

Politiques de revitalisation des centres en Gironde

La vision des élus

étude

07 / 2020



1 Diversité

p.5

Des contextes territoriaux très variés
Une gouvernance à la carte
Temporalité des projets

2 Convergences

p.15

Le sentiment d'être à un moment charnière
Des territoires qui se saisissent des opportunités
Des politiques sectorielles au service d'un projet global ?

Le sujet de la revitalisation des centres connaît une montée en puissance dans le débat public local et national. Soutenues par l'État, la Caisse des Dépôts, le conseil régional ou le conseil départemental, les centralités girondines s'engagent activement dans des projets visant à redonner dynamisme et attractivité à leur centre-ville ou centre-bourg.

Depuis 2017, dans le cadre de ses missions d'observation et d'animation du débat local, l'a-urba propose à ses partenaires un ensemble de travaux pour les accompagner dans la définition et le suivi de ces politiques publiques inédites dont le caractère transversal et systémique implique de repenser les modes de « faire projet ».

Ainsi, l'agence travaillé avec la ville de Libourne et la CALI (Communauté d'Agglomération du Libournais) dans l'animation partenariale autour du cahier des charges du projet de revitalisation de son centre-ville.

Elle a également produit une étude sur la réhabilitation de l'habitat ancien, dans laquelle elle propose aux collectivités une boîte à outils pour comprendre, prioriser et accompagner les projets de réhabilitation. En puisant dans les ressources de ses observatoires, l'agence a identifié et développé des chiffres clefs permettant aux acteurs locaux d'établir des diagnostics et de suivre les effets de leurs politiques publiques sur le contexte socio-économique des territoires. Elle a également, grâce à l'analyse de bilans d'opérations et à partir d'entretiens acteurs, cherché à mettre en lumière les mécanismes à l'œuvre dans la mise en place des politiques de revitalisation.

En 2020, l'a-urba a souhaité nourrir et compléter ces réflexions techniques par des entretiens avec des élus locaux de la Gironde porteurs de projets de revitalisation.

Le but de ces rencontres ? Comprendre comment s'incarne l'objectif de revitalisation des centres, décrypter ces projets, leur genèse, leurs aspirations et leurs inspirations.

Castelnau-de-Médoc, Castillon-la-Bataille, la communauté de communes du Créonnais, Saint-Denis-de-Pile, Langon, La Réole, Lesparre-Médoc, Libourne, Pauillac... neuf territoires qui font face à des enjeux variés mais qui ont tous pour objectif de redynamiser leur centre.

En première lecture, les projets frappent par leur diversité. En fonction des contextes territoriaux, socio-démographiques et des sensibilités politiques des élus, ils sont, en termes de formalisation, de gouvernance ou de temporalité, difficilement comparables les uns avec les autres. Parfois simplement adossé à un document de planification, le projet de revitalisation du centre peut, a contrario, être l'épine dorsale de la stratégie de l'équipe municipale et bénéficier d'une formalisation très poussée. De même la concertation avec la population ou le partage du projet entre commune et intercommunalité se fait à des degrés très divers.

Dans le même temps, on observe des lignes directrices communes à tous les projets étudiés : moyens humains et financiers limités mais capacité à se saisir des opportunités, difficultés à mener des actions sur le commerce mais expertise réelle sur les questions d'habitat. Les aides et les outils tels que l'EPF (l'Etablissement Public Foncier), le permis de louer ou le permis de diviser sont utilisés par la quasi-totalité des communes interrogées. Les politiques sur l'espace public et l'habitat, au cœur des compétences des communes apparaissent comme les plus abouties. A l'inverse, toutes font face à des difficultés pour mettre en œuvre des actions sur le commerce où la mobilité souvent réduite au thème du stationnement.

Mais le sentiment le plus largement partagé est celui de se situer à un moment charnière, où les évolutions des modes de vie et l'urgence climatique incitent les territoires à redévelopper des politiques de proximité dans lesquelles les centres jouent un rôle fondamental.

Ni exercice de comparaison, ni exercice d'évaluation, cette étude s'appuie sur une mise en récit des projets par les élus qui les portent pour révéler leurs forces mais aussi leurs difficultés.

En mettant en évidence les manques, les besoins en étude ou en ingénierie, cette étude peut constituer pour les acteurs supra-territoriaux des politiques de revitalisation (Etat, conseil départemental, conseil régional, Caisse des Dépôts) une ressource pour ajuster au mieux leur accompagnement.

PARTIE 1

Diversité

Des contextes territoriaux très variés
Une gouvernance à la carte
Temporalité des projets

p.6
p.10
p.13

Des contextes territoriaux très variés

Les élus partagent le sentiment que les actions qu'ils conduisent en faveur de leur centre-ville visent à développer l'ensemble du territoire communal en stimulant son attractivité. Dans la plupart des cas, cette ambition se présente d'ailleurs comme favorable à un périmètre plus large, correspondant à un vaste secteur de rayonnement. Une grande majorité des communes intégrées à cette étude occupe en effet une situation particulière dans l'armature urbaine girondine, en constituant le cœur historique d'un bassin de vie. Cette configuration se traduit aujourd'hui encore par des villes qui exercent généralement des fonctions de pôle de services pour des habitants résidant au-delà du périmètre communal. Toutefois, ces points communs ne se traduisent pas forcément par des diagnostics convergents de dévitalisation, ni par les mêmes objectifs de revitalisation. D'importantes différences peuvent être observées.

1 Communes périurbaines

Dans les communes qui bénéficient d'une forte attractivité résidentielle, notamment celles qui s'inscrivent dans le périurbain bordelais, le constat n'est pas forcément fait d'une dévitalisation du centre historique. Les élus imputent néanmoins à ce dernier des enjeux importants : il s'agit d'abord de renforcer l'attractivité du centre-ville afin de contrebalancer la dynamique d'étalement urbain

observée ces dernières années sur le territoire ; l'ambition consiste aussi à améliorer le fonctionnement urbain de ce secteur-clé dans un contexte de fort accroissement du volume des déplacements motorisés.

2 Communes dans le reste du département

Les territoires plus éloignés de la métropole bordelaise sont davantage enclins à utiliser la notion de dévitalisation pour qualifier les centres-villes. Ce terme peut toutefois désigner plusieurs phénomènes différents :

- Un taux de vacance élevé parmi les locaux commerciaux en pied d'immeuble ;
- La présence de bâtiments conservant un usage public ou privé mais offrant un aspect vieilli ou décrépit, voire l'existence de locaux restés en friche après le départ d'activités industrielles et artisanales ou la fermeture de services publics ;
- La dégradation de certains immeubles d'habitation, se traduisant par des logements vides ou en situation d'habitat indigne ;
- La paupérisation de la population résidant en centre-ville, avec un niveau de revenu inférieur à celui observé sur le reste du territoire.

Or les communes situées en dehors du périurbain bordelais présentent ces phénomènes dans des proportions très variables. Chacune en offre une composition singulière, qui peut dépendre du poids et de l'évolution démographique de la commune, de son histoire économique, de la configuration spatiale du centre-ville (ville-rue, bastide...), des caractéristiques socio-économiques des habitants du territoire, du poids et de l'attractivité des zones commerciales situées à proximité, etc.

3 Des ambitions de revitalisation hétérogènes

Dès lors, les politiques dites de revitalisation du centre-ville peuvent à leur tour présenter une portée ou des objectifs différents, en fonction du diagnostic de « dévitalisation » qui aura été réalisé, mais aussi selon les ressources du territoire (dynamisme démographique, vignoble, identité patrimoniale et culturelle, attractivité touristique...) et eu égard aux moyens et aux ambitions politiques propres à chaque commune.

Alors que certaines communes visent un très large faisceau d'objectifs, en cherchant à la fois à requalifier l'espace public, revitaliser les activités commerciales, régénérer le tissu des logements, réhabiliter les bâtiments publics voire à faire évoluer la sociologie du centre-ville, d'autres – certes peu nombreuses au sein de notre échantillon – ne choisissent comme axe directeur qu'un seul de ces objectifs, quitte cependant à ce que celui-ci les oblige à aborder quelques problématiques connexes.

Une autre césure peut s'observer entre des communes

dont les objectifs affichés consistent à retrouver ou à restaurer certaines fonctions passées de leur centre-ville et celles qui cherchent un sentier de développement inédit pour leur territoire, en pariant sur de nouveaux moteurs de développement (le tourisme particulièrement), susceptibles de donner de nouvelles raisons d'être à leur centre-ville. Ces deux situations forment cependant des cas extrêmes. La plupart des projets communaux se nourrissent de ces deux paradigmes, toutefois dans des proportions variables.

Au total, le même terme de revitalisation recouvre en réalité des déclinaisons diversifiées selon les territoires et peut s'incarner selon des modalités très différentes.

Communes	Zonage en aire urbaine (INSEE 2010)	Bassin de vie (INSEE 2012)	Population légale 2016 (INSEE)	Évolution de la population 2006-2016	EPCI
Castelnau-de-Médoc	Couronne d'un grand pôle	Castelnau-de-Médoc	4 623	+ 25,0 %	CC Médulienne
Castillon-la-Bataille	Petit pôle	Castillon-la-Bataille	3 160	+ 0,4 %	CC Castillon/Pujols
Créon	Couronne d'un grand pôle	Créon	4 637	+ 21,0 %	CC du Créonnais
Langon	Moyen pôle	Langon	7 377	+ 3,4 %	CC du Sud Gironde
La Réole	Petit pôle	La Réole	4 265	+ 1,3 %	CC du Réolais en Sud Gironde
Lesparre-Médoc	Petit pôle	Lesparre-Médoc	5 794	+ 11,5 %	CC Médoc Coeur de Presqu'île
Libourne	Grand pôle	Libourne	24 880	+ 6,8 %	CA du Libournais
Pauillac	Petit pôle	Pauillac	4 851	- 8,3 %	CC Médoc Coeur de Presqu'île
Saint-Denis-de-Pile	Grand pôle (de Libourne)	Libourne	5 411	+ 14,1 %	CA du Libournais
La Sauve Majeur	Couronne d'un grand pôle	Créon	1 458	+ 6,9 %	CC du Créonnais

Communes	Commune siège de l'EPCI	Nombre d'habitants de l'EPCI en 2016 (INSEE)	Évolution de la population de l'EPCI 2006-2016	Distance au centre de Bordeaux (en voiture)	Distance au centre de Bordeaux (en TC)
Castelnau-de-Médoc	Oui	20 634	+ 29,2 %	49 minutes	62 minutes (Cars NA)
Castillon-la-Bataille	Oui	18 815	+ 7,1 %	60 minutes	73 minutes (TER)
Créon	Oui	16 919	+ 22,0 %	40 minutes	55 minutes (CHNS)
Langon	Non	38 135	+ 15,3 %	49 minutes	25 minutes (TER)
La Réole	Oui	23 660	+ 9,0 %	62 minutes	37 minutes (TER)
Lesparre-Médoc	Oui	29 861	+ 8,0 %	78 minutes	80 minutes (TER)
Libourne	Oui	90 791	+ 12,0 %	45 minutes	23 minutes (TER)
Pauillac	Non	29 861	+ 8,0 %	72 minutes	64 minutes (TER)
Saint-Denis-de-Pile	Non	90 791	+ 12,0 %	52 minutes	55 minutes (TER+Calibus)
La Sauve Majeur	Non	16 919	+ 22,0 %	42 minutes	54 minutes (Cars NA)

Une gouvernance à la carte

Émanant du maire et de l'équipe municipale, les projets de revitalisation s'appuient sur des systèmes de gouvernance très variés. Ainsi, la concertation avec la population ou le partage avec l'intercommunalité se font à des degrés divers.

1 Le projet du maire et de l'équipe municipale...

Le projet de revitalisation du centre-ville apparaît d'abord et avant tout porté par le maire de la commune et soutenu par son équipe municipale. Il a généralement été conçu au moment d'une campagne électorale et a reçu une validation populaire lors de l'élection municipale.

« Notre projet politique, c'est-à-dire " qu'est-ce qu'on peut proposer aux habitants ? ", était fondé sur une analyse atouts, faiblesses, opportunités, menaces, que nous avons réalisée avant les élections avec les membres de la liste. »

Pour autant, l'ambition portant sur le centre-ville n'est pas nécessairement liée à un mandat de six ans. Un élu fait par exemple remonter la genèse du projet au début des années 2000. Un autre considère qu'une politique de revitalisation doit nécessairement déborder le calendrier électoral :

« On a fait un projet d'écriture sur les identités de la commune. On ne parlait pas spécifiquement d'habitat ou de commerce. C'était la naissance de ce qui aboutira à un projet urbain. J'avais compris, grâce à des partenariats et à des gens qui m'ont éclairé, qu'il fallait écrire de la cohérence, rompre avec le court-termisme, ne pas avoir une vision électoraliste de son aménagement urbain, se dire " tiens on va refaire cette rue ". On peut bien sûr passer le budget d'investissement à refaire les trottoirs. Les gens qui habitent la rue sont contents, mais ça ne donne pas d'éclairage particulier sur la ville, et surtout ça ne la rend pas plus attractive pour ceux qui n'y habitent pas. »

2 ... souvent aiguillé par des bureaux d'études

Le projet politique en lui-même a eu besoin de trouver une formalisation technique. En raison du manque relatif de moyens internes, l'appui d'une ingénierie extérieure apparaît comme un facteur décisif. Certaines communes ont pu saisir l'occasion de la préparation de documents de planification (SCoT, PLU et PLUi, PLH) ou des études pré-opérationnelles liées aux conventions OPAH et OPAH-RU pour commencer à décliner un programme opérationnel. Les entretiens réalisés avec les élus ont montré qu'un petit nombre d'organismes sont souvent parties prenantes dans les études et l'opérationnalisation des différents projets de revitalisation. Des acteurs comme l'agence O+, la CCI, inCité, Gironde Habitat ou Aquitanis ont ainsi été souvent cités.

Surtout, certains territoires ont pu bénéficier d'un appui en ingénierie de la part du conseil départemental de la Gironde, avec des bureaux d'études spécifiquement missionnés sur l'élaboration d'un projet de centre-ville. Ils soulignent combien cela leur a permis de franchir un pas qualitatif important.

«Il y a eu en 2010 le lancement d'études sur la revitalisation du centre bourg... Deux ans d'études très denses, avec différents corps comme des architectes, des paysagistes, des urbanistes, des spécialistes de la circulation... Nous avons une grosse problématique avec un taux de vacance très important, une paupérisation du centre-ville et une image très négative du centre, mais plus largement, de la ville elle-même. Lors du rendu de l'étude, il a fallu accepter qu'on avait de très gros soucis et regarder la vérité en face pour voir ce qu'on pouvait faire derrière. Plusieurs axes se sont alors dégagés.»

Le recours à une ingénierie extérieure est bien souvent complété par des regards comparatifs et des échanges avec d'autres territoires.

«La stratégie en faveur du centre-ville a été forgée au moment de la campagne électorale [de 2016]. Le bureau d'étude financé (NP : ou cofinancé ?) par le conseil départemental nous a bien ouvert la voie. Ensuite on a vu des architectes, des urbanistes. Et on s'est déplacé également. Par exemple, je suis allé à plusieurs reprises à Libourne, qui est plus gros que nous mais qui a quand même aussi des problématiques similaires.»

Inversement, quelques communes de l'échantillon ne paraissent pas s'appuyer sur un projet formalisé, soit parce qu'il n'a pas été jugé opportun d'en produire un, soit parce qu'une telle formalisation a été réalisée par un cabinet extérieur mais qu'elle n'a pas été pleinement appropriée par l'équipe municipale en place (l'équipe municipale a pu changer entre temps ou bien n'avait été qu'insuffisamment associée à son élaboration). Il existe alors un risque que les actions engagées soient par trop influencées par des urgences ou par des sollicitations privées (association de commerçants ou intérêts de promoteurs ou d'investisseurs). Le risque apparaît aussi de manquer d'une vision globale et d'un calendrier des priorités.

«Il y a eu une étude de diagnostic en 2013, avec derrière des fiches-actions qui étaient intéressantes. Le cabinet a très bien travaillé, mais dans son coin et sans suivi derrière sur une phase opérationnelle. Voilà pourquoi on fait plein de petites choses, mais sans schéma directeur. On déroule par petits bouts, par touches, on saupoudre, en faisant ce qu'on peut.»

3 Un projet concerté avec la population ?

L'implication de la population dans l'élaboration et la mise en œuvre du projet apparaît également très variable selon les communes. Si un maire a mis en place une démarche de concertation ambitieuse ayant permis à une grande partie des habitants d'être écoutés tant dans la phase de diagnostic que lors de l'élaboration du projet, un autre considère que le projet a été suffisamment exposé lors de l'élection municipale et se contente de présenter un état d'avancement lors d'une réunion annuelle. Entre ces deux positions polarisées, beaucoup de communes s'efforcent de lancer des initiatives, en pointant toutefois les limites de l'exercice.

Je commence à être très mitigée sur la concertation, parce que finalement ce sont toujours les mêmes qui viennent, et souvent les contestataires. Donc ils ne font pas avancer le dossier... Et les commerçants ont aussi toujours leurs propres points de vue. Est-ce que c'est vraiment ça la démocratie participative ? Mais nous organisons des balades urbaines, en invitant tout le monde. L'idée c'est de faire le tour de tous les bâtiments dans la ville pour recueillir les impressions, les envies. Le but c'est d'élargir le type de population présente...

3 Un projet partagé avec l'intercommunalité ?

Les projets de revitalisation du centre-ville peuvent naturellement s'inscrire dans des configurations très différentes selon qu'ils sont directement portés par l'EPCI (comme c'est le cas, dans notre échantillon, pour la communauté de communes du Créonnais) ou par des communes et, le cas échéant, selon que le maire est ou n'est pas, en même temps, le président de l'instance intercommunale.

Obtenir le soutien de l'EPCI apparaît notamment nécessaire pour répondre à des appels à projet ou solliciter des dispositifs de soutien aux actions de revitalisation. Les EPCI peuvent aussi être mis à contribution pour financer des dispositifs intercommunaux (les OPAH notamment) ou cofinancer des actions dont la compétence est partagée (certaines communes de l'échantillon mutualisent ainsi un poste de manager de commerce avec leur communauté de communes).

Si quelques élus nous ont fait part de difficultés rencontrées avec leur EPCI sur certains dossiers (le refus de financer une médiathèque, le risque de voir le siège de l'intercommunalité quitter le centre-ville), d'autres se sont efforcés dès l'amorçage de leur projet de nouer des relations de confiance avec les élus de leur intercommunalité.

«Il n'est pas toujours facile de convaincre l'interco d'autant que la gouvernance des CdC ne favorise pas les villes-centres. Chaque petite commune pèse quasi autant que la grande. De plus, avec l'élargissement des périmètres suite à la loi NOTRe, il n'y a plus forcément de cohérence avec les bassins de vie donc le dialogue n'en est pas facilité. Il a fallu faire preuve de beaucoup de pédagogie, d'allers-retours, d'énergie. Surtout, il a fallu rassurer sur les besoins de financement de la part de la CdC. Une des clés de réussite du projet de revitalisation a été, outre de ne pas réaliser un diagnostic " dans un bocal " et de montrer l'articulation entre les différentes échelles, d'impliquer la CdC dès le début du processus. Et dès lors que leurs représentants étaient associés à toutes les réunions, l'assemblée communautaire a approuvé le plan d'actions. Si l'on veut un vrai effet levier, il est important que l'ingénierie reste communale mais il faut aussi la partager.»

Temporalité des projets

1 La nécessité d'une vision à long terme

La majorité des élus rencontrés affirment la nécessité de penser ces projets complexes et coûteux sur le long terme.

Un projet de revitalisation c'est une politique d'investissement qu'il faut mener en parallèle d'une politique de gestion. Une politique de gestionnaire en bon père de famille ce n'est pas suffisant. Il faut une vision pour la ville, pour le territoire. Ce qui est compliqué quand il faut dans le même temps répondre aux attentes fébriles des habitants sur des sujets urgents et de très court terme (insécurité, problèmes de voisinage, problèmes de propreté etc.) surtout

dans des territoires où les gens se sentent abandonnés, et avoir une vision de moyen-long terme avec un projet à 10 ans.

Toutefois la question du temps politique ne peut être écartée et nécessite d'être pensée pour assurer une stabilité de la stratégie.

2 À articuler avec le temps politique

2.1 Des projets généralement pensés sur deux mandats

Le temps de deux mandats est généralement privilégié pour fixer un cap pour les projets et la question du « donner à voir » reste fondamentale.

«La question de la temporalité est compliquée. Le calendrier politique très ressenti pour un maire, plus que pour un conseiller départemental ou régional. Pour nous 2 ans c'est long. C'est difficile de revenir devant les électeurs en 2020 avec seulement un plan d'actions pour les 10 années suivantes. Y compris pour les membres de l'équipe municipale. Il est difficile politiquement de dire qu'on a surtout travaillé à élaborer un projet pendant les cinq ans écoulés.»

«Oui j'avais dit que je ne ferais qu'un seul mandat, mais on se rend compte que lorsqu'on commence à gratter on n'a pas le temps de tout faire»

2.1 Des projets qui nécessitent des réajustements

Parallèlement, les calendriers initiaux sont largement bousculés au gré des opportunités ou des difficultés auxquelles les communes sont confrontées.

«Ce qui est intéressant c'est qu'au départ il y a le projet de ville et après il y a tout le quotidien avec les opportunités et toutes les impasses qu'il peut y avoir. Effectivement il y a une donnée qui est importante c'est la question du réajustement et on passe notre temps à se réajuster. Voilà un élément important pour toutes les collectivités qui voudraient se lancer dans ce projet c'est que rien n'est acquis ou définitif et qu'il faut perpétuellement passer son temps à se réajuster.»

«Cela a été dense et je pense que les 10 prochaines vont l'être tout autant, mais beaucoup plus visibles en changeant la physionomie de la ville et la façon de pratiquer la ville et c'est celles-là qui seront importantes, car on rentre dans le dur opérationnel avec l'enjeu de renforcer les tendances que l'on sent.»

PARTIE 2

Convergences

Le sentiment d'être à un moment charnière	p.16
Des territoires qui se saisissent des opportunités	p.19
Des politiques sectorielles au service d'un projet global ?	p.22

Le sentiment d'être à un moment charnière

Évolution des modes de vie, changement climatique. Les élus ont conscience de se situer dans une période de rupture avec le développement urbain des dernières décennies et ont à cœur de ne pas rater le train de la redynamisation des centres. S'ils peuvent avoir l'impression d'agir parfois à marche forcée par rapport aux attentes de la population, ils affirment la nécessité d'un changement où la question de l'image prend une dimension toute particulière.

1 Changer de paradigme

Les politiques engagées sur la redynamisation des centres sont l'illustration du sentiment, largement partagé par les élus, de la nécessité de changer de paradigme en termes de développement urbain.

L'urgence climatique mais aussi le besoin de créer du lien social les incitent à redévelopper des politiques de proximité où les centres jouent un rôle fondamental.

« Aujourd'hui nous sommes à une période charnière au niveau du climat, il y a une prise de conscience qui est massive donc il faut radicalement changer. Ce ne sont pas des petites mesures qu'il faut, c'est un plan européen avec des milliards sur la table et pas des centaines de millions. Il faut repenser le monde totalement autrement. »

« Il faut essayer de densifier les centres qui existent parce que ça ne peut plus marcher de continuer à faire grossir les petits villages comme ça. Cela n'a plus de sens d'autant qu'il n'y a pas de transports en commun aujourd'hui, on n'a plus de train malheureusement, donc il faut vraiment réfléchir à tout ça. »

« Je pense que si c'est bien aménagé avec de l'offre et de la qualité, on se sent bien [...] Un endroit on l'on peut s'asseoir

et rencontrer quelqu'un, ça n'a l'air de rien, mais un espace vert en plein centre-ville où tu peux mettre six ou sept tables sous un cerisier alors que ce coin ne vit pas depuis 25 ans pour nous c'est énorme. »

Les politiques de revitalisation des centres sont aussi envisagées comme un moyen de contrebalancer l'hyper-concentration métropolitaine. Dans une logique d'aménagement du territoire, elles sont perçues par les élus comme le bon vecteur pour équilibrer le développement de la Gironde.

« Une question très importante aussi, c'est le développement équilibré, parce que la métropole est une locomotive, mais il ne faudrait pas qu'elle nous étouffe. »

« On est au rendez-vous de l'histoire : soit le fait métropolitain assèche, soit il irrigue. »

2 Habitants et commerçants : des attentes paradoxales

2.1 La culture du tout voiture

Offre en transports en commun inadaptée, équations temporelles compliquées, lieux de travail éloignés... Selon les élus, les habitants des communes interrogées restent très marqués par la culture du tout voiture et peinent à s'en défaire pour accéder au centre ville.

«Tout le monde vient en voiture. J'ai vu une mère l'autre matin, qui habite à 50 mètres de l'école, amener son enfant en voiture. En fin de compte les enfants n'auront plus de jambes dans trois générations parce qu'ils n'en auront plus besoin.»

«Si vous dites à quelqu'un, on va refaire une épicerie on va vous répondre que c'est bien, cela manque, mais les gens vont faire les courses à Carrefour. Donc ils vont juste faire des petites courses d'appoint et n'iront que deux fois, c'est tout, ce qui ne va pas aider l'épicerie à fonctionner alors il faut une autre offre qui donnera de l'intérêt.»

Quant aux commerçants, entre demande d'apaisement et besoin de capter les flux apportés par les automobilistes, ils expriment eux aussi des attentes paradoxales en termes, notamment, de stationnement. Les politiques de piétonnisation ou de contournement du centre peuvent faire l'objet de vives critiques.

«Les gens qui ont des services ou des commerces autour de la place sont les premiers utilisateurs des places de parkings.»

Ainsi, les élus ont parfois le sentiment d'agir à marche forcée face aux attentes de la population.

«On y va par le changement d'habitudes, essayer que les gens aillent un peu plus à pied ou à vélo pour circuler et profitent aussi de la nature en déambulant sur la commune. De toute façon ce qu'il faut savoir, c'est que le " tous circuler, tous stationner ", à un moment donné cela ne sera plus tenable non plus, car on arrive à une limite où là dans le centre-ville on ne peut pas indéfiniment mettre une place de parking devant chaque commerce et en même temps faire en sorte que ça circule pour qu'il y ait du chaland et que les trottoirs s'élargissent pour laisser passer les fauteuils et les poussettes.»

«Je ne suis pas élu pour dire «eh bien c'est comme ça donc tiens il faut en tenir compte». Je suis aussi élu pour dire «c'est comme ça et ce n'est pas bien que ce soit comme ça». Il est hors de question d'encourager les gens dans cette voie-là.»

2.1 Un pari sur les changement des comportements

Face aux réticences de certains de leurs administrés, les élus font toutefois le pari du changement des comportements, notamment chez les jeunes générations davantage en demande de proximité.

«C'est une demande de certaines tranches d'âge. Les jeunes jusqu'à 40 ans ont envie de ça je pense, de l'esprit village dans le bon sens du terme. Les jeunes sont très sensibles à la proximité.»

«L'attente de la population, aujourd'hui, pour moi est de pouvoir aller en voiture partout, mais cela ne pourra pas durer. Il y a une question de génération ou à mon époque la voiture c'était la liberté au vrai sens du terme quand on sortait du vélo. Aujourd'hui il y a aussi une certaine tendance chez certains jeunes de ne pas passer le permis, cela n'est pas massif, mais quand même.»

2.3 Le vieillissement de la population

L'évolution des attentes sociales à l'égard du centre-ville peut aussi découler de l'évolution de la structure par âge de la population.

«Nous sommes sur une commune plutôt dynamique démographiquement, mais avec une part croissante de plus de 60 ans. Ça intéresse ces personnes de se rapprocher d'un centre quand il y a des services et des commerces. C'est aussi pour ça que redensifier le centre, créer de l'habitat dédié à des personnes qui prennent de l'âge, est intéressant.»

3 Changer d'image : condition sine qua non pour la réussite des projets

3.1 Des centres-villes stigmatisés

Les centres-bourgs et centres-villes des communes interrogées pâtissent d'une mauvaise image. Au mieux qualifiés de «vieillots» au pire de «dégradés», leur mauvaise réputation en fait des lieux repoussoirs pour les habitants et les investisseurs.

«On avait du bashing, très fort. Tout y était. Les commerçants détestaient leur ville, les habitants n'avaient plus confiance en leur ville, les observateurs montraient cette ville déclinante, insécure, fade, moche, enfin tout ce que vous voulez. C'était du bashing permanent.»

3.2 Le marketing territorial au cœur du projet

Au-delà des actions concrètes engagées, de nombreux projets de revitalisation s'appuient sur un marketing territorial poussé. Les certifications et les labels sont ainsi largement mobilisés (Ville d'Art et d'Histoire, label Unesco). Pour certaines communes, ce changement d'image est au cœur de leur stratégie de redynamisation de leur centre.

«Je crois que la reconquête d'un territoire joue beaucoup sur le marketing territorial, on a réussi à renverser le truc assez vite, en un an, parce que au-delà de convaincre les partenaires, les machins, les habitants, les bidules, on a convaincu la presse aussi [...] Puis on s'est remis à avoir le vent dans le dos. C'est comme en foot.»

«On s'était toujours dit que le jour où l'on aura un projet il faudra communiquer et notamment autour de Bordeaux. Donc on a acheté des pages entières sur le C-news et le 20 minutes. On a distribué des fascicules dans toutes les agences immobilières jusqu'aux portes de Bordeaux. Pour la dernière opération nous avons pu avoir une centaine de panneaux d'entrée de ville Bordeaux Métropole pour communiquer. Il y a aussi aujourd'hui des événements culturels majeurs qui permettent d'accompagner notre communication institutionnelle au travers des festivals.»

3.3 Gagner en visibilité

Le travail sur l'image de la commune et de son centre a plusieurs cibles. Il s'agit dans un premier temps d'attirer des investisseurs privés et de nouveaux habitants. Mais il permet également de gagner en visibilité auprès des acteurs institutionnels pour bénéficier des subventions et dispositifs d'accompagnement.

«Pour obtenir mon ORT, j'ai dû tenir un discours de combat, contre les seuils démographiques techno alors que toutes les garanties du succès étaient posées.»

«Il a fallu aller au bout des compétences de la commune (ingénierie sur le logement insalubre et indigne, les pouvoirs de police du maire etc.) pour prouver à l'État qu'on était allés au bout du bout et qu'on n'avait pas les moyens d'aller plus loin tout seuls. On ne nous a pas déroulé le tapis rouge. Maintenant que c'est fait, je vais pouvoir faire évoluer mon discours vers un discours de solutions, de prospective.»

La capacité d'interpellation des élus des échelons institutionnels supérieurs semble aussi être une garantie d'accès aux dispositifs.

«Je vois un intérêt au cumul des mandats, le fait d'être conseiller départemental, même si je suis dans l'opposition, ça me permet d'avoir un dialogue direct avec le président.»

«Je me suis présenté aux départementales et j'ai été battu. Je me dis que c'est dommage parce que si j'avais été élu, je serais là-bas et je pourrais, pour notre commune et pour les autres de même ampleur, trouver le bon interlocuteur.»

Des territoires qui se saisissent des opportunités

Les communes rencontrées nous ont démontré leur capacité à se saisir des opportunités qui s'offrent à elles, qu'elles soient conjoncturelles ou structurelles, exogènes ou endogènes. Elles mobilisent ainsi les nouveaux outils et financements à leur disposition mais cherchent également à profiter de la manne touristique ou du potentiel d'investissement des acteurs économiques locaux.

1 Une forte capacité à mobiliser les aides et les outils

1.1 Des moyens humains et financiers limités

Avec des populations qui varient entre 3 200 et 25 000 habitants, les communes interrogées disposent de moyens humains et financiers limités pour conduire leurs actions.

«Le processus est un peu au dessus des moyens de la commune en termes d'ingénierie. On est peu staffés. Quand on nous dit : "vous ferez ça avec vos services", j'explique que les services c'est moi et la Directrice Générale des Services et que nous avons besoin de dormir au moins deux heures par nuit.»

«On a les moyens d'une commune de 4 500 habitants.»

«Ce sont des démarches extrêmement longues sur lesquelles on est limité car cela demande un suivi au quotidien et en comparaison avec d'autres collectivités qui ont un service dédié à la lutte contre l'habitat indigne qui fonctionne avec trois personnes...»

«Techniquement nous n'avons pas les services pour nous dire il faut enclencher telle ou telle procédure, car sur ce volet-là nous ne sommes pas armés. Il nous aurait fallu un bureau d'étude pour nous dire sur ce coin-là voilà ce qu'il

vous faut, ce que vous pouvez faire ou surtout ne pas faire.»

«Le DGS il est aussi DGS de la communauté de communes et du coup ça devient très compliqué. Nous souffrons trop. Il est excellent mais là il explose.»

1.2 Une mobilisation très importante des aides et des outils

Les territoires rencontrés se caractérisent par leur capacité à mobiliser les outils et les aides (financières ou en ingénierie) à leur disposition.

Ainsi la quasi-totalité des communes interrogées a signé une convention avec l'Établissement Public Foncier de Nouvelle Aquitaine (EPF) et toutes ont mis en place les nouveaux outils de lutte contre les marchands de sommeil que sont le permis de louer et le permis de diviser. Accords cadres, Appels à Manifestation d'Intérêt, contrats de ruralité, contrats de ville d'équilibre, programme action cœur de ville sont aussi largement utilisés.

2 Tourisme et patrimoine : des leviers fondamentaux

2.1 Tourisme

Le développement de l'activité touristique est perçu par de nombreux territoires comme un levier très important pour la revitalisation des centres.

«On a un potentiel touristique très important mais qui n'est pas exploité à sa juste valeur. Et Saint-Emilion pas loin aussi...il faut surfer là-dessus aussi.»

«Comment capter le million de touristes du Saint-Emilionnais ? en devenant une étape sympa.»

Toutes les communes situées en bord de Garonne ont cité l'arrivée des bateaux de croisières comme une opportunité sur laquelle s'appuyer pour redynamiser le commerce de centre-ville. Certaines communes en font même la pierre angulaire de leur projet.

«Nous sommes vraiment dans cette logique qui est de savoir comment on va redonner cette image de village français. Pour un touriste américain l'image qu'il se fait de la France c'est ça. Tout comme quand vous allez dans un Ritz Carlton, c'est rococo, mais c'est l'image de ce qu'était le luxe à l'ancienne. C'est ce que certains touristes veulent donc l'idée était aussi d'essayer de créer dans le centre-ville une notion de village.»

«Les touristes ont plusieurs besoins tels que celui de consommer donc il faut créer les bonnes conditions pour que les commerces s'installent et cela passe par l'emplacement qui doit être dans une rue accueillante, plutôt dans une logique de piétonnisation de l'espace public sur lequel on va pouvoir installer du commerce et créer un de parcours de visite.»

«On a aussi les bateaux de croisière fluviale. On va renforcer la stratégie oenotouristique en développant, dans le centre, de l'accueil massif de touristes.»

2.2 Patrimoine et identité

Le patrimoine est aussi un point d'appui largement convoqué pour la revitalisation des centres.

Les élus relèvent qu'il est toutefois important de renouveler les approches classiques de la gestion patrimoniale en y intégrant la question des usages pour ne pas figer les centres ni renforcer leur image vieillotte.

«Nous ne voulons pas de muséification. L'approche patrimoniale du projet est très forte mais par elle passe par l'usage. On ne part pas dans la solution la plus simple, car on a une ZPPAUP, des sites inscrits, des sites classés, des monuments historiques et tous nos projets sont confrontés à des comités de pilotage ou nous devons défendre notre position de valorisation de patrimoine par l'usage. En phase opérationnelle ce sont des choses qui peuvent être complexes.»

«Nous souhaitons un retour sur le patrimoine, car nous avons obtenu le label ville d'art et d'histoire. Nous nous sommes aperçus que ce label était une très bonne chose au niveau rayonnement, mais en même temps cela donnait une image un peu vieillotte d'une ville à visiter et non pas à habiter.»

Si certains élus avouent s'inspirer de projets réalisés ailleurs (Bordeaux, une autre ville moyenne en Gironde ou dans un autre département) la plupart mettent en avant le fait que leur projet cherche à révéler une identité locale qui lui est propre. Les modèles urbains et normalisés proposés par certains bureaux d'étude sont largement critiqués.

«L'étude a été présentée en séance publique et cela a été un fiasco parce que les gens sont partis en disant que cela ne correspondait pas. Ils nous exposaient en projetant des images de Montpellier, mais ils ne mettaient pas en situation ce qu'il était possible de faire chez nous.»

«On nous a proposé un modèle très urbain, "vous supprimez toutes les voitures de votre centre-ville, vous faites une très belle place, vous créez des logements sociaux et de toute manière les logements sociaux vont vous financer vos équipements publics", je pense que ces personnes-là, ça fait longtemps qu'elles ne sont pas sorties de Bordeaux.»

3 S'appuyer sur les tissus économiques et associatifs locaux

3.1 Inciter les investisseurs locaux à faire le pari du centre-ville

Certaines communes se situent dans un contexte économique dynamique. Les acteurs économiques locaux peuvent alors endosser le rôle d'investisseur pour la réhabilitation et la redynamisation des centres. Charge aux élus de les convaincre de l'opportunité de ré-investir les centralités.

« Avec les châteaux de la commune, nous avons créé un fonds de dotation et ils me donnent 400 000 euros par an, car je les ai sensibilisés. »

« Je leur ai dit que c'était gagnant/gagnant vu que nous avons, entre autre, investi une partie de l'argent dans les écoles et que ce sont leurs employés qui y ont leurs enfants. C'est un cercle vertueux. »

3.2 Des communes riches de leur monde associatif

Les associations sont également pointées comme un relais essentiel pour faire le lien entre les projets portés par les municipalités et la population.

« Pour nous ce qui est positif dans la commune c'est que depuis qu'on a les seniors actifs, on a créé des choses que nous n'imaginions même pas en début de mandat, que nous n'avions même pas mis en campagne. Il s'agit de jeunes retraités qui ne veulent pas être dans les clubs du troisième âge, mais qui ont du temps et veulent l'utiliser. C'est vraiment quelque chose qui marche formidablement bien et je pense qu'on va être copié très rapidement. Ce groupe-là justement on aimerait le retrouver sur les balades urbaines parce qu'il est constructif et pleins d'idées qui sont en plus logiques en sachant qu'on a quand même des finances à tenir. Ils sont respectueux de tout ça. Là on a une bonne équipe. »

« Quand on regarde la typologie des habitants on a ceux qui quittent Bordeaux notamment le milieu culturel vu qu'il y a pas mal d'associations qui sont venues ici. »

« Politiquement, depuis très longtemps on a encouragé le développement des associations, la plupart des services publics (en tous cas pour ce qui concerne la communauté de communes) sont délégués à des associations et c'est vraiment une volonté politique d'avoir sur le territoire des gens qui s'intéressent à la chose publique à travers des bureaux associatifs et des conseils d'administration. »

3.3 Les marchés : un modèle à préserver et à renforcer

Vecteurs de lien social, s'appuyant sur un modèle économique local et donc vertueux... Les marchés sont largement identifiés comme un modèle à préserver voire à renforcer.

« Il y a le marché qui est fondamental et qui explique pourquoi on ne peut pas faire n'importe quoi sur cette place, parce qu'il faut que le marché se tienne et que s'il ne se tient pas là il est mort. »

« Le marché est une belle locomotive, il a pris de l'ampleur ces trois dernières années puisque nous l'avons remodelisé, on a créé de la densité. On a bloqué l'accès aux voitures, il y a une voie qui est dédiée uniquement au marché, si bien que les couples qui arrivent avec les gamins, ils sont tranquilles. J'ai également goudronné la place et j'ai matérialisé les emplacements puisqu'ils me disaient qu'il n'y avait pas assez de places et se garaient dans tous les sens. J'ai également dédié un emplacement de ce parking à des barriques clouées au sol. »

Des politiques sectorielles au service d'un projet global ?

Bien que conçus comme des systèmes, les projets de revitalisation se concrétisent dans des actions thématiques dont le degré de complexité et de maturité est très variable. Ainsi, si l'aménagement d'un espace public est au cœur de la compétence des communes, les actions sur le commerce sont moins consensuelles et nécessitent de mettre en place des partenariats complexes. Reste également à trouver la bonne recette pour passer d'une logique de silos à un projet global.

1 Agir sur les espaces publics : le cœur de compétences des communes

L'aménagement de l'espace public est souvent la première action entreprise par les collectivités porteuses d'un projet de revitalisation. Il est souvent nécessaire pour « remettre à niveau » des espaces déqualifiés et vieillissants et répond parfois dans un premier temps à des impératifs techniques.

« Oui les espaces publics étaient très déficients, aujourd'hui ce n'est pas encore ça. Ce dont on ne se rend pas compte quand on arrive sur le territoire c'est qu'on a l'impression de s'inscrire dans une normalité, mais ces premières actions sur l'espace public c'était aussi répondre à des impératifs techniques. »

« On a dû mettre en sécurité le centre-ville du point de vue des inondations avec de gros travaux d'infrastructures, on a requalifié la rue commerçante. On était dans une gestion dans l'urgence, il fallait poser des rustines. »

De plus les actions sur l'espace public sont visibles et relèvent de la compétence communale donc sont faciles à porter. Elle permettent également de donner un signal de changement.

« On avait besoin de relooker la commune. On essaye d'agir sur ce que nous pouvons contrôler dans un premier temps. »

2 Politiques de l'habitat : des collectivités bien outillées et expérimentées

Les actions sur l'habitat sont souvent bien maîtrisées par les communes. La quasi-totalité d'entre elles ont mis en place des actions opérationnelles de type Opération Programmée de l'Habitat (OPAH) et sont accompagnées par les Établissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI) auxquelles elles appartiennent et par les services de l'Agence Nationale de l'Amélioration de l'Habitat (ANAH).

Elles ont toutefois des degrés d'intervention variés qui vont de la médiation à la préemption en passant par l'incitation. Elles ont mis en place des outils de lutte contre les marchands de sommeil tels que le permis de louer et le permis de diviser.

Bien outillées, souvent expérimentées, elles considèrent l'enjeu de la rénovation de l'habitat comme central pour la réussite de leur projet de revitalisation.

En effet, elles l'identifient comme un levier indispensable pour faire évoluer la sociologie des habitants des centres (souvent très marqués par la pauvreté) vers davantage de mixité.

3 Des actions sur le commerce plus compliquées à mettre en place

Plusieurs élus font part de difficultés plus grandes à agir sur la revitalisation commerciale de leur centre-ville que sur la requalification des espaces publics et sur les questions d'habitat.

Les objectifs sont néanmoins clairement exprimés. Au-delà d'une diminution du taux de la vacance commerciale, qui renvoie une image péjorative de la commune, il s'agit à la fois de permettre à la population résidant en centre-ville de pouvoir accéder facilement à des services commerciaux du quotidien (selon la taille des communes il peut par exemple s'agir d'au moins une supérette et une boulangerie), de disposer de lieux où il est possible de se rassembler (cafés, bars, restaurants), mais aussi d'accompagner une mutation du tissu commercial existant afin qu'il monte en gamme.

«À une époque il y avait plus de cent magasins dans la rue. On ne les aura jamais plus. C'est le contexte, les gens ne vont plus aujourd'hui dans le centre-ville pour acheter une bouteille de bière ou un kilo de sucre. Il y a internet et les grandes surfaces. Toutes les villes qui ont réinvesti leur centre et qui ont réussi, c'est avec des commerces de qualité et des produits qu'on ne trouve pas dans les zones commerciales.»

Dans ce contexte, les relations entre la municipalité et les commerçants en place apparaissent parfois tendues. Alors que ceux-ci sont souvent les premiers acteurs à appeler de leurs vœux une politique en faveur du centre-ville (parfois en exprimant leur mécontentement vis-à-vis de la mairie) ils peuvent à leur tour se voir reprocher de ne pas faire suffisamment évoluer leurs pratiques, leur offre et leurs horaires d'ouverture pour s'adapter aux nouveaux usages des consommateurs.

La principale difficulté paraît cependant relever des outils à mettre en place. Une large palette de leviers est disponible et la totalité des territoires interrogés ont d'ores-et-déjà mobilisé au moins l'un d'entre eux¹. Mais ces outils sont potentiellement coûteux. Surtout, ils sont nombreux et il est malaisé de les hiérarchiser. Leur rapport efficacité-coût est difficile à évaluer parce qu'ils sont parfois récents donc peu éprouvés et que leurs effets ne pourront être appréhendés qu'à moyen ou long terme. L'ingénierie en matière commerciale paraît ainsi encore insuffisante, y compris celle à laquelle les communes peuvent recourir en externe, qui fait parfois l'objet de critiques. D'où souvent le sentiment de tâtonner et d'expérimenter, quitte à devoir le cas échéant revenir en arrière.

«Nous avons interdit de transformer les locaux commerciaux en habitat sur toute la rue. Mais je pense que si nous sommes réélus on modifiera cette politique, car la première portion de cette rue ne verra plus de création de commerces. Les magasins y sont fermés depuis des années et cela fait très sale. Donc je pense que, sur ce segment-là, lors d'une rénovation des bâtiments, il nous faudra imposer aux propriétaires d'enlever la façade commerciale en créant une véritable entrée de maison de ville. En revanche, sur la deuxième portion c'est plus animé, et on continuera à exiger qu'il n'y ait pas de création de logements en rez-de-chaussée.»

1. Création de postes de managers de commerce, interventions auprès des propriétaires pour diminuer les loyers, recherche de nouveaux commerçants potentiels, préemption de locaux commerciaux (y compris désormais dans le cadre d'une convention avec l'EPF-Nouvelle-Aquitaine), remembrement de cellules commerciales, mobilisation de promoteurs (notamment des acteurs du logement social) pour la création de locaux commerciaux en rez-de-chaussée, interdiction par le PLU d'implanter des commerces sur certains secteurs et, inversement, sanctuarisation de linéaires commerciaux existants, campagnes de communication en faveur du centre-ville commerçant, etc.

Enfin, une autre difficulté renvoie à l'embarras du positionnement des élus par rapport au développement des zones commerciales périphériques.

«On a une zone commerciale, qui est très active mais qui est aussi notre commerce de proximité. Or si on n'avait pas cette zone avec le supermarché et les galeries, les gens ne viendraient pas au centre-ville faire leurs courses. Comme nous l'a dit la CCI, ils iraient dans les grandes zones commerciales en dehors du bassin de vie. C'est la difficulté : notre zone commerciale ne facilite pas le fonctionnement du centre-ville, mais sans elle ça ne marcherait pas forcément mieux...»

«Quand je vois nos habitants aller jusqu'à Bordeaux pour Décathlon, je ne trouve pas ça normal. Il nous faut cette enseigne ici et une zone commerciale digne de ce nom. Parallèlement la Région nous dit qu'il faut réinvestir le centre-ville... Or Décathlon ne viendra jamais dans notre centre-ville où il n'y a que des magasins de 50 m². Il faudrait remembrer une vingtaine de magasins pour le faire venir et, même avec ça, je suis persuadé qu'il ne s'y planterait pas. Donc il faut des zones commerciales, même s'il ne faut pas faire n'importe quoi.»

Ce débat doctrinal s'inscrit dans un contexte peu facilitant de concurrence territoriale. Le principe de liberté d'implantation des commerces, couplé à un droit du sol commercial qui continue dans une large mesure à relever de l'autorité municipale (y compris, en raison des modes de fonctionnement de la CDAC, pour les établissements qui doivent solliciter une autorisation d'exploitation commerciale), a conduit certains maires interrogés à préférer que les grandes surfaces s'implantent à l'entrée de leur ville plutôt qu'au-delà de leur périmètre communal.

«Aujourd'hui, en tant que maire, je suis en train de faire quelque chose qui va à l'encontre de ce que j'aimerais faire. Mais je n'ai pas le choix. Le supermarché de centre-ville ne peut pas se développer parce qu'il est inséré dans un tissu urbain. Soit j'accepte que mes commerçants se déplacent pour conserver une activité sur la commune, soit je n'ai plus de commerces et ils vont tous aller dans les communes d'à-côté et ils pourront faire ce qu'ils veulent,.. 85 % des habitants vont faire leurs courses ailleurs, donc si je veux ancrer des habitudes de consommation sur ma commune, j'accepte la création d'un beau supermarché, et après je me débrouille comme je peux pour convertir l'actuel site en quelque chose qui permette une activité de service.»

4 La question des mobilités souvent réduite au thème du stationnement

La question du stationnement est au cœur de nombreuses questions voire crispations entre élus et commerçants. Entre besoin d'apaisement et nécessité de conserver le flux, les réponses sont difficiles à trouver.

« L'enjeu c'est de sortir les voitures pour rendre la place plus agréable. On tourne autour de cette question depuis des années pour rendre cette place piétonne avec des hurlements des commerçants autour. Les commerçants s'agaçaient parce que les PV font fuir la clientèle. Je ne dis pas que c'est pas vrai, mais seulement que cette affaire est sans fin. »

« On m'a alors dit que si j'engageais des travaux dans cette rue il n'y aurait plus de parking à cause des réglementations, des trottoirs, des Personnes à Mobilité Réduite (PMR)...les commerçants me reprochent donc le fait qu'il n'y ait plus de parking dans cette rue-là. Nous avons créé 108 places sur un nouveau parking qui est rempli aux trois quarts, mais nous cherchons toujours un accès direct à la rue principale, mais nous n'avons pas d'accès direct, car il y a des habitations, donc on cherche bien évidemment à améliorer ce point avec un achat éventuel qui permettrait un petit accès piéton. »

Pour les communes traversées par des axes de transit, la question de l'apaisement est également au cœur des enjeux.

« On joue sur quelques sens de circulation, quelques stops, des zones trente, mais dès qu'on veut faire un gros travail il y a toujours une problématique avec les camions et également les coûts. Ce qui fait " qu'on laisse un peu " car on ne sait pas par quel bout le prendre. »

5 Une synergie entre actions et une organisation dans le temps à trouver

La plupart des territoires portent un projet de revitalisation de leur centre global et systémique. Le plus grand défi reste toutefois à trouver une synergie entre les différentes politiques sectorielles. Entre phasage et « coup de force » pour donner un signal de changement, l'équilibre reste à trouver.

« On a une logique systémique du projet, il faut pousser tous les curseurs en même temps ».

« Au départ on voulait tout mener de front, mais on a un peu levé le pied sur les commerces parce qu'il est très compliqué de mettre en place des commerces dans un centre ancien, surtout si celui-ci est vide. Les principaux clients du centre ancien sont quand même ceux qui habitent en centre-ville et en même temps pour fréquenter un centre-ville si on le sent trop vide cela ne donne pas envie. On avait pas mal de retard sur l'aménagement urbain, car on avait beaucoup de zones qu'il fallait complètement réhabiliter. »

Conclusion

Comprendre comment s'incarne l'injonction à «redynamiser les centres». Voilà un des enjeux de cette étude qui s'appuie sur des entretiens avec des élus girondins qui portent un projet de revitalisation.

Entre satisfaction et doutes, fierté et incertitudes, la mise en récit des projets par les maires révèle la complexité et la diversité des politiques de revitalisation des centres en Gironde.

Au delà des guides et des recettes pour revitaliser, ils s'appuient sur les ressources techniques et politiques locales pour développer des projets singuliers et fédérateurs. La question des moyens humains et financiers reste au coeur des préoccupations.

Certains sujets restent toutefois dans l'angle mort, faute de moyens, de méthodes ou d'ingénierie adaptée.

Par exemple, à défaut de pouvoir mobiliser les outils traditionnels de l'observation territoriale (les données disponibles et leurs échelle paraissant comme particulièrement inadaptés), les questions de suivi et d'évaluation ne sont que peu anticipées. Elles sont pourtant essentielles pour guider la mise en œuvre des projets. Il s'agit donc de les ré-inventer selon des modalités alternatives, innovantes et collectives où la parole habitante et les questions d'usage doivent être intégrées. En effet, si la donnée quantitative n'est pas toujours disponible aux échelles souhaitées ni même l'année souhaitée, l'avantage des «petits territoires» est leur connaissance fine de leurs espaces, des flux et des stocks, des populations, des commerces, des constructions...

L'expertise doit ainsi être mobilisée pour accompagner, révéler et prendre de la distance mais ce sont bien les élus, les habitants et les usagers qui viennent nourrir la connaissance.

Annexes

Liste des acteurs rencontrés

17 personnes interrogées

Castelnau-de Médoc

Eric Arrigoni - Maire

Lora Chibois Joubert - Directrice Générale des Services

Castillon-la-Bataille

Jacques Breillat - Maire

Alice de Sigy - Directrice Générale des Services

Communauté de communes du Créonnais

Mathilde Feld - Présidente de la communauté de communes

Pierre Gachet - Maire de Créon

Alain Boizard - Maire de La Sauve-Majeur

Pascale Berthelot - Directrice Générale des Services

Saint-Denis-de-Pile

Fabienne Fonteneau - Maire

Langon

Philippe Plagnol - Maire

La Réole

Bruno Marty - Maire

Marc-François - Chef de projet La Réole 2020

Lesparre-Médoc

Bernard Guiraud - Maire

Jean-Claude Laparlière - adjoint au maire

Libourne

Philippe Buisson - Maire

Blandine Machelon - directrice de projet

Pauillac

Florent Fatin - Maire