



centres-bourgs
PROGRAMME DE REVITALISATION

**1ère rencontre du réseau des chefs de projet lauréats
du programme national de « revitalisation des Centres-Bourgs »**

22 avril 2016 – Commissariat général à l'égalité des territoires

Thématique : services marchands et commerciaux

Intervention de François KOSSMANN – Objectif Ville

L'inversion de la tendance constatée de la fuite des commerces des centres bourgs nécessite un fort investissement de la part de la collectivité. L'action doit donc être cadrée et répondre à certaines exigences incontournables.

Critères de réussite pérenne :

On identifie cinq critères principaux pour la réussite d'une implantation commerciale.

Quatre critères concernent la qualité de l'aménagement de l'espace public :

1 - La visibilité :

- Visibilité dans la ville et lors des déplacements.
- Lisibilité (scénographie de l'enseigne, logo).

2 - L'accessibilité :

- Accessibilité en voiture, TC ou piéton.
- Confort de l'accessibilité (PMR, poussettes, etc.).

3 - Stationnement :

Sujet particulièrement sensible (espace rare et cher en centre urbain) mais fondamental. Accès livraisons.

Ne doit pas s'aborder qu'en terme d'espace, mais aussi en terme de gestion dans le temps (surveillance, horodateurs, livraisons hors horaires d'ouverture, etc.)

4 – Confort d'usage :

Perception du lieu par la clientèle/ qualité de l'« expérience client ».

Qualité de l'espace public, éclairage, signalétique, en lien avec l'accessibilité.

+ Le critère fondamental supplémentaire concerne l'attente des habitants et de la clientèle.

5 – Assortiment commercial :

- L'offre doit être adaptée à l'attente du client et à l'imaginaire de la clientèle (offre en centre-ville différente de l'offre en zone commerciale périphérique, par exemple).

- Plusieurs vocations pour le calibrage de l'offre :

Offre de proximité : rayon de 500m.

Offre d'animation : à vocation touristique.

Offre de destination : grandes enseignes (FNAC, etc.).

Offres atypiques : commerces mobiles, produits artistiques, etc.

Pour les villes moyennes, on identifie une masse critique. Il est fondamental de réfléchir à plusieurs échelles (le centre-ville/centre-bourg et le territoire de la commune/intercommunalité) et de définir la vocation (commerciale, touristique, etc.) du centre-ville dans le projet de territoire.

On constate une évolution récente avec l'émergence de nouvelles pratiques et de nouveaux modes de consommation, à travers le développement du numérique (réseaux sociaux et commerces « prescrits » - ouverts en lien avec un site internet). Mais si on constate une montée en puissance des achats en ligne, il reste une forte demande d'ancrage physique.

Exemple :

Le site de vente en ligne des opticiens « Pure Player » a ouvert une petite boutique en périphérie d'une ville moyenne qui a eu un succès inespéré, par la seule notoriété donnée par les réseaux sociaux.

Conditions de fonctionnement pérenne des commerces en centre-ville :

La gouvernance :

Les actions en faveur de l'activité commerciale (travaux de voirie, d'accessibilité, de mise en cohérence des enseignes) posent la question des moyens des communes, aux services techniques réduits, et nécessite l'appui des EPCI.

La réduction des crédits FISAC (désormais attribués par appel à projets) pose également question.

L'équilibre des actions menées :

L'ambition politique doit être calibrée en fonction du potentiel local.

- Veiller à l'équilibre entre l'offre et le potentiel de clientèle et de marché.

- Identifier en amont les contraintes techniques, financières et juridiques concernant l'achat de locaux ou les travaux à envisager par la collectivité.

L'EPARECA est un établissement public d'aménagement qui intervient pour des opérations de restructuration commerciale dans des quartiers de la politique de la ville, quartiers de grands ensembles ou quartiers anciens dégradés (170 quartiers dont 15 dans le NPNRU niveau national et 25 de niveau régional). 11 lauréats du programme de revitalisation des centres bourgs sont concernés par l'ancienne ou la nouvelle géographie prioritaire de la politique de la ville.

Ces quartiers ont des caractéristiques très différentes, les réponses doivent donc être contextuelles (formes urbaines, potentiel touristique, taille de la commune ou de l'EPCI, taille du quartier, état du marché immobilier).

Quelques principes fondamentaux :

- Démarche partenariale intégrée (enjeux multiples/acteurs multiples).
- Question commerciale intégrée dès le diagnostic préalable.
- Construction d'une ingénierie de projet adaptée (liée à la stratégie et aux priorités identifiées).
- Mobilisation d'outils adaptés à chaque situation (outils fiscaux – taxation des friches, outils juridiques – droit de préemption urbain ou des fonds de commerce, etc.).

Exemples :

A Villeneuve st Georges (94), l'opération de la rue de Paris était destinée à offrir une mixité d'activités en remplacement d'une spécialisation excessive. L'opération en lien avec l'opération PNRQAD a été adaptée au fur et à mesure de l'avancement du projet, pour ramener les commerces vers les flux principaux. Les outils utilisés ont été multiples (OPAH-RU, recyclage foncier) ainsi que les partenaires (EPF, bailleurs, EPA).

À Pantin (93), l'opération a misé sur la valorisation d'une tradition locale de métiers d'artisanat d'art, autour de la rénovation d'une maison en pôle de métiers d'art (Maison Revel).

À Guise (02), en misant sur le tourisme, une boutique a été transformée en vitrine pour les producteurs locaux, associée à un loueur de vélos.

Pour aller plus loin : fiches pratiques sur le [centre de ressources CapVille](#)

Intervention d'Olivier BOURDON « Ma boutique à l'essai »

Le principe du dispositif est d'accompagner et de sécuriser la création de nouveaux commerces par l'occupation de boutiques vides, pendant 6 mois.

Le dispositif réunit plusieurs partenaires (banque, assurance, agence de communication), en plus de la collectivité et des propriétaires des murs. L'opération ne nécessite aucun investissement de la part de la collectivité, le propriétaire prend en charge la rénovation du local commercial mis à disposition, dont le loyer est négocié à tarif préférentiel.

Exemple :

Une première expérimentation a été faite à Noyon en 2013, qui, grâce à une forte valorisation (presse, médias), a permis le retour de la clientèle sur le secteur et, depuis, l'installation de 8 nouveaux commerces à proximité.

Actuellement, 16 boutiques à l'essai sont en cours de lancement. 30 nouvelles sont prévues en 2016.

La fédération des boutiques à l'essai, créée en 2014, organise un 1^{er} séminaire le 12 mai 2016 à Noyon.

Échanges avec la salle :

Les échanges avec la salle ont soulevé la question du manque d'outils et de partenaires identifiés dans le domaine de la redynamisation commerciale.

De nombreuses opérations sont en cours, avec intervention des collectivités pour le rachat des murs (par exemple), ou l'appui aux investisseurs privés par une garantie de la puissance publique, ce qui pose la question des moyens financiers et partenariats disponibles localement (CCI, par exemple).

Questions posées :

- Extension des actions de l'EPARECA dans le milieu rural dans le cadre de l'expérimentation du dispositif Centres Bourgs, ou création d'un établissement public de même type adapté aux problématiques rurales.
- Expérimentation des contrats de revitalisation du commerce et de l'artisanat (CRAC) en centres bourgs (CRAC actuellement expérimentés par la ville de Paris).
- Manque de visibilité sur l'évolution des contrats FISAC, fonctionnant par appel à projets.