

Commerce et modes de ville



18^e rencontre nationale
des agences d'urbanisme
5-6-7 novembre 1997
Belfort-Montbéliard

- La fonction commerciale et d'échanges est à l'origine même de la création des villes.
- Les mutations économiques à l'oeuvre dans le monde entier l'ont largement bouleversé.

Vitrine première du dynamisme d'une cité, le commerce entretient des liens historiques avec les fonctions urbaines majeures ; il traduit aussi les modes de vie, s'adaptant aux nouvelles technologies et aux comportements qu'elles induisent (chaîne du froid, utilisation massive de l'automobile...) mais aussi aux cultures et législations des différents pays. Le commerce a beaucoup évolué en France depuis trois décennies, dans ses modes de fonctionnement et sa localisation dans l'espace urbain.

Durant cette période, l'activité commerciale a souvent été au coeur des débats sur l'avenir de la ville : cité dense et/ou ville émergente, cité puzzle ou ville renouvelée ;

les pouvoirs publics hésitant entre le principe d'entreprendre affirmé dès 1791 par la loi Le Chapelier et un encadrement de type "colbertisme". Les entrepreneurs de la distribution, conduits par des logiques économiques et financières de plus en plus affirmées, ont manifesté une exceptionnelle capacité de réactivité pour évoluer et se développer dans un environnement parfois incertain.

Désormais, le secteur de la distribution semble dominer le secteur productif, en particulier en ce qui concerne la formation des prix. Simultanément, notre société de consommation ressent toujours et peut-être plus encore aujourd'hui, le besoin de chercher du sens dans les pratiques commerciales (convivialité, contacts humains, rapports de voisinage, fréquentation de l'espace public...).

Commerce et modes de ville

18^e rencontre nationale
organisée par les agences d'urbanisme
du Pays de Montbéliard et du Territoire de Belfort
5-6-7 novembre 1997

ateliers

Atelier 1

Les stratégies de la distribution

Les consommateurs, les commerçants, les distributeurs, les investisseurs et la ville

Des professionnels issus des principales formes de distribution témoigneront des adaptations et des nouvelles stratégies déployées par les entreprises du commerce, ainsi que de leur propre vision du territoire, face aux mutations économiques et culturelles de leur environnement.

Atelier 2

Les conditions d'un partenariat actif entre la ville et le commerce

Les élus, les citoyens, et les commerçants

Des études de cas portant sur les centres villes, les faubourgs, les quartiers, les grands ensembles, ou le commerce en périphérie, permettront d'identifier la nature des projets pour lesquels les acteurs de la ville et du commerce sont capables de s'entendre, et quelles formes urbaines produisent la présence ou l'absence du dialogue.

Atelier 3

La liberté du commerce, et les outils de la planification, au service de l'innovation et du partenariat

L'Etat, les collectivités, les acteurs institutionnels et les commerçants

Comment, en permanence, les principaux acteurs de la ville et du commerce organisent ensemble un cadre de travail et de concertation, au travers de réglementations nationales ou locales, et de la négociation des contrats.

À cette occasion, les travaux réalisés par les agences pour le ministère du commerce, permettront de poser un diagnostic et une prospective sur la nature commerciale d'une vingtaine d'agglomérations françaises.

pré-prog

MERCREDI 05 NOVEMBRE

Visites techniques

Rendez-vous au centre de congrès Atria de Belfort, à 11 h, pour les 3 visites.

Visite 1

Le commerce dans la planification territoriale transfrontalière : le cas des deux cantons de Bâle, par la Regionalplanungsstelle Beider Basel. (Un deuxième rendez-vous possible à l'aéroport de Bâle-Mulhouse à 12 h, hall d'arrivée)

Visite 2

Montbéliard : Complémentarité entre deux opérations d'aménagement, l'extension du centre ville (Velotte) et une ZAC de commerce périphérique (Le Pied des Gouttes).

Visite 3

Belfort : Complémentarité entre 2 actions opérationnelles : opération de revitalisation du commerce et de l'artisanat et OPAH dans le quartier du faubourg des Vosges.

Les visites 2 et 3 seront couplées chacune avec celle d'un site industriel

- Peugeot pour Montbéliard,
- GEC Alsthom pour Belfort.

programme

JEUDI 06 NOVEMBRE

Belfort : centre de congrès Atria

09 h 00 **Accueil**

10 h 00 **Ouverture de la 18^e rencontre**
Jean-Pierre CHEVENEMENT
Ministre de l'Intérieur,
Louis SOUVET, Sénateur,
Président du District
et maire de Montbéliard,
André ROSSINOT, Maire de Nancy,
Président de la FNAU

10 h 30 **Conférences introductives**

- Patrick DEGRAVE
Directeur de la COFREMCA
(sous réserve)

Prospective des pratiques
de la consommation en lien
avec les grandes évolutions
technologiques et socio-
culturelles prévisibles.

- Michel Edouard LECLERC
Comment la distribution
réagit-elle à ces mutations ?

- René PERRON
Universitaire, chercheur en
sciences sociales
Un panorama comparé des
pratiques et des réglementations
dans différents pays. Les villes
européennes sont-elles vouées à
l'américanisation ?

12 h 45 **Déjeuner sur place**

14 h 30 **Travaux en ateliers**
(Voir contenu ci-contre)

20 h 00 **Réception au Musée de
l'Aventure Peugeot à Sochaux**

21 h 00 **Dîner de gala à la Maison des
Arts et Loisirs de Sochaux**

VENDREDI 07 NOVEMBRE

Montbéliard : sites en centre ville

09 h 00 **Reprise des travaux en ateliers**

- Centre de congrès
Saint-Georges.
- Salle du conseil du District
du Pays de Montbéliard.
- Hôtel de la Balance.

12 h 45 **Centre de congrès Saint-Georges**
Déjeuner

14 h 15 **Cinéma Colisée**
Séance plénière de clôture

14 h 30 • Alain TOURAINE
Commerce, ville et société.

15 h 15 **Compte-rendu des 3 ateliers
et table ronde.**

16 h 30 **Conclusion de la 18^e rencontre**

- André ROSSINOT
Maire de Nancy,
Président de la Fédération
Nationale des Agences
d'Urbanisme.

- Allocution de clôture :
Marylise LEBRANCHU
Secrétaire d'État déléguée au
P.M.E., au commerce
et à l'artisanat.



Nos agglomérations sont au coeur de ces évolutions à la fois économiques et consuméristes, qui interrogent profondément la citoyenneté.

Au regard de ces tendances générales et expériences locales, les questionnements des élus et des professionnels de l'urbain s'avèrent multiples.

Le renforcement de l'offre périurbaine, conforté par des fusions-acquisitions dans la grande distribution, conduit-il inéluctablement à l'appauvrissement des centres villes ?

Ou bien, le développement des aménités urbaines (transports collectifs, espaces publics, qualité de l'aménagement...) et de l'échelle de proximité (faubourgs, quartiers) sont-ils de nature à permettre d'imaginer une armature commerciale mieux équilibrée au service d'une meilleure qualité de vie.

La distribution ne risque-t-elle pas plutôt d'évoluer de façon sensible vers un mode virtuel induit par les nouveaux réseaux télécommunicants ?

Ainsi après "la fin des vitrines" vivrions nous la fin du commerce tout simplement, chacun vivant dans sa bulle individuelle.

Au moment où l'État recherche les éventuels modes d'encadrement adéquats du développement commercial, les acteurs doivent s'interroger sur les moyens nécessaires à l'établissement d'un

consensus durable pour imaginer une évolution plus équilibrée de nos villes.

Quels moyens institutionnels et organisationnels faudrait-il mettre en oeuvre, afin de nouer des partenariats féconds ?

Comment marier urbanisme réglementaire et urbanisme de projets, pour concevoir un urbanisme commercial au service de la population ?

Quelle façon de pratiquer l'urbanisme faut-il acquérir afin de savoir remettre en scène la vie sociale ?

De préférence à une pensée de l'urbanisme commercial développant des pièces de puzzle juxtaposées, ne faut-il pas, là aussi, retrouver le sens du global, et mettre en oeuvre un projet cohérent (centre ville fort, commerces de proximité compétitifs, centralités secondaires, périphériques bien étudiés...) mêlant habilement le commerce et d'autres facteurs urbains.

Avec l'espoir que les pratiques de l'économie marchande et notre culture de l'urbain pourront en bonne intelligence engendrer de nouveaux modes de ville répondant mieux aux besoins et aux aspirations de nos concitoyens



Fédération Nationale des Agences d'Urbanisme
1, rue de Narbonne - 75007 PARIS
Tél. 01 45 49 32 50 - Fax 01 45 49 94 46
E-mail : plusson@francenet.fr