

# 10<sup>ème</sup> Journée Nationale du Management/ Développement de Centre-Ville



À l'occasion de la 10<sup>ème</sup> journée nationale du management/développement de centre-ville, Centre-Ville en Mouvement a rassemblé plus de 250 élus et managers membres du Réseau autour des thématiques du dynamisme commercial du centre-ville. Ils ont pu découvrir de nouvelles façons de construire leurs centres-villes et d'échanger sur ces thèmes.

Datas et centre-ville, les enjeux transversaux : points sur les cas d'usage

Le coup d'envoi a été donné avec une première conférence portant sur les enjeux transversaux de l'utilisation des datas, ces données issues du secteur des technologies de l'information et de la communication. Animée par Renaud Sore-Legrain, expert centre-ville et commerces de la SPLA Pays d'Aix Territoires et Serge Fournier, consultant chez Centre-Ville En Mouvement, des solutions ont été proposées aux élus, managers de centre-ville et futurs entrepreneurs souhaitant utiliser efficacement ces ressources numériques. Ceci dans l'objectif de la revitalisation et du dynamisme économique et commercial de leurs centres-villes. Le principal enjeu de l'utilisation des datas porte aujourd'hui sur leur utilisation cohérente par les acteurs politiques, publics et économiques de nos villes. Cette dynamique s'inscrivant dans la revitalisation d'un centre-ville aux contours juridiques peu définis freine certainement les initiatives. En effet, si des études et statistiques démographiques et sociologiques donnent une vue d'ensemble des ressources économiques, des populations résidentes et de la typologie d'une ville en France, la péri-urbanisation croissante de celles-ci depuis cinquante ans biaise l'étude de nos centres-villes. Ainsi l'utilisation des datas comme source d'information favorise grandement la mise en place des stratégies pour nos acteurs publics et économiques. Ces données concernent notamment la fréquentation des centres-villes par la prise en compte des habitudes de déplacement intra-urbain, des types de commerces fréquentés, des profils socio-économiques des visiteurs ou encore des données météorologiques. Le commerce de centre-ville se voulant acteur social de la vie au sein de nos centres historiques, les solutions apportées par l'exploitation des datas du numérique chez ces nouveaux acteurs de l'innovation que sont les Start-Up sauront donner les clés nécessaires à la revitalisation des centres-villes.

Cette thématique du dynamisme de nos centres-villes ne saurait appréhender efficacement les enjeux représentés sans une réflexion approfondie portée sur la place centrale qu'occupe le commerce au sein des villes. A cette occasion, Monsieur Philippe Moati, docteur en sciences

économiques et professeur à l'Université Paris-Diderot a tenté d'apporter des réponses sur cette nouvelle « révolution commerciale ». Celle-ci redéfinit en profondeur les manières de satisfaire les besoins des consommateurs entre les effets de la révolution numérique, l'évolution des modes de vie et des valeurs, et les transformations du tissu urbain où le point de vente est sommé de se réinventer. La révolution numérique du XXI<sup>ème</sup> siècle affecte tant le commerce, la structuration du point de vente que les modes de consommation. La quête de sens au travers de la consommation devient alors un enjeu essentiel de cette révolution commerciale, car la mutation du capitalisme immatériel se traduit par un mécanisme de création de valeurs et un changement du business model. Si la révolution numérique a fait apparaître de nouveaux circuits de distribution prenant le pas sur d'autres secteurs, rechercher la complémentarité entre le magasin et le e-commerce devient une nécessité pour les acteurs économiques et commerciaux de demain. S'ajoutant à cela un phénomène de dé-massification et une recherche de sens dans la manière de consommer, une hétérogénéité du profil des consommateurs participe à la fracturation du marché tel que nous le connaissions. L'évolution des localisations des points de vente, se rapprochant désormais des centres-villes participent de même à une évolution de la structure même des points de vente. L'apparition d'un commerce de précision désormais évaluable grâce à l'utilisation des outils du numérique, les datas, permet alors de travailler sur les attentes réelles des consommateurs. Si la dimension éthique, la notion de responsabilité dans l'achat ou encore le caractère authentique du produit devient le cœur du marketing de cette « révolution commerciale », le renouveau du commerce de centre-ville passera assurément par un renouveau du point de vente. La notion du contact humain, la dimension de service et le rapport social se placent désormais au centre de la logique commerciale. Ainsi le commerce de centre-ville semble amené vers une « petite » révolution, non moins importante car elle cristallise le cœur du projet de revitalisation de nos centres-villes qui se veulent lieux d'échange social et de partage.

Retour d'expériences réussies sur la dynamisation des cœurs de ville dans les grandes villes

Enfin deux tables rondes portant sur les retours d'expériences réussies sur la dynamisation des cœurs de villes dans les grandes villes et les options et solutions à mettre en place pour booster le commerce dans les centres-villes ont clôturé cette journée d'échange. Accueillant de nombreux élus locaux, managers des centres-villes, consultants et acteurs du secteur privés ainsi qu'un parlementaire et un haut fonctionnaire, Patrick Vignal, Député de l'Hérault et Président de Centre-Ville En Mouvement et Rollon Mouchel-Blaisot, Préfet et Directeur du programme Action Cœur de Ville, les débats ont permis un échange constructif. Les discussions ont permis d'appréhender plus amplement pour nos acteurs les dimensions du programme action Cœur de Ville. La thématique du réinvestissement des centres-villes par la redynamisation de son commerce est un enjeu de demain. Les diverses expérimentations et innovations des villes membres de notre Réseau ont été mises à l'honneur, les solutions et propositions ont été débattues par nos intervenants, apportent un enthousiasme et un espoir de renouveau pour nos centres-villes. Au-delà de la dimension commerciale, il s'agit tout autant d'enjeux à caractère social et sociétal car, pour le Préfet Mouchel-Blaisot, « il y a aujourd'hui une vraie prise de conscience, si l'on veut un centre-ville vivant, il faut le protéger.

La ville française et européenne s'est construite au cœur des flux d'échange. Faisons de nos villes des lieux d'échange et de vie ».

Ainsi s'est achevée cette journée exceptionnellement riche en réflexions et en émulation intellectuelle sur cette thématique du développement des centres-villes. Mais si les outils sont aujourd'hui dans les mains de ces différents acteurs, pour Monsieur Pierre Creuzet, Directeur et fondateur de Centre-Ville En Mouvement, « Il faut une véritable volonté politique pour réussir cette métamorphose du centre-ville, c'est une obligation ».