

Centre-ville contre périphérie : les cœurs urbains contre-attaquent (2/5)

MAI 6, 2016

SHARE

Facebook

Twitter

Google+

Linkedin

Email

Inscrivez-vous **gratuitement** sur Parcoursfrance.com et recevez nos newsletters et des invitations à nos événements !

Suivez-nous sur :



Crédit photo : Flickr (**Cellule Communication**)

Selon l'observatoire Procos, la vacance commerciale en centre-ville a encore progressé en 2014, pour atteindre en moyenne 8,5 % du parc inoccupé, contre 7,8 % en 2013 et 7,2 % en 2012. Cette désertification affecte en premier lieu les petites villes, avec un taux de vacance de 9,3 % pour les agglomérations de moins de 50 000 habitants et de 10,2 % pour celles comptant 50 000 à 100 000 habitants. Étalement urbain, aspiration exercée par les centres commerciaux périphériques, encombrement automobile... Les facteurs de déclin du centre-ville sont connus, mais loin d'être irréversibles. De nombreuses communes le prouvent en déployant des moyens efficaces et/ou novateurs pour redynamiser leur centre-ville. Elles doivent faire face à des complexes commerciaux de plus en plus imaginatifs et cannibales, qui se conçoivent comme des villes dans la ville. Petit commerce du centre contre grande surface de périphérie : Parcours France analyse les forces en présence.

Dans le second volet de notre dossier, Pierre Creuzet, directeur général de l'association **Centre-Ville en Mouvement**, nous explique les stratégies, les plans d'action et les innovations qui président au renouveau des centres-villes.

Quel est le rôle de Centre-ville en Mouvement ?



Pierre Creuzet, directeur général de Centre-Ville en Mouvement, une association d'Élus locaux et de Parlementaires qui œuvre pour la redynamisation des centres-villes

Pierre Creuzet : Centre-ville en Mouvement, c'est une association d'élus parlementaires qui existe déjà depuis dix ans. L'objectif de l'association est de conduire une réflexion sur le centre-ville et les possibilités de le réinventer. Un sujet éminemment politique, qui réclame un investissement maximal des élus. Parmi les élus membres de l'association, il y a **Bernadette LACLAIS**, Députée de Savoie, qui préside l'association. **Philippe LAURENT**, le Maire de Sceaux, qui représente les maires au niveau des bureaux. Nous avons aussi **Bernard REYNES**, Député-maire de Châteaurenard, qui représente les parlementaires. Nous pouvons également compter sur les collèges de chambres consulaires. Nous ne laissons rien passer pour le bien-être des centres-villes. Nous faisons beaucoup de pédagogie pour expliquer ce qui se passe aujourd'hui. Notre association répond à la nécessité de travailler ensemble, et notamment de fédérer les associations de commerçants. Pour qu'un centre-ville fonctionne, il faut une véritable volonté politique. C'est l'esprit de Centre-ville en Mouvement.

Nous animons aussi la **Délégation Nationale du management de centre-ville**. Dans les communes se développe un nouveau **métier**, celui de manager de commerce en centre-ville, spécifiquement chargé de construire des solutions pour redynamiser et réinventer le centre, depuis l'organisation du transport et du stationnement jusqu'à la gestion baux commerciaux en passant par la relation avec les chaînes de franchise. Centre-Ville en Mouvement a créé un **véritable réseau d'échanges et de réflexion réunissant élus et managers commerce / centre-ville, pour notamment aider les collectivités à recruter et développer le management de centre-ville, dans toutes ses dimensions.**

Nous nous appuyons également sur des **réseaux de collectivités** pour organiser des salons, des rencontres, des échanges de bonnes pratiques consacrés au développement des cœurs de ville, réaliser et mettre à disposition des outils d'étude, de partage et de réflexion. Nous avons, entre autres, développé **trois observatoires nationaux** : le premier porte sur le Commerce et l'Artisanat, le second sur l'Environnement et la Vie Urbaine et le dernier sur la Mobilité et l'Énergie. Nous voulons rendre le cœur de ville plus convivial avec un centre-ville plus connecté.

Nous organisons enfin, chaque année, les **Assises nationales du centre-ville**, qui rassemblent plus d'un millier de personnes. Lors de la **prochaine édition**, qui se tiendra à Rennes les 9 et 10 juin 2016, nous lancerons le **Centre-Ville Dating**, une première en Europe, permettant une rencontre directe entre enseignes nationales et élus locaux. En parallèle aux Assises, nous organisons le salon **Centre-VillExpo**, où les élus peuvent découvrir les innovations, les nouvelles solutions expérimentées en centre-ville.

Bref, le centre-ville bouge, invente, se diversifie. Et notre association accompagne ce mouvement.

Où en sont les centres-villes : majoritairement confrontés à la désertification ou en plein renouveau ?

P. C. : Ils sont en pleine révolution. Il y a eu la grande distribution en périphérie des villes, les galeries marchandes... Aujourd'hui, ces grands centres commerciaux sont en perte de vitesse. Nous sommes en pleine mutation et je suis certain que les centres-villes vont regagner beaucoup de terrain. On voit, par exemple, les sites de e-commerce ouvrir des boutiques en centre-ville. Il faut ramener du pouvoir d'achat dans le cœur des villes. Pendant des années, on a étalé la population en périphérie. On a vendu le fait d'être à l'écart des villes, de disposer de son jardin, de sa piscine, avant de découvrir les contraintes liées au déplacement, au transport scolaire...Et pour la société la perte de surface agricole, les dégâts environnementaux. Tous les 7 ans, la France perd en surface cultivée l'équivalent d'un département, au profit de l'urbanisation.



Le centre ville en mouvement a reçu, en février 2016, la Marianne d'Or du développement durable. Bernadette Laclais, Députée de Savoie, présidente de Centre-Ville en Mouvement, et Pierre Creuzet, directeur général de l'association, ont reçu le trophée au nom de l'association.

Quelles sont les grandes tendances en matière de rénovation et de réinvention des centres-villes ?

P. C. : Il faut de l'animation, de la culture. Le seul commerce ne suffit pas. Il faut un tout : créer l'identité, la marque de fabrique du cœur de ville. Et investir dans les solutions, les technologies commerciales de demain. A Rennes, j'ai vu une start-up qui présentait une vitrine incroyable. Le futur client se place devant une vitrine tactile. Il choisit deux trois articles, par exemple une chemise et une casquette. Et le client se voit dans un miroir, depuis le trottoir, avec la chemise et la casquette. La vitrine lui indique directement si le produit est en stock. C'est extraordinaire. L'avenir passe par le digital.

Maintenant, les consommateurs veulent également voir la production. La boulangerie montre ses ateliers. Les gens veulent voir comment sont fabriqués les produits qu'ils vont acheter. S'ils achètent un sac sur-mesure ou un jeans, ils veulent voir la manière dont il a été composé. Il y a aussi les commerces éphémères, qui durent 3-6-9 mois et s'adaptent à la saisonnalité.

Dans cette dynamisation, les élus ont un rôle moteur à jouer. A Niort, par exemple, la Mairie souhaitait implanter des locomotives commerciales dans le cœur de ville. Pour pallier le manque de surface, la Foncière de la Région a racheté neuf cellules commerçantes et les a regroupées. Avant de procéder identiquement pour installer un cinéma en plein cœur de ville.

Pourriez-vous nous donner quelques exemples de villes, de projets particulièrement innovants et efficaces pour la dynamisation du centre ?



Bayonne a associé différents moyens (piétonnisation, navettes électriques, implantation d'une université) pour revitaliser son centre-ville. Crédit photo : Flickr (**Natalie Bert 31**)

P. C. : Il y a l'exemple de **Bayonne**. En l'espace de 10 ans, la Ville et la Communauté d'agglomération ont rendu le cœur du Vieux Bayonne entièrement piéton. Elles ont installé l'université en plein centre, dans un site militaire désaffecté. Elles ont déployé un réseau de navettes électriques. Toutes ces initiatives ont ramené les habitants dans le cœur de ville. Bordeaux est aussi un bon exemple, avec l'arrivée du tramway. Cela représente 15 000 habitants en plus dans le centre-ville. Le pouvoir d'achat a augmenté, permettant l'ouverture de nombreux commerces et surfaces alimentaires. Autre cas d'école : Orléans, qui a spécialisé certaines rues pour y installer des brocanteurs, des marchands de livres...Ou encore la ville de Sceaux, dans les Hauts-de-Seine, qui a gardé son université dans le centre-ville et énormément travaillé sur le **digital**. Les usagers du transilien peuvent faire leur courses via internet ou une application et récupérer leurs colis dans une consigne à la gare de Sceaux. Un dernier exemple, parmi tant d'autres : **Montrouge**, où plus de 30 commerces ont été rouverts dans le centre-ville, avec de nouveaux concepts, sous l'impulsion d'une forte volonté politique. La ville a créé une SEM qui rachète systématiquement les rez-de-chaussée d'immeubles pour orienter les types de commerce, fixer des loyers attractifs...

Quels sont, selon vous, les moyens les plus efficaces pour lutter contre l'aspiration exercée par les centres commerciaux périphériques ?

P. C. : Je crois qu'il ne faut plus opposer la périphérie et le centre-ville. Il faut de toute façon arrêter avec les

mastodontes en périphérie. Le consommateur s'y retrouve mais il vaut mieux aujourd'hui investir dans le centre-ville. C'est une autre façon de commercer. Les «malls» commerciaux, dotés une vision démesurément grande par rapport au lieu d'implantation, sont pour beaucoup en difficulté. Même aux États-Unis, il y a des fermetures. Les maires sont confrontés à une demande forte des habitants pour un centre-ville convivial, animé d'une diversité culturelle, commerciale et artisanale, garant de l'identité de leur ville. Dans les exemples que j'ai cités, tout part d'une compréhension détaillée des phénomènes souvent complexes et multi-factoriels qui concourent au dépérissement du centre-ville, avant la mise en place une stratégie sur la durée, à tous les niveaux – immobilière, logistique, commerciale ...- pour réoccuper et réinventer les locaux vacants.