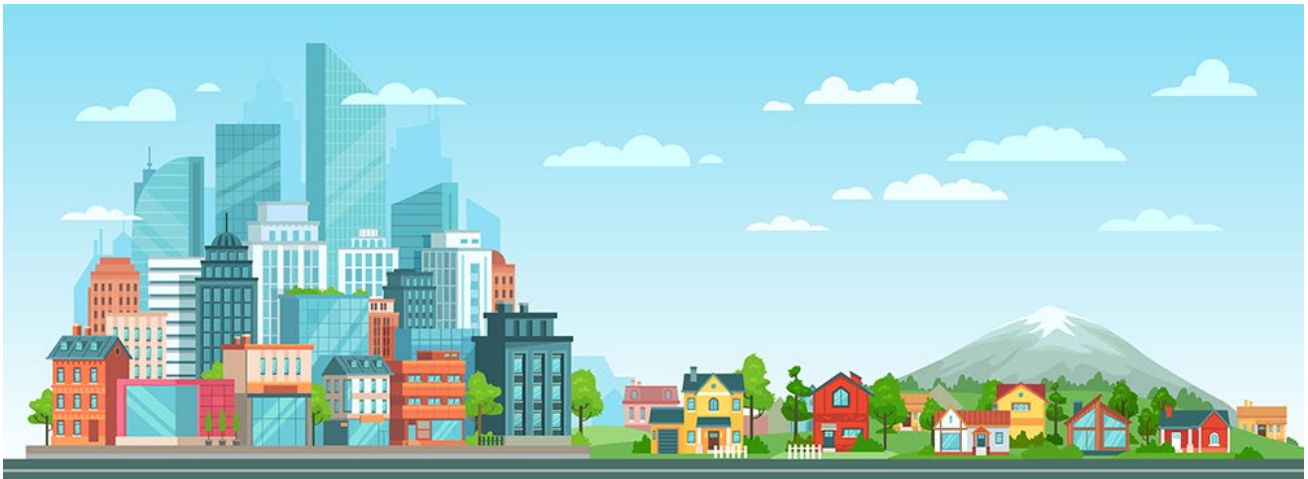


À LA UNE

Assurer la pérennité du commerce dans des périphéries plus agréables et mieux intégrées dans la ville



Depuis quelques années, la vitalité des centres-villes a enfin fait l'objet d'une attention particulière et de programmes politiques volontaristes tels que « Action Cœur de Ville » et « Petites Villes de demain ».

Il est toujours possible de critiquer ces programmes, dire qu'ils sont insuffisants... Mais, ils ont le mérite d'avoir orienté des moyens, des compétences, des analyses et l'action politique nationale et locale sur ces cœurs de ville si importants pour la qualité de vie des habitants.

La situation s'est améliorée dans de nombreuses villes. Tout le monde a compris qu'il faut en premier lieu, des habitants pour avoir des cœurs de villes vivants, c'est la priorité... Le combat n'est toutefois pas gagné car il faut persévérer au-delà de la durée des mandats politiques nationaux et locaux.

Pour tout lieu de commerce, une rue, un centre commercial ou une zone commerciale, rester attractifs vis-à-vis des citoyens consommateurs est une question de survie, en particulier dans un monde omnicanal au sein duquel internet vient proposer d'autres alternatives pour accéder aux produits.

Aujourd'hui, il est à nouveau question des entrées de ville et de la nécessité d'agir pour moderniser et transformer ces zones parfois vieillissantes et insuffisamment intégrées en matière urbaine ; transport, partage de stationnement, circulation douce ou d'esthétique.

Olivia Grégoire, ministre des PME, du commerce, de l'artisanat et du tourisme **a annoncé, en même temps que la création d'un Conseil National du Commerce, CNC, la décision de l'Etat de lancer un programme pour repenser les zones commerciales.**

Une bonne chose. Rappelons que 70 % des Français habitent dans les périphéries des villes aussi bien dans les métropoles que dans les villes moyennes. Pour ces habitants, leur proximité est la périphérie, le centre commercial le plus proche, la zone commerciale.

Avant tout, changeons de vocabulaire

Comment peut-on qualifier ces territoires de "France moche" comme beaucoup le font ? Est-ce une manière de qualifier un territoire ? Est-ce une façon de donner envie ? La ministre l'a également dit « Je n'aime pas parler de France moche » et nous l'en remercions.

Cette expression date d'un article de 2010 de Télérama, et depuis beaucoup se sentent autoriser à qualifier ainsi des lieux où habitent et vivent au quotidien des millions de Français. De quel droit et avec quel objectif ?



© www.telerama.fr

Quand nous nous sommes tous intéressés aux centres-villes des villes moyennes voici quelques années, à la déprise de ceux-ci, quand Action Coeur de Ville a été initié, de nombreux élus de ces territoires ont réagi à juste titre estimant que qualifier de moyenne leur ville n'était pas très positif, on les comprend.

Alors France moche ! **Que pensons-nous que les habitants, les élus de ces territoires ressentent quand ils réalisent que leur territoire, leur lieu de vie est englobé dans un vocable fourretout ainsi qualifié de France moche.** Cela plairait-il à celles et ceux qui emploient un tel qualificatif que l'on parle ainsi de chez eux ?

Tout le monde est d'accord, de nombreuses zones commerciales et entrées de ville doivent faire l'objet d'une véritable politique publique, d'un plan national de transformation et d'attractivité.

Procos milite pour cela depuis des années afin d'assurer la meilleure intégration urbaine du commerce et d'assurer la pérennité des exploitants indispensables à la vie locale.

Un nouvel intérêt pour la périphérie commerciale du fait des contraintes de zéro artificialisation nette

C'est l'un des enjeux principaux pour construire la ville de demain. Et, ceci d'autant plus avec les obligations de densification de l'espace, la nécessité de limiter l'étalement urbain à travers en particulier l'objectif de zéro artificialisation nette.

Toutefois, tous les territoires ne sont pas comparables, les solutions à adopter sont donc foncièrement différentes. Sur une majorité des zones commerciales d'entrée de ville, le commerce reste une activité dynamique et prospère. A l'inverse, d'autres zones sont marquées par un taux de vacance important et leur vocation commerciale n'est pas assurée dans le temps.

Pendant des années, la situation de ce commerce d'entrée de ville n'a intéressé personne ou peu de gens sauf peut-être pour le dénigrer ou lui attribuer de nombreuses responsabilités.

Aujourd'hui, alors que le foncier disponible pour construire devient très rare, ces espaces à proximité des villes intéressent à nouveau.

En premier lieu, les promoteurs immobiliers y voient un nouveau « terrain de chasse aux droits à construire » et ont évidemment intérêt à créer une perception collective selon laquelle les magasins exploités dans ces zones n'auraient pas d'avenir, qu'il faudrait y construire autre chose faire « à la place » et qu'eux disposent, bien entendu, la solution pour y substituer du logement, des bureaux ou autres...

La tentation est forte de stigmatiser, de montrer du doigt pour aller vite et créer la nécessité de détruire. Une expression générale telle que « France moche » est très favorable à une telle approche.

Respecter les commerces en place et les intégrer en amont des réflexions

Dans une démarche politique, les mots ont leur sens. Un tel vocabulaire général peut laisser croire que la solution serait de raser ce qui est moche, pour

construire du neuf qui, par définition, sera « beau » et vertueux.

Or, la période actuelle ne marque pas la fin du commerce à la périphérie des villes.

Sur les plans économiques, sociaux et sociétaux, la situation est toute autre. Une grande partie de ces zones de commerce sont les lieux de commerce les plus proches et les plus accessibles pour une majorité des habitants d'un territoire. Au cœur de la vie et des besoins de ces 70 % de Français qui n'habitent pas en centre-ville.

Les entreprises de commerce représentent le plus souvent les employeurs privés les plus importants d'un territoire. Elles sont au cœur de la dynamique territoriale. **De même, contrairement à des croyances répandues, le commerce, les magasins ne se transféreront pas massivement vers les cœurs de ville dans les prochaines années.** Les contraintes immobilières et l'organisation de la ville (surface des locaux, niveau de loyers) et les contraintes d'exploitation (accès clients, livraison des produits) ne rendront pas cette évolution possible.

Donc, faisons attention. Si notre ambition, louable, est de moderniser le commerce de périphérie d'une part, et certaines zones de périphérie rattrapées par l'urbain, d'autre part, alors il faut le faire bien, en se donnant une chance d'obtenir les meilleurs résultats à la fois pour les habitants, la ville et les acteurs en place à savoir les commerçants et les propriétaires immobiliers.

C'est pourquoi aucune politique publique visant à faire de la transformation de la périphérie un vrai projet politique ambitieux **ne peut le faire partant d'une vision réductrice et d'un vocabulaire stigmatisant de type France moche, il faut changer de logiciel.**

Sinon, il y a sans doute beaucoup d'autres lieux qui pourraient probablement être qualifiés de moches.

Il faut respecter les acteurs en place qu'ils soient habitants, commerçants y compris les élus de ces territoires. Certaines communes sont uniquement connues par l'existence d'une zone commerciale. Celle-ci est constitutive de la vie locale, de l'environnement des Français.

Montrer du doigt les commerçants parce que les constructions passées ne correspondent plus à ce que nous voulons demain est trop simple et ne règle rien.

Il y a des modèles économiques, des coûts et des contraintes d'exploitation, des conditions pour un fonctionnement efficient.

Jamais un commerçant ne s'engagera dans un projet de réorganisation, d'amélioration d'un lieu de commerce sans que sa situation soit prise en compte. Que prévoit-on pour lui et son avenir ? Dans quelles conditions pourra-t-il exploiter demain ?

Quoi qu'en disent certains qui confondent évolution lente et révolution, le commerce de périphérie a de nombreuses années de vie devant lui. Il ne sera pas non plus remplacé par le e-commerce.

Donc, et c'est normal, ces magasins ne voudront pas disparaître, à juste titre. Si les démarches de transformation, les projets ne les respectent pas, si leur avenir n'est pas assuré dans un cadre crédible, alors ces acteurs résisteront à tous changements.

Vers impulsion nationale et qui donne envie

On ambitionne de construire des logements dans certaines de ces zones pour densifier. **Qui aurait envie d'habiter dans une France moche !? Une drôle de manière de donner envie.** Changeons d'approche pour des qualificatifs positifs.

Chaque entrée de ville réclame un diagnostic spécifique en fonction de la situation du territoire, de la pression foncière, des besoins de logements etc. Et donc, la solution ne peut être identique partout. **Le plus grand danger serait de dupliquer partout une école de pensée, une signature urbaine similaire, des montages comparables ...**

Toutes ces zones ne trouveront pas leur avenir dans la mixité urbaine. Toutes ne pourront accueillir du logement, et alors en ce cas ; que faire ? Rien ? Certainement pas car ces zones doivent assurer leur attractivité pour demain dans leur composante commerce pour s'adapter aux évolutions de la société et de la consommation.



Cœur de Ville Bezons © www.I35.com

Besoin local de densification urbaine ou non, le commerce de périphérie devra avancer dans sa transformation pour rester attractif, mieux intégrer les obligations de transition énergétique, la circulation douce, bref se moderniser pour répondre à un citoyen/consommateur qui évolue. **La transition énergétique**, déclinée par la mise en œuvre du décret tertiaire donc d'investissement sur les bâtiments, **doit être l'occasion d'améliorer significativement le bâti**.

L'Etat devrait saisir cette occasion pour impulser une dynamique positive impliquant propriétaires immobiliers et commerçants exploitants pour un premier pas intelligent vers une amélioration esthétique de certaines zones. Ce ne sera pas suffisant partout mais autant faire en sorte que les investissements réalisés aillent en ce sens et soient accompagnés par l'Etat (suramortissement des investissements).

Respecter les acteurs en place

Si l'on souhaite réussir cette ambition de transformation des périphéries commerciales et des entrées de ville mais aussi réussir l'étape de l'engagement des acteurs en place, ce qui semble un enjeu sociétal majeur, il faut changer de vocabulaire, positiver et respecter les habitants.

La ministre Olivia Grégoire a annoncé le début d'une politique avec des territoires tests et sa volonté d'impulser une première étape avec les collectivités. **Nous pourrions constater dès la présentation de la démarche si les objectifs respectent bien l'avenir des acteurs du commerce** dans toute approche locale afin que les autres projets (logements, bureaux, ou autres) ne sacrifient aucunement l'activité et l'avenir de ces exploitants sous prétexte d'une meilleure intégration. Les fondamentaux du commerce et de l'exploitation d'un magasin (contraintes opérationnelles, accès et coûts) devront être respectés.

Reconstruire la ville sur la ville est difficile et réclame une co-construction de tous les acteurs sous l'impulsion de la collectivité territoriale, avec un projet prédéfini et partagé par tous. C'est l'ambition qui doit être assignée à tous les participants. Une démarche qui réclamera une véritable écoute, des montages complexes public/privé et des financements importants de la part des collectivités obligatoirement soutenues par l'Etat.

C'est un enjeu sociétal majeur. Jusque-là, lorsque la ville s'étendait, elle repoussait toujours plus loin les activités qui la gênaient, le commerce en a fait partie. Car qui a construit ces périphéries, des commerçants

seuls ou également des élus, des architectes, des promoteurs immobiliers ?! Il faut maintenant raisonner et agir autrement.

Ne pas figer la situation par des obligations qui bloqueraient l'évolution de tous les parkings !

Si les ambitions concernent les transformations/modernisations des périphéries commerciales, la politique publique doit garantir une cohérence dans les obligations des acteurs.

Les discussions en cours sur la loi pour l'accélération des énergies renouvelables prévoient d'imposer la mise en place d'ombrières avec des panneaux photovoltaïques sur 50 % de la surface des emplacements de stationnement. Bien entendu, le commerce de périphérie est un des principaux acteurs concernés par une telle mesure.

Question : comment mettre en œuvre de tels investissements qui, compte tenu de la durée d'amortissement figeront ces zones de parkings, tout en travaillant sur des véritables ambitions d'amélioration de certaines périphéries. **Il faudra arbitrer et ceci rapidement pour prioriser, exclure de nombreuses zones afin que ces investissements sur les places de stationnement ne rendent pas, de fait, impossible, tout projet de restructuration.**

Il y a urgence de décider avant le vote de la loi au parlement. Quelques semaines seulement.

Donnons de la fierté et de l'attachement territorial

Donnons de la fierté au contraire, montrons aux habitants et commerçants qu'ils sont considérés et que, pour cette raison, il faut engager un programme national d'amélioration, d'embellissement, d'éco transformation des entrées de ville commerciales. Que chacun ait envie de participer à une transformation sociétale positive.

Les territoires ne sont pas intrinsèquement moches, de même que les activités. Inventons ensemble les territoires de demain sans présupposer qu'il faut faire disparaître l'un pour installer l'autre.

Et soyons humbles, ce qui a été beau hier peut devenir laid demain car l'homme et la société évoluent, nos repères sociétaux également. ■