

## À LA UNE

---

### Rénover les entrées de ville commerciales ; l'occasion de vraies démarches vertueuses et de transformation ambitieuse, mais qui ne peut partir de la stigmatisation de l'existant



© lafame.city

La nomination du premier gouvernement d'Elisabeth BORNE n'a pour l'instant pas laissé beaucoup de place à la cause du commerce malgré les espoirs créés par la tenue des Assises du Commerce en décembre 2021.

Souhaitons que les choses changent après les élections législatives et que l'organisation finale du gouvernement permette au secteur du commerce engagé dans les transformations à venir et la construction de la société de demain d'occuper une place fondamentale avec **une politique sectorielle ambitieuse dans un « Plan commerce 2030 » essentiel pour faire face à la numérisation de la société et aux enjeux d'environnement et d'emploi.**

Une contribution aux changements sociétaux que les acteurs du commerce, notamment les enseignes, veulent engager mais qui réclamera une volonté politique d'accompagnement pour fixer le cadre de la réussite (capacité d'investissement, réglementation et fiscalité adaptées, approche transversale pour répondre au triple objectif : écologie, économie et social. La volonté de transversalité affichée dans la feuille de route de la Première ministre et la nomination de deux ministres transverses dont Amélie de MONTCHALIN avec un aspect territorial fort, laissent penser que la volonté d'engager tous les pans de la société est bien prise en compte. **Reste à voir quelle sera l'écoute ? Comment les arbitrages seront-ils rendus ?**

Quelle sera la réalité de la co-construction ? **Dans tous les cas, le commerce, la distribution, la consommation, ne doivent pas être une cible mais un acteur positif et actif des transformations sociétales.**

Les dossiers sont multiples et portent, en premier lieu, sur les capacités des acteurs du commerce d'investir massivement dans ces transformations qu'elles concernent le digital, la logistique, le point de vente ou le commerce responsable...

**Parmi tous ces enjeux, celui de la modernisation du commerce de périphérie et des zones commerciales est l'un des principaux puisqu'il est au cœur de la qualité de vie des Français sur leur territoire.**

Tout le monde a bien compris maintenant que le magasin restera central dans le commerce de demain malgré l'augmentation du poids du digital et de la numérisation. Le point de vente physique sera divers. Il comprendra une composante logistique plus forte, les formats évolueront mais le lieu physique demeurera central et vital à la fois pour le modèle économique (création de valeur, rapport volume d'activité/coût) mais également pour répondre aux besoins des citoyens/consommateurs partout en France : s'approvisionner mais aussi se faire plaisir et disposer de lieux dans lesquels le lien social, la rencontre et l'expérience ne sont pas un vain mot.

Cependant, contrairement à beaucoup d'idées reçues ou de croyances, le magasin ne sera pas beaucoup plus implanté qu'aujourd'hui dans le cœur de ville, si ce n'est sans doute à travers des formats plus petits en particulier dans les grandes métropoles afin d'assurer un rôle de proximité auprès d'une clientèle qui se déplace de moins en moins et qui n'est que faiblement motorisée.

Pour autant, même si ce n'est pas en cœur de ville, le commerce sera davantage inséré dans l'urbain, mais le poids du volume d'affaires restera largement plus fort en périphérie/périurbain que dans le cœur des villes. Ceci pour trois raisons majeures : les coûts immobiliers, la structure des surfaces immobilières (trop petites, difficiles et onéreuses à exploiter), le fait que les habitants resteront majoritairement en périphérie des villes auxquels s'ajoutent les difficultés d'accès croissantes dans les cœurs de ville.

**Pour toutes ces raisons, même s'il faut bien entendu poursuivre les actions en faveur des centres-villes, la périphérie doit concentrer une grande partie de notre attention si l'on souhaite mettre sérieusement en œuvre une politique du commerce territoriale pour demain.**

**Cette ambition de modernisation/transformation des zones de périphérie doit contribuer à répondre à deux problèmes sociétaux et économiques majeurs :**

- En premier lieu, **la modernisation du commerce physique de ces zones afin qu'il continue d'être attractif** pour le consommateur de demain de plus en plus adepte du numérique afin qu'il puisse le séduire et le satisfaire en améliorant la qualité de l'accès, de l'environnement, de l'accueil et de l'expérience.
- Par ailleurs, **les zones commerciales seront au cœur des réflexions foncières locales.** La politique de zéro artificialisation nette (ZAN) impactera profondément les réflexions urbaines et générera des tensions sur l'utilisation de l'espace entre les différentes fonctions (logement, industrie, logistique, commerce, infrastructures...).

**Rappelons toutefois que les réponses devront être locales et ne pourront pas être homogènes.** Il ne s'agit pas de définir une doctrine, une feuille de route commune et nationale mais bien de créer les conditions d'une ambition et d'une véritable politique locale en la matière.

Tout d'abord, parce que les zones sont de plusieurs types :

- Celles dont l'avenir restera principalement commercial et
- Celles dans lesquelles l'activité commerciale est fragilisée et devra probablement être transférée vers une localisation plus adaptée au commerce de demain dans le territoire.

Par ailleurs, parce que la situation diffère fortement selon les villes et agglomérations, les territoires dans lesquels le marché immobilier, en particulier de logement, est tendu et les autres.

**Changeons d'approche et de vocabulaire :**

- **Arrêtons de parler de la France moche.** Nous ne pourrions pas tout détruire, reconstruire ou transférer. Par ailleurs, nous parlons de lieux proches dans lesquels vivent des habitants. C'est leur environnement. Il s'agit de l'améliorer, d'en intégrer davantage les fonctions, de le rendre plus agréable. Mais la réponse sera locale, tout ne doit pas être rasé. Alors construisons une approche d'amélioration, pas de stigmatisation telle que sont tentés de le faire certains.

- **L'autre condition de réussite est de partager une vision locale, de coconstruire.** Reconstruire la ville sur la ville est complexe. Elle met en jeu de nombreux acteurs dont certains sont en place et craignent de perdre beaucoup au profit d'autres qui cherchent avant tout à dégager des droits à construire. Travailler sur les zones commerciales réclamera de travailler autrement. Les conditions de réussite sont nombreuses. Citons-en quelques-unes :
- **Respecter les acteurs en place**, exploitant comme propriétaire,
- **Inscrire la transformation dans un projet politique dans le temps long** en intégrant en particulier les projets périphériques dans la réflexion du commerce dans la ville avec des acteurs dédiés tels que les managers de centre-ville ont pu l'être dans les actions en faveur des cœurs de ville.
- **Mettre la pérennisation du commerce comme un axe central du projet** car elle est structurante pour la conception urbaine.
- **Respecter le commerce en particulier les grandes surfaces pour les pérenniser** : assurer des accès pour la voiture et la logistique, dimensionnés aux besoins d'un tel commerce (stationnement, zone de livraison...).
- **Donner accès aux compétences indispensables en matière de réflexion urbaine et économique** ; un intégrateur qui travaille sur l'ensemble des éléments et qui échange avec les différentes parties prenantes.

Manager une équipe projet multidisciplinaire et la concertation dans le temps long,

- **Des moyens financiers public-privé** : en fonction des situations locales, les capacités de financement par le privé seront plus ou moins importantes. Les modalités de financement publics devront être mis en œuvre pour apporter le complément indispensable à la réalité du projet.
- **Aider et inciter bailleurs et exploitants à moderniser ensemble** : les enjeux environnementaux (consommation d'énergie) nécessiteront des investissements. Faisons-en sorte que cette obligation devienne un objectif commun qui s'intègre plus globalement dans l'environnement des bâtiments et permette d'améliorer l'attractivité durable du commerce et de la zone dans laquelle celui-ci s'insère...

**Créer les conditions de la réussite.** La réussite d'une rénovation/modernisation des zones commerciales de périphérie repose sur plusieurs préalables indispensables :

- **Une vraie volonté politique nationale** actant l'importance de la modernisation des commerces de périphérie pour la résilience d'un commerce physique vital pour l'emploi et le bien-être de la vie des habitants dans les territoires.
- **Faire de ce programme une base forte de la transformation écologique, sociétale et sociale.**



© www.ville-creteil.fr



L'écologie doit être présente en s'assurant également du confort des clients et salariés, du maintien de l'emploi, de la qualité de vie des habitants de la zone de chalandise (et pas seulement de l'emprise visée par la transformation).

- **La mise à disposition de compétences** pour les collectivités sur le modèle de celles mises en place dans le cadre du projet Action Cœur de Ville mais également avec les aménageurs privés.
- **Une volonté déclinée localement de réflexion et de concertation** autour d'un schéma prospectif du commerce à l'échelle des agglomérations, Scot, PLUi impliquant tous les profils d'acteurs et particulièrement les commerçants.
- **La mise en place d'une autorisation d'équipement commercial (AEC) de transfert** de surface de vente de manière à déplacer, transférer, regrouper plus aisément des activités commerciales tout en faisant en sorte que les anciens bâtiments deviennent non commerciaux et mutent vers de nouveaux usages. La CDAC de transfert oblige à traiter le sujet de l'exploitant, de l'ancien propriétaire, du nouveau propriétaire ainsi que le futur de l'espace qui n'a plus de commercialité
- **La sécurisation juridique de projets qui s'inscrivent dans le temps long** : il est impératif de rechercher les modalités d'une sécurisation des projets et programmes validés sans qu'ils restent durablement exposés à des contestations, recours, remises en cause par les élus... C'est la condition sine qua none de l'accord des parties et du financement des opérations.
- **La création d'un fonds de modernisation sécurisé** sur dix ans à hauteur des besoins et des enjeux, contribution publique aux financements des projets.
- **Les mesures d'accompagnement fiscales** incitatives au profit des commerçants et des propriétaires exploitant ces zones.
- **Au fur et à mesure des projets, la concertation en amont doit intégrer à la fois les propriétaires et les exploitants** de manière à rechercher une solution de sortie pour chaque partie avant la finalisation d'un projet qui doit répondre aux problématiques spécifiques de chaque territoire et en aucun cas viser à dupliquer ce qui sera mis en œuvre ailleurs dans une logique de mimétisme ou d'école de pensée.

**Cette modernisation du commerce dans les périphéries doit être un axe prioritaire des transformations sociétales et des territoires. C'est l'occasion de répondre aux objectifs environnementaux (réduction de consommation d'énergie...), sociétaux (logements, emplois).**

Une ambition politique qu'il faut ajouter à la poursuite des actions en faveur de l'attractivité des centres-villes. Deux axes complémentaires et non concurrents.

Le début du quinquennat doit porter cet engagement de pérennisation du commerce physique sous toutes ses formes dans les territoires car il est constitutif de l'activité économique locale, de l'emploi locale, mais aussi et surtout de la vie des habitants et du lien social.

**Une démarche qui ne peut partir de la stigmatisation « Une France soi-disant moche » mais de l'existant pour construire un avenir de dynamisme local, d'emploi local, de construction commune du territoire.**

L'Etat et les régions doivent aider, impulser, faciliter par des fonds de modernisation de montants importants et par un accompagnement fiscal volontariste pour les acteurs (propriétaires immobiliers, exploitants). ■



© www.recarchitecture.com