

Groupe de travail sur l'opération de revitalisation des territoires

Jeudi 25 avril 2019

Matin : commerce

Après-midi : stationnement

✚ Matinée : Prise en compte de la problématique commerciale dans l'ORT

Pierre Jarlier introduit la réunion sur le thème du commerce dans les centres-villes et les centres-bourgs. La revitalisation commerciale est au cœur des préoccupations locales et nationale. Il rappelle l'importance du commerce et de l'artisanat pour le dynamisme et l'attractivité des territoires.

Les services de l'AMF présentent le volet « commerce » des opérations de revitalisation de territoire (ORT) et les apports de la loi ELAN en matière d'aménagement commercial.

Pour rappel, dans le programme *Action Cœur de Ville* le volet « commerce » ne fait l'objet d'aucun financement dédié, contrairement au volet « habitat » qui est financé par Action Logement et l'Anah.

Les ORT constituent un nouvel outil, créé par l'article 157 de la loi ELAN n°2018-1021 du 23 novembre 2018. Cet outil, désormais encadré par l'article L. 303-2 du code de la construction et de l'habitation, a pour objet « la mise en œuvre d'un projet global de territoire destiné à adapter et moderniser le parc de logements et de locaux commerciaux et artisanaux ainsi que le tissu urbain de ce territoire pour améliorer son attractivité, lutter contre la vacance des logements et des locaux commerciaux et artisanaux ainsi que contre l'habitat indigne, réhabiliter l'immobilier de loisir, valoriser le patrimoine bâti et réhabiliter les friches urbaines, dans une perspective de mixité sociale, d'innovation et de développement durable ».

Ainsi, le projet global de territoire inclut une dimension commerciale puisqu'il a, en partie, pour objet d'adapter et moderniser le parc de locaux commerciaux et artisanaux, afin d'améliorer son attractivité, de lutter contre la vacance commerciale et artisanale, et de réhabiliter les friches.

L'intérêt majeur de créer une ORT sur son territoire, s'agissant du commerce et de l'artisanat, c'est la dimension intégratrice du contrat. En effet, le contrat ORT permet d'associer au projet de revitalisation des acteurs comme les chambres consulaires (CCI et CMA pour le commerce et l'artisanat), les associations de commerçants et les investisseurs privés.

Echanges entre les membres du GT ORT

FISAC

En introduction de ces échanges, **Pierre Jarlier** rappelle que la disparition du FISAC va avoir des conséquences importantes sur les projets en milieu rural. Il met en avant le besoin de remettre en place un outil dédié au commerce.

Les membres du GT regrettent la disparition du FISAC, même s'ils soulignent la complexité des dossiers. Ils souhaitent avoir un pendant du dispositif de l'ANAH pour l'aide au commerce.

Cohérence territoriale et transversalité

La logique de cohérence territoriale est encore plus fondamentale sur l'aspect commerce. Une complémentarité est essentielle, au-delà de la seule dominante économique.

Les élus soulignent la nécessité de travailler en transversal sur ce sujet « commerce » et d'y intégrer les acteurs locaux publics et privés. L'enjeu est de déterminer un faisceau d'interventions et de trouver le modèle local en fonction de l'écosystème.

Il est souligné un problème de manque d'adéquation entre les investissements à réaliser et la capacité d'action et d'intervention des collectivités.

Le sujet de l'observation commerciale est fondamental. L'Agence nationale de cohésion des territoires pourrait prendre en charge un observatoire national de la vacance commerciale, alimenté par de multiples données locales et des enquêtes de terrain, afin d'apporter aux élus locaux une part d'ingénierie indispensable.

Immobilier commercial

La problématique des loyers excessifs est une vraie difficulté, elle accentue le phénomène de vacance commerciale. Il existe un problème d'adéquation entre la réalité du marché et les loyers commerciaux élevés.

La taxe sur les friches commerciales (TFC) est évoquée, avec ses atouts et ses limites (voir la note AMF en annexe). La principale limite étant celle de l'absence de périmètre, la taxe devant être instaurée sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'EPCI. Il est proposé de calquer le périmètre d'instauration de la taxe sur le périmètre de sauvegarde.

Colmar, qui se heurte à une problématique de loyers trop élevés, a mis en place la TFC en 2018 avec un bilan déjà positif. La possibilité d'encadrer les loyers commerciaux serait intéressante pour cette ville. En complémentarité, elle propose une subvention de 20% des travaux pour les commerces qui s'implantent en centre-ville (avec un plafond de 6 000€).

Doué-en-Anjou intervient également à hauteur de 30% des investissements immobiliers pour l'installation de commerces et d'artisans.

Autre solution évoquée, celle du droit de préemption : la commune peut se rendre propriétaire des murs. Mais l'expropriation a aussi ses limites (à **Objat**, une procédure d'expropriation a duré 11 ans). Un travail de pédagogie avec les propriétaires est bien souvent nécessaire.

Les boutiques à l'essai sont des alternatives innovantes intéressantes pour les territoires (exemple à **Giromagny**).

Numérique

L'enjeu de la formation des commerçants au numérique est fondamental. Les commerçants doivent se mettre au « phygital », en ayant à la fois une boutique en centre-ville et une plateforme internet, avec éventuellement une offre de click & collect.

Lille envisage de créer une Marketplace Lilloise. Un parallèle peut être fait avec la plateforme numérique de proximité de la ville de **Sceaux**.

L'appui des acteurs privés locaux, associations ou startup, peut permettre un partage des coûts de dynamisation commerciale du centre-ville, notamment concernant les plateformes internet.

Mobilisation des commerçants

La difficulté de mobiliser les commerçants autour d'un projet commun et pour ces derniers de changer leurs habitudes, notamment concernant les horaires d'ouvertures des magasins (entre 12h et 14h ou en soirée), sont également un enjeu fort du dynamisme du centre-ville.

Le rôle du consommateur est évoqué, ses nouveaux modes de consommations, ses attentes et sa responsabilisation notamment vis-à-vis des grands supermarchés de périphérie.

Mobilité et stationnement

En matière de mobilité et de stationnement, le problème des « voitures ventouses » est partagé par plusieurs élus.

Lille a mis en place un stationnement « stop & go » de 30min gratuit pour favoriser le click & collect, avec un système de capteur au centre de la place de stationnement qui envoie une alerte aux agents de police lorsque les 30min sont écoulées.

Intervention de l'EPARECA

Valérie Lasek, directrice générale de l'EPARECA, présente cet établissement public qui a vocation à intervenir, sur saisine des collectivités et à défaut d'initiative privée, dans les ORT.

L'EPARECA est l'Etablissement Public national d'Aménagement et de Restructuration des Espaces Commerciaux et Artisanaux, présidé par Hélène Geoffroy maire de Vaulx-en-Velin. **Il assure, sur saisine des collectivités, la création, la transformation ou la reconversion de surfaces commerciales et artisanales.**

L'EPARECA va intégrer la future Agence nationale de cohésion des territoires (ANCT).

En tant que promoteur public d'immobilier commercial et artisanal, il intervient dans les quartiers relevant :

- de la géographie prioritaire de la politique de la ville, son premier rôle à l'origine;
- du Programme National de Requalification des Quartiers Anciens Dégradés (PNRQAD) ;

- des Opérations de Revitalisation de Territoire (ORT).

Il se charge de la maîtrise d'ouvrage des opérations ou l'acquisition de volumes commerciaux ou artisanaux, ainsi que de la commercialisation et la gestion locative des surfaces restructurées.

Une fois les activités pérennisées et une rentabilité d'ensemble dégagée, la surface commerciale ou artisanale est mise sur le marché de l'immobilier privé. L'objectif est triple : maintenir un service de proximité et des emplois stables pour les habitants des quartiers fragiles, favoriser une mixité sociale et un changement d'image de ces quartiers et garantir la réussite de l'opération dans la durée.

L'EPARECA dispose d'un centre de ressources *CapVille* permettant d'aider au développement des projets de redynamisation commerciale ou artisanale, notamment à travers des exemples de bonnes pratiques (www.capville.fr).

L'intervention de l'EPARECA se fait en cinq phases :

- Saisine par la collectivité ;
- Etudes et montage
- Production ;
- Exploitation ;
- Et remise sur le marché.

Eligibilité

Depuis la loi ELAN, l'EPARECA a vocation à intervenir dans les ORT.

Les conditions d'intervention d'EPARECA sont les suivantes :

- Un défaut d'initiative privée ou locale ;
- La saisine d'Epareca par le Maire ou le Président de l'Etablissement Public de Coopération Intercommunale (EPCI) ;
- Une problématique relevant du champ de compétence du métier de promoteur immobilier de locaux commerciaux ou artisanaux.

Saisine

Quel que soit le niveau d'avancement du projet, l'Epareca doit être saisi officiellement par la collectivité concernée (la saisine provient généralement de la collectivité qui dispose de la compétence commerce et/ou développement économique).

Cas particulier des villes retenues pour le plan national « Action Cœur de ville » et des Opérations de Revitalisation de Territoires : afin de garantir une bonne articulation de l'intervention d'Epareca dans le cadre des projets relevant du programme « Action Cœur de ville » ou des « Opérations de Revitalisation de Territoires » définies par la loi ELAN, l'établissement doit être partie prenante de la gouvernance du programme. A ce titre, il est signataire de la convention (initiale ou par voie d'avenant, si la convention est déjà conclue). Il participe aux comités de projet, permettant une intervention intégrée avec l'ensemble des autres projets portés conjointement.

Financement des opérations

L'ingénierie de projet (phase études et montage) est cofinancée à parité avec la collectivité ou par tiers si le Groupe Caisse des Dépôts y participe.

Les coûts de l'opération sont constitués, d'une part, des coûts de maîtrise foncière, d'autre part, des coûts relatifs à la requalification/ restructuration du site. Ils sont partagés entre :

- Les collectivités territoriales concernées (commune, EPCI, département, région, etc.) ;
- Epareca en tant qu'investisseur, pour un montant basé sur la valorisation future de revente à terme du programme envisagé ;
- Epareca en tant qu'opérateur, en subvention pour financer le déficit de l'opération ;
- L'Europe via ses fonds FEDER et l'ANRU, le cas échéant.

Les locaux restructurés sont exploités par l'établissement, jusqu'à stabilisation et revente du site à un ou plusieurs investisseurs. Cette période d'exploitation, permet l'accompagnement des activités qui préexistaient, et le cas échéant, l'installation et le suivi de nouvelles activités.

En tant que bailleur public, Epareca amortit sur cette période la pérennisation du dispositif commercial et artisanal. Cela passe notamment par des dispositifs de loyers progressifs, et l'accompagnement de la montée en compétences de ses commerçants ou artisans locataires. Cette phase d'exploitation est financée en partie par les loyers perçus.



QUEL EST LE RÔLE D'EPARECA ET CELUI DE LA (DES) COLLECTIVITÉ(S) ?

L'opération est menée sous l'égide d'un Comité de Pilotage local, présidé par le Maire ou le Président de l'EPCI. Epareca est donc présent, à vos côtés, à tous les moments importants de la vie de l'opération.

LE RÔLE D'EPARECA

- Prend la maîtrise d'ouvrage des études de définition du projet
- Finance les études de définition du projet
- Assure la maîtrise d'ouvrage
- Finance en tout ou partie le projet
- Acquiert le foncier nécessaire à la réalisation de l'ouvrage
- Assure la commercialisation, la gestion locative et la maintenance du nouvel équipement
- Met en œuvre les actions de la communication opérationnelle

LE RÔLE DE LA COLLECTIVITÉ

- Met en œuvre le projet de renouvellement urbain
- Accompagne le projet commercial dans un certain nombre d'actions : maîtrise foncière d'ensemble, conception et réalisation des espaces publics (abords, voirie, éclairage, dévoiement des réseaux...)
- S'engage à ne pas être à l'initiative de toute implantation concurrente
- Mobilise les moyens nécessaires à la sécurisation du site et à sa signalisation

ANNEXES

- Note AMF « Taxe sur les friches commerciales »
- Note AMF « Apports de la loi ELAN en matière d'aménagement commercial »
- Brochure de l'EPARECA

Après-midi :

Intervenant : **Monsieur François LE VERT** représentant la fédération nationale des métiers du stationnement (FNMS)

Présentation de Monsieur Le Vert :

Présent dans le secteur du stationnement en France depuis près de 30 ans, Monsieur Le Vert est un expert de la réglementation française en matière de stationnement et de la dépenalisation du stationnement sur voirie, qu'il a fait connaître en France et dont il a soutenu la réforme en tant que **délégué général de la FNMS (Fédération Nationale des Métiers du Stationnement)**.

Quel est l'impact du stationnement sur le commerce de proximité des cœurs de ville ?

Dans son introduction Monsieur Le Vert s'interroge sur **l'impact du stationnement automobile sur la santé du commerce**. Il n'apporte pas une réponse tranchée mais **fournit des éléments de réflexion en s'appuyant sur des faits et des études**.

En centre-ville, la **tendance est à « l'apaisement »** : laisser plus de place aux piétons, vélos et transports en commun, et réduire celle qu'occupe la voiture. Ainsi, le nombre de places de stationnement diminue progressivement.

Aujourd'hui, les habitants ont un besoin de déambulation, d'espaces publics sécurisés et agrémentés mais les « politiques d'apaisement » ne sont en général pas du goût des commerçants.

Selon ces derniers, réduire l'offre de stationnement empêcherait les consommateurs venant en voiture de se garer facilement, à proximité immédiate d'un commerce. Ils les déserteraient alors, se repliant vers des zones offrant plus de places de parking, notamment les centres commerciaux.

Mais faire croître l'offre stationnement, c'est augmenter le risque d'apparition de voitures « ventouses ». C'est pour cette raison **que les municipalités se tournent vers des solutions comme le stationnement payant (avec ou sans minutes gratuites) et les zones bleues**, qui sont notamment là pour favoriser la rotation des véhicules.

Cependant, le stationnement payant peut se révéler être une barrière psychologique importante pour une partie de la population, qui se montrera réticente à faire ses achats dans les centres-villes.

Il est **difficile de dire si la réduction de l'offre de stationnement a un impact sur la santé des commerces**. Selon monsieur Le Vert le manque de données disponibles, notamment sur l'offre de stationnement en centre-ville, ne permet pas une analyse objective de son influence sur la vitalité du commerce.

Soucieux d'apporter des réponses concrètes aux collectivités qui le sollicitent, Monsieur Le Vert encourage les municipalités à réaliser des études visant à :

- **Établir un diagnostic quantitatif et qualitatif de l'offre de stationnement disponible sur le territoire communal ;**
- **Permettre de définir une politique de stationnement globale et cohérente susceptible de répondre aux besoins des usagers en fonction des spécificités de chacune des cœurs de ville.**

Les conclusions de ces études ne seront pas les mêmes pour tous les territoires.

Suite à ces études certaines communes ont fait marche arrière pour **un retour de la voiture dans les centres-villes pour dynamiser les commerces** (c'est par exemple le cas de Saint-Etienne) ; tandis que d'autres, comme Strasbourg, **ont renforcé leur vitalité commerciale avec une politique en faveur des mobilités actives et innovantes.**

Il n'existe donc pas de réponse générique à cette problématique.

Elle doit être étudiée au cas par cas, en fonction du territoire, de sa structuration (urbain/péri-urbain/rural, métropole, ville moyenne, etc.) comme du type de centralité à l'étude (centre-ville, centre bourg, cœur de quartier, ...).

Echanges avec la salle

- ✚ **Question : La marche à pied et le vélo, souvent présentés comme solutions alternatives à la voiture, sont des modes de déplacements 'antiéconomiques' pour les centres bourgs**

Selon Monsieur Le Vert, le vélo est sans aucun doute le mode le plus efficace pour faire ses courses en cœur de ville. Et il est également plus rentable que la voiture pour les commerçants. Rappel d'une enquête réalisée auprès de consommateurs cyclistes et automobilistes du centre-ville de Breda (Pays-Bas), montre deux choses importantes :

- A chaque visite, l'automobiliste dépense plus que le cycliste
- Mais par semaine, le cycliste dépense plus que l'automobiliste et il est plus fidèle.

- ✚ **Question : Dans les petites villes la voiture est indispensable au dynamisme du commerce. Si on décide de rendre la vie impossible aux automobilistes, ils auront vite fait d'aller dans le centre commercial périphérique**

Il faut penser l'aménagement du territoire dans sa globalité et réfléchir avec la voiture, et non contre la voiture, c'est le compromis idéal pour les municipalités.

Des solutions ont fait leur preuve à l'image des zones de stationnement gratuites pour une durée limitée de 15 à 30 minutes à proximité des commerces, qui permettent une rotation régulière des véhicules et réduisent le trafic dû à la recherche de stationnement.

Dans le même esprit, **le covoiturage et les voitures partagées** sont régulièrement citées parmi les solutions pour désengorger les rues des cœurs de ville. **Les transports en commun**

ont également un rôle clé à jouer comme par exemple **les navettes de centre-bourg** qui sont particulièrement en vogue, notamment auprès des populations plus âgées qui y sont très présente.

Le parking relais est aussi une excellente idée, le problème c'est que beaucoup de municipalité communiquent mal, si bien que bon nombre d'automobilistes ne connaissent pas les avantages qu'ils auraient à l'utiliser.

✚ Question de l'intervenant à la salle : À quelles difficultés vous heurtez-vous ?

- Le manque de rotation sur les places de courte durée
- Le stationnement anarchique
- L'incivisme
- La résistance au changement des administrés
- La configuration urbaine rend difficile le stationnement dans le centre bourg
- organiser le stationnement pour permettre les approvisionnements en centre-ville

✚ Question de l'intervenant à la salle : Qui exprime des attentes sur le stationnement ?

- Les commerçants ont des demandes contradictoires
- Les résidents de la zone piétonne
- Les artisans
- Les associations favorables aux modes doux
- Le « lobby » le mieux organisé est celui des promoteurs du vélo.

L'absence de gestion du stationnement crée des conflits d'usages : les habitants, commerçants, clients, professionnels, tous estiment « **avoir le droit de se garer gratuitement et au plus près** ». Mais dans les centres bourg, **l'espace public n'est pas extensible et la demande de stationnement est forte** : les autorités municipales doivent arbitrer pour éviter le blocage.

La solution consiste à **optimiser l'occupation des places de stationnement en centre-bourg** pour les usagers prioritaires que sont les clients des commerces et services et les résidents. **Le stationnement « des pendulaires »** doit être reporté ailleurs que dans le cœur de cité commerçant. Sinon les clients n'accèdent plus aux commerces et effectuent leurs achats ailleurs.

✚ Question de la salle : comment dissuader le stationnement « des pendulaires » en cœur des centres bourgs ?

Le stationnement de longue durée (plus de 4 heures) n'est pas prioritaire en centre-ville. De facto, il doit être repoussé un peu plus loin tout en proposant des alternatives.

Plusieurs solutions, du ressort de la ville ou de l'intercommunalité sont envisageables telles :

- des cheminements piétonniers aménagés et agréables.
- des pistes et bandes cyclables, car les déplacements de 1 à 3 kilomètres constituent pleinement le domaine de pertinence du vélo
- des dessertes en transport public sous forme de dessertes saisonnières par exemple en ville touristique, de navettes « parking-centre » toute l'année
- l'aménagement de pôles d'échanges multimodaux, comme à Auch ou Limoges, des gares TER comme à Martigues, permettent aussi d'éviter le recours systématique à la voiture.

Marche à pied = mode le plus pertinent pour un déplacement de moins de 1 km
Vélo = mode le plus pertinent pour un déplacement de 1 à 3 km

Question : Le stationnement payant sur voirie, est-il incontournable ?

Pour créer de la rotation près des commerces, le **stationnement payant n'est pas le seul moyen d'agir. L'instauration d'un dispositif type « zone bleue » ou « disque européen » est tout aussi efficace.** Il permet en outre de **préserver la gratuité du stationnement** et il est donc bien accepté par la population. En revanche, il ne génère pas de recettes sur voirie et pour fonctionner il suppose une surveillance effective.

Question : L'offre sur mon centre bourg semble insuffisante, faut-il construire un nouveau parc ?

Avant toute décision, **un diagnostic du fonctionnement du stationnement, chiffres à l'appui doit être établi.** Souvent, un meilleur fonctionnement de la voirie permet d'absorber la demande de stationnement. Si toutefois la décision de construire un nouvel ouvrage est prise, et ce d'autant plus que cette solution fédère tout le monde, cette solution reste chère.

Elle doit donc être mûrement réfléchie car le coût de construction est de l'ordre de 20 à 30.000 euros par place. La construction d'un parc a aussi un caractère irréversible.

Conclusions

Il faut que les communes conçoivent et impulsent une politique de stationnement dans les centres bourgs.

- 1 - Faire un diagnostic objectif et chiffré pour **dépasser les solutions toutes faites.**
- 2- Définir des objectifs : **une politique de stationnement/déplacement pour quoi faire ?**
- 3- Mettre en œuvre les mesures opérationnelles sans oublier la **surveillance et la communication/concertation.**

4 - Suivre et évaluer pour anticiper les problèmes et **prendre des mesures correctives**.

Jouer la **carte du pragmatisme et de l'expérimentation** permet d'impulser des évolutions en douceur et éventuellement de **corriger des options prises**. Inversement une approche trop frontale du sujet et une batterie de mesures lourdes peuvent conduire à des oppositions exacerbées et s'avérer peu adapté au contexte d'une ville moyenne.

Laisser le temps au temps : les villes pionnières le disent, il faut « laisser du temps au temps » pour constater les effets d'une nouvelle politique de stationnement. Par ailleurs, un suivi et des actions régulières (nouvelles ou d'ajustement) permettent d'alimenter une dynamique, partagée par tous (commerçants, résidents ou non, etc.).