

DOSSIER

Le diagnostic est unanime : le commerce de centre-ville et de centre-bourg est malade

Le diagnostic est unanime : le commerce de centre-ville et de centre-bourg est malade. Le constat est à un nom : commerce de périphérie. Redoublant de fatalité, de nombreux élus mettent en place des politiques commerciales adossées à des partenariats avec les zones de périphérie. Ils obtiennent des résultats qui valident l'adoption



Les maires au chevet du commerce de centre-ville

À LIRE

LE DROIT DE PRÉEMPTION des collectivités s'applique désormais aux baux commerciaux (voir p. 39).
LA SUPPRESSION DES COMMISSIONS départementales d'équipement commercial est proposée par le rapport d'étape de Jean-Paul Charié. Les conclusions devaient être rendues le 18 décembre.

Aujourd'hui, 75 à 85 % du chiffre d'affaires du commerce se réalise dans les zones périphériques – ZAC, centres commerciaux régionaux – adossées à des hypermarchés locomotives, Retail Parks, ces nouveaux et gigantesques temples de la consommation. Un des derniers exemples en date, inauguré en septembre 2008 : « Les Portes de Brest-Guipavas », espace commercial de 52 000 m² avec Ikea, Décathlon, Boulanger, 14 moyennes surfaces, 8 restaurants et 1 pharmacie. Investissement : 57 millions d'euros. Les commerçants de Brest ont des soucis à se faire. Ils ne sont pas les seuls : 625 projets ont été lancés en France en 2008, trois fois plus qu'en 2002. Et cinq projets sur six concernent la périphérie. Le projet de loi sur l'ouverture dominicale des magasins pourrait encore

accentuer la force de frappe de ces grandes surfaces (hors alimentaire).

Ce mouvement de fond, qui rejette l'activité commerciale en périphérie des villes et des agglomérations, a été amorcé dans les années 1970 avec le développement de la grande distribution, et s'est poursuivi depuis, vidant les centres-villes de leurs boutiques et du même coup d'une partie de leur âme. En trente ans, de 1966 à 1998, 140 000 commerces de bouche sont passés à la trappe, remplacés par la fringue, elle-même à son tour évincé par la téléphonie, chassée par les agences bancaires ou immobilières. Les centres-villes deviennent des « places suisses », selon le mot de feu André Labarrère, ancien maire de Pau. Et la succession de lois tendant à entraver le développement des surfaces commerciales n'a pas suffi à y remédier.



QUESTIONS À...

MICHEL PAZOUMIAN

DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL DE LA FÉDÉRATION PROCOS (1)

Quant aux communes rurales, elles sont en situation d'asphyxie économique. En 2003, 18 000 communes étaient dépourvues de tout commerce de proximité. Entre 1980 et 1998, les communes de moins de 250 habitants ont vu disparaître les deux tiers de leurs commerces de proximité, et celles de 250 à 500 habitants en ont perdu plus de la moitié.

Inverser la spirale

« L'émergence des grandes surfaces depuis les années 1970 a exercé une pression très forte sur les centres-villes, reconnaît Bernard Reynès, député-maire de Châteaurenard (Bouches-du-Rhône) et président du Groupe d'études parlementaire sur le commerce de proximité. De plus, le type d'urbanisme développé dans les années 1970-1980 a favorisé les lotissements extérieurs, d'où une désertification de la population du cœur de ville. De plus, les maires, et c'était justifié à cette époque, ont beaucoup investi dans les zones d'activités extérieures et beaucoup moins dans leurs centres-villes. La conjonction de ces trois facteurs a conduit à une situation difficile pour les centres-villes. Il fallait absolument inverser cette spirale tellement peu vertueuse. Ce qui est nouveau, c'est que les maires ont pris conscience de cette nécessité. »

La mobilisation est réelle. Premier acte : la revitalisation des centres-villes par les municipalités en partenariat avec les chambres consulaires. À Limoges, une société d'économie mixte (SEM) rassemble depuis le début des années 2000 municipalité, chambre de commerce, associations de commerçants et consommateurs pour la rénovation de l'hypercentre avec la réfection de 42 immeubles et la création de 160 appartements attirant 500 nouveaux habitants. Troyes, qui avait perdu 12 000 habitants entre 1958 et 1995, a entrepris une refonte de son cœur de ville. Dix ans après, la fréquentation du centre avait crû de 60 % et 60 nouveaux commerces avaient rouvert sur la centaine disparue dans la période précédente (voir *Maires de France* de septembre 2006, p. 36).

Démarrée à la fin des années 1980, cette vague d'aménagements urbains à base de piétonisation et de réfection du mobilier urbain se poursuit dans de nombreuses communes, avec la volonté de créer des centres commerciaux en pleine ville. À Châteaurenard, la rénovation a été conduite dans cette perspective, avec notamment la création d'un parking gratuit. Chambéry lance un projet de nouveau centre commercial en plein cœur de la cité, place des Halles : « Ce n'est pas un centre commercial classique, fermé, autour d'un "mail" (allée piétonnière), souligne Jacques Garbolino, adjoint au

« L'émergence des grandes surfaces a exercé une pression très forte sur les centres-villes »

commerce, mais un îlot commercial largement ouvert sur son environnement », incluant le marché couvert alimentaire et abritant des commerces et services non concurrents des activités environnantes : Monoprix, Fnac, cinéma multiplexe, moyennes surfaces d'équipement de la maison ou de la personne. Châlons-en-Champagne a créé également un pôle commercial de centre-ville autour d'un supermarché.

Ce retour en centre-ville de magasins d'alimentation, sous forme de supermarchés ou supérettes des grands groupes de distribution alimentaire, est notable et certainement bénéfique. Geoffroy Boulard, adjoint au maire du XVII^e arrondissement de Paris, chargé du commerce, veille cependant au grain : « Lidl voudrait s'installer chez nous. Bien qu'il n'ait plus besoin d'autorisation, il nous contacte tout de même. Il s'agit de travailler en bonne intelligence avec lui afin de bien inscrire leur arrivée dans le territoire communal. » Il s'agit aussi

de faire comprendre aux commerçants installés et à leurs associations (il en existe 25 dans cet arrondissement) que c'est à eux de se mobiliser, même si la mairie met des moyens à leur disposition : visites de terrain de la maire d'arrondissement Brigitte Kuster, réunions d'informations en partenariat avec la

commercial et pas seulement d'inaugurer les chrysanthèmes en faisant de l'animation commerciale, cela coûte cher. Les élus peuvent aussi trouver un point d'appui auprès de l'établissement public national d'aménagement et de restructuration des espaces commerciaux et artisanaux (2), un outil original de politique de la ville.

Qu'attendez-vous du projet de réforme de l'urbanisme commercial initié par le rapport Charié ?

J'espère beaucoup dans ce projet dont le SCOT et le PLU sont les éléments déterminants. Le commerce entre dans les SCOT, aux côtés du logement, des industries, de la logistique. Le PLU devra ensuite se conformer aux orientations du SCOT, y compris sur le commerce.

Propos recueillis par
Michel DELMAS

(1) Fédération spécialisée dans l'urbanisme commercial regroupant la plupart des grandes enseignes de centre-ville. Michel Pazoumian est membre de la Commission Charié.
(2) EPARECA. Tél. 03 28 52 13 13.

4700

C'est le nombre de commerces de bouche qui disparaissent chaque année depuis trente ans

18 000

communes sont dépourvues de tout commerce de proximité

25%

La part maximale du commerce de centre-ville dans l'ensemble centre-ville/périphérie (Source : intervention de la sénatrice Odette Terrade, janvier 2003)

Les grandes surfaces de périphérie dominent

Part du chiffre d'affaires



Alimentation générale

Magasins < 400 m²Magasins > 400 m²

7 %

93 %



Équipement du foyer et aménagement de l'habitat

25,9 %

74,1 %



Culture, loisirs, sport

58,2 %

41,8 %



Habillement et chaussures

73,9 %

26,1 %



Autres équipements de la personne

88,9 %

11,1 %



Alimentation spécialisée

96,4 %

3,6 %

Insee, 2002

chambre de commerce et d'industrie, groupe de travail en relation avec la société d'économie mixte pour revitaliser le commerce de proximité du quartier défavorisé des Épinettes.

Au-delà des opérations lourdes de réhabilitation, les municipalités disposent d'autres leviers. Notamment la création de postes de « managers de centre-ville » (voir page 39). Il en existe aujourd'hui une centaine. Problème : le financement. On peut monter un

dossier pour obtenir une subvention du Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC). Mais un « FISAC » est limité dans sa durée à cinq années consécutives. Au-delà, c'est aux acteurs locaux (municipalités, chambres consulaires, voire unions de commerçants) de mettre la main à la poche pour perpétuer la mission de leurs managers. Ce choix, certaines mairies, comme celle de Chambéry, le font.

De même, un service économique digne de ce nom serait utile dans toute commune tant soit peu importante. Quand on dispose de plusieurs locaux commerciaux stratégiques, comment y attirer des commerçants de qualité ? Il faut posséder des compétences en remembrement urbain, capables de s'atteler au rachat de fonds et à leur commercialisation auprès des enseignes ou des commerçants *ad hoc*. Cela ne se trouve pas si facilement. Et sans ces compétences, toute stratégie de préemption est vouée à l'échec.

Un volet commercial dans les SCOT

Ce droit de préemption, qui existe depuis longtemps, a été étendu par la loi du 2 août 2005 aux cessions de commerces. Le décret d'application de cette loi a été signé le 26 décembre 2007. Il donne la possibilité aux élus locaux de préempter la cession de locaux commerciaux dans un périmètre donné, à délimiter localement.

De nombreuses municipalités ont d'ores et déjà défini le périmètre d'exercice de ce droit, et certaines l'ont déjà mis en œuvre. Plusieurs avaient pris les devants pour tenter de limiter l'invasion de leurs cœurs de ville par les agences de toutes sortes.

À Bordeaux, par exemple, Alain Juppé a animé pendant deux ans des réunions de concertation avec les représentants des banques pour tenter de les convaincre de limiter leurs appétits et de s'impliquer dans la dynamique commerciale des quartiers. Dans le même but, Nantes a édicté en 2007 une charte des bonnes pratiques, en concertation avec le comité régional des banques et la chambre de commerce et d'industrie. La démarche reposait seulement sur la bonne volonté des acteurs ; aujourd'hui, la loi renforce la position des municipalités.

Tout cela dénote une prise de conscience générale du problème, qui se manifeste à travers d'autres canaux.

De nombreuses communes, petites et grandes, utilisent l'aide financière du FISAC afin de subventionner les projets de revitalisation commerciale. La 2^e édition de la Journée nationale des commerces de proximité a consisté, avec l'appui de l'ensemble des acteurs concernés, à mobiliser une cinquantaine de

→ FRESNÉ-LA-MÈRE GARDERA SON PAIN ET SA CLIENTÈLE !



Philippe Lefebvre, boulanger à Falaise, a ouvert en octobre un dépôt de pain à Fresné-la-Mère

La municipalité de Fresné-la-Mère, 419 habitants dans le Calvados, cherchait un repreneur pour sa boulangerie. Philippe Lefebvre, boulanger à Falaise, s'est présenté. Le dépôt de pain a trouvé place dans un bungalow, avant de s'installer d'ici quelques mois dans un nouveau local financé par la commune. « Cela nous coûtera 130 000 euros, assure le maire Louis Garcia. Nous disposons de 80 000 euros grâce à la vente du presbytère. Et j'ai l'intention de monter un dossier FISAC ». En attendant, 150 personnes se sont pressées au pot offert par le boulanger à sa future clientèle.

samedi 11 octobre 2008. Ce jour-là, Biesheim uni commerçants, artisans, prestataires de et élus autour de dégustation de produits, trations de métiers, jeux de pistes, etc. du commerce d'Aurillac a organisé deux d'animation commerciale.

manifestation de cette prise de conscience : le l'association Centre-ville en mouvement qui pour mission de « retrouver l'attractivité de sa vitalité, de contribuer à la dynamisation des centres-villes dans une approche décloisonnée, puiser l'expérience pour générer de la cohérence et des projets ». Présidée par le maire de Villefranche (32), Denis Badré, elle vient d'organiser à Chambéry 3^{es} Assises nationales sur la thématique du commerce durable de nos cœurs de ville ».

De son côté, le gouvernement et le Parlement ont porté une attention réelle à la question. À l'époque de l'adoption de la loi de modernisation de l'économie (LME), Christine Boutin, ministre du Logement et de la ville, avait commandé un rapport à Robert Courlet, directeur du Centre de recherche pour l'observation des conditions de vie. Celui-ci a fait 34 propositions pour encourager le commerce de proximité dans le centre-ville. Il recommande notamment le renforcement du rôle et de la présence des managers commerciaux, ou encore la maîtrise des prix des commerces. Depuis, la LME a relevé le seuil de création de 300 à 1 000 m² des surfaces commerciales et elle a élargi le champ d'intervention et la portée du FISAC.

En septembre dernier, Hervé Novelli, secrétaire d'État chargé du Commerce, de l'artisanat, des petites entreprises, du tourisme et des services, a adopté dix mesures pour « une nouvelle politique commerciale visant le centre-ville », comportant notamment la mise en place « d'outils statistiques d'observation et d'analyse du commerce de proximité » et la « prise en compte d'études préalables sur le commerce local ». En décembre 2008, le député du Loiret, Jean-Luc Charié a remis son rapport préalable au futur projet de loi sur l'urbanisme commercial. Avec pour devise affichée de « remettre les cœurs de ville au centre de nos préoccupations », ce rapport fait table rase des commissions départementales d'équipement commercial (CDEC) et introduit un volet consacré dans les schémas de cohérence territoriale, qui, en plus des plans locaux d'urbanisme, dans lequel ils auront un rôle important à jouer. Il préconise également la création de « magasins à loyer modérés » pour protéger la diversité commerciale dans nos cités. Mais, oui, le commerce de centre-ville est malade. Nombreux sont ceux qui ont commencé à fermer leurs manches pour lui rendre la santé.

Michel DELMAS

Châteaurenard : une réhabilitation réussie

La commune des Bouches-du-Rhône a consacré quatre années à un ambitieux projet de réaménagement de son centre-ville.

L'équipe municipale de Châteaurenard, commune de 13 600 habitants des Bouches-du-Rhône, située à quelques encablures d'Avignon et d'Arles, s'est engagée de 2004 à 2008 dans un ambitieux réaménagement de son centre-ville.

Le projet, reconnu projet pilote, a consisté en la réfection totale des cinq voies principales menant au centre-ville, alliant esthétique (revêtement de surface, mobilier urbain) et fonctionnalité (suppression des trottoirs pour faciliter l'accès des handicapés). Cela s'est accompagné de la modification des sens de circulation

Ce chantier a donné lieu à une concertation permanente avec les commerçants, supervisée par Céline Chaine, l'adjointe au commerce de la ville : réunions, visites de chantiers, constitution de dossiers d'aides financières ont permis, en collaboration avec la chambre de commerce et d'industrie du pays d'Arles, de minimiser les difficultés pour l'activité commerciale engendrées par les travaux. « Même pendant la phase de travaux, ma grande fierté c'est qu'aucun rideau ne soit resté baissé, explique le maire. Il y a même eu des créations de commerces. Et malgré la morosité générale de la consommation et la crise

actuelle, aucun magasin n'a fermé sans trouver un repreneur dans le commerce. L'expansion des services du type banques, assurances, agences immobilières a été, pour l'instant, enrayerée. »

Mais quand l'investissement est fait, on n'a écrit que la moitié de la copie, conclut le maire de Châteaurenard. « Ensuite, il faut faire fonctionner le centre-ville. C'est pourquoi j'ai engagé des réunions avec des commerçants, pour réfléchir en particulier à l'embauche d'un manager de centre-ville,

qui soit l'interface entre les commerçants, leurs associations et la municipalité, mais qui ait vocation aussi à interférer sur d'autres problématiques urbaines : les sens de circulation, le stationnement, la sécurité, les animations. »

M. D.



et de la construction d'un parking souterrain gratuit de 400 places en plein centre-ville, assorti de 800 m² de surface commerciale et de 60 logements. Pour relancer le commerce, « il fallait ramener des habitants en centre-ville dans des résidences à caractère humain », commente Bernard Reynès, député-maire de Châteaurenard.

Esthétique et fonctionnalité ont été au cœur du réaménagement du centre-ville