

Ouverture le dimanche ou ouverture sur la ville ?!

Le monde.fr - 16.12.2014

Par David Mangin (architecte urbaniste)

Le débat sur l'ouverture du commerce le dimanche sur les zones touristiques nous rappelle bien à propos que le commerce s'est massivement développé, depuis les Trente glorieuses, sous forme de zones commerciales mono-fonctionnelles et dépendantes quasi exclusivement de la voiture.

Que ce soit sous forme des fameuses « entrées de villes » de « la France moche » ou de grandes aires bitumées aux parkings calibrés pour le week-end précédant Noël (nous y sommes). Nous héritons et, qui plus est, nous persistons dans cette « ville franchisée », dont chacun sent bien qu'elle est à bout de souffle, malgré une grande résistance des opérateurs de la grande distribution à changer de modèle urbanistique. Or l'évolution des modes de vie, le développement du e-commerce, la surabondance de l'offre et l'incorporation progressive de ces zones dans la ville compacte devraient contribuer à faire évoluer ce sacro-saint attachement au modèle « no parking visible, no business », adossé au chantage à l'emploi – en oubliant les emplois détruits à côté et la robotisation progressive des tâches. Ils servent d'inlassables credos auprès des élus à qui on présente toujours les mêmes « produits » plutôt que de vrais projets alternatifs.

Ce modèle n'est plus soutenable notamment dans la perspective de la transition énergétique. Les quantités de déplacements automobiles des consommateurs suscités par les zones commerciales sont considérables et bien plus importants que ceux de leur logistique. Sans compter les agencements imbéciles qui nécessitent de reprendre sa voiture pour aller d'une boîte à l'autre, et les surfaces imperméabilisées toujours plus importantes...

Il n'empêche : les enseignes leaders sont dans une fuite en avant, par la démultiplication de projets toujours plus loin, toujours plus grands, malgré l'apparition de friches commerciales et de galeries partiellement désertées. Du fait même de la financiarisation et de leurs normes comptables, les grands groupes doivent afficher de nouveaux m2 et occuper des places. Le projet d'Europa City, sorte de Dubaï-sur-Seine d'1 million de m2 de commerces et de loisirs, dans une banlieue Nord saturée de centres commerciaux, en est l'exemple le plus scandaleux. Cette ZAD s'affichant aux portes du Bourget, lieu

de la Cop 21 (prochaine conférence mondiale sur le climat) en 2015, apparaîtra bientôt comme une indécente provocation...

Soyons clair : nous n'avons rien contre la voiture, le commerce, les centres commerciaux ou la pratique du shopping. Mais il faut qu'ils évoluent progressivement ou radicalement, selon les situations, pour s'incorporer à la ville et devenir ce qu'ils veulent être : les moteurs d'une vie urbaine ouverte sur la ville et ses autres fonctions, l'habitat, les bureaux, les parcs, les équipements, dans une nouvelle proximité où ils ont tout à gagner. Les clients deviennent proches d'eux, à pied ou en vélo, en bus ou en tram et moins « zappeurs ». Il faut davantage de compacité dans les parkings et les infrastructures et soumettre les nouvelles autorisations à l'existence réelle de transports publics efficaces. Après avoir refusé longtemps l'arrivée des trams sur leurs parkings, au motif que ceux-ci allaient leur apporter des clients jeunes peu dépensiers, voire « la racaille » (vu et entendu) et qu'« on ne mettait pas des caddies dans les trams », certains maires de grandes villes, à force de volonté politique, ont réussi à imposer ces dessertes de transports publics et davantage de mixité fonctionnelle. Cela a été un succès : les visiteurs sont venus plus souvent et de plus loin et les modes de livraisons se sont adaptés. A tel point qu'ils sont maintenant réclamés par les opérateurs... Il ne faut donc pas désespérer.

Reste que la tâche est dure, tellement la facilité de reproduire le même modèle est grande pour s'assurer les marges considérables des belles années. Il y faut la conviction des maires et des Commissions ad hoc; il faut des projets alternatifs qui ne se réduisent pas à créer de nouveaux emballages pour des organisations toujours anti-urbaines. La question va bien au-delà de l'esthétique et de l'agressivité de panneaux publicitaires obsolètes à l'heure des réseaux sociaux. Les « entrées de villes » doivent se transformer en entrées dans la ville ; les zones commerciales en quartiers mixtes où on retrouvera des emplois diversifiés, du foncier pour des logements, de la proximité et de l'espace public ; les parkings doivent être reformatés pour devenir vraiment ce qu'ils prétendent être : les places publiques de la périphérie. Réconcilier la ville et le commerce n'est pas qu'une question d'horaires ; c'est aussi et surtout une question urbaine. « Times are changing » !

David Mangin architecte urbaniste.

Dernier ouvrage paru « Du Far West à la ville. L'urbanisme commercial en questions ». (Sous la direction de David Mangin et Cristina Garcez). Editions Parenthèses 2014

http://www.lemonde.fr/idees/article/2014/12/16/ouverture-le-dimanche-ou-sur-la-ville_4541398_3232.html

Le Monde.fr