

CONFÉRENCES

Six villes primées au Palmarès des centres-villes commerçants expliquent la recette de leur succès



©N Prebende

Les villes lauréates du Palmarès Procos 2019 ont reçu leur prix lors de l'Assemblée Générale de Procos, occasion pour elles de dévoiler les recettes de leur succès, mais aussi de passer certains messages aux professionnels du commerce avec lesquels il n'est pas toujours facile de collaborer.

Les représentants de Lyon, Clermont-Ferrand, Annecy, Amiens, Compiègne et Gap ont donc répondu aux questions de François FEIJOO et Olivier PIA sur les solutions mises en place localement et qui ont permis d'obtenir des résultats.

L'analyse globale de la situation des centres-villes fait encore ressortir des évolutions inquiétantes : augmentation de la vacance commerciale, diminution des entrées en magasin et des chiffres d'affaires des enseignes ; mais, l'annonce du plan Action Cœur de Ville semble avoir donné le top départ de la revitalisation des cœurs marchands aux différents acteurs publics. Ainsi, sur la dernière année, enseignes et cabinets de conseils, avons tous constaté la multiplication d'actions liées à l'attractivité marchande des centres-villes dans les territoires.

Nous attendons tous aujourd'hui avec impatience les premiers financements du plan Action Cœur de Ville afin de pouvoir mesurer ses premiers effets.

Sur les neuf villes lauréates de la 3^e édition du Palmarès Procos des centres-villes, deux d'entre elles présentent des facteurs endogènes expliquant en grande partie leur performance : Annecy et Compiègne ; trois affichent depuis longtemps des politiques commerciales volontaristes d'équilibre entre le centre-ville et la périphérie notamment : Lyon, Strasbourg et Amiens ; enfin, les quatre autres présentaient de réelles difficultés marchandes et ont réussi par différents moyens à inverser la tendance : Gap, Vichy, Quimper et Clermont-Ferrand. S'il reste encore beaucoup à faire dans ces villes, elles représentent néanmoins un espoir voire un exemple pour tous les centres-villes en difficulté.

Les villes qui ont inversé la tendance

Clermont-Ferrand par la voix de Akim BARA, adjoint au maire et élu au commerce et à l'artisanat raconte comment la ville de Clermont a pris conscience qu'il fallait agir il y a quelques années : « Clermont-Ferrand était régulièrement mal noté par Procos lors des études de la Fédération sur la vacance commerciale. En 2016, nous faisons vraiment partie des mauvais élèves. Touchés par ces critiques, avec Monsieur le Maire, nous avons décidé d'élaborer un plan de bataille pour le commerce. L'objectif initial était de stopper puis de réduire la vacance commerciale à échéance d'un mandat. Ce prix montre que nous sommes sur la bonne voie. Pour ce faire, nous avons d'abord réuni toutes les forces en présence ; CCI, agglomération puis la métropole, la ville et les associations de commerçants afin de travailler pour le même objectif mais surtout dans le même sens et de façon concertée. Ainsi, nous avons mis quelques solutions en place qui permettent deux choses : mesurer et agir. D'abord, s'agissant de la mesure, nous avons établi un périmètre de préemption commercial. Ensuite, la CCI suit les performances des commerçants en centre-ville comme en périphérie. S'agissant des actions, nous avons fait des choses simples : aides à l'installation, guichet unique pour tous les problèmes liés au commerce, puis de la revitalisation commerciale : installation d'un marché de producteurs sur la place Jaude, nous allons rénover les Halles, nous faisons de l'évènementiel à l'occasion de Noël bien sûr mais pas seulement... »

A. BARA avait également un message destiné aux enseignes « Je suis heureux d'être là et je voudrais vous adresser un message à vous, les professionnels du commerce : venez nous parler, venez nous voir, d'une part, parce que nous avons des solutions à vous proposer et que nous connaissons bien notre territoire et d'autre part, parce que nous aussi nous avons besoin de vous. Nous avons besoin que vous participiez aux associations de commerçants, que vous jouiez le jeu des animations et des actions commerciales. Nous devons travailler ensemble et plus l'un à côté de l'autre comme c'est le cas aujourd'hui. »

Cette injonction de A. BARA a d'ailleurs été relayée par Philippe MARINI, maire de Compiègne pour qui « Les enseignes nationales doivent véritablement avoir une action locale afin de s'adapter à leur environnement et d'agir positivement sur l'environnement urbain et marchand des villes dans lesquelles elles s'installent. » De même, Bénédicte FEROTIN, adjointe au commerce de la ville de Gap plaidait elle aussi pour une meilleure coordination entre enseignes et services municipaux.



De gauche à droite : Bénédicte FEROTIN (Gap), Akim BARA (Clermont-Ferrand), Olivier PIA
©N Prebende

B. FEROTIN n'a pas caché sa surprise de recevoir le trophée de la meilleure évolution pour les petites villes moyennes. « Je ne vous cache pas qu'il y a des sceptiques à Gap. Car, si je sais moi que les actions lancées par Monsieur le Maire produisent des résultats, il nous reste encore du travail pour améliorer l'attractivité de notre centre-ville. A Gap, nous avons simplement misé sur nos atouts : un patrimoine, une nature exceptionnelle, une centralité pour tout le département des Hautes-Alpes et un art de vivre particulier. Ainsi, nous cherchons à mettre en avant nos artisans, nos spécialités locales afin de renforcer encore notre particularisme. Nous misons donc sur le tourisme mais aussi sur les habitants de toutes les Hautes-Alpes qui viennent à Gap car c'est la seule ville à moins d'une heure ».

Ce fut l'occasion pour B. FEROTIN de vanter les atouts de sa ville devant les grandes enseignes nationales et de les inviter à venir s'y installer pour profiter du climat des affaires.

Laetitia TORRES, vice-présidente de My Presqu'île et Nedjma BEN MOKHTAR, première adjointe au maire d'Amiens et adjointe au commerce vantaient, elles, pour leurs villes respectives, des actions de long terme en faveur du commerce bien sûr mais surtout du centre-ville qui offrirait une attractivité dans tous les domaines de même que le déploiement concerté et mesuré de la périphérie commerciale qui permet à la fois de développer toutes les activités marchandes sans déshabiller le centre-ville. Laetitia TORRES rappelait également lors de la remise du trophée du meilleur centre-ville dans la catégorie métropole comment « Via des opérations publiques comme la rénovation/réhabilitation de l'Hôtel-Dieu ou des opérations privées comme Grolée Carnot, tous les acteurs se sont impliqués pour trouver des cellules aux locomotives qui jusqu'ici étaient absentes du centre-ville. Ces nouvelles activités vont redonner une nouvelle raison de venir au centre-ville dans l'espoir que cela profite à tous. »



De gauche à droite : Marylène FIARD(Annecy),
Nedjma BEN MOKHTAR (Amiens), Laetitia TORRES (Lyon),
Akim BARA (Clermont-Ferrand), Bénédicte FEROTIN (Gap),
Philippe MARINI (Compiègne)
©N Prebende

Marylène FIARD, maire adjointe au commerce de la ville d'Annecy et Philippe MARINI, maire de Compiègne s'appuyaient eux sur deux éléments clés pour expliquer leurs succès : la nature et la pierre : Ainsi Ph. MARINI expliquait : « Avec Annecy, nous sommes des habitués des prix. Nous nous retrouvons souvent devant des assemblées à recevoir dans des domaines très divers des prix pour nos villes et nos actions.

Je crois qu'il faut dire que nous sommes des enfants gâtés par la nature. Nos villes jouissent de situations exceptionnelles : lac et montagne d'un côté, couplés à la proximité de la Suisse, forêt et patrimoine de l'autre, entre Paris et Lille. Ces cadeaux de la nature, nous avons su les faire fructifier. A Compiègne, nous avons compris que si nous voulions de grandes enseignes en centre-ville, il fallait leur construire des cellules adaptées et ce fut fait à travers trois opérations : La Fnac, le centre commercial au-dessus des Halles et l'arrivée d'H&M en rez-de-chaussée d'une opération privée. Le reste, nous l'avons déjà, des commerçants indépendants et originaux qui ont pignon sur rue. Il fallait accompagner le mouvement et je crois que nous sommes arrivés à le faire avec succès. » Et, M.FIARD de reprendre « De notre côté, nous avons construit l'Ilôt Courier qui permet de créer une véritable attractivité vers le nord de la commune et il est vrai que nous profitons beaucoup des touristes et de l'attractivité de la Suisse. Mais, notre grand succès a été de réunir les conditions pour accueillir cette clientèle très exigeante. »

On voit à travers les neuf villes primées au Palmarès Procos des centres-villes 2019 à quel point les situations diffèrent dans les territoires, et qu'à chaque situation, sa solution. Le Plan « Action Cœur de Ville » a été conçu pour répondre à la diversité des problèmes des centres-villes français. Il appartient maintenant au maire de prendre la main, de s'emparer du problème et d'agir en concertation avec les commerçants indépendants mais aussi avec les enseignes face à chacune de leurs problématiques locales. ■