

Déclin des centres-villes : cessons d'accuser les centres commerciaux de tous les maux !

[Gontran Thuring](#) / Délégué général du CNCC (Conseil national des centres commerciaux) Le 28/02 à 12:25 Mis à jour à 12:33

LE CERCLE/HUMEUR - Les centres commerciaux, principalement installés en périphérie, ne sont pas les seuls responsables de la désertification des centres-villes. Au lieu de lancer des anathèmes, travaillons, ensemble, à leur revitalisation.



La rue commerçante Sainte-Catherine, à Bordeaux (Gironde). - JAUBERT/SIPA

La presse s'est fait l'écho récemment d'une polémique tendant à accuser les centres commerciaux d'être les principaux responsables de [la désertification des centres-villes](#). D'où des propositions de moratoire sur les nouvelles ouvertures ou de droit de veto accordé aux présidents des intercommunalités.

S'il n'est pas niable que certains centres-villes souffrent d'une désaffection des commerces en pied d'immeuble, accuser les centres commerciaux d'en être la seule cause ne correspond pas à la réalité et des pratiques malthusiennes vont à l'encontre d'un monde qui exige des acteurs économiques de s'adapter en permanence pour répondre aux besoins du citoyen-consommateur.

Les Echos.fr

Des centres dans les centres

Tout d'abord, rappelons qu'un centre commercial sur cinq en France est situé en centre-ville, contribuant à renforcer l'attractivité, la fréquentation et donc l'image des communes qui les accueillent. Des opérations comme le centre Courrier à Annecy, les Terrasses du Port à Marseille ou plus récemment la Promenade Sainte Catherine à Bordeaux sont autant d'exemples probants en la matière.

Les projets en cours font tous preuve d'une volonté forte d'intégration à la fois physique par leur architecture et leur multifonctionnalité, mais également sociale en lien avec la collectivité et enfin économique avec le tissu commercial existant en collaborant avec les associations de commerçants et/ou les managers de centres-villes.

Pas de développement à outrance en périphérie

Quant aux équipements périurbains ou périphériques, leur développement s'avère aujourd'hui tout à la fois raisonné et raisonnable. Il concerne essentiellement des opérations d'extension et de rénovation nécessaires pour des centres dont la moyenne d'âge est de plus de trente ans et qui doivent donc s'adapter aux besoins de leurs clients.

Les créations pures demeurent exceptionnelles et s'adressent avant tout à des territoires dont l'expansion démographique justifie de nouveaux projets comme c'est le cas en Ile-de-France, dans la région PACA ou dans l'agglomération toulousaine. Quant aux « retail parks » de nouvelle génération, ils visent le plus souvent à restructurer des zones commerciales développées dans les années 1970 et 1980 qui ont malheureusement défiguré nombre de nos entrées de villes.

Il faut enfin rappeler que la France dispose, avec les Commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC) des outils réglementaires nécessaires pour encadrer l'implantation de toute surface commerciale de plus de 1.000 mètres carrés. Il ne nous semble donc pas utile de rajouter un échelon supplémentaire à la Commission nationale d'aménagement commercial (Cnac).

Pas assez de places de stationnement

Pour autant, d'autres mesures seraient de nature à relancer l'activité commerciale en centre-ville. Prenons-en deux exemples concrets. Tout d'abord, soulignons, à contre-courant d'une affirmation bien-pensante, que l'accès en voiture et le stationnement demeurent clefs pour les commerces. Les villes petites et moyennes n'ont pas les moyens de transport en commun dont disposent les grosses agglomérations.

A titre d'exemple, la ville de Colmar, souvent présentée comme un bon exemple d'équilibre commercial, propose dans son centre 4.500 places de parking gratuites. C'est à peine moins que [les 6.840 places gratuites de Paris intra-muros !](#) Pourquoi imposer par ailleurs systématiquement la création de parkings en infrastructure, très coûteux, alors qu'il est possible, comme nous le montrent nos amis Britanniques ou néerlandais, de construire des parkings en silo paysagers, parfaitement intégrés au contexte urbain.

Les Echos.fr

Course d'obstacles pour les primo-commerçants

Reconnaissons ensuite qu'il existe un véritable problème auquel se trouvent confrontés les primo-commerçants dans notre pays. Face à un tissu de commerçants indépendants vieillissants, les nouveaux entrants se trouvent confrontés aujourd'hui à une véritable course d'obstacles. La propriété commerciale induite du contrat de bail continue à exiger un investissement souvent rédhibitoire pour un jeune entrepreneur.

Les candidats « startapers » préfèrent se tourner vers des projets de commerce en ligne, beaucoup moins contraignants.

Même si certaines communes ont mis en place, [à l'image de la ville de Tourcoing](#), des mesures fiscales incitatives, le nombre et le poids des taxes prélevées sur les commerces physiques ne peuvent que décourager les candidats « startapers » qui préfèrent se tourner vers des projets de commerce en ligne, beaucoup moins contraignants.

Plutôt que de lancer des anathèmes, il conviendrait, tous acteurs confondus, privés comme publics, de réfléchir ensemble aux moyens de dynamiser le commerce dans nos villes en prenant en compte tant leur diversité que leur complémentarité. Gageons que [les premières Assises pour la Revitalisation économique et commerciale des centres-villes](#) organisées le 28 février par Madame Martine Pinville, Secrétaire d'Etat au Commerce, y contribueront.

Gontran Thüring est délégué général du Conseil national des centres commerciaux (CNCC)

En savoir plus sur <https://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/0211837215155-declin-des-centres-villes-cessons-daccuser-les-centres-commerciaux-de-tous-les-maux-2068462.php#JEj4EJMWIzJYDL5B.99>