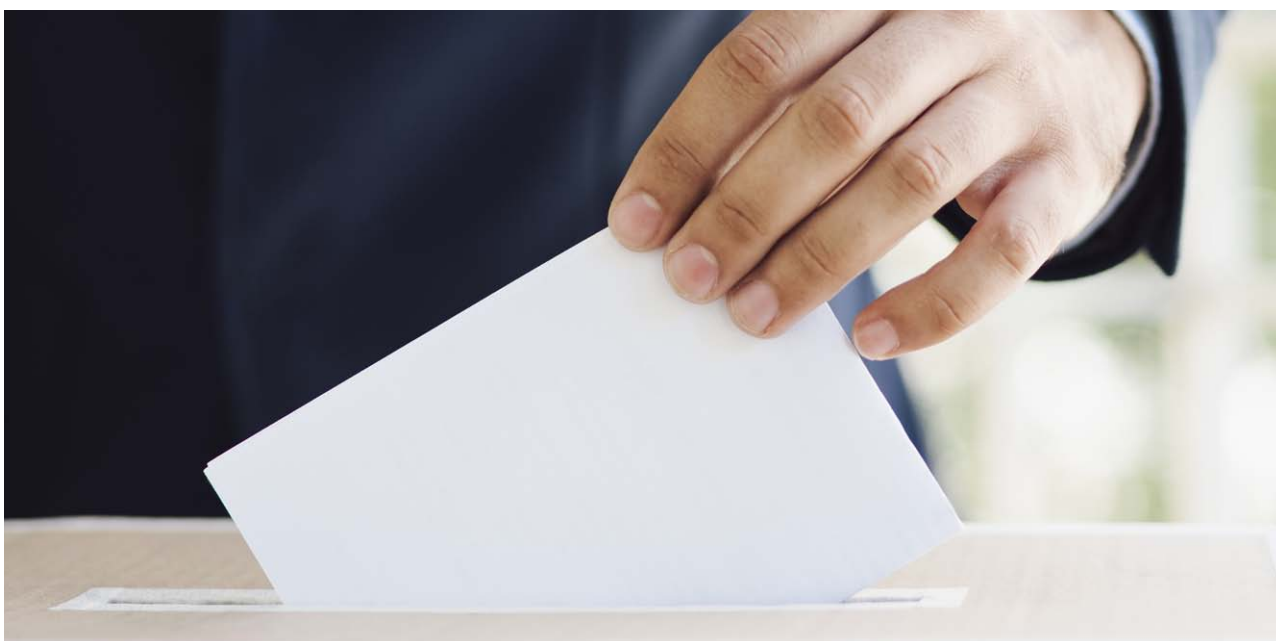


À LA UNE

Du rôle des nouvelles équipes municipales en matière de commerce dès le début de leur mandat



© freepik

En ce mois d'élections municipales, il faut revenir ici sur les relations entre commerce et ville, tant les prochaines semaines seront importantes partout en France. **Ce sera l'occasion pour les nouvelles équipes élues de définir leurs axes opérationnels prioritaires pour la durée de leur mandat.**

Bien entendu, en ce moment, le débat public appréhende le commerce presque uniquement à travers le cadre des problèmes de dynamique de centres-villes. Nous le savons tous les difficultés des centres-villes sont rarement uniquement dues au commerce. Mais, il est vrai que des locaux fermés, ce que nous nommons vacance commerciale, représentent un marqueur visible de ces difficultés qui préoccupent citoyens et élus.

Donc, priorité au centre-ville. Nous ne pouvons bien entendu que souscrire à cette priorité louable que Procos a toujours soutenue. **Le plan Action cœur de ville poursuivra sa mise en œuvre avec, nous l'espérons, une accélération opérationnelle.**

Sur le sujet, les nouvelles équipes municipales devront faire la preuve qu'elles ont pris toute la mesure des réels enjeux du commerce, de son fonctionnement, et prouver leur volonté et leurs capacités à mobiliser tous les acteurs concernés. Le défaut d'expérience en matière de commerce peut faire croire, soit que le commerce s'adapte toujours, soit que, de toute façon, les commerçants n'étant jamais satisfaits, rien ne sert de les écouter car s'accorder avec eux est très compliqué tant ils sont divers...

C'est une erreur, on a pu constater ces dernières années que les villes qui avaient réellement agi après un vrai diagnostic prospectif, en intégrant de la compétence opérationnelle, des managers de territoire, par exemple, et en affichant une volonté forte et persistante d'intégrer les acteurs dans un projet partagé, obtenaient des résultats significatifs, positifs, et mesurables. On peut citer, par exemple, Mulhouse, Arras, Dax, Gap et bien d'autres.

C'est la preuve que prendre en charge la question du commerce localement est utile et c'est évidemment une bonne nouvelle qui permet d'en faire un axe important pour les prochaines équipes.

En effet, **laisser faire le marché est maintenant rarement suffisant.** Car, il faut assurer la cohérence en termes d'offre, par exemple entre concepts locaux et enseignes, métiers de bouche et shopping etc., s'assurer d'une attractivité globale, coordonner des acteurs ayant des objectifs souvent différents.

Le marché de l'immobilier ne se préoccupe pas de ces équilibres, de nombreux propriétaires privés cherchent avant tout à maximiser leurs revenus. Mais, cela peut déstabiliser l'offre ou créer de la vacance commerciale lorsque les loyers sont trop élevés au regard de l'activité réelle locale.

L'action publique locale est donc essentielle, et ceci partout, même dans les villes en bonne santé, dans les petites comme dans les plus grandes. **C'est une démarche qui doit s'inscrire dans la durée,** et ne jamais cesser, quelles que soient les échéances électorales.

La dynamique d'un centre-ville et son attractivité globale doivent être une préoccupation de tous les instants. Il ne peut être question d'actions ponctuelles en considérant que le reste suivra. Les interactions entre de nombreux domaines, les causes potentielles de déséquilibre sont trop nombreuses.

Rappelons aux nouveaux élus que le fonctionnement d'un commerce répond à des impératifs économiques précis, qu'il est question d'entreprise et non d'une activité que l'on positionne n'importe où en fonction de priorités ou de choix politiques. Il est nécessaire d'avoir des clients potentiels en nombre suffisant, une accessibilité aisée, des coûts d'exploitation adaptés, et tout ceci varie en fonction des types de commerce, alimentaire ou non-alimentaire...

En résumé, pour les futures équipes municipales, afin d'agir efficacement sur le centre-ville, il faudra combiner vision, persévérance, mobilisation de tous les instants et la volonté de coordonner tous les acteurs, dont les commerçants.

Bien, me direz-vous, si les élus réussissent ceci, tout sera-t-il réglé en matière de commerce dans leur territoire ? En fait, non. Car **ne prendre en considération uniquement le centre-ville ne sera pas suffisant et serait même une erreur.**

Dans un territoire, à l'exception des grandes métropoles, la vie des habitants ne se cantonne pas à la ville-centre et encore moins au seul centre-ville.



Les lieux de vie sont multiples, certains sont dans les quartiers, d'autres en périphérie. De plus, compte tenu de toutes les transformations actuelles et celles à venir en matière de consommation et de société, **tous les acteurs du commerce doivent s'adapter. Et ceci, quel que soit le lieu d'exploitation de leur point de vente.**

Localement, pour les élus, se préoccuper du seul centre-ville pendant les premières années de leur mandat ferait perdre un temps précieux, parfois irratrapable pour la préparation des commerçants aux commerces de demain.

Les recherches de solution sont locales et résultent de la mobilisation des acteurs.

Dans le commerce, tous les types d'acteurs et tous les profils sont intéressants car ils contribuent collectivement à l'attractivité globale du territoire et à la qualité de vie des citoyens.

Cette offre locale est aussi bien constituée de concepts locaux et de nouvelles formes de commerce tels que le circuit court de commerce alimentaire mais aussi non-alimentaires, de grandes enseignes nationales et internationales importantes pour les clients mais aussi d'une combinaison entre artisanat et commerce etc.

Ce n'est pas l'un contre l'autre mais l'un avec l'autre pour assurer cette richesse et cette attractivité globale, d'une part, et d'autre part, assurer également la qualité de vie des citoyens localement.

Un seul impératif pour l'avenir : avoir la volonté réelle de construire ensemble.

Tout le monde devra assumer ses responsabilités et prendre des engagements. Les élus en premier lieu car ils doivent prendre le lead mais aussi les commerçants, les propriétaires immobiliers, les banquiers et même le citoyen qu'il faudra nécessairement sensibiliser et responsabiliser un jour.

Dès le début du mandat municipal, cela suppose de définir un projet clair sur la place du commerce dans le projet territorial, de le partager, qu'il soit connu, qu'il s'appuie sur l'intérêt collectif mais que chacun ait des raisons de s'y investir pour créer l'envie et l'engagement dans le temps.

La vraie responsabilité des équipes municipales et plus largement de l'agglomération sera de créer cette envie, de savoir combiner par exemple développement durable et activité économique. L'emploi local devrait être un des axes majeurs de la durabilité. Réduire la consommation d'énergie, en oubliant la composante sociale de l'emploi ne permettra pas de faire fonctionner le lien social.

Avoir cette conscience d'objectifs parfois contradictoires à l'instant t est important lorsqu'on construit la ville. Prenons l'exemple des flux. On peut être vertueux en supprimant la voiture et les camions, pacifier l'espace public, créer d'importantes zones piétonnes... Des mesures souvent bien perçues par une partie des habitants des quartiers concernés. Mais qu'en sera-t-il si cela détruit l'activité économique, les commerces, l'artisanat faute de ne plus pouvoir être livrés, par exemple ?



© evening_tao

Aujourd'hui, nous nous fixons à juste titre, des ambitions de mixité de fonctions : rapprocher le travail et le commerce des lieux de vie... Des objectifs louables mais il faut aller au bout du raisonnement et de la démarche. L'activité économique a des conséquences, voire des nuisances pour les riverains, le nier serait une aberration et simplifierait les sujets. **Sommes-nous prêts et capables de faire comprendre aux habitants que ces nuisances ont finalement des conséquences positives sur leur qualité de vie** : moins de déplacement, meilleure animation de la ville et des quartiers et rappeler que sans cela, par exemple, à terme les commerces fermeront et que la vie dans la rue deviendra morose et déprimante.

Rien n'est gagné dans ce domaine car chacun comprend les nuisances à condition que celles-ci ne se déroulent pas en bas de chez lui !

Si nous ne savons pas convaincre et franchir ces étapes localement, nous poursuivrons demain peu ou prou ce que nous nous reprochons actuellement, des répartitions plus ou moins monofonctionnelles, ou alors nous réaliserons des projets qui ne fonctionnent pas pour une au moins de ses composantes.

Mixer les fonctions, c'est savoir coconstruire ensemble et la genèse de cette démarche, c'est la volonté des élus en termes d'implication et de gouvernance.

Les nouvelles équipes municipales devront en faire une priorité dès le début de leur mandat. Cela suppose une approche honnête de leur part mais également la même volonté des autres parties.

Nous sommes tous concernés quels que soient nos rôles réciproques.

Sommes-nous prêts à nous y engager malgré nos intérêts personnels et professionnels dans l'intérêt collectif.

C'est ambitieux mais impératif. **Les élus sauront-ils convaincre et séduire pour s'engager dans cette meilleure intégration du commerce dans le territoire ?**

Nous le verrons dans quelques mois. Les acteurs économiques seront-ils au rendez-vous ? Procos souhaite y contribuer. Une partie des conditions de réussite serait d'utiliser l'esprit de la loi Elan récemment votée et basée sur cette volonté de collaboration entre public et privé (lire l'article « 2020, une année à fort enjeu pour l'application locale des dispositions commerce de la loi ELAN »).

Espérons que nous y parviendrons et que la volonté d'écoute sera suffisante et réelle de chaque côté.

Retrouvons-nous après les élections municipales, nous engagerons alors un travail pendant six années. ■



www.parisinfo.com