

COMPTE RENDU SOMMAIRE DU D-B ARIB-UWA / FUP SUR LES COMMERCES EN CENTRE-VILLE EN WALLONIE DU 28 JUIN 2023 A MONS

Exposé de M.Calonger sur la situation actuelle

Le principal problème est l'endettement accentué par le Covid. Certains commerces sont toutefois moins affectés : l'alimentation spécialisée et les articles de maison.

Mais l'important est que le recul du commerce en général, suite à l'e-commerce et à la chute de chalandise, fort accentués par le confinement et à la diminution du pouvoir d'achat suite à la Guerre en Ukraine et à l'inflation, fait que les grands groupes se désengagent de la distribution et réinvestissent plutôt dans l'immobilier. C'est, dès lors, un élément favorable pour rebooster les commerces indépendants en centre-ville et il constate en effet un certain retour.

Toutefois il est catégorique : les consommateurs ont pris d'autres habitudes et seuls les commerçants qui s'adaptent à l'e-commerce, c'est-à-dire qui ont un site web, s'y mettent en scène et créent de nouvelles relations, beaucoup plus larges que vs leurs habitués auparavant et avec lesquelles ils échangent à l'instar d'un réseau social (avec des jeux-concours etc.), s'en sortiront. Il cite de nombreux exemples de réussite et, inversement, de fermetures pour ceux qui restent dans le schéma traditionnel de vente.

Synthèse : contrairement à ce que l'on peut ressentir, le commerce en centre-ville, outre celui de proximité, n'est pas condamné mais doit donc radicalement s'adapter/s'informatiser dans son approche de la clientèle.

Exposé de Mme Lhote sur la politique de la Wallonie

Le nouveau SDT a 2 priorités : le Stop béton et le commerce. Le Stop béton implique que 75% du développement résidentiel devra se faire dans les centres urbains et qu'ailleurs, il faudra déterminer au-moins 1 point de « centralité » par commune. L'augmentation des habitants va donc renforcer le besoin en commerces de proximité. Ces centralités affinées devront l'être dans les nouveaux SDC.

Autre élément important et soulignant le lien entre commerce et développement territorial dans la stratégie régionale : désormais une implantation commerciale sera soumise à permis d'urbanisme et les communes seront seules compétentes > 2.500 m² ; et, d'autre part, ce sont aussi les communes qui devront valider/affiner les « centralités » déterminées provisoirement (et trop largement) dans le SDT.

Synthèse : la centralité revient au cœur du projet wallon et renforcera au-moins le commerce de proximité.

Exposé de M.Martin, Bourgmestre de Mons

La Ville a une politique très pro-active, et depuis plusieurs années, en termes de commerce pour le centre-ville. Cette politique se base sur des effets dissuasifs et incitatifs.

En termes dissuasifs, elle lève une taxe sur le parking dans les centres commerciaux périphériques.

En terme incitatifs elle mène une politique pro-active de recherche d'investisseurs en visant 2 cibles : les locomotives qui amènent du flux (comme Primark à qui il est imposé en outre de réaliser du parking) et les commerces qualitatifs.

D'autre part elle a mis en place plusieurs outils :

- Un « Fonds d'impulsion » visant à accompagner un nouveau commerce en versant une prime d'installation de 10.000 € et une aide pour le loyer qui peut atteindre jusqu'à 30.000 € la première année ; ce fond exclut l'Horeca, dès lors que c'est le seul secteur qui se développe spontanément et sans trop de problème en centre-ville. Les résultats sont positifs : + / - 80% des commerces qui ont été aidés subsistent toujours
- Une « maternité commerciale » main dans la main avec le privé : des cellules commerciales sont créées et cédées à 25% du prix du marché par un apport de la Ville tandis qu'un programme de logement concomitant permet à l'investisseur privé d'équilibrer son opération ; c'est une opération win/win car cela permet aussi de repeupler le centre et de renforcer le commerce de proximité ; 13 maternités ont ainsi été créées à ce jour
- Des projets « clés-sur-porte » : la Ville achète des bâtiments et les met à disposition via un bail emphytéotique : 3 millions d'€ y ont été consacrés
- Un démarchage pro-actif pour renouveler les propriétaires et donc les habitudes : 60 à 65% sont des propriétaires récents amenant de nouvelles dynamiques car ils remplacent (cf. exposé de M.alonger) certains grands investisseurs, aux prétentions exagérées en matière de loyer
- Une politique de densification : refus de division de logements pour placer des kots
- Un effort d'animation sur l'axe de la Gare : la Ville loue des bâtiments et y installe des artistes
- Une politique d'événements pour attirer les gens en centre-ville

Tout cela a des résultats : il y a 9.500 m² en plus occupés dans l'intramuros ces dernières années et 7.500 m² en projet.

Exposé de M.Pourtois, Echevin de l'Urbanisme

M.Pourtois explique qu'il applique et perpétue la politique décrite supra, mise en place par le Bourgmestre quand ce dernier était échevin de l'Urbanisme et rajoute les points suivants :

- Il y a aussi une « Cellule des Investisseurs » qui se réunit une fois par mois et qui comprend les investisseurs existants, les investisseurs qui ont pris spontanément contact, les investisseurs proactivement démarchés par la Ville , le Fonctionnaire-Délégué, le Fonctionnaire Technique, et la Ville dans ses départements intéressés (Développement économique, Urbanisme) ; cette cellule a des effets très positifs car prenant les questions en amont et aura encore davantage d'intérêt dès lors que c'est le Fonctionnaire-Délégué qui va désormais traiter les permis (de > 2.500 m²) pour l'autorisation de commerces
- L'investissement dans l'espace public est un important levier d'attractivité : 70 Millions d'€ ont été injectés pour le centre-ville dans cet objectif
- Des mesures commerciales sont prises comme 2h de parking gratuit dans les parkings du centre-ville
- Il est préoccupé par un effet potentiellement pervers du nouveau SDT : dès lors que la centralité va être clairement favorisée, il y a risque de spéculation foncière ; or le loyer trop élevé est un des principaux problèmes pour le commerce indépendant

Témoignages de commerçants à l'adresse de M.Pourtois (le Bourgmestre ayant dû quitter le débat)

- Un commerçant du centre-ville explique qu'il doit fermer à son grand dépit ; les effets cumulés du trou de clientèle pendant le confinement, de moindre pouvoir d'achat suite à l'inflation alors qu'il est dans une niche de produit plus cher et l'explosion du coût de l'énergie ont mangé sa trésorerie. Il lui est répondu qu'il y a des bons et se mauvais commerces et que donc, le sien ne correspond sans doute plus à une demande

- Un commerçant explique qu'il a repris un commerce en grande difficulté notamment parce que son emplacement n'était pas bon ; grâce à l'un des outils de la Ville développé supra, il a pu déménager dans un endroit plus passant et son commerce s'est redressé. La politique de la Ville s'est donc révélée pertinente.
- Un commerçant explique que cela ne va pas trop bien mais qu'il n'a pas les capacités, ni peut-être l'envie, de s'adapter à l'e-commerce tel que préconisé par M.Calonger.
- Le manager du centre commercial des Grands Prés explique que cela va bien (toutes les cellules sont occupées) après une très mauvaise année 2020 (confinement) et que le CA est revenu au niveau de 2019 soit +/- 200 millions d'€ ; pour relancer le centre ils ont démarché pour augmenter la clientèle française (+4%) , créé des synergies (mutualisation de parking etc.) avec des locomotives comme Ikea, qui ne font pas partie du centre commercial, et développé l'Horeca.

Aux questions de l'animateur concernant le rapport entre commerces du Centre-Ville et centre des Grands Prés (délocalisation des commerces et de l'Horeca) il répond :

- Que, chose rare, lorsqu'un commerçant s'y installe, il doit signer une clause de non-fermeture dans un certain délai d'un autre magasin qu'il aurait dans un certain rayon, qui englobe le centre-ville
- Que les clientèles sont différentes, y compris pour l'Horeca (confort pendant les courses) et que celui-ci ne concurrence donc pas celui du centre, par ailleurs alimenté par une politique très active d'animation et les nombreux étudiants

L'animateur remercie pour les échanges passionnants et qui, en ce qui le concerne du-moins, remettent en cause certains a priori, comme le déclin inévitable du commerce en centre-ville.

D'autre part, il retient que, pour survivre, les commerçants indépendants doivent donc passer impérativement à un business model impliquant la possibilité de visite physique plaisir (« fun shopping ») et le réseau social pour élargir la clientèle et s'adapter aux nouveaux comportements d'achats et de relations avec celle-ci ; au vu des problèmes d'adaptation ou d'hésitations quant au bien-fondé de cette approche exprimés par des commerçants à cet égard, il suggère à la Ville de créer, à l'instar de sa « Cellule des Investisseurs » , une « Cellule des Commerçants » pour y mutualiser la fabrication et la gestion de leurs sites web par des professionnels , avec une aide financière pour les lancer .