



L'institut
pour la ville et le commerce

Paris, le 3 novembre 2015

Atelier de réflexion

« Comment préserver et dynamiser le commerce des villes moyennes ? »

25 septembre 2015

Liste des présents

Enseignes

- Bruno FOURNIER, H&M
- Michel GOYARD, MC DONALD'S

Collectivités locales

- Amélie BEAUGEARD, CAEN (*représente Anne BRUNET*)
- Florence GARCIN, PLAINE COMMUNE (*Nouvel adhérent*)
- Frédéric MARQUET, MULHOUSE
- Stéphane TOPIN, CUD (*1^{ère} venue*)

Promoteurs

- Caroline FORTIER, FINANCIERE DUVAL
- Philippe MANDONNET, FINANCIERE DUVAL
- Antoine MARTIN, MERCIALYS
- Vincent MOUSSEIGNE, IMMO MOUSQUETAIRES

Organismes

- Philippe LEGRIS, CAISSE DES DEPOTS (*Nouvel adhérent*)
- Guillaume SIMONIN, ALLIANCE DU COMMERCE

Intervenants

- Philippe GRALL, EPFPC
- Armelle LEGRAND, GROUPE ERAM
- Thierry FOUREZ, VASTNED

Permanents de l'Institut pour la Ville et le Commerce/ Bérénice pour la Ville et le Commerce

- Michel PAZOUMIAN, Président délégué
- Pascal MADRY, Directeur
- Stanislas CEBRON DE LISLE, Directeur Général (Bérénice)



Analyse des problématiques d'une ville telle que Niort

Pascal MADRY, Directeur de l'Institut pour la Ville et le Commerce, explique que Niort constitue une ville moyenne typique, avec en périphérie, un pôle véritablement dominant et un autre pôle de second rang, ainsi qu'avec un centre-ville qui respecte les standards d'une cité moyenne de province.

Michel PAZOUMIAN, Président délégué de l'Institut pour la ville et le commerce, signale que les travaux de piétonnisation ont cassé une dynamique de flux qui existait auparavant. En outre, les abords du marché ne sont pas exploités. S'agissant du grand piéton, de beaux linéaires sont installés. De son côté, l'opération autour d'H&M est loin d'être terminée.

Philippe GRALL, EPFPC, signale qu'un projet porte sur la fermeture de la galerie Victor Hugo afin de permettre la création de commerces sur rue.

Michel PAZOUMIAN évoque un différentiel global dans le baromètre d'au moins 30 % entre le centre-ville et la périphérie.

Pascal MADRY recense les problématiques liées à ce type de ville :

- la taille critique du circuit marchand ;
- la question de l'extension de ce circuit à l'occasion de projets urbains ;
- l'infrastructure commerciale sur ses aspects de programmation, notamment en regard de locomotives telles que les Galeries Lafayette, le cinéma ou les Halles ;
- le positionnement en gamme, que le Maire envisage de rehausser ;
- l'intégration des galeries marchandes dans un tissu urbain ;
- la question de la qualité des aménagements publics et la problématique relative à la réussite de la piétonnisation.

Thierry FOUREZ, Vastned, explique que le Maire ambitionne de concentrer les activités *premium* dans un passage. Or, celui-ci nécessite des restructurations. Le projet de la Mairie pourrait être remplacé avec profit par une dynamisation du centre-ville, laquelle a démarré avec l'arrivée d'H&M.

La problématique des établissements fonciers dans les centres-villes des villes moyennes

Philippe GRALL, EPFPC, s'interroge sur les moyens d'attirer les enseignes dans les centres-villes de taille moyenne. En effet, dans ces villes intermédiaires vit une population qui n'a souvent accès qu'à quelques enseignes implantées dans des supermarchés de base. Un relais de croissance y existe donc une fois les opérations montées et équilibrées avec l'aide d'un investisseur. Le rôle de catalyseur de l'Établissement Public Foncier est alors de libérer le foncier et d'accompagner les acteurs privés à réinvestir les centres anciens.

L'EPF analyse le foncier, étudie ses utilisations possibles, l'acquiert et le prépare. Il est ensuite revendu au coût de revient à l'investisseur, voire à un prix minoré afin de l'aligner sur les conditions d'intervention d'acteurs privés. Charge à l'investisseur de proposer un modèle, un montage, des enseignes, ainsi qu'un projet architectural. Ce dispositif sera déployé massivement dans des villes intermédiaires.



Bruno FOURNIER, H&M, explique que les conditions d'implantation d'un magasin H&M sont toujours particulières au projet. Le centre-ville de Niort faisait partie du plan de développement. En parallèle, le magasin de la périphérie va être agrandi. Après un peu moins de trois semaines d'ouverture, le chiffre d'affaires en centre-ville dépasse déjà les espérances et la cannibalisation entre magasins reste infime.

Concernant le développement vers des villes moyennes, si Parthenay reste exclue, des ouvertures à Saintes ou Cognac sont envisageables. La jauge en matière de zone de chalandise s'élève à 30.000 ou 40.000 habitants, mais d'autres paramètres entrent également en ligne de compte.

Armelle LEGRAND, Groupe Éram, représente l'enseigne qui s'implantait sur les villes françaises de plus petite taille. Elle s'intéresse désormais aux zones où la chalandise atteint 20.000 à 25.000 habitants.

Michel GOYARD, McDonald's, ne dispose pas de l'outil qui permettrait d'aborder le centre-ville de marchés de cette taille-là. L'entreprise ne s'y implantera donc pas.

Vincent MOUSSEIGNE, Immo Mousquetaires, affirme que la démarche consistant, pour des villes de 15.000 habitants, à opposer le centre-ville et la périphérie ou même le supermarché et le commerce traditionnel est dépassée.

Caroline FORTIER, Financière Duval, en tant que promoteur, constate une différence en matière de relais de croissance pour les villes chargées d'histoire.

Vincent MOUSSEIGNE souligne que les plus petites de ces localités connaissent une évasion considérable.

Philippe GRALL confirme que, dans ces villes, l'offre n'existe pas. Or, des opérations extraordinaires peuvent être réalisées dans des villes comme Cognac ou Angoulême. En outre, la représentation démocratique elle-même estime désormais que l'étalement urbain doit être stoppé.

Thierry FOUREZ précise que les enseignes qu'il interroge montrent une aversion totale au risque. Dans les petites villes, elles recherchent des emplacements n° 1, et elles refusent d'y être seules.

Caroline FORTIER signale que la proportion de projets faisant l'objet de recours va *crescendo*. En outre, le choc de simplification allonge les délais, voire fait échouer certains projets. Le Procos pourrait donc se charger d'organiser des ateliers de réflexion sur les éléments législatifs à faire évoluer.

Pascal MADRY rappelle que les lois d'urbanisme commercial sont en réalité des lois de concurrence, par nature inefficaces. Une réflexion sur ce sujet impliquerait un travail sur les équilibres entre les centres-villes, qui pourraient être transformés en zones franches, et les périphéries, qui seraient au contraire réglementées. Cependant, les directives européennes interdisent la discrimination.

Florence GARCIN, ville de Plaine Commune, convient que la nouvelle loi ne facilite pas la gestion de l'urbanisme et du tissu commercial. De plus, des surproductions apparaissent parfois dans les projets. Le manque d'outils pour travailler sur ces questions est flagrant.

Frédéric MARQUET, ville de Mulhouse, affirme que le facteur-clé du succès repose sur la mobilisation concrète des élus et sur le travail porté par l'ensemble des acteurs du territoire.



Philippe MANDONNET, CFA, signale que les politiques ne disposent d'aucun levier d'action sur les loyers ou sur les vacances de commerces en centre-ville. Peu d'élus ont exercé leur droit de préemption sur des commerces.

Thierry FOUREZ a diminué les loyers de 30 à 50 % dans certaines villes moyennes ou petites, sans pour autant trouver de preneur. Pour autant, le facteur loyer n'est pas déterminant pour des villes comme Niort.

Armelle LEGRAND rappelle que les travaux en centre-ville ont fait perdre énormément de flux au centre-ville de Niort. Les enseignes ne correspondent pas aux attentes de la clientèle jeune. L'arrivée de H&M ne suffira donc pas pour récupérer la clientèle qui se rend à La Rochelle, et un plan merchandising doit être mis au point avec les élus et l'association des commerçants.

Philippe GRALL confirme que le recours aux acteurs locaux peut également exercer un effet positif. De plus, les réseaux permettent d'organiser des relais de croissance entre plusieurs villes. Une réflexion doit également porter sur l'extension des horaires commerciaux en soirée.

Par ailleurs, les prétentions irraisonnées en matière de loyer de certains propriétaires favorisent la concurrence périphérique. Des élus ont donc mis en place des dispositifs de préemption ou de taxe sur les locaux vacants. L'EPF procède également à des achats de locaux.

Antoine MARTIN insiste sur le rôle des services de proximité pour attirer les clients dans les centres des plus petites villes.

Pascal MADRY a constaté que celles dont la vacance commerciale restait faible avaient préservé de l'emploi dans leurs espaces centraux. La densité de logements contribue également à la création d'un marché de consommation.

Guillaume SIMONIN, UCV, constate que l'importante zone commerciale en périphérie de Niort est à l'origine des problèmes du commerce en centre-ville. En outre, l'existence d'une chalandise en centre et en petite couronne reste à démontrer. Enfin, la question essentielle demeure l'accessibilité de ce centre-ville, car tous les habitants se déplacent en voiture.

Thierry FOUREZ ajoute qu'il montre encore un potentiel que prouve le succès d'H&M. Le point de non-retour a néanmoins été atteint dans un certain nombre d'autres villes.

Michel PAZOUIMIAN s'intéresse à la situation commerciale des Halles.

Armelle LEGRAND estime que le site est remarquable. Il reste pourtant vide, notamment parce que l'animation fait défaut.

Thierry FOUREZ partage ce sentiment d'inachevé. La signalétique de la rue aurait également dû être renforcée, et le parking est payant. En outre, la visibilité est limitée par l'architecture. L'occupation des cellules doit donc être repensée, avec notamment une activité de petite restauration. Enfin, un lien avec le flux doit être créé, et les baux doivent prévoir une obligation d'exploitation.

Vincent MOUSSEIGNE confirme que la création d'un supermarché intérieur comme celui d'Arcachon aurait pu être envisagée.



Stéphane TOPIN, Communauté urbaine de Dunkerque, indique que, pour des raisons de choix politiques, la dynamique commerciale avait été mise en pause à Dunkerque, ville de 70.000 habitants située dans une agglomération de 200.000 habitants. Le changement d'exécutif à ces deux niveaux fait émerger une problématique de redensification, notamment entre les deux centres commerciaux existants. Concernant le centre-ville, un projet de création de halles est à l'étude.

Les projets et réflexions opérationnelles des adhérents

Thierry FOUREZ estime qu'une synthèse doit en premier lieu être tirée des ateliers de réflexion. Elle pourrait servir à influencer les élus et à rendre opérationnelles les réflexions de l'Institut. Le besoin de se fédérer manifesté par Caroline FORTIER s'accompagne de la nécessaire mise au point de recettes, de démarches d'éducation des élus et de lobbying auprès des décideurs sur les législations.

Frédéric MARQUET, considère pertinent de se pencher sur de grandes thématiques, telles que les amplitudes horaires d'ouverture, la place des commerces dans les centres-villes ou les modes de coopération des différents acteurs. L'Institut devra veiller à prendre en compte la taille des villes pour ses prises de position.

Vincent MOUSSEIGNE souhaite tirer des enseignements des expériences de redynamisation menées hors des métropoles.

Michel PAZOUMIAN signale que nombre de villes moyennes sont à la dérive. La réflexion ne pourra donc pas porter sur les plus petites agglomérations.

Pascal MADRY estime que l'Institut doit *a minima* communiquer sur la nécessité de différencier les approches en fonction de la taille des villes.

Philippe LEGRIS, Caisse des Dépôts, s'affirme très sensible aux problématiques de la gouvernance. La priorité donnée au centre-ville doit être consensuelle, assumée et affirmée. Le sujet du parking ne doit en outre pas être éludé. Dans ce cadre, l'acceptabilité de la tarification du stationnement selon la taille des villes pourrait faire l'objet d'une analyse.

Par ailleurs, la mise en place du permis de construire valant autorisation a conduit à des effets délétères sur les projets mixtes.

Vincent MOUSSEIGNE estime affolants les recours et la lourdeur du montage de projets.

Amélie BEAUGEARD, ville de Caen, confirme que les élus sont conscients des problématiques liées au commerce. Ils ne disposent cependant pas d'outils leur permettant d'intervenir.

Florence GARCIN, rappelle que l'implantation des enseignes est corrélée au pouvoir d'achat des populations. En outre, les CDAC en blanc ne permettent pas de travailler correctement.

Philippe MANDONNET, précise qu'elles évitent les recours des concurrents.

Florence GARCIN s'interroge sur les moyens dont disposent les acteurs pour travailler ensemble au-delà du schéma de cohérence commerciale.



Antoine MARTIN, souhaite que les facteurs-clés de succès des expériences passées soient recensés.

Philippe MANDONNET, ajoute que le principal enjeu en matière de commerce et de ville est centré sur la recherche des interlocuteurs pertinents, notamment suite à la loi NOME, qui fait remonter les compétences liées au commerce au niveau des agglomérations. Des réunions doivent donc être organisées entre la Fédération des Villes Moyennes et les représentants des enseignes afin de permettre une stratégie d'influence ou de lobbying.

Armelle LEGRAND estime que l'Institut doit avoir pour rôle de conseiller et de communiquer auprès des élus et des enseignes sur les bonnes pratiques et les échecs.

Vincent MOUSSEIGNE rappelle que, lorsque les élus communiquent entre eux, les messages s'avèrent plus forts.

Pascal MADRY souligne que l'opposition centre-ville-périphérie est désormais remplacée par des enjeux métropolitains, sur lesquels la DATAR travaille. Le commerce doit de nouveau faire partie de l'aménagement du territoire. La commission économique du Parlement représente un interlocuteur pertinent en matière d'urbanisme commercial. Enfin, l'EPF représente un acteur nouveau dans le domaine, et il agit à une échelle régionale ou supra-communale, aplanissant ainsi les difficultés liées à la concurrence entre villes. Ce nouveau type de structure de gouvernance pourrait être promu davantage.

NB : Ce document a été rédigé par la société Codexa (www.codexa.fr).

