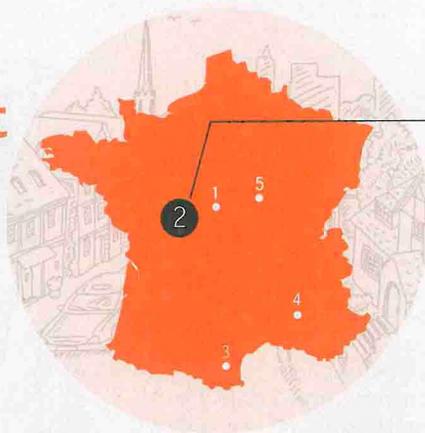


1• Vierzon
2 Châtelleraut

- 3• Carcassonne
 4• Montélimar
 5• Auxerre



Les **5** cœurs de ville
 les plus sinistrés

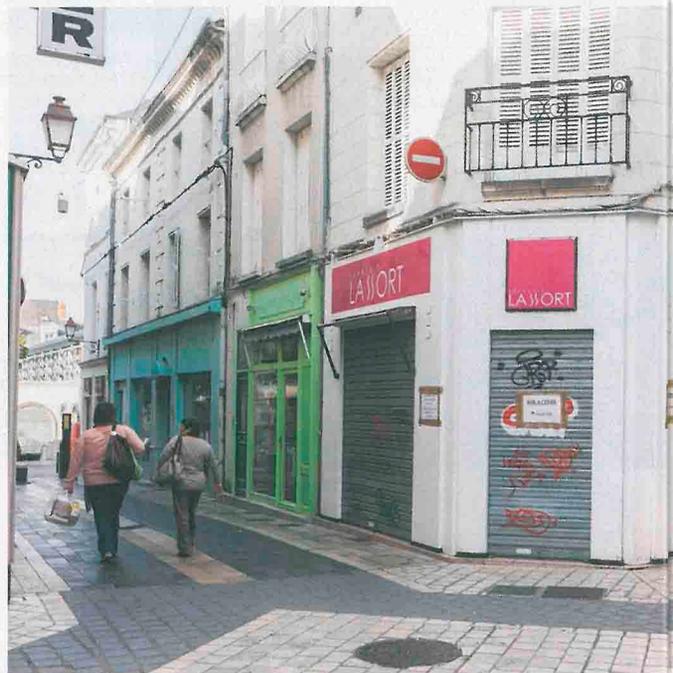
Un plan commercial à régénérer

Châtelleraut a vu ses industries fermer, ses enseignes de centre-ville fuir en périphérie, sa population fondre et s'appauvrir. Mais elle n'en reste pas moins un écrin urbain digne de faire rebondir ses commerces.

Dans la rue Bourbon, principal axe piéton de Châtelleraut, les locaux d'une agence immobilière fermée sont... à louer. En face de la terrasse du bar de L'Espérance. Espoir et déshérence résumant bien la situation du commerce dans la deuxième ville de la Vienne. Dans la bijouterie Lassort, Marie-Pierre Carré prépare son transfert dans la ville voisine de Chasseneuil-du-Poitou, pourtant moins peuplée. «*Commerçante ici depuis trente-cinq ans, je vois l'activité régresser depuis trois ans, quand des enseignes comme Okaidi, Cache-Cache ou Camaïeu sont parties en périphérie. C'est dommage, car Châtelleraut a un vrai potentiel.*» Muriel Cayette, de la maroquinerie Carpe Diem, qui fermera à la fin de l'année, poursuit : «*Depuis trois ans que la navette du centre-ville a été*

supprimée, ma clientèle a chuté. Pendant que des bus desservent toutes les demi-heures les zones commerciales en périphérie!. Des panonceaux sur les devantures vides enjoignent : «*Aidez-nous à garder les vitrines propres. Évitez l'affichage sauvage*» ou encouragent : «*T'achètes ici, t'as tout compris*», pour les magasins encore en activité.

Ne plus se plaindre sans agir
 Cependant, «*il faut arrêter de pleurer les mains dans les poches, estime Laurence Galard, employée du magasin de prêt-à-porter Anna Coco. Nous avons élargi nos gammes, avec des marques qui n'existaient pas dans la ville. Nous avons fait des travaux dans la boutique, changé de nom, lancé des animations*». Cette commerçante n'est pas la seule à vouloir en finir avec ces images de centres-villes



25%

Le taux de vacance selon la fédération Procos, soit 71 locaux vides sur 281 (relevés de septembre 2016)

31722

Le nombre d'habitants de la ville en 2014 (-5,4% versus 2008)

84565

La population du Grand Châtelleraut (21 communes) en 2014 (-0,7% par rapport à 2008)
 Source : CCI de Châtelleraut

sinistrés suite à un processus hélas bien connu.

Les industries ont subi de plein fouet la crise de 2008 et, surtout, les zones commerciales se sont multipliées en périphérie, «*afin de lutter contre l'évasion commerciale*», selon le discours classique. On en dénombre six, totalisant 191 boutiques, dont les zones d'Argenson ou de la Désirée. Ajoutez à cela un habitat de centre-ville vétuste, avec des cellules commerciales en mauvais état et trop petites. Alors que les communes de périphérie proposent espace et confort, attirant les primo-accédants et les catégories sociales aisées,

LES ORIGINES DU MAL

- Le déclin d'industries locales, notamment liées à l'équipement automobile et aéronautique.
- Six zones périphériques qui ont phagocyté le commerce de cœur de ville.

DES RAISONS D'ESPÉRER

- L'implication et le professionnalisme des protagonistes tels que le président de la Fédération des acteurs économiques, l'adjointe au maire, la manager du commerce.



Depuis le départ de nombreuses enseignes en périphérie et la suppression de la navette, l'activité périclète au centre-ville, comme ici rue Bourbon.

© YOHAN BONNET / HANS LUCAS

Des panoneaux sur les devantures vides (71 locaux sur 281 magasins au total) enjoignent à garder des vitrines propres.



© YOHAN BONNET / HANS LUCAS

pendant que Châtelleraut voit sa population s'étioler, vieillir et se paupériser.

La municipalité a, certes, engagé de multiples actions depuis une douzaine d'années. Mais la création d'une zone de protection du patrimoine, la concession publique d'aménagement de 2004 à 2014, qui a débouché sur la rénovation de la place des Halles, ou la création d'une médiathèque, d'un groupe scolaire et d'espaces verts ne sont pas les plus déterminantes pour le commerce. Pas plus que le ravalement et la rénovation de logements, même si ces initiatives contribuent à embellir l'écrin de la sous-préfecture et à y faire revenir la population.

En revanche, l'embauche par l'agglomération du Grand Châ-

telleraut de Céline Champagne, manager du commerce dès 2014, est un signe plus fort. « Nous voulons réduire le linéaire commercial en le recentrant sur des axes stratégiques, note-t-elle. Tout en spécialisant les rues : alimentaire aux Halles, équipement de la personne rue Bourbon... Un lien doit être créé entre le très passant boulevard de Blossac et les rives de la Vienne via la zone piétonne. Il convient aussi d'adapter les cellules commerciales aux besoins actuels. »

Organiser la « résistance »

Béatrice Roussenque, adjointe au maire chargée du commerce, est tout aussi impliquée. « Nous voulons faire revenir les familles et les CSP +, annonce-t-elle. Le nouveau plan local d'urbanisme interdit d'agrandir ou de construire dans les zones commerciales. » Autre projet porteur d'espoir : la création d'une pépinière de commerces avec des locaux « couveuses » mis à disposition pour tester des activités commerciales neuves. Mais la vraie chance de Châtelleraut est peut-être d'avoir trouvé, depuis

avril, en Jean-Marc Couhé un homme providentiel pour dynamiser l'association de commerçants FAE (Fédération des acteurs économiques). Ce jeune retraité du conseil-coaching en matière de... reprise de commerces a toutes les compétences pour organiser la « résistance » en dirigeant les troupes !

« La FAE a divisé l'agglomération en secteurs ayant chacun un commerçant délégué, qui imagine ses manifestations, ses événements, détaille-t-il. Outre le montage du dossier et la recherche de subventions, la FAE leur propose un catalogue de services, de la logistique à la communication. Elle démarche, par ailleurs, les propriétaires de locaux pour qu'ils acceptent des baux précaires avec des loyers indexés au chiffre d'affaires, ce qui favorise la création ou le transfert de commerces dans des espaces plus vastes, mieux placés et moins chers. » Jean-Marc Couhé conclut : « Si l'on parvient à redynamiser le cœur de la ville, le reste suivra. C'est un sacré challenge pour lequel je me donne deux ans. J'y crois. » ■

OLIVIER JACQUINOT, à Châtelleraut



« Nous voulons réduire le linéaire commercial en le recentrant sur des axes stratégiques. Tout en spécialisant aussi les rues : alimentaire aux Halles, équipement de la personne rue Bourbon... »

Céline Champagne, manager du commerce de Châtelleraut