

# La revitalisation des centres-villes, bourgs et villages et le PLUI

Club PLUi des Landes

*Sabres, le 05 juin 2018*



*Logo préfecture ou DDTM*





## Avertissement

Tous les diaporamas utilisés lors de la journée à l'appui des présentations restituées ci-après sont téléchargeables sur le site internet de la Préfecture des Landes à l'adresse suivante : <http://www.landés.gouv.fr/reunion-du-5-juin-2018-r818.html>

# 1. INTRODUCTION DE LA JOURNÉE

## ■ M. SARTRE, Vice-Président du Parc Naturel Régional des Landes de Gascogne

Ce lieu est un lieu emblématique du PNR qui accueille 100 000 visiteurs par an. Il appartient au PNR des Landes de Gascogne, un des premiers parcs naturels français, qui a bientôt 50 ans. Ce parc est à cheval sur les départements des Landes et de la Gironde. Il est composé de 51 communes dont 24 communes landaises et représente une population d'environ 80 000 habitants. Le PNR des Landes de Gascogne est basé sur une charte qui est le document fondateur. À terme, il y aura 8 parcs naturels régionaux en Nouvelle-Aquitaine. Ces parcs ont dans leur charte un chapitre consacré à l'urbanisme. Ce sont des entités associées aux procédures d'aménagement des territoires. Le parc émet des avis et est associé à de nombreux documents : cartes communales, PLU, PLUi (environ 8 sur le territoire), SCoT (au nombre de 4).

**C'est un lieu de territoires d'excellence.** On travaille en amont des sujets, et notamment en matière d'aménagement et d'urbanisme. Ce lieu est un lieu privilégié pour accueillir notre réflexion autour de la revitalisation des centres-bourgs.

## ■ M. MAZAURY, Directeur Départemental des Territoires et de la Mer des Landes

Il est réjouissant de voir des élus et techniciens dans la salle, car la stratégie de planification urbaine est de la responsabilité des élus. Les élus sont les acteurs politiques sur nos territoires. La planification intercommunale de l'urbanisme permet d'avoir la vision la plus intégratrice des politiques publiques mises en œuvre par les collectivités avec le soutien de l'État. Ce club PLUi est un élément important, répondant aux besoins des collectivités.

C'est à l'échelle des intercommunalités et des bassins de vie que les projets urbains y trouvent le mieux leur compte. Les EPCI depuis la loi NOTRe bénéficient d'une compétence générale, ils deviennent un élément clé de l'ensemble des politiques publiques.

Dans les Landes, 15 PLUi sont en cours d'élaboration et témoignent de la volonté des élus et des territoires de s'organiser. On apprend beaucoup en partageant avec les autres.

La DDTM bénéficie du concours de la DREAL, des services centraux du ministère et du Cerema pour organiser le club PLUi territorialisé.

Ce club est la 3<sup>e</sup> édition après les thèmes de la gouvernance et de la



consommation d'espace.

La revitalisation des centres-villes est un thème d'actualité. Les centres-bourgs constituent un enjeu essentiel en particulier pour nos territoires ruraux. Ils contribuent à la présence, au maintien de la vie locale et à leur attractivité, quand bien même les questions de l'emploi ne sont pas toujours présentes dans nos centres-bourgs.

La perte d'attractivité de nos centres-bourgs, l'usage de la voiture individuelle, le rejet de l'habitat groupé sont des éléments qui ont favorisé, petit à petit, la dévitalisation. Le maintien des centres-bourgs constitue un enjeu de cohésion sociale et d'équilibre territorial qui nécessite une approche globale et non pas sectorielle. Leur reconquête passe par une identité à cultiver et à préserver.

Les pratiques de la société évoluent dans les modes de consommation et de déplacements, en intégrant les enjeux énergétiques de ces territoires.

Bien que ciblée sur le centre-bourg, la démarche doit trouver sa place dans des stratégies d'urbanisme intercommunales : il y a des enjeux de complémentarités entre les centres-bourgs. Au-delà des 222 villes identifiées dans le cadre du dispositif « cœur de ville », la revitalisation des centres-bourgs prend une envergure nationale. La proposition de loi portant « Pacte national de revitalisation des centres-villes et centres-bourgs » sera bientôt débattue. Prochainement sera mise en place la nouvelle banque des territoires. « **Parions que ces évolutions permettront de soutenir vos projets** ».

## 2. L'ATTRACTIVITÉ DES CŒURS DE VILLES ET VILLAGES, PRÉSENTATION DE TATIANA BOULEAU, CABINET CIBLES ET STRATÉGIES (NANTES)

De profondes mutations se sont opérées ces dernières années :

- croissance des m<sup>2</sup> commerciaux est 3 à 5 fois plus forte qu'auparavant, avec en corollaire **une périphérisation des activités** (le « phénomène du rond-point »),
- croissance de l'e-commerce et en même temps constat d'un retour très fort vers la proximité (demande de produits frais, circuits courts).

Ces bouleversements se répercutent sur nos usages dans nos centres-bourgs.

En termes de méthode, lorsque l'on intervient dans les centres-bourgs, la première étape est de procéder à **un diagnostic** :

- Qu'est-ce qui va donner envie de consommer, de se détendre, d'investir en centres-bourgs ?
- Qu'est-ce qui crée du flux, recrée de la vie dans les centres-bourgs ?

À partir de là, sont identifiées **les spécificités du centre-bourg étudié**. C'est la question fondamentale qui va permettre de définir le projet de cœur de bourg.



La deuxième étape consiste à **définir le périmètre de la centralité**, entre un périmètre trop large ou trop restreint au centre-bourg historique.

- Quelle intensité des fonctions veut-on donner à notre centralité ?
- Quelles fonctions vitales ?
- Quelle attractivité ? attractivité résidentielle (habitat adapté), attractivité des services, attractivité économique, l'identité (création d'un sentiment d'appartenance à ce cœur de bourg)

La réflexion débouche sur l'élaboration **d'un plan d'action** (habitat, services publics, accessibilité et mobilité, emplois, tertiaire, architecture et ambiance urbaine, aménagement des espaces publics)

Quels sont **les points clés de la démarche** ?

- Mobiliser tous les acteurs autour du projet et notamment les acteurs économiques,
- Avoir un comité de gouvernance et un manager de centre-ville,
- Définir un périmètre de centralité,
- Fixer des orientations d'aménagement,
- Interdire sur certains secteurs certains types de construction.

***Le PLUI doit être au service du projet et permettre de sécuriser le projet au niveau réglementaire. Le PLUi est un excellent moyen pour contribuer à la cohérence des implantations commerciales.***

Séquence de questions (Q)/réponses(R) avec la salle :

Q : Quels outils mobiliser ?

R : A l'échelle du SCoT (exemple : SCoT Poitiers), les SCoT sont là pour organiser la cohérence entre offre commerciale et limitation des petits commerces en dehors des centres-bourgs. Enjeu d'avoir les équipements médicaux dans les centres-bourgs.

On va commencer par travailler sur ces grands principes dans les SCoT.

Q : Comment gérer la temporalité entre l'urgence d'un système économique (offre commerciale et implantations) et cette prospective de planification ?

Quand les territoires sont bien organisés, il peut être recommandé de conduire le SCoT et la PLUi en même temps. Exemple : Communauté d'agglomération du Choletais.

Q : Vous proposez d'interdire certains commerces en dehors du cœur de ville si le seuil est inférieur à 250m<sup>2</sup> en surface de plancher. Travaille-t-on en surface de vente ou en surface de plancher ?

R : C'est une bonne question. Dans les grandes villes, on va augmenter ce seuil. C'est le diagnostic et la connaissance terrain qui nous font travailler les seuils avec les territoires. Après ce sera aussi en fonction de l'attractivité du territoire. L'idée est de flécher les futures implantations plutôt dans les centralités.

Q : Avez-vous une expérience sur la question de la fiscalité commerciale ? Quelle incitation pour de nouveaux entrants, pour lutter contre la vacance des locaux commerciaux ?



R : Ces éléments font partie de la boîte à outil proposée. Par exemple, à Rochefort, la taxe sur la vacance est mal perçue. Par ailleurs, dans l'objectif de maîtriser les loyers, certaines communes ont fait le choix d'acheter directement les locaux commerciaux et de créer leur propre patrimoine commercial. Des communes ont réussi à maintenir leur commerce comme cela.

### **3. RETOUR D'EXPÉRIENCES ET REGARD D'ÉLUS SUR LA QUESTION DE LA REVITALISATION DES CENTRES-VILLES, BOURGS ET VILLAGES – TABLE RONDE ANIMÉE PAR SOPHIE BARBET, RESPONSABLE DU SERVICE CONSTRUCTION HABITAT DE LA DDTM 40**

#### **3.1. PROJECTION DU FILM RELATIF À LA COMMUNE DE WAVRANS SUR L'AA – PAS-DE-CALAIS (1300 HABITANTS)**

Éléments de contexte : Ce territoire est couvert par un parc naturel régional, il comporte un fort enjeu de préservation des terres agricoles et de renouvellement urbain. Le territoire de la commune est composé à 75 % de terres agricoles (polyculture, élevage). Ce territoire abrite une réserve naturelle régionale créée en 2008.

La stratégie a été de revitaliser le patrimoine agricole existant. Ce potentiel foncier et immobilier à ré-investir est nommé « les germes ». Ce sont des espaces bien situés en cœur de village offrant un potentiel d'urbanisation important. Cet axe d'intervention a permis d'économiser un certain nombre d'hectares prévus initialement pour une extension d'urbanisation.

Ce projet a bénéficié de soutiens financiers, d'une équipe pluridisciplinaire, de l'appui également de l'EPF pour préempter.

Cette démarche s'est appuyée sur la mise en œuvre d'une concertation indispensable à la construction du projet (rencontre des habitants, visites thématiques du village avec des architectes, des urbanistes). Des ateliers d'habitants ont permis d'apporter des idées qui n'avaient pas été abordées auparavant.

#### **3.2. TÉMOIGNAGE DE M. DUFAU, COMMUNAUTÉ DE COMMUNES ALBRET COMMUNAUTÉ (DÉPARTEMENT DU LOT-ET-GARONNE)**

La Communauté de communes (CDC) est issue de la fusion de 3 EPCI depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2017. Elle regroupe 33 communes (dont Nérac, terre de la famille d'Albret), 28 000 habitants et représente une superficie de 746 km<sup>2</sup>. Le SCoT est une démarche portée initialement par un syndicat mixte de pays et repris par la CDC. Les documents d'urbanisme du périmètre de la CDC se composent d'un PLUi, de 11 PLU, de 11 cartes communales, d'une commune en POS, et de 3 communes en RNU. C'est un territoire



naturel et forestier à fort potentiel agricole, situé aux portes d'Agen, et doté de paysages remarquables. Des pressions foncières s'exercent sur le secteur Est de la CDC, tandis que le secteur Ouest conserve les traces du tissu économique antérieur (arrêt de la production de liège et fermeture d'une verrerie qui a employé jusqu'à 2000 personnes).

Nérac constitue la vile-centre de la CDC (7554 habitants, présence de nombreuses bastides, le 100<sup>e</sup> secteur sauvegardé de France). L'économie est organisée autour de l'agriculture (maraîchage, semences, sylviculture, 4 AOC). La ville centre regroupe les principaux équipements. Les grandes surfaces sont en périphérie et le centre-ville dispose de nombreux commerces. Des communes ont décidé de réhabiliter des cafés, des pharmacies...Ce sont des initiatives qui fonctionnent bien.

Il existait un PLUi dans le Mezinais avant la fusion des 3 EPCI. Une disposition du PLUi (règlement) prévoyait l'interdiction de transformer les commerces en logement.

Les dispositifs de réhabilitation mis en place : une OPAH lancée en 2014, un PLH, un futur PLUi, des aides à la pierre pour le secteur sauvegardé (2000€ pour 4000€ de factures acquittées, démarche très simple), taxe minorée sur la partie sauvegardée (1% au lieu de 4%).

La taxe sur les logements vacants est certes une mesure impopulaire mais qui porte ses fruits. Cette taxe a forcé les gens à vendre des biens. 25 logements sont actuellement en cours de réhabilitation. Les bénéfices de cette taxe vont à la réhabilitation des logements vacants. Cela concerne 300 logements vacants au centre-ville.

**« Quand vous dites aux gens qu'ils vont être taxés sur des biens qui ne rapportent rien, forcément vous ne suscitez pas l'adhésion ».**

Sur l'aménagement des centres-bourgs, un travail approfondi avec la population a été engagé (plus de 70 réunions de quartiers, présence des élus sur les marchés).

Une action de fleurissement du bourg par les citoyens a été mise en place. La commune finance les semences et le premier entretien et les habitants prennent le relais au-delà. Une charte a été rédigée dans ce cadre. Nérac dispose d'un agenda 21 en place.

**L'élément déclencheur pour travailler sur le centre-ville a été la vacance de logement.** On a impliqué en plus des réunions de quartiers tous les commerçants et artisans. **« On façonne notre commune avec les habitants, les artisans et les commerçants ».** Certains projets ont été abandonnés d'ailleurs, car ils ne correspondaient pas aux attentes de la population. Nous avons mis en place une carte de fidélité pour les Néracais, des boutiques à l'essai. Tout cela émane d'une demande des commerçants locaux.

La Démarche PLH a permis d'identifier les cibles à faire revenir en cœur de ville. Le PLU communal a été très contraignant sur la limitation de la consommation d'espace. Nous avons sorti 144 hectares de terrains constructibles. Cela a obligé à chercher des logements en centre-ville avec des cours, des espaces.



Séquence de questions (Q)/réponses(R) avec la salle :

Q : Quel effet de concurrence vis-à-vis des autres villes environnantes ?

R : Notre PLU est contraignant par rapport aux communes environnantes. Par ailleurs, la ville centre concentre tous les équipements. Il est important d'avoir un PLU pour qu'il y ait les mêmes règles pour tout le monde.

Q : Pouvez-vous préciser le dispositif d'aides à la réhabilitation des logements vacants ?

R : Cette aide est cumulable avec toutes les autres aides, avec l'aide à la pierre (façades, toitures, volets), qui peut aller jusqu'à 4000€ par logement et peut-être plus en fonction des projets. L'aide peut aller jusqu'à 80 % du montant des travaux.

Au niveau de l'OPAH, le diagnostic a été réalisé à l'échelle du syndicat mixte du Pays qui est devenu Albret communauté. Les objectifs ont été atteints au niveau des propriétaires occupants, c'est également presque le cas au niveau des propriétaires bailleurs.

Comme il y a des aides, la population fait des demandes, ce qui permet de contrôler également les travaux faits.

**Les facteurs de réussite :**

- la communication (bulletins municipaux, réunions avec les artisans, habitants...). Cette démarche a été gérée en régie (embauche de chargés de mission restés ensuite pour animer ces sujets).
- Le travail d'équipe avec les élus et l'ensemble des forces vives d'une commune

Q : sur l'organisation des ordures ménagères.

R : C'est une compétence qui relève désormais de la CDC. C'est un point qui fâche quand on veut avoir une ville tournée vers le tourisme. La commune de Nérac a promu une initiative avec des jeunes adolescents au service de la propreté de la ville pendant les mois d'été.

Remarque : embellissement du centre-ville de Nérac, mais dégradation des espaces périphériques.

R : on a mis en place un règlement local de publicité. De la même façon, il faut que ce règlement soit établi à l'échelle intercommunale. Cela sera réglé dans le PLU et dans le SCOT.

Q: Comment finance-t-on tous ces projets ?

R : par la taxe sur le logement vacant et ensuite, il s'agit de faire des priorités. On a la chance d'avoir une commune financièrement saine, en dessous de l'endettement moyen des villes de la même strate. C'est une ville très bien équipée (culture et sport). Depuis 2007, le taux d'imposition n'a pas bougé à Nérac. On a fait beaucoup d'économie sur les énergies (patrimoine communal). Les économies faites sont ré-investies dans ces politiques prioritaires.

L'intercommunalité est assez récente, ce qui a constitué une année difficile sur le plan budgétaire. On travaille avec l'Établissement Public Foncier (EPF) Nouvelle-Aquitaine pour trouver des germes et créer des dynamiques sur le commerce et les zones d'activités. Il existe 15 zones



d'activités sur le périmètre de la CDC. Le développement de la ville-centre ne fait pas forcément l'unanimité. Un des ateliers du SCoT portera sur ce sujet : le commerce vacant, la centralité de Nérac. Une des mesures importantes est de ne pas laisser se transformer les commerces en logement.

Nous sommes prêts à élaborer le PLUi en même temps que le SCoT, car il faut d'abord définir nos grandes orientations. Quelques communes du territoire sont plus tournées vers Agen que vers Nérac. On essaie de trouver une complémentarité par rapport aux orientations économiques d'Agen.

***Nérac est une ville très axée sur le tourisme ce qui amène une richesse complémentaire, mais le tourisme ne fait pas vivre la commune toute l'année.***

L'aide à la pierre s'applique également aux commerces (exemples : devanture).

### 3.3. TÉMOIGNAGE DE M. HAMMELIN, DIRECTEUR GÉNÉRAL DES SERVICES – COMMUNE DE SAINT-MAIXENT-L'ÉCOLE, PLUI DE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES HAUT VAL DE SÈVRE (DÉPARTEMENT DES DEUX-SÈVRES)

Saint-Maixent-l'École a été retenue en 2014 à l'appel à manifestation d'intérêt (AMI) revitalisation centre-bourg, AMI concernant les communes de moins de 10 000 habitants.

Cela représente un accompagnement financier substantiel pour l'ingénierie et les moyens opérationnels, basé sur la mobilisation des crédits de droit commun et du FNADT pour le recrutement d'un chef de projet. Il s'agit d'un projet multi-facettes et très consommateur d'énergie : habitat, performance environnementale, marketing territorial... ***« L'idée n'est pas de faire une super ville si personne n'est au courant ».***

Le portage est effectué par l'EPF Nouvelle-Aquitaine, le Conseil Régional, le Conseil Départemental et la Caisse des Dépôts et Consignations (10 000€ par an pendant 6 ans).

Quelques éléments descriptifs :

Un axe routier coupe la ville en 2. Le parc bâti ancien est prégnant (80 % de logements construits avant les années 50). La commune cumule des caractéristiques socio-économiques dégradées, un forte vacance de logements (480 logements vacants, soit 15 % du parc) et une dégradation du tissu commercial. Le taux de chômage est élevé : 13 %. Le réseau viaire est étroit (absence de trottoirs, pas d'accès au centre-ville en dehors d'une porte d'accès). La ville fait 520 hectares dont 120 dédiés à l'armée. En effet, Saint-Maixent-l'École a la particularité d'accueillir l'école de sous-officiers, ce qui représente 3000 élèves à l'année.

10 hectares sont susceptibles d'être ouverts à l'urbanisation. ***On ne se pose pas la question de consommer de l'espace, on n'en a pas, donc on intervient forcément en renouvellement urbain*** (création de poches de micro-stationnement pour les chalands et les habitants).

Le patrimoine architectural est de grande qualité, ce qui a incité les élus à construire un PLU patrimonial en 2012, plutôt qu'une ZPPAUP, car les élus maîtrisent l'outil PLU.





La communauté de communes est née en 2014, ce qui a nécessité un travail d'acculturation sur des visions politiques différentes). La ville constitue la centralité du Haut Val de Sèvre. Tout autour de la ville se construisent des lotissements. Saint-Maixent-l'Ecole est une commune très bien desservie, disposant d'une gare TGV. Elle dispose également d'un corridor écologique, constitué de la vallée de la Sèvre, et encore insuffisamment mis en valeur.

Le projet :

Le développement économique est de la compétence de l'intercommunalité. Comment endiguer l'implantation de commerces de bouche dans les zones commerciales ? On avait fait une 1ere tentative dans cadre du SCoT pour inscrire un seuil plancher minimal pour éviter l'implantation de commerces de moins de 100m<sup>2</sup> dans les zones commerciales. L'idée était de travailler à l'échelle du périmètre de l'intercommunalité. Nous disposons d'un office du commerce qui avait vocation à accueillir les nouveaux propriétaires et porteurs de projet.

La collectivité s'est notamment engagée à restructurer des cases commerciales vacantes. La fusion d'immeuble permet de répondre à l'absence d'accès dédié à la partie « habitation » (accès aux logements au-dessus des locaux commerciaux). Un autre axe d'intervention est le réaménagement des espaces publics (création de parcs publics, amélioration de la signalétique), et de capitaliser sur les points forts en particulier les halles.

L'objectif principal du projet urbain est d'attirer de nouveaux habitants, mais lesquels ? Les familles avec enfants et les jeunes seniors (foyers ayant du pouvoir d'achat). Actuellement, 15 % de la population communale a plus de 75 ans, ce qui représente le tiers des plus de 75 ans de la communauté de communes.

On a engagé une OPAH RU en 2008 (mais crise). Une autre OPAH RU a été relancée par la suite. L'aide issue de l'OPAH est plafonnée à 80m<sup>2</sup>, la ville majore jusqu'à 120m<sup>2</sup>, avec le versement d'une prime aux primo-accédants.

Un autre dispositif a également été mobilisé, l'Opération de Restauration Immobilière (ORI) : identification d'immeubles ayant un potentiel résidentiel. Lancement d'une enquête publique, arrêté de déclaration d'utilité publique. Mise en demeure des propriétaires de faire des travaux. Acquisition amiable ou expropriation. La ville est propriétaire de 60 000 m<sup>2</sup> de terrains bâtis.

S'agissant du logement social, à Saint-Maixent-l'Ecole, 80 % de la population entrent dans les critères d'accès au logement social.

Le lien avec le document d'urbanisme :

Le PLU communal a été approuvé en 2014 : valorisation du patrimoine, exigence moindre sur la création de places de stationnement en centre-ville pour minorer le poids financier pour les commerçants.

En phase de PLUI, demande de créer un SPR (site patrimoine remarquable) qui permet à des investisseurs de faire de la défiscalisation.



Les orientations du SCoT ne correspondent pas forcément aux orientations prises par la ville  
 Dans le PADD du PLUi, interrogation sur l'implantation des lotissements en périphérie et de l'habitat.

Séquence de questions (Q)/réponses(R) avec la salle :

Q : compte-tenu du profil de la population, y-a-t-il une réflexion pour apporter de l'emploi à la population ?

R : Nous n'attirons pas les entreprises, nous n'avons pas de capacité à accueillir des employeurs autres que les commerçants ou des services publics. En accueillant des jeunes seniors, nous parions sur le fait de pouvoir développer des services en lien avec « silver economy ». Nous souhaitons également développer un site internet marchand (financé par le FISAC) de ventes en ligne, mais les consommateurs viendraient néanmoins chercher les produits en centre-ville.

### 3.4. TÉMOIGNAGE DE M. FROUSTEY, MAIRE DE LA COMMUNE DE VIEUX-BOUCAU, COMMUNAUTÉ DE COMMUNES MAREMNE ADOUR CÔTE SUD (DÉPARTEMENT DES LANDES)

Vieux-Boucau est une commune touristique née avec une forte volonté d'accueillir un « tourisme de masse » et de faire du « tout tourisme ». L'apport de la MIACA très fortement descendant a fait que les élus ont vécu en « roue libre » pendant un certain nombre d'années. En 2008, quelques signes inquiétants nous ont permis de déclencher un projet et d'y réfléchir pendant 2 ans. **« Nous nous nous sommes donnés le temps de la réflexion »**. L'objectif était de retrouver notre activité touristique et retrouver un certain équilibre entre espaces urbanisés et espaces naturels (80 % d'espaces urbanisés).

Nous avons souhaité nous appuyer sur des analyses objectives : architecte-conseil, équipe d'urbanistes, étude de consommation, étude sur la circulation. Nous avons également fait appel à l'ADACL (Agence Départementale d'Aide aux Collectivités Locales) pour nous appuyer sur le plan juridique et réglementaire.

On a travaillé au niveau :

- supra-communal (Soustons et Messanges) pour mener à bien des projets de circulation,
- communale : le PLU a été approuvé en 2011,
- par secteurs : plages, quartiers, centres-bourgs.

Il y a eu 22 réunions de concertation. Les habitants ont fait part de leurs attentes sur le renouvellement urbain et la création d'une nouvelle attractivité. Nous avons fait le pari que si on développait l'espace public, on entraînerait l'investissement privé (les commerçants). **Nous allons faire en sorte que les saisons « s'élargissent »**.

Autre volet : les logements.

Nous avons utilisé tous nos bâtiments publics pour de l'habitat à l'année. On a aménagé une 20aine de logements pour des familles. Ce travail a été effectué avec l'office de l'habitat. 80 % de la population entre dans les



critères d'accès aux logements sociaux. Rythme de 20 logements par an (accession et location) + imposition de logements sociaux dans des programmes privés.

Nous avons travaillé sur les espaces publics, les modes doux et la « piétonnisation ». Une des conséquences non prévue de ces réflexions était la forte opposition qu'a suscité le plan de circulation. Nous avons modifié l'entrée sur la ville, passée du sud au nord et libérer des espaces pour donner plus de visibilité aux commerces. On a réussi à faire en sorte de « piétonniser » l'intégralité du centre-ville 10 mois sur 12, auquel s'ajoute l'organisation de deux journées sans voiture par an. On a montré aussi la possible dynamique de vie et commerciale par la piétonnisation. On a toujours tendance à aller vite et ne pas mettre la perspective à long terme de l'ensemble des problèmes.

**« Il a fallu affirmer une volonté sur le long terme, prendre le temps de l'expertise et se dire que le projet on le ferait en fonction de nos moyens ».** Nous n'avons pas impacté la fiscalité.

Dix ans après l'aménagement n'est plus contesté, nous avons comme objectif l'installation d'un pôle médical et d'un pôle de service avec une relocalisation de l'office de tourisme et une pépinière d'entreprises pour valoriser l'activité à l'année.

**« Si on fait très bien, il faut aussi faire savoir. »** Nous avons décidé de recruter un chargé de mission « développement économique » pour notamment porter à connaissance les efforts faits pas la collectivité et les acteurs socio-professionnels.

Séquence de questions (Q)/réponses(R) avec la salle :

Q sur l'intérêt communautaire en matière de commerce

R : la communauté de communes a acté le PADD. Nous en sommes à la phase de travail de dentelle. Les élus communaux n'ont pas pris conscience de l'enjeu du PLUi. « Nous en sommes à reprendre les fondamentaux » : impact du document intercommunal sur les politiques locales en matière d'aménagement. De même, ils n'ont pas encore pris conscience de l'enjeu du SRADDET qui va impacter la politique locale.

Nous avons beaucoup travaillé sur les espaces interstitiels On a des propriétaires fonciers qui n'ont pas forcément intérêt à construire. Un terrain en friche prend de la valeur. L'enjeu est de faire prendre conscience aux propriétaires fonciers qu'il faut mettre en valeur ces espaces. Le PLU permet la mise en place d'outils d'incitation et de contraintes.

Nous sommes allés trop loin dans le « non au tourisme ». On avait pour objectif de faire muter les structures de vacances vers de l'habitat. Or les structures collectives d'hébergement touristique sont en phase de développement aujourd'hui et sont soumises à la pression de la promotion immobilière. Dans notre PLUi, il va falloir ré-équilibrer cela car les équipements touristiques génèrent de l'emploi.

Sur le plan économique, le SCoT est récent (approbation 2014), il a été contraignant en termes de zones d'activités (ZA). Sur les 15 zones d'activités demandées par les communes, 6 sont aujourd'hui autorisées.

Q sur la politique locale du commerce.

R (M. Froustey): Mise en place d'incitations à l'ouverture de commerces à



l'année, notamment sur l'utilisation du domaine public pour les terrasses. (coût moindre pour une utilisation à l'année que sur deux mois). « Les commerces sont fermés parce qu'il n'y a pas grand monde hors saison et il n'y pas grand monde parce qu'il n'y pas de commerce. Il faut casser ce cycle ».

Les enquêtes de consommations soulignent que si nous sommes 1660 habitants dans la commune à l'année, nous avons une consommation de 3000 habitants. Ce qui signifie que la période de résidence secondaire s'allonge et que l'on ne compte pas dans les statistiques ce tourisme intermédiaire.

Q : Est-ce que les élus se sont emparés du projet de territoire ? Le PLUi n'est que la traduction en urbanisme du projet de territoire.

R (M. Froustey) : Effectivement, nous constatons un certain déficit de communication sur le PLUi de la part des élus, mais ce n'est sans doute pas rédhibitoire. Nous sommes obligés dans les communes de remettre en perspective le PLUi.

Remarque : il existe une zone grise dans le terme de revitalisation : c'est revenir dans des endroits où il y a eu une déprise, mais on est aussi dans des zones d'arrière-pays où il n'y a pas eu de déprise, où pour autant il faudrait qu'il y ait des fonds publics qui convergent pour soutenir les zones encore épargnées afin de prévenir plutôt que guérir.

R (M. Hammelin) : L'objectif de l'AMI centre-bourg est de donner une boîte à outil, de tenter des solutions. Le CGET fait sur son site internet un recensement des bonnes pratiques. Rien n'interdit aux communes de mettre en place d'ores et déjà des choses (AMI centres-bourgs, cœur de ville). Il y aussi des leviers fiscaux, des outils dans le PLUi (interdiction de transformer des locaux commerciaux en logements).

Remarque : le FISAC est très urbain. Une candidature territoriale va être analysée en fonction de linéaires commerciaux vacants qui est un critère très urbain. Si on n'est pas dans une situation économique dégradée criante, on a accès à peu de leviers.

R (M. Hammelin) : le FISAC représente 14 millions France entière donc il ne faut pas compter seulement sur cette source de financement. Le contrat de ruralité cofinance des opérations publiques, et le FISAC permet de financer des initiatives privées. Peut-être faut-il également rechercher des financements du côté de la région via le SRDEII (schéma régional de développement économique d'innovation et d'internationalisation).

Q : Dans le cadre du PLUi, quelle réflexion sera menée avec des villes importantes dans le périmètre de l'EPCI ?

R (M. Froustey) : La question se posant sur notre territoire, c'est l'absence de ville centre : Saint-Vincent-de-Tyrosse, Soustons et Capbreton, ce qui perturbe les schémas classiques. Le territoire est à la fois littoral et intérieur, composé de communes retro-littorales et d'autres complètement rurales. Les questions ne sont pas les mêmes d'une commune à l'autre. Le choix fait a été de rencontrer toutes les communes sans les « resectoriser ».



Au niveau des outils, nous avons eu un écueil à l'occasion d'un projet de transformation d'un local commercial. La commune de Vieux Boucau a souhaité l'acquérir, ce qui a suscité un refus des services de l'État, car nous ne pouvions exercer le droit de préemption étant une commune rurale, pourtant dans un environnement non rural. C'est dommage car dans les secteurs touristiques on aurait intérêt à préempter et acquérir des locaux commerciaux pour les pérenniser à l'année ou choisir le type d'activité exercée.

Dans le cadre du PLUi, nous allons renforcer les emplacements réservés pour requalifier l'espace public (travail dans ce cadre avec l'EPF). Quand l'emplacement réservé va se libérer nous allons devoir acheter.

Q : quels arbitrages avez-vous eu avec les communes environnantes ? Conforter une centralité c'est prendre en compte les territoires voisins.

R (M. Dufau) : il faudra des années pour aligner les règles dans notre PLUi. Les communes avoisinantes n'ont pas d'intérêt à agir en concurrence. Nos outils sont le PLUi et le SCoT. L'enjeu est la préservation de l'agriculture sur notre territoire, nous intervenons en amont de la production agricole, le territoire d'Agen intervient en aval. Nous préservons le patrimoine (réhabilitation) des villages.

## 4. SYNTHÈSE DE LA MATINÉE, M. MADRY, DIRECTEUR DE L'INSTITUT DE LA VILLE ET DU COMMERCE (PARIS)

**On reste dans des approches « développementalistes »** : gagner de nouveaux habitants, de nouvelles activités, de nouveaux services, alors que parfois on n'est plutôt dans des problématiques visant à ne pas perdre ces activités-là... **Le logiciel a du mal à se « rebooter »** de ce côté-là. Comment aller plus loin sur le diagnostic sans être dans une politique de décroissance qui n'est pas « assumable » sur le plan politique ? Comment faire de la prospective territoriale ? On a beaucoup parlé de boîte à outils, mais cela ne constitue pas un nouveau moteur de développement économique. Comment aller au-delà de cette boîte à outil pour enclencher un véritable cercle vertueux qui aille avec de la création d'emplois, d'activités économiques ? On ne peut redynamiser un territoire avec seulement des aménités résidentielles.

Nous sommes restés sur un discours « municipalo-centré », en quoi le PLUi, par rapport au PLU, peut constituer un outil intégrateur et une aide à cette pédagogie des élus sur une approche plus large a fortiori si l'attractivité des territoires ne repose pas seulement sur le cœur de ville ? Cela pose également la question des formes de coopération supra-communale sans parler d'intercommunalité. Le devenir de Saint-Maixent-l'École n'est sans doute pas indépendant de celui de Niort ou de celui de Poitiers, qui sont des villes qui se posent elles-mêmes la question de leur attraction. Est-ce qu'il y a aussi des synergies qui commencent à se développer à cette échelle-là ?

**Qu'est-ce qu'il en est des forces distantes qui peuvent contrarier brutalement ces politiques de redynamisation locales ?** Par exemple, Amazon a un projet de plateforme dans la zone de Bordeaux. Une plateforme Amazon représente 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires



(équivalent d'environ 6000 boutiques). Que fait-on quand on a un acteur de ce type arrivant sur un territoire régional et qui va représenter un environnement concurrentiel ? Comment on intègre ces forces urbaines dans la planification urbaine et les politiques locales de redynamisation territoriale ?

***L'articulation des documents d'urbanisme à l'échelle de la région (SRADDET), département et intercommunalité constitue un enjeu à intégrer pour que vos politiques aient toutes les chances de réussir.***

## 5. IMPACTS DU COMMERCE SUR LES CENTRES BOURGS, M. MADRY, DIRECTEUR DE L'INSTITUT DE LA VILLE ET DU COMMERCE (PARIS)

Il y a grande diversité des situations qui ont été exposées ce matin. Cette diversité est à prendre en compte par rapport aux outils pouvant être proposés. Tous ces territoires sont en recherche d'un modèle de développement urbain alternatif (ex : désaisonnaliser le tourisme, développer de nouvelles aménités).

Ces politiques de développement territoriales se nourrissent de la convergence d'outils existants (OPAH, ORI, PLH). On a l'impression que se greffent à cela des embryons de politique locale de commerce.

L'institut de la ville et du commerce (IVC) est une association ayant vocation à regrouper tous les acteurs de la filière de l'aménagement et de l'immobilier commercial : collectivités, EPF ...Ce n'est pas un bureau d'études. Son objectif est d'apporter des éclairages au débat public sur la place commerce dans la ville de demain. Des travaux sont en cours avec le Sénat sur la revitalisation des centres-bourgs. L'IVC accompagne également la fédération des SCoT qui cherche à ouvrir un dialogue nouveau avec les acteurs privés.

### 5.1. LES DYNAMIQUES DU COMMERCE MODERNE

Le maître mot est **concentration** :

- concentration **des outils de travail**

En France, comme dans tous les pays développés, nous avons besoin de moins en moins de magasins pour satisfaire de plus en plus de besoins de consommation. Le nombre de magasins a augmenté régulièrement jusqu'en 1910 (*cf. diapositive n°3*), puis depuis 100 ans, le nombre de magasins faiblit régulièrement. **La cause du retournement de cette trajectoire est l'exode rural**, qui constitue un changement de peuplement, de répartition de la population sur le territoire qui va conduire à un rétrécissement de l'appareil commercial. C'est donc un phénomène antérieur à l'automobile ou la grande distribution. Le premier supermarché en France date de 1949 et ce format se banalise dans le paysage des villes à partir des années 1960. Le 1<sup>er</sup> hypermarché (Carrefour, Sainte-



Geneviève-des-Bois) ouvre en 1963. Le frigidaire, et sa banalisation, date de la même période.

Jusque dans les années 20, la France est essentiellement rurale, un Français sur deux vit en dehors des villes. Le commerce est à l'image de ce peuplement, complètement éparpillé, essaimé jusque dans les plus petites villes et villages. À partir du moment où le mode de vie urbain s'impose, le commerce va suivre. Il va disparaître dans les campagnes de manière très brutale. **La grande distribution va accélérer le phénomène à partir des années 1960, mais elle n'en est pas la cause première. La première cause d'hémorragie du commerce est un changement de peuplement.** Il est important d'insister sur ce point car aujourd'hui nous pouvons nous questionner sur les dynamiques de peuplement des territoires qui auraient un impact sur la géographie du commerce actuel. A l'échelle du pays, regardez quels sont les foyers de peuplement dynamiques et ceux où la population a tendance à se restreindre. A l'échelle des agglomérations, regardez où la population croît le plus aujourd'hui, c'est en 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> couronnes des agglomérations, là où on a ouvert « comme par hasard » le plus de surfaces commerciales depuis les années 2000 en France.

- **Une augmentation des surfaces commerciales** : moins de magasins, mais des magasins prenant de plus en plus de place, plus de surfaces

Le phénomène étonnant est **qu'à partir des années 1990**, on a satisfait la plupart des besoins de consommation des Français, **on a saturé le marché de consommation**. À partir de cette date, on aurait dû constater un ralentissement des m<sup>2</sup> commerciaux. C'est le phénomène inverse qui se produit. Alors que la consommation va ralentir, on va accélérer la production de surfaces commerciales. **Ce phénomène explique la crise du commerce à laquelle sont confrontés vos territoires actuellement.** En 40 ans, le parc commercial français a doublé (cf. diapositive n°10).

Pourquoi l'accroissement des surfaces ? Parce que l'on a substitué aux boutiques des moyennes surfaces. Ces moyennes surfaces (ex : Décathlon, Orchestra, Saint-Maclou...) sont encore peu nombreuses aujourd'hui dans l'équipement commercial, elles ne représentent qu'un équipement sur 10 aujourd'hui France, mais constituent les 2/3 des ventes du secteur (cf. diapositives n°4 et 5). **Les boutiques qui sont majoritaires dans le paysage urbain (donc 9 établissements sur 10) ne représentent plus qu'un tiers des ventes.** Le rapport en termes de chiffres d'affaires est inversé par rapport aux années 1960. C'est donc l'interface dominante actuelle de notre commerce. **Quand on travaille sur le commerce de centre-ville, on travaille donc sur des équipements à la marge de cette économie-là.**

- **Une concentration capitalistique**

**Le commerce est aujourd'hui essentiellement l'affaire de groupes** qui font de la vente, du commerce de gros et parfois même produisent les produits qu'ils écoulent. Les 3/4 des ventes du commerce sont réalisés par des groupes de distribution (cf. diapositive n°6). Le commerce indépendant et isolé, l'entrepreneur, « patron » de sa boutique, qui n'est lié par aucun



contrat de distribution avec un fournisseur, est aujourd'hui minoritaire (28% des parts des ventes du commerce de détail). A titre d'exemple, le groupe Auchan représente une 40aine d'enseignes : Saint-Maclou, Leroy-Merlin, Pizza Paï, Décathlon, Jules, Norauto... Le « Proxi » de votre centre-bourg à Sabres est un point de vente affilié à Carrefour. L'essentiel de notre commerce est organisé sous forme de réseaux. C'est un phénomène récent car dans les années 1960, le commerce était majoritairement constitué de commerçants indépendants. C'est une problématique pour les décideurs. Ce matin, nous avons beaucoup entendu parlé d'associations de commerçants. Dans ces associations, vous avez effectivement des indépendants « patrons » qui peuvent se rendre disponibles pour participer à la vie de la cité. La difficulté pour vous est de mobiliser les autres qui sont le plus souvent des salariés d'un grand groupe, qui ont peu d'implication locale ou alors vous avez affaire à un exploitant qui aura un ancrage pas seulement territorial parce qu'il aura d'autres magasins sur d'autres territoires, parce qu'il aura à tenir des fonctions de commerce de gros ou autres... **Le sujet pour les collectivités est de trouver le bon interlocuteur commercial pour travailler le devenir du commerce dans la ville.**

- **Une concentration spatiale**

Les Français dépensent leur budget de consommation essentiellement en périphérie. Le terme « périphérie » est ici à l'échelle de villes moyennes. Exemple de Mont-de-Marsan, le centre commercial « le Grand Moun » représente 70 à 75 % de la dépense de l'agglomération, le centre-ville est à 15 % et dans les 13 % restants on trouve le diffus (quartiers, faubourgs, commerce rural). Dax est à peu près dans la même situation. **Le centre-ville est toujours au centre du territoire, mais il n'est plus au centre de nos modes de consommation.** Le centre-ville représente une part marginale de cette géographie des dépenses. Schématiquement, les dépenses se font à 75 % en périphérie et 15 % en centre-ville (cf. diapositive n°7).

La France est un cas particulier à double titre (cf. diapositive n°8).

C'est le pays où la grande distribution est la plus présente avec la Grande-Bretagne. Nous avons un des secteurs de grande distribution les plus **concentrés** d'Europe.

C'est aussi un pays atypique dans son mode de **régulation** de ce secteur. Schématiquement, il y a deux grands modèles de régulation du commerce en Europe :

- **Un modèle libéral mettant au premier plan la liberté d'établissement du commerce.** Si cela crée des déséquilibres, mise en place de mesures correctives (en termes d'économistes « corriger les externalités négatives » non prévues à travers un certain nombre de dispositifs). **C'est le cas de la France.** Nous avons un régime laxiste du point de vue des implantations commerciales qui a prévu quelques contre-feux (exemple : le FISAC)
- **Un courant plus « aménagiste »,** d'origine germanique (Allemagne, Flandres, pays nordiques) qui ne renie pas le principe





de liberté d'établissement (Traité de Rome), mais qui applique ce principe de façon plus nuancée avec une intégration architecturale, urbaine et paysagère du commerce qui va primer sur son développement économique.

La France est sûrement un des pays les plus libéraux dans son mode d'acceptation des implantations commerciales sur son territoire. Des territoires sont allés encore plus loin, comme la région de Madrid, où les commerçants n'ont plus à s'immatriculer, peuvent ouvrir le dimanche et n'ont plus besoin d'autorisations commerciales, un permis de construire suffit.

Le cas de la France s'explique historiquement. Cette grande distribution a participé depuis les années 1950 à l'effort de modernisation du pays. L'État s'est beaucoup reposé sur cette grande distribution pour permettre à une classe moyenne d'accéder en quelque sorte à une consommation de masse. **Les questions de planification et d'aménagement du territoire que l'on se pose aujourd'hui viennent en conséquence d'un modèle qui s'est d'abord voulu économique.**

## 5.2. UNE CRISE DE CROISSANCE

Il faut gérer d'autant plus les conséquences générées par ce modèle que **le commerce moderne est entré en crise**. Toutes les tendances présentées jusqu'à présent ne pourront certainement pas se poursuivre. La décrue du nombre de boutiques se discute. P. Madry pense que cette tendance se poursuivra, que nous aurons toujours besoin de moins de commerces pour satisfaire plus de besoins de consommation, ce qui n'est pas sans poser de questions lorsque l'on cherche à revitaliser le commerce sur des territoires en déprise. Est-ce que le commerce sera de plus en plus concentré ? Cela dépendra de vous, des élus, des choix de géographie commerciale que l'on souhaite sur ces territoires.

La concentration capitaliste, nous y sommes et internet accélère cette concentration des capitaux dans ce secteur. « Il faudra sûrement faire avec ».

Est-ce qu'en revanche nous allons continuer d'avoir toujours plus de commerces en périphérie et toujours moins en centre-ville. **On arrive sans doute à un moment charnière où ce développement périphérique n'est plus tenable.**

Pourquoi le développement périphérique n'est plus tenable ? Il y a un **découplage très net entre la progression des surfaces commerciales et l'évolution du pouvoir d'achat et des dépenses de consommation des Français** (cf. diapositive n°10). La consommation continue à progresser (1 % par an) mais moins vite que dans la période des 30 Glorieuses (5 à 6 % par an), alors que les surfaces commerciales « s'envolent ».

Pour comprendre ce phénomène, il faut entrer dans les logiques d'acteurs et notamment celles des distributeurs, des promoteurs et des collectivités (cf. diapositive n°11).

- **Du côté des distributeurs, 1<sup>er</sup> paradoxe : l'évolution des prix**



## des loyers commerciaux et des coûts d'occupation des locaux commerciaux

Depuis les années 2000, les loyers commerciaux ont progressé de plus de 50 %, plus vite que les chiffres d'affaires (cf. diapositives n°12 et 13). « **Chaque année, 1m2 de commerce rapporte de moins en moins au commerçant.** » Autrement dit, « **il coûte de plus en plus cher de vendre de moins en moins.** » Quand on est un commerce indépendant, on ne survit pas à cela et cela crée de la vacance.

**Quand on est un groupe de distribution, on survit à cela parce que l'on n'est pas seulement commerçant, on est aussi distributeur, grossiste, logisticien, on fait du stockage, du transport, de l'allotissement, parfois même on est producteur des biens que l'on vend** (cf. diapositive n°14). Décathlon par exemple est le principal fabricant de vélo en France (1 vélo sur 2 vendus en France). Donc lorsque nous passons devant une vitrine du commerce organisé, en fait on passe devant toutes les activités précitées sans le savoir. Notre commerce, qui est très concentré en France, a réussi à absorber cette progression des loyers alors que la performance des magasins diminuait parce que le métier de nos commerçants aujourd'hui n'est pas seulement dans la boutique ou dans les moyennes surfaces, mais il est aussi en amont dans le transport, l'entreposage, la fabrication, etc. En fait notre secteur en France s'est organisé depuis 15 ans pour améliorer sa performance en amont des magasins afin de compenser ce qui était perdu en aval dans les boutiques. La concentration du secteur a permis de supporter des loyers qui augmentaient, en réalisant des gains de productivité en amont sur d'autres métiers qui ont été intégrés au fur et à mesure de l'évolution de la grande distribution. Le paradoxe de tout cela c'est qu'aujourd'hui une chaîne de distribution (Celio, Yves Rocher...) quand elle voit ses magasins flancher, son réflexe était jusqu'il y a peu d'accélérer les ouvertures de magasins pour pouvoir réaliser des économies en amont, avec cette idée que « je continue d'ouvrir des magasins de moins en moins performants et donc à perdre de l'argent à ce niveau-là, tant que ces pertes sont compensées par les gains réalisés en amont par les autres activités (logistique...) ». Pour cela, la grande distribution a pu bénéficier d'un appui fabuleux pour jouer de ces effets de compensation, c'est **internet**.

On parle toujours d'internet comme la révolution du consommateur, la première révolution d'internet s'est réalisée dans la logistique (RFID -radio-identification, puces électroniques, suivi en temps réel des produits...) qui a permis aux distributeurs de réaliser énormément d'économies sur les tâches logistiques. **Internet est donc d'abord une révolution logistique avant d'être une révolution de la consommation.** C'est grâce à internet que la grande distribution a pu surpasser cette crise de surproduction des surfaces commerciales durant ces 15 dernières années.

- **Pour les promoteurs, « c'est simple »**

Quand la consommation va, le commerce a besoin de surfaces. Quand la consommation ne va pas, les distributeurs continuent à avoir des besoins de surface pour jouer de ces effets de compensation abordés précédemment. C'est une des explications du découplage entre l'évolution



des surfaces commerciales et l'évolution de la consommation. **A chaque fois que vous avez un projet sur votre territoire, vous devez donc vous interroger sur sa justification sous-jacente.** Est-ce que votre territoire dispose d'un besoin de consommation réel non satisfait auquel la surface va répondre ? Ou est-ce que votre territoire n'est pas la ressource d'un modèle économique qui vous échappe en partie ?

Comme des surfaces se créent indépendamment de la consommation, vous obtenez des rendements locatifs stables. Vous achetez un parc d'activité commercial (lotissement commercial), cela rapporte 6 % par an. Les centres commerciaux ont un taux de rendement inférieur à 5 %, mais sont des placements un peu plus surs. Dans les deux cas, c'est un taux de rendement supérieur à de la location de logement. C'est le seul placement immobilier qui assure des rendements corrects sans risques puisque indépendamment de l'évolution de la consommation, la demande de surfaces est maintenue (cf. diapositives n°15 et 16). Les investisseurs ont bien compris ce phénomène et il y a énormément d'argent investi dans l'immobilier commercial. Depuis ces dernières années, on n'a jamais vu autant de capacités d'investissements disponibles pour créer de nouvelles surfaces commerciales. **Cela s'appelle une bulle.**

- **Pour les collectivités**

Quand vous regardez le volet commercial d'un SCoT, vous allez souvent lire deux ambitions qui se ramènent à une forme de compétition territoriale qui malheureusement ne trouve pas encore à se réguler.

Une ambition de renforcement de l'attraction du territoire, paradoxalement apparue dans les années 2000 (loi SRU, SCoT), avec sur la question commerciale une exacerbation de la compétition territoriale traduite dans cette 1<sup>ère</sup> volonté « nous avons un territoire attractif avec un cœur de ville historique qui n'est plus à l'échelle de nos ambitions et qu'il va falloir doper pour battre au rythme de la nouvelle attraction de notre territoire ». Cela a justifié une multitude de projets de centres commerciaux en cœur de ville. Quelques exemples régionaux (cf. diapositives n°17 et 18): le Palais des Pyrénées à Pau, le projet en cours à Périgueux, les Cordeliers à Poitiers, le champ de Mars à Angoulême, les Passages de Mériadeck à Bordeaux. 90 centres commerciaux ont ouvert en cœur de ville depuis les années 2000 avec cet affichage « doper notre centre-ville pour qu'il attire davantage de clients ». Sur ces 90 centres commerciaux, seuls 3 ont atteint leurs objectifs. Dans les Passages de Mériadeck, il ne reste plus qu'un local commercial ouvert ; le taux de vacance est de 50 % pour le Champ de Mars ; fermeture de H&M il y quelques mois pour le Palais des Pyrénées ; une vacance importante en partie haute pour les Cordeliers à Poitiers. **Ce sont les centres commerciaux de la crise qui arrivent au moment de la saturation des m<sup>2</sup>.**

Ce qui se joue en périphérie est assimilable à la membrane « GORE-TEX » qui laisse passer l'air dans un sens mais pas dans l'autre. La périphérie commerciale c'est un peu la même chose que ce que l'on attend du chaland : on veut bien que le chaland de la ville voisine entre dans son territoire, mais on ne souhaite pas que son propre chaland aille faire ses courses dans la ville voisine. **La plupart des projets d'extension de surfaces en périphérie sont justifiés au nom de cette attraction :**

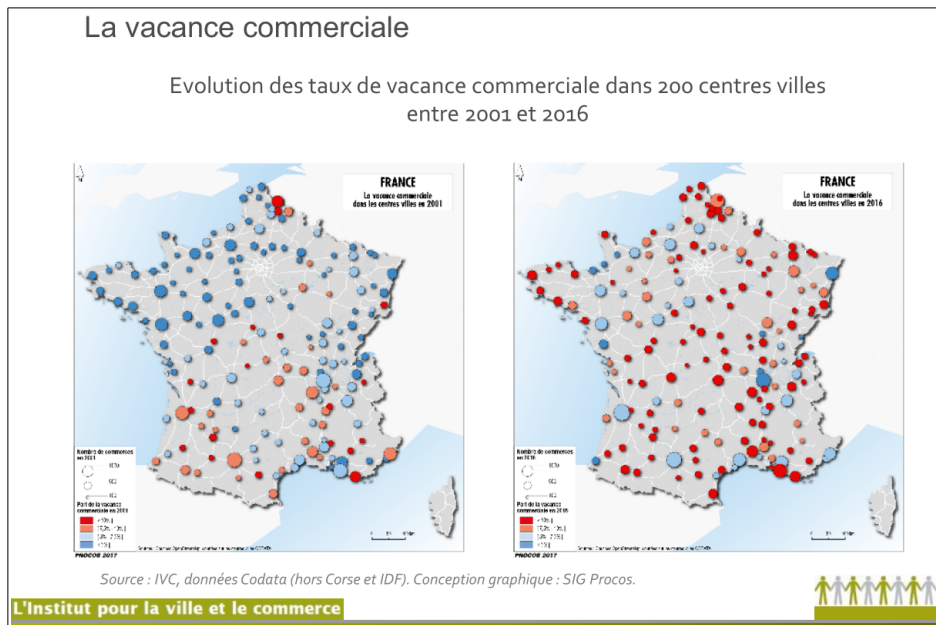


**renforcer l’attraction du territoire et limiter l’évasion commerciale.** Le problème c’est que toutes les collectivités sont dans ce jeu, à vouloir élargir ses cercles d’attraction, à un moment donné on bute sur celui du voisin. Tout cela s’appelle **un jeu à somme nulle**. Le seul résultat est qu’on a ajouté des m<sup>2</sup> à un marché qui ne s’est pas étendu en conséquence.

Comme vous le voyez que l’on prenne les distributeurs, les promoteurs, les collectivités, les acteurs publics ou privés, ni la règle, ni le marché n’arrive à discipliner, réguler cette chaîne.

Si l’on regarde les chiffres des AEC (autorisations d’exploitations commerciales) délivrées par les collectivités depuis 1974 (cf. diapositive n°19), on est entre 1 à 2 millions de m<sup>2</sup> de surfaces commerciales autorisées en moyenne jusque dans les années 2000 à l’époque où la consommation progresse de 3 à 4 % par an. À partir des années 2000 où la consommation ralentit (1 à 2 % par an), on double les surfaces autorisées.

**Cela n’est pas tenable.** Nous avons aujourd’hui un marqueur qui signifie que nous arrivons au bout de cette logique, c’est la **vacance commerciale** (cf. diapositive n°20 ci dessous).



L’IVC suit cet indicateur depuis le début des années 2000 (1<sup>er</sup> état en 2001). Dans les années 2000, les métropoles étaient les plus touchées par la vacance commerciale. Quinze ans plus tard, il y a un renversement de la carte, ce sont les métropoles qui sont les plus résilientes au phénomène, alors que toutes les villes moyennes et les petites villes sont touchées. En voyant ces cartes on pourrait en déduire que c’est lié à la métropolisation sauf que si vous regardez la vacance commerciale dans le périmètre des métropoles, il y a toutefois aussi des taux très élevés : 10 % de vacance commerciale à Paris, 14 % à Marseille et Toulon, il peut y avoir des poches où la vacance peut dépasser les 30 %, c’est le cas dans les 19<sup>ème</sup> et



20<sup>ème</sup> arrondissements de Paris.

L'hypothèse formulée par P. Madry est que **l'on n'est pas sur un phénomène opposant métropoles au reste des villes, mais qu'il s'agit d'un phénomène qui déborde toutes les villes**, qui commence à se manifester chez les plus fragiles, là où il y a le plus d'indépendants donc les plus petites villes, puis les villes moyennes et les grandes villes finissent pas être touchées. Il y a simplement un décalage dans le temps mais sûrement pas une opposition entre métropoles en développement par rapport au reste du territoire. C'est un point d'alerte.

**« Bordeaux a à réfléchir à son commerce avec vous, on est sur des réseaux à cette taille-là. »**

L'autre point important non perçu dans les politiques publiques que ce soit « action cœur de ville » ou la proposition de loi aujourd'hui, c'est que **la périphérie est tout autant sinon plus touchée que les cœurs de ville**. Depuis l'an dernier, il y aurait un léger tassement de l'évolution de la vacance en centre-ville. On resterait à 12 à 13 % en 2017. En revanche, on constate (cf. diapositive n°21) **la montée de la vacance dans les centres commerciaux qui est beaucoup plus rapide et qui, pour la 1<sup>ère</sup> fois, a dépassé celle des centres-villes**. Les phénomènes décrits ici, avant d'être des phénomènes territoriaux, sont des phénomènes économiques. On a d'abord une crise dans un secteur économique, celui du commerce, qui se déverse maintenant sur les territoires, en commençant par les plus fragiles, et qui ne se cantonne pas seulement aux centres-villes. En conséquence, **vouloir résoudre un problème d'urbanisme commercial en ne le traitant que par la redynamisation du centre-ville, revient à ne traiter qu'une partie du problème**. Regardez aussi ce qui se passe dans les périphéries, il n'est pas certain qu'elles soient en si bonne santé, ni que l'opposition centre-ville/périphérie soit toujours pertinente pour avoir un bon diagnostic de la situation commerciale de nos territoires.

### 5.3. LA PROSPECTIVE, LES CONTROVERSES DE LA PLANIFICATION COMMERCIALE

Donc c'est la crise que vous avez à résoudre aujourd'hui. Pour autant le commerce continue d'évoluer. Il faut bien évidemment intégrer la donnée « **internet** ». Il y a très peu de données pour mesurer ce phénomène qui peut paraître très loin quand on s'occupe d'un centre-bourg, d'une ville moyenne, mais pas tant que cela au final.

Partons d'une représentation schématique (cf. diapositive n°23), la boutique est l'interface servant à lier un vendeur avec un client. Cette interface est un outil permettant de gérer simultanément et en un même lieu plusieurs flux :

- un flux d'information, un échange d'information : un commerçant mettant en vitrine ses produits communique sur son assortiment, un client qui rentre dans une boutique et qui demande un produit, est sur un échange d'information,
- un transfert de propriété,



- un échange monétaire,
- la sociabilité.

En plus, ce que l'on ne mesure pas, **c'est que tout cela anime de l'espace public, crée de la vie.**

La boutique historique (*cf. diapositive n°25*) est née avec la ville et la ville s'est enrichie de toutes ses médiations pour enrichir son espace public. Elle a évolué dans le temps, ces évolutions sont toujours liées à un mode de production, une façon de faire la ville (régime urbain) ou à notre mobilité (régime de mobilité). La boutique est la conséquence de l'articulation de tout cela.

La boutique du Moyen Âge (*cf. diapositive n°26*) est basée sur l'artisanat et la production de petites unités. Les marchés sont à l'image et à la taille de cette production locale atomisée. On parle plutôt de cité, avec des chalandes se déplaçant à pied et des boutiques très peu sophistiquées (étals). Ce sont des artisans dont l'activité principale est de produire des biens.

Au 19<sup>e</sup> siècle, on entre dans une production plus manufacturière et on commence à produire de grandes quantités de biens avec des marchés qui s'étendent et des faubourgs ouvriers qui s'ajoutent à la cité. On commence à parler de ville. Le 19<sup>e</sup> est également le siècle du transport hippomobile, les distances parcourues croissent. La boutique évolue en conséquence, se sophistique. On invente les vitrines, les comptoirs, les vendeurs. Ce sont des interfaces pour accompagner la vente.

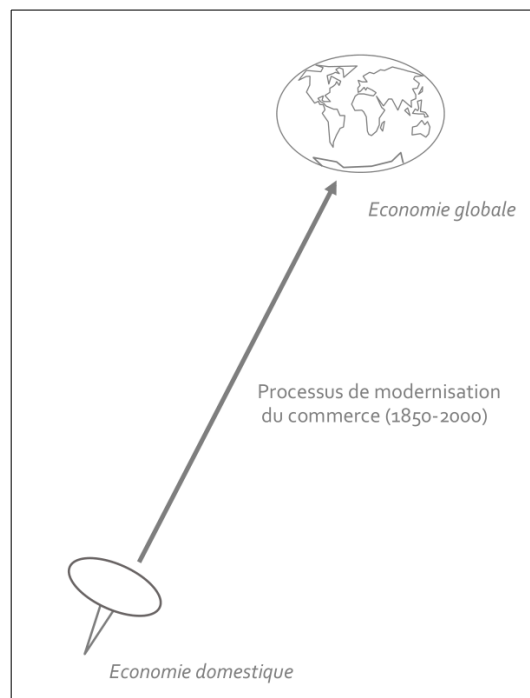
La période contemporaine (*cf. diapositive n°27*) se caractérise par une production de masse (régime industrialo-fordiste), une évolution de la ville à l'agglomération, avec une mobilité commandée essentiellement par le transport individuel. Une fois encore le commerce s'adapte à ces évolutions avec l'écoulement de produits de masse pour des marchés concentrés et des clientèles essentiellement motorisées.

**La vraie révolution d'internet est d'avoir supplanté la boutique comme interface indispensable à la gestion de la transaction marchande par la médiatisation à distance**, en substituant aux réseaux viaires, des réseaux de télécommunications pour prendre en charge ces flux. La boutique a perdu le monopole de la gestion de la transaction marchande.

- on peut connaître l'offre d'un commerce à distance,
- on peut se faire livrer chez soi, au travail...,
- le paiement peut se faire à distance,
- la sociabilité passe pour partie par les réseaux sociaux,
- **...et l'espace public est le grand absent.**

Comment prendre alors en compte ce phénomène dans les PLUi ?

**On est passé d'un commerce très local à un commerce mondialisé avec de grands groupes qui raisonnent à l'échelle de leurs réseaux et non à l'échelle de nos villes.** Toutes les controverses de l'aménagement et de l'urbanisme commercial se situent sur cet axe de modernisation de notre commerce (*cf. diapositives n°29 et 30*).



Source : IVC

*Faut-il défendre les petits contre les gros ou au contraire favoriser le développement de la grande distribution ?*

*Faut-il protéger les cœurs de ville et les cœurs de quartiers, les centralités des zones mono-fonctionnelles de périphérie ?*

*Faut-il défendre les indépendants en les formant à la modernisation de leur outil de travail (CCI, Région) ?*

*Faut-il laisser faire les réseaux et favoriser la concentration ?*

Cette controverse est partout et notamment dans les rapports entre Bercy et l'Aménagement du Territoire (Ministère de la Cohésion des Territoires aujourd'hui), indépendamment de la couleur politique des différents gouvernements.

Cette contradiction est partout, dans la planification, dans vos territoires mai aussi au niveau de l'État. Il n'y a que le consommateur au final qui arrive à concilier tout cela parfaitement dans ses comportements.

Cette controverse existe toujours, mais sera de moins en moins pertinente si internet continue de s'imposer. Internet encourage deux choses :

- certains commerçants s'en saisissent pour enrichir la boutique, c'est **la re-territorialisation du commerce**,
- d'autres vont intégralement se passer de la boutique (ex : Amazon) réalisant des gains de productivité en supprimant ce qui coûte le plus cher : les coûts immobiliers et les coûts de personnels des boutiques. C'est **la désintermédiation**.

C'est le nouveau combat de ce secteur aujourd'hui. En fait c'est un peu plus compliqué (cf. diapositives n°31 à 33).

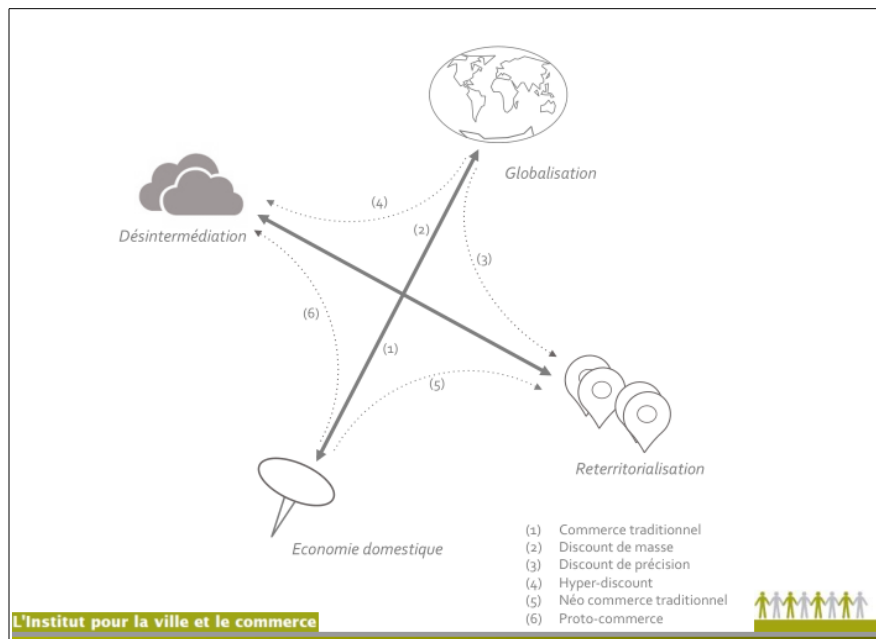
- Des indépendants innovants qui ont une vitrine en ligne, vont utiliser internet, sans remettre forcément en cause la boutique : **le neo**



**commerce traditionnel.** Ces indépendants ne sont pas seuls sur ce schéma. Il y a aussi des groupes de distribution qui reviennent de la massification et se rapprochent du consommateur (cf. Casino qui ouvre des monoprix, des petits « casino »...). C'est un commerce moins consommateur d'espaces (surfaces plus petites), on est bien dans la lutte contre l'étalement urbain, mais c'est un commerce gourmand en temps (pressions très fortes pour aller sur des ouvertures dominicales, des ouvertures nocturnes...c'est un pan qui échappe à la planification).

- De l'autre côté, il y a la trajectoire de l'**hyper discount**. Ce sont les commerces de masse qui font encore plus d'économies en supprimant les boutiques (Amazon, Alibaba, Cdiscount, etc.). C'est un secteur qui est en train de se constituer.
- Le « **proto commerce** » constitue un mouvement des consommateurs visant à supprimer tous les intermédiaires (circuits-courts, don, troc, l'échange , etc...). Le paradoxe est qu'ils jouent un peu le même jeu qu'Amazon en supprimant les intermédiaires qui participent à la constitution d'un espace public et à une socialisation de l'échange.
- le **discount de masse** : Certaines enseignes continuent sur la trajectoire des 50 dernières années, par exemple Ikea, qui ne va pas sur internet.

**Le domaine des possibles n'a jamais été aussi ouvert et la question du commerce n'a jamais été aussi politique.** C'est à vous qu'il appartient de choisir le poids que vous allez vouloir donner à chacun de ces domaines. On n'est plus sur « boutiques contre moyennes surfaces », on est sur « boutiques et moyennes surfaces versus plateformes ». On n'est plus sur « le centre-ville contre la périphérie », on est sur « centre-ville et périphérie versus le non-espace public »...Les controverses de l'urbanisme commercial se redéfinissent (cf. diapositive n°34).







### Séquence de questions (Q)/réponses(R) avec la salle :

Remarque : La vacance commerciale n'est pas le seul indicateur pour le commerce, or elle constitue un critère pour l'accès au FISAC. Si un village est dépourvu par exemple de boulangerie sans qu'il y ait de vacance d'un local commercial, cela n'est pas pris en compte.

R : La réponse est celle des services fiscaux et de l'INSEE. Pour ces deux institutions, un local vacant est un local en attente d'un locataire, ce qui suppose que le local vacant reste sur le marché mais qu'il n'a pas trouvé d'occupant pour le moment. Quand on publie des chiffres sur la vacance commerciale, on ne distingue pas la nature du problème qu'il y a derrière donc il faut effectivement être prudent sur l'interprétation du taux de vacance qui peut baisser en fonction du périmètre retenu. Un local vacant peut être définitivement sorti du marché. C'est le cas d'Arras. Le centre-ville affichait un taux de vacance de 15 % de pour 400 commerces. Après diagnostic, la ville s'est aperçue que parmi les locaux vacants un certain nombre ne retrouverait plus de repreneurs pour différentes raisons. Arras a décidé de restreindre son périmètre en intervenant sur un panel de 300 commerces et non plus 400. C'est une politique volontariste, portée politiquement. Aujourd'hui le taux de vacance est à 9 %.

**Il faut toujours relier la vacance à un potentiel de marché.** Pour reprendre l'exemple cité plus haut, dans un centre-bourg sans boulangerie avec local vacant, pour peu qu'il y ait un marché justifiant un chiffre d'affaires de 100 000 à 150 000 euros, le projet est viable. Si c'est aux alentours de 90 000 euros, ce n'est pas viable.

Aujourd'hui on ne peut malheureusement pas réaliser d'étude d'impact économique permettant de mesurer le potentiel économique d'un projet.

## 6. LE PLUI, UN OUTIL OPÉRATIONNEL À L'ÉCHELLE DU TERRITOIRE, PRÉSENTATION PAR GUENNOLE POIX, CHARGE DE MISSION PLUI/DGALN

Si la prospective est nécessaire, il faut également à un moment donné avoir une vision opérationnelle et examiner les outils dont on dispose au travers du PLUi.

### 6.1. LES ACTUALITÉS DU CLUB PLUI

5 ans après sa création, le maillage territorial des clubs territorialisés PLUi est bien établi. La demande d'accompagnement reste forte sur la mise en œuvre du PLUi. La phase de sensibilisation étant passée, il a été proposé que l'appel à projet PLUi se termine cette année. L'État depuis 2010 a investi plus de 10 millions d'euros auprès de 500 EPCI pour les inciter à se lancer dans l'élaboration d'un PLUi. Aujourd'hui près de la moitié des EPCI sont compétents et ont une démarche d'élaboration de PLUi (46 % d'EPCI



compétents, représentant 18 500 communes et 40 millions d'habitants). La dynamique est enclenchée et semble irréversible, en dépit de quelques territoires encore réfractaires. L'objectif est désormais de mettre à disposition au travers de ces clubs des outils méthodologiques, des retours d'expériences et des exemples de bonnes pratiques.

Nous avons eu en 2017 un appel à projet de transition : 20 lauréats sur 300 candidatures dont les expériences vont nous servir pour alimenter les réflexions, au travers cette année d'un nouvel événement intitulé « **le tour de France des PLUi** ». L'objectif est de repérer des démarches innovantes au-delà des 20 lauréats de 2017 avec l'expertise technique du Cerema et de mettre à disposition ces éléments.

## 6.2. LES OUTILS DU PLUI AU BÉNÉFICE D'UNE POLITIQUE COMMERCIALE

La présentation sera axée sur la revitalisation des centres-villes, même si cela ne couvre pas l'ensemble des situations (cf présentation précédente). Le contexte et les enjeux ont été développés tout au long de la journée. Sans y revenir précisément, nous sommes sur les 3 piliers du développement durable : enjeux économique, social (cadre de vie) et environnemental (protection des terres NAF). Ce sont des attentes auxquelles le document d'urbanisme intercommunal se doit de répondre. L'idée est bien de créer de la richesse et de l'emploi pérenne, des aménités, un cadre de vie répondant aux aspirations de la population, et de préserver l'environnement. Bien que l'on ait ces attentes citoyennes, nous avons aussi des attentes réglementaires (article L101-2 du code de l'urbanisme) : « ...l'action des collectivités vise à la revitalisation des centres urbains et la diversité des fonctions urbaines... ».

Comment fait-on pour mettre en œuvre ces objectifs au travers du PLUi ?

Sans s'attarder sur le SCoT qui n'est pas l'objet de cette journée, **le SCoT est néanmoins le document cadre permettant de définir les grandes orientations en matière commerciale**. L'échelle du SCoT et du PLUi est plus propice à la solidarité territoriale.

Il y a un certain nombre de préalables que le document d'urbanisme prévoit. Tout d'abord cela nécessite une bonne connaissance des dynamiques commerciales en cours (SCoT et PLUi) **dans le rapport de présentation** : état des lieux du commerce existant, les tendances économiques, le poids du commerce, les dynamiques en œuvre à l'échelle du territoire et également à l'extérieur et susceptibles d'impacter ce territoire. À la lecture d'un certain nombre de documents d'urbanisme, on s'aperçoit que les degrés d'investissement d'un document à un autre sur **le diagnostic** sont assez variables.

**Un projet de territoire clair** est également nécessaire : qu'est-ce que les élus de la collectivité souhaitent pour leur territoire en termes d'équilibres notamment en matière commerciale ? Ce projet doit être traduit dans le document de planification.

Un autre point important est de **bien connaître les outils existants dans les documents de planification**. Nous sommes saisis en administration centrale de beaucoup de demandes des élus, de propositions de lois. Or



les outils pour la plupart existent déjà.

### Quels sont-ils ?

- **Le diagnostic territorial, le rapport de présentation**
  - ✓ Document d'Objectifs et d'Orientations (DOO) du SCoT, DAAC (Document d'Aménagement de l'Artisanat et du Commerce)
  - ✓ Le rapport de présentation du PLUi

Exemple de Brest Métropole Océane. Le PLUi définit des polarités pour les redynamisations commerciales, prévues pour les années à venir, là où seront implantés de l'habitat et des pôles multimodaux ou dessertes en transport en commun. Ce sont sur ces secteurs-là qu'ils vont définir des OAP (Orientation d'Aménagement et de Programmation) ou un règlement particulier pour le secteur commercial. Pour le diagnostic, la plupart des collectivités ont des observatoires ou bénéficient de données en provenance des chambres consulaires. Les données existent, il faut les retrouver dans le rapport de présentation.

Exemple de la CC de Lisieux : présentation des ratios que représente telle ou telle nature d'activités, par typologie et grandes activités, S'il existe une volonté d'équilibre commercial au sein de son territoire, le diagnostic permet d'entrer dans le détail de la situation commerciale du territoire : équipements, emplois générés, déplacements générés. Le PLUi est intégrateur de ces politiques qui sont nécessairement connectées.

- **Le règlement du PLUi**

Le décret de modernisation du PLU (2015) a permis de ré-agencer le règlement pour disposer d'une architecture plus axée « projet », et d'intégrer **des destinations et sous-destinations d'activités**. Cette disposition permet une écriture plus fine des prescriptions du règlement notamment à travers la destination « commerce et activités de service » que l'on retrouve dans le code de l'urbanisme et où l'on vient détailler des sous-destinations (restauration, commerce de gros, activités de service, activités hôtelières, cinéma..). Ces outils sont très utiles lorsque l'on souhaite orienter le type d'activité que l'on souhaite voir en centre-ville. Certaines destinations et sous-destinations peuvent également faire l'objet d'interdiction. Par exemple, des villes regrettaient de n'avoir sur des linéaires que des activités de service, ce qui à partir d'une certaine heure ne crée pas une ville très animée.

Le PLU de Bourg en Bresse interdit par exemple les activités de services dans certains secteurs de son centre-ville au profit des commerces de proximité.

Il peut y avoir des règles différenciées au sein même d'un bâtiment entre le rez-de-chaussée et les étages.

Autre attendu du PLUi, **la mixité fonctionnelle**. Il est possible de fixer un pourcentage de constructions destiné au commerce dans des opérations nouvelles, puis au travers du jeu des destinations/sous-destinations, d'en définir plus précisément leur nature.



- **Les Orientations d'Aménagement et de Programmation (OAP)**

**L'ensemble des pièces du document d'urbanisme doit être cohérent avec les orientations affichées dans le PADD.** Par exemple, si on affiche une volonté de modérer la consommation des espaces, on ne va pas autoriser l'ouverture de centres commerciaux allant à l'encontre de cet objectif.

Exemple du PLU métropolitain (PLUm) de Nantes (<https://plum.nantesmetropole.fr/home.html>). Le PADD de Nantes affirme la centralité métropolitaine en termes de commerce, mais aussi une volonté de préserver les commerces de proximité. L'OAP va venir concrétiser ces objectifs et les localiser géographiquement et graphiquement. Nantes a élaboré une OAP spécifique commerce. L'OAP rappelle en préambule les orientations du PADD en termes de commerce. Ces orientations sont détaillées en objectifs, dont des objectifs chiffrés de m<sup>2</sup> commerciaux par type de polarités (majeures, intermédiaires, de proximité et centre-ville de Nantes) et par secteurs (Nord-Ouest, Nord-Est, Centralité métropolitaine, Sud Loire).

Parallèlement à cela, comme on est sur un objectif de limitation de la consommation de l'espace, on est plutôt sur de la densification de l'offre commerciale existante.

***Cet exemple du PLU métropolitain de Nantes fera l'objet d'un retour d'expérience dans le cadre du « tour de France des PLUi » – Étape 4 : commerce - à publier à l'automne 2018.***

Séquence de questions (Q)/réponses(R) avec la salle :

Remarque : Concrètement au stade de l'instruction des projets présentés, il est difficile d'arriver à la création de nouveaux commerces liées par exemple, comme vous l'illustrez dans votre exposé, aux thématiques du sport, de la santé et du bien-être. Nous avons instauré sur Dax et Mont-de-Marsan, le linéaire commercial évoqué plus haut avec cette réglementation des destinations et sous-destinations. Sur le papier c'est très séduisant mais dans la pratique, tous les commerces ne font pas l'objet de déclaration préalable ou de déclaration de travaux. Nous n'avons pas toujours la capacité à réguler ces changements de destination. Quand bien même on a posé cette règle. Cela suppose par ailleurs une animation (manager de centre-ville) et un accompagnement qui va bien au-delà de la simple règle édictée dans le document d'urbanisme.

R : Je suppose que vous disposez dans votre intercommunalité de l'instruction du droit des sols. Ce sont effectivement des ambitions qui sont affichées dans les OAP. Si ça ne résout pas tout, cela donne néanmoins un signal aux porteurs de projet, qui savent ce qu'attend la collectivité en termes d'implantations. Ce n'est pas coercitif, mais c'est un élément qui peut faire poids dans le dialogue de la collectivité avec le porteur de projet. Ce qui est important comme vous le soulignez, c'est l'animation.

Dans une autre zone de Nantes, on a des implantations plus ciblées de magasins de meubles, de musiques. On retrouve des surfaces en cohérence avec les activités que l'on souhaite voir s'implanter. Le PADD



veut également garantir un équilibre métropolitain des zones commerciales existants. Ces zones de commerce périphériques sont identifiées et des règles spécifiques s'y appliquent.

Q sur les destinations et sous-destinations. Il semblerait que tout ce qui relève de l'artisanat de la construction appartienne à la destination secondaire « industrie » sans que l'on puisse spécifiquement autoriser l'implantation du plombier ou de l'électricien en centre-bourg. Cette question se pose de plus en plus dans les PLU en cours.

R : Le ministère a sorti un lexique indicatif. Initialement, il devait être sorti sous forme de décret, sauf que l'on s'aperçoit que ce type de situation n'a pas forcément de réponse unique, on peut se retrouver dans telle ou telle sous-destination. Dans la philosophie de ce qui a été rédigé, dans la façon dont vous avez ventilé les autres sous-destinations, il faut être cohérent, mais cette imprécision permet aussi une adaptabilité des documents qui sont rédigés. C'est la jurisprudence qui va poser la règle, mais est-on vraiment sur un risque de contentieux important sur ce type de définition ? plutôt non, donc cela vous laisse une marge de liberté.

### 6.3. POINTS D'ACTUALITÉ

- **Les Opérations de Revitalisation de Territoire (ORT)** via l'action « cœur de ville ». Comment simplifier les démarches pour les collectivités souhaitant redynamiser leur centre-ville, quelles fonctionnalités ? Dispositions en cours de discussion dans le cadre du projet de loi ELAN (Evolution du Logement, de l'Aménagement et du Numérique). Cette ORT (cf. étude d'impact de la loi en ligne) est liée à la mise en place d'un contrat intégrateur.
- Autre actualité trouvée dans la Jurisprudence (**La jurisprudence Visser commune d'Appingedam - Pays-Bas – janvier 2018**). La directive européenne service pose **le principe de la liberté d'établissement**. Dans cette commune, un magasin de chaussures souhaitait s'installer en périphérie de la ville. La ville a refusé. Le porteur de projet a attaqué la collectivité en argumentant du principe précité. La Cour de Justice Européenne a reconnu le principe de la liberté d'établissement mais également **la raison impérieuse d'intérêt général** qui peut venir contrecarrer ce principe. Sur la base de cet argument, le magasin de chaussures n'a pas eu l'autorisation de s'installer en périphérie.
- Un autre arrêt récent de la Cour Administrative d'Appel de Bordeaux (**Arrêt CAA Bordeaux, 12 juillet 2016, commune de Cahors**) vient conforter la jurisprudence antérieure sur l'utilisation du droit de préemption urbain pour des raisons d'intérêt général pour les locaux commerciaux dans un périmètre défini par le document d'urbanisme. La collectivité a le droit pour des raisons d'intérêt général de venir préempter des locaux commerciaux afin de conserver la maîtrise foncière lorsqu'elle a défini un périmètre sur lequel elle veut revitaliser son centre-ville et en fonction de l'orientation qu'elle souhaite donner en matière commerciale au sein de ce centre-ville.



## 7. SYNTHÈSE ET CONCLUSION (TATIANA BOULEAU)

En conclusion, quelles seraient les conditions de réussite d'un projet de revitalisation de centre-bourg par rapport à tout ce qui a été dit aujourd'hui ?

- une volonté politique forte, croire en son projet, porter des projets concrets,
- travailler sur la communication, des termes sont appropriés dans le langage commun des habitants et des acteurs (cf. le terme « germes » employé dans le film sur la commune de Wavrans sur l'Aa),
- la concertation en amont avec un risque d'essoufflement si le projet s'étire dans le temps,
- l'intensité des usages et des fonctions,
- traiter l'urbanisme commercial pas seulement dans le centre-ville, mais aussi en périphérie, travailler sur la re-territorialisation, éviter l'effet rond point,
- une situation financière saine

L'intérêt du PLUi est de porter la réflexion à la bonne échelle. SCoT et PLUi vont contribuer à la cohérence du projet de territoire. Attention au risque d'entrer trop vite dans l'outil, le projet de territoire doit apporter la cohérence, l'outil ne suffit pas, il faut dialoguer et négocier en permanence avec l'ensemble des acteurs pour que cela fonctionne. Pour le pratiquer avec une commune en périphérie de Nantes, la revitalisation passe par ce dialogue avec les commerçants dans une visée opérationnelle, une fois les règles écrites.

**Prochain club : le mardi 11 décembre 2018**  
**Le thème sera l'identité des territoires (patrimoniaire, culturelle et paysagère) et le PLUi**