

## **« Entrées de ville : vitrines de nos centres-villes ? »**

*Participent à cette table ronde :*

Claudine GUIDAT, 1<sup>ère</sup> adjointe au maire de Nancy

François TRASSART, Directeur Grands projets de Carrefour Property

Vincent LEIGNEL, adjoint au maire de Dunkerque chargée de l'Urbanisme

François VUILLET-PETITE, DG du groupe Immobilière Frey

Patrick NICOLAS interroge les participants sur l'évolution des entrées de ville, leur utilité et la nécessité de les remettre en question.

Vincent LEIGNEL présente l'exemple de la périphérie de Dunkerque qui s'est beaucoup développée dans les années 70. La zone située à l'entrée du port est en pleine restructuration avec Frey afin d'apporter de l'architecture, de l'urbanisme, de la végétalisation et surtout de la mobilité vers les zones de centre-ville et d'habitation. Ces évolutions, dit-il, vont dans le sens du développement durable mais aussi du repositionnement de ces entrées de villes afin qu'elles deviennent des vitrines. Certaines zones vont évoluer vers autre chose que du commerce, comme du logement ou du tertiaire. Dunkerque a la chance d'avoir mis en place, dès les années 90, une charte d'aménagement commercial qui a permis de bien répartir les zones d'expansions sur l'ensemble de l'agglomération. Par exemple, un nouveau centre commercial est en cours de création sur la zone du Noort-Gracht, avec 35 000 m<sup>2</sup> de commerces et une Aréna sportive. Il sera occupé par des commerces alimentaires et des enseignes impossibles à installer en centre-ville, dans le domaine de l'équipement de la maison, notamment.

Patrick NICOLAS demande comment fonctionnent aujourd'hui ces zones périphériques d'un point de vue économique.

François TRASSART répond qu'on constate un phénomène d'appauvrissement de certains secteurs périphériques. De nouvelles opérations voient le jour, destinées à créer un ensemble cohérent, en regroupant mieux les moyennes surfaces et sur de meilleurs emplacements. Il semble qu'un cercle vertueux soit enclenché chez les opérateurs privés comme chez les enseignes. Mais se pose le problème des fonds de commerce, de la valeur des murs et des outils fonciers. L'idéal est que la collectivité anticipe ou, mieux encore, qu'elle soit en ligne avec une stratégie d'agglomération.

D'après François VUILLET-PETITE, depuis la fin des années 90, on constate une sensibilisation de tous les acteurs pour créer des parcs d'activités commerciales nouvelle génération, certains étant même imaginés par de grands architectes. Les zones construites dans les années 80-90, qui ressemblent à une accumulation de boîtes à chaussures, ne répondent plus aux attentes des consommateurs. Pour rester une destination commerciale forte, elles doivent être réaménagées, parfois agrandies.

Patrick Nicolas évoque la restructuration par le groupe Frey de l'Aire des Moissons, à Troyes, et demande quels sont les grands axes de ce projet.

François VUILLET-PETITE explique qu'il y avait une zone commerciale des années 80, mono-accès, avec de bonnes enseignes commerciales, entourée de terrains urbanisables. Mais urbaniser cette zone de 15 à 20 hectares risquait de déstabiliser les équipements. Une ZAC complète a donc été imaginée, pour laquelle il a fallu chercher un aménageur avec plusieurs casquettes pour réaménager l'équipement public existant, créer de nouveaux accès, détruire quelques bâtiments, développer la partie nouvelle, investir et gérer la ZAC. La requalification d'un montant de 12 millions d'euros ne pouvant être portée à 100 % par le privé, elle a fait l'objet d'un partenariat entre l'aménageur et le concédant. Quelques acteurs qui manquaient, comme Alinéa, ont rejoint la zone, le cahier des charges imposant une majorité d'équipement de la maison.

L'animateur pose la question des normes pour la restructuration de ces zones.

François TRASSART rappelle que le coût du foncier augmente, que les consommateurs sont plus initiés, qu'ils sont vigilants sur le coût de l'essence et sur l'aspect environnemental. Autant d'évolutions qui touchent des groupes comme Carrefour Property. Entrer dans une économie de projet n'empêche pas d'être vertueux. François TRASSART cite de l'exemple de la Chapelle-Saint-Luc, à côté de Troyes également, avec la problématique d'un quartier ANRU. Le magasin Carrefour qui y était installé était vieillissant, déserté, et commençait à nuire à l'image de l'enseigne et du site. Il a été décidé avec les élus de transférer le magasin 100 mètres plus loin. L'ANRU pourra ainsi se redéployer. Le nouveau Carrefour a une structure plus compacte, des parkings resserrés, et une galerie marchande avec de nouvelles enseignes utiles à la population du quartier. Le magasin y a gagné car il est plus ouvert sur les flux et il répond mieux aux besoins du quartier. Carrefour Property a aussi travaillé sur le boulevard urbain en cofinçant et en participant à la réalisation des espaces publics. La réflexion a été menée en partenariat avec les architectes de l'Etat et de l'ANRU.

Claudine GUIDAT souligne qu'en tant qu'élus, on ne peut que constater que ces entrées de villes ou d'agglomération manquent d'aménagement et d'organisation, avec un paysage urbain fortement défiguré. Les attentes d'aujourd'hui se portent vers des lieux de vie multifonctionnels en termes de commerces et de services, bien paysagés, et qui intègrent des fonctionnalités d'usages, y compris les modes nouveaux avec des bornes électriques et des drive. Ces zones en périphérie représentent des territoires à enjeux parce qu'elles concernent plusieurs communes. Claudine GUIDAT ajoute que passer aux PLU communautaires permettrait d'avoir une cohérence sur des territoires partagés par plusieurs communes.

L'animateur souligne qu'il est parfois difficile de se parler entre communes. Il demande quelles expériences de négociations au sein de l'intercommunalité a eu la ville de Dunkerque.

Vincent LEIGNEL rappelle que dans l'agglomération de Dunkerque, chaque commune faisait la chasse à l'enseigne. Le débat entre élus a été très tendu avant d'arriver à s'entendre. Il est important, souligne-t-il, que les élus reconnaissent la complémentarité entre centres d'agglomération et commerces de centre-ville. C'est la clé de la négociation pour arriver à un projet acceptable par tous, et qui aille dans le sens de l'intérêt des consommateurs et des commerçants. D'où la nécessité d'une réflexion transverse aux logiques d'aménagement, en prenant en compte la mobilité, le coût des déplacements et le développement durable.

Cela signifie qu'il faut organiser la hiérarchisation des pôles commerciaux, suggère l'animateur, avec de grandes zones commerciales en périphérie et d'autres qui jouent plus la carte de la proximité.

Vincent LEIGNEL confirme qu'il lui paraît indispensable de bien hiérarchiser l'ensemble des zones commerciales, qui doivent être reliées au tissu urbain. Il considère que la densité urbaine est un élément du développement durable.

Claudine GUIDAT estime que la hiérarchisation des polarités fait partie intégrante des réflexions à intégrer au PLU. Elle observe que c'est un outil intéressant de dialogue et de gouvernance partagée entre les acteurs du territoire, les aménageurs et les enseignes. Il faut aussi intégrer la hiérarchisation de la mobilité, ajoute-t-elle, avec, par exemple, des parkings-relais en périphérie d'agglomération. Des négociations sont engagées avec certaines enseignes afin qu'une partie de leurs places de stationnement puisse être affectée à des fonctions de parkings-relais.

Patrick NICOLAS évoque l'émergence de grands équipements commerciaux thématiques...

Vincent LEIGNEL considère que c'est une voie intéressante. Des thèmes comme la culture autour d'un théâtre ou d'une médiathèque, par exemple, sont des éléments-moteur d'attractivité en centre-ville. Il faut réfléchir à des complémentarités entre centre-ville et périphérie dans ce sens.

François VUILLET-PETITE déclare qu'il rejoint Monsieur LEIGNEL sur la partie culture. En revanche, en ce qui concerne des centres commerciaux spécialisés en équipement de la maison, il précise que Domus et Maisonément, en région parisienne, s'avèrent être des échecs.

L'animateur soulève le sujet des villages de marques.

François VUILLET-PETITE s'interroge sur le e-commerce par rapport à ces centres de marques, qui amoindrit le différentiel de prix pour le consommateur. Cependant, il existe des centres de marques parisiens assez exceptionnels soit par leur zone de chalandise, soit par leur attractivité parisienne. Sur le reste du territoire, on peut imaginer que les centres de marques deviennent plutôt, à terme, des centres de déstockage.

Patrick NICOLAS soulève la question du droit de regard de la collectivité sur le type d'activités qui viendraient s'implanter dans les centres commerciaux de périphérie.

François TRASSART remarque que la mobilisation des opérateurs privés est d'autant plus forte que tout le monde est convaincu de l'existence d'un marché et que les partenaires s'inscrivent dans la durée. Il observe qu'aujourd'hui le territoire français est mature commercialement, voire saturé à certains endroits. Il s'agit désormais de faire de la recomposition, éventuellement du transfert ou de la nouveauté. En outre, l'existence de transports en commun est structurante, alors qu'il y a cinq ou dix ans, les gens ne se voyaient pas aller faire leurs courses en transport en commun. Mais les modes changent. Désormais, les gens commandent sur les bornes, viennent en magasin pour de petits achats, se promènent dans la galerie marchande...

L'animateur souhaite savoir combien coûte le déplacement d'une enseigne.

François TRASSART répond qu'il y a plusieurs cas de figure. Le plus courant est le cas de l'entrée de ville avec une myriade de propriétaires indépendants – fonds d'investissement, particuliers, enseignes – qui n'ont pas les mêmes intérêts. Certains ne connaissent pas la valeur de leur société, d'autres au contraire la connaissent parfaitement et la capitalisent dans leurs comptes, d'autres encore pensent que cela vaut beaucoup plus que leur valeur réelle. Dès lors qu'a été géré le transfert du fond de commerce, se pose la question de la valeur des murs. Un mur qui ne peut plus accueillir de commerce vaut moins, ou bien a la valeur de ce qu'il deviendra : bureau, logement ou espace public. Il est donc difficile de répondre sur la valeur réelle. Une coque d'hypermarché peut valoir très cher quand elle est

valorisée. Certaines coques valent 40, 50, 60 millions, mais elles ne valent que par le locataire qui est dedans. A la Chapelle-Saint-Luc, le magasin Carrefour, complètement vieillissant, a été transféré. Aujourd'hui, Carrefour Property est en négociation avec les Domaines, les services de l'Etat et la Ville pour en quantifier la valeur, qui n'est évidemment pas une valeur de foncière. Carrefour fait des efforts pour libérer le foncier et, en contrepartie, demande de l'aide. C'est là que le partenariat avec les élus est important. Les outils comme la ZAC et la DUP sont des clés du dossier de transfert et de transformation des zones commerciales de périphérie.

François TRASSART poursuit en disant que les opérateurs privés sous-estiment parfois les élus sur le pouvoir qu'ils ont sur les enseignes. Les élus connaissent les propriétaires, les locataires, ont des intérêts convergents sur d'autres problématiques, ce qui peut aider à faire évoluer les zones commerciales. Il existe autre chose que la méthode forte et le chéquier. Les choses peuvent aussi se passer normalement, avec du bon sens.

Monsieur VUILLET-PETITE raconte qu'à Troyes, la délégation de DUP a permis d'aller voir cinq ou six propriétaires différents. La négociation s'est faite dans un bon climat et tout a été traité à l'amiable. Il cite aussi l'exemple de la route de la Mer, à Montpellier, où se trouvent deux pôles commerciaux très puissants mais obsolètes. La SEM de l'agglomération de Montpellier souhaite transférer le tout sur un grand terrain très bien placé, dont une partie sera redéployée en logements ou autre chose. Cinq ou six ans de discussions ont été nécessaires. Finalement, la SEM a lancé un concours aux opérateurs. Elle explique aux enseignes que les valeurs nettes comptables de leurs aménagements ne seront pas reprises mais qu'elles n'auront pas de droit d'entrée à payer lors du transfert, et que l'opérateur leur consentira des conditions locatives inférieures aux tarifs actuels. Tout l'équilibre financier du montage tient sur 75 000 m<sup>2</sup> de commerces : 40 000 à transférer, 35 000 de nouveaux.

Claudine GUIDAT conclut la table-ronde en soulignant qu'après un développement débridé des zones de périphérie dans les années 70, on passe à un développement plus raisonné. L'économie foncière, la saturation des marchés et l'évolution des consommateurs obligent à une recomposition de l'offre. La hiérarchisation des mobilités et des accessibilités est aussi un élément nouveau. Et, point important, il existe aujourd'hui des outils essentiels comme le PLU communautaire pour ne plus opposer le commerce du cœur d'agglomération à celui de la périphérie. Demain, c'est au niveau du SCOT que ce développement raisonné se fera.