



COMPTE-RENDU TABLES RONDES DU MERCREDI 12 JUIN APRES-MIDI

14H15 – 15H30 « COMMENT REALISER L'EXTENSION COMMERCIALE D'UN CENTRE-VILLE »

Participent à cette table ronde, animée par Patrick Nicolas :

Anne-Marie AURIERES-PERRIN, Directeur adjoint de Carrefour Property France,
Jean-Michel HOULLEGATTE, Maire de Cherbourg-Octeville,
Philippe LEGRIS, Expert commerce de la Caisse des Dépôts et Consignations,
Serge PUGEAULT, Adjoint au maire de Reims au développement économique, grands projets et culture, Vice-président de Reims Métropole en charge du développement économique,
Serge RENAUDIE, Architecte urbaniste de Cherbourg-Octeville.

Le Maire de Cherbourg, Jean-Michel HOULLEGATTE, souligne le plaisir qu'il a d'être présent à ces assises, avec des participants partageant les mêmes valeurs et ambitions : celles de redynamiser les centres de villes et les centres historiques. Il explique qu'il a eu un projet significatif de développement d'un centre-ville un peu contraint, qui a restructuré toute une zone commerciale aux franges du centre-ville. Il en décrit l'histoire et la manière dont il a travaillé, en rappelant que Cherbourg se situe à la pointe de la presqu'île du Cotentin, au nord de la Manche, ville moyenne de 40 000 habitants pour une agglomération de 80 000 habitants. Le bassin de vie du Cotentin, quant à lui, représente 200 000 habitants, soit une zone de chalandise relativement restreinte du fait de sa situation en bord de mer. Cherbourg est une ville militaire qui s'est beaucoup concentrée sur son cœur historique. Elle dispose d'un avant-port et d'un bassin qui pénètre dans la ville. Il note que la ville était quelque peu « hémiplogique », avec un centre-ville qui fonctionnait bien et des espaces de relégation situés de l'autre côté des bassins. C'est sur l'un d'eux que s'implante le projet.

La ville, dans son extension, a besoin de reconquérir ces espaces dévalorisés. Cherbourg possède cinq ports dont un port de guerre, un port de plaisance et un port de pêche qui peut accueillir des chalutiers. Il a été décidé que la pêche reste en centre-ville car elle constitue un élément d'animation de la ville.

Tout a commencé en 1977. C'est sur les terrains de tas de charbon qu'a été implanté un premier centre commercial qui devait faire environ 6000 m². Cherbourg a connu la particularité de toutes les villes moyennes : une baisse de population au profit de sa première couronne. Elle a été victime de la politique de zonage que les urbanistes connaissent bien, avec la définition de lieux urbanisés, de zones d'aménagement économique concertées et de zones commerciales, le tout relié par des routes à quatre voies. Petit à petit, le centre-ville s'est ainsi dévitalisé. Cherbourg est une cuvette avec des plateaux d'à peu près cent mètres de haut. Il faut descendre dans la ville pour retrouver le niveau de la mer. Sur

le plateau s'est implanté, dans les années 80, un centre commercial avec une galerie très attractive, qui a capté une large clientèle.

Dans les années 90 jusqu'à 2000, avec les commissions départementales d'équipement commercial, les bourgs se sont dotés de leurs propres supermarchés de 600 m² puis de 800 m², 1200 m² etc., qui ont aussi capté, peu à peu, une partie de la clientèle. Jean-Michel HOULLEGATTE constate que ne pas réagir à ce phénomène entraîne une paupérisation des centres-villes en termes d'habitat. Cela a amené la ville à réfléchir à une revitalisation complète du cœur de l'agglomération cherbourgeoise, avec notamment une opération de renouvellement urbain, la constitution d'une ZAC et le projet « Les Eléis », du nom d'un palmier importé par des marins-jardiniers cherbourgeois.

Patrick Nicolas souligne que Cherbourg Octeville a suscité l'intérêt d'un opérateur privé, Carrefour, implanté de manière historique sur le site qui accueille le projet. Il demande à Anne-Marie AURIERES-PERRIN, Directeur adjoint de Carrefour Property France, quelle était la particularité de ce site et pourquoi Carrefour Property France souhaitait le restructurer.

Anne-Marie AURIERES-PERRIN précise qu'il s'agit d'un site historique de Carrefour, construit en 1977, mais que l'opération est réalisée avec la Caisse des Dépôts et CFA, le promoteur immobilier du projet. Elle confirme la fuite de population en périphérie de la ville mais aussi vers Caen, dont l'offre commerciale est importante. Le magasin Carrefour fait toujours 6200 m² mais la galerie commerciale est passée de 25 à 75 boutiques sur deux niveaux. Les parkings ont été refaits avec 1100 places sur 3 niveaux, soit 300 places de plus. C'est un projet ambitieux et un peu compliqué, précise-t-elle, qui offre une complémentarité avec les commerces du centre-ville grâce à l'arrivée de 16 moyennes surfaces non présentes dans le bassin par manque de place, comme H&M, qui a créé l'évènement, et Babou. A partir de l'été 2014, une passerelle sera construite au-dessus du bassin et permettra d'établir une connexion avec le centre-ville.

Serge RENAUDIE, l'architecte-urbaniste de la ZAC, a beaucoup travaillé à l'insertion du projet dans la ville. Il souligne l'importance de ne pas mettre en contradiction le centre commercial et le centre-ville. Il fallait recréer un grand centre d'agglomération en développant le centre historique et en créant une continuité des déplacements d'est en ouest et pas seulement de nord en sud comme l'obligeait l'organisation des bassins. La galerie commerçante donne sur une grande place qui relie le quartier Carnot à l'est, avec l'hôpital qui drague 800 personnes tous les jours, et le centre historique à l'ouest. Cette immense place est traitée très qualitativement. Elle croise un jardin qui longe le centre commercial et la rivière la Divette. Ce jardin va s'inscrire dans l'histoire de tous les jardins de Cherbourg. Il stipule que l'on ne fait pas de ville sans s'inscrire dans l'histoire.

De l'autre côté du centre-ville, la place Charles de Gaulle, où se trouve le théâtre du 19^{ème} siècle et une très belle fontaine, sera complètement restaurée. A l'arrière, est créée une seconde place devant le centre culturel, qui sera dans l'axe de la passerelle. Cela forme une continuité d'équipements, de services et de polarité, dans un équilibre général. Cette place est un lien. Un nouveau quartier d'habitat voit également le jour, dont les premières opérations seront livrées bientôt. Tous ces anciens secteurs d'entrepôts, longtemps restés en friches, seront occupés. Les schémas de restructuration de la ville, commencés au 19^{ème} siècle, vont maintenant être achevés.

Serge RENAUDIE explique ensuite que le parking privé de 1100 places remplace le parking public qui existait, avec des gratuités offertes par les commerçants du centre. En ce qui concerne le parti-pris architectural, il précise que le cabinet d'architecture Arte-Charpentier a produit un bâtiment inhabituel tel un grand paquebot, qui fait écho aux paquebots amarrés tout au bout du quai. D'ailleurs les habitants l'appellent déjà « le paquebot », ce qui prouve qu'ils l'ont intégré.

Jean-Michel HOULLEGATTE souligne qu'il s'agit d'un projet commercial qui s'intègre dans un projet urbain global. Il s'agissait certes de revitaliser commercialement l'espace mais aussi de favoriser la liaison entre l'est et l'ouest de la ville et de profiter des opportunités foncières pour créer des logements et mettre en place des services, notamment l'hôtel Mercure. Sur le plan commercial, il

s'agit d'avoir une véritable locomotive qui accrochera les wagons du commerce historique de centre-ville. Il précise qu'il a été nécessaire de faire de la pédagogie auprès des commerçants, légitimement hostiles à ce projet. Il a fallu dialoguer, transformer la défiance en confiance, leur montrer ce qui s'est fait dans d'autres villes avec des problématiques identiques.

Un Office du Commerce et de l'Artisanat a été créé, réunissant la Ville, la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers et l'ensemble des Unions commerciales de la ville, fédéré par une animatrice. Tout n'est pas réglé, comme le crédit d'heures de stationnement par les commerçants. Le Maire a salué les commerçants des cœurs historiques des villes pour avoir compris qu'un centre commercial en centre-ville représentait une opportunité pour faire revenir de nouvelles clientèles. C'est le cas avec H&M, qui fait revenir une clientèle jeune. Cela demande du temps et de l'échange d'expérience, a-t-il précisé. Avec cet Office, il y a une réelle volonté de développer ensemble un cœur de ville.

Anne-Marie AURIERES-PERRIN évoque la mise en place d'un large plan de rénovation des actifs de Carrefour en France. Cela va de la remodelisation des magasins dans un concept marchand jusqu'à la rénovation des bâtiments, et jusqu'à des extensions lorsqu'un potentiel est identifié. Cela permet alors de monter des projets ambitieux comme c'est le cas à Cherbourg.

Jean-Marie HOULLEGATTE complète en notant qu'il est important de donner des « *preuves d'amour* » aux commerçants, d'une certaine façon, de leur dire que l'on s'occupe d'eux sur des problématiques fortes telles que celles du stationnement. La Ville a mis en place 30 minutes gratuites pour favoriser l'accès aux commerces. Elle a aussi engagé une politique de ravalement de façades. Elle travaille à l'accessibilité pour les handicapés. En termes de politique d'animation, Cherbourg a la chance d'être une ville d'accueil de paquebots de croisière, mais se pose le problème de l'accueil des Anglais, en raison de la barrière de la langue. Les préoccupations des commerçants en centre-ville sont véritablement prises en compte.

Une autre problématique est celle de la remise à niveau des rues piétonnes, sur laquelle la Ville a travaillé avec Serge RENAUDIE. Elles datent de la fin des années 70 et ont vieilli. Il n'était pas possible d'ouvrir des tranchées pendant plusieurs mois. Des aménagements provisoires ont donc été réalisés, comme la colorisation des rues avec des motifs imaginés par Serge RENAUDIE (cf blog CVM), et du mobilier urbain afin de redonner une dynamique nouvelle.

L'animateur donne ensuite la parole à Serge PUGEAULT, Adjoint au maire de Reims, Ville qui élabore une stratégie de reconquête et d'extension du centre-ville, avec une problématique particulière qui donne lieu à de nouveaux projets. Serge PUGEAULT invite les participants à aller voir le centre-ville de Reims, qui est très ramassé, bien que Reims soit la plus grande ville de la Région. Selon lui, le chiffre d'affaires réalisé en centre-ville est très important, sachant que Reims fait partie des villes en France dont le nombre de commerces est le moins important par rapport à d'autres villes de taille équivalente. Il y a donc un hyper centre-ville avec un chiffre d'affaires conséquent, bien qu'il ne soit pas épargné par la crise.

La première conséquence nuisible et mécanique de cette situation est le montant élevé des baux commerciaux. La seconde est que cela porte atteinte à la diversité de l'offre commerciale et à la capacité d'initiative de nouveaux commerçants potentiels. Cela entraîne une baisse de l'attractivité du centre-ville. Autre caractéristique : l'importance de grandes zones de périphérie rémoises, avec de vastes galeries commerciales et une large diversité de l'offre. Une réflexion prospective est menée avec de nombreux acteurs depuis plusieurs années sur l'évolution de l'agglomération d'ici à 2020. La Ville de Reims a deux projets, l'un sur une friche ferroviaire du Sernam à l'autre bout de la grande place, l'autre de l'autre côté du canal où se trouve une concession automobile et où arrive le tramway, ce qui permettrait d'agrandir le centre-ville.

Serge PUGEAULT explique que la Ville n'est pas propriétaire de ces terrains. Le classement de la friche a été modifié au PLU il y a quelques années, ce qui a eu pour effet de faire augmenter la valeur du foncier. La SNCF a lancé un appel à projets pour trouver des opérateurs. Un projet a vu le jour, qui

a été stoppé par la crise de 2008. Aujourd'hui, une logique de mixité est poursuivie, avec des logements, des services et des commerces, et l'idée d'une extension du centre-ville. Un canal ou une friche ferroviaire qui coupent une ville, franchis par un pont, reste compliqué. Tout l'enjeu est d'utiliser le pont comme lien pour une extension du centre. Par rapport au site du Sernam, la première crainte des commerçants est la concurrence des nouveaux commerces. Serge PUGEAULT précise qu'il faut expliquer qu'au contraire, en ne faisant rien, le centre-ville perdra de son attractivité. Pour garder ses clients, il faut d'avantage d'enseignes.

Philippe LEGRIS, Expert commerce de la Caisse des Dépôts et Consignations, souligne que le cinéma est une composante utile et nécessaire pour la centralité commerciale, et que l'extension commerciale d'une ville c'est aussi de créer de nouveaux flux pour diversifier le territoire de centre-ville. La Caisse des Dépôts a pu aider des exploitants, dans des villes moyennes où les grands réseaux n'étaient pas présents, à créer une offre multiplexe sur le centre-ville, y compris dans les villes d'environ 30 000 habitants.

La Caisse des Dépôts souhaite contribuer à la « ville durable » avec des solutions de rénovation urbaine. La mixité des opérations de restructuration en est un levier essentiel. La Caisse des Dépôts participe comme investisseur à des opérations visant à rétablir du commerce et du logement. Elle implante un hôtel dans un monument historique. Philippe LEGRIS insiste sur la nécessité de revisiter tous les éléments du patrimoine de la ville pour servir la cause du développement. La Caisse des Dépôts accompagne les collectivités. Elle peut intervenir en accompagnant les opérateurs privés que la ville a choisis. Elle peut aussi soutenir des stratégies d'investissement, mais cela peut coûter très cher, notamment quand on intervient dans des murs de commerce de certains secteurs de centre-ville ou d'extension urbaine. La société d'économie mixte offre réactivité et souplesse. Il garantit qu'une certaine ligne économique sera tenue. Quelques collectivités l'ont expérimentée avec succès, même s'il y a encore peu d'exemples. Il ajoute que la collectivité publique a un rôle fondamental à jouer dans le commerce, son évolution et son pilotage.

Bernadette LACLAIS, Députée-maire de Chambéry, Présidente déléguée de CVM, est appelée à réagir sur les projets évoqués. Elle souligne que les collectivités sont amenées à jouer un nouveau rôle pour lequel elles n'ont pas forcément tous les outils ni les compétences à travers le statut de la fonction publique territoriale. Une vraie réflexion est nécessaire. Des choses ont été engagées, comme le droit de préemption, mais les villes se sentent parfois dépourvues de moyens juridiques et de compétences. De nombreuses associations locales forment des professionnels pour aider à construire des outils pouvant être utilisés avec réactivité. La liberté du commerce est essentielle, mais il faut la concilier avec la volonté des collectivités pour éviter des erreurs, car corriger des erreurs est coûteux et difficile. « *Professionnels et élus doivent donc pouvoir se parler* ».

Un élu de la CCI Reims-Epernay demande ce que vont devenir les locaux vacants de Carrefour Market qui se trouve sur le site du Sernam. Serge PUGEAULT indique que la Ville a demandé un déplacement de la grande surface en précisant certaines conditions, notamment que le magasin libéré ne soit pas retransformé en surface commerciale. C'est un problème pour le propriétaire qui voit la valeur foncière des locaux diminuer. Les locaux étant implantés dans ce qui est classé dans le PLU en tant que « zone d'activités », une demande pour reclasser cette zone comme « zone à construire » a été déposée, mais refusée par la Ville. Existe des industriels qui sont intéressés par ces locaux pour les utiliser comme hangars.

Une personne de la CCI de l'Yonne demande s'il existe des exemples d'extensions commerciales en centre-ville sans locomotive comme Carrefour ou autre. Un participant répond qu'un consommateur se lasse d'une destination finale en périphérie purement alimentaire. Il pense qu'il n'est pas nécessaire d'avoir une locomotive en centre-ville, qu'il y en a suffisamment en périphérie. Il souligne que le centre-ville peut offrir des solutions qu'on ne trouve pas en périphérie, sans avoir besoin d'enseignes de grande distribution.

Un participant cite l'exemple de la ville de Nantes, ayant 30 000 m² de commerces en centre-ville, qui ne sont pas forcément de l'alimentaire. Mais il reconnaît que l'alimentaire est important pour les besoins de proximité en centre-ville.

Un autre participant raconte qu'à Auxerre, le problème se pose de redynamiser la ville sans implanter d'hypermarché car il y a tout ce qu'il faut en périphérie. Un investisseur privé veut mettre un supermarché et une galerie sur une place de la ville mais le participant souligne qu'il n'est pas sûr qu'il faille raisonner ainsi.

Anne-Marie AURIERES-PERRIN note qu'elle croit qu'il existe des exemples de redynamisation de centre-ville sans alimentaire, notamment à Besançon.

Serge PUGEAULT dit que s'il était possible de se passer de locomotive, les villes le feraient. Mais quand des investisseurs investissent 100 à 200 millions, ils équilibrent essentiellement avec le commerce. Tous disent la même chose : sans locomotive, le commerce créé ne fonctionnera pas. Reims réserve énormément de rez-de-chaussée d'immeubles pour du commerce mais ils ne trouvent pas preneurs. Pour des grandes opérations de plusieurs hectares, il y a des points d'équilibre à atteindre, que seules permettent les grandes surfaces.

Un participant souligne qu'il est important de se greffer sur des flux existants, comme les gares par exemple, ou les grands magasins. En Grande Bretagne, des rues complètes sont en train de se reconfigurer autour de Marks & Spencer.

Le Président des Vitrines de Reims et d'une association de l'hyper-centre insiste sur le fait qu'étendre le centre-ville génère des « centres-villes bis » lorsqu'il y a une fracture avec un pont ou une place, ce qui entraîne une concurrence avec le centre-ville historique. Il ajoute que la Ville de Reims a 180 000 habitants intra-muros et que ce nombre tend à diminuer, ce qui va aussi diminuer les chiffres d'affaires des magasins du centre-ville.

Patrick Nicolas souligne la crainte de voir les centres-villes se diluer et perdre de leur attractivité. Jean-Michel HOULLEGATTE prend la parole pour dire que, pour renforcer l'attractivité d'une ville, il convient d'être exigeant en faisant appel à des professionnels de qualité, à un urbanisme de centre-ville qui soit porteur de sens par rapport à l'histoire des villes. Il ajoute qu'il faut être exigeant en termes de méthodologie, en gérant les projets de façon professionnelle.

15H30 – 16H30 « DES COMMERCES POUR LA RENOVATION URBAINE DES QUARTIERS »

Participent à cette table ronde

Annie GUILLEMOT, Maire de Bron, Conseillère Générale du Rhône, Présidente de l'EPARECA.

Bernadette LACLAIS, Députée-maire de Chambéry, Présidente déléguée du CVM.

Eric QUENARD, 1^{er} Adjoint au maire de Reims, Conseiller général de la Marne.

Annie GUILLEMOT explique qu'il existe des copropriétés privées dégradées, par exemple Clichy et Montfermeil, ou les quartiers nord de Marseille, avec 30 000 logements. Elle souligne que le commerce de proximité dans les quartiers en difficulté est lui aussi en difficulté, sinon l'EPARECA n'interviendrait pas, et que la crise économique accentue le phénomène. Tous les maires le savent, souligne-t-elle, et font très attention aux conséquences de la crise. Ils peuvent témoigner des difficultés d'intervention dans des quartiers de copropriété privée, notamment, avec la structuration des centres commerciaux. En 2008 et 2010, l'EPARECA a fait un état des lieux sur le commerce de proximité sur 477 quartiers, soit un total de 758 polarités commerciales dont à peu près la moitié était en mauvaise santé. 130 centres commerciaux étaient en situation critique qui, sans intervention publique majeure, couraient le risque de se transformer en friche.

Annie GUILLEMOT ajoute qu'il est important de conserver des commerces dans ces quartiers-là. Un certain nombre de dossiers traités par l'Agence Nationale de Renouvellement Urbain n'ont pas assez mis l'accent sur le critère économique, mais aujourd'hui, le ministre de la Ville François Lamy en tient compte dans les prochains contrats ANRU. Mieux vaut faire du renouvellement urbain en travaillant sur les centres commerciaux car ils créent du lien social et amènent de l'attractivité économique dans les quartiers. Sur un certain nombre de sites ANRU, l'EPARECA ré intervient après le projet urbain, dans des conditions difficiles.

Annie GUILLEMOT fait plusieurs constats en ce qui concerne les quartiers dits périphériques. Le surdimensionnement des centres commerciaux pose un problème de restructuration et donc d'achat, avec un long temps de latence. L'EPARECA travaille d'ailleurs désormais sur les métiers de gestion alors qu'au départ, elle s'occupait surtout de réaliser des études en amont puis de la vente. Autre constat : la précarisation des populations, avec un panier moyen de plus en plus faible. Enfin, la stratégie des enseignes nationale fait qu'elles s'implantent de moins en moins dans ces quartiers. Si les villes elles-mêmes ne prennent pas en compte la situation de leurs quartiers soit périphériques soit enclavés, la ville toute entière en subira les conséquences.

L'animateur intervient alors pour demander comment estimer le potentiel commercial d'un quartier. Il évoque aussi le problème du coût de déménagement des commerces et les moyens financiers à dégager pour travailler à la restructuration des centres commerciaux.

Annie GUILLEMOT souligne que l'EPARECA intervient sur 130 centres en ce moment. La clé, comme le démontrent les exemples de Reims et de Chambéry, c'est le partenariat avec les collectivités locales. Il faut un projet de territoire complet, qui prenne en compte non seulement le commerce et l'aménagement urbain mais aussi la mobilité, comme le tramway, qui peut changer la perception des habitants, et le stationnement dans des conditions sécurisantes. Il faut également intégrer la problématique du foncier, prendre du temps et y réfléchir avec les communautés d'agglomérations et les communautés de communes mais aussi les opérateurs fonciers. L'EPARECA développe des compétences spécifiques et pointues dans ce domaine.

En ce qui concerne la restructuration des centres commerciaux, elle explique qu'il faut parfois démolir et reconstruire ailleurs. Mais cela doit être programmé en même temps que le reste de l'aménagement du quartier. Ce n'est pas toujours facile car il y a des intérêts contradictoires entre les commerçants, les habitants et les élus. Et cela prend du temps mais il est indispensable d'y réfléchir en amont.

L'animateur donne ensuite la parole à Eric QUENARD sur son expérience en renouvellement urbain à Reims et sur les différents modes d'intervention de la Ville en ce qui concerne la restructuration des polarités commerciales.

Eric QUENARD confirme que Reims a un important programme de renouvellement urbain de près de 500 millions d'euros, étalé sur quatre grands quartiers d'habitat social. La ville comporte 43 % de logements sociaux, ce qui est une particularité de cette ville. Ce programme s'articule autour de trois piliers : le logement, l'accompagnement social à travers le soutien aux associations et aux habitants de ces quartiers, et l'économie. Il réintroduit de l'activité économique et du service pour la population : service de proximité mais aussi service public comme des mairies annexes, des bureaux de Poste, etc. Il raconte que lorsqu'ils ont été construits dans les années 70, ces quartiers étaient essentiellement dédiés à l'habitat. Au fil du temps, ils se sont dégradés, de même que les commerces dont certains, situés sur des passerelles, ressentent un sentiment d'insécurité. Désormais, ces commerces et activités, autrefois enclavés, ont été repositionnés le long du tramway pour leur redonner de la visibilité, et 6000 m² sont en voie de commercialisation pour ramener des services de proximité auprès des habitants. Cette dimension économique est indispensable car le renouvellement urbain est un projet global.

L'animateur demande à Eric QUENARD d'expliquer quelle était la situation du centre commercial l'Hippodrome au départ, et quels moyens ont été donnés.

Eric QUENARD répond qu'en 1997, la collectivité a pris conscience que l'Hippodrome n'était plus adapté à la consommation du quartier, puis la restructuration s'est engagée avec l'EPARECA. Les travaux ont débuté en 1999. Le centre commercial a été exploité dès 2002 avec une grande enseigne, Match, et plus de 1000 m² de cellules commerciales regroupant les anciens commerces ainsi que des commerces et services complémentaires. La capacité du centre commercial a été augmentée. Les habitants du quartier se sont complètement réapproprié ce lieu. L'Hippodrome est géré par un exploitant privé.

L'animateur souligne que le fait de reprendre la totalité de la propriété commerciale en vue de son exploitation est un élément très important des projets.

Pour Annie GUILLEMOT cela permet en effet, de résoudre des situations difficiles et de diversifier les commerces pour répondre aux besoins des habitants. A partir du moment où les murs ne sont pas en propriété, il est très difficile pour un Maire de s'opposer à l'installation d'un commerce en doublon, une deuxième boulangerie par exemple, même s'il y a un risque de faire péricliter son concurrent. C'est l'enjeu pour l'EPARECA.

L'animateur demande si on peut imaginer que la collectivité reste propriétaire des murs pour gérer les mutations futures.

Pour Annie GUILLEMOT, cela peut arriver. Mais il y a toujours le problème de préemption par la suite. Les collectivités ne peuvent préempter que pour un intérêt général.

L'animateur repasse ensuite la parole à Eric QUENARD afin qu'il parle du partenariat passé avec les bailleurs pour travailler sur des rez-de-chaussée commerciaux.

Eric QUENARD explique que le travail s'est échelonné en trois temps, avec un cabinet spécialisé : analyse des besoins de la population en commerces, proposition en termes d'offre sur la surface commerciale nécessaire et sur les prix de sortie en location et prospection des enseignes. Trouver des enseignes est difficile tant que le centre commercial n'est pas achevé. La Ville a établi des passerelles avec l'université sur des activités liées à la vie étudiante et à la vie du quartier. L'idée est de créer de la mixité entre les étudiants, qui fréquentent ce lieu pour étudier, et les gens qui y vivent.

La parole est ensuite donnée à Bernadette LACLAI, qui explique que la Ville de Chambéry a, elle aussi, fait appel à l'EPARECA, avec la problématique de la disparition progressive des commerces

d'un quartier, avec un panier de la ménagère beaucoup plus bas que dans d'autres parties de l'agglomération, et avec un coût d'exploitation des commerces parfois très supérieur, ce qui devrait être pris en compte par les législateurs notamment dans les exonérations de CFE, de TNPE et autres taxes. En effet, ces commerces sont obligés de prendre des mesures de sécurité sans commune mesure avec celles du centre-ville. C'est une difficulté majeure pour ceux qui reprennent ces commerces. De plus, les enseignes ne jouent pas toujours le jeu. Parfois elles acceptent de rester sur le quartier à condition de pouvoir s'implanter ailleurs. Ou encore, lorsqu'elles partent, elles font de grandes annonces dans le journal local et disent qu'elles partent en raison de l'insécurité du quartier, ce qui freine les autres enseignes qui veulent investir.

Dans ces problématiques de quartiers, il en va de la responsabilité de tous. Elle remercie l'EPARECA pour le travail effectué pour trouver un investisseur qui a investi plus de 300 millions d'euros, une enseigne qui accepte de venir et un exploitant qui prend le risque. Elle ajoute que désenclaver un quartier permet à ses habitants de se rendre dans le centre-ville et d'y aller y consommer. Car aujourd'hui, l'une des grandes difficultés de ces quartiers réside dans leur situation à l'extérieur de la ville et leur accessibilité difficile.

L'animateur évoque ensuite le plan FISAC (Fonds d'Intervention pour les Services, l'Artisanat et le Commerce) qui peut être mis en place pour accompagner les commerçants dans la rénovation de leur boutique.

Eric QUENARD signale qu'il est possible d'utiliser plusieurs leviers : les fonds européens à travers notamment le FEDER, et le FISAC Zone Urbaine Sensible pour accompagner les commerçants dans ces quartiers. Cela permet de proposer des prix de location acceptables par rapport au marché.

L'Adjoint au maire en charge du commerce à Besançon souhaite que les CDAC (Commissions départementales d'aménagement commercial) soient stoppées car les critères qualitatifs de développement durable ne sont que déclaratifs et concernent le contenant et non le contenu. Il faudrait revenir à des critères de développement durable et des critères quantitatifs objectifs. Il évoque également le problème de la désertification commerciale. Il cite l'exemple d'un quartier défavorisé de Besançon, avec un PRU de 49 millions euros et 500 logements BBC de grande qualité, qui n'arrive pas à implanter un seul commerce alors que 2000 m² ont été prévus pour cette occupation. En termes de CDAC et CDEC, Jacques Mariot pense qu'il faudrait que la grande distribution permette aux élus, grâce à des mesures compensatoires, de pouvoir installer un minimum de commerces et de services pour répondre aux besoins des habitants. Il insiste en disant qu'il faut vite modifier la loi sur les CDAC.

Bernadette LACLAIS intervient pour signaler que, même si elle est d'accord pour une réforme des CDAC, c'est à l'intérieur des schémas de cohérence territoriale qu'une réflexion doit être menée, sur la manière dont les élus souhaitent le maintien ou l'extension de commerces entre la ville, la périphérie et les communes de l'agglomération. Elle ajoute que l'on sent, depuis quelques années, un vrai problème de désaffection d'implantation d'un certain nombre de partenaires, ce qui est compréhensible. Mais elle tient à souligner que certains groupes jouent le jeu. C'est le cas de La Poste, qui implante des bureaux dans certaines villes et quartiers en difficulté, ce qui est une force pour attirer d'autres commerces en zone urbaine sensible. Mais elle précise qu'une évolution législative de l'urbanisme commercial est nécessaire.

Un participant s'adresse à Madame GUILLEMOT pour revenir sur le foncier, thème qu'il juge important pour ce type de projets. Il pose la question de la bonne stratégie foncière en indiquant que, dès lors que la collectivité veut mettre la main sur les cellules commerciales, cela peut accélérer la paupérisation et le désinvestissement des commerces.

Annie GUILLEMOT répond qu'il faut parvenir à un dialogue avec les commerçants. Elle indique que très souvent, il faut sortir de la copropriété dans laquelle, souvent, les propriétaires ne sont pas les exploitants. En effet, quand un commerce s'en va, il n'a aucun contrôle sur la reprise. La préemption

sur les renouvellements de bail, ne suffit pas. Il faut se rendre propriétaire de toutes les surfaces commerciales pour pouvoir ensuite travailler avec tous les commerces viables à un plan de restructuration, voire de démolition-reconstruction, permettant une stabilité des commerçants existants et l'accueil d'autres fonctions commerciales et de services publics.

Annie GUILLEMOT illustre ses propos avec l'exemple du centre commercial Terraillon, à Bron, qui vient d'être inauguré et où sont implantés une crèche, une maison du département, un Pôle Emploi. Elle explique qu'il a fallu six ans mais qu'ils sont venus tous ensemble. Que parfois, pour repartir du bon pied et maîtriser les choses, il faut avoir des outils d'intervention foncière. Pour Terraillon, il a fallu faire trois Déclarations d'Utilité Publique. Il serait intéressant de raccourcir le temps d'intervention publique car une simple DUP représente 24 à 26 mois.

Annie GUILLEMOT ajoute qu'en ce qui concerne le choix des commerces, les habitants veulent une boulangerie, une boucherie, une pharmacie, la Poste et le DAB (distributeur automatique de billets). On assiste au retrait des DAB dans certains lieux, pas seulement pour des raisons de sécurité mais aussi parce qu'ils sont principalement utilisés pour de très petits retraits. Les cabines téléphoniques aussi, ont été enlevées, alors qu'il en faudrait au moins une par quartier, et qu'elle soit entretenue. Si l'on n'est pas à l'écoute de ces problèmes de proximité, la crédibilité de la gestion des centres est difficile. Elle explique que lorsque la ville était en zone de redynamisation urbaine, les commerçants avaient une exonération à la fois des emplois mais aussi des taxes. Elle pense qu'il est nécessaire de travailler sur la spécificité d'intervention commerciale dans des sites difficiles, mais qu'il faut placer le curseur au bon endroit.

L'Adjointe au maire de Melun, en charge du commerce, de l'économie, de l'artisanat, et déléguée communautaire à l'agglomération, s'interroge sur les solutions lorsque les boutiques sont la propriété des offices HLM. La Ville de Melun est en cours de rénovation urbaine et un plan ANRU est en cours.

Annie GUILLEMOT indique que, dans le cadre d'un programme de renouvellement urbain, il doit y avoir un comité de pilotage. Elle répète qu'il est important de se concerter dès le départ et que les Offices HLM doivent être présents.

L'animateur ajoute que le Président de l'Office doit être un élu de la ville et qu'il existe des modalités de partenariat possibles, comme c'est le cas à Reims.

Eric QUENARD prend alors la parole pour souligner que la question du partenariat est indispensable pour ce type d'opérations. L'organisme logeur n'est pas un spécialiste commercial. Il faut donc mettre tout le monde autour de la table et s'entourer d'expertises extérieures pouvant accompagner la démarche collective. Pour le quartier Croix Rouge à Reims, les organismes logeurs ont compris l'enjeu que pouvait représenter la redynamisation commerciale. Il existe aussi des outils d'Etat qui peuvent être mobilisés pour accompagner la collectivité propriétaire pour avancer.

L'animateur demande si un bailleur pourrait confier l'exploitation de ses cellules commerciales à un professionnel.

Jacques MARIOT réagit en indiquant que la création des surfaces importantes dans les périphéries des grandes villes doit s'accompagner d'une aide de la grande distribution concernant les quartiers. Le mot-clé est la « régulation du commerce ». Il est important que les habitants puissent avoir un opticien au bas de leur immeuble, dit-il. Il explique qu'aucun commerce ne souhaite s'installer dans les quartiers défavorisés de Besançon. Le prix au m² est passé de 102 € à 50 € il y a trois mois, sans résultat.

Bernadette LACLAIS précise que dans une copropriété privée dégradée de Chambéry, il a fallu six ou sept ans pour racheter la vingtaine de commerces.

Annie GUILLEMOT indique qu'il ne faut jamais renoncer et que certains quartiers ont plus de difficultés que d'autres sur ce sujet. Dans le monde rural, des communes bénéficient de dérogations pour que des commerces soient propriété de la ville. Elle ajoute que la solution réside peut-être dans l'idée de permettre à des communes d'être propriétaires et de disposer d'un gérant. Elle cite l'exemple de la commune de Saint-Fons qui, n'arrivant pas à trouver de commerçant pour un quartier, a créé une épicerie solidaire qui fonctionne très bien. Elle note que, de manière générale, la crise économique ne facilite pas ce travail, mais qu'il faut se concerter pour réfléchir.

Bernadette LACLAIS précise que plusieurs textes seront examinés par l'Assemblée Nationale et le Sénat, notamment les textes sur la politique de la ville et sur l'urbanisme commercial. Elle souligne que ce serait peut-être opportun d'organiser une autre journée de réflexion avant ces échanges qui auront lieu à l'automne afin d'être le porte-parole des collectivités auprès du Gouvernement et des parlementaires qui examineront ces dossiers. Elle ajoute que, parfois, les organismes sont trop éloignés du territoire et ne mesurent pas le problème. C'est pourquoi il faut sensibiliser les organismes sociaux aux services de proximité et notamment aux très petits commerces.

Jacques MARIOT revient sur le sujet des mesures compensatoires qu'il avait évoqué, en insistant sur le fait que c'est la grande distribution qui doit les apporter : le privé pour le public.

Bernadette LACLAIS renchérit en disant que souvent, on a laissé s'implanter ces grandes surfaces, et que laisser ces quartiers sans commerces de proximité a un coût social et collectif. Elle pense donc que le meilleur moyen d'intervenir est de mettre en place des exonérations pour permettre le maintien des activités. C'est de la solidarité nationale, de la cohésion urbaine, insiste-t-elle.

L'Adjoint au maire de Perpignan revient sur le milieu rural. Les Maires des petites communes réussissent à résoudre les problèmes, avec par exemple l'ouverture d'un café qui crée du lien social. A Perpignan, le quartier Saint-Mathieu est classé comme zone de sécurité prioritaire, et il déclare que le travail mis en route est excellent. Mais il reconnaît que dans ce type de quartier, le commerce n'est pas présent car les commerçants ne gagnent pas leur vie tant que le quartier n'a pas été remis à niveau. Il faudrait arriver à redonner une vie sociale.

Annie GUILLEMOT revient sur l'action de l'EPARECA. Le premier diagnostic, dit-elle, est dans le rachat. Parfois, cela prend beaucoup de temps car il y a une certaine « appropriation de l'espace » par les communautés et il faut une intervention publique portant les valeurs de la République. Elle souligne que l'EPARECA essaie de « déspecialiser » un certain nombre de centres commerciaux pour obtenir la diversité voulue, mais que c'est difficile. Il faut être modeste et pragmatique, ne jamais renoncer et toujours se souvenir qu'on travaille pour les habitants.

Un participant de la CCI de Strasbourg souligne que les élus se sont penchés sur ces zones sensibles et d'habitat social. Le problème rencontré dans les Chambres de Commerce réside dans le fait que ces quartiers ont souvent été des tremplins autrefois pour de jeunes commerçants qui souhaitaient s'installer. Aujourd'hui, le contexte est tel que les banques ne suivent plus, d'autant moins lorsqu'il s'agit d'un jeune commerçant et qu'au moindre bris de glace, les assurances se retirent. Les commerçants sont donc fragilisés, avec des problèmes humains extrêmes, des personnes qui perdent le peu de biens qu'ils avaient réussi à rassembler pour créer leur entreprise. C'est, pour la Chambre de Commerce, une véritable responsabilité morale d'accompagner les commerçants qui veulent s'installer dans ces quartiers.

Un participant explique que les immeubles de centre-ville, lors des renouvellements de bail, multiplient le montant des loyers par deux, trois voire par dix, et que les commerces indépendants ont du mal à suivre. On observe donc la diversité de l'offre de petits commerces indépendants se modifier. Arrivent des banques, de l'assurance, de la téléphonie mobile, des entreprises de travail temporaire, alors que les petits commerces disparaissent. Il faudrait que les municipalités soient vigilantes sur l'augmentation des loyers.

Un participant explique que Nancy travaille beaucoup avec l'EPARECA et que cela fonctionne très bien mais qu'il faut répondre de façon franche à certains critères. Un centre commercial a été recréé avec l'ANRU, ce qui nécessite d'expliquer à certains commerçants existants qu'ils n'étaient pas viables, qu'ils doivent répondre à une certaine exigence de qualité ou partir. Un centre commercial va bientôt être inauguré avec pharmacie, parapharmacie, coiffeur, opticien, brasserie, supérette. La ligne 2, transversale sur la ville, passera à côté du centre commercial, et le marché du dimanche matin, situé à 400 mètres, a été ramené à côté du centre pour créer une unité commerciale. Il reconnaît que cela a pris du temps et que parfois, cela saute des mandats municipaux. Le projet est en cours depuis plus de sept ans et il fonctionne très bien mais il faut travailler avec l'Etat, la police, la Poste. Il y a des distributeurs de billets depuis longtemps. Le centre est vidéo-surveillé. C'est beaucoup d'exigence de qualité pour les commerçants et pour les clients, précise-t-il. Pascal Cadet affirme que cela fonctionne. Mais il ajoute qu'en situation de crise, les collectivités ont un devoir d'apporter une valeur ajoutée humaine au niveau commercial, et qu'il faut engager tous les acteurs sur le terrain.

L'animateur annonce la fin du débat en précisant qu'un grand nombre de sujets resteraient à évoquer, notamment la question du marché non sédentaire dans ces quartiers, souvent dynamique et sur lequel il est possible de s'appuyer pour bâtir une stratégie de reconquête commerciale.