

DRON Antoine

GRONDIN Christopher

KISS Loury

TCHAHA Ignace

Etudiants en M2 Management et Développement de Patrimoine Immobilier

IA E de Metz - School of Management

En partenariat avec la CCI 57 et l'ESI 94

La redynamisation commerciale des centres villes, un enjeu pour les métropoles de demain.

Cadre méthodologique

La Problématique :

La revitalisation commerciale du centre-ville des grandes agglomérations, peut-elle constituer un levier pour dynamiser l'économie française ?

Les mots clés :

- **Redynamisation** : Dynamiser une nouvelle fois, impulser un nouvel élan, procurer une nouvelle énergie.
- **Revitalisation** : Action de revitaliser, de redonner de la vitalité à, redonner de la vitalité à un organisme, à un tissu organique. Faire revivre, donner un nouveau souffle à une entreprise, un projet, une organisation.
- **Vacance** : La vacance de logement est la vacance, c'est-à-dire l'absence d'occupation, d'un logement. C'est un indicateur de tension sur le marché du logement. Il permet d'évaluer l'ajustement de l'offre de logements d'une zone à la demande. Il y a trois types de vacance :
 - La vacance « conjoncturelle » est issue d'une temporalité de vacance courte, nécessaire entre chaque location ou avant une vente, elle correspond à des commerces répondant aux attentes du marché (départ du locataire occupant, travaux rapides de rénovations, attente de vente ou de relocation
 - La vacance de « rétention », elle, est issue d'une temporalité de vacance longue et souvent volontaire causée soit par un désintérêt du propriétaire, une réservation pour un proche ou pour soi-même ou issu du principe de rétention spéculative. Ce type de vacance est dangereux car elle peut entraîner une dégradation du bâti à long terme. (MUNCH J., FREPPEL C. rapport CGED, IGF « la revitalisation des centres villes », p.14.)
 - La vacance « structurelle », elle, est issue d'une temporalité de vacance longue, concernant des locaux qui ne correspondent plus à la demande du marché, ce sont souvent le cas de locaux soit trop grands ou trop petits, mal situés, avec aucune visibilité ou même vétuste, ancien, non conforme aux normes et dont la rénovation représente un coût trop important pour un local qui ne pourra être loué comme tel du fait de son inadéquation avec la demande du marché.
- **Villes polycentriques** : Le polycentrisme est une forme d'organisation du territoire qui repose sur plusieurs pôles, c'est-à-dire plusieurs zones attractives et dynamiques ayant une influence sur un espace.

Introduction

Au travers de cet article nous cherchons à dépeindre la situation actuelle des centres villes français fortement contraints par la perte de leur attractivité commerciale, la multiplication des locaux vacants, résultant d'une inadéquation entre l'offre et la demande, et induisant une forte baisse démographique. Nous voulons démontrer que ce constat est alarmant, mais pas catastrophique. En effet, malgré plusieurs voyants rouges clignotant à l'échelle du territoire, il existe des moyens d'actions qui tendent à infléchir cette tendance.

Selon le rapport *CODATA FOCUS* (Comité de données pour la science et la technologie) de 2018¹, la vacance commerciale est une problématique relativement récente. Elle concerne le centre-ville de villes moyennes en France. Jusqu'au début du XXI^e siècle, la vacance commerciale était considérée comme un léger retard dans l'ajustement entre l'offre et la demande, voire même, était nécessaire pour le bon fonctionnement économique des villes. Toutefois, nous pouvons noter un accroissement de cette vacance commerciale à compter de la crise des *subprimes*. Ce facteur n'explique pas forcément que la crise ait eu un impact sur la vacance commerciale, mais nous pouvons remarquer que le point de départ de la situation est lié à ce fait économique majeur. Selon le rapport de l'*Institut pour la Ville et le Commerce*, le taux de vacance commerciale en centre-ville atteint en moyenne 11,3% dans les villes de plus de 25.000 habitants en 2016. Toujours selon ce rapport, la progression moyenne du taux de vacance commerciale en centre-ville évoluerait d'un point chaque année en France. La vacance commerciale du centre-ville est désormais une préoccupation majeure des élus locaux. De nombreuses villes tentent de contrer ce fléau en proposant des moyens d'attirer non seulement des enseignes dans leur centre-ville, mais aussi des consommateurs. En effet, les consommateurs ont eux aussi déserté le centre-ville, et pris habitude de consommer hors du centre et en particulier dans les zones d'activités commerciales principalement en périphérie du centre-ville, polycentrisme oblige.

Dans cet article, nous tenterons de vérifier si la revitalisation du centre-ville des grandes agglomérations peut constituer un levier pour dynamiser l'économie française. Pour répondre à cette problématique nous établirons dans un premier temps, le constat de l'état actuel des centres villes. Puis, nous détaillerons en quoi la situation actuelle est alarmante mais pas encore catastrophique. Enfin, nous développerons les axes de solutions à développer pour parvenir à atténuer ce problème de vacance commerciale du centre-ville en France, à travers le cas d'une ville du Grand Est.

Le constat de l'état des centres villes

Toujours selon le même rapport *CODATA FOCUS*, en 2001, une part considérable (80 sur 190) des 40% de centre-ville étudiés, affichaient un taux de vacance commerciale de 5%. La situation était alors très favorable. Dans cette perspective, indiquait le rapport à ce moment-là, d'ici 2016 ils seront inférieurs à 7% (13 sur 190). En revanche, en 2001, force était de constater qu'environ 10% de centre-ville (20 sur 190) étaient encore dans une situation très défavorable, alors qu'en 2016, le taux de vacance commerciale était proche de 60% (109 sur 190), avec un taux de vacances commerciales moyen de 11,4%.

¹ *CODATA FOCUS* (2018), « Taux de vacance France - centre villes période 2014-2018 »,

Toutes les villes françaises s'inquiètent de la progression de ce phénomène. Cependant, le phénomène de la vacance commerciale ne concerne pas tous les territoires de la même manière. De multiples situations sont exposées dans différentes villes et régions. En effet, au niveau régional, le territoire le plus touché se situe dans le Nord de la France, ainsi que dans la « diagonale du vide », à savoir, une bande de territoires s'étendant des Landes françaises à la Meuse.

A l'inverse, les zones à conditions stables sont situées au sein des métropoles et en bordure des côtes. Dans les zones où la situation économique est plus favorable, ces zones sont rendues possibles en augmentant l'attractivité de l'habitat et / ou la vitalité de la création de richesse.

Tiré du même rapport, il ressort que, jusqu'à présent, depuis 2001, seulement dix villes ont maintenu des taux de vacance inférieurs à 5% dans leur centre-ville. Ces villes sont Villefranche-sur-Saône, Strasbourg, Biarritz, Beaune, Bayeux, La Rochelle, Saint-Lô, Saint-Malo, Granville et Lyon. De plus, la situation est différente entre les zones d'agglomération du territoire national, ce qui est dû à leur démographie. En effet, en 2016, le taux de vacance dans les centres urbains des petites agglomérations urbaines de moins de 50 000 habitants a atteint un niveau de 12,1%. À plus petite échelle, les centres urbains des grandes et moyennes villes de 100 000 à 250 000 habitants sont également concernés, le taux de vacance atteignant 10,3% en 2016. Cependant, le taux de vacance commerciale dans ces villes a augmenté plus rapidement qu'ailleurs, à savoir, plus 53% entre 2013 et 2016. Pour autant, des exceptions existent uniquement dans les grandes agglomérations urbaines de 250 000 à 500 000 habitants et les métropoles (pôles urbains de plus de 500 000 habitants). Les taux de vacance des métropoles en 2016 étaient de 8,5% et 6,9%. C'est l'une des conséquences de l'« effet d'agglomération ».

Au total, les grandes agglomérations urbaines ont moins de vacances commerciales car elles peuvent offrir aux entreprises des capacités de développement durable dans le temps et dans l'espace grâce à la qualité de leurs infrastructures de transport, à la concentration d'activités hétérogènes et à la forte concentration de population. Cependant, ce phénomène ne semble ni fatal, ni totalement irréversible. En effet, toutes les villes ne sont pas forcément condamnées à réduire leurs activités commerciales.

Une situation alarmante mais pas catastrophique

Cependant, ce phénomène ne semble ni fatal ni totalement irréversible. En effet, toutes les villes ne sont pas forcément condamnées à réduire leurs activités commerciales. Grâce à la recherche « Palmarès des centres villes commerçants », menée par la Fédération nationale des professionnels de la distribution PROCOS², du fait d'un chiffre d'affaires élevé, d'une forte diversité commerciale et d'une faible valeur commerciale, un certain nombre d'agglomérations ont conservé une forte vitalité commerciale, ainsi qu'un faible taux de vacance. L'expansion des vacances commerciales ne semble donc pas irréversible. En effet, au début des années 2000, les unités urbaines (métropoles) de plus de 500 000 habitants ont été

² « Palmarès PROCOS 2019 des centres villes commerçants », Février 2019, 3^{ème} Edition », Rédacteur : Club PROCOS

les plus touchées par cette particularité, leur taux de vacance dépassant 8%, ce qui en fait la ville la plus résiliente à ce jour, le taux moyen étant de 6%.

Par ailleurs, la plupart de ces métropoles telles que Lille, Lyon, Bordeaux pour ne citer que celles-ci, ont déjà échappé à cette situation en optant pour des politiques volontaristes de renouvellement urbain, qui se traduisent par le développement des infrastructures de transports en commun (métro ou tramway), en partageant les espaces publics et en décorant leur environnement bâti. En prenant ces agglomérations comme exemple, à long terme, des solutions spécifiques sont adoptées pour réduire ce phénomène. Cependant, il semble que chaque agglomération se doit de traiter différemment ces volumes commerciaux vacants.

Quelques possibilités de résolution du problème

« Les outils de planification pour la préservation des commerces de centre-ville : instaurer un périmètre de sauvegarde commerciale pertinent ; conforter la destination commerciale dans le périmètre ; contrôler et limiter l'implantation commerciale hors du périmètre. » (Poupard M., (2017), *Mémoire de Master Urbanisme et Projet Urbain*, Université Grenoble Alpes Institut d'Urbanisme de Grenoble).

Une collectivité impliquée impose une réglementation stricte aux établissements commerciaux sur son territoire. Il est donc possible de faire fuir certains groupes internationaux qui ne veulent pas être contraints. En retour, il sera plus attractif pour les petites entreprises et les artisans. Les investisseurs qui souhaitent s'installer dans la région peuvent être rassurés de voir peu de polarités à vocation commerciale. Ainsi, il pourra en apprendre davantage sur l'avenir des affaires (environnement concurrentiel) de la région, et il lui sera plus facile d'investir dans la région sans se soucier des mauvaises surprises.

Outre les réserves liées aux avantages politiques, la rédaction de documents réglementaires et opérationnels offre également une occasion de débats et d'accords pour discuter de la formulation d'une stratégie commune pour un commerce plus fort et plus influent. L'enjeu est de parvenir à un consensus sur la thématique, afin de ne pas produire de documents qui incluent l'ajout de chaque projet de chaque commune. Cet outil contribue à créer des conditions favorables aux commerces de la ville centre et doit toujours être justifié par l'aménagement du territoire et le développement durable (Poupard, 2017).

Le plan de redynamisation du centre-ville : le cas de la Ville de Metz

La Ville de Metz a proposé un plan de revitalisation du centre-ville, dont une partie a été abandonnée au profit des zones commerciales localisées dans la couronne périurbaine. La commune a annoncé des taxes sur les logements vacants et une foncière pour l'obtention de nouveaux logements. La requalification de quelques quartiers et la végétalisation importante des rues devraient permettre de ramener les piétons dans la ville. Ces dernières années, la rue Serpenoise, principale artère commerçante de la ville est devenue le témoin de ce type de désertification. Plusieurs enseignes historiques, comme le magasin Printemps, ont annoncé leur départ de cette rue déjà remplie de locaux commerciaux vacants.

Agir sur la fiscalité

Pour tenter de résoudre ce problème, la ville a décidé d'imposer une taxe à compter du 1^{er} janvier 2022, à savoir, « *une charge calculée sur la base des surfaces commerciales vacantes depuis au moins deux ans* », a expliqué le Maire, François Grosdidier, avec un taux progressif, « *15% la première année et 20% la deuxième année* ».

Séduire les petits commerçants

Malgré un taux de vacance exponentiel du centre-ville, l'occupation des surfaces commerciales par des petits commerçants a augmenté et on peut constater que ce sont les grandes enseignes qui partent. Selon Blaise Taffner, conseiller municipal de Metz, le modèle économique devient de plus en plus inadapté aux modes de consommation actuels.

Réhabiliter certains quartiers

La ville espère aussi investir dans la réhabilitation de certains quartiers, comme le quartier Outre Seille, pour mettre en valeur l'art et l'histoire. Pour le Maire de Metz, François Grosdidier, c'est ce qui rendra la ville « *plus désirable* ». D'autres projets de développement sont en cours pour valoriser le patrimoine culturel de la ville et contribuer à offrir aux visiteurs plus qu'une simple expérience de consommation.

Végétaliser massivement

Afin d'atteindre le même objectif, un large plan de réaménagement urbain a été lancé, notamment dans la rue Serpenoise, ainsi que dans d'autres places du centre-ville. Cependant, certains de ces aménagements doivent être soumis aux architectes des Bâtiments de France pour validation. De plus, plusieurs caisses d'arbres ou de plantes peuvent être temporairement placées dans différents quartiers de la ville en attendant une innovation plus durable. Les espaces verts permettront de lutter contre les îlots de chaleur urbains (KADUR.N, 2021).

Conclusion

En conclusion, nous pouvons avancer que la vacance commerciale du centre-ville concerne beaucoup de villes en France. Si des actions sont mises en place par les municipalités pour tenter de contrer ce fléau et faire en sorte que le centre-ville reste dynamique, force est de constater que cela reste insuffisant. Aussi, nous ne connaissons pas encore l'impact de la crise sanitaire actuelle. Fragilisera-t-elle encore plus la vacance commerciale du centre-ville ?

Bibliographie :

- Cerema. (Juin 2018). *Redynamiser le centre des villes moyennes Note problématique et première analyse des enjeux*. Centre d'étude et d'expertise sur les risques, l'environnement, la mobilité et l'aménagement, in https://outil2amenagement.cerema.fr/IMG/pdf/cerema_note_problematique_action_coeur_de_ville_220618_cle2511bb.pdf.
- Charbonneau, JP. (22 janvier 2018), « Agir dans les villes moyennes » in *Médiapart*, <https://blogs.mediapart.fr/jean-pierre-charbonneau/blog/220118/agir-dans-les-villes-moyennes>.
- Daniau, A. (2017). Gouverner avec le marché : le cas du management commercial de centre-ville. *Revue française de sociologie*, 3(3), 451-474, in <https://doi.org/10.3917/rfs.583.0451>.
- Doe, J. (15 juillet 2019). *Logement, commerce, nouvelles tendances... pour que les centres-villes (re)deviennent des cœurs de vies (2/2)*, Gomet, <https://gomet.net/logement-commerce-nouvelles-tendances-les-centres-villes-redeviennent-coeurs-vies/>.
- Fijalkow, Y., Martin, E. & Calvignac, C. (2017). Le retour des commerces en centre-ville comme stratégie d'aménagement local: Le cas d'Albi. *Espaces et sociétés*, 1(1-2), 109-128, <https://doi.org/10.3917/esp.168.0109>.

- Interview réalisée par *radio immo* lors de la rencontre des entrepreneurs de France, organisée par le MEDEF le 28 Aout 2019, 10:06, <https://radio.immo/video/213334-Bruno-ARCADIPANE-ACTION-LOGEMENT>.
- La ville de Metz présente son plan pour redynamiser le centre-ville. (2021). *Natacha Kadur*. Published in <https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/la-ville-de-metz-presente-son-plan-pour-redynamiser-le-centre-ville-1618574230>
- Languillon, R. (2021). « Renaissance des centres et retour de l'économie en ville : la fin de l'urbanisme fordiste ? » *La Fabrique de la Cité*, <https://www.lafabriquedelacite.com/publications/renaissance-des-centres-et-retour-de-leconomie-en-ville-la-fin-de-lurbanisme-fordiste/>
- Ministère de l'économie et des finances. (2020, juin). *LA VACANCE DE LOCAUX COMMERCIAUX DANS LES VILLES MOYENNES FRANÇAISES La définir, la mesurer, la qualifier pour mieux la combattre* (JUIN 2020). AID, https://agence-cohesion-territoires.gouv.fr/sites/default/files/2020-10/2020-07_DGECGET_Vacance_Autodiag%20V5.pdf
- Muller, S. (2015). Patrimoine et revitalisation des centres anciens : le modèle français confronté aux villes du Sud, in *Techniques Financières et Développement*, 1(1), 21-34. <https://doi.org/10.3917/tfd.118.0021>
- Piron, M. (2017). Urbanisme commercial : il est urgent d'agir. *Constructif*, 3(3), 52-54. <https://doi.org/10.3917/const.048.0052>
- Rapport CODAT (2019), *Taux de vacance du centre-ville en France, période 2014-2018* <https://www.codata.eu/sites/default/files/codata-focus-vacance-france.pdf>
- RAZEMON O, (5 mars 2019), « Les villes moyennes vont toujours plus mal » in *Le Monde*.
- Razemon, O. (2017). Les villes moyennes, « zones en perdition » ? *Constructif*, 3(3), 15-18. <https://doi.org/10.3917/const.048.0015>
- *Revitalisation des centres-bourgs*. (2021, 10 mai). Ministère de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales, <https://www.cohesion-territoires.gouv.fr/revitalisation-des-centres-bourgs>
- Secrétaire d'État chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire, 2015, *Rapport revitalisation des centres villes* <https://www.economie.gouv.fr/files/files/PDF/RapportRevitalisationcentresvillesGraphiques.PDF>
- Service de la connaissance et de la prospective Département aménagement durable et dynamiques territoriales. (2018, novembre). *Vacance commerciale : Définitions, mesures et constats* http://www.driea.ile-de-france.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/2018_csalag_ficherepere_vacancecom_v6.pdf
- Tissot, S. (2012). Les centres-villes : modèles, luttes et pratiques. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 5(5), 4-11. <https://doi.org/10.3917/ars.195.0004>
- W, A. (2018). Le Sénat adopte son Pacte national pour revitaliser 700 centres-villes. *Maire info*, <https://www.maire-info.com/amenagement/le-senat-adopte-son-pacte-national-pour-revitaliser-700-centres-villes-article-22008>