

Valenciennes

UNE LIGNE CONTINUE DE COMMERCES « 500 mètres » de boutiques sans une dent creuse

COMMERCE Malgré le contexte économique difficile lié à la crise sanitaire, la ville de Valenciennes aura réussi à combler toutes ses cellules commerciales de l'hypercentre. Il s'agissait d'un vrai objectif.

Un combat permanent". C'est ainsi que Laurent Degallaix qualifie la question du maintien du commerce en centre-ville, que l'on sait compliquée dans toutes les villes de taille moyenne. À Valenciennes, si la guerre n'est pas totalement gagnée (la sera-t-elle vraiment un jour ?), on s'apprête en tout cas à remporter une belle bataille. En effet, d'ici un mois - soit le temps pour les investisseurs d'effectuer quelques travaux - la Ville aura décroché son « 500 mètres de linéaire commercial » sans dent creuse. Autrement dit, de la partie piétonne de la rue de Famars jusqu'au passage de l'Arsenal, toutes les cellules commerciales seront occupées. Une bonne nouvelle pour la ville, et les Valenciennois, qui intervient alors que la vie économique est largement mise à mal par la crise sanitaire.

« AU MOINS, NOUS AURONS RÉUSSI CELA »

Dans les faits, le magasin de prêt-à-porter féminin Morgan est en train de s'installer sur la place d'Armes dans les locaux laissés libre par la pharmacie. Et dans la rue de Famars, c'est l'enseigne de mode parisienne Ma Petite Étoile qui va venir prendre ses quartiers dans le local commercial qui a été occupée pendant les fêtes par la boutique éphémère de l'Eau du Valenciennois. À elles seules, ces deux arrivées viennent combler les vides. Et Laurent Degallaix, même s'il tient à rester prudent, est lui aussi... comblé. « Ça tiendra le temps que ça tiendra. Et peut-être qu'il y a aura des fermetures par la suite, notamment en raison de la crise. Mais au moins, nous aurons



Cette ligne continue de 500 mètres part de la partie piétonne de la rue de Famars pour arriver jusqu'au Passage de l'Arsenal.

réussi cela ». « C'est une super bonne nouvelle », estime de son côté Laurent Suin, le président de l'association des Boutiques de Valenciennes. « Voir des personnes créer quelque chose durant une période comme celle-ci, montre qu'elles ont confiance dans l'écosystème de la ville. Il a fallu un certain temps pour planter les graines, et maintenant elles poussent ». Les « graines » en question ne sont autres que « les différents leviers qui ont pu être mis en place pour la reconquête commerciale ». En sachant que le nœud du problème reste les loyers. « Aujourd'hui, on ne

peut plus louer un local commercial de 30 m² pour 5 000 euros par mois », poursuit Laurent Suin. « Aujourd'hui, avec des dispositifs tels que la taxe sur les commerces vacants, ou les possibilités que peut proposer le CRAC (lire ci-contre), il existe des moyens pour exercer une certaine pression sur la propriétaires qui se montreraient beaucoup trop gourmands. L'objectif consiste parfois à leur faire entendre raison sur la réalité des choses. Et ça a l'air de bien fonctionner ». Depuis le début de l'année 2019, la Ville bénéficie également d'un manager de centre-

Le CRAC

Le Contrat de redynamisation artisanal et commercial (CRAC), soutenu par l'État via le dispositif « Action Cœur de Ville », permet à la ville de disposer d'un droit de préemption commercial (via une filiale de la CCI appelée Attractive Valenciennes). « Il s'agit d'acquiescer des cellules commerciales vacantes, de les rénover s'il y a lieu, puis de les remettre en location avec un loyer adapté à celui du marché ». Plus largement, il s'agit d'une « solution pour lutter contre les locaux délaissés et inciter les jeunes entrepreneurs à s'implanter dans l'hyper-centre ».



Dans la partie piétonne de la rue de Famars, c'est une boutique parisienne de prêt-à-féminin qui va venir s'installer.

ville - Emilie Gérard - qui travaille en compagnie des élus « commerce » de ville que sont aujourd'hui Didier Rizzo et Emilie Leclercq. « La

Ville devait retrouver un cercle vertueux, et elle y est parvenue », estime Laurent Suin.

M-A.B

« Mais il y aura toujours quelqu'un pour se plaindre »

COMMERCE

Régulièrement de passage à Valenciennes, le président de la région Hauts-de-France, Xavier Bertrand, aurait fait savoir à Laurent Degallaix que Valenciennes serait la seule ville du territoire à disposer d'un linéaire commercial de 500 mètres, sans dent creuse, dans son centre-ville. « Mais il y aura toujours quelqu'un pour se plaindre », regrette le maire de Valenciennes.

UNE MINORITÉ BRUYANTE POUR QUI « RIEN NE VA JAMAIS »

D'où cette question ? Sommes-nous, habitants de Valenciennes, de bons ambassadeurs de notre ville ? Les réseaux sociaux ont cette particularité de permettre à tout à chacun de pouvoir s'exprimer sur tel ou tel sujet. Bien souvent, ce que l'on entend le plus, c'est cette minorité bruyante « pour qui rien ne va jamais ». Si bien que cela crée un prisme : celui consistant à ne lire que des choses négatives. Pourtant, dans la vraie vie, les discours sont autres. Que ce soit chez la grande majorité des Valenciennois. Mais aussi chez ces commerçants qui décident de venir investir à Valenciennes. À croire qu'avec leur regard extérieur, ils voient les choses autrement. De manière beaucoup plus positive. C'était notamment

le cas au moment de l'ouverture du restaurant Pitaya. Les patrons sont venus de Bordeaux pour ouvrir un restaurant à Valenciennes. Et s'ils sont venus, c'est tout simplement parce qu'ils avaient trouvé « la ville super dynamique et très jeune ».

« NOUS N'AVONS PAS À ROUGIR, LOIN DE LÀ »

Pour Laurent Suin, ces états de fait sont symptomatiques de notre époque où l'on aurait tendance à croire que « l'herbe est toujours plus verte dans le champ d'à-côté ». « Ma grand-mère disait toujours ça », sourit-il. « Mes activités

de président d'une association de commerçants m'amène à beaucoup voyager. Que ce soit dans la région ou ailleurs. Et globalement, quand on voit comment ça se passe dans d'autres villes, je peux certifier que Valenciennes n'a pas à rougir en matière d'activités et de commerce. Ce qu'il faut aussi comprendre, c'est que le commerce de centre-ville peut s'apparenter à une guerre. À une concurrence avec les centres commerciaux, mais aussi avec les autres villes comme Amiens ou Arras. L'enjeu consiste à décrocher les meilleures enseignes. Et à ce jeu-là, Valenciennes s'en sort très très bien ».

M-A.B