



PARCOURS FRANCE
magazine mai 2016

DOSSIER DU MOIS

LA REVANCHE des centres-villes ?

ZOOM SUR

**BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ,
HIGH TECH ET BIEN VIVRE**





BESANÇON, LA PLUS BUSINESS FRIENDLY* !

Palmarès 2016 réalisé par

l'express
L'ENTREPRISE

Besançon arrive en tête, dans sa catégorie (100 000 à 200 000 habitants) pour la qualité de son niveau d'éducation et la valeur de son écosystème d'affaires.

Il est vrai qu'avec son dispositif de transport multimodal (TGV, autoroute, tramway...), son offre de formation incluant l'Ecole Nationale Supérieure de Mécanique et des Microtechniques (ENSM), la présence de laboratoires privés et publics (dont l'institut FEMTO-ST), et une offre d'accueil à la pointe de la technologie pour les nouvelles entreprises, Besançon se taille une réputation solide dans des domaines tels que la santé, les microtechniques, le luxe ou encore l'aéronautique/espace...

**Besançon
la meilleure ville
pour créer
son entreprise !**

Tout savoir pour vivre
et créer à Besançon :
www.investinbesancon.fr

Grand
Besançon

Ville de
Besançon

*accueillante pour les affaires

LA REVANCHE DES CENTRES-VILLES ?

Selon l'observatoire Procos, la vacance commerciale en centre-ville a encore progressé en 2014, pour atteindre en moyenne 8,5 % du parc inoccupé, contre 7,8 % en 2013 et 7,2 % en 2012. Cette désertification affecte en premier lieu les petites villes, avec un taux de vacance de 9,3 % pour les agglomérations de moins de 50 000 habitants et de 10,2 % pour celles comptant 50 000 à 100 000 habitants. Étalement urbain, aspiration exercée par les centres commerciaux périphériques, encombrement automobile... Les facteurs de déclin du centre-ville sont connus, mais loin d'être irréversibles. Des communes le prouvent en déployant des moyens efficaces et/ou novateurs pour redynamiser leur centre-ville. Elles doivent faire face à des complexes commerciaux de plus en plus imaginatifs et cannibales, qui se conçoivent comme des villes dans la ville. Petit commerce du centre contre grande surface de périphérie : Parcours France analyse les forces en présence.




**DOSSIER
DU MOIS**

LA REVANCHE DES CENTRES-VILLES ?

VERS DES MÉGALOPOLES MARCHANDES ?

¶ Focus sur les nouveaux centres commerciaux en gestation : encore plus grands et plus éclectiques, ils débarqueront bientôt en régions !

Les promoteurs ont annoncé 17 grands projets de nouveaux centres commerciaux, entre 2017 et 2020, pour une surface totale de 940 000 m². Aubagne, Strasbourg, Sainte Geneviève des Bois, Chartres, Gonesse... Parcours France fait le point sur 5 de ces mastodontes du futur.

« RETAILTAINMENT » À AUBAGNE

Piloté par le groupe Auchan, le projet Alpha 2017 s'institue en véritable pôle urbain, fondé sur le concept de « retailtainment », associant commerce et loisirs. Non loin d'Aubagne, dans les Bouches-du-Rhône, il intégrera des logements HQE (haute qualité énergétique), des bureaux, des hôtels et des restaurants, un espace commercial de 75 000 m², comprenant un hypermarché de 16 000 m² et 160 commerces répartis sur 2 niveaux, ainsi qu'un pôle loisirs de 25 000 m², organisé en 3 places : Recreation Square (terrains de jeux et de sport), Creation Square (art de vivre en Provence) et Sensation Square (repos et loisirs). « L'expérience d'un circuit shopping incomparable couplé à des loisirs innovants, le tout à ciel ouvert », promet Immochan, promoteur du projet. Implanté entre Marseille, Aix-en-Provence et Toulon, le méga-pôle entend drainer largement au sein d'une zone de chalandise estimée à 1,7 millions de consommateurs, sans oublier le flux de 9 millions de touristes croisant chaque année dans cette partie de la Provence. Ouverture prévue en 2019.

« GREEN COMMERCE » À SAINTE-GENEVIÈVE-DES-BOIS

À Sainte Geneviève des Bois, en Essonne, la Compagnie de Phalsbourg veut créer un nouveau modèle commercial. Le complexe en projet, baptisé Central Parc Valvert,

s'organise autour d'un espace vert de 6 hectares avec un lac, une grande pelouse, deux bois, un musée en plein air, un parcours de

Les promoteurs ont annoncé 17 grands projets de nouveaux centres commerciaux, entre 2017 et 2020, pour une surface totale de 940 000 m².

la forme, une école et des espaces ludiques signés Philippe Starck. Les espaces commerciaux seront disposés autour du parc, et incluront notamment des magasins de sport, d'équipement de la personne et de la maison. Dans le parc s'érigera une « Fashion Avenue » dédiée à des magasins de mode et de décoration. Un « Pop-Up Village » proposera aux enseignes des espaces pour tester des produits ou créer de lieux de commerce éphémères. Central Parc Valvert vise le niveau « très performant » dans chacune des cibles de certification HQE® Conception et HQE® Exploitation. Le complexe s'étendra sur 158 000 m² et comprendra un parking de plus de 3 700 places. Le lancement est prévu en 2017.

HYPER-RÉNOVATION À STRASBOURG

La Communauté d'agglomération de Strasbourg a confié au groupe Frey le plus vaste réaménagement commercial périphérique jamais lancé en France. L'opérateur est chargé de la restructuration du pôle commercial le plus important de la région, situé au nord de l'agglomération strasbourgeoise sur les communes de Vendenheim, Lampertheim et Mundolsheim. Ce pôle s'étend sur 150 hectares et affiche plus de 165.000 m² de surfaces commerciales, dont le premier hypermarché Cora de France. La zone commerciale sera entièrement repensée autour d'un espace vert et naturel, desservi par des modes de transport durables. Dans un souci de mixité, le projet prévoit la création de bureaux et d'habitations. L'ensemble représente un investissement




DOSSIER
DU MOIS

LA REVANCHE DES CENTRES-VILLES ?

global d'environ 215 millions d'euros, dont 65 millions d'euros affectés aux équipements publics. « Les zones commerciales des années 80-90 sont aujourd'hui rattrapées par la ville et l'acte d'achat y a souvent été complètement déshumanisé. La requalification et le réaménagement urbain de ces pôles économiques d'entrée de villes sont devenus des évidences afin de les adapter aux modes de consommation modernes. Ces réflexions, menées en concertation avec les collectivités locales, sont de plus en plus nombreuses en France et visent à donner un nouvel élan et inscrire le succès commercial de ces sites dans la durée », souligne le groupe Frey. Engagés en 2016, les travaux devraient s'achever en 2018.

ODYSSÉE COMMERCIALE À CHARTRES

Dans le cadre de la ré-urbanisation de son Plateau Nord-Est, la ville de Chartres a sélectionné Altarea Cogedim pour la réalisation de l'Illiad, un nouvel espace commercial de 130 000 m², articulé autour de 4 pôles : un pôle de commerce avec un hypermarché de 20 000 m², un pôle grandes surfaces spécialisées et de moyennes surfaces extérieures ; un pôle de loisirs et restauration autour de plans d'eau ; un parking de 3 000 places gratuites. Au total, l'Illiad accueillera 120 enseignes, pour un investissement de 250 millions d'euros. Ouverture en 2018.

Centre-Ville en Mouvement a créé un véritable réseau d'échanges et de réflexion réunissant élus et managers commerce / centre-ville, pour notamment aider les collectivités à recruter et développer le management de centre-ville, dans toutes ses dimensions.

LES CŒURS-URBAINS CONTRE-ATTAQUENT

¶ Pierre Creuzet, directeur général de l'association Centre-Ville en Mouvement, nous explique les stratégies, les plans d'action et les innovations qui président au renouveau des centres-villes.


INTERVIEW
PIERRE
CREUZET

directeur général
de l'association
Centre-Ville
en Mouvement

Quel est le rôle de Centre-ville en Mouvement ?

Pierre Creuzet : Centre-ville en Mouvement, c'est une association d'élus parlementaires qui existe déjà depuis dix ans. L'objectif de l'association est de conduire une réflexion sur le centre-ville et les possibilités de le réinventer. Un sujet éminemment politique, qui réclame un investissement maximal des élus. Parmi les élus membres de l'association, il y a Bernadette LACLAIS, Députée de Savoie, qui préside l'association. Philippe LAURENT, le Maire de Sceaux, qui représente les maires au niveau des bureaux. Nous avons aussi Bernard REYNES, Député-maire de Châteaurenard, qui représente les parlementaires. Nous pouvons également compter sur les collèges de chambres consulaires. Nous ne laissons rien passer pour le bien-être des centres-villes. Nous faisons beaucoup de pédagogie pour expliquer ce qui se passe aujourd'hui. Notre association répond à la nécessité de




DOSSIER
DU MOIS

LA REVANCHE DES CENTRES-VILLES ?

travailler ensemble, et notamment de fédérer les associations de commerçants. Pour qu'un centre-ville fonctionne, il faut une véritable volonté politique. C'est l'esprit de Centre-ville en Mouvement.

Nous animons aussi la Délégation Nationale du management de centre-ville. Dans les communes se développe un nouveau métier, celui de manager de commerce en centre-ville, spécifiquement chargé de construire des solutions pour redynamiser et réinventer le centre, depuis l'organisation du transport et du stationnement jusqu'à la gestion baux commerciaux en passant par la relation avec les chaînes de franchise. Centre-Ville en Mouvement a créé un véritable réseau d'échanges et de réflexion réunissant élus et managers commerce / centre-ville, pour notamment aider les collectivités à recruter et développer le management de centre-ville, dans toutes ses dimensions.

Nous nous appuyons également sur des réseaux de collectivités pour organiser des salons, des rencontres, des échanges de bonnes pratiques consacrés au développement des cœurs de ville, réaliser et mettre à disposition des outils d'étude, de partage et de réflexion. Nous avons, entre autres, développé trois observatoires nationaux : le premier porte sur le Commerce et l'Artisanat, le second sur l'Environnement et la Vie Urbaine et le dernier sur la Mobilité et l'Énergie. Nous voulons rendre le cœur de ville plus convivial avec un centre-ville plus connecté.

Nous organisons enfin, chaque année, les Assises nationales du centre-ville, qui rassemblent plus d'un millier de personnes. Lors de la prochaine édition, qui se tiendra à Rennes les 9 et 10 juin 2016, nous lancerons le Centre-Ville Dating, une première en Europe, permettant une rencontre directe entre enseignes nationales et élus locaux. En parallèle aux Assises, nous organisons le salon Centre-VilleExpo, où les élus peuvent découvrir les innovations, les nouvelles solutions expérimentées en centre-ville.

Bref, le centre-ville bouge, invente, se diversifie. Et notre association accompagne ce mouvement.

Où en sont les centres-villes : majoritairement confrontés à la désertification ou en plein renouveau ?

Ils sont en pleine révolution. Il y a eu la grande distribution en périphérie des villes, les galeries marchandes... Aujourd'hui, ces grands centres commerciaux sont en perte de vitesse. Nous sommes en pleine mutation et je suis certain que les centres-villes vont regagner beaucoup de terrain. On voit, par exemple, les sites de e-commerce ouvrir des boutiques en centre-ville. Il faut ramener du pouvoir d'achat dans le cœur des villes. Pendant des années, on a étalé la population en périphérie. On a vendu le fait d'être à l'écart des villes, de disposer de son jardin, de sa piscine, avant de découvrir les contraintes liées au déplacement, au transport scolaire... Et pour la société la perte de surface agricole, les dégâts environnementaux. Tous les 7 ans, la France perd en surface cultivée l'équivalent d'un département, au profit de l'urbanisation.

Le centre ville en mouvement a reçu, en février 2016, la Marianne d'Or du développement durable. Bernadette Laclais, Députée de Savoie, présidente de Centre-Ville en Mouvement, et Pierre Creuzet, directeur général de l'association, ont reçu le trophée au nom de l'association. Le centre ville en mouvement a reçu, en février 2016, la Marianne d'Or du développement durable. Bernadette Laclais, Députée de Savoie, présidente de Centre-Ville en Mouvement, et Pierre Creuzet, directeur général de l'association, ont reçu le trophée au nom de l'association.

Quelles sont les grandes tendances en matière de rénovation et de réinvention des centres-villes ?

Il faut de l'animation, de la culture. Le seul commerce ne suffit pas. Il faut un tout : créer l'identité, la marque de fabrique




DOSSIER
DU MOIS

LA REVANCHE DES CENTRES-VILLES ?

du cœur de ville. Et investir dans les solutions, les technologies commerciales de demain. À Rennes, j'ai vu une start-up qui présentait une vitrine incroyable. Le futur client se place devant une vitrine tactile. Il choisit deux trois articles, par exemple une chemise et une casquette. Et le client se voit dans un miroir, depuis le trottoir, avec la chemise et la casquette. La vitrine lui indique directement si le produit est en stock. C'est extraordinaire. L'avenir passe par le digital.

Maintenant, les consommateurs veulent également voir la production. La boulangerie montre ses ateliers. Les gens veulent voir comment sont fabriqués les produits qu'ils vont acheter. S'ils achètent un sac sur-mesure ou un jeans, ils veulent voir la manière dont il a été composé. Il y a aussi les commerces éphémères, qui durent 3-6-9 mois et s'adaptent à la saisonnalité. Dans cette dynamisation, les élus ont un rôle moteur à jouer. À Niort, par exemple, la Mairie souhaitait implanter des locomotives commerciales dans le cœur de ville. Pour pallier le manque de surface, la Foncière de la Région a racheté neuf cellules commerçantes et les a regroupées. Avant de procéder identiquement pour installer un cinéma en plein cœur de ville.

Pourriez-vous nous donner quelques exemples de villes, de projets particulièrement innovants et efficaces pour la dynamisation du centre ?

Il y a l'exemple de Bayonne. En l'espace de 10 ans, la Ville et la Communauté d'agglomération ont rendu le cœur du Vieux Bayonne entièrement piéton. Elles ont installé l'université en plein centre, dans un site militaire désaffecté. Elles ont déployé un réseau de navettes électriques. Toutes ces initiatives ont ramené les habitants dans le cœur de ville. Bordeaux est aussi un bon exemple, avec l'arrivée du tramway. Cela représente 15 000 habitants en plus dans le centre-ville. Le pouvoir d'achat a augmenté, permettant l'ouverture de nombreux commerces et surfaces

alimentaires. Autre cas d'école : Orléans, qui a spécialisé certaines rues pour y installer des brocanteurs, des marchands de livres... Ou encore la ville de Sceaux, dans les Hauts-de-Seine, qui a gardé son université dans le centre-ville et énormément travaillé sur le digital. Les usagers du transilien peuvent faire leur courses via internet ou une application et récupérer leurs colis dans une consigne à la gare de Sceaux. Un dernier exemple, parmi tant d'autres : Montrouge, où plus de 30 commerces ont été rouverts dans le centre-ville, avec de nouveaux concepts, sous l'impulsion d'une forte volonté politique. La ville a créé une SEM qui rachète systématiquement les rez-de-chaussée d'immeubles pour orienter les types de commerce, fixer des loyers attractifs...

Quels sont, selon vous, les moyens les plus efficaces pour lutter contre l'aspiration exercée par les centres commerciaux périphériques ?

Je crois qu'il ne faut plus opposer la périphérie et le centre-ville. Il faut de toute façon arrêter avec les mastodontes en périphérie. Le consommateur s'y retrouve mais il vaut mieux aujourd'hui investir dans le centre-ville. C'est une autre façon de commercer. Les « malls » commerciaux, dotés d'une vision démesurément grande par rapport au lieu d'implantation, sont pour beaucoup en difficulté. Même aux États-Unis, il y a des fermetures. Les maires sont confrontés à une demande forte des habitants pour un centre-ville convivial, animé d'une diversité culturelle, commerciale et artisanale, garant de l'identité de leur ville. Dans les exemples que j'ai cités, tout part d'une compréhension détaillée des phénomènes souvent complexes et multifactoriels qui concourent au dépérissement du centre-ville, avant la mise en place d'une stratégie sur la durée, à tous les niveaux – immobilière, logistique, commerciale... – pour réoccuper et réinventer les locaux vacants.



Centre-ville

DOSSIER
DU MOIS

LA REVANCHE DES CENTRES-VILLES ?

SAINT-AMAND-MONTROND MONTRE L'EXEMPLE

Thierry Vinçon, maire de Saint-Amand-Montrond, dans le Cher, nous explique comment la ville a reconquis et redynamisé son centre. Un exemple qui peut en inspirer d'autres !



INTERVIEW
THIERRY
VINÇON

maire de
Saint-Amand-
Montrond

Quelles étaient, au démarrage de votre mandat, les priorités et les principales problématiques à traiter ?

Thierry Vinçon : Mes priorités allaient tout d'abord au rééquilibrage des finances et à l'aboutissement d'une salle multi-usages, d'un centre balnéoludique et d'un lac à l'entrée de la Ville. Saint-Amand-Montrond avait lancé de nombreux chantiers que mon équipe a achevés.

J'avais aussi l'idée de coordonner les efforts afin de réduire les coûts de fonctionnement et d'augmenter les travaux d'infrastructures.

Quelles sont les actions engagées par Saint-Amand-Montrond pour dynamiser son centre-ville ?

Dans ce domaine, il y a d'abord eu la réfection de plusieurs rues, effort qui se poursuivra jusqu'à la fin du mandat. La politique de soutien aux artisans pour rénover les toitures et les façades a été poursuivie et élargie. Nous avons enfin créé un Office Municipal de Commerce et d'Artisanat, en charge de développer et d'optimiser l'offre commerciale du territoire. Cette structure a notamment permis, en l'espace de deux ans, la réinstallation ou l'ouverture d'une quarantaine de commerces en centre-ville.

Quels sont les projets encore à réaliser ?

Outre la réfection complète des voiries, nous avons en projet la création d'un

Conservatoire des Arts et de la Musique, qui rassemblera les deux écoles municipales de musique et d'art, soit plus de 600 élèves. Après la rénovation de l'église, nous engagerons celle d'un ancien hospice, situé à côté du Pôle Public de Santé. À moyen et long terme, nos efforts et nos investissements seront focalisés sur le bâtiment et les travaux publics, avec un objectif de soutien à l'économie locale.

Quelles sont les composantes du concept et du projet de Smart City développés par Saint-Amand-Montrond ?

L'objectif est de réduire les consommations de fluides des bâtiments municipaux et sportifs, soit une centaine d'équipements au total. Nous avons doté ces infrastructures de capteurs qui permettent un contrôle très précis de leur performance énergétique et de différents paramètres, comme les déperditions d'eau ou les émissions sonores. Les premiers résultats sont encourageants et nous invitent à poursuivre la démarche, afin de réduire au maximum ce poste budgétaire de fonctionnement. Nous réfléchissons notamment à l'amélioration du dispositif de contrôle des chauffages.

Dans un contexte de désengagement de l'État, comment et où trouver les financements pour un projet urbanistique d'envergure ?

Pour des communes, comme Saint-Amand-Montrond, qui jouent un rôle clé dans l'aménagement du territoire, le désengagement de l'État est une erreur colossale.

La création de l'Office Municipal de Commerce et d'Artisanat a permis, en l'espace de deux ans, la réinstallation ou l'ouverture d'une quarantaine de commerces en centre-ville !

Nous avons perdu un tiers de nos dotations – issues de nos différents impôts, je le rappelle. À Saint-Amand-Montrond, nous




DOSSIER
DU MOIS

LA REVANCHE DES CENTRES-VILLES ?

avons senti le « vent » depuis 2008. Aussi avons-nous anticipé en réduisant considérablement les dépenses de fonctionnement et en basculant tous nos efforts sur l'investissement et le désendettement. C'est possible, nous l'avons fait !

Comment obtenir un rapport équilibré entre centre-ville et périphérie ?

Aujourd'hui, avec l'Office Municipal de Commerce, nous avons concentré tous nos efforts sur le centre-ville, afin d'impulser une nouvelle dynamique. Cela prend du temps, mais déjà des résultats sont visibles. Il faut continuer et ne pas entendre les sirènes des défaitistes. La consommation de centre-ville n'est pas la même que celle en périphérie. Les produits, les services sont différents. C'est pourquoi, aussi, nous apportons un soutien important aux artisans qui s'installent en centre-ville, contribuant à son attractivité et à sa différenciation.

L'équilibre se jouera aussi dans le changement des habitudes de consommation. L'Office de Commerce a développé ou soutenu différents outils pour accélérer et amplifier ce changement, comme le site portail achezasaintamand.fr.

CALAIS REFAIT SON CENTRE COMMERCIAL

¶ Nicole Heux-Fasquel, présidente de la SPL Commerce et Centre Urbain Calais, nous explique comment la ville calaisienne a repris et totalement réinventé un centre commercial en plein centre-ville, Calais Cœur de Vie.

En 2014, la ville de Calais a racheté le centre commercial des 4B pour un euro symbolique. Pourquoi cette opération ?

Nicole Heux-Fasquel : Le centre avait été acheté 36 M€ peu après son ouverture en 2006 par un groupe hollandais. Très vite, les premières enseignes indépendantes ont dû quitter le centre : les loyers étaient trop élevés et ne correspondaient pas aux chiffres d'affaires réalisés, bien que ceux-ci fussent plutôt bons. Puis ce fut le tour des chaînes.

Nombre d'entre elles étant déjà implantées ailleurs dans le Calais, elles ne souhaitent plus conserver une deuxième boutique dans le centre. C'est à partir de 2012 que le propriétaire commence à évoquer l'idée d'une vente, alors que le centre se vide de plus en plus et qu'aucune nouvelle enseigne ne souhaite s'y installer. Face à la difficulté de trouver un repreneur, la ville de Calais a dû se positionner pour éviter de se retrouver avec une énorme friche commerciale en centre-ville.

Quelle est la stratégie communale pour redynamiser ce centre commercial ?

Tout d'abord, nous avons diminué les charges des locataires : redéfinition des besoins, mutualisation et optimisation de certains marchés, négociation avec les services des impôts pour baisser la taxe foncière... Nous avons dans le même temps changé le nom et le logo du centre afin d'affirmer le nouveau départ pris par le centre et dans l'optique de nous forger une nouvelle image positive. Parallèlement, nous avons réfléchi à la manière de ramener du flux. Certes les commerces sont des créateurs de flux, mais dans notre cas, ceux-ci ne sont pas assez importants. Les services nous sont apparus comme l'un des moyens de ramener de la clientèle à Calais Cœur de Vie mais également dans le centre de Calais : les Eaux de Calais y ont ouvert l'unique guichet d'accueil du public de la ville, nous créons une maison médicale... Enfin, nous nous sommes dotés d'un outil pour gérer le centre : la Ville de Calais et la communauté d'agglomération Cap Calais ont créé une SPL (Société Publique Locale). Cela nous permet d'avoir plus de flexibilité mais également d'avoir un champ d'intervention plus large : son but est de redynamiser Calais Cœur de Vie mais également le centre-ville de Calais. Nous pourrions être amenés à investir dans des bâtiments commerciaux laissés à l'abandon, les rénover et les remettre en location au prix du marché. On peut résumer Calais Cœur de Vie à cette




**DOSSIER
DU MOIS**

LA REVANCHE DES CENTRES-VILLES ?

simple analyse : ce n'est pas un centre commercial mais un boulevard couvert.

Quels sont les premiers investissements réalisés, les premières initiatives conduites par la Ville sur Calais Cœur de Vie ?

Très rapidement après la reprise du centre, l'idée d'un pôle médical s'est imposée : premièrement, celle-ci permettra de résoudre le problème d'accessibilité auquel sont confrontés de très nombreux médecins calaisiens. Deuxièmement, en installant ce pôle médical à Calais Cœur de Vie, nous créons du flux dans le centre et maintenons également des médecins en centre-ville, car aujourd'hui de nombreuses maisons médicales se développent en périphérie : c'est indispensable pour l'activité de tout le centre-ville de Calais. Enfin, nous travaillons avec le SYGOS, propriétaire du parking, afin de donner l'habitude aux visiteurs de venir se garer dans celui-ci. Une heure trente de stationnement est aujourd'hui offerte, sans contrepartie d'achat. Cela permet aux clients de Calais Cœur de Vie mais également aux personnes se rendant en centre-ville de stationner facilement et rapidement. Le parking y trouve une nouvelle clientèle et le centre est visité par des clients potentiels.

La ville de Calais innove en implantant des services (eaux, crèche, maison médicale...) au sein de son centre commercial. La ville de Calais innove en implantant des services (eaux, crèche, maison médicale...) au sein de son centre commercial.

Quels sont les premiers résultats obtenus ?

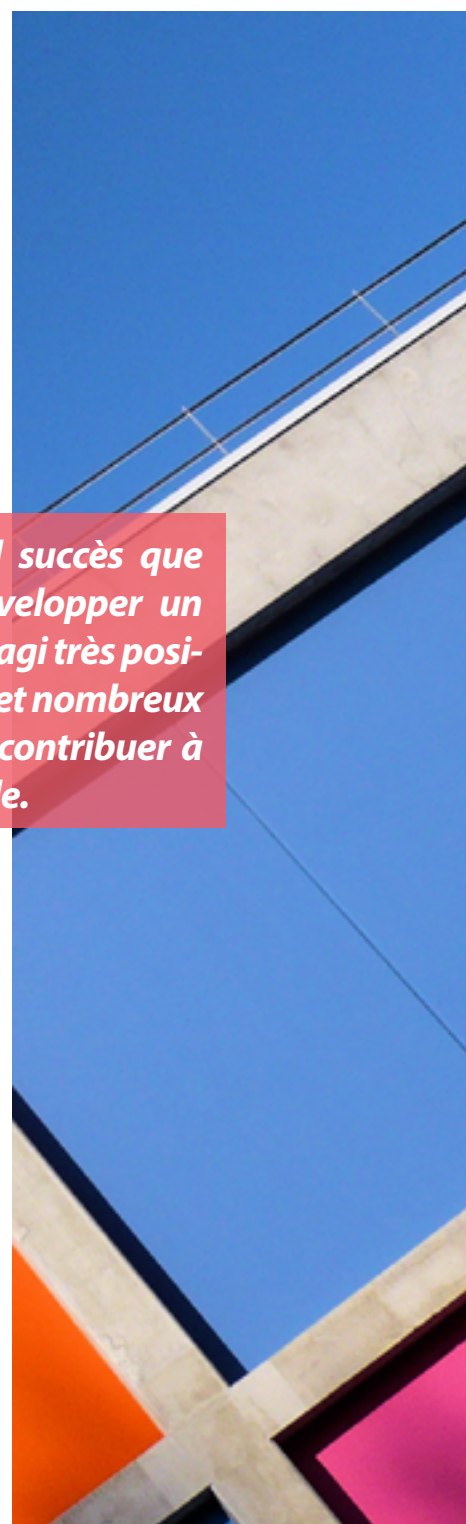
Depuis la reprise du centre en février 2014 par la Ville de Calais puis en juin 2015 par la SPL, 4 enseignes ont quitté le centre : il était déjà trop tard lorsque nous les avons rencontrées pour négocier, les dirigeants avaient déjà validé la fermeture des boutiques. A contrario, 8 boutiques ont vu le jour, dont deux (une librairie et un magasin de bijoux fantaisie) ont été créées par d'anciens salariés de ces enseignes disparues. Aujourd'hui, nous avons de nouveau

4 projets très bien avancés et quelques-uns en début de discussion. Nous avons également repris contact avec certaines chaînes nationales afin de leur expliquer notre démarche. Certaines sont sensibles à notre discours, dont une était présente à Calais Cœur de Vie dès l'ouverture et n'exclut par un retour dans le centre-ville, sous une enseigne et un concept autres. Enfin, le pôle médical est un tel succès que nous envisageons d'en développer un second. Les médecins ont réagi très positivement à notre démarche et nombreux soulignent leur volonté de contribuer à la renaissance du centre-ville.

Le pôle médical est un tel succès que nous envisageons d'en développer un second. Les médecins ont réagi très positivement à notre démarche et nombreux soulignent leur volonté de contribuer à la renaissance du centre-ville.

Qu'apporte l'implantation de services publics au sein du centre commercial ?

Il ne s'agit pas uniquement de services publics mais de services, quels qu'ils soient. Nous avons deux objectifs : le premier, dont nous avons déjà parlé, concerne les flux. Le second objectif, c'est de créer une proximité avec les habitants : si vous voulez maintenir les personnes âgées en centre-ville, à leur domicile, il est indispensable qu'elles puissent être grande partie autonomes; cela passe par le maintien des services et commerces à proximité de leur résidence. Lorsqu'une personne âgée est condamnée à faire tous ses déplacements en voiture, elle n'a plus d'intérêt à rester vivre chez elle. La crèche va permettre à environ 70 familles de fréquenter le centre commercial mais aussi le centre-ville de Calais. Notre démarche s'inscrit dans une réflexion plus générale sur le mode de vie urbain et les




DOSSIER
DU MOIS

LA REVANCHE DES CENTRES-VILLES ?

attentes de la population. L'implantation des zones commerciales en périphérie des villes ne correspond pas aux besoins de tous les types de clientèle.

Cette démarche inspire-t-elle d'autres villes, et s'est-elle inspirée d'autres exemples en France ou en Europe ?

Cette démarche ne s'inspire pas d'autres villes mais plutôt, à une autre échelle, de ces petits villages qui rachètent l'épicerie, qui salarient un médecin et le logent... pour garder de l'activité et accompagner leurs habitants. Par contre, il est vrai, notre démarche a amené d'autres collectivités à se poser des questions sur leur centre-ville : à l'occasion du SIEC 2015, nous avons rencontré la communauté d'agglomération d'une ville du sud-ouest de la France. Les élus se posaient aussi la question du rachat d'un centre-commercial. Coïncidence : le propriétaire est, ou était, le même que celui des 4B.

Quelles sont, selon vous, les conditions d'un bon équilibre entre petits commerces de centre-ville et centre commercial ? Comment la ville de Calais veille-t-elle à cet équilibre ?

Notre propre réflexion nous a tout d'abord amenés à analyser la typologie de la population afin d'être en phase avec la taille de notre agglomération. Ensuite, il ne faut pas envisager les centres-commerciaux comme des concurrents mais plutôt comme des partenaires : nous pourrions être en mesure d'accueillir certaines activités et certains commerces à Calais Cœur de Vie et dans le centre-ville contrairement au grand centre commercial voisin, tout comme certaines enseignes n'ont pas vocation à intégrer le centre-ville de Calais mais à être plutôt en périphérie. Nous sommes en train de trouver le point d'équilibre entre ces offres très différentes et qui trouvent chacune leur clientèle. Enfin, il faut avoir une vision à long terme : comment envisageons-nous le centre-ville de Calais dans 10 ou 20 ans ? Il nous apparaît de plus en plus clairement que le centre commercial Calais Cœur de

vie devra y jouer un rôle moteur. C'est la raison pour laquelle la Ville de Calais a entrepris une telle démarche et déploie des efforts dans ce sens.

CES VILLES QUI RÉINVENTENT LEUR CENTRE

5 villes en pointe dans le combat contre les hypermarchés limitrophes et la dynamisation du centre.

ÉPERNAY PRÉEMPTÉ EN SON CENTRE

Certes, Épernay est relativement protégée de la prolifération des grandes surfaces, en périphérie, par le prix de la terre agricole, en plein cœur du riche vignoble champenois. À un million d'euros l'hectare, même les grandes enseignes y réfléchissent à trois fois avant d'investir dans une nouvelle unité commerciale. Il n'empêche que la ville assume une politique interventionniste afin de contrôler le développement de son pourtour et d'entretenir le dynamisme ainsi que la diversité de son centre, où prospèrent aujourd'hui près de 400 commerces.

Épernay utilise d'abord le pouvoir amplificateur de l'intercommunalité pour veiller à ce que les zones commerciales de Dizy et de Pierry n'hébergent pas d'enseignes par trop concurrentes de ses échoppes du cœur de ville. La ville a ainsi donné son feu vert à l'implantation périphérique de grands magasins spécialisés dans les domaines de la maison, de l'automobile ou encore du sport : autant de catégories qui n'étaient pas représentées dans le centre. Pour le reste, elle met son veto ou n'autorise les ouvertures qu'au compte-goutte, sur des créneaux bien précis. « Nous avons fait en sorte que le commerce de biens aux personnes et le commerce de bouche restent en ville », souligne Franck Leroy, le maire de la ville.

Dans le centre, la commune use largement de son droit de préemption pour garantir la complémentarité des commerces et annihiler les phénomènes de cannibalisme. Par exemple, elle a préempté un




DOSSIER
DU MOIS

LA REVANCHE DES CENTRES-VILLES ?

local vacant, convoité par une banque, alors qu'une autre banque se trouvait à proximité, attendu plusieurs mois et repoussé plusieurs offres avant de céder le bail au type de commerce qui l'intéressait. « Nous avons évité les doublons, et ainsi permis à certains types de commerces de se réinstaller alors que telle ou telle offre avait disparu », explique Franck Leroy. Résultat : Épernay et ses 25 000 habitants comptent un écosystème vivant et varié de boulangeries, boucheries, poissonneries et autres chocolateries, sans oublier de grandes franchises nationales (Monoprix, Carrefour City, Jules, Naf Naf...). La ville montre ainsi qu'il n'y a pas de fatalité à la désertification du centre. Et que la politique, avec ses outils classiques, peut encore beaucoup.

ALENÇON TAXE LES FRICHES COMMERCIALES

Confronté à un taux de vacance important en centre ville, avec environ 10 % des locaux commerciaux laissés vides, la ville d'Alençon a décidé d'employer les grands moyens. En mars 2015, la mairie a instauré une taxe sur les friches commerciales. « Un certain nombre de biens commerciaux sur le territoire de la ville sont, depuis plusieurs années maintenant, en situation de vacance. Afin d'inciter les propriétaires à remettre ces biens sur le marché et de lutter contre le phénomène de la rétention foncière, le code général des impôts offre la possibilité aux collectivités d'instituer une taxe annuelle sur les friches commerciales », précise Emmanuel Darcissac, adjoint à l'économie. La commune est allée jusqu'au maximum autorisé par la loi, en créant une taxe de 20 % la première année – pourcentage du revenu net servant de base à l'imposition foncière – puis de 30 % en 2017 et de 40 % en 2018.

En décembre 2015, Alençon a déployé le deuxième volet de son plan anti-désertification. Le conseil municipal a produit une délibération l'autorisant à préempter les commerces vides en centre-ville et dans certains quartiers. « L'objectif est de

les relouer en baissant les loyers ou de les revendre pour une activité favorisant le développement commercial », explique Emmanuel Darcissac. La ville donne rendez-vous à la fin 2016 pour une première évaluation des résultats obtenus par ces deux outils complémentaires : imposition et préemption des commerces vides.

NANCY EMPLOIE UN MANAGER DE CENTRE-VILLE

Pour doper l'attractivité de son cœur urbain, et mieux contrer celle des grandes surfaces en périphérie, Nancy a recruté, en janvier 2016, un manager de centre-ville. Et misé sur un homme d'expérience : Nicolas Mollet, qui avait auparavant « managé » les centres-villes de Lille, puis de Nouméa et de Montpellier. Ce professionnel est également membre du conseil d'administration du Club des Managers de Centre-ville (CMCV). À Nancy, il a démarré par une phase d'écoute et d'observation : rencontre avec les commerçants, les élus, les associations de consommateurs ; déambulations dans la ville pour prendre son pouls, s'imprégner de l'ambiance, du patrimoine architectural et esquisser de premières pistes. « J'essaie de porter un regard de consommateur. Ce regard est à la fois critique et positif. Je vois la qualité et la richesse du patrimoine, le tissu commercial indépendant est important. Il y a des équipements de premier plan comme le marché

Nous avons évité les doublons, et ainsi permis à certains types de commerces de se réinstaller alors que telle ou telle offre avait disparu ...

central et le centre Saint-Sébastien. Je vois aussi des dysfonctionnements. Avec Mme Petiot (première adjointe à la mairie de Nancy, NDLR), avec les services de la ville, nous allons mettre en place des actions concrètes pour les faire disparaître », explique Nicolas Mollet. À l'issue de cette phase d'audit, en effet, le nouveau manager du




DOSSIER
DU MOIS

LA REVANCHE DES CENTRES-VILLES ?

centre-ville nancéien a présenté, en avril dernier, un plan sur 3 ans, comportant 19 mesures dès cette année et une vingtaine d'autres en 2017 et 2018. Depuis la création de stewards urbains, en charge d'orienter le public en centre-ville, jusqu'au développement de nouveaux services (livraison à domicile, ticket parking...) en passant par l'instauration d'une taxe sur les friches commerciales : le plan ratifie large pour neutraliser l'aspiration des hypermarchés, particulièrement denses dans la périphérie nancéienne, et «rebooster» le cœur de la ville. « L'étude et les propositions de Nicolas Mollet confirment les différentes problématiques que l'on avançait depuis des années. Nous sommes déjà satisfaits de ça », apprécie Sébastien Duchowicz, président des Vitaines de Nancy.

MULHOUSE REVISITE SON CENTRE-VILLE

À rebours de la tendance observée dans la plupart des grandes villes, Mulhouse a significativement réduit, depuis 2011, la vacance commerciale en centre-ville, avec au total 291 ouvertures de commerces contre 152 fermetures. C'est le résultat d'un plan d'investissement de 30 millions d'euros, baptisé Mulhouse Grand Centre, engagé par la ville sur la période 2011-2016. À l'issue d'un audit qui avait révélé, en 2009, le déficit d'attractivité commerciale et immobilière du centre, la mairie a lancé de grands travaux, autour de 5 axes : cadre de vie, commerce, logement, accessibilité, animations. Elle a travaillé avec une agence de conception paysagère et urbaine pour refaire complètement les rues, bâtiments et espaces publics, réinventer les modes de déplacement, autour du tramway et d'une promenade piétonne longue de 3,8 kilomètres. « L'écoute permanente des commerçants a permis d'ajuster le projet en temps réel, et avec le souci du détail, sans s'écarter de ses lignes directrices », indique Frédéric Marquet, le « Mr Commerce » à la mairie de Mulhouse. La démarche a été récompensée, en 2012, par l'obtention d'une Marianne d'or.

NARBONNE RÉALISE L'UNION SACRÉE

En août 2015, Narbonne s'est doté d'un nouvel outil pour développer son centre : l'Office narbonnais du commerce, de l'artisanat et des services, qui fédère l'ensemble des acteurs intervenant dans le déploiement de l'offre commerciale en centre-ville : mairie, chambre de commerce, chambre des métiers et associations de commerçants – représentant près de 200 boutiques et magasins. L'Office est doté de trois grandes fonctions : mutualiser, diffuser les services et outils favorisant le commerce en centre-ville, comme les chèques-cadeaux Fédébon ; proposer un guichet unique aux enseignes et chaînes de franchise susceptibles de s'installer dans le centre narbonnais; enfin réaliser des opérations de promotion et de communication pour le centre-ville et ses commerces de proximité. « Chacun dans leur coin, les petits commerçants n'ont pas les moyens de faire de la publicité à grande échelle : avec l'Office, cela devient possible », souligne Eric Parra, adjoint à la Mairie de Narbonne, délégué aux marchés de plein air, aux Halles et au commerce. En 2016, le tout nouvel Office du commerce projette notamment la création d'un marché de producteurs et d'artisans du pays, ainsi que l'installation de compteurs de flux piétons. Un moyen de cartographier précisément la fréquentation des quartiers, des rues, et ainsi de cibler les zones à revivifier en priorité, comme de mesurer l'efficacité des actions entreprises.



2^e ÉDITION

25 AU 27 MAI 2016

PALAIS DES CONGRÈS

SIPPA

SALON INTERNATIONAL DES
PROFESSIONNELS DES PATRIMOINES
À ARLES

Matière & Immatière

Stands exposants • Conférences & ateliers
Rendez-vous d'affaires • Expositions

WWW.SIPPA.EU

 **pôle**
culture
& patrimoines



ZOOM RÉGION

LA BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ, ENTRE INDUSTRIE ET AGRICULTURE

Loin du mariage forcé ou arrangé conclu dans certaines régions, la Bourgogne et la Franche-Comté ont convolé avec beaucoup d'appétit et de volonté politique, persuadées de leur complémentarité. La Franche-Comté tend à rajeunir le territoire et, par son ouverture vers la Suisse, tire le revenu global à la hausse grâce à l'emploi frontalier. La Bourgogne apporte son ouverture sur la région Île-de-France et le rayonnement du sillon viticole. Première région française pour la part des emplois industriels dans la population active (17,3 %), la Bourgogne-Franche-Comté devra cependant relever de nombreux défis. À commencer par la lutte contre la désindustrialisation et le maintien de ses locomotives (PSA, Areva, Alstom Transport, General Electric...). La nouvelle collectivité se doit aussi de développer l'emploi tertiaire marchand, dont la part dans l'emploi total (3,4 %) est la plus faible parmi les régions françaises.

PONTARLIER COMPTE SUR SES FRONTALIERS

¶ Première étape de notre périple en Bourgogne-Franche Comté : Pontarlier et le phénomène frontalier. Avec une interview de Bertrand Guinchard, vice-président de la communauté de communes du Grand Pontarlier.



INTERVIEW BERTRAND GUINCHARD

vice-président
de la communauté
de communes du
Grand Pontarlier

Combien de frontaliers font chaque jour le voyage entre Pontarlier et la Suisse ?

Bertrand Guinchard : Environ 4500 personnes font chaque jour le trajet entre le bassin de vie de Pontarlier et la Suisse.

Quels sont, en Suisse, les territoires et les secteurs d'activité qui attirent le plus de frontaliers ?

Principalement l'horlogerie, et au delà toute l'industrie, ainsi que l'artisanat, les métiers manuels et le travail du bois, le secteur de la santé.

« Les frontaliers, une chance pour Pontarlier ! »

Quels sont les dispositifs mis en place par la ville et la communauté de communes pour organiser/ accompagner ce flux de frontaliers ?

Le Maire de Pontarlier s'est mis en relation avec toutes les entreprises du territoire pour développer les solutions de transport. La commune et son agglomération se sont mobilisées pour le déploiement de trains, de bus et d'un système de covoiturage. Elles ont créé le « parking des frontaliers », d'où partent quotidiennement plusieurs autocars. L'objectif est de limiter au maximum l'usage de la voiture et de minimiser les embouteillages. Mais tout cela est dépendant des diversités sectorielles et géographiques. Il est possible de mettre en place des autocars pour des entreprises importantes, dont les employés travaillent à peu près aux mêmes horaires et dans les mêmes zones. Ce n'est pas toujours possible. Nous essayons donc d'organiser les flux entre la Suisse et la France. Nous allons bientôt expérimenter les feux intelligents pour diminuer les bouchons. Quant aux autoroutes, leur aménagement relève plus de la préfecture.

Quels sont, pour Pontarlier et son agglomération, les impacts positifs de ce phénomène pendulaire ?

Pour nous, ce phénomène est très positif, avec un impact important sur les zones commerciales. Le centre-ville est plus dynamique, la zone de chalandise se développe fortement. Le pouvoir d'achat est plus élevé que dans d'autres territoires. Les villages alentours en bénéficient. La construction aussi. La hausse de la consommation





**ZOOM
RÉGION**

LA BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ, ENTRE INDUSTRIE ET AGRICULTURE

entraîne celle des investissements et de l'épargne. La santé des entreprises et des commerces est supérieure à la moyenne française. Bref, le mouvement frontalier nous apporte beaucoup.

Y a-t-il des incidences négatives ? Et si oui quelles sont les actions engagées par la ville pour atténuer ou supprimer ces effets ?

Le pouvoir d'aspiration de la Suisse génère, de ce côté-ci de la frontière, une tension sur la main d'œuvre, en particulier la main d'œuvre qualifiée. Nous avons des emplois non pourvus dans les domaines comme la mécanique, la restauration, la soudure... Les entreprises réagissent avec des actions pour rendre les postes plus attractifs. Autre incidence : le prix de l'immobilier a augmenté, et le foncier est aussi en tension.

Je dirais que ces conséquences sont négatives « entre guillemets ». Dans l'ensemble, la balance demeure très positive. Les zones d'activité se développent très rapidement, l'économie et la consommation également.

La différence de salaires avec la Suisse est telle qu'il est difficile de lutter. S'il fallait mener des actions, ce serait peut-être l'exonération des charges en zone frontalière, les entreprises suisses étant moins soumises à l'impôt. Mais ce serait plus un combat à mener au niveau national. Les aides à l'embauche constituent une autre mesure possible, du moins à l'échelle nationale. Les salariés qui ne travaillent plus en suisse touchent des allocations sur la base de leurs salaires suisses et ne sont donc pas tentés par un travail en France, dès lors que le montant est égal ou inférieur à celui de leur chômage. Il faudrait trouver le moyen de rendre les salaires français plus attractifs.

Selon vous, comment devrait évoluer le phénomène frontalier dans les années à venir ?

Nous constatons aujourd'hui un léger fléchissement dans le secteur de l'horlogerie et de la mécanique. Cependant la dynamique actuelle est très porteuse. À la

condition qu'il n'y ait pas trop de mouvements sur le franc suisse, elle devrait encore contribuer significativement, dans les prochaines années, à la vitalité de l'économie pontissalienne.

UN « MAX » DE MICROTECHNIQUES À BESANÇON

¶ Deuxième étape de notre périple en Bourgogne France-Comté : le Grand Besançon et le développement des microtechniques. Avec une interview d'Alain Blessemaille, vice-président au développement économique du Grand Besançon.

Que recouvrent les microtechniques et quelles sont les origines de la performance du Grand Besançon en ce domaine ?

Alain Blessemaille : Les microtechniques sont issues de la tradition horlogère apportée par MEGEVAND à Besançon. Elles couvrent les marchés de haute technologie : aéronautique et aérospatial, défense, luxe (bijouterie, horlogerie), santé, marchés numériques (mobilité, énergie, ...).

Le petit et le précis sont inscrits dans les gènes de l'industrie locale. Les entreprises de l'agglomération se caractérisent par leur capacité à innover. À la petite dimension et à la précision, elles ont ajouté l'intelligence et se positionnent aujourd'hui sur des secteurs à forte valeur ajoutée tels que le biomédical, la sûreté, la défense, la monétique ou l'énergie.

Le petit et le précis sont inscrits dans les gènes de l'industrie locale

Adossés au Pôle de compétitivité des microtechniques, entreprises et centres de recherche travaillent en réseau pour inventer les produits de demain : des implants bio-résorbables aux valves neurologiques intelligentes, des micro-robots aux résonateurs à quartz, considérés comme les plus fiables au monde.





ZOOM RÉGION

LA BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ, ENTRE INDUSTRIE ET AGRICULTURE

Quels sont les principaux équipements et dispositifs déployés par le Grand Besançon pour stimuler et accompagner la filière ?

Nous soutenons le développement des microtechniques au travers de TEMIS Technopole, qui déploie une offre de services riche et variée : Incubateur, pépinière et hôtel d'entreprises, hôtel d'entreprises, immobilier locatif et terrains viabilisés... Plus particulièrement, TEMIS Innovation – Maison des microtechniques (TIMM) met à disposition des entrepreneurs et des chercheurs un vaste panel de service et d'équipements : halle technologique; Service de Valorisation et de Service d'Activités Industrielles et Commerciales de l'Université de Franche-Comté ; Femto-ST, une plateforme technologique européenne; ligne Quartz Tech, unique en France, dédiée à la réalisation de micro-composants en quartz...

Nous avons également créé, au sein de Temis, trois clusters d'excellence pour les microtechniques (santé, aéronautique, luxe), qui réunissent sur un même lieu un écosystème très stimulant, avec entreprises et start-up, laboratoires, pôles de formation, plateformes technologiques, réseau d'experts...

Dans chacun de ces pôles, nous avons déployé le très haut débit pour travailler très vite et à distance.

Que représentent aujourd'hui les microtechniques pour le territoire (emploi, nombre d'entreprises, attractivité...)?

Le territoire comprend 75 hectares d'espaces aménagés immédiatement disponibles pour les entreprises. Il offre à ses 230 000 habitants un vivier de 10 200 entreprises et établissements, avec une part importante dans le domaine médical. Chaque année se créent une vingtaine d'entreprises, dans tous les domaines de la microtechnologie. Les incubateurs sont conçus pour détecter en permanence de nouveaux projets, des idées innovantes, les faire grandir et les transformer en jeunes pousses prometteuses.

Le développement des microtechniques est intégré dans une stratégie européenne, qui organise des coopérations renforcées avec d'autres pôles technologiques – en Allemagne, en Italie et en Suisse notamment. Les projets ont une visibilité internationale, des retombées économiques importantes, qui les rendent attractifs auprès des chercheurs, des étudiants du monde entier.

L'attractivité du Grand Besançon, pour les entrepreneurs, les chercheurs, les étudiants, réside également dans sa qualité de vie, ainsi que dans une offre immobilière à des prix très abordables. Le territoire occupe en Europe une position centrale et offre des connexions directes avec de grandes villes italiennes, suisses, allemandes.

Comment s'organise le transfert et l'essaimage des microtechniques, depuis des industries traditionnelles (horlogerie, bijouterie) jusqu'à des secteurs high-tech (GPS, biomédical...)?

L'évolution est progressive : les entreprises issues d'une longue tradition horlogère ont expérimenté et exporté leur savoir-faire au sein de différents marchés. Par exemple, les savoir-faire horlogers en matière d'extrême précision ont abouti à la réalisation d'oscillateurs ultra-stables (USO), aujourd'hui utilisés par la NASA et plus largement dans tout le secteur aérospatial. En réunissant, au sein de Temis, des écosystèmes denses et variés, nous facilitons les fécondations croisées. Par exemple, entre la microtechnique et la bio-technologie pour concevoir des nano-véhicules conduisant une thérapie jusqu'à sa cible.

Quelles sont les prochaines étapes du développement des microtechniques à Besançon ?

Nous travaillons aujourd'hui sur la labellisation French Tech du Grand Besançon, dans le domaine des microtechniques. Avec trois objectifs : faire reconnaître notre écosystème expert; intégrer le réseau « Objets connectés » (Internet of things) pour mieux diffuser et partager notre savoir-faire ; favoriser les projets communs avec d'autres





ZOOM RÉGION

LA BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ, ENTRE INDUSTRIE ET AGRICULTURE

pôles, comme les French Tech de Lyon ou d'Angers. Nous pourrions d'autant mieux soutenir les start-up du territoire, stimuler leur création, accélérer leur croissance, attirer des investissements publics et privés.

Nous projetons également l'extension du cluster d'excellence dédié au luxe, sur Temis Technopole, avec entre autres de nouveaux investissements dans l'horlogerie et la ferrure.

Enfin nous continuons de renforcer et de développer MICRONORA, le salon international des microtechniques et de la précision, qui se tient tous les deux ans à Besançon et fait aujourd'hui référence. La prochaine édition se déroulera du 27 au 30 septembre 2016. Elle réunira une nouvelle fois l'ensemble de la filière microtechnique autour d'une offre très large, depuis la R&D et la sous-traitance jusqu'aux technologies de production.

Le Pôle des microtechniques en bref

- 406 entreprises
- 12 000 salariés
- 680 chercheurs publics et privés
- 7 entités spécialisées
- 1 100 qualifications par an, du CAP à l'ingénieur

DIJON CONSTRUIT SA CITÉ INTERNATIONALE DE LA GASTRONOMIE ET DU VIN

Troisième étape de notre périple : Dijon et son grand projet de Cité internationale de la gastronomie et du vin.

Un investissement de 200 à 250 millions d'euros, un site de 6,5 hectares, dont 75000 m² de bâti, aux portes du centre-ville, un million de visiteurs attendus chaque année...Dijon a vu grand pour sa Cité internationale de la gastronomie et du vin. Celle-ci s'étendra le long de la rue Monge, requalifiée en espace de promenade, et sur le site de l'ancien hôpital général. Elle se situera ainsi aux portes du centre-ville, et au kilomètre zéro de la route des grands crus de Bourgogne. Elle comprendra un pôle

culture et formation de 5000 m², dédié aux vins régionaux et à la gastronomie, un pôle commercial de 4500 m² (cafés, restaurants, commerces), un complexe cinématographique et un hôtel 5 étoiles. Elle s'intégrera dans un projet urbain plus vaste, avec un écoquartier proposant 540 logements et 3 résidences de service. Les travaux démarreront à la fin de l'année 2016, et la livraison des premiers éléments est prévue pour 2018, en même temps que l'ouverture au grand public. Quant à l'écoquartier, les logements de la première phase seront achevés à l'horizon 2019-2020.

Cérémonie de lancement de la cité internationale de la gastronomie et du vin

« Il s'agit d'un projet d'aménagement urbain majeur, qui porte une ambition architecturale et une très forte ambition culturelle autour de la double reconnaissance Unesco ⁽²⁾ », rappelait François Rebsamen, maire de Dijon et président du Grand Dijon, le 2 février dernier, lors du lancement officiel du projet.

Avec la Cité internationale de la gastronomie et du vin, Dijon entend capitaliser sur deux grands points forts et facteurs d'attractivité du territoire. Le pôle culture et formation devrait notamment présenter une exceptionnelle vinothèque de 800 m², installée au sein d'une chapelle du XVIII^e – « La Chapelle des Climats » – un pavillon de la gastronomie, un centre de formation aux

**« L'idée, ce n'est pas de construire un Disneyland. Le but, c'est Dijon »
– François Deseille, adjoint au maire de Dijon**

métiers de la cuisine et du vin, un centre de conférences et de congrès, un lieu d'expositions et d'événementiel, ainsi qu'un Centre d'interprétation et d'animation du patrimoine (CIAP). « La culture, ce n'est pas un





ZOOM RÉGION

LA BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ, ENTRE INDUSTRIE ET AGRICULTURE

supplément d'âme, c'est ce qui crée l'unité d'une ville, et la ville de Dijon est une ville culturelle. La culture est un facteur de développement économique et touristique, donc nous misons dessus », insistait François Rebsamen à l'occasion de la présentation du projet.

Pour mieux atteindre son objectif ambitieux d'un million de visiteurs chaque année, et garantir la viabilité financière de la Cité, la ville a ajouté cafés, restaurants, commerces et cinémas à son pôle du bien-boire et du bien-manger. Elle espère des retombées à la hauteur de l'investissement. Les promoteurs du projet annoncent la création de 250 emplois pour la gestion et l'exploitation du site, auxquels pourraient s'ajouter 1600 emplois induits dans la filière touristique locale. Le chantier de construction devrait quant à lui générer 600 emplois. « L'idée, ce n'est pas de construire un Disneyland. Le but, c'est Dijon », conclut François Deseille, adjoint au maire, en charge du suivi du projet.

(2) L'Unesco a classé au patrimoine mondial de l'humanité les Climats du vignoble de Bourgogne et le repas gastronomique des Français

LA CITÉ INTERNATIONALE DE LA GASTRONOMIE ET DU VIN EN QUELQUES CHIFFRES

- Un site de 6,5 hectares, dont 3 hectares pour la Cité internationale de la gastronomie et 3,5 hectares pour l'écoquartier.
- 70 000 mètres carrés de bâti
- Un pôle culture et formation de 5000 mètres carrés
- 4500 mètres carrés de commerces, cafés et restaurants
- Un hôtel 5 étoiles de 83 chambres
- 90 logements réhabilités dans l'ancien hôpital général
- Un complexe cinématographique de 13 salles
- Un écoquartier de 540 logements et 3 résidences service
- Un parking silo de 400 à 500 places, à l'est du site

- 1 million de visiteurs attendus chaque année sur le site, dont 350 000 dans la Cité, 150 000 pour les boutiques et 500 000 pour le cinéma
- 200 à 250 millions d'euros en investissement.

