

Compte-rendu de l'intervention de David Lestoux, sociologue, urbaniste et fondateur de l'agence LA!, dans le cadre de l'Observatoire sur la piétonnisation organisé à Sceaux à l'occasion du 50^e anniversaire de la piétonnisation de la rue Houdan, considérée comme la première rue piétonne d'Île-de-France et l'une des premières en France.

Intervention de David Lestoux

Sociologue, urbaniste et fondateur de l'agence LA!

David Lestoux défend l'idée que les difficultés rencontrées par les commerces de centre-ville ne doivent pas être analysées uniquement sous l'angle commercial. Selon lui, l'attractivité économique dépend d'abord de l'attractivité résidentielle : un centre-ville dynamique est avant tout un lieu où les habitants ont envie de vivre.

Il souligne que de nombreuses villes moyennes souffrent d'une vacance importante de l'habitat et d'un espace public parfois peu désirable. Dans ce contexte, la piétonnisation peut constituer un levier de transformation, non seulement pour le commerce, mais aussi pour encourager la rénovation de l'habitat et attirer de nouveaux habitants.

Les quatre fonctions essentielles d'un centre-ville

Pour David Lestoux, un centre-ville performant repose sur quatre fonctions complémentaires :

1. **La fonction résidentielle** : attirer et maintenir des habitants.
2. **La fonction de services** : offrir des services publics, médicaux et de proximité.
3. **La fonction commerciale** : proposer une offre adaptée et différenciante.
4. **La fonction identitaire** : valoriser le patrimoine, les espaces publics de qualité, les lieux de promenade et de convivialité.

Il estime que les politiques urbaines ont longtemps privilégié la praticité (stationnement, circulation, accessibilité automobile) au détriment de l'identité et de l'expérience urbaine. Or, c'est cette dimension affective qui donne envie de fréquenter un centre-ville.

La piétonnisation comme outil de différenciation

Face à l'essor du commerce en ligne, David Lestoux considère que les centres-villes ne peuvent plus rivaliser sur le terrain de la praticité. Selon lui :

« Le véritable enjeu est de donner envie aux habitants de quitter leur canapé pour venir en centre-ville. »

La piétonnisation participe à cette stratégie de différenciation en créant des espaces plus agréables, plus conviviaux et plus expérientiels, capables d'offrir ce que le numérique ne peut pas proposer.

Toutefois, il insiste sur la nécessité d'aborder la piétonnisation sans dogmatisme : elle n'est ni une solution miracle ni une mesure à appliquer systématiquement.

Les grandes évolutions sociologiques à prendre en compte

David Lestoux identifie trois transformations majeures de la société qui doivent guider l'aménagement des centres-villes :

1. L'augmentation des personnes vivant seules

La part des ménages composés d'une seule personne progresse fortement. Ces habitants recherchent davantage de convivialité et de lieux de rencontre. Les espaces publics apaisés peuvent répondre à ce besoin social.

2. Le vieillissement de la population

La proportion des plus de 60 ans va fortement augmenter dans les prochaines décennies. Cette évolution impose de repenser les mobilités, l'accessibilité et le confort des espaces publics.

3. L'arrivée de la génération Z

Cette génération est moins attachée à l'automobile que les précédentes et montre un intérêt plus marqué pour les espaces publics, les mobilités douces et la qualité de vie urbaine.

Pour David Lestoux, cette évolution constitue une opportunité majeure pour les centres-villes, à condition de les adapter aux attentes de ces nouveaux usagers.

Le centre-ville de demain : un lieu de convivialité

L'analyse des données de consommation présentée par David Lestoux montre que les cafés, bars et restaurants deviennent progressivement les principaux moteurs économiques des centres-villes.

Cette évolution traduit un changement profond :

- le centre-ville est moins un lieu d'achat qu'auparavant ;
- il devient davantage un lieu de rencontre, de loisirs et de sociabilité.

Cette tendance renforce l'importance :

- des terrasses ;
- des espaces publics accueillants ;
- des lieux de pause et de détente ;
- de la présence des familles et des enfants.

Il appelle à construire des centres-villes « affectifs et expérientiels », capables de susciter l'attachement et le plaisir de fréquentation.

Les conditions de réussite d'une piétonnisation

David Lestoux insiste sur la nécessité de fonder les décisions sur des données objectives plutôt que sur des convictions idéologiques.

Parmi les principaux critères d'évaluation :

La nature des commerces

Il distingue :

- les commerces à achat rapide (tabac, presse, etc.), plus dépendants de l'accessibilité immédiate ;
- les commerces à achat long (équipement, restauration, loisirs), davantage compatibles avec la marche.

La densité résidentielle

Une piétonnisation est plus facilement viable lorsqu'un nombre important d'habitants réside à proximité du centre-ville.

L'origine de la clientèle

Il convient d'analyser si les consommateurs viennent principalement :

- du centre-ville et des quartiers proches ;
- ou d'un bassin de vie plus éloigné nécessitant l'usage de la voiture.

La situation économique des commerces

L'agence LA! utilise des outils d'analyse permettant d'anticiper les risques de fermeture des commerces et d'évaluer leur capacité à s'adapter aux transformations urbaines.

Le rôle essentiel du stationnement et de la logistique

Selon David Lestoux, une piétonnisation réussie n'est jamais une suppression pure et simple de la voiture.

Elle doit s'accompagner :

- d'un stationnement clairement identifié ;
- d'une signalétique efficace ;
- d'un parcours piéton confortable entre les parkings et les commerces ;
- d'une organisation performante des livraisons.

La gestion logistique est présentée comme un facteur déterminant du succès de l'opération.

Tester avant de généraliser

L'intervenant plaide pour l'usage de l'urbanisme tactique :

- expérimentations temporaires ;
- piétonnalisations réversibles ;
- aménagements saisonniers ;
- évaluations en conditions réelles.

Selon lui, ces tests permettent de mesurer les effets réels sur les usages et sur l'activité économique avant toute décision définitive.

Piétonnisation et végétalisation : un couple indissociable

Face au changement climatique, David Lestoux estime que la question de la végétalisation devient aussi importante que celle de la piétonnisation.

Les espaces publics devront :

- offrir davantage d'ombre ;
- limiter les îlots de chaleur ;
- améliorer le confort des habitants ;
- renforcer l'attractivité résidentielle.

Il considère que les futurs projets urbains devront intégrer simultanément apaisement des circulations et végétalisation.

⇒ L'intervention de David Lestoux invite à dépasser l'opposition classique entre « pour » ou « contre » la piétonnisation.

Son approche repose sur trois principes :

1. **Comprendre les évolutions sociologiques et les nouveaux comportements de consommation.**
2. **Fonder les décisions sur des données objectives plutôt que sur des croyances.**
3. **Concevoir le centre-ville comme un lieu de vie, de rencontre et d'expérience autant que comme un espace commercial.**