



COMPTE RENDU DE L'ATELIER « LE COMMERCE EN ZONE URBAINE SENSIBLE »

Quels outils et quelle impulsion politique ?

Cet atelier démarre dans la navette qui emmène les participants de l'Hôtel de Ville de Reims (centre-ville) au quartier Croix Rouge (périphérie). **Eric QUENARD** le 1^{er} adjoint à la Maire de Reims, commente en direct le parcours, et explique le travail de la Ville sur le quartier Croix rouge. Le groupe s'arrête au centre commercial Hippodrome pour une visite très courte du quartier.

Reprise de l'atelier à RMS avec une table ronde en présence de :

Eric QUENARD - 1^{er} Adjoint à la Maire de Reims.

Serge GOLDSTEIN - Architecte du centre commercial « l'Hippodrome »

Bernard LACOTE - Représentant de la Direction Régionale des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du travail et de l'Emploi

Christelle JUBIEN - Chef de projet Etudes transverses et Partenariats EPARECA

Philippe LEGRIS - Expert investissement à la Caisse des Dépôts

Miloud SEBAA - Manager du commerce de la Ville de Malakoff

Pierre CREUZET ouvre cet atelier et rappelle aux participants qu'ils peuvent intervenir à n'importe quel moment en posant les questions qu'ils désirent. Il cède la parole à **Serge GOLDSTEIN** qui présente le centre commercial de l'hippodrome de Reims.

Ancien complexe d'urbanisme conçu sur dalle traversant la rue d'une part et d'autre, avec une architecture quelque peu « brutaliste », mais n'en demeurant pas moins de qualité, ce bâtiment était devenu obsolète car il ne répondait plus aux comportements et aux critères en vigueur aujourd'hui.

Cette ancienne galerie commerçante avait le mérite de relier deux parties de quartiers mais dégagéait une surface qualifiée de « désagréable ». Désormais, le nouveau centre s'implante d'une façon plus linéaire à la rue, et s'intègre d'avantage à la voirie existante grâce notamment à son parking accessible facilement.

Caractérisé par un auvent de déambulation d'une centaine de mètres, il intègre un supermarché central et des boutiques en façade. De plus, une réserve reste encore disponible pour son extension.

Pierre CREUZET demande si de nouvelles implantations ont été introduites.

Serge GOLDSTEIN explique que deux maîtrises d'œuvre sont intervenues sur ce chantier. Son cabinet d'architecture était en charge de la réalisation des bâtiments et de l'élaboration des esquisses, et la ville de Reims de la réalisation des espaces extérieurs.

Pour lui, l'essentiel de ce projet est qu'il comporte deux échelles. Une première au niveau du quartier, et une seconde de dimension plus humaine, avec un rapport au bâtiment plus accueillant, évitant ainsi toute forme « d'agression ». Il considère cette architecture parking-espace de déambulation-commerces comme un « archétype », et rappelle que ce même genre d'opération a été réalisé à Angoulême.

Rappelant que la problématique initiale de l'implantation de ce nouveau centre était avant tout de requalifier cet espace devenu obsolète et inadapté aux règles de segmentation du commerce actuel, **Philippe LEGRIS** intervient. Il précise qu'il a aussi fallu gérer cette mutation comme une opération de transfert des commerçants, premiers concernés par ce changement.

Serge GOLDSTEIN confirme, et reconnaît qu'il fût facile de les convaincre de cette opportunité, compte tenu de ce qu'ils avaient et des difficultés qu'ils rencontraient pour dynamiser leur activité commerciale. Il rappelle qu'à l'époque, de moins en moins de personnes fréquentaient les lieux du fait de leur dégradation et de leur état insalubre. Aussi, les commerçants ont très vite perçu l'intérêt de cette requalification. Ils sont désormais situés au sein d'un espace commercial beaucoup plus dense et plus puissant en termes d'attractivité, et bénéficient d'un équipement neuf. Aussi, aucun d'entre eux ne regrettent aujourd'hui cette démarche, même si cela impacte sur le coût de location, qui est maintenant indexé sur le chiffre d'affaires en plus d'une composante fixe.

En marge de ces propos, **Christelle JUBIEN** avance également l'argument de l'accessibilité. En effet, le fait de repositionner le centre commercial à proximité de l'ancien site, permet à la fois d'agir sur les flux de circulation tout en restant dans la mémoire des gens.

Revenant sur la maîtrise d'œuvre, elle précise que l'EPARECA (sa structure) avait confié un mandat local à la SEM pour la conduite des négociations et des transferts des commerçants. Sur ce dernier point, elle explique que généralement, deux choix sont possibles. Soit on recrée des conditions d'accueil équivalentes permettant au commerçant de déplacer son mobilier et de se réinstaller, soit on lui verse une indemnité lui permettant de réaliser les travaux d'aménagements intérieurs pour se réinstaller dans des conditions convenables.

Afin d'orienter au mieux ces commerces, deux managers de centre commercial sont aussi présents sur les sites pour les accompagner dans leur nouvelle dynamique d'installation. Bien souvent dit-elle, leur rôle consiste à favoriser la reconstitution d'une Association de commerçants, qui dans la plupart des cas n'existe plus.

Rappelant que l'EPARECA est présent dans plus d'une centaine de projets en France en termes de rénovation urbaine, **Pierre CREUZET** lui demande comment son organisation, alliée à la SEM et à la Caisse de Dépôts, est intervenue sur le centre commercial de Reims.

Christelle JUBIEN explique tout d'abord que l'EPARECA (Etablissement Public d'Aménagement et de Restructuration des Espaces Commerciaux et Artisanaux) a été créé par la loi du pacte de relance pour la ville en 1996, afin d'intervenir de façon spécifique comme promoteur-investisseur de commerces dans les quartiers d'habitat social classés en « politique de la ville ». Son rôle consiste donc à conduire des opérations globales de restructuration commerciale, et à intervenir sur les problématiques liées au programme national de requalification des quartiers anciens dégradés.

S'agissant du centre commercial de Reims, elle rappelle le caractère particulier de cette opération de « passerelle » qui commercialement ne fonctionnait plus, et souffrait d'une offre périphérique beaucoup plus attractive.

L'initiative privée ne pouvant trouver réponse face à une copropriété commerciale divergente en termes d'équipements commerciaux, elle explique que la ville a décidé de saisir l'EPARECA à la fin de l'année 1997. Après deux ans d'études commerciales, juridiques, foncières et architecturales, le projet fût soumis en Conseil d'Administration afin d'obtenir l'autorisation d'investir. Rapidement validé, cela a permis une ouverture du centre à la fin de l'année 2002, alors que bien souvent, ce processus demande beaucoup plus de temps. Compte tenu de la structure d'origine, le choix s'est donc porté sur la création d'un équipement entièrement neuf à proximité, ouvert aux axes de circulation et permettant une meilleure visibilité et accessibilité aux commerces.

De plus, cette opération est une réussite pour l'EPARECA, qui, dans son rôle de promoteur-investisseur n'ayant pas vocation à conserver le patrimoine, a vu la reprise de l'équipement commercial du centre par une société constituée de la Caisse des Dépôts et d'une foncière privée, en décembre 2006.

En termes d'image, un bilan réalisé en 2005 a démontré que 410 000 personnes se rendaient sur ce centre chaque année, qu'il génère près de 10 millions d'euros de chiffre d'affaires et que 37 emplois avaient été créés depuis 1999. **Christelle JUBIEN** précise que ce succès est dû notamment à la conception du bâtiment, qui, de par son auvent facilement repérable, constitue un vrai lieu de centralité en prise directe avec la circulation, sans oublier un accès plus facile pour les consommateurs avec son parking de 200 places. De plus, le fait que cet ensemble immobilier soit une propriété unique permet une gestion cohérente de la proposition commerciale, et donc une meilleure diversité de l'offre, répondant ainsi aux besoins courants auprès de la population.

Enfin, elle souligne l'importance du fort partenariat avec la ville, qui a permis entre autre l'aménagement des espaces extérieurs et l'arrivée de transport collectif en site propre, et rappelle que cet appui local a largement contribué à la dynamique globale du centre commercial.

Evoquant l'attractivité du site, qui comme il le rappelle a pour vocation de s'adresser à la fois à l'extérieur mais aussi aux habitants de ce quartier défavorisé, **Philippe LEGRIS** intervient et précise qu'à ce jour, il reste encore des interrogations quant au pouvoir d'achat des consommateurs. A ce sujet d'ailleurs, il explique que le choix de privilégier une enseigne générale à une enseigne discount fut largement évoqué.

S'agissant des ingrédients de réussite de ce centre, il rappelle lui aussi l'intérêt de privilégier l'unité de l'investissement dans ce type de commerce au détriment de la copropriété, qui depuis plus de vingt ans a montré ses faiblesses en termes de pérennisation de l'équipement et d'attractivité. De plus, le choix d'avoir imposé aux commerçants un transfert dans un cadre locatif, avec des baux nécessitant la communication du chiffre d'affaires, est un choix dont il se félicite, car cela permet un meilleur pilotage du site.

Rappelant le bon fonctionnement de ce partenariat public-privé **Pierre CREUZET** cède maintenant la place aux questions diverses.

Dans la salle, une personne demande si les commerçants livrent facilement leur chiffre d'affaires, et si le loyer diminue en fonction de la baisse de celui-ci.

Philippe LEGRIS explique que la moitié d'entre eux le donne sans difficultés, mais qu'il faut sans cesse interroger le reste des commerçants pour l'obtenir. C'est ainsi que le résultat de 2009 vient tout juste d'être connu. Sur la baisse des loyers, il précise qu'aucun d'entre eux n'a diminué, et que le cas ne s'est pas produit depuis 9 ans.

D'autre part, et sur le plan juridique, il précise qu'une clause de communication de chiffre d'affaires ne pourrait être envisageable sur des locaux isolés en centre-ville, et que cela n'est d'usage que dans les centres commerciaux au motif d'une unité commerciale.

Miloud SEBAA intervient en tant que Manager. Tout d'abord, il signale qu'il existe une disposition légale pour les commerçants en société qui doivent obligatoirement déposer leurs chiffres d'affaires tous les ans auprès d'Infogreffe sous peine d'amende. De plus dit-il, il considère comme essentiel la communication faite sur ce sujet, car si les chiffres ne sont pas divulgués, il devient alors difficile de négocier les loyers face à une éventuelle hausse.

S'agissant du tarif des loyers, **Christelle JUBIEN** indique qu'ils se situent en moyenne à 100.00 euros du mètre carré, mais qu'ils sont différenciés par type d'activité. Aussi pour les boutiques, il représente entre 3 % et 6 % du chiffre d'affaires.

En complément, **Philippe LEGRIS** explique que ce prix correspond à la fourchette nationale des loyers de montage. Cependant, il reconnaît qu'en termes de transfert, cela peut poser des difficultés pour les commerçants payant des loyers inférieurs dans les anciens centres commerciaux, qui de fait peuvent voir cette charge doubler dans ce type d'opération. Aussi faut-il trouver les arguments nécessaires afin de les convaincre qu'une telle mutation leur permettra d'accroître leur chiffre d'affaires.

Revenant sur la réussite de ce projet, **Philippe LEGRIS** explique qu'un commerce situé en Zone Franche Urbaine amène aussi un certain nombre d'atouts et d'intérêts. Il rappelle pour mémoire qu'une ZFU ouvre le droit à un certain nombre d'exonérations non négligeables pour des activités ou des commerçants venant s'y installer.

Rappelant des statistiques démontrant que la priorité pour les habitants en Zone Urbaine Sensible reste le commerce de proximité, **Pierre CREUZET** questionne **Bernard LACOTE** sur ce qu'il est important de faire en termes de visuel et de réflexion globale pour intégrer au mieux les commerçants.

D'une manière générale, **Bernard LACOTE** considère qu'en termes de réhabilitation, il ne s'agit pas de mettre au goût du jour un minimum, mais de faire mieux et plus, tout en étant généreux dans la démarche.

Eric QUENARD pense aussi qu'il faut être ambitieux et que le fait d'être dans un quartier ne doit pas forcément « tirer les choses vers le bas ». En effet, la mise à disposition de nouvelles activités et d'offres commerciales dans un tel secteur influe favorablement sur les habitants, et leur apportent reconnaissance et dignité. Cette dimension sociale est d'ailleurs très bien perçue puisqu'aujourd'hui, aucune délinquance ni dégradation ont été constaté sur le site.

Pierre CREUZET demande maintenant à **Bernard LACOTE** d'expliquer les dispositifs actuellement en vigueur pour ce type d'opération.

Bernard LACOTE parle tout d'abord du FISAC. Pour lui, c'est avant tout un moyen de régler des problèmes ou de surmonter des préoccupations pour les élus, puisqu'un dossier FISAC urbain s'effectue sur la durée d'un mandat, soit cinq ans. Ce type de dossier présente un intérêt pour la Direction Régionale des Entreprises, qui intervient traditionnellement en investissement et en fonctionnement, notamment sur les problématiques de professionnalisation des entreprises.

Il cite trois opérations de quartier actuellement engagées sur le département de la Marne et vingt cinq opérations collectives FISAC en Champagne-Ardenne sur l'année 2010, et précise que toutes les Régions ne sont pas forcément impliquées de la même façon vis-à-vis du FISAC, puisqu'elles relèvent d'une volonté des élus.

La première concerne la ville d'Epernay où le FISAC intervient sur des îlots commerciaux pour régler des problèmes d'accessibilité, de signalétique, de façades et de professionnalisation des entreprises.

La deuxième, la ville de Reims, qui relève exclusivement de l'aide aux entreprises et qui respecte à la lettre les dispositions du FISAC ZUS, totalement dérogoire du FISAC du droit commun. En effet, d'une part, la Collectivité ne demande aucune contrepartie, et l'Etat vient seul en aide auprès des entreprises, et d'autre part, les taux sont multipliés par deux. En termes d'investissement cela se traduit par un taux de 40 % d'aide aux entreprises, et de 80 % pour le fonctionnement.

Enfin la troisième qui concerne la possibilité d'intervenir en FISAC ZUS dans les quartiers sous le domaine public. A ce sujet, il précise que trois dossiers seront montés avec l'aide de l'EPARECA sur le Verbaux, la Vallée Saint-Pierre et le Mont Saint-Michel.

Sur le Verbaux par exemple, les aménagements extérieurs sont dégradés et l'accessibilité du bâtiment n'est pas satisfaisante. Un dossier est donc monté avec la Collectivité, et le FISAC ZUS interviendra sur ces aspects, ainsi qu'à l'intérieur des cellules commerciales en termes de sécurisation et d'embellissement. Et s'il y a besoin de faire des investissements, le FISAC participera sans contrepartie de la Collectivité. Ce type d'opération, dit-il, reste très intéressant, et il déplore le fait que cela soit très peu utilisé en France aujourd'hui.

Pour conclure, **Eric QUENARD** insiste sur l'articulation et la cohérence d'ensemble. En effet, avoir la chance d'avoir un FISAC ZUS et une opération de rénovation urbaine en même temps, permet de donner de la cohérence et de bénéficier d'un effet de levier sur tout. Le fait de disposer d'un FISAC dans la relance d'une activité économique permet d'avoir un facteur de développement considérable, à la fois pour renforcer les commerces et les activités existantes, mais aussi pour en amener de nouvelles, tout ceci en créant de l'emploi.

CENTRE COMMERCIAL DE L'HIPPODROME



MAITRE D'OUVRAGE: S.A.E.M.REIMS DEVELOPPEMENT MAITRES D'OEUVRE: L. & S. GOLDSTEIN Architectes
N.THENOT & C.BALLAN - Architectes associés PINGAT INGENIERIE - B.E.T. Structure

ANCIEN
CENTRE COMMERCIAL

NOUVEAU
CENTRE COMMERCIAL



VUE AERIENNE

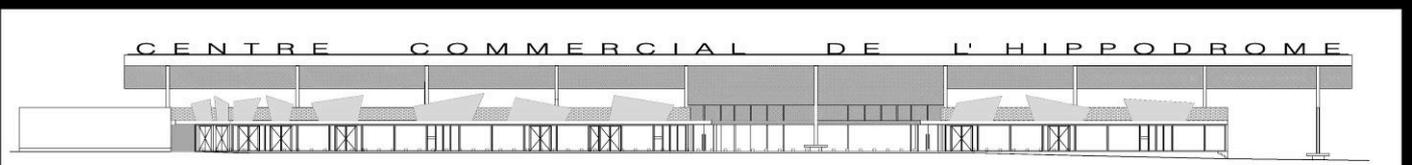


PHOTOS DE L'ANCIEN CENTRE COMMERCIAL APRES DEMOLITION PARTIELLE

CENTRE COMMERCIAL DE L'HIPPODROME



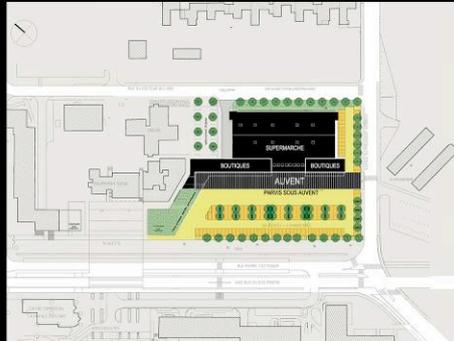
MAITRE D'OUVRAGE: S.A.E.M.REIMS DEVELOPPEMENT MAITRES D'OEUVRE: L. & S. GOLDSTEIN Architectes
N.THENOT & C.BALLAN - Architectes associés PINGAT INGENIERIE - B.E.T. Structure



FACADE PRINCIPALE



VUE GENERALE



PLAN MASSE



AUVENT



MOYENNE SURFACE



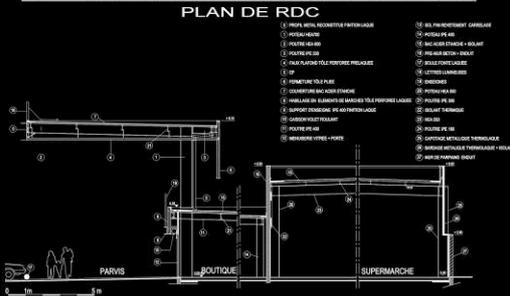
PLAN DE RDC



ENTREE MOYENNE SURFACE



GALERIE DE DEAMBULATION



COUPE DETAILS



FACADE ARRIERE