



« Construire un cœur de ville pour tous »

Participent à cette table ronde :

Adeline HAZAN, Maire de Reims, Présidente de Reims Métropole

Franck LEROY, Maire d'Epervain

Alain RODET, Député-maire de Limoges

Monsieur LOCHE, Gares et Connexions

Adeline HAZAN précise qu'à son arrivée aux responsabilités en 2008, le centre-ville de Reims était enfermé sur lui-même et se cantonnait à deux sites, la place marchande Drouet d'Erlon et place de l'hôtel de ville. En raison du faible foncier disponible dans ce cœur historique de la ville, son équipe a pris le parti d'ouvrir le centre-ville, de l'élargir tout en densifiant les fonctions. Des projets mêlant logements, commerces et bureaux ont ainsi été lancés pour à la fois ouvrir l'hyper-centre, accroître la population du cœur de ville élargi et encourager sa fréquentation et ses usages par ceux et celles qui n'y résident pas. Cet agrandissement du centre-ville répond à une volonté de développer plusieurs centres, plusieurs pôles regroupant les fonctions d'un centre-ville, qu'il s'agissait ensuite de relier entre eux. L'accès à la ville en TGV et la mise en service du tramway ont indéniablement contribué à rendre plus vivant le centre de Reims. L'animation du centre-ville qui a été développée s'appuie aussi sur deux éléments clés : le soutien aux associations de commerçants et l'installation de plusieurs structures et événements culturels, dont par exemple l'opération « un été dans la ville » sur la place du forum rénovée où un site de spectacle en plein air et d'accès gratuit a été aménagé.

Au sujet de l'animation commerciale, l'animateur demande quelle est la politique en faveur de l'installation de nouveaux commerces.

Adeline Hazan concède qu'en raison du caractère patrimonial historique et très dense de l'hyper centre, les baux commerciaux peuvent être parfois un peu élevés. L'objectif de création de nouvelles cellules commerciales dans le centre-ville élargi au-delà de l'hypercentre répond à ce besoin d'implantation de nouveaux commerces et services.

Franck LEROY signale qu'aujourd'hui, les jeunes sont peu nombreux à se tourner vers les métiers de bouche, au risque que la grande distribution devienne monopolistique. Pourtant, l'on connaît l'attractivité d'un bon artisan-boucher ou boulanger, qui peuvent drainer une population assez étendue. C'est le cas le samedi matin à Epernay, souligne-t-il, où d'ailleurs les bouchers ont développé des formules de vente de colis avec de la viande pour plusieurs semaines. Tout le monde a su se remettre en question, ce qui a permis de préserver un commerce dynamique en centre-ville. A tel point que la vie commerciale d'Epernay est bien plus dynamique que dans la moyenne des villes de 25 000 habitants. A travers des activités comme celles du marché couvert, précise Franck LEROY, le centre-ville draine du monde sur l'ensemble du bassin de vie, ce qui bénéficie aussi aux commerces sédentaires.

L'animateur soulève la question de la politique de Limoges sur la rénovation des logements.

Alain RODET explique que Limoges possède deux centres-villes : l'un autour de la cathédrale, l'autre autour de l'abbaye de Saint-Martial. La ville est en pente, d'où la difficulté d'y faire vivre un centre piétonnier. En trente ans, environ un tiers de la population a quitté le centre-ville. Depuis dix ans, la Ville s'est lancée dans une opération de grande envergure de rénovation des logements afin d'essayer de ramener des habitants : opérations programmées d'amélioration de l'habitat, dispositif de loi Malraux sur les aides PPAUP, opérations de rénovation de façades. Les travaux ont représenté 55 M€ de travaux. L'ANAH est intervenu pour 5 M€ et la Ville pour 10 M€. Certains logements étaient abandonnés et insalubres. Il a fallu retrouver les propriétaires, partis parfois à l'étranger. De très beaux appartements ont été remis en location, avec des loyers adaptés à la mixité sociale. 700 logements ont été réhabilités et 1500 à 1600 habitants sont venus vivre en hyper-centre. Alain RODET se réjouit des résultats de cette opération.

L'animateur demande comment Limoges a géré la question de la mobilité et de l'accessibilité.

Alain RODET souligne que le stationnement à Limoges est plutôt bien développé. La ville n'a pas de tramway mais des trolley-bus. Mais le fait que la ville soit en pente ne facilite pas les choses. Il ajoute que la ville mène une politique de présence, qui passe bien avec les franchisés mais moins avec le commerçant classique limougeaud. Celui-ci, en effet, ferme boutique à 12h30 et rouvre à 15h. De plus, il ne soigne pas toujours l'accueil. C'est une réalité à Limoges.

L'animateur observe que les gares se reconfigurent et qu'elles deviennent un élément d'attractivité pour les centres-villes. Il demande à Monsieur LOCHE quelle est leur place et leur rôle dans les centres-villes.

Monsieur LOCHE explique qu'à l'origine, la gare était un débarcadère où l'on montait et on descendait du train mais que cette notion est dépassée. C'est souvent un beau bâtiment, qui doit faciliter l'intermodalité. La gare doit être visible et accessible par tous les moyens de transport, bien équipée en billetterie mais aussi en services : boutiques du quotidien, laboratoire d'analyses, wifi, crèches et centres d'affaires. Une gare en centre-ville doit vivre.

Adeline HAZAN approuve en disant qu'à Reims, la gare est centrale et a été complètement réaménagée avec, derrière, un nouveau quartier d'affaires et d'habitation, en plein devenir.

Actes - Matinée mercredi 12 juin

Adeline HAZAN conclut sur l'importance d'animer le centre-ville. C'est ce que la ville de Reims s'efforce de faire avec ses places, notamment la place du Forum, qui est devenue un théâtre de verdure avec de nombreux cafés aux larges terrasses. La Ville a aussi imaginé « Un été dans la ville », deux mois d'animations, de festivités, de musique, de danse et de théâtre, qui permet à certains habitants de se réapproprier leur ville.

« Le centre-ville, moteur pour l'agglomération »

Participent à cette table ronde :

Bruno BOURG-BROC, Marie de Châlons-en-Champagne, Président honoraire de la Fédération des Villes Moyennes

Laure DEROCHE, Maire de Roanne, Vice-présidente de Grand Roanne Agglomération

Jean-Jacques GSELL, Adjoint au maire de Strasbourg au tourisme, commerce et artisanat

Thierry JEAN, Maire adjoint de Metz et Président de Metz Métropole Développement

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

Patrick NICOLAS, l'animateur, lance le sujet de la politique d'animation particulièrement dynamique de la ville de Roanne.

Laure DEROCHE indique toutefois que l'intervention urbaine en centre-ville est complexe. L'espace public doit être un lieu de rencontre et de mixité. Mettre en place une politique d'animation passe non seulement par la culture mais aussi par d'autres types d'animations, sportives par exemple. Elle considère que c'est un vrai enjeu car les animations doivent être à la fois originales, qualitatives, s'inscrire dans le temps, et être co-construites avec les commerçants et les chambres consulaires. Les commerçants attendent beaucoup de la municipalité à ce sujet. A Roanne, une équipe de « management de ville » a été mise en place avec un comité technique et un comité politique. Il travaille notamment sur l'animation des places de la ville : Fête de la Musique, fêtes de fin d'année, interventions d'artistes sur les parkings... Tout cela amène de la population en centre-ville, affirme-t-elle. L'ambition de l'animation est de fédérer les Roannais, leur apprendre à vivre la ville au quotidien et améliorer l'attractivité de la ville.

Cela s'accompagne aussi d'une politique commerciale, soulève l'animateur.

En effet, le commerce en centre-ville permet de garder le lien de proximité, approuve Laure DEROCHE. Un travail d'urbanisme commercial a donc été engagé. Il y a quelques années, un retail parc était en projet, mais sans aucun contrôle et elle s'y est donc opposée. L'agglomération a pris la compétence d'urbanisme commercial et un « plan commerce » a été bâti. Ce centre commercial sera plus petit que prévu initialement. Les surfaces de prêt-à-porter ont diminué. Le promoteur a revu trois ou quatre fois son projet.

Effectivement, il faut faire de l'animation mais aussi veiller à l'équilibre sur le territoire, approuve Patrick NICOLAS. Il donne ensuite la parole au Maire de Châlons-en-Champagne, dont la ville accueille depuis 1986 le Centre National des Arts du Cirque.

Bruno BOURG-BROC rappelle qu'en 1995, quand il a pris ses fonctions, la ville était fortement dégradée et seuls 12 % de la consommation commerciale se faisait en centre-ville. Il a fallu ramener des habitants, améliorer la circulation et le stationnement, créer un centre commercial au centre-ville qui en manquait, des bureaux, des logements, rénover l'habitat ancien et les façades. La culture a toute sa place dans le développement de la ville, ajoute-t-il. C'est un moyen de la rendre attractive et vivante. Toutes les promotions issues de l'Ecole Nationale des Arts du Cirque ont créé des compagnies installées aujourd'hui dans le monde entier et qui donnent une nouvelle image à la ville. Les élèves de l'école participent à l'animation dans le cadre des festivals de rue : arts du cirque, musique, artisanat, marché de Noël... Ces festivals attirent beaucoup de monde en centre-ville. Pourtant, certains commerçants se plaignent du bruit, du monde. Roanne étant labellisé Ville d'Art et d'Histoire depuis peu, des visites patrimoniales sont organisées à l'heure du déjeuner, ce qui permet aux commerçants ouverts de travailler aussi le midi.

Au sujet des marchés de Noël, l'animateur demande à l'adjoint au maire de Strasbourg d'expliquer ce que cela représente en termes d'attractivités pour la ville et le territoire.

Jean-Jacques GSELL rappelle que le commerce non sédentaire contribue au succès de l'animation en ville. Selon lui, il est important de ne pas être une ville-musée, même si Strasbourg est classé depuis 1988 au patrimoine mondial de l'Unesco. Strasbourg est aussi la capitale de Noël. Elle possède, en effet, les plus grands marchés de Noël et elle est la ville la plus illuminée d'Europe. Elle a le plus grand sapin naturel décoré du monde, et offre des expositions et des animations permanentes, cela sur une durée de 35 jours durant lesquels la ville accueille plus de deux millions de visiteurs qui contribuent à l'essor économique. Le marché de Noël de Strasbourg est sur tous les catalogues des autocaristes. Il y a deux fois plus de TGV sur cette période. Cela crée un fort dynamisme que la ville cultive activement. Des représentants de la Ville sont allés à Tokyo et à Moscou faire la promotion de « Strasbourg Capitale de Noël », avec des commerçants, des artisans, des sapins et des produits alsaciens. Cette année, ils iront à New York, devant Macy's, le plus grand magasin du monde. Mais Jean-Jacques GSELL regrette que Strasbourg ne soit pas plus active le reste de l'année.

L'animateur demande au Président de la fédération des vitrines de France ce qu'est une bonne animation pour le commerce.

Jean-Pierre LEHMANN souligne que les commerçants, même s'ils se plaignent souvent, sont obligés de se remettre en question et de trouver des solutions innovantes. Selon lui, il est indispensable de mettre en place des partenariats entre les collectivités locales, les chambres consulaires et les fédérations professionnelles de commerçants. Le dialogue permet de travailler dans l'intérêt commun. Il soutient que ce n'est pas aux commerçants de faire de l'animation de centre-ville car ils ne sont pas compétents en la matière et n'en ont pas les moyens. Mais il leur revient de faire de l'animation commerciale. Les commerçants apprécient qu'il y ait des animations dans leur ville mais pas n'importe lesquelles. Le Tour de France ou la Grande Armada de Rouen, par exemple, n'apportent rien d'un point de vue commercial. En revanche, les animations de longue durée comme les expositions ont l'avantage d'attirer des gens qui séjournent plusieurs jours. C'est le cas des Impressionnistes à Rouen ou de l'exposition Prouvé à Nancy. Les villes voient alors affluer les touristes. Ceux-ci représentent la force de demain pour les centres-villes.

Patrick NICOLAS demande à l'Adjoint au maire de Metz quel est l'effet « Pompidou » sur la ville.

Thierry JEAN répond que le centre Pompidou Metz n'a aucun effet sur l'animation. En revanche il a un effet déterminant sur l'attractivité de la ville : il attire des touristes et il a un fort effet d'image. Le musée a attiré un million de visiteurs la première année et est désormais en vitesse de croisière au-delà

des prévisions. Pompidou-Metz est désormais la première institution muséale de province en termes de visiteurs. C'est une réussite incontestable, qui profite au commerce.

Jean-Pierre LEHMANN souligne que Nancy étant seulement à 50 kilomètres de Metz, les deux villes ont créé des Pass en commun de façon à s'envoyer mutuellement des visiteurs. Il est cohérent et intéressant de jumeler les forces de plusieurs villes afin de faire venir du monde sur un itinéraire.

Laure DEROCHE n'est pas d'accord et estime que les touristes ne sont qu'un petit appoint. Selon elle, c'est avant tout les habitants de l'agglomération qu'il convient de reconquérir.

Jean-Jacques GSELL soutient que, bientôt, 20 millions de Chinois vont envahir Strasbourg, Reims et autres, et qu'il faut anticiper. Les Chinois seront les visiteurs numéro un d'ici dix ou quinze ans, dit-il. Il faut faire preuve d'une imagination permanente. Strasbourg, par exemple, a imaginé l'opération « Strasbourg mon amour », qui met le romantisme à l'ordre du jour et vient compléter la vie économique de la ville.

Bruno BOURG-BROC conclut en disant qu'aucune solution n'est la panacée mais que les animations culturelles jouent un rôle important dans la vie des cœurs de ville. Il convient de travailler tous ensemble pour pallier les difficultés liées aux nouvelles formes du commerce et de concurrence, car nombreux sont les acteurs qui peuvent apporter des solutions. Et c'est la responsabilité des élus d'essayer de coordonner ce travail.