Commune et commerce : enjeux et leviers d'action

ALAIN DEPRET *SECRÉTAIRE DE RÉDACTION*

Le mandataire local se doit d'être un véritable porteur de projet de développement pour sa commune. L'activité commerciale occupe une position centrale dans ce processus de développement. Elle est à la fois source d'emplois et de revenus, vecteur de lien social et outil de revitalisation urbaine. La tâche n'est toutefois pas aisée, tant il est vrai que les acteurs du secteur sont multiples et répondent à des logiques propres qu'il est parfois difficile de concilier. S'ajoute à cela l'enchevêtrement des territoires d'action de ces acteurs, depuis le niveau mondial jusqu'aux logiques locales.

COMMENT DÈS LORS ASSURER la cohérence du développement commercial sur son territoire en tenant compte des contraintes et opportunités financières et d'accessibilité, en matière de diversification de l'offre commerciale et, bien entendu, de finances communales ? En juin dernier à Trazegnies, l'Union des Villes et Communes invitait une fois de plus les mandataires locaux aux tables des Midis de la gouvernance. Cette fois, avec la participation de la fédération du commerce et des services – Comeos, pour un moment privilégié d'échanges et de débat autour de ces questions.

Lors de ce Midi de la gouvernance consacré au commerce, c'est Louise-Marie Bataille, Secrétaire générale de l'UVCW,

qui a accueilli les participants par quelques mots avant de donner la parole à Gérard de Laminne de Bex, Secrétaire général de Comeos. Pour rappel, Comeos est le porte-parole du commerce et des services en Belgique. Ses membres sont actifs au sein de dix-huit secteurs et vendent leurs produits et services aux entreprises ou directement aux consommateurs. Ensemble, leurs secteurs représentent 11,2 pour cent du PIB et occupent quelque 400 000 personnes, ce qui fait du commerce le plus grand employeur du secteur privé. Comeos fournit des services sur mesure à ses membres et souhaite, en tant que plateforme de réseautage, soutenir la dynamique du commerce.

« *L'année 2011 fut morose et 2012 ne s'annonce pas sous de bons auspices* », a démarré Gérard de Laminne de Bex. « *Mais malgré les faillites, il y a une petite augmentation de l'emploi. Cependant, de nouvelles contraintes s'annoncent pour le futur commercial : une grande volatilité des matières premières, des coûts de production plus élevés et une nette reprise de l'inflation* ». Et le Secrétaire général de Comeos d'évoquer ensuite les implantations commerciales : « *nous attendons, en Wallonie, une approche pragmatique tenant compte de la réalité et de la diversité du commerce. La politique wallonne doit donc être orientée consommateur, flexible et équilibrée. Elle ne doit pas chercher à diriger l'offre* ».

> Le commerce tiendra ses promesses où il pourra rencontrer des citoyens
>
> Jean-Luc Calonger, AMCV

« *Elle doit au contraire renforcer la complémentarité entre le centre et la périphérie, ainsi qu'entre les diverses fonctions de la ville et viser un renforcement des centres-villes en stimulant leur accessibilité, leur attractivité et les possibilités de stationnement. Cela passe notamment par la mobilité* », a-t-il ajouté avant de présenter un projet flamand, nommé Piek, qui vise à aprovisionner des magasins en ville tôt et tard dans la journée au moyen de camions silencieux. Et ce, afin de réduire le nombre de camions dans les embouteillages, réduire la pollution de l'air et la pollution sonore, diminuer le risque d'accident et réduire le stress des chauffeurs lors des livraisons en journée. Un projet qui aurait d'ores et déjà été présenté à l'administration wallonne.

Gérard de Laminne de Bex a ensuite clôturé son intervention en évoquant la fiscalité locale : « *Les règlements-taxes sont différents d'une commune à l'autre en Région wallonne. Pour un commerce organisé, cela se traduit par une déclaration par taxe et par commune et différentes procédures et délais de paiement. Comeos plaide donc pour une harmonisation des principaux règlements-taxes par la rédaction de modèles. Une harmonisation offrirait en effet plus de transparence, de sécurité juridique et d'efficacité tant pour les communes que pour les redevables. Pour nous, la publication des règlements-taxes par affichage est aussi une pratique moyenâgeuse* ».

Venait ensuite Jean-Luc Calonger, Président de l'AMCV, l'Association de management des centres-villes créée en 1997 pour refaire des villes des centres de vie. Cette asbl est notamment l'initiatrice du concept de Gestion Centre-Ville en Belgique. Depuis 2008, elle développe des méthodes de place making et place management et a créé le concept d'Urban Lifestyle Point, une façon d'appliquer au centre-ville quelques recettes éprouvées de gestion privée des grands centres commerciaux. L'AMCV regroupe tant des acteurs privés que publics, des associations locales de gestion centre-ville et des villes désireuses d'assurer un développement harmonieux des centres-villes. Elle met à disposition de ses membres des outils et méthodes de travail pour faciliter la gestion et le développement du centre-ville.

Pour Jean-Luc Calonger, la question est posée : quelle cohérence doit guider le développement commercial des communes ? « *On peut appréhender le domaine du commerce de plusieurs façons : en tant que commerçant ou en tant qu'élu, mais aussi par une vision immobilière.*

Quand vous avez affaire aux acteurs du commerce, ce ne sont jamais les commerçants qui sont les leviers de financement. Ce sont les promoteurs immobiliers, qui auront leur propre logique de création de pôles commerciaux. Pour eux, ce qui compte c'est la somme totale des loyers et la durée des baux dans les centres commerciaux. Il n'y a là aucune logique de développement. Si les taux d'intérêt augmentent, les projets commerciaux disparaissent car les promoteurs n'y investissent plus ». Et le Président de l'AMCV de démontrer sa thèse force chiffres et pourcentages.

Face à cette réalité, les communes doivent donc faire des choix dans le cadre d'un

développement économique local adéquat. Jean-Luc Calonger conclut son intervention en évoquant un schéma de développement commercial plus axé sur le centre-ville : « *je voudrais vous parler de la mise en place d'espaces de convivialité dans la ville. On recrée ainsi des espaces où les gens vivent et où le commerce fonctionne parce que les citoyens fréquentent cet espace. Ce n'est donc pas le commerce qui attire les gens, ce sont les gens qui attirent le commerce. Il ne faut pas se leurrer : le commerce tiendra ses promesses où il pourra rencontrer des citoyens, le seul endroit où il aura des chances de survie* ».

Une question fuse alors dans le public : quand la commune est propriétaire d'un terrain et qu'elle veut le céder à un promoteur, doit-elle le vendre ou le louer ? « *Le promoteur va vous demander de l'acheter, ou en tout cas d'avoir une option dessus, c'est certain* », répond Jean-Luc Calonger. « *Je conseille vivement de rester propriétaire et de ne jamais donner la main complètement à un promoteur sur un espace. Sinon, vous perdez toute initiative. Les promoteurs ont vraiment une logique qui est la leur, et qui n'est absolument pas celle des pouvoirs publics* ».

La conclusion des débats était enfin donnée à Charles Gourdin, Echevin à Nivelles, pour une bonne pratique nivelloise de développement commercial. « *Ainsi, à Nivelles, en 1975* », a expliqué l'Échevin, « *la construction d'un centre commercial vient quelque peu perturber le commerce local. L'arrivée de ce shopping a créé un nouveau pôle commercial et une concurrence avec le centre-ville. Fin des années 90, le propriétaire du shopping introduit une demande d'extension face au mécontentement d'un groupement de citoyens qui annule le permis octroyé par la ville* ».

« *L'offre commerciale de Nivelles se répartit aujourd'hui en quatre nodules principaux, dont le centre-ville et le shopping center. L'extension du commerce sur la commune aura finalement un impact positif* », explique Charles Gourdin. « *12.000 m² de surfaces commerciales en plus et 1 700 000 visiteurs annuels en plus, sans compter les 200 nouveaux emplois. Son impact négatif sera une certaine concurrence pour le commerce du centre-ville, des problèmes de mobilité en plus, une augmentation des problèmes et des risques en terme de sécurité et la concentration à un même endroit d'un attrait commercial* ».

Pour Nivelles, la solution se trouvera dans un schéma de structure commercial local, selon l'Échevin : « *Depuis, une association des commerçants forte s'est créée via un contrat de gestion. Notre but était d'unifier l'ensemble du commerce local pour mieux communiquer, d'améliorer l'animation commerciale du centre-ville et d'augmenter les budgets de l'association des commerçants. Cela nous a permis de rénover le centre-ville et de le professionnaliser* ».