

Forum des Centres-Villes

Journée de réflexion et d'échanges
Tables rondes et ateliers participatifs

Quels centres-villes pour demain ?

lundi 21 mars 2016

ACTES



Evènement organisé par la

Communauté d'Agglomération de Concarneau Cornouaille

André FIDELIN, Président de CCA,
Bruno ACCART, premier adjoint de Christine LE TENNIER, Maire de Rosporden,
(excusée ce jour),

Remercient

- Christophe BOUCHER, rédacteur en chef adjoint de la chaîne de télévision locale Tébéo,
- David LESTOUX, Directeur associé du Cabinet Cibles et Stratégies, pour son introduction plénière autour des grands principes de revitalisation des centres villes et sa synthèse des échanges venue clôturer les différents débats,
- Thierry PIRIOU, Maire de Pleyber-Christ,
- Bruno LE MENN, Adjoint au Maire de la commune de Briec,
- Jacques JONCHERE, Directeur du Cabinet SOLIHA Habitat et Territoires,
- Clothilde LAVISSE, Adjointe au Maire de la commune d'Arzano,
- René LE MOULLEC, Maire de la commune de Guémené sur Scorff,
- Loïc GUILBOT, Responsable du groupe Aménagement et Planification - Département Villes et Territoires Cabinet CEREMA,

Intervenants au sein de la table-ronde « Des centres villes qui fonctionnent » ;

- David LESTOUX, Directeur associé du Cabinet Cibles et Stratégies,
- Michel MORVANT, Président de la Communauté de Communes du Roi Morvan,
- Christian GUYONVARCH, Vice-président en charge de l'urbanisme réglementaire et commercial de Brest Métropole Océane,
- David HERVÉ, Responsable du Service communication du Crédit Agricole des Côtes d'Armor,
- David DOSSAL, Chargé de mission représente Thierry ROYER, Président des Vitrines de Lamballe,
- Jacqi HODGSON, Maire de la Ville de Totnes en Angleterre (excusée ce jour),

Intervenants au sein de la table-ronde « **L'attractivité commerciale des centres villes** » ;

- Le Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et de l'Environnement (CAUE) et Quimper Cornouaille Développement (QCD) pour l'animation et le développement de l'atelier « **problématiques générales des centres villes** »,
- Cabinet Cibles & Stratégies pour l'animation de l'atelier « **problématiques commerciales des centres villes** ».

Allocution des élus

M. Bruno ACCART

Mesdames et Messieurs,

Je vous souhaite à toutes et à tous la bienvenue à Rosporden.

Comme nous avons souhaité organiser ici à Rosporden les premières Assises des entreprises, il y a un peu plus d'un an et demi, nous avons voulu que Rosporden soit aussi le lieu d'accueil de ce forum des centres villes.

« Bail à céder »

« A vendre »

« Locaux disponibles »

« Fermeture définitive »

Ces panneaux, ces écriteaux, ces mots, qui parsèment nos centres villes, nous n'en voulons plus !

La richesse de nos rues vient des commerçants qui les animent et qui en font un cœur battant ! Créer ce souffle et accompagner cette dynamique, c'est notre volonté.

Comme vous avez pu le voir en arrivant ici, le centre-ville de Rosporden est en travaux.

Des travaux que nous avons souhaité réaliser pour donner un nouvel élan à notre centre-ville.

Parce que la revitalisation de notre centre-ville, ce n'est pas qu'une exigence économique. C'est aussi un besoin social. La rue n'est-elle pas le cordon ombilical qui relie l'individu à la société, selon les mots de Victor Hugo ?

Je suis particulièrement heureux que CCA ait pu réunir aujourd'hui différents intervenants qui sont venus – et je les en remercie - nous livrer leur expérience et nous permettre une réflexion collective sur ce sujet qui concerne toutes nos communes.

Car si les centres villes et les centres-bourgs ne meurent pas tous, tous sont frappés :

- habitat dégradé
- locaux commerciaux et d'habitation vacants
- abandon des consommateurs
- appauvrissement de la diversité commerciale voire désertification
- concurrence des périphéries et de l'e-commerce
- problèmes d'accès, de circulation et de stationnement...

Ces difficultés que nous éprouvons à des degrés divers, représentent un enjeu communautaire pour CCA et je compte bien qu'à l'issue de cette journée, des orientations précises pourront être proposées pour infléchir cette tendance.

Nous avons ce matin une pensée toute particulière et amicale pour Jacqi HODGSON qui aurait dû être parmi nous aujourd'hui mais qui, pour des raisons d'organisation, a dû renoncer à son déplacement.

Jacqi HODGSON est le maire de Totnes, une petite ville du Devon, dans le sud-ouest de l'Angleterre. C'est dans cette ville qu'est né, en 2006, le mouvement citoyen des villes en transition. Ce modèle, qui est basé sur la résilience et la relocalisation de l'économie est à notre sens l'une des voies à explorer pour reconquérir nos centres villes et redynamiser nos communes. Nous diffuserons, pour clore notre matinée d'échanges et laisser place à notre moment de convivialité de la mi-journée, un petit film très court, en images et en musique, qui illustre parfaitement les valeurs qui animent cette commune. Des valeurs qui reposent sur la solidarité, l'esprit d'initiative, le goût d'entreprendre et la volonté de préserver l'environnement.

Je vous remercie.

Allocution des élus

M. André FIDELIN

Mesdames et Messieurs,

Je commencerai par quelques chiffres sur le commerce à Concarneau : sur les 358 entreprises de commerce que compte Concarneau, près de 200 se situent en centre-ville c'est à dire la moitié. Pour autant, le centre-ville ne représente qu'un cinquième du volume d'affaires global de la Ville.

Ces chiffres montrent l'importance du poids commercial de la périphérie. Pour autant, il ne faudrait pas opposer deux modèles : celui du petit commerce de centre-ville et celui des grosses unités commerciales de la périphérie. Ces deux modèles doivent pouvoir coexister en complémentarité, chacun avec ses propres spécificités. C'est le rôle des élus de les y aider.

C'est bien ce que nous avons souhaité lorsque nous avons rédigé le document d'urbanisme de l'agglomération – le SCOT – en 2013. En définissant des lieux d'implantations commerciales, nous avons cherché à équilibrer l'offre commerciale sur le territoire en évitant que ne puissent s'implanter sur des lieux périphériques des commerces qui ont traditionnellement leur place en centre-ville.

La défense du commerce de proximité dans les plus petites communes de notre territoire est également l'une des préoccupations de la communauté d'agglomération. C'est ainsi qu'elle a récemment acquis puis réhabilité les murs de L'Hermine, le dernier commerce de proximité de la commune de Tourc'h.

Plus qu'un commerce, un lieu de vie, un lieu de rencontre, un lieu de lien social. Et qui fonctionne d'ailleurs plutôt bien.

Autre sujet d'importance pour les centres villes : le transport et les déplacements.

CCA s'est engagée dans une politique visant à offrir aux habitants une solution

d'accessibilité aux équipements et aux lieux d'emplois du territoire. A redonner plus de place aux piétons et aux vélos dans les aménagements urbains. A renforcer la notion de « rue apaisée ».

Ainsi, au-delà des transports collectifs gérés par CCA depuis 2012, une enveloppe de 2 100 000€ sera consacrée au cours des 10 prochaines années pour accompagner financièrement et techniquement les communes dans des projets d'urbanisme propices aux modes doux et à l'accessibilité. Parce que la prise en compte des enjeux de la mobilité dans les centres villes participe à une meilleure attractivité commerciale.

La revitalisation des centres-bourgs et des centres villes est également au coeur de la politique de CCA en matière d'habitat. Dans le cadre de notre programme local de l'habitat adopté en 2014, nous pilotons plusieurs actions pour favoriser la rénovation de bâtiments dans les centres-bourgs. Le programme « HOME TRAVAUX » permet ainsi aux propriétaires de bénéficier de conseils et de subventions pour réaliser des travaux dans leur logement. Travaux de performance énergétique, d'adaptation à l'âge et au handicap ou réhabilitation complète, ces travaux peuvent-être très divers. Ils concernent les propriétaires pour leur résidence principale mais également pour des projets locatifs.

Par ailleurs, nous travaillons avec les organismes HLM pour réhabiliter des bâtiments vacants en centre-bourg et ainsi proposer aux familles des logements à loyers abordables. Ces travaux peuvent aussi permettre de rénover les rez-de-chaussée commerciaux et de les remettre sur le marché.

Plus généralement, CCA accompagne les communes dans la recherche d'opportunités foncières et immobilières dans les centralités, en vue d'en favoriser la réutilisation sous forme de commerces, de logements ou d'équipements.

Des projets sont en cours dans plusieurs de nos communes : un ancien garage automobile a été récemment démolit dans le centre-ville de Trégunc et va laisser la place à 8 logements sociaux et 1 commerce en rez-de-chaussée.

D'autres projets de ce type sont à l'étude à Elliant, Melgven, Névez et Tourc'h.

Je vous souhaite à toutes et à tous une agréable journée d'échanges.

Citations sur la ville

« Les hommes se rassemblent dans les villes pour vivre. Ils y restent ensemble pour jouir de la vie ! »

Aristote (384-322 av. J.-C.)

« La rue est le cordon ombilical qui relie l'individu à la société. »

Victor Hugo (1802-1885)

« Les villes portent les stigmates des passages du temps, et occasionnellement les promesses d'époques futures. »

Marguerite Yourcenar (1903-1987)

« La forme d'une ville change plus vite, hélas, que le cœur des mortels. »

Charles Baudelaire (1821-1867)

« La ville est pourtant ce qui compte le plus, qui doit compter le plus. Parce que rien n'est plus nous-mêmes que ça. Quand elle change, c'est nous qui la faisons changer. »

Eugène Guillevic (1907-1997)

Table-ronde n°1 : « Des centres villes qui fonctionnent »

(Aspect urbanistique - expériences réussies - boîte à outils)

Jacques JONCHERE, Directeur de SOLIHA Habitat et Territoires, présente les **différents leviers d'action** entrant en scène **dans le cadre d'un projet de revitalisation** des centralités en général et des centres villes ou centres-bourgs en particulier.

Le **diagnostic des faiblesses démographiques** est un outil important qui passe par l'examen du **parc immobilier**. Proposer des **logements de qualité et adaptés** aux différentes catégories de ménages (familles, jeunes en âge de quitter le foyer familial, personnes âgées soucieuses d'un maintien à domicile), permet une redynamisation des cœurs de ville par l'attraction de ces populations.

Plus largement, le **SOLIHA** cherche à remédier aux faiblesses des centres villes tout en intégrant les attentes des riverains aux ambitions du territoire communal via la mise en place d'un **projet participatif**.

Jacques JONCHERE souligne que le **projet politique lié à l'habitat** doit prendre en compte tous les paramètres liés à l'attractivité s'il veut connaître des retombées positives. Il ajoute que si le marché de l'habitat est bien équilibré, aucune intervention particulière des collectivités n'est nécessaire, même s'il reste préférable, pour mettre en place un tel projet, de faire valoir quelques **mesures incitatives** parmi lesquelles figurent :

- Les **aides de l'Anah** (Agence nationale de l'habitat) ;
- Les **aides sur les fonds propres** mis en place par les intercommunalités ;
- **L'accompagnement fiscal** des propriétaires pour les inciter à venir s'établir sur une centralité ;
- Les **aides aux travaux d'adaptation** pour les personnes âgées (accompagnement personnalisé pour définir les besoins; accompagnement financier destiné aux personnes modestes ;
- L'intégration de la **mesure coercitive** dans les grandes villes ou **déclaration d'utilité publique** permettant la mise en place de mesures de résorption de l'habitat insalubre, ou de traitement de l'habitat insalubre réaménageable, ou la mise en place d'opérations de restauration immobilières (en partenariat avec des techniciens).

Ainsi, lorsqu'il est nécessaire de **remettre en état certains logements privés** pour répondre au projet de revitalisation, des aides incitatives sont proposées aux particuliers concernés. Dans le cas où le particulier refuserait malgré tout de rénover son habitat, il peut être confronté à une **mise en demeure**, voire à **l'expropriation**. Bien sûr, ce type de mesure doit pouvoir être **déclaré d'utilité publique** et se révéler efficace. Son intérêt est d'intégrer la dimension commerciale au projet ; de pouvoir, par exemple, déclarer d'utilité publique le jumelage de deux cellules trop petites pour être destinées au commerce. Par ailleurs, la

déclaration d'utilité publique permet aux autorités de se substituer aux propriétaires privés défaillants par l'intermédiaire du **bail à réhabilitation** quand, dans le même temps, certains organismes agréés associatifs peuvent intervenir dans la réalisation de travaux d'office pour lesquels les collectivités peuvent être financées par l'Agence Nationale de l'Habitat (Anah). En outre, le **SOLHA** peut prendre la maîtrise de **biens laissés à l'abandon** au travers de l'état de carence ou de l'intégration dans le domaine public communal de biens immobiliers vacants.

Christophe BOUCHER précise que les élus ont facilement accès à ces outils. Il pose la question de leur bonne connaissance.

Jacques JONCHERE reconnaît qu'il est parfois difficile d'identifier tous les partenaires en raison de l'aspect évolutif de ces outils et que, par conséquent, les élus s'en trouvent parfois désorientés. Néanmoins, il est important que de petites collectivités, via des prestataires extérieurs, puissent se faire aider. Ainsi, il arrive que de petites communes expérimentent des réponses adaptées à des métropoles : avec de la volonté, le projet trouve toujours les outils nécessaires à sa réalisation.

Thierry PIRIOU, Maire de Pleyber-Christ évoque le départ au cours de l'année 2000 de l'entreprise Guével, spécialisée dans le négoce de vin, laissant derrière elle 1 hectare de friche en plein cœur du bourg. Cette entreprise, qui employait plus d'une centaine de personnes au plus haut de son activité, produisait un effet de centralité par son activité professionnelle ; effet gommé avec la fin de l'activité, notamment en raison des emplois qui se sont évaporés au fur et à mesure du temps.

En parallèle, **Pleyber-Christ**, placée sur l'axe Lorient-Roscoff, a longtemps considéré comme un handicap son fort trafic routier. Une voie de contournement fut imaginée puis abandonnée faute de financements publics. Aujourd'hui, on s'aperçoit que les communes qui font dévier leur circulation perdent l'attractivité de leur cœur de ville et dépérissent. En effet, les cœurs de villes doivent être irrigués par le flux routier lié à l'activité humaine pour perdurer.

Christophe BOUCHER pose la question de l'élément déclencheur qui, cinq ans après le départ de l'entreprise Guével, a fait naître le projet de réaménager le centre-bourg.

Thierry PIRIOU évoque le sentiment d'inquiétude qui régnait après le départ de l'entreprise. On ne savait pas quel avenir réserver à cet hectare vacant, recouvert à 80 % de bâtiments et pollué par l'amiante et les hydrocarbures au sol en raison du transport routier.

En 2007, il s'est trouvé que le centre commercial établi en plein cœur du bourg et distant de 200 mètres de l'espace Guével, devenait incapable de faire croître son activité malgré sa proximité avec les zones d'habitation. La volonté des gérants était d'agrandir le centre commercial mais ils souhaitaient pour cela le déplacer en périphérie, à 1 kilomètre du cœur de bourg.

Une telle réalisation aurait provoqué un déséquilibre de l'outil commercial sur cette commune où la population est vieillissante. C'est pourquoi, la mairie a engagé les démarches nécessaires à l'acquisition de l'espace Guével et est entrée dans une démarche d'intérêt.

Avec une volonté politique de ne plus construire d'immobilier sur des terrains fonciers agricoles, est venue l'idée de la division des propriétés privées construites dans les années 60-70 : il s'agissait de gagner la capacité d'un lotissement là où, autrefois, on avait bâti des maisons de 100 m² sur des parcelles de 2000 à 4000 m². Élus et partenaires se sont alors trouvés dans une démarche de densification en plein cœur de bourg. Rééquilibrer l'outil commercial devait passer par le repeuplement du cœur de bourg. À terme, on estime que **Pleyber-Christ** accueillera 120 résidents de plus qu'aujourd'hui dans son cœur de bourg.

Thierry PIRIOU aborde le thème des réserves foncières en périphérie de sa commune pour en faire des zones d'activité capables d'accueillir artisans et industries. Elles détournent l'attention qui aurait pu davantage se focaliser sur les réserves commerciales non négligeables de centre-bourg. Aujourd'hui, le projet d'aménagement de l'espace Guével définit 2 bâtiments de 500 m² chacun, dont les rez-de-chaussée seront dédiés au commerce et les 2 niveaux supérieurs à 22 logements. Derrière ces bâtiments, une vingtaine de logements supplémentaires est prévue à l'horizon 2016-2017.

Thierry PIRIOU précise que ce projet a vu le jour grâce à la communauté de communes et que **Morlaix Communauté** s'est engagée du point de vue du programme local de l'habitat (PLH). Les logements projetés seront des logements aidés destinés à des personnes ayant des ressources minimales.

Loïc GUILBOT, Responsable du groupe Aménagement et Planification - Département Villes et Territoires au CEREMA, précise les fonctions du CEREMA, établissement public administratif ayant pour vocation d'observer et de capitaliser les projets d'aménagement des villes de France.

Loïc GUILBOT commente la situation de **Pleyber-Christ** pour y ajouter un bémol : le centre commercial, placé à 1 kilomètre du centre-bourg, n'irrigue plus le cœur de ville mais dans la perspective d'insuffler une nouvelle dynamique, une place centrale accueillant une pharmacie a été créée.

Thierry PIRIOU évoque la volonté de retrouver dans sa ville un flux plus important en réaménageant la Trésorerie au profit de l'ADMR porteuse de 7 emplois complétés par les services d'une masseuse, d'une ostéopathe et d'une psychologue qui, par leur activité, vont, elles aussi, participer à l'attractivité du centre-bourg qui s'est trouvé décalé consécutivement à la création de l'espace Guével. Par ces nouvelles activités, la volonté est de compenser le flux disparu avec le déplacement du supermarché.

Loïc GUILBOT souligne que la revitalisation d'un centre-bourg se mesure à l'échelle entière du bassin de vie ; que l'ensemble des actions menées en faveur de son attraction doit faire système avec un environnement plus large. Par conséquent, il est important de ne pas

seulement se focaliser sur le centre-bourg à dynamiser ; il est nécessaire de considérer toutes les actions économiques menées, les solidarités entre les différents pôles de commerces et de services et étudier la complémentarité de ces polarités à l'échelle du bassin de vie. Il faut y inclure par ailleurs des actions permettant d'engager la transition écologique et énergétique. À ce titre, **Loïc GUILBOT** revient sur l'exemple de **Pleyber-Christ** qui a mené des actions pour **produire de la biomasse** et exploiter l'énergie d'un petit réseau de chaleur, faisant ainsi gagner au territoire de l'attractivité.

Loïc GUILBOT en vient à donner deux éléments qui permettent de restituer le centre-bourg dans un ensemble cohérent :

- Il s'agit d'inscrire davantage **l'espace agricole et naturel** dans les projets afin de contrebalancer la pression foncière de l'urbain. Porter un projet agricole lié à la gouvernance alimentaire, à des réseaux locaux de distribution, à des laboratoires de transformation, c'est apporter une plus-value à l'espace agricole et à l'ensemble de la dynamique. **Pleyber-Christ** a choisi de préserver son espace foncier agricole et de continuer à garder cette activité, nécessaire au territoire. **Thierry PIRIOU** revient sur l'effet positif de la **division parcellaire** dans sa ville pour éviter le grignotage agricole. Cette initiative fut particulièrement appréciée par **l'Association Elocop**, épicerie locale et collaborative.
- En outre, selon **Loïc GUILBOT**, la revitalisation du cœur de bourg ne peut se faire sans les **usagers, habitants et acteurs économiques** qui doivent s'associer pour faire valoir les initiatives et les attentes portées. **Loïc GUILBOT** concède que les projets imaginés sont parfois en décalage avec les souhaits des usagers ; d'où l'importance d'établir un lien entre toutes les voix. Aussi, la ressource que l'on peut trouver auprès des habitants peut être précieuse pour la dynamique et l'attractivité du centre-bourg.

Bruno LE MENN, Adjoint au Maire de la commune de Briec, précise la situation de sa commune. Briec se situe à moins de 10 kilomètres de Quimper. Pourtant, on y trouve tous les types de commerces et services en raison de la politique menée par la municipalité qui a décidé de ne pas faire de cette ville une cité-dortoir. Ainsi, en moins de 15 ans, la population a augmenté, passant de 4 000 à 5 752 habitants. Ce territoire relativement attractif gagne en moyenne 100 habitants / an en raison d'un bon niveau d'équipement mais aussi du projet de réhabilitation et de création d'emplois dans le cœur de ville.

Cependant, les commerces sont plutôt vieillissants sans réelles reprises envisagées. C'est pourquoi, le projet de réhabilitation né au cours des années 2013-2014 a voulu que les nouveaux résidents de **Briec** se réapproprient le centre-ville. L'« **opération cœur de ville** » a été lancée pour mettre à l'étude la question du commerce et de la propriété commerciale ainsi que celle de la densification du centre-ville où quelques opportunités foncières se dessinaient. En effet, une salle de sport et un collège, acquis par la ville grâce à l'Établissement public foncier (EPF), se trouvent respectivement à moins de 50 et 150 mètres de l'église. Ainsi, à l'horizon 2026-2031, soit d'ici 10 à 15 ans, une vraie possibilité d'aménagement se profile. **Bruno LE MENN** souligne la volonté du cahier des charges de

construire une **problématique globale** regroupant des actions autour de l'habitat et du commerce (incluant la question des déplacements et de l'animation), ainsi que la volonté d'associer tous les acteurs de la commune : commerçants, associations, habitants - nouveaux et anciens - et élus, et ainsi adopter une approche participative très marquée.

Bruno LE MENN explique que l'étude du projet de revitalisation du centre-ville de Briec a été pilotée par le **Cabinet EOL** (Bureau d'études aménagement territoire et urbanisme). L'intervention d'une sociologue et d'un cabinet spécialisé dans le commerce ont amené différents temps de réflexion sur les besoins en logements et sur l'attractivité commerciale. Les différents scénarios donnés par EOL ont été décortiqués par plusieurs groupements d'habitants, commerçants et associations qui ont repéré les forces et faiblesses de chaque projet. Ainsi, ils ont imaginé le centre-ville idéal de leur point de vue en termes d'aménagements : **le pont linéaire commercial** sur lequel agir pour garder le centre-ville attractif a été affermi.

- En ce qui concerne le logement, divers profils ont été étudiés :
 - Construire des logements pour **personnes âgées** établies dans les campagnes et qui souhaiteraient se rapprocher du centre-ville ;
 - Construire des logements pour **personnes en situation de handicap**, notamment en faveur de l'établissement des Genêts d'Or qui a besoin de logements implantés en centre-ville ;
 - Construire des logements pour **personnes ayant des niveaux de revenus divers**.

Intégrer toutes ces problématiques, a permis de définir la typologie idéale pour continuer à amener logements et habitants en centre-ville.

- En ce qui concerne l'aménagement, déplacements doux et automobiles ont été étudiés. Une **zone piétonne** autour de l'église et du presbytère a été imaginée par souci de préservation du patrimoine.

René LE MOULLEC, Maire de la commune de Guémené sur Scorff, présente la particularité de sa ville qui, bien que petite, tant par sa surface que par son nombre d'habitants, possède un tissu commercial important (55 commerces pour 1 200 habitants). **René LE MOULLEC** précise que **Guémené sur Scorff** a, de tout temps, eu un rôle de centralité en raison du rayonnement de ses infrastructures – marché, échanges commerciaux, services scolaires et administratifs – sur 20 communes alentour. En outre, la ville bénéficie de sa position en territoire rural ; Pontivy se trouve à 20 kilomètres et il faut parcourir 30 kilomètres pour se rendre à Gourin. Elle connaît cependant la difficulté de ne disposer d'aucun parc foncier disponible.

René LE MOULLEC évoque le projet de maintenir l'attractivité commerciale de son cœur de ville et soulève le problème de conserver services et commerces de proximité en centre-ville

quand bon nombre de porteurs de projet – essentiellement marchands – souhaitent une proximité avec le supermarché ou l'hypermarché se trouvant en périphérie de la ville.

En effet, **Guémené sur Scorff** se trouve en présence de plusieurs problématiques :

- Comment faire vivre un centre-ville quand la grande surface accroît constamment son attractivité et rayonne sur une zone de chalandise qui s'étend chaque année ?
- Comment favoriser le développement du centre-ville confronté
 - au principe de la libre installation ?
 - à la nécessité de valoriser la grande surface qui crée un flux non négligeable en domaine rural ?

René LE MOULLEC précise que restreindre le développement des galeries marchandes, c'est certes renoncer à un plus grand choix de produits et services, mais que développer une galerie marchande incite l'installation des commerçants en périphérie et favorise la désertion des centres villes.

Ainsi, la volonté de ne pas développer la galerie marchande du supermarché s'est affermie au profit de la conservation des commerces de proximité en centre-ville.

René LE MOULLEC donne l'exemple des pharmacies que compte la ville : il s'est opposé (bien que confronté au principe de la libre installation) au projet consistant à diminuer le nombre d'officines pour étendre leur surface ; projet rendu possible par un rachat et le regroupement envisagés des deux pharmacies de la ville.

Afin de conserver la pharmacie en cœur de ville, plusieurs solutions ont été envisagées :

- Par souci d'**alléger l'investissement financier des porteurs** de projet, la commune a fait **l'acquisition de bâtiments vacants** et surfaces commerciales stratégiques mises à la vente pour y installer, par le biais de la location, de nouveaux commerces.
- Elle a sollicité, pour ce faire, **l'Établissement public foncier (EPF)**.
- Elle a instauré un système de **loyer modéré ou de locabail** permettant de faire évoluer le porteur de projet vers un investissement.

Questions du public :

- 1) **Quelle place réserve-t-on aux cheminements doux permettant d'accéder aux quartiers commerçants, dits « centres villes bis » sans utiliser systématiquement un véhicule motorisé ?**

Réponse :

En effet, une centralité principale ne s'oppose pas à d'autres lieux d'attractivité.

Cependant, aménager l'accès à une centralité de périphérie ou de quartier dépend de l'échelle de la ville. Dans les localités comprenant jusqu'à 3 000 habitants, il est aisé d'aménager des structures de sécurité pour piétons et cyclistes. Cela permet aux petites

collectivités de voir leurs bourgs reliés entre eux et d'être ainsi complémentaires, fait particulièrement important quand des enfants cheminent à vélo jusqu'à l'école du bourg voisin. Il est possible d'imaginer que ces espaces servent également les « centres villes bis ». Au-delà de 3 000 habitants, l'aménagement cyclable et l'espace piéton sont nécessairement associés au déplacement motorisé.

2) Quelle place réserve-t-on à la culture en général et à l'art en particulier dans le centre-ville ?

Réponse :

La culture est un aspect économique important dans la revitalisation de la collectivité. On sait que les locaux vides transformés en salles d'exposition dynamisent l'espace public. Ainsi, tout doit être fait pour privilégier la présence de l'art en centre-ville et l'associer à l'habitat, au commerce et aux loisirs.

--

Table-ronde n°2 : « L'attractivité commerciale des centres villes »

(Aspects économique et commercial)

Selon **David LESTOUX**, Directeur associé du Cabinet Cibles et Stratégies, le commerce aujourd'hui ne peut plus être pensé sans tenir compte d'Internet. La mutation de nos comportements d'achat doit nous amener à imaginer un commerce territorial étroitement relié au commerce digital (ou e-commerce).

En effet, les dépenses ménagères prennent de plus en plus de poids sur Internet :

Dépenses ménagères sur Internet	Valeurs exprimées en parts de marché
Équipement de la personne	15 à 17 %
Équipement de la maison	17 à 18 %
Biens culturels	22 à 23 %
Alimentation (drives + achats auprès du producteur ; donc hors magasins)	10 %

Ainsi, le commerce d'aujourd'hui fait face à plusieurs problématiques :

- Nous consommons de plus en plus hors magasins alors que, dans le même temps, il n'y a jamais eu en France autant de commerces qu'aujourd'hui.
- Dans le même temps, la surface commerciale augmente quand le pouvoir d'achat est au plus bas.
- En Bretagne, la surface commerciale augmente 6 à 7 fois plus rapidement que la population. Cela revient à dire que sur ce territoire, depuis 2006, la croissance de la

superficie commerciale totale atteint 35 à 40 % quand on enregistre seulement une croissance de 5 % de la population.

- Le nombre des vitrines vacantes augmente en centre-ville quand le nombre de commerces augmente lui aussi sur le territoire de référence. Le centre-ville doit composer avec un commerce qui s'organise différemment.

- On estime à 15 millions de m² l'excédent de superficie commerciale à l'horizon 2025.

Ainsi, dans un contexte économique peu favorable, il est nécessaire d'améliorer la santé des cœurs de villes et donner, pour ce faire, aux porteurs de projet les moyens et l'envie de miser sur une implantation en centre-ville.

Afin de répondre au changement de modèle commercial, le centre-ville doit passer par des concepts marchands innovants dont la **différenciation connectée**, moteur incontournable de l'attractivité et **l'offre de services nouveaux** et de **biens différents**. Confronté aux nouveaux usages des consommateurs, le commerçant doit notamment faire d'Internet son allié et innover grâce à l'objet connecté. Avec le numérique, il doit trouver le moyen d'offrir la possibilité de **consommer en dehors des horaires traditionnels** d'ouverture.

David LESTOUX, et à sa suite les différents intervenants de cette Table-ronde donnent plusieurs exemples de solutions effectives, expérimentées ou projetées par différentes villes :

À **Ham (Somme)**, on a développé le **Webmarket**, consistant à retirer en sortant du travail une commande passée en journée. Ce concept d'achats permet au particulier de consommer sur **d'autres créneaux horaires** que ceux proposés par le commerce traditionnel.

À **Aizenay (Vendée)**, on a favorisé le regroupement des indépendants sur le Net via un panier commun et un lieu de retrait unique.

Christian GUYONVARCH, Vice-président en charge de l'urbanisme réglementaire et commercial de Brest Métropole Océane, précise qu'à **Rennes (Ille-et-Vilaine)**, on a pensé une gare moderne dotée d'un système de consignes. Le problème de l'amplitude horaire est corrigé par le dispositif **DropBird**, application qui permet de passer commande à distance à n'importe quel moment de la journée. La gare, lieu de passage, devient, au gré des migrations pendulaires, un lieu de retrait idéal grâce au commerce de proximité en ligne. **Christian GUYONVARCH** précise qu'un projet similaire est envisagé à **Brest (Finistère)**.

Par ailleurs, à **Pontchâteau (Loire-Atlantique)**, l'espace a été réaménagé : la rivière autrefois bitumée a été découverte de façon à envisager une **promenade urbaine** passant entre les équipements publics et les commerces.

À **Guémené-sur-Scorff (Morbihan)**, un espace repensé a dynamisé le commerce pour atteindre le ratio idéal de 55 enseignes pour 1 200 habitants.

De manière générale, il est nécessaire d'amener le projet politique à **sécuriser l'investissement** du commerçant et de l'accompagner dans le développement physique et digital de son commerce. Craindre l'ouverture d'une galerie marchande, c'est redouter l'avenir commercial ; c'est renoncer à investir dans un commerce basé en centre-ville.

Michel MORVANT, Président de la Communauté de Communes du Roi Morvan, souligne la problématique de l'évasion commerciale des communes rurales de son territoire vers les grands pôles (Lorient, Pontivy, Carhaix, Quimperlé et Quimper) et, par voie de conséquence, la dévalorisation des locaux commerciaux privés.

Sur ce territoire vaste, la diffusion d'un **guide** regroupant sous forme de liste les 700 commerçants et 200 artisans du secteur permet de faire connaître l'étendue des biens, des savoirs et des savoir-faire.

En outre, de nombreuses **opérations commerciales** sont menées sous forme de bons de réduction, bons d'achats et de chèques-cadeaux. L'union commerciale étant difficile à mettre en place et à pérenniser sur ce territoire, l'organisation d'animations par la Communauté de Communes permet d'outrepasser cette difficulté. Par ailleurs, deux **animatrices** rayonnent sur ce territoire.

Pour inciter la reprise de commerces vacants et continuer d'irriguer dans le même temps les commerces existants, on a mené à **Guémené** et **Le Faouët (Morbihan)**, une vaste opération consistant à attirer l'attention des médias et des porteurs de projet sur les vitrines disponibles par des **peintures en trompe-l'œil**.

La Communauté de Communes du Roi Morvan s'est engagée dans un **Plan Local d'Urbanisme Intercommunal (PLUI)** qui assure une répartition cohérente des activités sur l'ensemble de son territoire.

Michel MORVANT, s'attache à entretenir les **réseaux physiques** en soutenant un Club réunissant les chefs d'entreprise. Ce cadre privilégie les échanges avec les élus locaux et favorise la dynamique de l'économie locale.

Par ailleurs, l'accent a été mis sur la **technologie** et la **fibres optique** : un centre de télétravail accueillant salariés et entrepreneurs a été créé à **Gourin (Morbihan)**, initiative rendue possible grâce à la mise en place du haut-débit.

Aussi, la **création de services** est un axe majeur de l'attractivité des centres-bourgs. Des **micro-crèches** et une **station-service** ont vu le jour afin de faciliter l'organisation des familles et les inciter à consommer sur leur secteur de résidence.

David LESTOUX précise que le **parc naturel régional du Morvan (Bourgogne-Franche-Comté)** a doté ses centres-bourgs ruraux d'une connexion **wi-fi gratuite** afin d'attirer les

résidents situés en zones blanches. Il souligne que ce coût est mineur pour la collectivité qui fait ce choix.

David HERVÉ, Responsable du Service communication du Crédit Agricole dans les Côtes d'Armor, met en évidence la problématique de la désertification commerciale dans cette région, et particulièrement dans la ville de **Saint-Brieuc** et dans les communes de son Bassin. Le prix important des loyers dû à la mainmise de quelques bailleurs fonciers sur l'ensemble des commerces vacants et l'intérêt pour les grandes zones commerciales expliquent la disparition des commerces en centre-ville.

Afin de relocaliser le commerce de proximité, le **Crédit Agricole** a développé le concept de la « **boutique starter** » rendu possible grâce à la réhabilitation de locaux désaffectés transformés en cellules commerciales. Dans ce cadre, un comité d'agrément (partenaires financiers, élus locaux, membres des associations de commerçants et représentants de la Chambre de Commerce et d'Industrie) propose aux **porteurs de primo-projet relatif au commerce de proximité** (à l'exception des restaurateurs en raison d'investissements trop importants) de s'installer dans ces locaux de centre-ville grâce à un bail précaire (18 à 23 mois) à loyer modéré (30 à 40 % du loyer moyen de la zone).

Ainsi, certains projets, présentés lors des **Cafés de la création** (CCI, experts comptables et avocats partenaires du **Crédit Agricole**) ont bénéficié de ce concept.

Christian GUYONVARCH, Vice-président en charge de l'urbanisme règlementaire et commercial de Brest Métropole Océane, dresse le constat d'une activité commerciale freinée par une démographie en perte de vitesse sur son territoire. Sont cependant soulignés les efforts importants mis en place pour maintenir la stabilité des pôles commerciaux et le travail mis en œuvre pour assurer une continuité de services du quotidien et de proximité tout en permettant l'installation de grands équipements à **Brest et dans ses zones périphériques**. Parmi les mesures prises, figurent le renforcement en 2010 des dispositions règlementaires mises en place en 1995 et l'édition en 2009 d'un document d'aménagement commercial à l'échelle du Pays de Brest : des **zones de commerce « protégées », « protégées renforcées » et « interdites »** ont été définies afin d'éviter l'affaiblissement des centralités.

- **Les zones de commerce « protégées »** correspondent aux zones où un local commercial vacant peut être attribué à un commerce ou à une activité de services de type banque, assurances ou agence de voyage ;
- **Les zones de commerce « protégées renforcées »** correspondent aux zones où un local commercial vacant ne peut être réattribué qu'à un commerce (sauf s'il a été inutilisé pendant 5 ans) ;
- **Les zones de commerce « interdites »** correspondent aux axes de flux pendulaires sur lesquels est interdite toute implantation de services et de commerces.

Dans le plan local d'urbanisme, une **liste de commerces et services assimilés à laquelle s'appliquent les dispositions d'urbanisme commercial** a été dressée. Elle concerne les activités de commerce de détail et de vente à distance, l'artisanat, les activités de services et les activités de loisirs.

Par ailleurs, ont été imposées **des surfaces de vente minimales en périphérie** des villes afin de garantir l'implantation d'activités commerciales ayant leur place en centre-ville ou au sein des quartiers.

Les **cinémas**, en raison de leur forte attractivité, ont eux, l'obligation de s'implanter en centre-ville.

Par ailleurs des **actions complémentaires** ont été menées :

- Des **Assises du commerce de centre-ville** de **Brest** se sont tenues en juin 2015 pour soutenir l'action de soutien à l'animation commerciale. Elles ont conduit à un partenariat renforcé avec des acteurs professionnels.
- Le **fléchage directionnel** a été repensé ; les **tarifs de stationnement** au plus près du temps de garage sont garantis ; l'instauration de **zones bleues** assure l'accessibilité aux commerces de quartiers.
- Un **manager de centre-ville** doit prendre ses fonctions prochainement.
- Une **Cop bio** a été instaurée au cœur du quartier de **Pontanézen**.
- À Plouzané, dans le quartier de **La Trinité Plouzané** a été favorisée la **mixité commerces-services-santé-habitats locatifs** au sein d'une association de locaux.
- À Brest, dans le quartier **Saint-Marc**, le projet de création de **superette de quartier** associant locaux affectés à des **professions médicales et paramédicales** contribue à l'association de services.
- Une vaste opération de **réhabilitation des copropriétés** est menée afin de rendre plus attractif le parc de l'immobilier résidentiel.

Ainsi, grâce aux opérations visant à répartir le Chiffre d'affaire du commerce de détail sur la ville de Brest (zone du Frouven comprise), et à limiter le taux de vacance des locaux commerciaux sur ce territoire, les résultats obtenus sont encourageants :

Zones	Répartition du Chiffre d'affaire du commerce de détail	
	À Brest et zone du Frouven	À l'échelle nationale
Centre-ville	23 %	17 %
Quartiers	39 %	13 %
Périphérie	38 %	70 %

Taux de vacance des locaux commerciaux	
Brest métropole (8 communes)	12 %
Ville de Brest	16 %

Christian GUYONVARCH évoque la difficulté qu'ont à s'implanter les commerçants indépendants dans les zones du **Froutven**, de **Kergaradec-l'Hermitage** et de l'**hypercentre de Brest**. En effet, en raison des **loyers importants** pratiqués dans ces zones, les enseignes qui parviennent à s'y installer sont des commerces franchisés ou marques nationales proposant des produits à forte valeur ajoutée et ayant un rayonnement dépassant le pays de Brest.

David LESTOUX souligne qu'avec cette difficulté est posée la question de l'attractivité des cœurs de ville : l'agglomération de Brest a su fixer des règles et préserver ses centres-villes tout en respectant la loi sur la liberté d'entreprendre et d'implantation qui, telle que définie par la directive européenne de 2006, peut être contrariée par des motifs d'intérêt général relatifs à l'aménagement du territoire, au développement durable et à la protection du consommateur. Les loyers élevés sont acceptés en centre-ville lorsque ce sont des zones stratégiques d'implantation et lorsque tous les aménagements ont été faits en faveur de leur attractivité.

David DOSSAL, Chargé de mission et représentant de **Thierry ROYER**, Président des **Vitrines de Lamballe (excusé ce jour)**, souligne la bonne vitalité commerciale du secteur de **Lamballe (Côtes d'Armor)** grâce au bassin d'emplois important et au dynamisme de l'**association des Vitrines de Lamballe** regroupant 120 adhérents parmi lesquels on compte les entreprises de services, les grandes surfaces, les enseignes nationales et les vitrines indépendantes.

Afin de maintenir sa bonne santé économique, **Lamballe** a fait le choix de proposer au sein de ses grandes entreprises des **chèques-cadeaux**, véritable monnaie locale encourageant les salariés à consommer sur place. Ce dispositif dote ainsi la ville d'un chiffre d'affaire s'élevant à 260 000 € que se répartissent les caisses des commerçants. Il permet à lui seul de mettre en place une campagne de communication destinée à faire connaître les commerçants et la diversité commerciale de Lamballe. Il permet en outre la réalisation de ventes additionnelles par la fidélisation.

Par ailleurs, l'association se propose d'animer la ville, de faire connaître les activités commerçantes par un **guide** et un **site Internet**, mais aussi d'accompagner au quotidien la présence de ses adhérents sur les **réseaux sociaux**. Dans ce cadre, l'animateur de ville s'inscrit, en complément de la CCI, comme un interlocuteur privilégié proposant un accompagnement personnalisé destiné à développer les stratégies commerciales : **campagnes de SMS et mailing**.

David DOSSAL précise que sa mission l'amène à travailler en étroite collaboration avec les élus locaux et la Communauté de Communes pour les questions d'urbanisme et

d'aménagement du territoire, mais aussi avec l'Observatoire du Commerce qui référence les différentes cellules commerciales. Cela lui permet un certain dynamisme auprès des porteurs de projet.

David LESTOUX fait remarquer que cette politique, associée à la maîtrise des galeries marchandes a amené la **diminution du taux de vacance** des vitrines à Lamballe. Ainsi, 80 % du commerce se trouve dans le cœur de ville quand, habituellement, les villes de taille similaire connaissent un taux de 60 %.

En outre, le système d'adhésion à l'association des Vitrines de Lamballe a changé. La **cotisation a été augmentée** afin de pouvoir faire profiter d'outils de communication individuels et mieux ciblés. Les adhérents à l'association ont été plus nombreux après l'augmentation de la cotisation.

--

Restitution de l'atelier participatif n°1

« Problématiques générales des centres villes »

L'atelier a retenu 3 axes thématiques majeurs :

1. Accepter la complexité

Les opérations de revitalisation sont effectivement plus complexes à mener que des opérations en extension urbaine. Par le nombre de problématiques dont il faut tenir compte, le nombre d'acteurs qu'il faut associer, le nombre d'outils techniques ou juridiques qu'il faut utiliser, elles se révèlent être des procédures longues, semées d'embûches, souvent coûteuses et risquées politiquement.

Pourtant, l'enjeu est majeur : l'identité même de la commune qui est en jeu. Sans identité, l'attractivité d'un centre-ville est limitée. Sans cette attractivité, un centre-ville périclité. Par conséquent, la revitalisation d'un centre-ville relève de l'intérêt général d'une commune, et la complexité fait partie du défi à relever.

Toutefois, l'enseignement à tirer de cet atelier qui a travaillé en six groupes sur une même problématique, est l'absence de modèle unique. Chaque problématique peut se résoudre de manières différentes et l'élue, en concertation, peut trouver différents moyens pour résoudre des problèmes qui se posent durant une démarche de revitalisation.

Ainsi, l'atelier a relevé les pistes d'actions suivantes :

- Travailler sur la qualité des espaces publics, et en particulier sur la connexion de ceux-ci avec les espaces privés.

- Créer un centre-ville « de proximité », un centre-ville qui se rejoint et qui se parcourt à pied (nécessite donc une certaine intensification / densification de logements et de commerces et un maillage des itinéraires pédestres).
- Penser un centre bourg « apaisé », mélangeant les différents types de mobilités. Réfléchir à une bonne répartition du stationnement, par petites « poches », bien visibles et bien signalisées.
- Maintenir en particulier les services de santé dans le centre-ville (regroupés par exemple en maisons médicales).
- Repérer et lutter contre la vacance, l'habitat indigne et insalubre.
- Établir le potentiel foncier et immobilier mutable du centre-ville.

2. Concerter

La concertation doit être à l'origine et au cœur de la mise en œuvre d'un projet de revitalisation car une telle démarche est mise en œuvre dans le but d'améliorer la qualité de vie des habitants. La concertation ne doit pas être simplement le moyen pour les élus de faire connaître des décisions déjà prises (informations « descendantes »).

Les élus peuvent y trouver le moyen d'entendre des voix restées silencieuses, de comprendre certaines aspirations de la population et, pour cette dernière, d'intégrer les priorités municipales et la nécessité d'arbitrer certains choix (économie ou contraintes techniques). Par ailleurs, dans une démarche de concertation ou de participation, l'animateur doit considérer que chacun est expert de son quotidien en évitant d'opposer les « sachants » aux autres parties prenantes.

En outre, on sait qu'un projet ne fait jamais l'unanimité. Une bonne concertation doit donc être également une médiation. Pour les élus, il faut trouver le ou les moyens pour que remontent les attentes et les besoins de la population, des associations, des commerçants, des entreprises, etc., et qu'un débat s'installe. Si cette médiation ne garantit pas l'adhésion de tous, elle peut limiter les opposants et multiplier au contraire les défenseurs potentiels d'un projet et ainsi accroître sa légitimité.

Les pistes d'actions relevées par l'atelier :

- Travailler en ateliers participatifs avec les habitants, usagers, commerçants, passants pour alimenter un projet. S'appuyer notamment sur les Conseils de quartier (ou associations équivalentes).
- Avoir un lieu de concertation et de médiation où chacun peut en permanence venir chercher de l'information, livrer ses attentes, ses besoins et alimenter les réflexions sur l'attractivité du centre-ville.

3. Raconter une histoire

Pour retrouver de l'attractivité, un centre-ville doit se différencier. Il peut trouver cette différenciation dans son origine ou dans l'histoire de ses lieux (son église, sa place principale, son étang, etc.) et ainsi révéler son identité en cherchant à comprendre pourquoi des habitants se sont installés à cet endroit.

Les parties prenantes d'une démarche de revitalisation doivent définir les éléments de demain qui redonnent envie de s'établir en centre-ville. Raconter l'histoire à venir du centre-ville.

Cette histoire, porteuse d'identité, doit être à la base d'un projet de revitalisation. Il apporte à la fois de la compréhension et est donc facilement communicable. Il guide l'action des partenaires impliqués et vient apporter de la cohérence à l'ensemble de ces actions.

Les pistes d'actions relevées par l'atelier :

- Définir un projet de revitalisation qui raconte une histoire et donne envie de venir habiter un centre-ville.
- Identifier les lieux de centralité qui produisent de l'identité (ex. : place centrale, etc.) et construire le projet autour de ces lieux.

--

Restitution de l'atelier participatif n°2

« Problématiques commerciales des centres villes »

L'atelier a retenu 7 axes thématiques majeurs :

L'attractivité du centre-ville passe par :

1. La gestion urbaine de proximité et le rôle de la collectivité au quotidien

- **La propreté et la collecte des ordures ménagères :**
 - Problème des containers particuliers qui se remplissent et qui sont mal entretenus ;
 - Problème du stockage des containers de tri sur l'espace public ;
 - Rotation plus importante des équipes de nettoyage selon les périodes de l'année.
- **L'accessibilité, le stationnement et la rotation du stationnement adaptés aux différents usages de la ville :**
 - Défendre une **centralité plurielle** pour palier le problème de stationnement : un maillage de commerces au sein des quartiers permet de favoriser les mobilités douces ;

- Pertinence de la **piétonisation** des rues à temps d'achat longs ou de la piétonisation ponctuelle (1 jour dans la semaine) ou occasionnelle ;
- Aménagement de zones « arrêt minute », zones bleues et réduction de la taille des places de parking propices à **fluidifier la rotation** ;
- Penser des « **boucles marchandes** » afin d'encourager une cohérence par secteurs de ventes (idée de renommer les quartiers afin d'influencer subtilement les flux de circulation selon les besoins) ;
- **Gratuité des transports en commun** les jours de marché ;
- **Gratuité des places de parking** après une certaine heure, le soir ;
- Instauration d'une **signalétique-couleurs** en fonction du temps que l'on pense passer en ville ;
- Penser un système de **paiement connecté** via son mobile pour permettre le prolongement du temps initialement choisi ;
- Guider le consommateur par un **recensement des vitrines sur applications** smartphones.

2. La gestion urbaine de proximité et le rôle des commerçants au quotidien

- **Des horaires d'ouverture à faire coïncider avec les disponibilités des actifs :**
 - Sur le modèle des galeries marchandes, uniformiser les horaires d'ouverture (exiger une ouverture régulière ; a contrario, certains commerces sont ouverts quand ils pourraient être fermés) ;
 - Mener des opérations « ouverture nocturne » sur l'exemple « chaque vendredi jusqu'à 20 heures / le dernier vendredi du mois jusqu'à 20 heures ».
- **Développer l'idée de la mutualisation :** création de structures associatives qui pourraient mettre à la disposition des indépendants des remplaçants salariés à temps plein. Grâce à un système de groupement de commerçants employeurs, les commerçants embauchant un salarié unique pourraient compenser 35 heures de travail pour répondre à un besoin d'ouverture avoisinant 75 heures.
- **Renforcer l'attractivité des points de vente :**
 - Éclairage des vitrines, propreté des pas de porte ;
 - Encourager et favoriser la rénovation des façades (commerciales et privées).

3. Propriétaires, banques, collectivités : mobilisation de tous les partenaires autour du centre-ville

- Adapter les loyers à la rentabilité du commerce ;
- Concourir à la réhabilitation de locaux vacants ;

- Encourager l'accessibilité à la propriété des locaux commerciaux (la ville n'a pas les moyens financiers de préempter tous les locaux vacants) ;
- Tenter d'inverser la tendance de la préemption privée (quand les locaux vacants appartiennent à quelques propriétaires, ceux-ci orientent l'organisation des services proposés ; certains étant plus rentables que d'autres en termes de loyers).

4. Le cœur de ville digital et connecté

- Penser la visibilité des commerçants par un groupement de vitrines numériques et une signalétique de type « flash-codes » pour applications smartphones ;
- Mettre en place une veille digitale évolutive au gré des manifestations et offres commerciales, ainsi que de l'actualité de la ville et des changements d'enseignes ;
- Présence d'un panier commun avec zone de retrait pour favoriser les achats en ligne.

5. L'image positive

- Penser des animations ponctuelles ;
- Véhiculer une communication positive : le traitement médiatique doit faire valoir les projets et atouts du commerce en centre-ville.

6. La place de l'enfant

- Chercher à attirer les familles par l'aménagement de places de stationnement larges, de cheminements piétons ;
- Accorder une place aux espaces verts et aux structures de jeux ;
- Imaginer un circuit shopping jalonné d'espaces ludiques réservés aux petits.

7. La question de la gouvernance

- Mobiliser les acteurs du commerce dans un groupement associatif réunissant indépendants, élus, acteurs de l'habitat, de la santé et du transport ;
- Penser les offices de commerce comme des offices de centre-ville ; définir une stratégie commune et répartir les tâches entre les différents acteurs ;
- Solliciter l'intervention d'un manager pour son rôle d'interlocuteur privilégié ;
- Financer les structures de dialogue et la communication en faveur des commerçants par l'adhésion associative ; participation de la collectivité par le biais du produit de la taxe sur les enseignes et de la Cotisation Foncière des Entreprises (CFE) ;
- Définir un positionnement marketing clair et des objectifs entre la ville ou l'agglomération et la collectivité afin d'encourager les subventions.

En conclusion, nous retiendrons que chaque centre-ville présente des difficultés particulières. Un tronc commun doit permettre d'impulser une attractivité plus forte des cœurs de ville.

Allocution des élus

M. Bruno ACCART

Discours de clôture

Mesdames et Messieurs,

Après avoir introduit la manifestation ce matin, je m'apprête à la clôturer en précisant toutefois que je n'ai malheureusement pu assister aux échanges de ce jour en raison d'obligations professionnelles.

Il m'apparaît cependant que les échanges furent riches avec des points importants qui ont été soulevés.

Cette journée qui en appelle d'autres sur Rosporden, mais également sur les autres villes de Concarneau Cornouaille Agglomération et plus largement encore...

Ces problématiques de centres-villes en perte de vitesse touchent, en effet, les villages mais également beaucoup les villes moyennes.

A présent, je vous invite à prendre le pot de l'amitié.

En vous remerciant une nouvelle fois, toutes et tous, de votre participation.