorer des voies innovantes pour soutenir les artisans dans leur volonté d'échanger, de créer et de se renouveler. Le principe de la résidence prend ici tout son sens. Certes, il n'est pas nouveau. Il s'agit pour un artisan, un artiste, de se déplacer en un lieu où sont mises à sa disposition les conditions idéales à la création comme des conditions matérielles, temporelles, un lieu inspirant, mais surtout la rencontre avec d'autres artisans ou d'autres professionnels lors de créations artistiques.

► Identifier, fédérer, faire progresser, rassembler

La vocation du pôle de création et d'expérimentation serait de :

- ✓ réunir en résidence des créateurs (artisans d'art, designers, artistes) locaux, européens et internationaux,
- ✓ construire des passerelles entre les différentes disciplines du secteur des métiers d'art (professionnels des métiers d'art / designers / écoles d'art appliqués / école d'architecture...),
- ✓ favoriser les recherches et les expérimentations relatives aux nouveaux outils et techniques.

Ces échanges permettraient aux jeunes artisans d'acquérir de nouvelles compétences, de compléter leur formation et d'optimiser leur entrée dans le cycle de l'entrepreneuriat. Ces échanges inciteraient par ailleurs les professionnels confirmés à ouvrir leur technique à la création contemporaine, au design et aux nouvelles technologies.

En outre, cette mise en réseau des compétences et des savoir-faire représenterait une politique efficace de

valorisation de l'artisanat d'art car la création d'un espace mutualisé favoriserait le développement collectif des entreprises ainsi qu'une dynamique compétitive grâce aux mutualisations qu'elle suscite.

Elle permettrait aussi de positionner Toulouse comme ville d'Art et d'Histoire en promouvant les savoir-faire de la cité (patrimoine, architecture, création et design) et en créant un réseau novateur de coopération économique de valorisation de la filière « métiers d'art ».



Les enjeux pour l'économie locale de l'arrivée de la LGV et du réaménagement des quartiers Matabiau / Victor Hugo

S'il est un sujet qui fait l'unanimité des acteurs politiques et économiques, c'est bien-sûr la Ligne à Grande Vitesse. La quatrième ville de France se devait de bénéficier de cette technologie, élément d'image, de dynamisme mais surtout de désenclavement de la région Midi-Pyrénées par rapport au reste du territoire. Pour un établissement comme la CMA 31, en charge des intérêts de l'artisanat et de son avenir, la question à se poser est quel pourra être l'impact de la LGV pour l'artisanat et le commerce de proximité ?



Gare Matabiau

► Développer l'activité touristique

Pour les particuliers, Toulouse et sa région pourront devenir une destination touristique notamment par le développement des séjours de courte durée. L'offre touristique locale, par la SEM So Toulouse, est déjà renforcée pour ce type de séjours, les atouts de la « ville rose » et de son proche environnement étant indéniables.

Un travail spécifique concernerait donc les professionnels du tourisme, l'artisanat ici pourrait être sollicité sur des activités qui y sont liées, artisanat d'art, restauration et taxis. Pour ces derniers, nous pensons notamment à ce qui a débuté il y a quelques années avec les « Taxis touristiques ».

► Des taxis toulousains labellisés « Taxis touristiques »

Depuis 12 ans, certains taxis toulousains offrent une visite personnalisée aux amoureux de la ville rose, touristes ou clientèles d'affaires. Deux circuits sont proposés (1h15 ou 2 heures) agrémentés de commentaires du chauffeur et du CD diffusé en 5 langues (français, anglais, espagnol, allemand et japonais). Très appréciées de la clientèle, ces visites sont réalisées par les chauffeurs de taxis ayant obtenu le label « Taxis Touristiques de Toulouse » suite à une formation complète sur le patrimoine toulousain.



► Dynamiser l'artisanat de proximité

Pour la clientèle professionnelle, le développement à proximité de la gare, d'un centre d'affaires est envisagé.

Sans être directement concerné car prioritairement orienté vers des activités



tertiaires, l'artisanat peut en tirer profit par le biais d'activité de services (nettoyage, restauration-traiteurs...). Il serait intéressant sur un centre d'affaires ou sur des projets immobiliers proches de « réserver » des emplacements pour l'accueil de ce type d'activité.

L'anticipation est nécessaire car comme le souligne RFF (Réseau Ferré de France) concernant la LGV Est « Même s'ils sont lents à se manifester, les effets à moyen terme existent bien et se concrétisent notamment dans l'émergence de nouvelles activités tertiaires, comme le montrent les exemples de Lyon, de Lille ou du Mans ».

► Implanter des commerces de proximité

Nous souhaitons également évoquer le développement « commercial » de la gare Matabiau qui sera susceptible d'accueillir un nombre significatif de m² de moyennes surfaces.

Nous n'avons pas à l'heure actuelle d'informations précises sur le sujet. Nous nous contenterons donc de faire quelques remarques générales sur ce thème.

A notre avis, il ne faut pas que cet espace commercial vienne en concurrence frontale avec les commerces existants sur les quartiers limitrophes, une complémentarité avec

l'existant doit être recherchée. De plus, nous formulons l'idée qu'un accès privilégié soit réservé à des professionnels installés à proximité et qui souhaiteraient venir s'installer sur le site de Matabiau.

Il s'agit de permettre la prise de locaux commerciaux en gare, à des indépendants non affiliés à des grands groupes de distribution.

En tout état de cause, l'augmentation de la surface commerciale de Matabiau, ne doit pas être un élément supplémentaire de déstabilisation du commerce toulousain.



► Affirmer une ambition urbaine : la revitalisation des quartiers Bayard et Victor Hugo

Le projet *Toulouse EuroSudOuest* va durablement changer la physionomie de la ville ; l'enjeu n'est donc pas que fonctionnel (gérer les flux) mais bien de réussir ce qui sera à la fois la porte de l'agglomération et un lieu-clé, entre les faubourgs et le centre-ville. Il représente une occasion unique d'étendre enfin le centre-ville de Toulouse.

La requalification de la rue Bayard constitue un enjeu de taille puisqu'elle irriguera les commerces du centre-ville. Un important travail de réhabilitation est à engager puisque cette rue sera la porte d'entrée des nouveaux « clients » de la LGV. A l'instar de la rue du Taur, une solution partagée peut être envisagée pour rendre, de manière privilégiée, cet espace public aux piétons, tout en réservant un passage à la voiture.

Le quartier Victor Hugo, véritable épine dorsale de la gastronomie toulousaine et du Sud-Ouest en général, verra mécaniquement sa fréquentation augmenter.

Cependant, les choix d'aménagement qui devront être décidés renforcent l'idée de l'aménagement d'un véritable « pôle gastronomique » avec un marché couvert enfin digne du rang de Toulouse, quatrième métropole nationale.

En effet, l'esthétique du bâtiment abritant le marché couvert ne correspond plus aux standards qualitatifs attendus pour

commercialiser les types de produit actuellement proposés : un bâtiment vieillissant nécessitant de réguliers travaux de réfection, un parking inadapté aux gabarits des véhicules, un confort d'achat à améliorer. Il y a là un important travail de redéfinition du site à envisager pour requalifier le bâtiment en vitrine de la gastronomie midi-pyrénéenne. Les exemples des réhabilitations des marchés couverts d'Arcachon et de Lyon (Halles Bocuse) participent également à l'image qualitative de la ville : un confort d'achat, des produits de qualité... abrités dans un marché alliant tradition (Halles Baltard) et modernité...



Par ailleurs, l'exemple de la piétonisation du pourtour du Capitole renforce l'idée d'aménager les abords du marché Victor Hugo pour rendre l'espace aux clients et aux visiteurs. Ces nouveaux facteurs locaux de commercialité permettront aux restaurateurs et artisans/commerçants du quartier Victor Hugo de bénéficier d'une esthétique et d'un environnement propre à attirer une nouvelle clientèle dans un lieu de vie dédiée à la gastronomie.



Chiffres et tendances de l'artisanat toulousain

Toulouse compte **7 295 entreprises artisanales** (au total 19 475 emplois artisanaux) réparties dans 4 secteurs :

- ✓ l'alimentation (boucherie, boulangerie, pâtisserie, chocolaterie, poissonnerie, restauration rapide),
- ✓ les services (coiffure, esthétique, réparation automobile...),
- ✓ le bâtiment (maçonnerie, peinture, plomberie...),
- ✓ et la fabrication/production (textile, ameublement...).

L'alimentation avec ses 4 offres artisanales (la boucherie-charcuterie, la boulangerie-pâtisserie, les plats à emporter et la poissonnerie) est en plein essor, répondant à **une demande croissante et diversifiée**. Les services suivent le pas et répondent aux besoins des entreprises et des consommateurs.

Le bâtiment se maintient grâce à la rénovation des maisons et des appartements. **La fabrication**, fortement concurrencée, se maintient avec des transformations.

Avec 25% de jeunes dirigeants, 20% de dirigeants proches de la retraite et une démographie de population croissante, **l'enjeu de l'artisanat de Toulouse est de poursuivre son renouvellement pour répondre au marché tout en maintenant ses innovations, ses produits d'excellence**, facteurs d'attractivité de la ville.

Les défis sont nombreux.



L'artisanat toulousain se développe sur un territoire attractif et dense, avec quelques déséquilibres

► Toulouse dispose d'une clientèle multiple et dynamique qui se tourne de plus en plus vers les produits de l'artisanat

4^e ville de France, Toulouse est la commune de France qui connaît, sur 30 ans, la plus forte hausse absolue de population, devant Lyon et Paris (+ 0,9% par an).

Avec **440 000 habitants** aujourd'hui, Toulouse est caractérisée par la présence de 3 catégories de population ou consommateurs : les étudiants (21% contre 15% pour le département), les cadres (15% contre 10%) et les actifs (50% contre 57%).

De plus, sur un an l'attractivité et l'offre touristique de Toulouse apportent un flux de 5,6 millions de touristes à dominante d'affaires (69% du total), la positionnant devant Nice et Bordeaux. Cette clientèle profite amplement de **l'offre artisanale de Toulouse**.

Ces différentes populations sont demandeuses d'une offre diversifiée (du premier prix jusqu'au haut de gamme) et induisent aussi un processus d'excellence pour les **produits locaux**.

Les installations de restauration rapide haut de gamme avec une offre d'entrée « à la portée de tous » en hyper-centre en sont les témoins.

Tendance de fond

Les consommateurs se sont lassés de ces « usines à distribuer » que sont les centres commerciaux où les courses sont souvent assimilées à une corvée. Ils aspirent à retrouver l'esprit de commerce : d'ailleurs depuis 2009-2011, les centres commerciaux dessinent des univers qui rappellent la ville (parc, manège, échoppes...). De même en centre-ville, sont implantés des décors qui rappellent le commerce traditionnel. Les rayons deviennent des reconstitutions d'échoppes (le boucher, le poissonnier...), les ateliers de découpe ou les restaurants rapides sont conçus de telle manière à laisser voir les clients. Le commerce en ville refaçonne la ville pour la rendre plus chaleureuse, plus attractive pour faire rester le client consommateur.

(sources : Synthèses Ville/Commerce - Ministère Ville, études Credoc)



Ref – Typologie des clients consommateurs de l'offre artisanale de Toulouse
(Source : Fiche statistique artisanligne.com / Observatoire CMA 31)

► Retour sur 6 ans de croissance, Toulouse compte de plus en plus d'artisans dans l'alimentaire et les services

Début 2014, **7 295 artisans pour 11 500 emplois salariés** sont là pour répondre aux clients consommateurs de Toulouse. L'artisanat de proximité regroupe **47%** de l'artisanat toulousain. (Chiffres Janvier 2014)

	Alimentation	Production	Services	Batiment	Total
Nbre d'établissements	15%	14%	33%	38%	
2013	1 079	1 019	2 394	2 803	7 295
	2 324 salariés	1 815 salariés	4 065 salariés	3 296 salariés	11 500
2012	1 010	988	2 317	2 745	7 060
Rappel 2007	742	994	1 972	2 515	6 223
Evolution 2013/2007	+ 45 %	+3%	+21%	+11%	+17%
Zoom 2013					
Commerçants-artisans	943	624	1 401	1 410	4 378
Auto-entreprise	72	193	437	561	1 263
(nbre et poids)	10%	19%	22%	22%	20%

Ref : L'essor de l'artisanat de proximité Toulousain (source Observatoire ecostat CMA 31)

Depuis 2007, l'artisanat de Toulouse connaît une forte croissance : **+17%** soit une croissance moyenne de **+3%** / an.

A Toulouse, **1 artisan sur 3 travaille dans les services et 1 artisan sur 3 travaille dans le bâtiment.**

En 6 ans, l'artisanat de Toulouse s'est spécialisé progressivement dans **l'offre de proximité** pour répondre à la demande. C'est **l'alimentation** qui connaît la plus forte croissance : **+45% en 6 ans**. Son poids dans l'artisanat toulousain passe de 11% à 15%, dépassant le poids départemental.

Vient ensuite la catégorie **des services** qui connaît une croissance de **+21% en 6 ans** soit **3,5%** par an en moyenne.

De leur côté, **le bâtiment et la fabrication** entrent plutôt dans une ère de maintien avec une spécialisation dans la rénovation des maisons et des appartements pour l'un et la fabrication de biens à destination des entreprises ou des consommateurs pour le second. **Le bâtiment** est en croissance de **+11% soit 2% / an** ; **la production/fabrication** est en croissance de **+3% soit 0,5% par an**.

Le profil de l'artisan toulousain :



- ✓ proche de celui du département,
- ✓ **45 ans en moyenne,**
- ✓ 77% d'hommes et 23% de femmes,
- ✓ une entreprise de **8 ans d'ancienneté** en moyenne.

Tendance de fond

Entre 2007 et 2013, le nombre d'artisans a augmenté de +17% tandis que la population toulousaine a augmenté de +2,2%.

En effet, l'offre artisanale répond à la demande locale et à la demande de passage à Toulouse (les touristes et les actifs) : « **la demande présente** ».

Cette dernière explique en partie la forte croissance du nombre d'entreprises.

► Un développement avec quelques déséquilibres

L'artisanat toulousain se développe de façon déséquilibré : les métiers proposant des biens d'équipement de la personne ou de la maison sont en baisse ou en maintien en face une croissance forte du secteur alimentaire.

La diversité de l'offre artisanale, qui contribue à l'attractivité de la ville, est donc en perte de vitesse de par la forte concurrence et de la baisse de consommation des ménages pour les biens durables.

De plus, l'alimentation et les services profitent des leviers « qualité et proximité », critères prioritaires pour les consommateurs d'aujourd'hui mais beaucoup d'entreprises artisanales survivent avec **une baisse de la rentabilité** venant de la stagnation des prix imposée par le marché.

La demande présente est très sensible à l'accessibilité et aux infrastructures de mobilité de la ville, autre facteur de déséquilibre dans le développement.

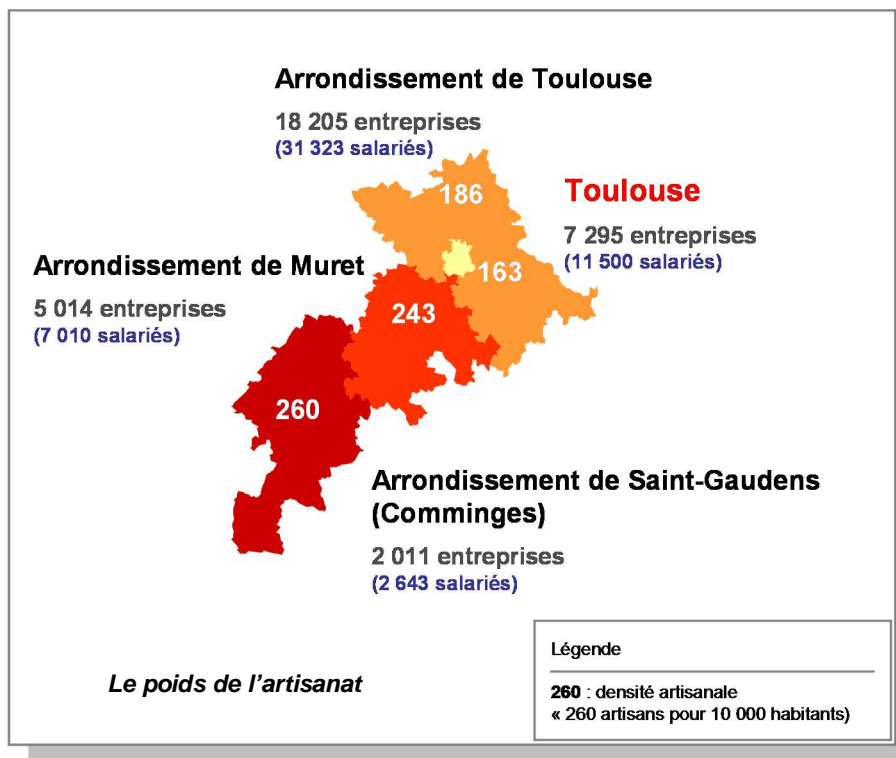


L'artisanat toulousain est prédominant sur le département avec une harmonisation à trouver

► L'artisanat de Toulouse suit et porte le département

1 artisan haut garonnais sur 3 est installé à Toulouse. Pour l'alimentation, 4 artisans sur 10 sont installés à Toulouse. De par ses besoins d'infrastructures et ses besoins de stockage, le bâtiment est moins présent en ville (1 artisan sur 4).

Nombre d'établissements	Toulouse	Haute-Garonne	Poids de Toulouse
Alimentation	1 079	2 863	38%
Batiment	2 803	11 045	25%
Fabrication	1 019	3 300	31%
Services	2 394	8 022	30%
Total	7 295	25 230	29%



► Toulouse réunit 163 artisans ou commerçants pour 10 000 habitants

Les entreprises artisanales et commerciales s'implantent aussi bien dans les espaces à dominante urbaine qu'en zone rurale. Elles sont plus nombreuses en zone urbaine. Cependant, rapporté à la population, le nombre d'entreprises artisanales et

commerciales est plus important en zone rurale : **163 artisans pour 10 000 habitants pour Toulouse contre 260 pour le Comminges.** En effet, la présence des grandes enseignes en zone urbaine répond à une partie de la demande.

► Toulouse apparait comme « ville de test » ou de consolidation de nouveaux produits

A la fois entreprise et auto emploi, l'**auto entreprise**, forme juridique apparue dès 2010, est présente à Toulouse : c'est **1 263 auto entreprises**, soit 30% des autos entreprises du département, qui sont installées à Toulouse. Entre 2009 et 2013, seules les activités de proximité (l'alimentation et les services)

restent en croissance hors auto entreprise. A Toulouse, comme pour le département, **l'alimentation est de loin l'activité artisanale qui se renouvelle le plus dans des structures traditionnelles**, avec des produits de tradition ou innovants appréciés des consommateurs.

Evolution en nombre d'entreprises	Toulouse		Haute-Garonne	
	Evol. 2009/2013	Evol. 2009/2013 (hors AE)	Evol. 2009/2013	Evol. 2009/2013 hors AE
Alimentation	26%	18%	25%	15%
Batiment	13%	-10%	13%	-5%
Fabrication	0%	-19%	1%	-15%
Services	23%	1%	28%	7%
Total	16%	-4%	17%	-1%

► | Un point à surveiller

L'artisanat toulousain ne se développe pas toujours en harmonie avec l'artisanat des villes limitrophes, il y a même sur certains métiers une prédominance d'implantation d'entreprises à Toulouse au détriment des communes limitrophes.



► L'artisanat toulousain est porté par ses « grands quartiers »

Au vu de sa démographie, 440 000 habitants, **Toulouse se hisse au rang de grande métropole comparable à Lyon** (491 000 habitants). Elle est devant Bordeaux ou Nice. Avec des grands quartiers de plus en plus spécialisés, l'artisanat de Toulouse se développe au regard de sa population locale mais aussi celle de passage (demande « présenteielle »). Aujourd'hui, **la croissance artisanale de Toulouse est portée par l'hyper centre et le quartier Nord-Toulousain.**

Le secteur Toulouse-Nord

Il regroupe près de 20% du bâtiment toulousain, de la fabrication et des services. Seule l'alimentation est en retrait avec un poids de 13%. C'est le secteur « **zone mixte** » de Toulouse, avec une croissance de plus de 3% pour l'emploi et les établissements.

Le secteur Toulouse Ouest

Il regroupe une bonne part du bâtiment toulousain ; avec près de 20%, il est le **lieu de prédilection du bâtiment**. Il a moins de 15% des 3 autres secteurs. Une bonne partie de ce quartier se situe en ZFU.

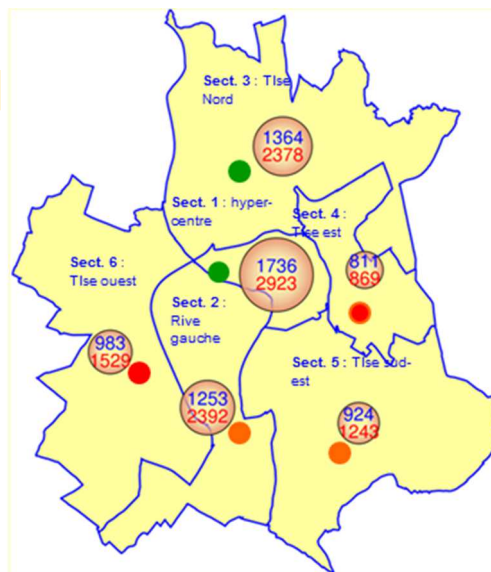
Le secteur Rive-Gauche

Ce dernier compte 20% du bâtiment et de la fabrication toulousains. Les métiers de proximité (alimentation et services) ont un poids de moins de 15%. C'est le « **quartier des usines ou entrepôt** » de Toulouse. Il se maintient en nombre d'établissements et en croissance pour l'emploi (+7%).

L'hyper-centre

Il regroupe une bonne part de **l'artisanat de la ville** : plus de 30% de l'alimentation, de la fabrication/production et des services sont logés dans ce quartier. Seul le bâtiment est sous-représenté avec 12%. Contrairement aux autres quartiers, la boucherie-charcuterie y est en croissance (+8%). En **véritable poumon de Toulouse, ce quartier connaît la croissance**

la plus importante : +5% pour le nombre d'établissements et +12% pour l'emploi.

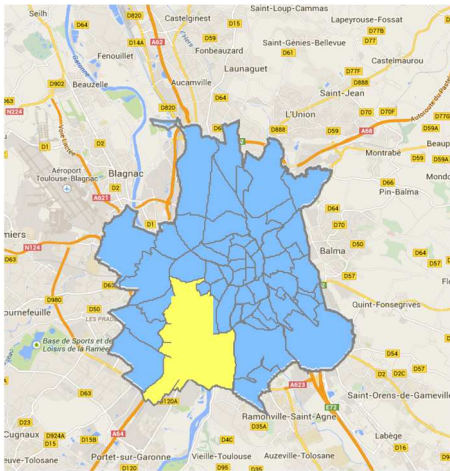


Evolution de Toulouse par Secteur ou grand quartier (en nombre d'établissements)
Source Artisanligne.com

Les sections Toulouse-Est et Toulouse Sud-Est

Ils ne sont pas marqués en terme artisanal : moins de 15% pour chaque secteur. Ce sont des quartiers plutôt résidentiels aux portes des grands axes routiers. Leur croissance est inférieure à celle de Toulouse et l'emploi y est en baisse (-3% et -22% respectivement). Ces secteurs connaissent une baisse des entreprises artisanales au profit de l'habitat. Ces quartiers regroupent les « **zones pavillonnaires** » de Toulouse.

► La Zone Franche Urbaine de Toulouse est en baisse



Avec **1 246 artisans** (en baisse de -2%), **2 700 salariés** (-2%) et **84 apprentis** (+8%), la ZFU est une zone très active mais en baisse en 2013. Le bâtiment et les services sont prédominants (57% et 24% du total).

Comme pour Toulouse, seuls la boulangerie et les plats à emporter sont en croissance (+8% chacun, pour 80 artisans au total). **Secteur fort avec 708 artisans, le bâtiment est en baisse de 4%.**



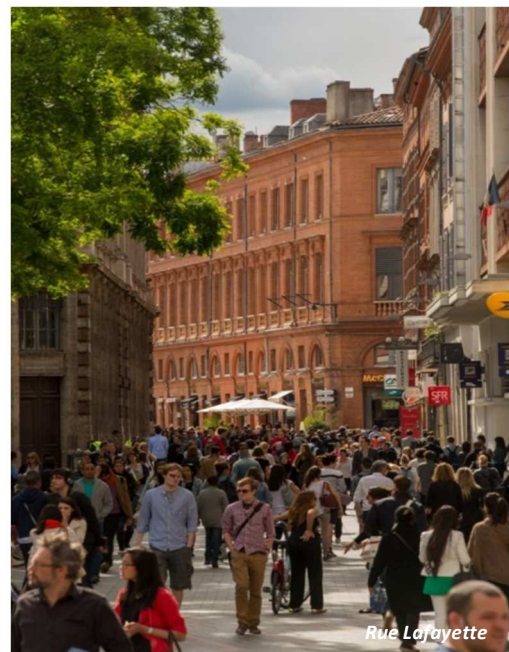
Des points à surveiller pour les grands quartiers

L'hyper centre ou le cœur de ville doit être suivi pour rester un **pôle d'excellence de commerce**.

La vue par grand quartier montre un développement déséquilibré sans valorisation d'**identité de quartier**.

Les vitrines de Toulouse suivent souvent une modernisation au cas par cas et **certaines rues se vident dans le sud de la ville** notamment les « quartiers en transition » avec les nouvelles infrastructures de mobilité.

La pression foncière continue à grignoter des places dans les quartiers du centre et du sud de la ville.



Rue Lafayette

L'artisanat toulousain se spécialise sur certains métiers très concurrentés

► La croissance de l'artisanat toulousain met en lumière plusieurs métiers clés, révélant l'art de vivre à Toulouse : un cœur urbain ancien et historique et une gastronomie pour tous les goûts



Ref : Synthèse de l'évolution de la restauration rapide (source : Les Echos, Observatoire de la franchise - Mémoires ou Etudes universitaires)

L'engouement pour la restauration rapide amorcée dans les années 70 se prolonge aujourd'hui avec des notions de **qualité, de traçabilité et d'authenticité**.

Le secteur est entré dans l'ère de l'offre diversifiée intégrant les produits locaux. La particularité de la demande est qu'elle

pratique « **l'empilement** » : les nouveaux produits se rajoutent à l'existant sans véritable disparition.

Suivant cette tendance, Toulouse profite d'une **bonne croissance du secteur alimentaire artisanal**.

► L'alimentation toulousaine est en croissance de +7%

Avec 184 établissements et 622 salariés, la **boulangerie-pâtisserie** continue sa progression avec +4% pour le nombre d'établissements et l'emploi, +16% pour l'apprentissage. La **petite restauration ou les plats à emporter** (667 établissements, 1 298 salariés) affiche une croissance de +9% pour le nombre d'établissements et +5% pour l'emploi et +30% pour l'apprentissage. En effet, la petite restauration, qui a capté ce marché la première, s'oriente de plus en plus

vers la qualité, seul levier de fidélisation qui leur reste. La **boucherie charcuterie** (149 établissements, 246 salariés), se maintient à Toulouse avec ses produits de référence et son rayon traiteur.

A noter, la **croissance de la poissonnerie** qui représente 31 établissements pour 70 salariés et qui affiche une croissance de +11% pour le nombre d'établissements et +32% pour le nombre de salariés.

► Les services en petite structure sont en croissance de 7%. Les services aux entreprises sont en croissance de 3%

Dans les services, c'est surtout les services aux entreprises (nettoyage des bureaux, service administratif, SAV...) et les services de la personne (esthétique, coiffure) qui se développent. L'esthétique (avec 294 salons de beauté pour 184 emplois salariés) est en croissance de +7% pour le nombre d'établissements et de +2% pour l'apprentissage mais en baisse de -12 % pour l'emploi (phénomène de l'auto entreprise). Les salons de coiffure sont en maintien avec

500 salons pour 660 emplois salariés. A noter la **photographie** qui affiche une croissance de +13% avec 80 établissements pour 50 salariés environ (en croissance de +8% pour l'emploi). La **bureautique informatique** (105 établissements pour 112 salariés : +13% pour le nombre d'établissements) montre une forte croissance tout comme le **nettoyage des bureaux** qui représente 360 établissements (+3% de croissance) et 1 600 salariés.

► La fabrication toulousaine connaît une forte concurrence qui met un frein à la dynamique de son emploi : +3% pour le nombre et -11% pour l'emploi

Pour la fabrication/production, Toulouse compte une multitude de structures (1 000 établissements pour près de 2 000 salariés) qui répond **aux besoins des entreprises** ou qui fournit **des biens de consommation** ou d'équipement aux consommateurs.

L'**ameublement** (fabrication et finissage de meubles divers) affiche +13% en nombre d'établissements) , la bijouterie joaillerie ou fantaisie +6% pour le nombre d'établissements et l'emploi, la **fabrication**

ou retouches de vêtements +14% pour le nombre d'établissements, stabilité pour l'emploi et la **prothèse dentaire** +11% pour l'emploi, stabilité du nombre d'établissements.

Le marché de la fabrication voit arriver de **nouveaux entrants** (amateurs et créatifs venant de l'auto entreprise ou de grandes enseignes), ce qui tend l'emploi (-4% entre 2012 et 2013) ; seul l'apprentissage reste dynamique avec +11% de croissance.

► Le bâtiment se maintient avec (+2%) pour le nombre d'établissement et une baisse de l'emploi (-3%), tiré par le phénomène de l'auto entreprise

Avec 2 800 artisans pour 3 300 salariés, à Toulouse comme pour le département, c'est souvent le maintien.

Sans retrouver sa croissance d'avant la crise, le marché profite de la reprise du logement neuf et de la rénovation perçue dès 2010. La concurrence accrue et la baisse de consommation des ménages posent un **statu quo sur les prix**, mettant en péril le niveau des marges. La **nouvelle réglementation thermique** donne un second souffle à certaines entreprises spécialisées : la **couverture-charpente** (+11% nombre

d'établissements), les installations électriques (+6%), la menuiserie (+ 5%).



Métier du bâtiment : couverture-charpente

Tendance de fond : Toulouse n'échappe pas à la tendance nationale

Les incitations à créer son entreprise quand le marché de l'emploi se tend favorisent l'auto entreprise. Les nouvelles technologies alliées à l'amateurisme permettent à une frange de nouveaux créateurs d'entreprise d'être présente sur le marché.

Passionnées comme les artisans, non soucieux de la rentabilité, certaines auto entreprises se lancent par exemple dans la vidéo, la photographie mais aussi dans certains métiers du bâtiment (avec les astuces partagées dans « Youtube »).

Pour la photographie, les usages sont portés par les usages experts. Les sites internet «pratiques» et les nouveaux appareils numériques permettent la réalisation et la diffusion de produits satisfaisants pour le consommateur (albums numériques...). Cette

tendance a un effet sur les prix et la rentabilité des entreprises en place.

Source : *Observatoire des professions de la photo et des images 2012, synthèse Etudes.*



Le saviez-vous ?

Les métiers de la fabrication concernent le travail de différentes matières...

- ✓ Fabrication joaillerie (63 entreprises) et bijoux fantaisie (44 entreprises)
- ✓ Fabrication prothèses dentaires (97)
- ✓ Graphisme décoration (78), Imprimerie (141)
- ✓ Fabrication et retouches vêtements (103)
- ✓ Fabrication et finissage meubles (69)

Un emploi important orienté sur certains métiers pérennes ou pas

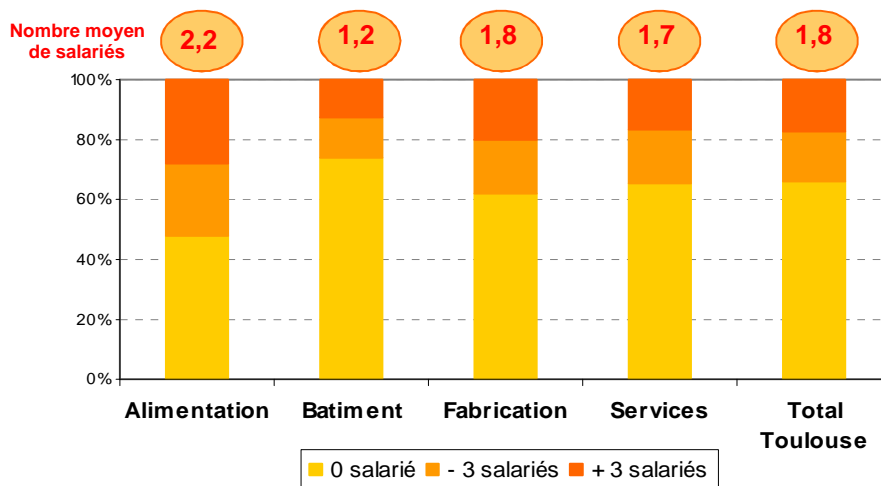
► L'emploi artisanal de Toulouse est en hausse pour l'alimentation (+6%) et les services (+3,4%)

Au total, l'artisanat toulousain emploie **19 475 personnes**, en croissance de **+ 14% comparé à 2009**.

Le secteur de l'**alimentation** est le plus employeur avec 2,2 salariés par établissement et compte des entreprises de taille moyenne (1 à 3 salariés pour 24 % des cas).

Tout comme les **services**, La **fabrication** regroupe des chefs d'entreprises qui travaillent seuls pour 65% des cas environ et des structures à plus de 3 salariés pour environ 20% des cas.

Le secteur du **bâtiment** regroupe plus souvent des chefs d'entreprises qui travaillent seuls (74% des cas).



► Les entreprises en croissance d'emploi se situent dans des activités très variées généralement proches des besoins de la population. Installés depuis longtemps ou pas, certains métiers profitent de la généralisation du numérique, des nouvelles technologies et ...du statut facilitant la création d'entreprise.

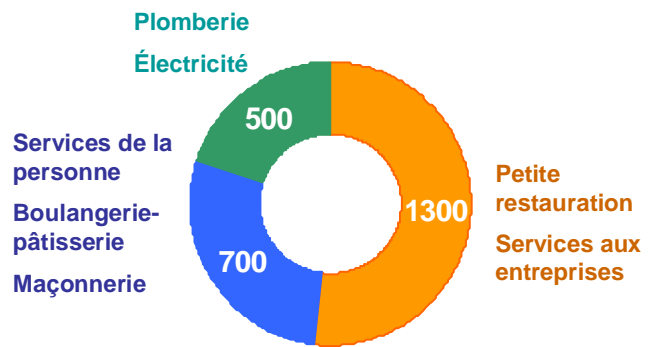
► Il s'agit de la petite restauration ou de la construction d'une maison, de son aménagement intérieur, de son entretien, de la vente de biens de consommation (alimentaire, vêtements, équipement, loisirs) ou de l'offre de services (coiffeur, restaurant, réparateur automobile). D'autres activités sont les services aux entreprises comme le

Toulouse	Etablissements	Salariés	Apprentis	Total Emploi
Alimentation	1 079	2 324	194	3 597
Batiment	2 803	3 296	131	6 230
Fabrication	1 019	1 815	62	2 896
Services	2 394	4 065	294	6 753
Total	7 295	11 500	681	19 476

nettoyage, les services administratifs/gestion. Les prestations de services aux entreprises occupent le premier rang avec plus de **1 500 emplois salariés**, suivies de près par la **petite restauration 1 300 emplois** et les métiers de la coiffure et des soins de la personne (800 emplois).

Une forte présence **des maçons et des plombiers** (plus de 500 emplois chacun) montre que le marché de la rénovation et de l'agencement est aussi dynamique malgré la forte concurrence des grandes chaînes ou de l'essor du bricolage.

La fabrication regroupe des petites structures (870 emplois au total) plus ancrées sur les besoins des ménages que des entreprises (textile, bijoux fantaisie, ameublement, prothèses...).



Ref : Les effectifs salariés les plus importants par métier

A Toulouse, 4 emplois artisanaux sur 10 s'exercent dans les services (4 000 emplois au total), et 3 emplois sur 10 le sont dans le bâtiment (3 300 emplois).

► Comme évoqué précédemment, avec l'arrivée du numérique (et des logiciels intégrés) et des techniques de création disponibles sur des sites internet, **l'amateurisme devient modèle artistique et avec le statut auto entrepreneur**, se développent de nouvelles entreprises : sans être rentables au départ, portées par la passion de l'activité, ces entreprises trouvent un marché **en faisant jouer les prix**.

Exemples de métier	Tendances 2012/2013	Taux auto entreprise
Photographe	Croissance de +25% pour le nombre d'établissements (+8% pour l'emploi)	48%
Bijoutier fantaisie	Croissance de +6% pour le nombre d'établissements (+7% pour l'emploi)	27%

(Source : chiffres artisanat Haute-Garonne)

Tendance de fond pour Toulouse

En plus d'être fortement présents, les métiers des services et de la petite restauration se développent rapidement : la hausse de 10% observée entre 2012 et 2013, qui s'est poursuivie depuis, en témoigne. Trois principaux phénomènes en sont la cause : l'externalisation de certaines activités des entreprises (entretien, nettoyage, informatique), la mobilité des populations (transport, tourisme) et le besoin croissant des ménages en services de proximité (parents ayant 2 emplois, personnes seniors, éclatement des familles).

► Deux points à surveiller

A Toulouse comme ailleurs, l'enjeu est la pérennisation des entreprises nouvellement arrivées comme les auto-entreprises.

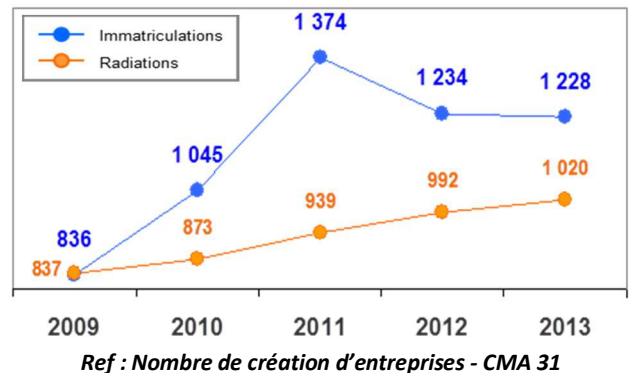
De façon sous-jacente, la concurrence est vive et touche **la rentabilité et les prix** ; les entreprises en place sont donc mises à rude épreuve.

Le renouvellement de l'artisanat de la ville est en marche

Compte tenu de l'augmentation de la population de la ville et de ses besoins, ainsi que de l'augmentation des départs à la retraite, l'économie toulousaine aura besoin de candidats à la création ou à la reprise d'entreprise dans l'artisanat et le petit commerce.

► Après une forte croissance, les créations se maintiennent en 2013 autour de 1 230 créations, avec un solde positif au regard des radiations. (+ 208 entreprises).

Entre 2009 et 2013, les créations se sont accrues de + 32%. Les secteurs qui contribuent le plus à ce renouveau sont le bâtiment (553 créations), les services (352 créations), l'alimentation (194 créations).

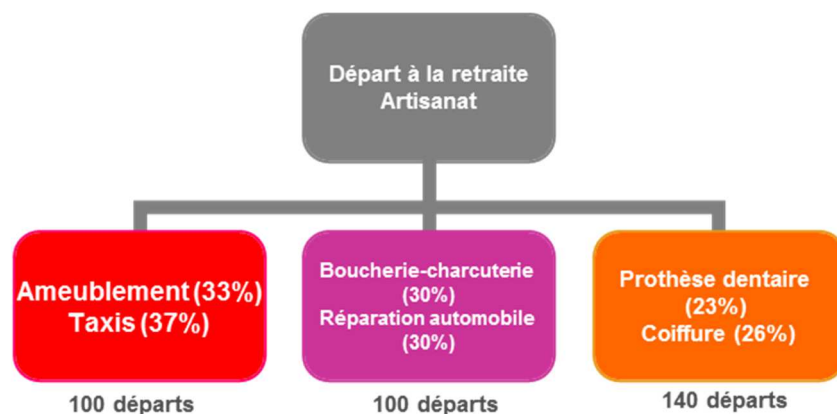


► Sur Toulouse, 1 artisan sur 5 a plus de 55 ans soit 1 500 dirigeants ; c'est la moyenne départementale. La transmission d'entreprises dans la fabrication sera un enjeu majeur pour les prochaines années. Avec ses effectifs salariés et des investissements à faire, la fabrication pourra connaître un renouveau sous certaines conditions.

	- 35 ans	35-55 ans	+ 55 ans
Alimentation	24%	61%	15%
Batiment	27%	59%	14%
Fabrication	18%	56%	26%
Services	26%	54%	20%
Toulouse	25%	57%	18%
Haute-Garonne	21%	61%	18%

► Ces 1 500 départs à la retraite sont à envisager sur les 10 prochaines années. Les secteurs les plus touchés probablement par les départs à la retraite sont : la fabrication et

les services (plus de 20% de « plus de 55 ans »). L'ampleur des départs à la retraite est différente selon les métiers.



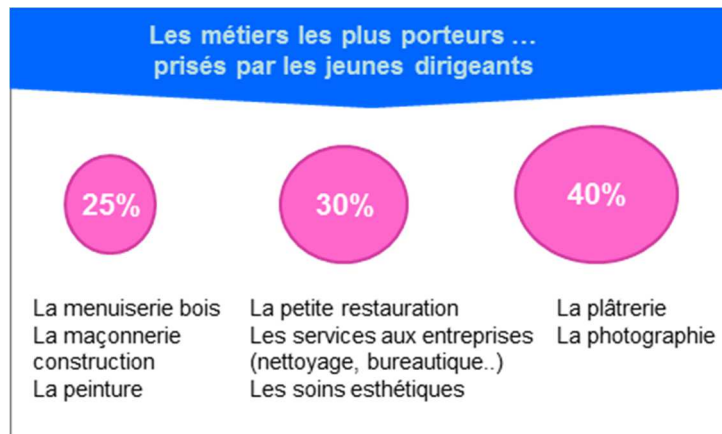
Ref : Répartition des départs par métier (exemple)

► En revanche **l'alimentation et le bâtiment profitent d'un renouveau** grâce au dynamisme du marché avec une forte part des « moins de 35 ans ».

► Pour l'artisanat de Toulouse, la pyramide des âges des dirigeants montre **une mutation en marche** : 1 dirigeant sur 4 a « moins de 35 ans » et 1 dirigeant sur 5 a « plus de 55 ans ».

L'analyse par métier met en relief **des métiers très prisés par les jeunes dirigeants** : Toulouse apparaît pour ces derniers comme une zone d'innovation de produits.

► **Souvent dans le bâtiment (27% de moins de 35 ans), dans les services (26%) ou dans l'alimentaire (24%), ces jeunes dirigeants modulent le marché et sont sources de changement et d'innovation.** Dans les services, les jeunes dirigeants (moins de 35 ans) et les dirigeants matures (plus de 55 ans) se côtoient en représentant 1 entreprise sur 4 chacun ; ils n'ont pas les mêmes approches ni les mêmes besoins et répondent différemment à une clientèle... qui les compare et profite d'un panel d'offres. La lisibilité de leur offre par les consommateurs est l'enjeu des années à venir.



Ref : Les dirigeants de « moins de 35 ans » par métier

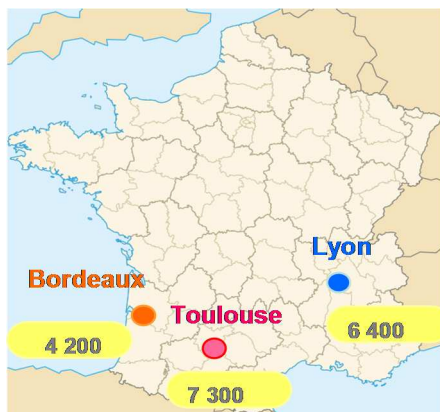


Les prérequis pour le renouvellement ne sont pas encore en place

Le renouvellement des entreprises artisanales et commerciales sera mis à mal par **la nécessité d'investir dans une zone à forte concurrence** : le secteur de la **fabrication** sera le plus sensible ; des investissements et des effectifs salariés y sont nécessaires sans retombées économiques immédiates.

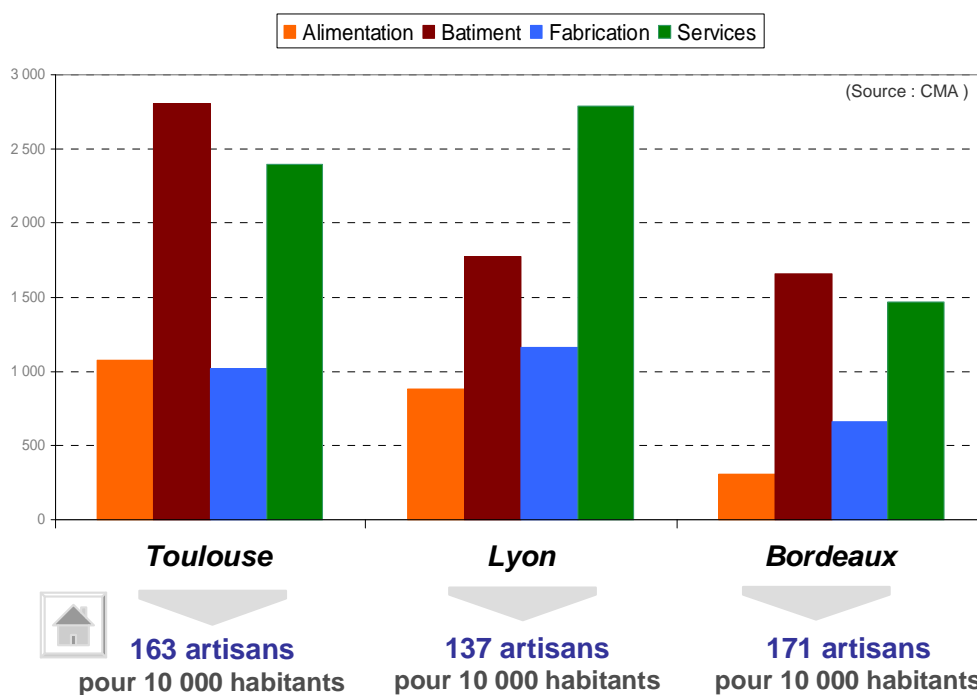
La concurrence des nouveaux entrants impose la mise en place d'« **une nouvelle gestion de la relation client** » (internet, réseaux sociaux, formation ...).

Toulouse comparé à deux grandes métropoles



L'artisanat toulousain dispose d'un volume d'artisans comparable à celui de la ville de Lyon : plus de 6 000 artisans sont présents dans la grande ville qui compte plus 440 000 habitants. Le poids du secteur alimentaire (plus de 10 %) crée un 2° point commun avec cette grande métropole.

En revanche, la **prédominance du bâtiment** (qui occupe la première place avec 40% du total) donne à Toulouse une caractéristique qui la rapproche de la ville de Bordeaux.



Avec plus de 30% du total, le **bâtiment et les services** sont omniprésents pour renouveler la ville et servir les consommateurs.

La **densité artisanale** positionne Toulouse à mi-chemin entre ces 2 grandes métropoles.

Synthèse et travaux prioritaires

L'artisanat de Toulouse a rejoint une nouvelle ère avec un développement remarquable surtout dans les secteurs de proximité. Des faiblesses mettent en relief les travaux transversaux prioritaires.



La nécessité de soutenir le tissu local artisanal pour le rayonnement de la ville auprès des clients consommateurs locaux et internationaux.

Dans certains quartiers devenus dortoirs...en plein Toulouse (les quartiers huppés de Toulouse ou dans les quartiers désertés par les commerçants), il s'agit de gérer **la pression foncière** et d'inciter à la préservation de l'économie de proximité.

Pour l'alimentation, en plus des nouvelles normes à intégrer, il s'agit de mettre au goût du jour et de convertir certains lieux de vente sédentaires ou « en plein air » en véritables lieux de dégustation, voire de **réception des consommateurs locaux et internationaux.**

En équilibre, il s'agit aussi de soutenir les entreprises axées sur la rénovation des logements (rénovation énergétique, rénovation pour les personnes à mobilité réduite, rénovation des lieux d'accueil touristique).



Les « pépites » de l'artisanat, pour le rayonnement de Toulouse



La nécessité de soutenir les entreprises artisanales et commerciales dans la nouvelle gestion de la relation client dans une ville digitale.

L'artisanat doit porter plus haut ses lettres de noblesse et **mieux communiquer vers la clientèle** pour contrecarrer la concurrence et recréer **un nouveau lien de proximité avec les consommateurs qui passe aujourd'hui par les outils internet.** Installer des bornes numériques à chaque pas de porte pour recueillir les attentes clients et les e-mails deviendra une obligation pour attirer les générations qui arrivent. A court terme, il s'agit d'inviter les clients consommateurs à découvrir les nouveautés via Internet et les faire venir en boutique pour les expériences « produits » sur place. La nécessité de rendre l'offre des commerçants ressortit aussi.

Avec **un annuaire enrichi des qualifications réelles et parlantes** pour les consommateurs dont on parle depuis longtemps, **Toulouse ferait un bon en avant supplémentaire.**



La nécessité d'embauche qualitative pour développer et renouveler le savoir-faire identitaire de Toulouse.

Accompagner la transition « entreprise individuelle » ou « auto entreprise » vers l'entreprise capable de répondre rapidement à la demande pourrait passer par **le regroupement mais aussi le recrutement de salariés.** Souvent de taille critique, les entreprises artisanales et commerciales ont besoin d'une semi industrialisation pour répondre à la demande.



Contribuer au développement de l'artisanat du tourisme et de la fabrication comme voie d'excellence ou pépinière du talent artisanal.

Les artisans d'art issus pour la plupart du secteur de la fabrication tentent de se maintenir et sont à même d'attirer les touristes ou consommateurs de passage férus des objets représentatifs de la ville.

Une 2^e voie, pour la fabrication, consiste à saisir le **créneau du « made in France »**. Il s'agit aussi d'alimenter des ateliers de veille sur les nouveaux procédés de fabrication, les usines de demain et apprivoiser la photocopie 3 D.

La gastronomie proposée par l'artisanat de bouche constitue la 2^e pépite cruciale pour l'attractivité de Toulouse.

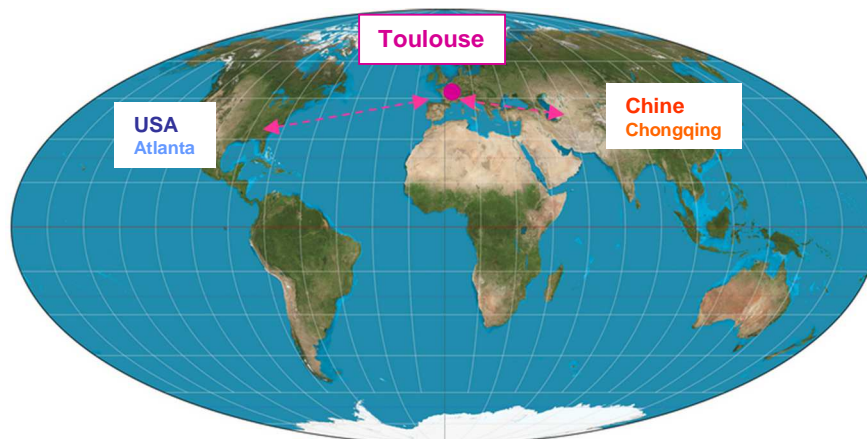


La nécessité de disposer d'un observatoire facilement accessible sur les filières ou les métiers clés de l'artisanat et les chiffres d'affaires.

Les données sont nombreuses, les développements épars et les demandes d'études de marché récurrentes, mais aucun outil n'est disponible pour faire la **synthèse régulière des tendances du marché**.

A ce titre, l'artisan peut être prescripteur des attentes des consommateurs locaux et internationaux via **des enquêtes**.

De même, **évaluer et suivre les chiffres d'affaires, les rentabilités des entreprises de la ville permettraient des implantations durables**.



L'offre artisanale comme facteur d'attractivité et d'échanges internationaux

La CMA est le partenaire naturel pour engager ces approches transversales, multidisciplinaires, seules approches assurant un développement vivant et durable de la ville.



Penser l'artisanat dans dix ans

Reste l'avenir... beaucoup d'idées ont été émises... d'autres ont été abandonnées.

Mais est-il besoin de le rappeler, il n'est pas facile de trouver un équilibre entre le souci de préserver son identité à la cité et l'ambition d'en faire une capitale européenne. Pas évident non plus de naviguer entre l'envie de densifier et de rêver à d'hypothétiques quartiers d'affaires, et la nécessité de préserver ce qui a fait l'histoire de la ville...

Il nous appartient cependant d'apporter nos éléments de réflexion afin de bâtir un futur harmonieux.

Nous représentons un secteur économique, qui a certes connu des mutations et qui en connaîtra d'autres. Aujourd'hui encore, il constitue une forme de ciment qui conforte le lien social et l'économie de proximité. Ce serait bien de ne pas l'oublier et d'intégrer l'artisanat comme un acteur majeur et non comme une solution de remplacement pour

boucher quelques « dents » creuses dans un quelconque programme d'investissement.

L'artisanat mérite autre chose que des cases dans des rez-de-chaussée d'immeubles. Cela signifie, parallèlement, que notre secteur ne justifie pas un tel traitement. C'est pourquoi nous devons nous engager fermement aux côtés des édiles municipaux à œuvrer pour un artisanat d'excellence.

En sommes-nous capables, avons-nous la volonté suffisante, sommes-nous prêts à nous investir sur des problématiques, certes un peu conceptuelles mais porteuses d'avenir. De notre capacité à inventer, à innover, à proposer dépendra l'écoute qui nous sera portée.

C'est d'ailleurs toute l'ambition de cette contribution, amener les élus de l'artisanat, les élus locaux et les artisans à réfléchir et à proposer...





**Chambres de Métiers
et de l'Artisanat**

Haute-Garonne

Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Haute-Garonne

Tél : 05 61 10 47 47 - Fax : 05 61 10 47 48

Courriel : contact@cm-toulouse.fr

18 bis boulevard Lascrosses

BP 91030

31010 Toulouse Cedex 6

Direction du Développement Economique

Tél : 05 61 10 47 15

Courriel : eco@cm-toulouse.fr

Service Etudes Statistiques et Prospectives

Tél : 05 61 10 47 82

Courriel : kbelkalem@cm-toulouse.fr

www.cm-toulouse.fr
