

ACTES

DES PREMIERES ASSISES NATIONALES DU CENTRE-VILLE



Sommaire

DISCOURS D'OUVERTURE	4
Philippe LAURENT, Maire de Sceaux, trésorier de Centre-Ville en Mouvement	4
Denis BADRÉ Président de Centre-Ville en Mouvement et sénateur maire de Ville-d'Avray	5
Alain GRISSET, Président de l'Assemblée Permanente des Chambres de Métiers	6
Jacky LEBRUN Président de la Chambre de commerce de l'Oise, Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie	8
ATELIER 1 : POLE CENTRE-VILLE, UN ESPACE DE VIE	
Ouverture	9
Louis BESSON Ancien ministre, maire de Chambéry, vice-président de Centre-Ville en Mouvement	
Revalorisation de l'espace public et piétonisation	10
Vivre en centre-ville, quels équilibres	14
Exemple belge sur le management de centre-ville	16
Coordination, gestion et management de centre-ville en France	19
Questions de la salle	23
ATELIER 2 : RECONQUETE COMMERCIALE ET ARTISANALE DU CENTRE-VILLE	
Ouverture du pôle	24
Francis CABANAT Président CCI Alès Cévennes Secrétaire général de Centre-Ville en Mouvement	
Danielle NICOLAS Artisanat, présidente CMA Meurthe et Moselle Vice-présidente de Centre-Ville en Mouvement	
Panorama et état des lieux du commerce de centre-ville	25
Thibault LE CARPENTIER Directeur du cabinet Obsand	
Diversité commerciale et artisanale en centre-ville	26
Table ronde	
Initiatives et collectivités pour réimplanter des commerces de bouche	28
Clôture du pôle : l'équilibre du commerce périphérie / centre-ville	30
Alain BOUTIGNY Rédacteur en chef – SITES COMMERCIAUX	

La nouvelle loi de préemption pour les maires	31
Franck SUPLISSON Conseiller technique auprès du Ministre des PME	
Conserver et promouvoir la diversité commerciale et artisanale	33
Le commerce dans les quartiers : un enjeu pour la ville	36
ATELIER 3 : DEPLACEMENTS, LIVRAISONS ET STATIONNEMENT	
Ouverture du pôle	38
Claude LEROI Président CCI Paris Hauts-de-Seine	
Accessibilité et partage de la voirie : une vision globale de la ville	39
Table ronde	
Quels outils ? Réglementation, harmonisation, concertation	43
Table ronde	
Des solutions pour le stationnement	46
Table ronde	
Le dernier kilomètre de livraison	49
Table ronde	
Déplacements : nouveaux services de transport en commun et innovations de transport à la carte	53
(vélo, navette, véhicule en libre service...)	
Table ronde	
Synthèse de l'atelier	57
Danièle PATIER Chercheuse au LET et Vice-présidente de Centre-ville en Mouvement	
SYNTHESE DE LA JOURNEE	58
Claude GRESSIER Président de la section Economie et Transports au conseil général des Ponts et Chaussée Vice-président de Centre-ville en Mouvement	
Index	

OUVERTURE

Philippe LAURENT

Maire de Sceaux, trésorier de Centre-Ville en Mouvement

Philippe LAURENT souhaite la bienvenue à tous les participants aux **premières Assises nationales du Centre-Ville** et remercie particulièrement Denis BADRÉ, Président de l'association Centre-Ville en Mouvement et sénateur des Hauts-de-Seine.

Philippe LAURENT voit dans le choix de la Ville de Sceaux pour organiser ces premières Assises Nationales une triple reconnaissance.

- **Une volonté politique permanente depuis quasiment 50 ans de maintenir un centre-ville vivant et dynamique**

L'illustration la plus symbolique de cette volonté politique date de 1976 lorsque l'équipe municipale dirigée par Erwin Guldner a décidé de créer la première rue piétonne d'Ile-de-France. Erwin Guldner s'était ainsi inspiré de la création à Rouen quelques années auparavant d'une des premières rues piétonnes de France. La création d'une rue piétonne à Sceaux avait provoqué à l'époque des discussions et même des polémiques importantes. Comme dans toute démocratie, Sceaux est en effet le cadre de bien des débats. Aujourd'hui toutefois, les opposants à la rue piétonne en sont fort heureux.

- **Un partenariat très étroit avec les commerçants et les artisans.**

Les commerçants et artisans sont regroupés notamment au sein de l'Union des commerçants et artisans de Sceaux (UCAS) présidée par Frédéric BONNEAUD. A cet égard, Philippe LAURENT se félicite de la récente distinction accordée par la revue Commerce Magazine à l'UCAS. Cette dernière a en effet été primée pour l'ensemble des animations commerciales organisées dans le centre-ville de Sceaux plusieurs fois par an.

- **La conviction pérenne que le centre-ville est un des éléments essentiels de lien social et de diversité urbaine**

Dans un contexte difficile dans bien des quartiers, un centre-ville dynamique et diversifié concentrant des activités économiques, artisanales ainsi que des espaces et équipements publics entretenus est essentiel à la création, au maintien et au développement du lien social dans une ville.

Enfin, Philippe LAURENT souhaite une excellente journée à tous.

Denis BADRÉ

Président de Centre-Ville en Mouvement et sénateur maire de Ville-d'Avray

Denis BADRÉ remercie le Maire de Sceaux d'avoir accueilli et contribué à l'organisation de cet événement. Une ville de province aurait certes pu être choisie pour abriter ces premières Assises Nationales mais il a été décidé d'opter pour une ville d'Ile-de-France et en l'occurrence la Ville de Sceaux pour l'exemplarité de ses initiatives que Denis BADRÉ juge intelligentes et utiles.

Denis BADRÉ remercie également Philippe Laurent en tant que représentant de l'Association des Maires de France au Bureau de Centre-Ville en Mouvement. La mission de cette dernière association, rappelle-t-il, est de valoriser les nombreux projets originaux et efficaces menés à travers le pays. Il est en effet primordial que ces expériences soient capitalisées et communiquées afin de créer des synergies.

Malgré les difficultés rencontrées – en matière de transports notamment – tous veillent à travailler efficacement et à traiter l'ensemble des problématiques – de logement, commerce, transports... - de manière cohérente. Les enjeux sont certes complexes mais l'action collective, affirme Denis BADRÉ, simplifie la vie. L'objectif de l'Association et de cette Journée est de faire en sorte que la vie dans la Ville devienne vivante, agréable et simple.

D'ores et déjà, Denis BADRÉ remercie aussi :

- les 450 inscrits qui se sont mobilisés et sont venus de 100 villes différentes et qui seront, espère-t-il, satisfaits de cette Journée dont la réussite repose aussi sur leur participation ;
- les partenaires privés : La Poste, EDF, Vinci Parc, la Caisse des Dépôts, la RATP, France Télécom ;
- le Ministère des transports qui a été à l'instigation de ce projet et qui accompagne l'Association depuis des années ;
- l'ADEME – l'enjeu environnemental a en effet été pris en compte dès l'origine de l'Association ;
- le Ministère du Commerce ;
- le Conseil général des Hauts-de-Seine ;
- l'ACFCI et particulièrement Jacky LEBRUN ;
- l'APCM et spécifiquement Alain GRISET ;
- l'équipe de Centre-Ville en Mouvement

Enfin, Denis BADRÉ salue l'arrivée de Louis BESSON, Ancien Ministre et Maire de Chambéry qui animera le pôle centre-ville, espace de vie.

La troupe Théâtre à la carte illustre, en quelques scènes, la multiplicité des parties prenantes, la diversité des intérêts et l'importance des enjeux dont il faut tenir compte en centre-ville. Le centre-ville se trouve en effet à la croisée des contraintes : celles de stationnement, de transport de marchandises – reconnu comme problématique en 1993, de pollution et de réglementation.

Alain GRISET,
Président de l'Assemblée Permanente des Chambres de Métiers

Alain GRISET remercie Denis BADRÉ pour la formidable initiative prise, un an auparavant, de réunir tous les acteurs du centre-ville et de créer entre ces derniers une ambiance de travail chaleureuse et productive. Il souligne que le sujet concerne tout le monde : les professionnels et les citoyens. La vie dans les centres-villes correspond en effet à un vrai choix de société.

Si les campagnes et les espaces ruraux ont été des sujets majeurs durant les trente dernières années, les villes et leur organisation seront au cœur des préoccupations dans les prochaines années. Les événements récents démontrent d'ailleurs la pertinence et l'actualité de l'enjeu.

Selon Alain GRISET, l'artisanat doit être au cœur des débats de cette journée dont la problématique essentielle est de définir les moyens de faire des centres-villes des lieux de vie agréables, animés et aussi attractifs pour les habitants que pour les entreprises.

Il signale que l'artisanat est un facteur important de la qualité de vie, par les services de proximité rendus aussi bien aux particuliers qu'aux entreprises, par le lien social qu'il crée – notamment auprès des personnes seules et des personnes âgées-, par les valeurs d'entreprise à taille humaine qui le caractérisent et par la chance qu'il donne à chacun d'avoir un métier et un emploi.

L'artisanat est également primordial par la mixité des hommes et des métiers qu'il favorise. L'artisanat propose des emplois pour tous.

Enfin, par l'identité forte qu'il produit, l'artisanat, au contraire des productions standardisées, est ancré dans le territoire, dans son histoire, son savoir-faire et dans sa tradition. Il garantit le caractère et l'identité du centre-ville là où l'uniformité et la standardisation se propagent à grande vitesse. Si les banques, les assurances, les agences de téléphone... sont utiles, déclare Alain GRISET, il doute qu'il soit pertinent de faire de leur omniprésence dans les centres-villes le modèle unique en France. Pour l'APCM, l'enjeu est de maintenir un artisanat dynamique, de permettre la mixité des activités et la multiplicité des linéaires afin de préserver des villes à vivre.

Le maintien de certaines activités au cœur des villes s'est avéré problématique depuis plusieurs années.

Pourtant, selon nos études, un net décrochage de l'artisanat peut être constaté dans les pôles urbains depuis cinq ans.

En 2005, ce retard est de cinq points par rapport au reste du territoire, et cela toutes activités confondues.

Des études conduites cette année par le réseau des chambres de métiers et de l'artisanat indiquent que cette tendance est encore plus marquée dans le centre-ville des grandes villes françaises.

Ce phénomène peut s'expliquer pour certaines activités artisanales qui ont besoin de superficies importantes – comme les entreprises de production, du bâtiment - et dont les nuisances peuvent être incompatibles avec la vie en centre-ville. Il est plus tout autant regrettable sinon plus pour les activités alimentaires et de service à la personne, dont l'implantation en centre-ville est indispensable aux habitants. La stagnation des implantations artisanales résulte d'une part des tensions sur le marché foncier et immobilier et, d'autre part, des frais d'installation excessivement onéreux.

Grâce aux efforts de l'APCM et de l'association Centre-Ville en Mouvement, des solutions s'esquissent. A la demande de l'APCM, la loi du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises a instauré un droit de préemption pour les maires, permettant l'installation, à des coûts et avec des outils adaptés, des activités commerciales et artisanales.

Remerciant les parlementaires d'avoir voté cette loi, Alain GRISET souligne que la problématique des prix reste à résoudre : l'offre actuelle des grandes franchises ou des réseaux de banque ou d'assurance est en effet supérieure à celle liée au droit de préemption. Le Ministre de l'artisanat et des PME doit ainsi définir, dans le décret d'application, les moyens de tenir compte des intérêts des divers partenaires. Les partenaires sont le vendeur, bien entendu pour lequel son fonds de commerce constitue bien souvent son capital retraite, l'acheteur, que les transactions trop longues et administratives pourraient gêner dans la mise en route de son activité. Seule une concertation avec les acteurs de terrain garantira que cet outil soit utilisé dans le meilleur intérêt de tous. Quoi qu'il en soit, Alain GRISET espère que le décret d'application sera publié aussi vite que possible afin que les maires qui le souhaitent puissent mettre en œuvre une politique effective d'aménagement du centre-ville.

Alain GRISET propose par ailleurs que l'établissement public national d'aménagement et de restructuration des espaces commerciaux et artisanaux (Epareca), créé il y a quelques années pour revitaliser les quartiers en difficulté, dispose de moyens nouveaux afin d'intervenir en centre-ville. Cet outil permettrait en effet de mobiliser des moyens conséquents pour faciliter l'installation des artisans en centre-ville.

De surcroît, les difficultés d'accessibilité, de stationnement et de circulation doivent être résolues en centre-ville. Depuis quelques années en effet, il a été décidé dans les villes d'accorder un plus grand espace aux piétons. L'objectif, juge Alain GRISET, est extrêmement louable autant pour la qualité de vie que pour la santé publique mais il ne doit pas empêcher l'exercice normal des activités commerciales, artisanales et de production. L'accès aux boutiques, aux entreprises, les déplacements professionnels doivent être maintenus. Il est vital que la mise en œuvre des politiques de piétonisation des quartiers soit assortie d'un volet d'accompagnement des professionnels concernés.

Chaque ville définit sa solution en la matière. L'APCM souhaite pouvoir y contribuer. A cet égard d'ailleurs, Alain GRISET invite les élus à veiller à ce que les solutions trouvées n'aient pas d'effets pervers en induisant des problèmes plus importants. La limitation de la circulation des voitures en centre-ville destinée à y réduire la pollution pourrait, par exemple, conduire la population à se rendre en voiture dans des magasins de périphérie, et donc à multiplier les kilomètres et la pollution. Dans ce cas, les objectifs de qualité de vie et d'économie d'énergie ne seraient pas atteints.

Il faut, en outre, veiller à la cohérence entre les implantations de grandes surfaces en périphérie au sujet desquelles les maires ont une influence non négligeable à travers la commission d'équipement commercial, d'une part, et leur volonté de développer un centre-ville, d'autre part. Des choix doivent être faits. Il arrive en effet que des élus qui ont d'abord souhaité l'implantation de grandes surfaces en périphérie appellent dix à quinze ans après l'APCM à l'aide pour restructurer le centre-ville. Un équilibre doit être trouvé. Les conséquences des décisions prises doivent être évaluées.

Alors qu'un groupe de travail sur l'urbanisme commercial a été créé par le Ministre Dutreil le 25 octobre 2006, l'APCM souhaite que ce sujet soit au cœur des préoccupations. Une réflexion à long terme est nécessaire en termes d'emploi, de qualité de vie et d'architecture. Il convient de définir si l'objectif est de développer des entrées de ville uniformes et affreuses, ainsi que des centres-villes désertés et peu sûrs.

L'APCM souhaite également que soit étudiée l'installation de superficies permettant aux artisans de produire hors de la ville et de vendre en centre-ville.

Alain GRISET dit ne pas avoir la prétention de présenter toutes les solutions possibles mais veut inviter à une réflexion sereine et sans tabous quant à des sujets d'actualité difficiles, voire controversés. L'ambition de tous est de garder un centre-ville vivant, attractif et agréable qui ne doit pas se réaliser au détriment du développement économique des entreprises qui le constituent. Les Chambres de métiers de France contribueront avec toutes les parties prenantes à la réalisation de cette ambition. Alain GRISET remercie Mme Danielle NICOLAS et ses collègues élus qui participent à cette réflexion.

Fort de ses institutions et de ses 900 000 entreprises, l'artisanat est, rappelle Alain GRISET, la première entreprise de France. Il souhaite que l'artisanat reste un acteur majeur des centres-villes.

Jacky LEBRUN

Président de la Chambre de commerce et d'industrie de l'Oise,
Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie

L'ACFCI et les CCI sont naturellement associées aux réflexions de l'Association Centre-Ville en Mouvement. Elles partagent sa mission de fédérer à l'échelle nationale l'ensemble des acteurs impliqués dans la dynamisation des centres-villes dans les domaines du commerce, des transports, des emplois, des services et de l'environnement. L'objectif du partenariat entre l'Association et l'ACFCI est de moderniser et de dynamiser les centres-villes dans un esprit de développement durable et avec un souci d'équilibre entre centre-ville et périphérie.

Il importe à l'ACFCI et aux CCI d'être présentes lors de ces Assises car elles sont l'aboutissement d'un processus pluriannuel d'échanges et de concertation concernant les enjeux qui feront le centre-ville de demain : le maintien du commerce, le transport, l'accessibilité, l'organisation des stationnements, l'amélioration des cadres de vie, des logements et le développement des services.

Les centres-villes connaissent une opportunité de renouveau grâce à de nouveaux modes de consommation et des pratiques inédites et favorables. Il importe d'anticiper, de saisir ces opportunités et de tout mettre en œuvre pour rendre les centres-villes plus attractifs.

Ces Assises seront l'occasion unique d'une part de mettre en lumière des projets innovants, des expériences réussies grâce notamment à la conclusion de partenariats efficaces et durables et, d'autre part, de partager des expériences novatrices en matière de commerce de proximité - souvent menacé - et destinées à renforcer l'attractivité des cœurs de ville en termes d'accès, d'urbanisme, d'offres culturelles et touristiques qui sont autant de priorités auxquelles l'ACFCI et les CCI sont très attachées.

Jacky LEBRUN espère que ces Assises, par les échanges qu'elles permettront, donneront aux acteurs du centre-ville l'envie de lancer de nouvelles expériences.

En conclusion, Jacky LEBRUN invite tous les participants à bâtir ensemble la ville de demain.

PÔLE CENTRE-VILLE, ESPACE DE VIE

Ouverture

Louis BESSON

Ancien ministre, maire de Chambéry, vice-président de Centre-Ville en Mouvement

Louis BESSON salue le Président Denis BADRÉ ainsi que Philippe LAURENT.

Il présente Valérie ARNAL, journaliste qui animera l'ensemble des tables rondes dédiées au pôle centre-ville, espace de vie.

Les centres-villes sont, dans tous les lieux urbains, essentiels puisqu'ils donnent du sens à la Ville, voire au quartier. Louis BESSON indique qu'à Chambéry le centre-ville est non seulement celui de la ville mais aussi celui de l'agglomération et du département. Toute une série de problématiques liées aux équipements administratifs, culturels, au logement ou aux fonctions commerciales - la qualité, la centralité, l'attractivité et l'accessibilité - doivent ainsi y être réglées tout en les conjuguant au mieux. Ces problématiques complexes obligent à une réflexion approfondie et requièrent une détermination et une vision durables.

Si la mixité sociale est souvent évoquée dans un quartier, en centre-ville, mixité sociale mais aussi mixité des fonctions doivent être croisées et développées dans une démarche qualitative et dynamique.

Face à ce défi, l'association Centre-Ville en Mouvement, permet de confronter des réflexions, d'échanger des expériences et de progresser collectivement. Tous, nous avons en effet à apprendre les uns des autres pour avancer.

Revalorisation de l'espace public et piétonisation

Table ronde :

Christian BOYER, Directeur des études et des grands projets urbains CCI de Bordeaux

Michel DUCHENE, Adjoint au maire de Bordeaux, à l'urbanisme, à l'espace public, à l'habitat, aux transports

Jacques MARIOT, Adjoint au maire de Besançon au commerce, à l'artisanat et au tourisme

Francine VALEToux, Adjointe au maire du Havre à l'économie, au tourisme et au commerce

Jean-Pierre DI COSTANZO France Télécom Paris

Jean-Pierre LEHMANN, Président de la Fédération Nationale des Centres-Villes

Philippe LAURENT, Maire de Sceaux, trésorier de Centre-Ville en Mouvement

I. La transformation du centre-ville de Bordeaux

Valérie ARNAL souligne le contraste entre la dénomination de Bordeaux : « la belle alanguie », la « belle endormie » et la récente et forte métamorphose de son centre-ville.

Michel DUCHENE rappelle que la rupture date de 1995 lorsque Alain Jupé a succédé à Jacques Chaban-Delmas à la mairie de Bordeaux. Il souligne que cette rupture est plus culturelle que politique : après des années d'hégémonie de la voiture, le choix du tramway a été affirmé en 1995. Le rééquilibrage de l'espace urbain en faveur des transports en commun, du tramway et des déplacements doux (notamment des vélos) a été réalisé aussi rapidement que possible : trois lignes de tramway ont été créées en trois ans. Il s'agissait aussi de recentrer le centre-ville et de requalifier les espaces majeurs de la Ville. Une nouvelle ville – plus apaisée, plus douce à vivre - s'est développée au fil du temps. Il s'agissait enfin d'arrêter l'hémorragie démographique. Ainsi, le centre-ville a accueilli 15 à 18 000 habitants supplémentaires.

Un film présentant le tramway et le centre-ville de Bordeaux est projeté.

Christian BOYER ajoute que 43 Km de lignes de tramway ont été construites en cinq/six ans avec trois lignes se connectant en centre-ville. L'impact sur les commerces et les entreprises a ainsi été majeur, justifiant la participation de la CCI. 5 000 établissements directement riverains ou situés à 150 mètres de part et d'autre du tracé du tramway sont en effet concernés. Christian BOYER commente le film projeté et souligne notamment la transformation qu'a connue la Cour de l'Intendance. Il fait remarquer qu'elle est devenue totalement piétonne avec l'accord des représentants des commerçants après près d'un an de discussion.

Valérie ARNAL s'enquiert des oppositions rencontrées lors de la préparation et de la conduite des travaux.

Michel DUCHENE confirme que les travaux – réalisés en un temps relativement court - ont été extrêmement problématiques. Tant les commerçants que les riverains ont été fort mécontents de ces travaux qui ont été préparés dès 1995 pour débiter en 2001, au lendemain des élections municipales. Michel DUCHESNE se félicite du temps de préparation et de négociation accordé à ce projet ainsi que de l'existence d'une vision politique : Alain Jupé avait en effet pour objectif de faire de Bordeaux une grande métropole européenne. « Bordeaux Ville blonde » a ainsi acquis une image différente que les habitants se sont appropriés et dont ils sont fiers. Ils se sont certes parfois opposés aux suppressions des stationnements mais ils ont compris les finalités du tramway. Bordeaux est devenue une ville attractive pour les citoyens comme pour les professionnels.

Valérie ARNAL souhaiterait connaître le dispositif de communication et de négociation mis en œuvre.

Christian BOYER répond qu'il faut communiquer pour réussir à faire coexister la vision de long terme des collectivités locales avec celle – de plus court terme – des commerçants. Il convient donc de faire comprendre d'une part aux collectivités locales que le commerce doit continuer pendant les travaux et d'autre part aux commerçants qu'au-delà des remises en cause qui peuvent être considérables, il s'agit de construire une nouvelle ville.

Il souligne que la communication auprès des commerçants a débuté dès 1999. De surcroît, un système d'indemnisation efficace a été instauré. Durant la première phase ainsi, plus de 10 millions d'euros ont été distribués par la communauté urbaine de Bordeaux pour compenser les pertes de chiffres d'affaires. Christian BOYER explique que les entreprises étaient très attentives aux flux majeurs liés à l'accessibilité des clients, des employés et à la livraison des marchandises entrantes et sortantes. A ce dernier égard, des solutions nouvelles ont été trouvées comme l'Espace de Livraison et de Proximité : les derniers kilomètres de livraison sont parcourus par tricycle et petites voitures électriques. Cette activité d'abord fortement subventionnée a par la suite trouvé avec le prestataire La Petite reine, son équilibre économique.

Michel DUCHENE rappelle qu'il s'agit essentiellement de limiter la place de la voiture et non d'en interdire la circulation. Un nouveau plan de circulation a ainsi notamment été instauré. Il réaffirme l'importance de faire en sorte que le centre-ville reste vivant, dynamique et accessible. Dans ce dessein, il faut densifier la Ville (et faire accepter des étages au moins en périphérie de centre-ville) et réduire la vacance en construisant des logements sociaux et en lançant l'opération Périmètre de restauration immobilière qui permet d'exproprier un propriétaire qui n'entretient pas son bien. Enfin, Michel DUCHENE fait savoir que les familles reviennent en centre-ville, constituant autant de clients pour les commerces de proximité.

Valérie ARNAL demande si les commerçants sont finalement heureux des travaux menés et s'ils ont acquis une nouvelle clientèle grâce au tramway.

Christian BOYER indique qu'un changement de paysage est toujours douloureux mais que l'adaptation, bien que longue, se fait au bénéfice du centre-ville. Les commerçants ont compris la nécessité de trouver des outils différenciant par rapport aux grandes surfaces. Le tramway est ainsi un choix pertinent.

Valérie ARNAL s'enquiert des perspectives.

Michel DUCHENE répond que la troisième phase des travaux est en cours d'étude. Toutefois, il convient de déterminer les limites du tramway qui, s'il est important, n'est qu'un outil au service d'une vision politique.

Un film sur la transformation du centre-ville de Rueil-Malmaison est diffusé.

II. L'Office de commerce de la Ville de Besançon

Jacques MARIOT présente la ville de Besançon. Il indique que les compétences de la Ville sont d'une part de gérer les espaces publics et, d'autre part, de maintenir et de développer l'attractivité du centre-ville ainsi que la spécificité de ses commerces.

La Ville de Besançon a choisi de :

- créer un Office de commerce réunissant toutes les initiatives de centre-ville, de quartier et de périphérie pour permettre les échanges entre tous les acteurs de l'ensemble de l'espace marchand ;
- mutualiser les besoins et les moyens du secteur privé et du secteur public – le budget de l'Office étant d'environ 300 000 euros ;
- recruter un manager de commerce pour toute la Ville de Besançon.

L'Office de commerce est un outil pour répondre aux enjeux du centre-ville qui sont de :

- faciliter son accessibilité ;
- développer l'offre commerciale avec des enseignes nouvelles ;
- réfléchir à un développement original ;
- mettre en valeur la dimension patrimoniale et culturelle de la Ville.

L'Office de commerce est une association de loi 1901, accompagnant les commerçants et leurs associations uniquement s'ils sont dynamiques et porteurs de projet.

Jacques MARIOT plaide pour la collaboration entre toutes les associations de commerce, qu'elles soient en centre-ville, en périphérie ou dans les quartiers. Il espère par exemple, en mars 2007, faire en sorte

que les enseignes d'équipement de la maison communiquent et travaillent ensemble afin de communiquer également ensemble sur la zone de chalandise bisontine.

Par ailleurs, Jacques MARIOT présente les réalisations de l'Office de commerce : la campagne de communication, la pépinière de commerce, le marché de l'Europe, le chèque déplacement pris en charge et élaboré à parité par la Ville de Besançon et les commerçants. Concernant ce dernier projet, Jacques MARIOT regrette que les commerçants n'aient pas tous joué le jeu. Enfin, Jacques MARIOT s'interroge sur les conséquences du développement d'Internet sur le commerce.

III. Le réaménagement du centre-ville du Havre

Valérie ARNAL rappelle que la ville du Havre a été inscrite au patrimoine de l'Humanité par l'UNESCO.

Francine VALETOUX indique que le Havre avait la réputation d'être une ville triste, industrielle et polluée. Le classement du Havre au patrimoine mondial de l'Humanité en 2005 a permis de changer l'image de la ville, et de mettre en valeur son architecture moderne. Il s'agit donc de redynamiser un espace commercial de 150 ha en centre ville en valorisant le commerce existant et en faisant venir des enseignes locomotives nouvelles.

Valérie ARNAL en déduit qu'il fallait cette politique volontariste pour faire face aux nombreux désaccords exprimés.

Francine VALETOUX explique qu'il s'agissait de rendre les Havrais enfin fiers de leur ville reconstruite. Dans ce cadre, le classement de la ville au patrimoine mondial de l'humanité permet de relancer une dynamique de centre ville en partenariat avec les commerçants d'une part, et d'autre part, de disposer d'un budget plus conséquent dans le cadre d'un partenariat privé public. Le budget s'élève ainsi à plus de 4 millions d'euros jusqu'en 2011. Il a été décidé d'embellir et d'animer les 500 mètres de rues piétonnes, d'améliorer les vitrines les enseignes les terrasses, etc..... La circulation des voitures a toutefois constitué un point d'achoppement entre commerçants. Grâce à l'appui des riverains, il a été décidé de développer les rues piétonnes durant les trois prochaines années sachant que les travaux prévus ne condamnent pas l'avenir.

Valérie ARNAL ajoute que la réhabilitation des docks, une piscine dessinée par Jean NOUVEL sont aussi envisagés.

Francine VALETOUX détaille les équipements prévus. Notamment, les docks Vauban seront transformés en centre commercial dédié à la culture, aux loisirs et aux sports. En outre, une tour de 120 mètres surplombant l'estuaire sera construite et abritera le Centre de la Mer et du Développement Durable. Ce dernier, d'une valeur pédagogique et scientifique majeure, ouvrira ses portes en 2010. Par ailleurs, Francine VALETOUX, affirme que les équilibres avec les pôles périphériques doivent être garantis afin d'éviter les friches en entrée de ville. Un partenariat est nécessaire pour que le consommateur puisse vivre bien dans sa ville et puisse disposer de l'offre commerciale la plus large possible dans un centre-ville animé à rayonnement large.

IV. Des outils et des atouts pour valoriser les centres-villes

Valérie ARNAL aimerait que Jean-Pierre DI COSTANZO détaille les nouveautés que France Télécom propose pour dynamiser les centres-villes.

Jean-Pierre DI COSTANZO souligne l'importance des investissements consentis par France Télécom en matière d'infrastructures filaires et de mobiles de haut et très haut débit. Les téléphones mobiles deviennent de plus en plus intelligents. Le numérique constitue une opportunité pour le développement et l'attractivité des villes.

Les quartiers wi-fi permettent notamment d'interconnecter des sites avec des informations commerciales, culturelles.... A Caen par exemple, le mobile est utilisé comme moyen de paiement des transports.

S'adressant à Philippe LAURENT, Valérie ARNAL souhaite connaître les atouts et qualités nécessaires pour mener un projet de revalorisation à bien.

Philippe LAURENT explique que la Ville de Sceaux a eu deux chances majeures. En premier lieu en effet, Sceaux n'a jamais été complexée par sa taille et sa population qui sont limitées. Elle a toujours été considérée comme une ville et non comme une commune de banlieue. En second lieu, elle a bénéficié de la vision stratégique d'un Maire qui a décidé malgré les controverses de créer la rue piétonne et ce, en concertation avec toutes les parties prenantes tant commerçantes que culturelles. Les enjeux restent : de garantir les possibilités de stationnement, la diversité des commerces, la qualité des espaces publics et celle des espaces culturels.

Enfin, Philippe LAURENT souligne qu'il convient de faire preuve de pédagogie et de persévérance.

Par ailleurs, Philippe LAURENT considère que l'idée de traiter tous les quartiers de la même manière est peu pertinente. Il convient en effet de réserver un traitement spécifique aux lieux de rassemblement, au centre-ville.

Valérie ARNAL invite Jean-Pierre LEHMANN à partager les réflexions qu'ont suscitées en lui les précédentes interventions.

Jean-Pierre LEHMANN se félicite de la mobilisation des élus concernant les problématiques de centre-ville. Il croit fermement en l'avenir du centre-ville. Ce dernier doit être accueillant. En France, beaucoup de villes peuvent mettre en exergue leur patrimoine afin d'attirer des visiteurs en nombre. Il convient de surcroît de garantir l'accessibilité des villes. Dans une agglomération de 200 000 habitants pourtant, 80 à 90 % des habitants ne se rendent jamais de la périphérie au centre-ville. Il convient en conséquence de faire connaître le centre-ville et d'y orienter tant les habitants que les touristes. Une formation généralisée, une signalétique adaptée sont nécessaires à cet égard.

Jean-Pierre LEHMANN en appelle à toutes les expériences novatrices en matière de nouvelles technologies ou de déplacements afin de faciliter la ville à tous. Il ajoute qu'il importe d'interroger les «consommateurs» de la ville, les habitants afin de connaître leurs besoins, leurs perceptions de la ville. Une telle enquête sera ainsi menée à Nancy.

Enfin, Jean-Pierre LEHMANN plaide pour qu'il soit répondu à l'ensemble des enjeux de manière pérenne. Les handicaps cumulés sont en effet tels qu'il importe de faire preuve de prospective afin de connaître les nouveaux métiers, les nouvelles manières de consommer... . La réflexion relative à l'organisation du territoire est indispensable et doit être menée en concertation.

Vivre en centre-ville, quels équilibres

Table ronde :

André SANTINI, Député-maire d'Issy-les-Moulineaux

Patrice IDIER, Directeur de La Poste Grand Public dans les Hauts-de-Seine

Jacky CRUCHON, Directeur de l'urbanisme, mairie de Bayonne

Jean-Gérard DIDIERRE, Manager centre-ville- la SEM Limoges

Gilbert EMONT, Directeur des investissements à la Caisse des Dépôts

Un film sur les marchés dans les villes est diffusé.

Valérie ARNAL indique qu'Issy-les-Moulineaux compte 65 000 habitants, 70 000 salariés et 10 demandes mensuelles d'implantation de commerce. Elle demande si tout a toujours été aussi positif dans la Ville.

André SANTINI répond que cela n'a pas toujours été le cas. Il signale la réticence des habitants face aux changements, que ces derniers soient liés à leur immeuble d'habitation ou à la rénovation d'un marché de quartier. Par ailleurs, il s'étonne du budget investi dans les marchés couverts alors que ces derniers ne sont utilisés qu'une matinée par semaine. Ces marchés couverts, selon lui, se justifient uniquement par des motifs patrimoniaux et historiques. André SANTINI explique que le projet de marché découvert d'Issy-les-Moulineaux a été initié en septembre alors que les urbains étaient encore habitués aux marchés animés de l'été. En outre, le marché découvert est organisé deux après-midi par semaine. Nul n'a en effet le temps d'aller au marché le matin.

Valérie ARNAL demande comment La Poste peut contribuer à répondre aux besoins des habitants des centres-villes en matière de proximité, de service et de rapidité.

Patrice IDIER souligne que les attentes des utilisateurs, bien qu'exprimées différemment selon qu'ils habitent ou non en zone urbaine, sont proches. Le rôle de La Poste en centre-ville est de faciliter la vie des habitants et de tenir compte des évolutions en matière de mode de vie. Pour atteindre ces objectifs, il faut en premier lieu expérimenter des projets limités mais adaptés aux besoins, innover et en tirer des bilans. Ainsi, s'il convient d'être présent là où les clients se trouvent, il faut aussi essayer de s'implanter dans les lieux où ils s'installeront en suivant généralement les tracés des nouveaux moyens de transport. A cet égard, dès 2006, un bureau de Poste innovant sera installé rue Camille Desmoulins à Issy-les-Moulineaux. Ensuite, 15 bureaux de poste seront, à titre expérimental, ouverts le soir de 19 à 20 heures entre le 15 novembre et le 15 janvier dans les Hauts-de-Seine. En troisième lieu, des consignes automatiques ouvertes 24h/24 permettront, grâce au téléphone portable, de retirer des colis notamment à La Défense et à Issy-les-Moulineaux.

Valérie ARNAL ajoute que la Poste prévoit aussi de créer des «Relais Poste» chez les commerçants.

Patrice IDIER confirme que l'objectif est d'adapter au maximum le service aux besoins des clients. Ainsi, comme le prouve l'expérience de La Poste dans un commerce à Asnières, tous tirent profit des «Relais Poste» : les commerçants accueillent davantage de clients; ces derniers bénéficient de la proximité et d'horaires et jours d'ouverture élargis pour bénéficier des services de La Poste. Cette dernière accroît non seulement ses services mais, de surcroît, développe des partenariats étroits avec les collectivités locales et contribue au développement territorial.

Valérie ARNAL cite diverses initiatives lancées par La Poste. Ensuite, elle invite Jacky CRUCHON à présenter la manière dont le réaménagement du centre-ville de Bayonne a été préparé.

Jacky CRUCHON précise que le centre-ville de Bayonne représente 300 mètres de rayon et deux quartiers. En outre, Bayonne est reconnu comme étant un des plus beaux centres de France. Par ailleurs, Jacky CRUCHON indique que si le centre-ville a perdu de nombreux habitants, les commerçants y sont restés présents. Le défi était donc d'améliorer l'image du centre-ville historique auprès des habitants d'une part et de proposer des logements restaurés d'autre part afin de retrouver à la fois l'équilibre des fonctions (résidentielles et commerciales) et l'équilibre social - le centre-ville étant devenu un refuge pour les populations précaires. Le centre-ville historique était ainsi marqué par de nombreux problèmes de promiscuité, de sécurité, d'accessibilité....

Il a donc été décidé de miser sur la qualité patrimoniale et sur celle des logements afin de rendre le centre-ville plus attractif que la périphérie. Il fallait en conséquence partager cette vision de long terme avec les propriétaires, avec les élus mais aussi et surtout, avec les autres parties prenantes : les artisans en premier lieu mais aussi les notaires, les banquiers.... Pour répondre à ces exigences, une «boutique du patrimoine et de l'habitat» a été créée. Ensuite, le rayonnement – interdépartemental – culturel, économique et commercial, universitaire du centre-ville a été développé. Une réflexion prospective a été menée à travers le Plan de sauvegarde.

Valérie ARNAL s'enquiert de la mission menée par Jacky CRUCHON en Chine.

Jacky CRUCHON explique qu'il s'est rendu en Chine au titre de l'association nationale des villes et pays d'art et d'histoire. Cette association a pour objectif de réunir et de faire communiquer les responsables qui souhaitent valoriser leurs patrimoines historiques. Il a constaté lors de son séjour en Chine des dimensions, des sociétés et des parcours certes divers mais aussi des enjeux communs.

Valérie ARNAL présente Jean-Gérard DIDIERRE et lui demande de décrire la reconquête des étages menée à Limoges.

Jean-Gérard DIDIERRE précise en préambule que le titre de manager de centre-ville est relativement réducteur et réduit le rôle de ce dernier à la conduite d'animations commerciales alors que le centre-ville exige souvent une approche multiple face aux enjeux certes commerciaux mais aussi de logements.... Par ailleurs, il rappelle que des propriétaires ont imposé aux commerçants et aux responsables d'enseignes des «vrais-faux baux commerciaux» sur l'ensemble des immeubles. Des rues entières se sont ainsi trouvées investies par des commerces rutilants mais aussi totalement vieilles et inhabitées en étage, entourées de zones d'insécurité de part et d'autre du grand axe. En outre, les commerces de proximité ont disparu. Jean-Gérard DIDIERRE rapporte avoir rencontré les responsables de toutes les grandes enseignes nationales ainsi que chaque commerçant pour leur présenter la nécessité de reconquérir des étages qui leur étaient inutiles. En mettant en avant le risque d'une législation contraignante, il a réussi avec ces responsables à définir un accord cadre prévoyant le retour des étages au propriétaire contre un nouveau bail commercial 3/6/9 avec un loyer inchangé. Pour chaque immeuble, l'accès aux étages a de surcroît dû être étudié. Le Périmètre de restauration immobilière a ensuite été mis en œuvre. Les avantages financiers pour les propriétaires (aides financières de la mairie et défiscalisation) ont été mis en exergue afin d'encourager la restauration des surfaces ainsi retrouvées. 160 logements réhabilités en centre-ville ont ainsi été regagnés, permettant le retour des habitants et des commerces de proximité. Grâce au succès de la première opération qui n'a donné lieu à aucune expropriation, la décision de gérer ainsi 160 immeubles supplémentaires a été votée par la municipalité.

Valérie ARNAL souligne que la Caisse des dépôts a pour objectif de restaurer l'attractivité des villes.

Gilbert EMONT explique que la Caisse des dépôts intervient dans le cadre de projets urbains construits alors que la situation est dégradée, lorsque les investisseurs privés ne souhaitent pas s'engager. Dans ce cadre de restauration de centres-villes, un partenariat avec les collectivités publiques est indispensable. A Roubaix, la Caisse a investi dans l'ensemble des fonctions du centre-ville et ce, selon un ordre bien déterminé. En effet, les investissements des collectivités locales, l'implantation d'un centre commercial doté ensuite d'un cinéma ont initié le renouveau et permis, progressivement, d'aboutir à une réelle politique d'habitat. De même, les premiers investissements consentis dans le centre de Chalon ainsi que Place de la Mairie ont ensuite impulsé des dynamiques d'habitation.

Valérie ARNAL s'enquiert des modalités de choix des projets soutenus.

Gilbert EMONT indique que la Caisse agit en quelque sorte comme un précurseur. Il souligne que le centre-ville doit être parfaitement lié au reste du territoire, aux quartiers. Des ouvertures, la continuité urbaine avec les quartiers doivent être assurées. La Caisse cherche ainsi à retrouver des utilisations pour les espaces en friche. A Perpignan, la place centrale restée en friches durant 15 ans est par exemple devenue l'une des plus belles place de la ville.

Clôture de la matinée à 13h30 pour le déjeuner.

Exemple belge sur le management de centre-ville

Table ronde :

Tommy LECLERCQ, Conseiller du ministre de l'Economie, de l'emploi et du commerce extérieur de la Région wallonne (Belgique)

Christian GLENET, Manager du centre-ville de Liège

Pierre FRANCIS, Directeur de l'Association du Management de Centre-Ville

Valérie ARNAL s'interroge sur l'éventuelle avance acquise par la Belgique en matière de management de centre-ville.

Tommy LECLERCQ indique que c'est en 1997 que le Gouvernement wallon a décidé de créer les trois «professionnalités» de : gestionnaire centre-ville, ouvrier urbain et steward urbain. Le premier veille à l'évolution du mixte commercial sectoriel. Il a une vision prospective et recherche des investisseurs pouvant combler les lacunes sectorielles en matière de commerce et de logement. Il doit œuvrer à l'adéquation entre l'offre et la demande. Le deuxième se préoccupe par exemple d'effacer les tags. Enfin, le troisième a un rôle de renforcement de la sécurité. Il rassure la population et réaffirme la présence des services publics. Tommy LECLERCQ ajoute qu'un projet de décret prévoit de subventionner de manière quasiment intégrale ces trois professions. Ensuite, il souligne la concertation mise en œuvre entre secteurs privé et public en matière de gestion de centre-ville. L'Etat dédie ainsi un investissement public à la conduite d'actions spécifiques adaptées aux réalités locales.

Valérie ARNAL rapporte que selon Christian GLENET, le manager de centre-ville en Belgique n'est surtout pas «un animateur organisant des soirées choucroute boudin».

Christian GLENET précise qu'outre être un animateur commercial, le gestionnaire centre-ville a de multiples compétences et doit agir, avec tous ses partenaires (acteurs culturels, de la restauration...), en faveur des multiples usagers du centre-ville, qu'il s'agisse des opérateurs économiques ou des citoyens. Il doit ainsi réfléchir par exemple aux problématiques de sécurité la nuit et peut proposer la création d'équipes de stewards urbains pour permettre aux habitants de bénéficier des animations nocturnes.

Valérie ARNAL ajoute qu'il importe aux gestionnaires de centre-ville en Belgique de ne pas apparaître comme des agents municipaux.

Christian GLENET le confirme dans le cas des gestionnaires de la ville de Liège. Une association de commerçants en désaccord avec l'adjoint au maire aurait en effet des difficultés à travailler avec des représentants de la municipalité. Une personnalité neutre est ainsi nécessaire pour enquêter auprès des commerçants, pour se faire l'écho de leurs préoccupations auprès des élus et, le cas échéant, réunir les parties prenantes pour contribuer à faire évoluer la législation. Par ailleurs, les gestionnaires de centre-ville sont bien évidemment soumis à un plan stratégique qui constitue un cadre méthodologique nécessaire et accepté par tous les partenaires.

Le film «La ville art de vivre» présentant la gestion centre-ville en Belgique est projeté. La réussite de cette dernière est fondée à la fois sur le partenariat public-privé et sur la culture du résultat. Concrètement, la gestion centre-ville peut offrir une multiplicité de services : transport de personnes à mobilité réduite, consignes d'objets trouvés... Le gestionnaire de centre-ville accompagne également les commerçants et investisseurs dans l'ensemble de leurs démarches tout comme il constitue, avec les stewards de centre-ville, une interface entre municipalité et usagers par exemple lors de la réfection des rues dans le centre-ville de Mouscron.

Valérie ARNAL note la multiplicité des axes d'intervention des managers de centre-ville ainsi que l'importance de la logique de partenariat.

Pierre FRANCIS précise que la conclusion de ces partenariats nécessite du temps : une longue période de concertation peut être requise pour que tous se comprennent. Par ailleurs, il indique que la phase de compréhension et d'appropriation de la gestion de centre-ville par la municipalité est essentielle pour qu'ensuite, cette démarche soit fructueuse et donne naissance à des services innovants comme l'harmonisation des terrasses à Mons ou la création de consignes. Enfin, puisque de nouveaux enjeux apparaissent au fil du temps, la gestion de centre-ville doit être pérennisée et s'adapter à ces évolutions.

Valérie ARNAL ajoute que les maires comme les commerçants doivent comprendre qu'il s'agit d'une démarche de moyen et long terme.

Pierre FRANCIS acquiesce. Les commerçants doivent comprendre que des objectifs à moyen et long terme sont visés mais il importe également de mettre en œuvre des actions à court terme pour répondre aux attentes de certains commerçants. Les gestionnaires doivent ainsi tenir compte des intérêts de tous, communiquer et faire preuve de pédagogie. A l'origine relate Pierre FRANCIS, les commerçants ont par exemple désapprouvé l'implication des grandes enseignes dans le partenariat. Les gestionnaires de centre-ville ont donc dû expliquer longuement l'intérêt pour les commerçants d'accueillir aussi les grandes enseignes dans le cadre de la gestion de centre-ville. Les grandes enseignes sont en effet également des locomotives du centre-ville.

Valérie ARNAL invite Christian GLENET à partager les clés du succès. Elle souhaite savoir comment il a procédé à Liège afin de concilier la nécessaire concertation et la multiplicité des acteurs.

Christian GLENET explique qu'un forum permanent réunissant le plus grand nombre possible de partenaires est nécessaire notamment pour convaincre toutes les parties prenantes de leur intérêt à participer à la gestion de centre-ville. Tous ont en effet intérêt à s'y associer même s'ils ne tirent pas simultanément bénéfice de ce partenariat. En tout état de cause, une structure est nécessaire pour construire durablement et progressivement la confiance. Le cas échéant, le manager de centre-ville devra régler les difficultés immédiates qui se présentent. En fin de compte, tous tirent profit de l'association en un temps relativement court. Pour illustrer cela, Christian GLENET fait savoir qu'une législation communale en matière d'harmonisation des terrasses d'abord refusée par les associations de commerçants a finalement été appropriée et améliorée par les commerçants dans le cadre du forum permanent et ce, en seulement deux ans.

Valérie ARNAL invite Tommy LECLERCQ à souligner les éventuelles différences entre gestion de centre-ville en France d'une part et en Belgique d'autre part.

Tommy LECLERCQ répond que la structuration est différente. Il présente le projet de décret belge destiné à pérenniser le dispositif. Ce projet de décret favorise en premier lieu le partenariat et les synergies entre les différentes parties prenantes. Ensuite, le texte plaide pour la définition d'une approche globale, d'un consensus entre les principaux acteurs quant à l'identité et à l'image souhaitée du centre-ville en termes de fonctions commerciale, résidentielle, culturelle... . En troisième lieu, un objectif commun doit être fixé. Enfin, une gestion professionnelle est indispensable pour atteindre ces objectifs. Tommy LECLERCQ précise que la gestion du centre-ville est aussi une réaction par rapport aux évolutions marquant la périphérie. Il ajoute que le gestionnaire de centre-ville est l'interface entre les secteurs public et privé (participatif à parité) ainsi que les utilisateurs du centre-ville, faisant office de catalyseur, de coordinateur et d'incitateur. Le rôle des gestionnaires de centre-ville ne se réduit donc pas à l'animation. Tommy LECLERCQ souligne qu'il ne s'agit pas de se substituer aux décideurs politiques ni aux associations de commerçants.

Christian GLENET ajoute que les gestionnaires de centre-ville ne doivent pas non plus se substituer à ceux qui organisent des événements, s'ils existent, si ces sociétés n'existent pas, il est intéressant d'encourager leur création pour favoriser un développement économique et le cas échéant de leur confier des projets initiés par la cellule de gestion de centre-ville ou par la municipalité.

Concernant la lutte anti-tags par ailleurs, Christian GLENET explique qu'après concertation avec d'anciens taggers - considérés comme des artistes-, il leur a été proposé des espaces ouverts d'expression. Faisant savoir que les nombreux tags de Liège sont réalisés par des taggers Français, Allemands et Hollandais,

Christian GLENET déclare que ce sont les anciens taggers Belges qui sont désormais les acteurs les plus efficaces de la lutte anti-tags. Désormais, cette dernière est menée par un service de la Ville dédié à la propreté et à l'environnement ayant recruté d'anciens acteurs de la gestion de centre-ville. La gestion de centre-ville a ainsi pour rôle d'initier l'innovation, d'expérimenter pour, ensuite, confier le développement des initiatives les plus efficaces aux communes ou à d'autres partenaires.

Tommy LECLERCQ ajoute que l'équipe de Christian GLENET, en collaboration étroite avec les services municipaux, a ainsi réussi à canaliser la violence artistique afin d'orner des espaces en friches. Il plaide pour le développement de ces pratiques sécurisantes et non sécuritaires.

Valérie ARNAL met en exergue le caractère innovant des services liés aux objets trouvés et demande si la gestion de centre-ville doit toujours faire preuve de créativité.

Pierre FRANCIS confirme qu'il faut que la gestion de centre-ville reste un lieu au sein duquel l'ensemble des partenaires font preuve de créativité pour trouver collectivement des solutions. Il insiste sur la nécessité d'externaliser le service dès lors qu'il s'avère efficace. La gestion de centre-ville doit rester un lieu d'innovation et de réflexion pragmatique.

Valérie ARNAL souhaite savoir quand les managers de centre-ville belges viendront en France.

En conclusion et sous forme de boutade, Christian GLENET exprime une pensée qui peut paraître iconoclaste mais dénote plutôt une vision du travail plutôt qu'une réalité. Il pense que vu le rôle d'initiateur et de conceptualiste demandé aux gestionnaires de centre-ville, nos amis Français engagé dans cette démarche de gestion de centre-ville doivent accepter d'être plus « paresseux » pour travailler moins mais être plus efficace. Les managers de centre-ville en Belgique travaillent ainsi peut-être un peu moins que d'autres mais réfléchissent beaucoup aux structures et innovations et sont efficaces dans un sens pragmatique. La vision d'un manager qui se démène de droite et de gauche pour régler des problèmes mineurs doit être dépassée et donner naissance à un gestionnaire responsable dont la mission est d'« inventer » des solutions à long terme avec tous ses partenaires.

Tommy LECLERCQ ajoute que les pouvoirs publics ne doivent pas planifier. Leur rôle doit être de réguler, d'inciter et de donner aux différentes associations et aux municipalités les moyens financiers et humains – par conventionnement avec les universités par exemple - d'agir.

Pierre FRANCIS se félicite de la mise en œuvre de la démarche de centre-ville en France. Il souligne qu'il faut d'abord nouer les partenariats, en définir les objectifs avant de recruter un manager de centre-ville.

Coordination, gestion et management de centre-ville en France

Table ronde :

Thierry COLLOMB, Manager de Chambéry

Natalie ROUILLIER, Développeur d'enseignes du centre-ville d'Amiens

Véronique TRUFFERT, Responsable du département Développement et performance CCIP Hauts-de-Seine

Christian PINLOCHE, manager de ville Saint-Ouen

Geneviève BECOULET, Manager de centre-ville à Sceaux

Valérie ARNAL déduit de l'ensemble des interventions qu'il existe autant de managers de centre-ville que de centres-villes.

Thierry COLLOMB le confirme. Il ajoute que la fonction de manager n'est pas aussi définie en Belgique qu'en France. Dans ce dernier pays en effet, le manager a une mission différente selon la structure qui l'accueille (CCI, groupement de centres-villes...) ainsi que selon sa formation et sa personnalité. Par ailleurs, Thierry COLLOMB dit retrouver à son poste de manager de centre-ville les mêmes problématiques qu'il a rencontrées en tant que chef d'entreprise. L'entreprise pour laquelle il travaille est désormais une ville, plus complexe que celle qu'il gérait autrefois. Thierry COLLOMB estime que le manager de centre-ville doit se mettre au service de l'existant, soutenir les initiatives, être une interface entre différents organismes, voire au sein d'une même institution mais aussi créer. En outre, les managers de centre-ville travaillent en réseau.

Valérie ARNAL demande si une entrevue avec Natalie ROUILLIER est incontournable si l'on souhaite créer une enseigne à Amiens.

Natalie ROUILLIER souligne le partenariat étroit entre la Chambre de commerce, la Chambre des métiers et Amiens Métropole, la structure chargée du développement de la Ville. L'opérateur ou le chef d'entreprise qui souhaite ouvrir un magasin et qui s'adresse à l'une de ces institutions rencontrera forcément Natalie ROUILLIER car elle est celle qui connaît le plan marketing de la Ville. Son rôle est en effet d'orienter les créateurs vers les rues les plus pertinentes au regard de l'activité à créer. A partir d'une analyse fine du projet du commerçant, elle l'oriente également en fonction des activités déjà présentes sachant que, selon elle, si les enseignes nationales sont utiles, ce sont les commerces indépendants qui font l'identité des centres-villes. Natalie ROUILLIER rapporte que sa fonction la conduit également à rechercher – par exemple au Salon de la franchise à Bruxelles – de nouvelles enseignes et à en favoriser l'installation à Amiens.

Notant l'importance du rôle de Natalie ROUILLIER, Valérie ARNAL demande si le développeur d'enseignes n'est pas celui qui décide des activités en centre-ville.

Natalie ROUILLIER explique que, connaissant les activités existantes, elle peut inciter ou décourager certains projets d'ouverture.

Valérie ARNAL s'enquiert des résultats obtenus par Natalie ROUILLIER.

Natalie ROUILLIER fait savoir que le taux de commerces vacants a diminué de 5 % à 1 %. Cette évolution ayant eu réduit les surfaces disponibles, Natalie ROUILLIER étudie actuellement la possibilité de développer le commerce dans une nouvelle rue d'Amiens. Par ailleurs, 16 à 20 magasins sont placés par an. En cinq ans, plus du dixième de la ville s'est ainsi renouvelée en commerce. Enfin, en cinq ans, le taux d'enseignes nationales s'est élevé de 19 à 30 % dans une petite ville de 130 000 habitants et rayonnant sur un département de 440 000 habitants.

Un film présentant les managers de commerce de la Ville de Sceaux est projeté.

Valérie ARNAL souhaite connaître les spécificités de la structure commerciale du Département des Hauts-de-Seine.

Véronique TRUFFERT énumère les spécificités du Département :

- le volume concerné - 1,4 million d'habitants et 17 000 commerces – qui rend le travail complexe ;
- le maillage dense constitué de pôles commerciaux à vocation à la fois régionale et de proximité (environ 400 pôles) ;
- le solde d'emplois positif qui représente plus de 200 000 emplois quotidiens.

Véronique TRUFFERT ajoute que le Département des Hauts-de-Seine ne connaît pas l'opposition entre centre-ville et périphérie dans la mesure où la périphérie de l'une constitue le centre de l'autre.

Au regard de la technicité nécessaire à la gestion de ces spécificités, la CCI a développé des partenariats. En outre, la démarche de gestion de centre-ville a été fortement encouragée par la Chambre de commerce dont des représentants se sont rendus en Belgique afin de connaître l'expérience de ce pays en la matière. Ensuite, la Chambre de commerce a signé des conventions de recrutement avec une dizaine de villes de taille plutôt moyenne (20 à 45 000 habitants) désireuses d'appliquer une politique de centre-ville. Ces villes souhaitent en premier lieu réaménager des halles de marché pour ensuite réhabiliter des aménagements urbains - spécifiquement de stationnement - et, en troisième lieu, rénover les centres-villes de manière plus approfondie. Véronique TRUFFERT réaffirme que des managers extrêmement qualifiés sont indispensables.

S'adressant à Christian PINLOCHE, Valérie ARNAL signale que Saint-Ouen, deuxième grand chantier en région parisienne, est une ville en devenir.

Christian PINLOCHE précise que si tous connaissent les puces de Saint-Ouen, les 100 hectares du nouveau quartier des Docks représente le grand projet de ville des années à venir. Située en Seine-Saint-Denis, la commune de Saint-Ouen s'étend sur une superficie de 432 hectares. Sa population est estimée à environ 44 000 habitants.

Bordée à l'ouest par la Seine, au nord et à l'est par la ville de Saint-Denis, au sud par Paris et par Clichy au sud-ouest, elle bénéficie de la proximité avec la Capitale et d'une très bonne desserte.

Les Projets engagés dans la commune sont multiples et ambitieux avec principalement

- L'aménagement des 100 ha des Docks à terme devraient accueillir 10 000 personnes ;
- L'aménagement du quartier Victor Hugo et du RER (bureaux, logements, commerces de proximité, requalification d'entrée de ville) ;
- La Zac Porte de Saint-ouen (avec 35000 m2 de commerce en cours de construction) ;
- Le projet urbain des Puces (classé en ZPPAUP) ;
- Le projet de cité du cinéma (projet Besson) ;

De part sa position, la ville est traversée de flux transverses importants.

Après une période importante désindustrialisation subie dans les années 1970- 1980, Saint-Ouen a connu ces dernières années un renouvellement de son tissu économique qui se caractérise par une forte croissance des activités tertiaires. La ville compte 540 commerces et 2 marchés. Parallèlement, les activités à caractère artisanal et touristique perdurent avec le Marché aux Puces qui compte 16 marchés, 2500 stands et boutiques. C'est un atout important pour Saint-Ouen. Il a permis de conserver une attractivité touristique liée à cette ambiance de «chine», le maintien de métiers d'art et d'antiquités-brocante. La ville compte 540 commerces et 2 marchés.

Cependant, Christian PINLOCHE explique que malgré les perspectives offertes par ses grands projets, le commerce audonien reste fragile. La concurrence des centres commerciaux de périphérie et des grands pôles Parisiens rend plus difficile la diversification du commerce et contribue à fragiliser encore plus le commerce audonien.

Valérie ARNAL rappelle que Christian PINLOCHE lui avait souligné le caractère généraliste de sa fonction de manager.

Christian PINLOCHE explique que généralement, la redynamisation du commerce dépend de multiples actions dont les principales sont la définition d'une stratégie de commercialisation, avec un travail en

amont sur les projets immobiliers en lien avec les services urbanisme, aménagement et avec les promoteurs-bailleurs. Les relations avec les bailleurs publics ou semi-publics pour avoir une politique de commercialisation concertée d'aide à la commercialisation que ce soit par le développement des relations avec les promoteurs et les commercialisateurs, mais également par une meilleure connaissance du tissu local pour anticiper les évolutions, le développement des relations ville – commerçants, l'animation du tissu commercial et les actions par filière et l'utilisation des différents outils de redynamisation du commerce.

Les managers de centre-ville contribuent aussi à l'amélioration de l'environnement commercial urbain (en matière de propreté et de sécurité) ainsi qu'au marketing et à l'événementiel afin de fournir des outils de promotion aux commerçants. Parallèlement, le manager doit travailler avec divers services communaux. Il doit avoir des capacités de compréhension d'autrui et de coordination. Enfin, il doit donner une visibilité à ses activités et ce, en travaillant sur différents temps. Le manager doit être un facilitateur. Une base de données a ainsi été créée pour recueillir tous les problèmes signalés par les commerçants afin de créer le cas échéant un groupe de travail dédié. Tous ces aspects nécessitent des compétences généralistes même si, à l'évidence, le manager doit aussi faire preuve de spécialisation.

Valérie ARNAL souhaite connaître la raison pour laquelle Sceaux compte deux managers de centre-ville.

Geneviève BECOULET explique que les priorités, les logiques et les moyens des deux managers sont différents : l'un travaille pour l'Union des commerçants et s'occupe des adhérents et des actions définies par l'Union ; l'autre pour la Ville gère l'ensemble des acteurs économiques y compris tous les nouveaux commerçants qui arrivent avec des recherches de locaux et a pour objectif de coordonner toutes les actions en lien avec les différents partenaires. L'objectif est de développer des synergies toujours plus fortes et complémentaires entre l'Union et la Ville mais également entre le commerce sédentaire et non sédentaire pour que Sceaux préserve l'image et la qualité de son centre-ville et de ses commerces.

La force de Sceaux, la première rue piétonne d'Ile-de-France, sa concentration de commerces alimentaires de qualité, en centre-ville mais également, la qualité de ses équipements publics (exemple d'actions menées dans la cadre du FISAC la réhabilitation de la halle en centre-ville). Le travail de diagnostic et de prospective reste essentiel pour l'avenir. Rien n'est jamais acquis en particulier lorsque l'on voit le développement de la concurrence, toujours plus agressive des grands centres commerciaux régionaux.

Véronique TRUFFERT ajoute qu'il convient de faire preuve de rapidité et de créativité pour répondre aux besoins des consommateurs. Dans ce dessein, la Chambre de commerce propose une assistance au recrutement du manager, à la définition de son profil ainsi qu'à son suivi. Le club départemental des managers du commerce a aussi été créé pour que les huit managers concernés – qui seront au nombre de 13 d'ici à la fin du premier trimestre 2007 - puissent partager leurs expériences. La Chambre de commerce a également contribué à renforcer l'expertise de ces managers. Une formation *ad hoc* a ainsi été proposée aux managers en matière de diagnostic, de structuration des associations... . Véronique TRUFFERT annonce pour les années 2007 et 2008 la construction concertée d'outils spécifiques.

Geneviève BECOULET souligne que les partenariats, les moyens financiers, la pérennité et l'efficacité des actions définies en concertation et menées également ensemble sur le terrain permettent d'aboutir à des résultats probants.

Valérie ARNAL voudrait savoir si les projets volontaristes des managers de centre-ville rencontrent de fortes résistances de la part des grandes enseignes ou d'autres interlocuteurs.

Natalie ROUILLIER le confirme tout en précisant qu'il est aisé de briser ces résistances en parlant le même langage que les responsables d'enseignes qui sont surtout attentifs aux flux, aux zones de chalandise... Elle ajoute que si les responsables d'enseigne ont tous tendance à investir les axes majeurs, il faut aussi les inciter à s'installer dans d'autres rues. Pour coloniser une nouvelle rue, il convient de persuader une ou deux enseignes attractives de s'y installer. Les autres enseignes les suivront ensuite naturellement.

Valérie ARNAL fait remarquer que certains peuvent refuser les décisions prises.

Christian PINLOCHE répond que les managers doivent expliquer aux promoteurs, aux investisseurs et commercialisateurs les choix voulus dans le temps par les responsables politiques. En effet, certaines villes peuvent vouloir rééquilibrer leur appareil commercial alors que d'autres souhaitent le développer. Ayant compris ces stratégies, les opérateurs pourront ensuite en tenir compte et proposer des projets qui tiennent compte des attentes des collectivités locales.

Valérie ARNAL s'enquiert des perspectives à trois-quatre ans en matière de gestion de centre-ville à Chambéry.

Thierry COLLOMB répond que le plan FISAC d'abord prévu pour trois ans, durera finalement six ans. Un programme d'action pour les cinq années suivantes a également été signé avec la Ville. Thierry COLLOMB se félicite de la signature de ce programme d'action car le travail de fond requis nécessite des moyens et du temps – notamment pour convaincre et pour vaincre toutes les oppositions. Il regrette par ailleurs que les plans FISAC ne durent souvent que trois ans. Indiquant que le centre-ville de Chambéry représente 1 milliard de francs de chiffre d'affaires, Thierry COLLOMB considère qu'un tel montant justifie un investissement de long terme.

Valérie ARNAL évoque le journal diffusé auprès de l'ensemble des chefs d'entreprise des Hauts-de-Seine.

Natalie ROUILLIER explique qu'il faut convaincre les responsables de commerce, améliorer leurs activités et faire connaître les plus innovants. Eu égard à la charge de travail des commerçants qui ne leur permet pas de se former ou de se déplacer pour enrichir leur expérience, le journal lui paraît être un excellent et le seul moyen de les informer sur la Ville ainsi que sur toutes les initiatives conduites à l'intérieur et à l'extérieur de celle-ci.

Geneviève BECOULET ajoute que la volonté politique de nos élus locaux est primordiale pour le développement des actions en faveur du commerce de proximité.

Thierry COLLOMB regrette que les politiques soient peu présents dans le cadre de la présente table ronde. En effet, le manager de centre-ville ne suffit pas. Le maire doit également se sentir responsable de la gestion de centre-ville. Par ailleurs, concernant la communication, il souligne qu'il gère une équipe de quatre personnes qui constituent des relais avec les commerçants et permettent de fédérer ces derniers.

En réponse à Valérie ARNAL, Christian PINLOCHE précise qu'il est seul mais travaille avec l'ensemble des services de la Ville qui délèguent certaines ressources humaines en fonction des projets. Le manager de centre-ville devient ainsi un coordinateur de projet et une personne ressource.

Valérie ARNAL s'enquiert des projets de la Chambre de commerce en termes notamment de professionnalisation des managers de centre-ville.

Véronique TRUFFERT indique que beaucoup reste à faire pour consolider le club des managers de centre-ville, conduire des réflexions et créer des outils. A cet effet, il revient aux managers du Département de choisir les thématiques à privilégier. La Chambre de commerce doit permettre aux managers de travailler à long terme. Au moins cinq à six ans sont en effet nécessaires pour mesurer l'impact d'une politique de gestion de centre-ville. Enfin, la Chambre de commerce s'inquiète de l'éventuelle impossibilité à capitaliser l'expérience des managers de centre-ville au regard de la précarité de leur contrat.

Questions de la salle

Chantal PETRIAT fait remarquer à Thierry COLLOMB que les élus, comme elle-même, sont bien présents et attentifs aux débats menés. Par ailleurs, elle souhaite connaître les employeurs et le statut des managers de centre-ville.

Christian PINLOCHE dit être salarié de la Ville. Il a un statut de la fonction publique.

Thierry COLLOMB a un statut de droit privé et est employé par l'Union commerciale de Chambéry.

Chantal PETRIAT fait savoir que la petite ville de 10 000 habitants dont elle est élue a aussi créé un office du commerce et a embauché un manager de centre-ville financé à parité par la commune d'une part et les associations de commerçants d'autre part.

Thierry COLLOMB signale que les postes de managers de centre-ville sont souvent cofinancés par une association et par la municipalité.

Natalie ROUILLIER ajoute qu'un conflit peut survenir quand deux employeurs interviennent.

Un participant s'enquiert de la manière dont les responsables des Hauts-de-Seine gèrent la complémentarité, la concurrence entre zones commerciales au regard de la grande mobilité de la population.

Geneviève BECOULET confirme que les élus s'inquiètent de la croissance de la concurrence limitrophe. Une étude, dans le cadre du FISAC, est actuellement en cours de réalisation portant sur le diagnostic de l'appareil commercial de Sceaux et traçant les préconisations et axes de développement à moyen terme. On sait par exemple que le domaine de l'équipement de la personne a besoin d'être complété et développé pour répondre aux besoins de la clientèle.

Marie-Noëlle MILLE du CERTU déclare à l'instar de Jacques MARIOT qu'il convient de tenir compte à la fois du centre-ville et des autres espaces de la Ville. Le centre-ville ne concerne souvent en effet qu'une partie de la population et, bien qu'essentiel à l'économie, il ne doit pas être considéré isolément. La ville est en effet composée de couches sociales diverses ayant des aspirations et des ressources différentes.

Chantal BRAULT, conseillère municipale de Sceaux, met en exergue la volonté des élus de développer la vitalité de la Ville, de la rééquilibrer, de tenir compte de la diversité de la population et de répondre à la demande des administrés. Elle regrette que les usagers – dont les 14 000 apprenants quotidiens circulant à Sceaux - n'aient pas été suffisamment évoqués. En conséquence, elle invite à une réflexion à ce sujet.

Natalie ROUILLIER informe les participants aux Assises nationales de l'organisation tous les deux ans de deux tables rondes de consommateurs et usagers du centre-ville à Amiens. Toutes les tranches d'âge, catégories socioprofessionnelles... sont invitées à faire part de leurs désirs et difficultés. Elle confirme ainsi qu'il est indispensable d'interroger les usagers quant à leurs besoins. Un espace jeu a ainsi pu être créé en centre-ville.

Une élue fait remarquer que si de nombreux managers ont été recrutés grâce à la mise en œuvre du FISAC, le terme de ce dernier n'entraîne pas forcément celui de la fonction de manager de centre-ville.

Christian PINLOCHE ajoute que l'ensemble du programme à Saint-Ouen a été démarré avant l'attribution du FISAC. La volonté politique est ainsi primordiale.

Frédéric BONNEAUD indique qu'il convient de préciser le rôle du manager afin de perfectionner ses critères de recrutement. Il espère favoriser le recrutement de ces managers grâce notamment à Négocia, école liée à la Chambre de commerce. Il affirme également la nécessité d'étudier la pérennisation de cette fonction.

Le pôle centre-ville, espace de vie s'achève à 17 heures.

PÔLE RECONQUETE COMMERCIALE ET ARTISANALE DU CENTRE-VILLE

Ouverture du pôle

Francis CABANAT

Président CCI Alès Cévennes
Secrétaire général de Centre-Ville en Mouvement

Danielle NICOLAS

Artisanat, présidente CMA Meurthe et Moselle
Vice-présidente de Centre-Ville en Mouvement

Francis CABANAT indique que le pôle « reconquête commerciale et artisanale du centre-ville » a pour vocation de décrire le centre-ville modernisé. Il sera l'occasion de décrire et de partager les leçons de multiples expériences réussies en ce domaine. Les intervenants s'attacheront également à étudier les comportements nouveaux des citoyens, qui semblent parfois s'éloigner des commerces des centres-villes, à cause des difficultés d'accès à ces centres, ou du fait du rôle croissant d'Internet.

Danielle NICOLAS présente les thèmes qu'il est nécessaire d'aborder : le rapport du commerce de centre-ville et des nouveaux comportements des consommateurs, la mixité commerciale, et les nouveaux outils juridiques, le droit de préemption accordé aux maires par exemple.

Ce pôle sera animé par le journaliste Nasser NEGROUCHE.

Panorama et état des lieux du commerce de centre-ville

Thibault LE CARPENTIER
Directeur du cabinet Obsand

Thibault LE CARPENTIER explique que les consommateurs apprécient de mieux en mieux le centre-ville. Les nouvelles organisations personnelles et familiales, en effet, semblent favoriser les centres contre les hypermarchés, conçus pour une famille constituée de deux parents travaillant à temps plein, ne disposant que de peu de temps pour effectuer leurs achats. L'augmentation du nombre des divorces, notamment, a réduit naturellement le volume d'achat des consommateurs. En outre, les salariés travaillent de plus en plus selon des horaires variables, ce qui leur fait préférer le centre-ville à la périphérie, parfois éloignée.

Selon Thibault LE CARPENTIER, l'opposition n'est pas tant marquée entre les centres-villes et la périphérie qu'entre les différentes villes elles-mêmes. Il est en effet toujours nécessaire de concilier une périphérie et un centre-ville forts. Il arrive en effet que les commerces quittent une ville, non seulement à cause de la faiblesse commerciale du centre-ville, mais parce que le commerce périphérique est insuffisant pour attirer les consommateurs.

Le consommateur est attiré par trois aspects de la prestation commerciale : la qualité, le service et l'animation. Ce dernier terme est celui qui manque le plus au centre-ville. Réanimer les centres-villes est une tâche d'autant plus importante que 30 à 50 % des commerçants vont partir à la retraite dans les 5 à 6 ans qui viennent, et que les difficultés pour les remplacer sont marquantes.

Or, dans le même temps, les grands distributeurs annoncent d'importants licenciements, et cherchent des relais de croissance dans les centres-villes.

Deux alternatives semblent se présenter. La première est celle du commerce anglais ; n'existent plus que de grandes chaînes de distribution, et plus le moindre commerce indépendant. Dans ces conditions, de grandes enseignes risquent de proposer partout la même chose, et d'éliminer ainsi toutes les spécificités des centres-villes. L'autre alternative est celle qui propose des centres-villes dynamiques et diversifiés, ce qui n'est possible qu'à la condition que tous les commerçants mettent en place des partenariats ; tous les acteurs doivent discuter de ce qu'il faudra faire de l'appareil commercial à venir, et définir les actions qui permettront d'attirer les clients.

La seule solution est que les commerçants s'organisent à la manière des grands distributeurs. Une telle association n'est cependant viable qu'à condition que les enseignes franchisées soient elles aussi associées, ce qui n'est possible que si les commerçants suivent le même rythme et sont capables, par exemple, de prévoir un an à l'avance leurs opérations d'animations. Il est nécessaire que les commerçants s'organisent de la même façon, avec le même professionnalisme.

Il est en outre indispensable de baisser les prix. Pour cela, une mutualisation est nécessaire. Les centres de gestion agréés ont mis en avant le fait que le bilan d'un commerçant comprenait 50 postes pour lesquels les coûts pouvaient diminuer. Si les commerçants opéraient une mutualisation des postes non stratégiques, tels que l'énergie ou les frais bancaires, les coûts qu'ils entraînent pourraient diminuer de 30 à 40 %.

Diversité commerciale et artisanale en centre-ville

Table ronde :

Bruno BOURG-BROC, Député-maire de Châlons-en-Champagne

Robert BELLEUDY, Directeur des ventes – Monoprix

Natalie ROUILLIER, Développeur d'enseignes du centre-ville d'Amiens

Pierre DUBOIS, Adjoint au Maire de Roubaix délégué à la réhabilitation requalifiante et au grand Projet de Ville

Daniel GOUPILLAT, Artisan, Président CMA Hauts-de-Seine

Thibault LE CARPENTIER, Directeur du cabinet Obsand

Nasser NEGROUCHE demande aux participants si le renouveau des centres-villes leur semble n'être qu'un événement ponctuel et fragile, ou s'il est plutôt le signe d'un mouvement de fond.

Bruno BOURG-BROC estime qu'il est parfois difficile de concilier les différentes attentes des consommateurs, qui souhaitent pouvoir se promener en centre-ville, où se trouvent des commerces agréables, dans des rues piétonnes, et en même temps circuler en voiture.

Pour concilier ces attentes, il est nécessaire que les villes innervent leurs centres par des rues où il est possible de circuler, et en même temps de construire des parkings souterrains.

Pour Robert BELLEUDY, Sceaux offre un bon exemple de cette combinaison entre des rues piétonnes commerçantes et des parkings, qui permettent aux clients de s'approcher avec leur véhicule. Pour qu'un tel aménagement soit efficace, cependant, il est nécessaire qu'il soit le résultat d'une réflexion approfondie.

Robert BELLEUDY décrit ensuite le modèle de Monoprix, qui ne peut fonctionner seul, mais seulement en s'adaptant à l'environnement commercial du quartier où le magasin s'implante. Il est nécessaire, pour qu'il soit efficace, que le Monoprix n'entre pas en concurrence directe avec les divers commerçants environnants.

Natalie ROUILLIER souligne l'attachement affectif qu'éprouvent les consommateurs à l'égard du centre-ville et aux commerçants qui l'occupent. Elle explique qu'il est cependant nécessaire que quelques grandes enseignes servent de locomotives aux commerces indépendants.

Thibault LE CARPENTIER insiste sur l'importance de la diversité et sur la nécessité d'une organisation en commun. Cependant, il souligne que de nombreux centres anciens ne sont pas adaptés aux formats commerciaux modernes, et qu'une réorganisation de l'ensemble du système n'est envisageable qu'à la condition de favoriser une refonte foncière de ces centres. Un tel projet n'est réalisable que si tous les commerçants travaillent en collaboration. Il est par exemple nécessaire de s'inspirer du modèle des centres commerciaux, qui ne placent pas les grandes enseignes dans les rues principales, mais sur le côté, puisqu'il est certain que le consommateur s'y rendra de toute façon.

Pierre DUBOIS illustre la nécessité du partenariat commercial par l'exemple de Roubaix. Entre 1985 et 1995, 70 commerces du centre-ville, construits et aménagés au cours des années 60, ont dû fermer avec la disparition au total de 30 000 m² de surfaces commerciales.

Seule une action volontariste et globale a permis de surmonter cette situation. Il a en effet fallu acquérir la maîtrise du patrimoine foncier du centre-ville, ce qui a été possible grâce à la collaboration de la SEM, la création d'une ZAC par la communauté urbaine de Lille, et la combinaison d'investissements privés et publics importants. Cette collaboration a permis de réaménager le centre-ville, les investissements publics (parkings, espaces publics) précédant les investissements privés.

Le renouveau commercial a été rendu possible par la combinaison de plusieurs facteurs : le rôle de locomotive qu'a joué l'ouverture d'un hypermarché, l'arrivée de Mac Arthur Glen, l'ouverture d'un complexe cinématographique de 9 salles.

Thibault LE CARPENTIER souligne la nécessité, pour que la cohabitation des grandes enseignes et des commerces traditionnels soit productive, de réfléchir à leur compatibilité, pour éviter qu'ils ne proposent les mêmes produits ou services.

Natalie ROUILLIER explique que la ville d'Amiens, pour répondre à ces problèmes, dispose d'études de flux de consommation et d'études portant sur l'ensemble du département, qui permettent de mieux connaître les attentes des consommateurs. Ces attentes sont diverses ; elles concernent aussi bien les grandes enseignes que les commerces de proximité, et aussi bien les commerces que des aspects plus généraux, la présence de squares ludiques pour les enfants par exemple.

Daniel GOUPILLAT explique que la coopération entre les différents acteurs commerciaux des Hauts-de-Seine est facilitée par l'existence, au sein du Département, d'un service dédié à l'urbanisme, qui permet un dialogue direct entre les élus et les commerçants. Cette collaboration a conduit à la création d'une charte qui met en avant, pour les commerçants et les artisans des centres villes, la qualité du travail fourni mais aussi celle des services apportés. Il est en effet apparu que les consommateurs étaient prêts à payer davantage s'ils profitaient d'un service supplémentaire. Les artisans et commerçants s'engagent donc à respecter certains critères, et leur application est régulièrement contrôlée.

Robert BELLEUDY souligne la nécessité pour les commerçants de s'adapter au mode de vie des consommateurs, notamment en ce qui concerne les horaires de fermeture. Il explique qu'il ne faut pas justifier la fermeture des magasins par l'absence supposée des clients, mais attirer les consommateurs en ouvrant les commerces. Une partie importante du chiffre d'affaires de Monoprix est assuré lors des plages horaires de soirée.

Bruno BOURG-BROC décrit les actions qui ont été menées dans l'agglomération de Châlons-en-Champagne. Cette agglomération compte 12 communes. Alors que chacune d'entre elles souhaiterait que s'installe des commerces sur son territoire, il a fallu montrer la nécessité de soutenir le centre qu'est Châlons. En 1995, selon une enquête menée par la Chambre de commerce, seulement 12,5 % des consommations s'effectuaient dans le centre. Pour remédier à cette situation, il a fallu concevoir une démarche globale, qui rende le centre-ville attrayant. Pour ce faire, 600 façades du centre-ville ont été rénovées. En même temps, une galerie commerciale regroupant plusieurs enseignes nationales était construite, ainsi que des logements, des bureaux et des parkings.

Cette opération a coûté 36 millions d'euros. Bruno BOURG-BROC explique qu'un tel investissement n'a pu être effectué que par un partenariat, qui réunissait les Chambres de commerce, l'Etat, la Région, le Département, la Caisse des dépôts, ainsi que certains opérateurs immobiliers et la SEM locale, qui a joué le rôle de maître d'ouvrage.

Il a en outre fallu modifier le comportement commercial de certains acteurs. Il a ainsi été nécessaire d'inciter à modifier les horaires d'ouverture de certaines boutiques, pour qu'ils correspondent aux horaires de présence des clients potentiels.

Thibault LE CARPENTIER insiste sur le fait qu'il n'est pas possible que les commerces soient ouverts en permanence, et que les commerçants ne peuvent travailler 14 heures par jour. Il explique que la solution à cette question des horaires pourrait être trouvée dans une organisation des centres-villes par zones ; toutes les zones ne seraient pas ouvertes aux mêmes heures, de sorte que le consommateur puisse toujours trouver une boutique ouverte, tout en permettant au commerçant de ne pas travailler en permanence. Pour mettre en place un tel dispositif, il est indispensable que tous les acteurs engagent des discussions, non seulement les élus et les commerçants, mais tous ceux qui font vivre un centre-ville, c'est-à-dire, par exemple, ceux qui s'occupent des transports, ou ceux qui sont chargés des loisirs. Alors pourront être élaborés de véritables schémas d'urbanisme commercial.

Frédéric BONNEAUD, président de l'union des commerçants et artisans de Sceaux, met en avant la nécessaire présence, pour favoriser la mixité commerciale, de commerces de moyennes surfaces, qui permettent d'attirer les clients qui ne se trouvent pas à proximité immédiate des centres-villes.

Il fait part de son inquiétude, lorsqu'il constate que de nombreux commerces de proximité, au lieu d'être repris par de nouveaux commerçants, sont rachetés par des banques ou des assurances.

Initiatives et collectivités pour réimplanter des commerces de bouche

Table ronde :

Jean-Loup METTON, Maire de Montrouge

Chantal PETRIAT, Adjointe au maire d'Orthez au commerce

Emmanuel DE LABARRE, Directeur de PROCOS

Un film sur le centre-ville de Montrouge est diffusé.

Nasser NEGROUCHE demande à Jean-Loup Metton ce qui l'a poussé à initier une action qui favorise, dans sa commune, la relance d'un pôle commercial consacré à l'alimentaire.

Jean-Loup METTON explique que l'alimentaire est un moteur commercial pour le centre-ville. L'équipement commercial en ce domaine est en effet traditionnellement important à Montrouge. Une opération menée avec un promoteur immobilier a permis à la Ville de devenir propriétaire de locaux commerciaux. Il a ainsi été plus aisé, ensuite, d'adapter les installations aux nécessités, afin de répondre aux éventuels manques commerciaux de la ville, mais aussi pour maîtriser les contingences réglementaires, en prévoyant les équipements dont auront besoin des commerçants qui vont ouvrir boutique.

Jean-Loup METTON avance d'ailleurs qu'il a été plus facile de trouver des locaux que des commerçants. 18 mois après sa mise en œuvre, cette opération a porté ses fruits. Le Cours des halles, par exemple, a récemment ouvert une deuxième boutique, alors que ce type de commerce avait tout à fait disparu au cours des dernières années. En tant que propriétaire par ailleurs, la Ville a connaissance des chiffres d'affaires et autres résultats de ses locataires, et peut constater la réussite de ces opérations.

Emmanuel DE LABARRE insiste sur le fait que ces questions exigent que les élus se mobilisent, afin de connaître les besoins des commerçants et artisans, notamment en termes d'équipements. Il estime par ailleurs qu'il est difficile aux commerçants de trouver une relève, puisque les métiers exercés dans les commerces de bouche sont souvent mal perçus par les jeunes gens.

Jean-Loup METTON explique que cette situation le conduit à réfléchir à l'instauration d'un subventionnement à l'apprentissage, qui permettrait d'encourager les apprentis à reprendre les commerces dans lesquels ils travaillent. Car avant d'ouvrir de nouveaux commerces, il faut veiller à sauvegarder ceux qui existent.

Chantal PETRIAT décrit une opération menée à Orthez. Elle explique que l'équipe de basket-ball de la ville occupait une ancienne salle de marché, la Moutète. Lorsque l'équipe a quitté la ville pour Pau, l'attraction exercée par la cité s'en est trouvée très affectée, ce qui a pénalisé les commerces, et conduit à une véritable désertification du centre-ville.

Il n'a été possible de résoudre ces questions qu'en élaborant un programme global, et en remettant en cause certaines idées reçues, à propos de l'opposition entre les grandes surfaces et les commerçants traditionnels par exemple. En 2001, alors que Chantal PETRIAT est arrivée à la Mairie d'Orthez, l'équipe municipale a décidé de geler l'implantation de nouvelles grandes surfaces en périphérie, afin de mieux évaluer la situation générale du commerce dans la ville. Une concertation avec la Chambre de commerces et la Chambre des métiers a permis d'évaluer les atouts de la commune : en particulier l'importance du marché et de la présence de produits frais de qualité. Dans le même temps, il est apparu que la désertification du centre-ville était un problème majeur.

Le gel des implantations de grandes surfaces a conduit les différents acteurs, représentants de grandes enseignes et petits commerçants, à se réunir. Les discussions, qui ont duré plus de deux ans, ont abouti à la création d'un Office du commerce qui réunit les commerçants du centre, les commerces de périphéries, la chambre de commerce, chambre de métiers, l'office du tourisme, la communauté de communes et la commune. Pour favoriser l'action de cet Office, un poste de manager de centre-ville a été créé. Jusqu'alors, les acteurs ne se parlaient pas, aujourd'hui leur collaboration génère d'importantes synergies.

Par ailleurs, une commission de représentants des commerçants du marché (élus par les commerçants) se réunit régulièrement et participe activement à tous les projets touchant le marché, tant dans le fonctionnement que l'aménagement urbain.

La réhabilitation du centre ville a été favorisée, par ailleurs, par d'importantes opérations de déplacements d'activités. Ces déplacements ont été accompagnés par la création de magasins, dont la vocation est de compléter les boutiques du centre-ville. Ces diverses modifications ont été accompagnées, notamment, par la création d'un musée, consacré à l'Elan béarnais, et par l'implantation d'un boulanger, d'un fleuriste et d'un brasseur.

Une des difficultés majeures de ce projet était le déplacement des commerçants vers de nouvelles implantations. Le temps des travaux, une structure provisoire a été installée. En outre, dans l'ancienne salle du marché, située près de la Moutète, un hard discounter alimentaire va installer un magasin.

Chantal PETRIAT explique que les commerçants du marché sont ravis de ces innovations. Par exemple, une des productrices présentes lors du marché a vu son chiffre d'affaires progresser de 50 % depuis que ces changements ont eu lieu. Cette réussite n'a été possible que dès l'instant où l'ensemble des acteurs a décidé de travailler de façon concertée.

Pour Emmanuel DE LABARRE, la question des marchés est centrale lorsqu'on aborde les problématiques du commerce alimentaire. Il y a quelques années, les marchés ont connu de grandes difficultés. Depuis « la vache folle », les tendances se sont inversées : les marchés « lorsqu'ils sont qualitatifs » progressent, quand les hypers ont tendance à régresser en chiffres d'affaires.

En outre, les marchés sont des lieux importants de l'espace public, que les élus aiment favoriser parce qu'ils y mènent leurs campagnes. Pourtant, il ne devrait pas revenir aux élus de décider des implantations de commerces, puisqu'ils ne détiennent pas une connaissance suffisante des problématiques professionnelles de chacun, très spécifiques dans le commerce alimentaire.

Chantal PETRIAT insiste sur le fait que le projet d'Orthez n'a pas seulement concerné le commerce alimentaire. Il n'a pu réussir que dans le cadre d'une réflexion globale, qui permette de mettre en œuvre un programme cohérent. Par exemple, le gel des implantations de grandes surfaces a conduit l'enseigne Leclerc à créer un centre culturel en centre-ville, à la place des anciennes halles. Une mesure qui concernait la périphérie a ainsi permis de combler un manque du centre-ville.

Rolande SASSANO, présidente de la Chambre des métiers de l'Ariège, expose les difficultés pour assurer la transmission des métiers de bouche, et en particulier pour le métier de boucher. Elle décrit une démarche initiée dans le Nord-Pas-de-Calais. Les associations professionnelles se sont en effet rapprochées des chambres de métiers pour sensibiliser les futurs retraités à la valeur de leur fonds de commerce, qui va au-delà de la simple valeur immobilière. Cette démarche a donné lieu à des investissements importants, afin d'adapter les locaux aux normes et règlements, pour installer les bacs de dégraissage par exemple. La collaboration avec la Chambre des métiers avait pour objectif d'établir un diagnostic et d'évaluer les besoins de chaque commerce. La Chambre a ensuite assuré la publicité de ces fonds de commerce, et procédé à des appels à candidature. Ces appels à candidature ne se sont pas seulement adressés aux jeunes gens sortant des structures d'apprentissage, mais aussi aux autres personnes, à qui il faut ensuite assurer une formation adaptée.

Brigitte LAQUAIS, élue de la ville de Castres, fait part des difficultés qu'a rencontrées la municipalité lorsqu'elle a voulu s'opposer à l'installation d'une grande surface, et favoriser l'implantation d'un centre culturel en centre-ville. Une opposition locale est en effet peu efficace quand existent des recours au niveau national.

Chantal PETRIAT explique que dans le cas d'Orthez, une CDEC avait été accordée pour une extension d'un centre commercial Leclerc, mais qu'elle a ensuite été cassée en CNEC, au niveau national. Cette situation a conduit la municipalité à décider de la mise en place d'une commission dont le rôle est de préparer les dossiers de CDEC. La Chambre des métiers, les commerçants et la Chambre de commerce se réunissent désormais pour que les porteurs de projets soient invités à les présenter. Depuis sa création, le Maire a toujours écouté l'avis de cette commission, et ce qui a résolu les difficultés.

l'équilibre du commerce périphérie / centre-ville

Alain BOUTIGNY

Rédacteur en chef – SITES COMMERCIAUX

Alain BOUTIGNY explique que la question de l'équilibre entre le commerce de périphérie et le commerce de centre-ville est un faux problème.

La réhabilitation des centres-villes est aujourd'hui nécessaire parce que les maires ont précédemment autorisé, sans discernement, la création de centres commerciaux dans la périphérie. Par ailleurs, les centres-villes se trouvent en difficulté du fait de la hausse des loyers provoquée par la présence, dans les centres-villes, de grandes enseignes. Ensuite, les maires ont accentué les difficultés des centres-villes en ne favorisant que des commerces de haut de gamme, qui ne s'adressent qu'à une minorité de consommateurs.

Dans le même temps, les centres commerciaux de périphérie ont cherché à améliorer leur image et la qualité de leurs commerces, en favorisant l'installation de boulangeries ou de poissonneries, en améliorant leur éclairage et en créant des espaces de repos. Ces innovations ont abouti à de nouveaux concepts de centres commerciaux.

Le déséquilibre entre les centres-villes et les périphéries est d'autant plus marqué que les périphéries ne connaissent pas les contraintes d'horaires et de parkings que subissent les centres. En outre, il arrive que certains commerçants du centre-ville choisissent de déménager vers la périphérie. Par ailleurs, des enseignes de périphéries s'intéressent désormais au centre-ville.

Il apparaît que cette question ne peut être réglée que par des actes adaptés, et non par l'instauration de nouvelles dispositions légales tels que le décret sur le périmètre de sauvegarde et le droit de préemption. De telles mesures semblent illustrer un travers centralisateur, qui empêche de régler des problèmes qui se posent localement.

Clôture de la matinée à 13h30 pour le déjeuner.

La nouvelle loi de préemption pour les maires

Franck SUPLISSON

Conseiller technique auprès du Ministre des PME

I. Droit de préemption immobilière et droit de préemption des baux commerciaux

Franck SUPLISSON rappelle que les communes disposent déjà d'un droit de préemption portant sur les immeubles. Un acte de vente portant sur un immeuble ne peut être signé que si le notaire a reçu l'attestation de la mairie qu'elle n'exerce pas son droit de préemption. Ce droit ancien est un outil que les maires utilisent pour orienter l'aménagement de leur ville. Jusqu'alors cependant, les fonds de commerce ne pouvaient faire l'objet d'une telle préemption.

L'extension de ce droit de préemption aux fonds de commerce a fait l'objet d'une réflexion intense, puisque les immeubles et les fonds de commerce sont deux biens de natures très différentes. Le droit de préemption des baux commerciaux doit être considéré de façon tout à fait différente du droit de préemption des immeubles. Alors qu'un immeuble vide conserve une certaine valeur, ce n'est pas le cas d'un fonds de commerce, dont la valeur décroît très rapidement en cas d'inoccupation.

II. Les caractéristiques du droit de préemption des baux commerciaux.

1. L'objectif de la mesure

L'article 58 de la loi du 2 août 2005 a mis en place un droit de préemption des baux commerciaux en précisant une procédure spécifique. Par ailleurs, la loi réduit le droit de préemption des baux commerciaux à un seul objectif, celui de favoriser la diversité commerciale.

Le commerce de centre-ville, en effet, tend à s'uniformiser, et l'on y voit parfois disparaître les commerces de bouche. Certains quartiers de grandes agglomérations, de la même façon, connaissent des situations de « mono-commerce », parfois de type communautaire.

2. Les modalités d'application

a. La délimitation d'un périmètre de sauvegarde

Franck SUPLISSON cite l'article 58 de la loi, qui affirme que « *le Conseil municipal peut, par délibération motivée, délimiter un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité à l'intérieur duquel sont soumises au droit de préemption les cessions de fonds artisanaux, de fonds de commerces ou de baux commerciaux.* »

Contrairement au droit de préemption urbain classique, qui s'exerce sans limitation de périmètre, l'exercice du droit de préemption des baux commerciaux est limité. Il est nécessaire que la définition de ce périmètre de sauvegarde s'effectue grâce à la plus large concertation possible, en particulier avec les Chambres de commerce et les Chambres de métiers.

L'article 58 veut en outre que le Maire exerce son droit de préemption « *selon les modalités prévues par l'article L.213-4 à L.213-7* » qui font référence au droit de préemption urbain. Même si ce sont les grandes règles du droit de préemption urbain qui seront appliquées, elles seront adaptées aux spécificités des fonds de commerce. Ces spécificités imposent de prendre particulièrement garde aux prix et aux délais.

b. La question du prix

La promesse de vente qu'un commerçant souhaite faire signer à l'acheteur éventuel comporte un prix, que le maire devra prendre en compte. Il ne faut pas exposer les commerçants, qui ont passé leur vie à créer un fonds de commerce, au risque de se faire préempter à un prix équivalent au tiers ou au quart de ce fonds. Il faut maintenir un mécanisme qui réserve un rôle au prix du marché.

c. Les délais

Les délais de préemption et, en cas de contentieux, de définition du prix, doivent être réduits par rapport au droit de préemption urbain classique. La durée de la procédure pourrait en effet affecter la valeur du fonds concerné. Le projet de texte fait l'objet d'une consultation auprès de l'Assemblée des Chambres de commerce et d'industrie, de l'Assemblée permanente des Chambres des métiers et du Conseil du commerce de France.

Yves TANIQU, de la Chambre de commerce et d'industrie de la Vienne, demande si plusieurs périmètres distincts pourront être définis pour une même commune. Il souhaite également savoir dans quelle mesure le prix proposé par le maire en cas de préemption pourra varier de celui proposé à l'occasion d'une promesse de vente.

Georges MOTHRON, député-maire d'Argenteuil, explique que le Conseil municipal de sa commune a souhaité appliquer le texte en avance, grâce à une délibération conduite en début d'année. Or cette application a eu un effet désastreux, puisque les notaires n'ont pas joué le jeu, le décret n'étant pas publié. Georges MOTHRON souhaite en conséquence savoir quand le texte sera enfin publié.

Alain BOUTIGNY demande quel sera le rôle du propriétaire dont la vente est suspendue. Il précise par ailleurs que le délai qui sépare la déclaration de préemption et la décision s'élève aujourd'hui à 4 mois.

Franck SUPLISSON informe les participants que le délai prévu par le texte, qui fait encore l'objet de concertations, devrait être limité à deux mois. Ce délai devrait comprendre l'ensemble des échanges qui interviennent à l'occasion de la proposition de vente et de l'achat.

La loi maintient par ailleurs la possibilité de délimiter plusieurs périmètres, ce qu'il est parfois souhaitable de faire, en fonction des besoins de diversité commerciale.

La variabilité du prix par rapport à celui fixé lors du compromis de vente pourrait ne pas être supérieure à 10 %, sur le modèle de la variabilité par rapport au prix fixé par les Domaines dans le droit de préemption classique.

Franck SUPLISSON partage l'analyse du maire d'Argenteuil, et estime que la loi aurait pu être adoptée dès après la concertation. Cependant, les parlementaires ont souhaité utiliser une loi relative au commerce pour insérer ce dispositif. Le texte finalisé devrait pouvoir être présenté dans les toutes prochaines semaines.

Conserver et promouvoir la diversité commerciale et artisanale

Les outils pour favoriser la mixité commerciale, l'exemple de Paris

*Lyne COHEN SOLAL, Adjointe au maire de Paris au commerce et à l'artisanat
Jean-Paul ALBERTINI, Directeur général de la SEMAEST*

Nasser NEGROUCHE explique que l'appauvrissement de l'offre commerciale, dans certains quartiers de Paris, a conduit la municipalité parisienne à engager une opération de réaménagement pour favoriser la mixité commerciale.

Lyne COHEN-SOLAL décrit la situation commerciale de certains quartiers, qui a dégénéré du fait de l'apparition, par exemple, de grossistes, de commerces de mono activité, ou à cause d'une totale désertification commerciale. La Ville a donc décidé, il y a trois ans, de mettre en place une Convention Publique d'Aménagement permettant à la Ville de déléguer à la SEMAEST le droit de préempter les murs des commerces de 6 quartiers, délimités par le Conseil municipal. Cette opération, sur trois ans, a coûté 58 millions d'euros, dont une partie sert aux achats, l'autre servant au fonctionnement de la SEMAEST. Le bilan de ce dispositif est d'autant plus satisfaisant que les acteurs n'avaient pas, au moment d'élaborer la CPA, mobilisé tous les moyens dont la Ville disposait. Car si les murs peuvent être achetés par la SEMAEST, il est également possible de signer des conventions avec les propriétaires pour que les baux ne soient pas vendus à des commerces peu désirés dans le quartier.

Lyne COHEN-SOLAL se déclare déçue des annonces concernant le texte instaurant le droit de préemption pour les fonds de commerce. Il lui semble par exemple qu'il serait difficile de décider en deux mois d'une préemption, alors qu'une telle opération nécessite une délibération du Conseil, qui demande un travail important de préparation. C'est d'ailleurs pourquoi la Ville a délégué une partie de ses prérogatives à la SEMAEST, qui peut réagir plus rapidement, et donc plus efficacement. La Ville de Paris, par ailleurs, ne pourrait se permettre d'acheter des fonds de commerce dans certains quartiers, où les prix sont extrêmement élevés. Il sera difficile d'exercer ce droit de préemption si le prix que les collectivités doivent payer est celui fixé par le marché.

Jean-Paul ALBERTINI précise que deux cas de figure différents se présentent lorsque la SEMAEST intervient ; soit le quartier est victime d'une désertification commerciale, soit c'est une mono-activité excessive qui est incriminée. Ces situations impliquent des modalités d'interventions différentes. Les critères permettant d'apprécier les situations et la nécessité d'une intervention sont fixés par la Ville, à qui il revient d'établir un diagnostic précis de la situation commerciale d'un quartier.

Jean-Paul ALBERTINI décrit les résultats de cette action, inaugurée en 2004. La Convention Publique d'Aménagement est valable pendant dix ans. Il était prévu qu'une période de trois ans donne lieu à l'achat de locaux commerciaux avec l'enveloppe octroyée par la ville de Paris. La SEMAEST effectue en ce moment ses dernières acquisitions ; une centaine de commerces auront ainsi été achetés. La signature de conventions, conclues avec les acquéreurs, a permis de maîtriser le développement commercial sans avoir à exercer le droit de préemption.

Lyne COHEN-SOLAL précise que les premiers commerces qu'il s'agit de réimplanter sont ceux de l'alimentaire, les services de première nécessité, mais aussi l'artisanat et les services en général. Un dialogue s'est instauré avec les Fédérations des professionnels de l'alimentaire et des services, et en particulier avec la Chambre des métiers. Cette collaboration rend plus efficace la recherche de candidats invités à occuper les locaux acquis par la Ville. Le choix du type d'activité se fait également en concertation avec les maires d'arrondissements et les commerçants présents.

Jean-Paul ALBERTINI explique que des groupes de travail locaux ont été mis en place dans chacun des secteurs concernés. Ils permettent d'établir le dialogue avec les élus, les habitants et les représentants des commerçants afin d'effectuer un premier diagnostic, et d'identifier les attentes et besoins de chacun. Ensuite, les candidatures sont éventuellement proposées par la Chambre des métiers ou la Chambre de commerce. Le fait que les projets soient validés par les partenaires apporte en effet une garantie sur la pérennité du commerce de proximité qui sera installé.

Les outils pour favoriser la transmission et la mixité

Table ronde :

Eric LE CLERCQ DE LANNOY, Directeur des études et actions économiques - APCM

Stéphanie VILLESSOT, Directrice du pôle Commerce – CCI d'Alès Cévennes

Claire BERTHOMIEU, Cession/reprise de commerce PME/PMI – CCIP des Hauts-de Seine

Nathalie CARRE, Animatrice du réseau transmission des CCI – ACFCI

Eric LE CLERCQ DE LANNOY explique que le rôle des Chambres de métiers est d'accompagner les entreprises et les porteurs de projets, et de travailler en particulier sur la phase de la transmission des entreprises, afin de s'assurer qu'elles trouvent un repreneur. Il est apparu que les transmissions d'entreprises demandaient une préparation longue, ce qui n'était pas toujours anticipé par les entrepreneurs. Certains d'entre eux, plutôt que de chercher à réactiver l'entreprise, la laissait peu à peu décliner et perdre de sa valeur.

Les Chambres de métiers et de l'artisanat, aujourd'hui, s'efforcent de solliciter le plus grand nombre de chefs d'entreprises, alors que 500 000 entreprises sont sur le point de devoir être transmises. Pour certains métiers, le transfert des compétences s'effectue sans difficulté. Pour d'autres, il est nécessaire de prévoir des actions de formation.

C'est pourquoi Eric LE CLERCQ DE LANNOY estime nécessaire de former les agents de développement économique afin qu'ils identifient mieux quelles sont les entreprises à reprendre et accompagnent aussi tôt que possible les futurs cédants. La Bourse Nationale des Opportunités Artisanales a par ailleurs été mise en place afin, avec d'autres outils, de favoriser le rapprochement de l'offre et de la demande, et de faciliter la connaissance par le marché des annonces déposées.

Stéphanie VILLESSOT explique que 40 % des entreprises de la région d'Alès entrèrent en phase de cession dans les 5 à 10 années qui viennent.

Pour faciliter les démarches des entrepreneurs, un relais Relance a été créé, qui permet d'éviter qu'ils n'aient à contacter plusieurs interlocuteurs. Ce relais travaille à détecter les cédants et à les mettre en relation avec des repreneurs potentiels. L'affichage des offres de cession dans les agences ANPE favorise également la reprise d'activités, puisque la moitié des repreneurs sont demandeurs d'emploi.

Le repérage des futurs cédants s'effectue grâce aux fichiers consulaires et aux partenariats noués avec les Communautés de communes ou les UCIA. Des opérations de sensibilisation et de détection sont par ailleurs organisées chaque année. Elles visent à souligner le fait que la transmission est une étape normale de la vie d'une entreprise.

Claire BERTHOMIEU explique que le maintien de la diversité de l'offre commerciale notamment à l'occasion des départs à la retraite des commerçants et des artisans nécessite, dans de nombreuses villes des actions concertées de la part des services actions économiques, des chambres de commerce et d'industrie, des chambres de métiers et des organisations professionnelles. Il importe d'anticiper les départs à la retraite, d'aider les commerçants et les artisans à préparer la cession de leur fonds, de rechercher un repreneur. Trop souvent ils font les démarches dans la précipitation, persuadés qu'ils ne retrouveront pas de repreneurs. La CCIP Hauts-de-Seine et la CMA92 ont décidé d'agir ensemble, elles organisent des réunions d'information à la préparation de la cession, leurs conseillers échangent des informations pour rechercher des repreneurs et faciliter les mises en relation. Les commerçants et les artisans apprécient cette concertation à leur bénéfice.

Le maintien d'une offre commerciale diversifiée et de qualité notamment à l'occasion de la transmission des fonds ne peut s'inscrire que dans une démarche globale de promotion du pôle commercial de la ville, de rénovation permanente de l'environnement urbain et de modernisation et d'adaptation des commerces aux attentes des consommateurs. La CCIP Hauts-de-Seine accompagne les villes, au travers de convention, dans leur projet de revitalisation commerciale en partenariat avec les associations de commerçants locales. Ces conventions prévoient en ce qui concerne la transmission des commerces que la CCIP Hauts-de-Seine propose par courrier à tous les commerçants de plus de 55 ans un appui à leur démarche de cession.

Le prix de vente des fonds de commerce est souvent trop important au regard des capacités d'achat des repreneurs, la CCIP Hauts-de-Seine mène une réflexion avec ses partenaires pour ajuster les interventions des outils de financement existants aux prix du marché et ainsi mieux financer la reprise de fonds de commerce.

Eric LE CLERCQ DE LANNOY reprend l'idée que le modèle traditionnel des reprises de commerce est en train de se modifier, et qu'il passe d'un modèle de transmission familiale à un autre, dans lequel les entrepreneurs peuvent ne pas connaître le métier de l'artisan, mais peuvent en revanche s'appuyer sur leurs compétences acquises dans le monde de l'entreprise. Les centres de formation (CFA) se sont efforcés de s'adapter à ces changements, pour mettre en place des modules de formation adaptés.

Nasser NEGROUCHE demande comment les CCI ont favorisé la professionnalisation des métiers liés à la reprise d'activités.

Nathalie CARRE explique que 300 à 350 conseillers sont chargés des questions liées à la reprise et à la cession d'entreprise dans l'ensemble des Chambres de commerce de France. Aujourd'hui, pour apporter un service plus complet aux cédants et repreneurs et alors que le métier évolue très rapidement et que les cas de figure sont très divers, il s'agit de renforcer la professionnalisation de ces conseillers, par une démarche qualité et une démarche compétences.

Le commerce dans les quartiers : un enjeu pour la ville

Table ronde :

Georges MOTHRON, Député-maire d'Argenteuil

Xavier LEMOINE, Maire de Montfermeil

Philippe LEGRIS, expert Commerce – CDC projets urbains

Nasser NEGROUCHE demande aux participants s'ils partagent le diagnostic de la dégradation du tissu commercial dans la périphérie des villes, et comment les élus locaux peuvent résoudre ces problèmes, liés notamment à l'image des communes.

Georges MOTHRON explique que ses prédécesseurs appliquaient une politique empêchant l'implantation de grandes surfaces sur le territoire d'Argenteuil. Tous les commerces, les commerces de bouche notamment, ont alors été attirés vers les périphéries de la ville. En outre, sur le Val d'Argenteuil, la paupérisation de la population a aussi contribué à cette fuite des commerçants, qui ne pouvaient plus assurer leur chiffre d'affaires. Même les commerces les plus nécessaires, qui ont résisté le plus longtemps, ont fini par quitter leurs emplacements. En 2001, seulement 12 commerces étaient présents, alors qu'ils avaient été 80.

Cette situation était d'autant plus grave que les habitants, souvent modestes, ne disposaient pas de moyens leur permettant de se déplacer librement.

Aujourd'hui, la création de l'ANRU a permis d'accorder des moyens importants dans certains quartiers sensibles. Une collectivité ne peut cependant se permettre de prendre des risques commerciaux. Il a donc fallu que la Ville instaure des partenariats, notamment avec l'EPARECA.

Le projet alors mis en œuvre avait pour objectif de regrouper vers le centre-ville d'Argenteuil les commerces qui s'étaient progressivement éparpillés. Une telle opération n'a été possible qu'en attirant les investisseurs dans des quartiers qui ont, en grande partie à cause des médias, une mauvaise réputation. Georges MOTHRON insiste sur la nécessaire force de conviction qui permet d'aider les acteurs économiques à prendre des risques, vitaux pour les quartiers.

Il a alors fallu créer, pour attirer les clients, de nouvelles coques commerciales, et acquérir d'anciennes coques, qui étaient alors consacrées à un commerce communautaire. Ont alors pu être réimplantés des commerces de bouche, et une grande surface a pu de nouveau s'installer.

En outre, Georges MOTHRON met en avant la nécessité de lier ces démarches commerciales avec l'instauration de nouveaux accès aux services, ce qui a été favorisé par la création d'une nouvelle mairie de quartier, d'un nouveau centre de santé et d'une médiathèque, par exemple. Ainsi a pu être recréé un véritable noyau urbain, que les citoyens ont été invités à redécouvrir.

Xavier LEMOINE décrit la situation de la ville de Montfermeil. Son centre-ville rassemble moins de 10 % de la population alors que la résidence des Bosquets, qui représente 3 % du territoire, réunit un tiers de la population et 50 % des habitants de moins de 20 ans.

Les élus de Montfermeil ont décidé de refaire du centre-ville le centre de gravité démographique et économique de la ville. La rénovation de l'habitat ancien, notamment, a permis de re-solvabiliser les familles en leur permettant de payer des loyers conventionnés et des factures de chauffage plus raisonnables. Il a ensuite été nécessaire de favoriser la mobilité entre le centre-ville et les quartiers périphériques. Il a en effet fallu remédier au fait que la périphérie, où s'installaient les marchés par exemple, était plus attractive que le centre.

Philippe LEGRIS explique qu'en tant qu'investisseur d'intérêt général, la Caisse des dépôts s'est donnée pour ambition d'intervenir auprès des collectivités comme investisseur pionnier, c'est-à-dire investir là où les investisseurs de marchés sont insuffisamment présents. La Caisse des dépôts souhaite, dans ce cadre, agir en fonction des priorités définies par les collectivités locales. Puisque la logique n'est pas de subvention mais d'investissement, il s'agit de structurer des solutions dans lesquelles l'investisseur privé doit prendre toute sa place. Ainsi, la Caisse des dépôts n'agit jamais seule, mais toujours en alliance avec un investisseur capable de concevoir, gérer et initier la commercialisation des entreprises.

La conjoncture actuelle des marchés immobiliers fait que certains investisseurs s'intéressent aujourd'hui aux murs commerciaux dans des quartiers tels que le Val d'argent à Argenteuil. Les opérations ainsi menées impliquent le plus souvent quelques grandes enseignes, qui servent de locomotives, avec d'autres commerces. La réussite des projets, dans les quartiers, n'est souvent possible qu'à condition de remettre radicalement en cause les emplacements existants. Il est en effet nécessaire de déterminer quels sont les lieux qui assurent la meilleure commercialité, ce qui donne parfois lieu à la destruction puis à la reconstruction de certains bâtiments.

Georges MOTHRON explique que le développement du commerce dans les quartiers a servi à améliorer leur image au sein de la population. Il a fallu, pour que les personnes habitant d'autres quartiers constatent les progrès effectués, que la Ville élabore des campagnes de communication. Ces campagnes ne peuvent cependant être efficaces qu'à condition que l'image globale des quartiers soit améliorée, non seulement d'un point de vue commercial ou du point de vue des services publics qui y sont accessibles, mais aussi par un meilleur éclairage et le développement d'espaces verts. Alors seulement, conclut Georges MOTHRON, les habitants seront amenés à revenir d'eux-mêmes dans ces quartiers.

Jean-Luc SABER, de la Chambre des métiers et de l'artisanat du Rhône, demande si les montages élaborés par la Caisse des dépôts prennent en compte les besoins de continuité de l'activité des commerçants déjà présents, lorsqu'il est nécessaire, par exemple, de détruire certaines installations. Il s'inquiète du risque de faire supporter une charge très importante à ces acteurs économiques.

Philippe LEGRIS estime en effet que la durée de ces opérations constitue un handicap important. Il est souvent trop long d'aboutir à un consensus économique et financier entre les investisseurs et les collectivités, avant de proposer les plans aux commerçants. L'expérience de l'EPARECA doit permettre de franchir plus rapidement ces étapes, pour que les entreprises souffrent moins de cette phase d'indétermination, parfois longue.

Céline FOURDRILIS, de l'Assemblée Permanente des Chambres de Métiers, souhaite connaître les autres ingrédients nécessaires au succès des opérations décrites, et demande si la conception des projets donne lieu à une réflexion pour y intégrer de petites unités, en plus des enseignes locomotives.

Philippe LEGRIS précise que la Caisse des dépôts intervient dans des opérations qui consistent à investir dans des centres commerciaux locatifs. La Caisse des dépôts, associée à un ou des partenaires co-investisseurs, acquiert donc un ensemble, associant en général une structure locomotive (supermarché, supérette) et des locaux de plus petite taille, afin de compléter la palette des activités en présence.

En outre, les projets auxquels participe la Caisse des dépôts doivent être socialement responsables. Il ne s'agit pas seulement, pour cette institution, d'effectuer un investissement immobilier, mais surtout de travailler en fonction de l'intérêt général.

Le pôle reconquête commerciale et artisanale s'achève à 17 heures.

PÔLE DEPLACEMENTS, LIVRAISONS ET STATIONNEMENTS

Ouverture du pôle

Claude LEROI

Président CCI Paris Hauts-de-Seine

Claude LEROI se réjouit à double titre, celui de Président de la CCIP Hauts de Seine et de Président d'honneur de la Fédération des Entreprises de Transport d'Ile-de-France, que Denis BADRÉ lui ait confié le soin d'ouvrir cet atelier.

Il précise qu'il a beaucoup travaillé ces dernières années sur les questions qui vont être abordées lors de cette journée ; il fait remarquer que certaines thématiques ont parfois occasionné quelques tensions, et pense notamment à la mise en place des couloirs d'autobus à Paris.

Il ajoute que les réflexions qui seront conduites par les experts aujourd'hui intéressent tout particulièrement le commerce et son fonctionnement dans la ville. A ce titre, la CCIP Hauts de Seine sera attentive aux exposés et aux débats, elle entend défendre les intérêts des commerçants, mais aussi ceux des professionnels de la logistique qui acheminent la marchandise sur le lieu où elle prend sa valeur, c'est à dire le lieu de commercialisation.

Le pôle sera animé par le journaliste Teddy FOLLENFANT.

Accessibilité et partage de la voirie : **une vision globale de la ville**

Table ronde :

Pascal MIGNEREY, Chef de mission au Ministère de l'Équipement et des Transports ;

Danièle PATIER, Chercheuse au Laboratoire d'Économie des Transports et vice-présidente de Centre-ville en Mouvement.

Danièle PATIER est particulièrement heureuse de constater le grand nombre de personnes présentes à cet atelier. En effet les organisateurs ont fait le pari risqué de créer 3 pôles en parallèles, dont l'un sur le dynamisme commercial, l'autre sur le management des villes, 2 sujets qui focalisent traditionnellement l'intérêt des élus alors que le transport a longtemps été considéré comme accessoire. En particulier le transport de marchandises qui était « écarté » des villes. Grâce au programme national « Marchandises en ville », initié par le Ministère des transports et l'ADEME, Centre-ville en Mouvement dispose de données sur le transport en ville. Ainsi que l'explique Danièle PATIER, les participants à cet atelier se feront fort de montrer les objectifs que les élus devraient avoir à l'esprit, de présenter les expériences ayant abouti, les freins à leur réalisation, les partenariats public – privé nécessaires. Danièle PATIER rappelle que Centre-ville en Mouvement a pour objet de générer des synergies entre les différents acteurs pour que chacun bénéficie de l'expérience des autres. Danièle PATIER regrette l'absence de l'ADEME, qui a soutenu dans Centre-ville en Mouvement dans ses recherches depuis de nombreuses années.

Pascal MIGNEREY indique que le Ministère des Transports se réjouit d'avoir contribué à l'organisation de ces assises : il en attend une clarification du rôle de l'État, dans un domaine ressortant des compétences des collectivités locales.

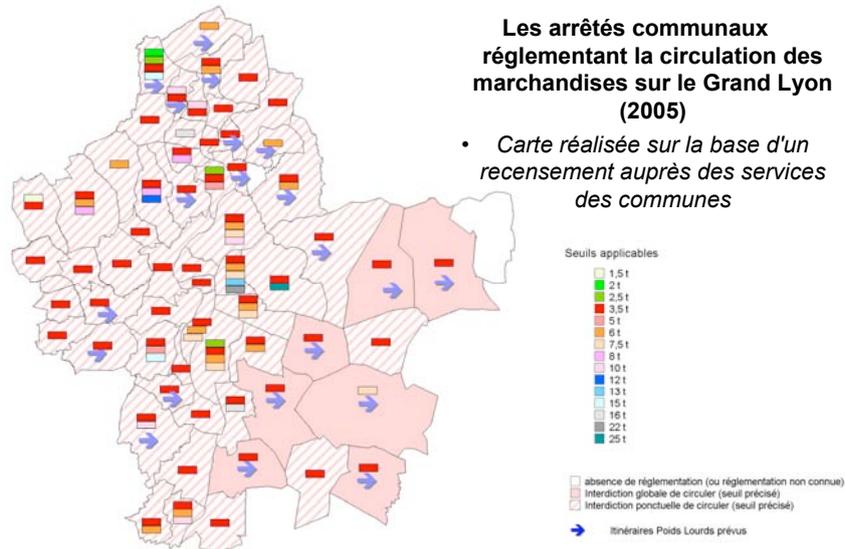
Le transport de marchandises impacte significativement le trafic urbain et donc la capacité de la France à respecter ses engagements en matière d'émissions de gaz polluants et à effet de serre : le trafic urbain génère environ 20 % des émissions de CO₂ en France. Il est donc essentiel de s'assurer que la marchandise puisse correctement pénétrer les milieux urbains. L'État agit directement sur ces problématiques, avec trois niveaux d'action.

L'État assume en premier lieu un rôle de normalisation et de réglementation concernant les matériels, les procédures et les pratiques professionnelles. La loi impose en outre aux collectivités locales qui doivent réaliser un plan de déplacements urbains de prendre en compte la circulation et la livraison des marchandises.

Dans une France en voie de décentralisation, l'État joue en second lieu un rôle de collecte d'information sur les expériences disséminées menées par les collectivités locales. Les services techniques de l'État, qui rassemblent ces informations et les confrontent à celles émanant d'autres pays, bénéficient d'un recul que n'ont pas les collectivités. A la réussite du programme national Marchandises en ville ont ainsi succédé des initiatives comme Centre-ville en Mouvement, qui valorise l'appropriation de cette problématique par les élus et dont nous soutenons l'action. Dans le cadre de réflexions interministérielles sur la logistique, dont la logistique urbaine, le Ministère des Transports compte enfin intensifier ses liens avec le Ministère du Commerce.

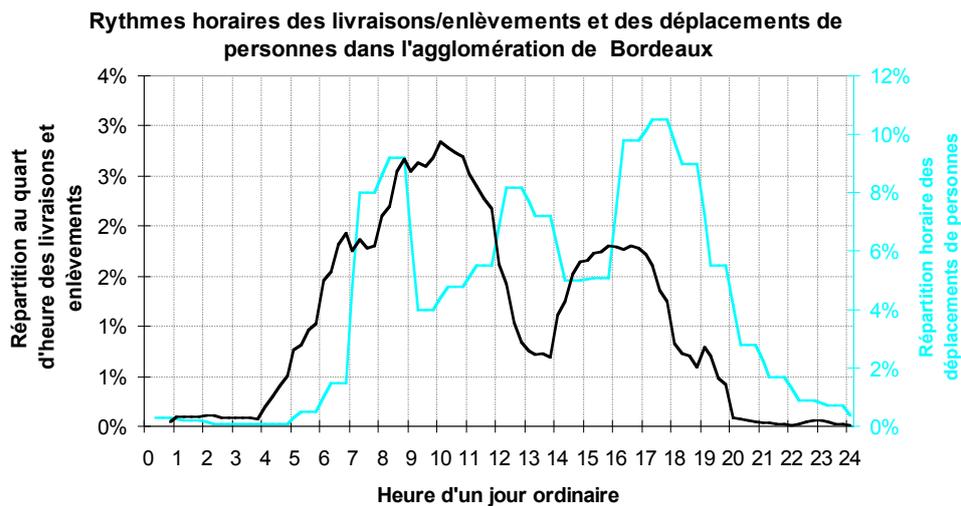
En troisième lieu, l'État soutient les actions de recherche et d'innovation, notamment par le biais du programme interministériel PREDIT. Celui-ci propose des plans à 3 ou 5 ans permettant au monde de la recherche de disposer de la visibilité suffisante pour mettre en place des programmes sur le thème des transports. Les pôles de compétitivité se sont aussi emparés des enjeux de mobilité urbaine.

La carte représentée ci-dessous présente l'exemple du Grand Lyon où une multitude de réglementations différentes coexistent en matière de taille des véhicules autorisés pour livrer, une situation dont le chauffeur-livreur doit s'accommoder au cours de sa traversée de l'agglomération pour faire une tournée.



Extrait du Guide de rédaction des arrêtés municipaux, interface Transport 2006

Danièle PATIER estime qu'une signalétique claire et efficace est également indispensable.



Danièle PATIER souligne qu'en termes de partage de la voirie, les pointes de trafic liées aux déplacements en voiture des personnes et celles liées aux livraisons des marchandises sont décalées (7-9 heures pour les uns, 9-11 heures pour les autres). Cependant on observe nettement un conflit d'usage de la voirie à certaines heures de la journée. Pour y remédier, Danièle PATIER estime que des mesures favorisant les livraisons dans des sas prévus à cet effet, hors des horaires d'ouverture des magasins, peuvent être trouvées pour mieux partager la voirie dans le temps ou des livraisons dans des consignes accessibles 24 h/24.

Danièle PATIER fait observer que les enquêtes réalisées dans le cadre du programme « Marchandises en ville » ont d'autre part montré que 14 % seulement des véhicules localisés sur la voirie en centre-ville roulent (74 % des bus ,34 % des camions, contre seulement 12 % des voitures particulières). L'utilisation de ces dernières soulève, d'après Danièle PATIER, non seulement la question de l'occupation de la voirie mais aussi celle de leur efficacité, notamment parce qu'elles circulent avec un taux de remplissage très faible. Dans le cadre des achats des ménages elles effectuent la plupart du temps un trajet à vide et occasionnent l'essentiel des émissions de CO₂ dans la ville, donc de l'effet de serre.

Quels outils ? Réglementation, harmonisation, concertation

Table ronde, s'ajoutent aux participants précédents :

Philippe BOSSIN, Directeur Interface -Transport

Christophe RIPERT, Chargé de mission marchandises en ville à la Mairie de Paris

Philippe BOSSIN signale que dans l'agglomération lyonnaise, comme ailleurs, il existe une grande hétérogénéité entre communes.

Teddy FOLLENFANT se demande dans quelle mesure le Ministère des Transports ne pourrait pas contribuer à l'harmonisation des réglementations.

Pour Pascal MIGNEREY, la légitimité en matière de réglementation de la circulation et du stationnement en ville appartient aux collectivités territoriales mais nous comparons les actions et jouons un rôle d'incitation.

Danièle PATIER fait savoir que Barcelone représente, en matière de réglementation, un exemple que Centre-ville en Mouvement aimerait pouvoir reproduire en France.

Pour Philippe BOSSIN, si le Maire dispose localement du pouvoir de police, les collectivités ont cependant besoin du rôle fédérateur de l'Etat. A son sens, une révision du Code de la route s'impose.

Teddy FOLLENFANT s'interroge quant aux conditions de circulation le matin dans la capitale. Ainsi qu'il le fait remarquer, cela s'apparente bien souvent à l'enfer !

Christophe RIPERT explique que la Mairie de Paris a initié une concertation avec les professionnels, les générateurs de trafic et les opérateurs de transport pour comprendre pourquoi la réglementation découlant d'un accord conclu entre la CCIP, les transporteurs et la Préfecture de police en 1991 n'était pas respectée. Les discussions ont montré que cette réglementation s'avère trop compliquée. La Mairie de Paris en a par conséquent conservé les principes, en supprimant des paramètres : personne ne comprenait plus rien aux définitions multiples des surfaces au sol, des périodes horaires et des diverses règles. Une norme unique pour la surface au sol, fixée à 29 mètres carrés, a été établie pour permettre notamment le passage des pompiers. La réglementation unique retenue pour l'ensemble de la capitale définit en outre une seule période de jour, de 7 heures à 22 heures, et une seule période de nuit, correspondant à la réglementation des activités bruyantes.

D'après Philippe BOSSIN, qualifier la situation parisienne d'enfer reviendrait à passer sous silence le dynamisme de son tissu économique : nombre de collectivités aimeraient observer le même trafic dans leur centre-ville. La difficulté consiste à faire respecter la réglementation : il observe ainsi que même à Sceaux, les aires de livraison, que la réglementation nationale prévoit jaune, sont peintes en bleu.

Danièle PATIER rappelle que la définition des arrêts livraisons est récente et pourrait inclure bientôt l'enlèvement ou le dépôt des colis par des particuliers, pour ne pas contribuer à vider les centres-villes de leurs habitants. En revanche, elle insiste pour que l'usage des espaces réservés à cet effet soit strictement contrôlé.

Teddy FOLLENFANT abonde en ce sens. Il n'a effectivement jamais vu un agent dresser une amende rue du Faubourg-Saint-Antoine. Il se demande d'ailleurs si les citoyens ont connaissance de ces réglementations.

Christophe RIPERT explique que la Mairie de Paris tente de porter la réglementation à la connaissance des acteurs, en distribuant une brochure à un maximum de professionnels. Il signale, en outre, que 600 000 procès-verbaux sont dressés chaque année pour des stationnements fautifs sur des aires de livraison et annonce qu'à Paris, un système de disque entrera en vigueur au 1^{er} janvier 2007 pour limiter l'occupation des places de livraison à 30 minutes.

D'après Pascal MIGNEREY, les poids lourds et les véhicules utilitaires ne sont pas seuls en cause : en véhicules-kilomètre, la moitié des marchandises circulant en ville se trouvent dans le coffre des véhicules particuliers. Les habitudes individuelles doivent être prises en compte dans les actions d'urbanisme et de voirie et dans les pratiques des professionnels.

Danièle PATIER signale que les études du Laboratoire d'Economie des Transports sur le commerce électronique ont mis en évidence une appropriation du dernier kilomètre par les commerçants en ligne plutôt qu'un encombrement supplémentaire dû aux petits colis. Le coût du dernier kilomètre amène en outre nombre de grandes enseignes à se réimplanter en centre-ville. Or, pour un même achat, le consommateur émet deux fois plus de CO₂ en se rendant à l'hyper marché de périphérie qu'au supermarché de quartier. Les courses au supermarché étant devenues une corvée plutôt qu'un moment ludique, la livraison à domicile est amenée à se développer, permettant d'économiser le nombre de véhicules en circulation et les émissions de polluants.

Christophe RIPERT indique que la Mairie de Paris a établi une carte parisienne des points de livraison et des outils logistiques permettant de centraliser et de redistribuer les marchandises, donc de massifier les entrées et sorties.

Danièle PATIER souligne que les bureaux de fret ont disparu dans les années 1970 suite à l'augmentation du prix du foncier et au lobbying de la voiture : les plates-formes logistiques ont été repoussées hors des villes et les terrains utilisés ont été vendus. Elle observe qu'à Paris, les plates-formes multimodales connectées au réseau ferré sont quasiment inexistantes désormais. Un travail de reconnexion des *short lines* a été initié mais la SNCF n'assure pas l'entretien des voies.

Questions de la salle

Jean AUBOIROUX, Vice-président de la Chambre des métiers des Hauts-de-Seine, note que l'on se dirige effectivement vers la multiplication des services de livraison et des supérettes de quartier. Il estime que les dirigeants pourraient réserver deux à trois emplacements des parkings d'immeubles aux livraisons destinées aux particuliers. Il reconnaît que la capitale connaît des problèmes certains en la matière mais rappelle que la Mairie de Paris a mis en place un système extraordinaire en créant, il y a plusieurs années, un macaron destiné aux artisans : désormais, rares sont les artisans qui stationnent sur la voie publique. Enfin, Jean AUBOIROUX estime que tout réaménagement urbain devrait proscrire les voies uniques de circulation.

Rémi SIMON, salarié de La Poste, souhaite savoir si le Ministère des Transports entend favoriser l'harmonisation des réglementations concernant le partage des trottoirs et voies piétonnes, pour faciliter notamment la circulation des véhicules électriques.

Pour Pascal MIGNEREY, cette question doit être traitée en fonction du contexte local. Les collectivités doivent adapter la réglementation aux spécificités de chaque quartier ; l'Etat ne peut intervenir au cas par cas mais il peut ménager le cadre législatif ou réglementaire qui permette ces adaptations locales.

Christophe RIPERT indique que, pour sa part, la Mairie de Paris souhaite professionnaliser l'usage des aires de livraison par les générateurs de trafics de petites ou moyennes livraisons, qui entraînent de nombreux mouvements. Une plage horaire est réservée aux véhicules de livraison respectant l'environnement.

Teddy FOLLENFANT fait observer que La Poste effectue ses livraisons au moyen de véhicules propres.

Christophe RIPERT rectifie : son propos portait sur la promotion de véhicules non répertoriés comme tels, notamment les cycles.

Philippe BOSSIN estime qu'une absence de réglementation laisse de la liberté aux initiatives actuelles. A l'inverse, ainsi qu'il le fait remarquer, l'article 12 du Code de l'Urbanisme donne actuellement aux collectivités des outils qu'elles n'utilisent pas pour réserver des espaces aux livraisons sur emprises privées.

Teddy FOLLENFANT aimerait savoir quelle mesure concrète pourrait être préconisée en matière de stationnement.

En ce qui le concerne, Philippe BOSSIN insisterait sur la formation des agents de police, prescripteurs de premier ordre.

Danièle PATIER, pour sa part, conseillerait d'apprendre aux citoyens à partager la voirie en bonne intelligence : ceux qui sont à l'origine des dysfonctionnements se reconnaissent généralement. L'usage abusif de la voiture pour les déplacements pendulaires (aller-retour domicile travail) peuvent pour une grande part être fait en transport en commun.

Pascal MIGNEREY explique qu'il convient de collecter et d'informer sur les pratiques locales, de former et d'inciter les acteurs.

Christophe RIPERT souligne que l'expérience a montré l'importance de confronter les points de vue pour sortir de la dénonciation de responsables présumés. Il s'étonne toujours de l'engagement et de l'apport des professionnels quand la Mairie de Paris organise des concertations.

Des solutions pour le stationnement

Table ronde :

Danièle VULLIET, Chargée d'étude au CERTU

Jean-Philippe DARBOUR, Chargé d'étude au CETE de Lyon

Patrick JOURDAN, Directeur commercial et marketing chez Vinci Park

Danièle PATIER, Chercheuse au Laboratoire d'Economie des Transports et vice-présidente de Centre-ville en Mouvement

Selon Danièle VULLIET, le stationnement relève le plus souvent des idées toutes faites et des déductions rapides. Ainsi, nombre de citoyens sont convaincus qu'il suffit de créer de nouveaux emplacements de stationnement puisqu'on ne trouve pas facilement de la place pour se garer. mais ils ne s'interrogent ni sur le coût ni sur les tenants et aboutissants de pareille opération. De même, on tend à penser que seule la répression est valable lorsque des voitures se garent en double file ; il faut cependant chercher à connaître le profil des automobilistes concernés pour comprendre pourquoi ils se garent ainsi. Enfin, ainsi que le fait observer Danièle VULLIET, certains défendent l'idée que le stationnement doit être gratuit ; concrètement, cette exigence revient cependant à attribuer les places suivant le principe «premier arrivé, premier servi» sans que cela soit le but recherché.

Danièle VULLIET explique qu'à 7 heures, les résidents libèrent les places, que les pendulaires viennent occuper. Les clients arrivent entre 10 heures et 17 heures et trouvent alors rarement des interstices. Après 17 heures, les résidents connaissent également des difficultés lorsqu'ils rentrent chez eux.

Danièle VULLIET préconise donc, à partir d'études et de l'analyse des politiques mises en œuvre par les villes, que le stationnement soit analysé avec davantage de recul et surtout véritablement pensé et organisé en amont. Tout l'enjeu est de trouver un équilibre entre offre et demande. Cette dernière se diversifie et les élus, qui auparavant pouvaient répondre aux besoins de tous, n'en n'ont désormais plus les moyens. Ainsi, comme le fait observer Danièle VULLIET, le stationnement est devenu un service.

L'offre de stationnement, quant à elle, est multiforme : stationnement sur voirie, en ouvrages... Désormais, il faut définir qui doit avoir accès à cette offre et quand. Danièle VULLIET souligne que certains aspects du stationnement sont encore méconnus, notamment le stationnement privé, lié au domicile et au lieu de travail.

D'après Jean-Philippe DARBOUR, pour analyser la demande, il est important d'observer qui utilise l'espace alloué.

- Les besoins du résident fixe doivent être respectés, dans la mesure où il anime son quartier et sa commune ; ils se focalisent surtout sur un espace privatif, néanmoins la seconde voiture par foyer apparaît aussi dans les centres-villes.
- Le résident dynamique, habitant dans le centre et travaillant à l'extérieur, exprime plutôt une demande nocturne favorable à la mutualisation des espaces.
- Les clients et visiteurs, fréquentant les commerces, les services ou les loisirs, stationnent pendant une à deux heures ; ils aiment être proches de leur destination et préfèrent se garer sur la voirie que dans un parc. Ils arrivent souvent vers 9 ou 10 heures et vers 15 ou 16 heures le soir, quand peu d'espaces sont libres. Ils utilisent des espaces pour une période courte ; or un contrôle strict permet que chaque place soit occupée par 6 à 8 usagers par jour. Enfin, les visiteurs du soir expriment une demande pour des activités de loisir ou de restauration nocturne ; il est important qu'ils partagent l'espace avec les résidents dans un respect mutuel.
- Les pendulaires peuvent généralement se garer plus loin qu'ils ne le font, dans la mesure où peu d'entre eux ont besoin de leur voiture pour travailler. Ils peuvent marcher et circuler en transports collectifs, mais certaines villes moyennes ne disposent pas des infrastructures suffisantes. Or ils arrivent les premiers et occupent l'espace ; cette problématique exige un contrôle de la durée d'occupation des places.

Jean-Philippe DARBOUR considère que le débat est souvent résumé à la nécessité de créer des places supplémentaires. Or, selon lui, l'essentiel consiste plutôt à s'assurer que 10 % à 20 % des places sont disponibles à tout moment.

Enfin, Jean-Philippe DARBOUR fait observer que l'hypercentre d'une ville classique mesure 400 mètres sur 400 mètres et attire tous les publics. 3 à 4 minutes suffisent pour s'y rendre à pied pour une personne résidant à moins de 200 mètres et 10 minutes pour quelqu'un habitant à 500 mètres. Mais, ainsi que le souligne Jean-Philippe DARBOUR, il importe que le cheminement soit de qualité, faute de quoi les habitants utiliseront leur voiture.

Danièle VULLIET estime que la concertation et la pédagogie constituent deux autres points importants : certaines villes ont décidé de prévenir les fautifs en apposant des papillons avant la verbalisation définitive (Grenoble). D'autres comme Chambéry, Dijon ou Paris par exemple, ont conduit une communication dynamique (publications de guides résidents ou brochures stationnement) permettant d'aller à l'encontre des idées reçues. La hiérarchisation des usages, la communication, enfin le suivi des mesures pour corriger les difficultés sont essentiels dans une politique de stationnement.

Jean-Philippe DARBOUR fait remarquer que toute politique de stationnement doit être portée politiquement, contribuer à la hiérarchisation des usages et s'accompagner de surveillance et de répression.

Teddy FOLLENFANT observe que les parcs de stationnement sont désormais bien éclairés, propres et que les certains promoteurs, comme Vinci Park, fournissent même des parapluies pour attirer les clients.

Selon Patrick JOURDAN, fournir des services au client permet de mieux faire accepter le coût du stationnement. Les parkings de Vinci Park s'efforcent de fournir un sas paisible entre la circulation et les achats.

Ainsi que l'explique Patrick JOURDAN, Vinci Park est très attentif à la segmentation des usages et des besoins. Il est convaincu qu'une offre segmentée et élaborée permettra de résoudre les problèmes de stationnement. A son sens, les professionnels du stationnement souhaitent assurer à chaque habitant une offre personnalisée : Genève offre un parcours de mobilité selon le code postal, proposant des réductions sur les transports en commun appropriés aux abords des parkings proches, mais réprimant le stationnement interdit par des amendes prohibitives.

Patrick JOURDAN indique que Vinci Park espère recueillir des historiques de fréquentation grâce à la technologie utilisée pour les badges d'autoroute ; cela permettra notamment de mieux connaître la clientèle. Ce professionnel du stationnement cherche en outre à contribuer aux orientations des politiques de la ville ; le stationnement pourrait ainsi intégrer le péage de centre-ville et les interconnexions avec les transports publics. D'ores et déjà, la seconde génération de parcs-relais offre désormais des services pour les pendulaires, comme un pressing ou une crèche. Vinci Park travaille également à la compatibilité monétique, notamment pour que le système Navigo puisse servir de support de paiement.

Patrick JOURDAN souligne par ailleurs que les difficultés de stationnement limitent l'usage des deux-roues en ville ; Vinci Park participe aux appels d'offres dans ce domaine. Par ailleurs, cette société envisage d'implanter, dans quelques années, des espaces de stockage pour les livraisons de petits colis une fois que certains espaces auront été libérés. Enfin, Vinci Park participe à la popularisation du covoiturage, notamment en accueillant des véhicules effectuant des trajets partiels.

Un film court sur les initiatives prises à Suresnes est diffusé.

Un participant, responsable du pôle Managers de ville à la CCI de Versailles, fait observer que peu de pistes explorent actuellement la fourniture d'offre de stationnement aux salariés par leurs employeurs.

Jean-Philippe DARBOUR répond que les plans de déplacement en entreprise ou en administration peuvent donner lieu à une réflexion de ce type. Les employeurs peuvent également contribuer à faire connaître

les différents modes de transport disponibles. En tout état de cause, il semble impossible, selon Jean-Philippe DARBOUR, que tous les usagers potentiels continuent à utiliser l'espace de stationnement comme bon leur semble.

Patrick JOURDAN estime qu'on perçoit souvent mal pourquoi un pendulaire passant l'essentiel de son temps dans le centre-ville se trouverait en bout de chaîne pour l'occupation de l'espace.

Selon Jean-Philippe DARBOUR, l'usage de la voiture pour se rendre à proximité de son lieu de travail ne peut plus être considéré comme un droit, mais une possibilité que chacun tâche d'exploiter au mieux.

Danièle PATIER estime que les parcs proposés en périphérie ne doivent pas non plus fermer trop tôt.

Christophe RIPERT signale que trois espaces logistiques ont été créés dans des parkings parisiens : ils constituent une alternative intéressante mais soulignent eux aussi la difficulté de proposer des tarifs suffisamment attractifs pour faire revenir la logistique dans les centres-villes.

Patrick JOURDAN rétorque que les coûts de ce type font l'objet de convention en accord avec la collectivité. Il ajoute que certains parcs de centre-ville n'ont pas encore été amortis mais estime que la situation s'améliorera avec le temps.

Jean AUBOIROUX constate que deux communes de 17 hectares peuvent compter entre 1 et 17 parkings : à son sens, tout est donc affaire de volonté politique. Seules 324 voitures électriques sont mises en circulation chaque année : ce fiasco dénote, selon lui, le manque d'imagination des dirigeants.

Clôture de la matinée à 13h30 pour le déjeuner.

Le dernier kilomètre de livraison

Table ronde :

Gérard VARGAS, Directeur général adjoint de la CRCI de Rouen

Philippe BOSSIN, Directeur Interface –Transport

Claude SAMSON, Directeur de SAMADA (Monoprix)

Gilles MANUELLE, Directeur de La Petite Reine

Jean-Rémi BERNARD, Chef de projet pour Chronopost

Teddy FOLLENFANT demande aux intervenants de ne pas aborder uniquement problématiques propres aux très grandes villes et d'évoquer aussi les villes moyennes, où les solutions sont parfois plus faciles à mettre en œuvre.

Un court film mentionnant des expériences menées sur le dernier kilomètre est diffusé.

Gérard VARGAS indique que la ville de Rouen souffre d'une configuration géographique contraignante : les rues y sont étroites et l'agglomération ne bénéficie pas encore d'un contournement. Le trafic de transit passe donc encore par le centre. Il indique que la CCI de Rouen a bénéficié de plusieurs éléments positifs, notamment de son travail dans le cadre du programme Predit 2 entre 1996 et 2000. La CCI facilite par définition les relations entre les différents acteurs ; or l'agglomération souhaitait en outre développer le transport TEOR pour soulager le trafic.

Dans le cadre de Predit 2, ont été initiées des études pour parvenir progressivement à un consensus au moment de l'arrivée de TEOR et proposer des solutions de livraisons facilitant les livraisons en ville durant les travaux sur l'axe TEOR. Des questions pratiques ont ainsi été abordées, ayant notamment trait aux capacités de livraison. La modélisation de l'arrivée de marchandises, actualisée en 2006, a facilité l'accord entre élus et commerçants. En outre, deux Espaces de Livraison de Proximité (ELP), cofinancé par l'Ademe, la Communauté d'agglomération, la Ville et la CCI de Rouen, ont été installés pour accueillir les transporteurs, faciliter les livraisons grâce aux voltigeurs. Cet effort est en train d'être poursuivi, dans un second temps, en développant un projet de mini plate-forme en centre-ville, qui ouvre des perspectives pour la gestion du dernier kilomètre de livraison.

Les facteurs de réussite majeurs ont selon Gérard VARGAS été d'une part le développement d'une habitude de concertation entre acteurs et d'une volonté commune d'aboutir à un résultat positif, et d'autre part la sensibilisation des élus et la démonstration aux commerçants de l'importance du dernier kilomètre. Une réduction de la pollution sur la ville, une diminution des accidents, un meilleur partage entre espace public et piétonnier des rues rouennaises ont été constatés.

Thierry COLOMB, Manager de centre-ville à Chambéry, indique que le métier de manager de centre-ville n'a pas encore été clairement défini : toutes les personnes qui l'exercent n'ont pas le même rayon d'action. Ils travaillent sur le centre-ville, dans sa diversité.

La Métropole de Chambéry travaille aujourd'hui sur la problématique des marchandises sortantes, qui porte sur le portage des colis à domicile ou sur un lieu désigné, parking souterrain ou gare de bus. Ces services servent une population vieillissante, soutiennent le commerce et l'artisanat de proximité et bénéficient aux plans de développement urbains. Cette perspective permet de servir les causes de tous les acteurs impliqués.

Philippe BOSSIN rappelle que le cabinet Interface était soutenu par une forte volonté politique affichée par la municipalité de Chambéry, et que ses membres se sont vite rendus compte qu'il n'était pas forcément besoin d'imaginer des solutions complexes. La taille de la ville et le volume des colis ne permettaient pas de justifier la création d'une plate-forme logistique comparable à celle de La Rochelle, et il appartenait au cabinet de souligner qu'un tel projet ne pouvait être rentabilisé. Philippe BOSSIN note que les collectivités se sentent désormais comme légalement obligées de s'occuper des marchandises, mais compare cette problématique à une boîte de Pandore : ce dossier ne peut être refermé quand il a été ouvert.

Il ajoute que les marges de progrès étaient significatives à Chambéry, notamment à long terme, et rappelle que les efforts entrepris à Rouen l'ont été sur une dizaine d'années. Il considère par ailleurs que toutes les villes gagneraient à employer un manager de centre-ville voire, comme à Paris, un manager de rue.

Teddy FOLLENFANT demande quels éléments sont nécessaires à la réussite d'une telle démarche, au-delà de la volonté politique.

Philippe BOSSIN répond que cette donnée est essentielle pour définir un référentiel d'objectifs et développer le nécessaire apprentissage de la concertation : la puissance publique est souvent critiquée en bloc par les acteurs économiques et les élus connaissent peu le fonctionnement des entreprises de transport.

Teddy FOLLENFANT demande quel type de frein est, selon Philippe Bossin, le plus handicapant.

Celui-ci répond que les intérêts divergents, parfois au sein d'une même institution, et les problèmes de découpage de compétences entre communes et vis-à-vis d'une communauté d'agglomération posent souvent problème. Il note que la politique des transports ne relève pas toujours de la même instance que le PDU ou que l'apposition de peinture au sol, et que ces subtilités de compétence restent généralement incompréhensibles pour les transporteurs. Le guide technique qui a été produit pour le Grand Lyon a été validé politiquement et techniquement mais les conseils de quartier n'en avaient pas eu connaissance : la complexité de l'action d'une collectivité repose parfois sur un simple courrier interne.

Gérard VARGAS considère que la démarche revient à transformer un certain nombre de problématiques particulières pour trouver une solution globale, en partant du principe que les oppositions ne naissent pas d'une rivalité mais d'une perception insuffisante des problèmes des autres.

Claude SAMSON indique que la plupart des 300 magasins Monoprix sont aujourd'hui situés en centre-ville. Il juge essentielle la prise de conscience par chacun de l'intérêt collectif mais rappelle qu'il existe des enjeux spécifiques liés aux volumes traités : deux à trois camions par jour doivent livrer les magasins dans des conditions d'accès souvent compliquées, ce qui contraint la Samada à assumer ses responsabilités dans la collectivité.

Le «dernier kilomètre» couvre une distance importante pour la Samada, dont les plateformes logistiques sont situées en périphérie des villes, ce qui implique des problèmes d'accès des agglomérations. Si les tramways sont très appréciables pour les habitants, leur construction empêche de livrer dans des conditions normales. Ce type de sujet démontre l'importance de la concertation, or de nombreuses villes, souvent petites ou moyennes, ne pensent pas selon Claude SAMSON à consulter les entreprises concernées en amont, contrairement à Paris ou Lyon par exemple. Les problématiques de la livraison de marchandises diffèrent de celles de la livraison de colis. Les clients des magasins Monoprix sont aussi leurs riverains : si les livraisons sont trop bruyantes, les magasins perdent des clients, ce dont il faut tenir compte.

Claude SAMSON prend note des efforts accomplis pour harmoniser les réglementations, mais rappelle que les différences d'une commune à l'autre posent aussi des problèmes difficilement surmontables, notamment dans l'agglomération parisienne. La taille des véhicules autorisés à entrer en centre-ville a fait l'objet de nombreuses discussions, qui ont abouti à Lyon comme à Paris à une norme de surface au sol commune.

Si l'action publique peut se permettre d'adopter un horizon à 10 ans, une entreprise comme Monoprix, entreprise privée, se doit d'agir dans des délais plus rapprochés. Monoprix mène ainsi une expérience d'acheminement dans Paris par voie ferrée prolongée par des camions au gaz (GNV) ; la livraison par ce biais devra générer des surcoûts de 30 % à 40 %, mais cette expérience permet d'anticiper le fait que les collectivités seront bientôt contraintes de limiter fortement l'entrée des camions dans le cœur de l'agglomération. C'est pourquoi Claude SAMSON juge nécessaire qu'un soutien soit apporté à ces expériences, or les collectivités locales connaissent mal ces problématiques.

Le bruit constitue un problème de premier ordre à Paris : aux heures où la circulation est la moins dense, les habitants dorment. Les aires de livraison étant souvent éloignées des magasins, Monoprix a identifié atténuant le bruit qui peut être installé sur le parcours des tire-palettes et des engins de manutention

des revêtements atténuant le bruit, mais l'entreprise ne sait cependant pas toujours avec quel interlocuteur elle doit se mettre en rapport pour assurer la pose de ces matériaux.

Teddy FOLLENFANT rappelle qu'un très bel exemple de magasin intégré a été développé à Angers.

Claude SAMSON indique que ce magasin a été classé HQE, une norme certifiant sa haute qualité environnementale. Le magasin est situé en plein centre ; pour ne pas gêner la circulation, une entrée de réception a été aménagée en sous-sol. L'architecte a malheureusement placé un poteau au milieu de l'entrée, ce qui empêche les camions d'accéder à la réception.

Gilles MANUELLE indique que la société La Petite Reine, qui a été fondée en 2001 et emploie 45 personnes, s'est constituée en proposant à différents opérateurs de déposer chacune de leurs livraisons mono produit, hors des heures d'affluence, dans un espace de stockage. Ses véhicules, d'une capacité de 200 kilogrammes de charge, sont beaucoup plus adaptés, économiquement et en terme d'environnement, à la circulation en ville que des véhicules de 3,5 tonnes, qui d'ailleurs transportent généralement moins de 100 kilogrammes. Cette entreprise demeure à l'heure actuelle indépendante, par choix, mais doit répondre à une très forte demande. Après l'expiration de son partenariat avec la Ville de Paris en 2005, elle a été sollicitée par Bordeaux et Rouen. La Petite Reine utilise des cargocycles, répertoriés comme des cycles, auxquels la réglementation et la circulation sont plus favorables.

Teddy FOLLENFANT suggère aux élus présents de s'adresser à Gilles MANUELLE à la fin de la réunion.

Gilles MANUELLE indique qu'à Rouen et à Dijon, La Petite Reine a été sollicitée par les collectivités avant de l'être par des clients.

Jean-Rémi BERNARD dirige une équipe mise en place par Chronopost pour réfléchir aux modes de transport à adopter en centre-ville, et qui a notamment imaginé le Chrono-city, destiné aux zones piétonnes et introduit dans des villes de tailles variées, d'Aix-en-Provence à Paris. Jean-Rémi BERNARD indique qu'un véhicule spécifique est utilisé Montpellier depuis l'adoption d'un arrêté limitant l'accès du centre aux véhicules de type fourgon électrique ou triporteur. Chronopost recourt également à d'autres véhicules propres, roulant au GLV ou au GPL ; l'offre est cependant limitée sur les 3,5 tonnes.

En termes d'organisation, Chronopost est en mesure de créer des espaces logistiques urbains propres sur les villes moyennes ou grandes, et dispose alors de diverses antennes en périphérie et d'une autre en centre ville, dotée de véhicules propres. Un tel espace a été ouvert à Toulouse et celui de la Concorde a ouvert en juin 2005. Ces espaces sont élaborés en partenariat avec les collectivités : en travaillant de la Concorde, la massification des flux permettra à Chronopost de réduire de 80 % ses émissions de CO₂.

En réponse à Teddy FOLLENFANT, Claude SAMSON indique que Monoprix a dressé son bilan carbone, et que le train qu'il a mentionné précédemment pourra être accueilli par deux plateformes, l'une à Bercy, l'autre au Nord-est, près du boulevard Mac Donald. Ce projet évitera chaque année à 10 000 camions de rentrer dans Paris.

Teddy FOLLENFANT recommande à l'assistance, au sujet des émissions de gaz à effet de serre, de visionner le film d'Al Gore, *Une vérité qui dérange*.

Un dirigeant d'une société de transport indique que l'industrie des transports est sectorisée, et différencie les transports de 0 à 50 kilogrammes, ceux de 50 à 500 kilogrammes, ceux de 1 à 6 palettes et ceux qui se comptent en camions. Chaque secteur est confronté à ses propres problématiques de livraison. La Petite Reine ne fournit des solutions qu'au premier secteur ; pour cet intervenant, la massification semble cependant représenter une solution pour tous les dimensionnements.

Philippe BOSSIN rappelle que La Rochelle est connue pour avoir établi un centre de distribution urbain pour réduire le trafic. La Petite Reine part du même postulat en s'appuyant sur le principe de la mutualisation des transports.

Le manager de centre-ville de Poitiers demande quelle place occupent les managers dans les organigrammes des collectivités.

Teddy FOLLENFANT répond qu'ils n'y figurent pas.

Un participant précise que les managers sont couverts par un statut différent d'une ville à l'autre, et peuvent être contractuels de la commune ou salariés par les commerçants.

Sandra JOVER, manager de centre-ville de Cergy Pontoise, ajoute que leur poste peut également faire l'objet d'un partenariat entre la CCI et la commune.

Pour Teddy FOLLENFANT, il est essentiel de veiller à ce que les professionnels puissent savoir à qui s'adresser.

Un intervenant note que tous les managers de centre-ville ne sont pas désignés par le même titre.

Un participant remarque que les problématiques propres à certaines professions, notamment les acteurs du bâtiment ou les déménageurs, n'ont pas été abordées, et signale qu'à La Rochelle, une camionnette-atelier a été mise à leur disposition.

Un autre participant confirme que les artisans sont mal pris en compte dans les PDU. L'Ademe a récemment commandé une étude sur les flux des marchandises dus aux artisans.

Selon Teddy FOLLENFANT, ces thèmes devront être abordés lors de prochaines assises.

Un représentant de la Ville de Paris indique que 95 % des matériaux de construction entrent dans Paris par voie fluviale : plusieurs projets se sont avérés performants.

Pierre DUTEUIL, Manager de centre-ville de Valenciennes, demande qui est responsable d'un chargement entre la plateforme et le pas de porte du commerçant quand le contrat de livraison ne spécifie pas la responsabilité du livreur.

Philippe BOSSIN répond que ce point a été débattu il y a dix ans à La Rochelle à partir des questions posées par les commerçants. Les commerçants sont rarement définis comme donneurs d'ordre dans leur contrat de transport ; le transporteur est donc juridiquement responsable du produit jusqu'à leur porte. La mise en œuvre de la plate-forme à La Rochelle n'a occasionné qu'une seule plainte pour un retard de livraison ; il est apparu que ce retard était imputable à un transporteur qui n'utilisait pas la plate-forme ! Ce type d'initiative ne change donc rien pour les commerçants. Comme cela est déjà fréquemment le cas le transporteur de premier rang recourt à un sous-traitant pour exécuter la livraison finale. Dans le cas où la collectivité souhaite porter l'exploitation de la plate-forme les choses sont plus compliquées. En effet, l'exploitant, s'il effectue le transport, doit être inscrit au registre des transporteurs ; ce que la collectivité peut difficilement faire.

Déplacements : nouveaux services de transport en commun et innovations de transport à la carte (vélo, navette, véhicule en libre service...)

Table ronde :

Cédric LEWANDOWSKI, Directeur des Transports et Véhicules Électriques chez EDF

Jacques MOLLARD, Directeur général des services techniques pour la Rochelle

Monique BOE, Conseiller Municipal de Bayonne

Isabelle RIVIERE, Responsable du Développement Territorial à la RATP

Albert ASSERAF, Directeur Stratégie, Études et Marketing chez JC Decaux

Un film présentant divers services novateurs est diffusé.

Teddy FOLLENFANT a été informé par le Ministre des Transports de l'organisation, en 2008, des 24 heures des voitures propres, mettant en compétition tous les véhicules répondant à ce critère, quel que soit le carburant choisi.

Cédric LEWANDOWSKI explique que depuis les années 70, EDF travaille en partenariat avec les industriels du secteur et les collectivités locales au service de la promotion du transport électrique, du deux-roues jusqu'au train. Il a le sentiment qu'aujourd'hui les progrès réalisés en matière de stockage d'énergie rendent possible une relance de la voiture électrique. Selon Cédric LEWANDOWSKI, celle-ci répond aux inquiétudes naissant des tensions sur les marchés des hydrocarbures, puisque sa consommation ne coûte qu'un euro pour 100 kilomètres, et aux préoccupations environnementales. Elle offre des avantages en termes de silence et n'émet aucun gaz polluant, ni réglementé. Elle produit, par ailleurs, très peu de CO₂ (15 à 20g CO₂/km).

Cédric LEWANDOWSKI indique que si les transports électriques offrent de la mobilité dans tous les domaines, tous ne se valent pas ; EDF se tient à la disposition des collectivités locales pour étudier en toute honnêteté les différentes possibilités. A titre d'exemple, Cédric LEWANDOWSKI signale que l'alimentation par le sol du tramway de Bordeaux s'est avéré une très belle réussite technologique : s'il a suscité des doutes à l'origine, il obtient aujourd'hui 99,5 % de satisfaction auprès des usagers.

La France devra réexaminer l'intérêt des trolleybus, abandonnés au profit du tramway pour des raisons esthétiques, mais économiquement et écologiquement très intéressants.

Dans le domaine du bus électrique, l'offre est malheureusement réduite. EDF travaille à son développement avec les industriels, et propose notamment une navette de 22 places, qui fonctionne remarquablement bien et offre un rapport différent à la mobilité qu'un bus classique.

Cédric LEWANDOWSKI cite également la réussite de Toyota Prius à motorisation hybride, qui montre que la mobilité est en passe d'évoluer fortement. Deux industriels français figurent parmi les plus avancés au monde, BatScap, filiale du Groupe Bolloré et d'EDF, et SVE, filiale du Groupe Dassault et Heuliez. Le premier cité offrira à partir de l'an prochain un véhicule de centre-ville dont EDF est partenaire. L'expérimentation du second projet, la Cleanova 2, en cours actuellement donne des résultats satisfaisants.

Cédric LEWANDOWSKI ajoute que l'objectif des deux est de pallier les problèmes traditionnels du véhicule électrique : le manque d'autonomie, l'absence de puissance et l'effet mémoire lors du rechargement de la batterie.

Au titre des actions menées par le groupe EDF, Cédric LEWANDOWSKI cite enfin l'installation des petits trains électriques peu polluants comme au Bois de Vincennes et une navette fluviale à La Rochelle, ville qui, selon Cédric LEWANDOWSKI, demeure le paradis des expérimentations.

Teddy FOLLENFANT fait observer que les firmes Bolloré et Dassault ont investi beaucoup d'argent dans leurs projets, mais en l'absence de volonté politique et d'initiative des constructeurs, Serge Dassault a annoncé qu'il y mettrait un terme d'ici à deux ans si rien n'évoluait. Par ailleurs, il lui semble que certains constructeurs ne semblent pas encore croire à l'avenir de la motorisation hybride.

Cédric LEWANDOWSKI convient de ce que Teddy FOLLENFANT soulève un paradoxe des plus flagrants : Bolloré et Dassault sont les plus avancés au monde sur ces projets mais se heurtent à une grande prudence des constructeurs français. EDF a malgré tout de bons espoirs que les choses évoluent.

Jacques MOLLARD rappelle que plusieurs projets ont déjà été cités concernant La Rochelle. A son tour, il évoque donc le dispositif mis en œuvre pour les livraisons. A La Rochelle, il a été convenu par exemple que les livraisons de farine, pour les boulangers, pouvaient se faire tôt le matin à bord de camions de grosse contenance. La municipalité a également décidé de mettre un terme au ballet des camions de taille plus modeste en installant une plate-forme logistique aux portes de la ville. Auparavant, ainsi que l'explique Jacques MOLLARD, du fait de la concurrence commerciale, 55 camions rentraient une ou plusieurs fois par jour dans l'hyper-centre. On a relevé, entre autres aberrations, que 15 camions différents desservaient une même enseigne, pour 1 à 6 colis chacun. Ce contresens économique et écologique ne pouvait durer.

Jacques MOLLARD indique que la Municipalité a consulté la CCI trois ans avant le lancement de la plate-forme ; il lui est apparu indispensable de soutenir concrètement, financièrement et par ses moyens de communication cette initiative. L'aide municipale a décliné au fur et à mesure de la réalisation du projet, si bien que l'essentiel du surcoût pour les colis est aujourd'hui payé par les transporteurs, qui profitent du fait qu'ils ne sont plus amenés à circuler en centre-ville. Jacques MOLLARD ajoute que la plate-forme logistique a développé divers services annexes. Elle propose ainsi un service de l'après-midi pour les petits volumes, une offre de stockage intermédiaire et des transports spécifiques : les fleuristes se sont ainsi concertés pour confier leurs fleurs à des berlingos frigorifiques d'ELCIDIS.

Monique BOE rappelle que sa ville bénéficie d'un centre-ville sauvegardé. Les conditions patrimoniales exigent donc que la voiture soit bannie du vieux centre. La municipalité a donc décidé de mettre en place des navettes, ce qui a nécessité de revoir la problématique de stationnement. Des parcs de stationnement ont donc été construits à l'extérieur de la ville ; ils sont reliés aux commerces par des navettes qui, ainsi que le signale Monique BOE, ont rencontré un franc succès, puisque 600 000 usagers les fréquentent chaque année, trois fois plus qu'attendu par l'opérateur.

Monique BOE explique que le succès du projet tient à la collaboration des différents acteurs (opérateur, EDF et la Ville). Une campagne de communication a précédé le lancement du projet. A ce jour, les navettes orange vif remportent un véritable succès : aisément repérables et conviviales, elles sont très appréciées des habitants de Bayonne.

Isabelle RIVIERE rappelle en préambule au nom de la RATP, pour rectifier une information erronée donnée le matin, de bien vouloir excuser l'Entreprise RATP pour la gêne qu'ont pu rencontrer certains congressistes se rendant, par le RER Ligne B, aux Assises Nationales de Centre Ville en Mouvement, à Sceaux. Elle précise que ces perturbations étaient indépendantes de la bonne volonté de l'Entreprise puisqu'il s'agissait, malheureusement, d'un accident grave de voyageur, qui plus est à Denfert-Rochereau, ce qui ne facilitait pas les possibilités de détour.

La RATP a décidé de se déconcentrer pour mieux se mettre au service des collectivités et des entreprises et ainsi, assurer une présence sur chaque territoire d'Ile-de-France. En effet, la RATP assure un service de base conséquent en Ile de France avec ses 2 lignes de RER, ses 14 lignes de métro, ses 2 lignes (bientôt 3) de tramway et près de 340 lignes d'autobus pour un trafic journalier de près de 10 millions de voyages par jour pour l'ensemble du réseau.

Mais au-delà de ce réseau structuré sur la partie agglomérée de la Région Ile de France, il est important de relever que la RATP exploite un peu plus de 60 dessertes de proximité dont une trentaine de services urbains offrant ainsi de la diversité et de la complémentarité par rapport au réseau de base.

Il en résulte :

- des prestations « sur mesure »,
- de la complémentarité et de l'intermodalité vis-à-vis des réseaux structurants,
- des dessertes fines au service de la mobilité (en centre ville, pour des parcs d'activités, pour des liaisons locales intercommunales).

Et à ce titre, le Groupe RATP est prêt à accompagner tous porteurs de projets pour répondre à leurs besoins. Ainsi, à titre d'exemple, à Asnières, à la suite de réflexions sur les liaisons et connexions avec d'autres modes de transport dits « lourds », la RATP travaille avec un promoteur pour acheminer les salariés d'un espace peu desservi, par le biais de navettes conduisant au Métro et au RER aux heures de pointe. En dehors de ces horaires, un service à la demande est assuré. Il en résulte que les parkings du site d'activités sont aujourd'hui, pour une grande part, inoccupés : les salariés utilisent les transports en commun.

Par ailleurs, pour répondre à ces besoins de dessertes de proximité, avec d'autres partenaires, la RATP a accompagné la société Gruau pour développer le « MICROBUS », un matériel innovant ; en terme d'accessibilité, de flexibilité, de modularité, de chaîne énergétique ; bien adapté aux dessertes de centre ville, de zones semi piétonnes. Aujourd'hui, la RATP a mis en œuvre, avec un personnel dédié, cette offre de transport par Microbus sur le service urbain de Malakoff (Hauts-de-Seine), un service très apprécié pour la proximité qu'il offre.

De la même manière, le Groupe RATP a développé des services de transport particulièrement adaptés aux petits flux de déplacements en privilégiant les véhicules propres et de petites dimensions, accessibles aux personnes à mobilité réduite, notamment au travers de sa filiale Mobicité (Montreuil (93), Carcassonne, Aix en Provence, Sables d'Olonne (pour certains d'entre eux, sur certaines périodes de l'année)).

Dans le même sens d'idées des déplacements spécifiques ou de proximité, le Groupe RATP propose des solutions de mise à disposition de vélos et de gestion/sécurisation de parkings à vélos (Roue Libre), assure des exploitations de transports de personnes à mobilité réduite (FlexCité) et enfin, travaille à la conception de services de navettes fluviales avec EDF, l'Ademe et le STIF.

Isabelle RIVIERE précise que cette présentation succincte illustre la diversité des services que le Groupe RATP peut offrir en terme de transports de personnes, avec le souci prégnant de l'adaptation au contexte local et ce, à côté de son image de transporteur de gros flux de voyageurs.

Elle souhaite terminer son propos en évoquant une notion importante qu'est l'information voyageurs en temps réel pour faciliter la mobilité des populations, même dans le contexte des centres-villes. Ainsi, la RATP a développé - en sus de la borne d'information urbaine « URBAM » dès à présent bien connue - un service embarqué d'informations voyageurs sur écran, sous le nom de « DILIDAM » - « le bus (ou métro) communicant ». Sur des écrans plats embarqués, le voyageur/client peut découvrir les éléments suivants :

- des informations intermodales en temps réel : les prochaines stations, le temps de trajet à prévoir, le plan de quartier, les correspondances accessibles le long de l'itinéraire avec les temps d'attente des prochains bus, métros, RER, l'état général du réseau ;
- des informations sur l'activité des quartiers traversés grâce à la géolocalisation des véhicules : informations culturelles, sportives, commerciales ou pratiques ;
- des programmes d'information et de divertissement, en images muettes sous titrées, en partenariat avec la chaîne LCI (information, météo, vie pratique, ...) ;
- des modules documentaires de courte durée.

De plus en plus, les voyageurs souhaitent obtenir une information en temps réel. « DILIDAM » répond à cette attente avec une richesse et une « personnalisation » très poussée, en diffusant des informations dont la programmation n'est pas établie par avance mais qui est créée en fonction du lieu, du moment et des événements qui se produisent dans l'environnement notamment, à l'égard des autres modes qui croisent la ligne équipée de « DILIDAM ».

Enfin, de la même manière, dans un souci de mieux informer les voyageurs en temps réel, les agents chargés de l'exploitation sur le réseau peuvent disposer de PDA ayant la capacité ainsi de donner un état des lieux précis en cas d'incidents d'exploitation sur la ligne voire sur le réseau de transport.

Pour conclure, au-delà du transport de masse bien connu en région parisienne assuré par la RATP, Isabelle RIVIERE ajoute que la RATP est également capable de s'adapter aux besoins locaux qui relèvent plus de la dentelle que de la grande maille et elle est prête à accompagner sur ce terrain les participants qui le souhaitent, avec un esprit de professionnalisme et de partenariat. Cédric LEWANDOWSKI ajoute que ce projet devrait être inauguré mi-2007.

Teddy FOLLENFANT observe que le système de mise à disposition de cycles installé par JC Decaux derrière la gare de Lyon-Perrache rencontre un succès fou.

Albert ASSERAF explique que des études ont montré que les Lyonnais étaient de plus en plus sensibles au respect de l'environnement. Par ailleurs, ils sont demandeurs de moyens de transport plus efficaces avec des plages horaires plus étendues. C'est dans ce contexte qu'est né le projet Vélo'v. Albert ASSERAF souligne qu'un tel programme doit être ouvert à tous, ce qui exige qu'il soit pratique, que le paiement puisse s'effectuer par carte bleue ou via une carte de transport, que le coût pour l'utilisateur soit acceptable (5 euros par an et première demi heure d'utilisation gratuite) et que des stations soient disposées tous les deux à trois cent mètres. Il importe en outre que le système soit suffisamment bien régulé pour que chaque utilisateur puisse trouver une bicyclette à son arrivée à la borne, et un espace pour le déposer à la fin du trajet. Ainsi que le fait observer Albert ASSERAF, il convient enfin de garantir aux usagers des vélos sécurisés et en parfait état.

Albert ASSERAF se félicite de ce que Vélo'v a remporté un vif succès dans le Grand Lyon ; c'est devenu un nouveau mode de transport, utilisé non seulement pour les loisirs mais aussi par les actifs.

Un intervenant ajoute qu'une étude quantifiera bientôt la reconquête de l'espace public par les vélos privés que ce dispositif a favorisée.

Questions de la salle

Jean-Pierre LEHMANN, Président de la Fédération Nationale des Centres-villes, se dit partisan de ce dispositif. Cela étant, il s'étonne de ce que JC Decaux n'ait fait aucune difficulté pour répondre à un appel d'offres prévoyant que les usagers ne paient, en pratique, pas la location des bicyclettes.

Albert ASSERAF répond que le Vélo'v n'induit aucun coût à la municipalité qui concède seulement les espaces publicitaires. Si la taille de la commune ne permet pas au projet d'atteindre une taille critique, la municipalité consent un apport permettant de couvrir l'investissement.

Un participant note qu'à Marseille, 50 % des coûts du dispositif sont couverts par la Ville ; en d'autres termes, 50 % de concitoyens paient pour un système utilisé par 10 % des habitants seulement.

Albert ASSERAF explique que la surface publicitaire n'assurait pas une couverture suffisante à Marseille ; la Ville a donc versé un complément.

Monique BOE fait observer, pour sa part, que le financement du projet de navette dans sa ville, Bayonne, a été réparti entre la Ville, la Communauté d'agglomération et le Syndicat des Transports. Ce dernier a assumé la moitié des 600 000 euros du projet, chaque autre entité en finançant un quart. La Ville a en outre aménagé la voirie, une fois pour toute, et a installé un local servant à recharger les batteries en plein cœur du système ; ce dernier a coûté 200 000 euros. Enfin, la Commune a mobilisé 20 000 euros au service de la campagne de communication.

Un intervenant regrette que les questions soulevées par les taxis à Paris et dans sa périphérie n'aient pas été abordées.

Teddy FOLLENFANT répond qu'elles seront traitées lors des prochaines assises.

Synthèse de l'atelier

Danièle PATIER

Chercheuse au LET et Vice-présidente de Centre-ville en Mouvement

Danièle PATIER indique que ces vastes sujets seront traités dans le cadre des recherches futures. L'étude concernant les artisans, dont les problèmes n'ont pas été suffisamment pris en compte du fait de leur complexité, sera approfondie, et évoquée lors de prochaines assises. Danièle PATIER se déclare ravie du succès de ce pôle et en attente des suggestions de chacun pour l'améliorer.

Le pôle déplacements, livraisons et stationnement s'achève à 17 heures.

Synthèse de la journée

Claude GRESSIER

Président de la section Economie au conseil général des Ponts et Chaussées,
Vice-président de Centre-Ville en Mouvement

Claude GRESSIER constate tout d'abord que les communes de centre-ville et les centres-villes eux-mêmes ont connu une détérioration de leur vitalité. Un second constat force à reconnaître qu'ils bénéficient d'une tendance de revitalisation, mais celle-ci demeure fragile et incertaine. Un troisième constat, enfin, le conduit à souligner que chaque pôle a abordé les mêmes sujets : il ne s'agit donc pas de trouver des solutions sectorielles pour chaque sujet, mais bien d'appréhender un problème global. Ceci suppose une volonté politique forte.

Claude GRESSIER indique qu'entre 1985 et 1995, Roubaix a enregistré la perte de 30 000 mètres carrés de commerces ; 270 commerçants avaient fermé. La création d'une ZAC, qui visait à faire précéder l'investissement privé d'investissements publics, a entraîné :

- une réhabilitation de l'espace public ;
- la création de 4 800 places de parking ;
- une attention portée à l'habitat et au ravalement des façades.

Cette ZAC compte aujourd'hui, outre un hypermarché avec galerie commerçante, 40 autres commerces.

I. Pôle reconquête commerciale et artisanale du centre-ville

L'extension des horaires ouvrables en centre-ville et la multiplication des familles recomposées ont fait décroître l'attraction pour les périphéries. Cependant, le centre-ville ne prospérera pas sur les décombres des grands commerces de périphérie, et encore moins sur la disparition des commerces dans les quartiers.

La principale question posée par ce pôle concernait le ciblage des « locomotives » du dynamisme des centres-villes ; il a finalement conclu qu'un équilibre devait être trouvé entre grandes enseignes et commerçants et artisans indépendants.

Les outils évoqués pour favoriser la reconquête commerciale et artisanale du centre-ville consistaient en une prise en compte par les différentes communes des possibilités données par les plans locaux d'urbanisme, un recours à la préemption publique pour remédier aux déséquilibres et la recherche de commerçants et d'artisans entrepreneurs. Enfin, les acteurs publics doivent anticiper très en amont les départs en retraite de ces commerçants et artisans.

II. Pôle déplacements, livraisons et stationnement

Claude GRESSIER rappelle que ce pôle a permis de rappeler que 50 % des marchandises transportées en ville le sont dans le coffre des voitures individuelles. Il a évoqué divers moyens pour rationaliser les livraisons, afin d'éviter des livraisons répétées par des véhicules de grande taille pratiquement vides.

Pour répondre à la problématique posée par le dernier kilomètre de livraison, plusieurs initiatives de points d'éclatement et de redistribution des marchandises ont été présentées.

Le recours à l'article 12 du Code de l'Urbanisme a en outre été évoqué comme un outil efficace mais trop peu utilisé par les collectivités.

Le pôle a également suggéré d'imposer la réservation de places dans les parkings d'immeubles pour les véhicules d'artisans qui y interviennent.

Le stationnement a fait l'objet de discussions approfondies. La demande de stationnement est aujourd'hui fragmentée et de plus en plus multiple : elle concerne les visiteurs, les pendulaires, les habitants ou encore les artisans. La disponibilité permanente de 10 % à 20 % des places est nécessaire pour assurer la rotation des véhicules.

Bayonne a instauré un système de parkings périphériques reliés au centre par une navette. A Genève, un système quelque peu rigide propose aux usagers pendulaires un pack transport personnalisé tenant compte de leur adresse de départ et de leur lieu de travail ; en contrepartie des avantages consentis, le stationnement en centre-ville est fixé à des tarifs prohibitifs. Peut-être ce modèle pourrait-il être adopté sous une forme plus douce.

Le dernier kilomètre a aussi été abordé sous la forme des déplacements individuels, notamment sous la forme de la flotte de vélos mis à disposition des Lyonnais. Ce type d'initiative s'inscrit dans la lutte contre l'effet de serre.

III. Pôle centre-ville, espace de vie

Claude GRESSIER cite l'exemple de la Wallonie, où un manager de centre-ville est chargé d'apporter une vision synthétique des enjeux ayant trait à l'espace public, aux commerces, à l'urbanisme et au logement, tout en tenant compte des problèmes culturels.

Il évoque par ailleurs un certain nombre de fonctions nouvelles, telles que les ouvriers urbains constituant des brigades anti-tags, ou des stewards urbains assurant un rôle de contact et de médiation sécurisant par exemple les personnes voulant circuler seules le soir sans pour autant placer un policier derrière chaque individu. Ils aident les enfants à traverser les rues et peuvent aider à porter des livraisons.

Le gouvernement wallon s'est ainsi fixé pour rôle de garantir le cadre de vie, de fournir des services et de répondre aux attentes des citoyens.