

Les centres commerciaux s'inventent autrement

BORDEAUX La filière s'invite dans la campagne présidentielle

Le livre blanc est... bleu. Et lorsqu'on l'ouvre, pas de pages à feuilleter mais une vidéo qui déroule ce que le Conseil national des centres commerciaux (CNCC) a à dire aux candidats à la présidentielle et aux élus, localement.

En cette campagne présidentielle, la filière des centres commerciaux, à savoir les propriétaires, les bailleurs et les commerçants desdits centres, mais aussi tous leurs partenaires, entend faire passer un certain nombre de messages réunis dans le livre bleu. Mais ils ont également eu envie d'aller sur le terrain, en province, distiller la "bonne" parole. Vendredi, c'est à Bordeaux que le délégué général du CNCC, Gontran Thüring, a fait escale et a rencontré les représentants des centres commerciaux de la région. Un premier message chiffré : " Les centres commerciaux, au nombre de 806 en France, représentent 36 000 commerces, 3, 2 milliards de visites par an, 126 milliards de chiffre d'affaires (soit 5 % du PIB), 15 milliards d'investissement et surtout 450 000 emplois (soit 26 % des emplois du commerce de détail) et 25, 5 milliards de taxes et d'impôts par an. "

Ils poussent en centre-ville



Gontran Thüring était vendredi à Bordeaux. PHOTO V. D.

On a bien compris le message : le centre commercial pèse dans le paysage. Et en parlant de " paysage ", le sien propre évolue... " Oui, leur croissance est devenue plus raisonnée et raisonnable, plus en phase avec l'environnement naturel et commercial. Aujourd'hui, les promoteurs vont privilégier pour de nouvelles implantations les centres-villes (32 % des projets), dont l'îlot Sainte-Catherine à Bordeaux est la parfaite illustration, et les zones périurbaines (42 % des projets), et ce, au détriment de la périphérie (26 % des projets) ", précise le délégué général.

Les centres commerciaux se veulent également aujourd'hui des aménageurs d'espaces peu qualifiés ou sous-utilisés, comme les friches

militaires ou industrielles ou même les gares, tout en jouant la carte de la multifonctionnalité avec restaurants, bureaux et même logements... comme l'îlot Sainte-Catherine.

Mais, pour développer ce nouveau visage des centres commerciaux plus en phase avec les nouveaux modes de consommation, la profession demande un ministère de plein exercice, une simplification administrative et juridique, une meilleure coopération entre privé et public, la substitution au bail commercial d'un contrat librement négocié, des mesures environnementales " incitatives " plutôt que " punitives ", une fiscalité équitable et allégée, et enfin une flexibilité dans les contrats de travail.

Valérie Deymes ■