

LE ROLE DU COMMERCE DANS L'ANIMATION ET LA
REANIMATION DES CITES

-Temps de parole limité à 20 minutes-

1 - L'ARMATURE COMMERCIALE LILLOISE ET LES CARACTERES DE SON EVOLUTION RECENTE :

- a) Lille, premier pôle commercial de la métropole.
- b) Comment se présente le tissu commercial Lillois ?
- c) L'évolution récente de l'activité commerciale à Lille.

2 - MUTATIONS URBAINES ET MUTATIONS COMMERCIALES : L'ACTION DE LA MUNICIPALITE

- a) L'aménagement du centre-ville (plan de circulation, voies piétonnes, Nouveau Siècle)
- b) le Rôle du métro dans l'animation commerciale des quartiers (en particulier à Fives et Wazemmes).

CONCLUSION :

- Préserver un équilibre entre l'activité commerciale du centre et des quartiers d'une part, des commerces de détail et des grandes surfaces périphériques, d'autre part.
- Donner par les équipements réalisés et l'aménagement urbain une certaine "qualité de la ville".

X Commerce et assurances de la Cité

7 Jours de ④

facte si culacii
vite / comarce
si eliacii
comarce
si defende -

fair
amirato
civilisativ

la prospérité
a cette
desordre
expansion
↳ curi

epi labes
under the
curvature of the
rostrum / posterior

- outline

1. Naessin de Bourgoigne marquise = marbache

- ③

- 1

- Sept 6 '06

- 4

Little results
Communicants

l'activité commerciale. Elle est aussi une preuve de la solidarité économique entre les différents responsables, sans aucun esprit corporatiste.

- o Avant d'évoquer le rôle que la Municipalité joue et entend jouer vis-à-vis de la profession commerciale, je voudrais souligner la place particulière de Lille dans l'équipement commercial de la Métropole.

L'animation commerciale de Lille / caractères particuliers du centre

A) LILLE, PREMIER POLE COMMERCIAL DE LA METROPOLE

- o Avec plus de 6 000 boutiques et magasins l'an dernier, plus de 15 000 emplois commerciaux, Lille représente le principal pôle commercial de la métropole. Ville - centre typique, Lille dispose à la fois de commerces banaux importants et variés (alimentaires notamment) qui équivalent à 25 % du total des commerces, tandis que les commerces dits "anomaux" concentrés essentiellement dans le centre et le long de certains axes, représentent les 3/4 des commerces lillois.

*données
fabriques*

- o Variété et complémentarité sont donc les caractères prédominants du profil commercial lillois.

B) COMMENT SE PRESENTE LE TISSU COMMERCIAL LILLOIS ?

Il faut y distinguer le centre-ville proprement dit, que chacun connaît, et où l'évolution de l'activité commerciale a été la plus forte. Coeur de Lille, il est également un des quartiers les plus animés. La diversification des commerces, liée en grande partie au succès du secteur piétonnier, en font une zone d'attraction commerciale privilégiée, où l'on compte certains week-ends plus de 10 000 personnes par jour !

*à l'intérieur
Centre*

urbaine
de la ville

commerces →
les villes
nécessaires dans la
ville

On compte par ailleurs d'autres secteurs tout aussi dynamiques, tels que Wazemmes et la Rue Gambetta, Fives et la Rue Pierre Legrand, ainsi que le Vieux-Lille.....

Le Jumeau / l'ancien / la rue

Vous évoquiez tout à l'heure, Monsieur le Président, l'appauvrissement du potentiel et du tissu commercial. Je crois que, s'il faut reconnaître certaines difficultés qu'éprouvent les commerces dits "de proximité", et notamment la traditionnelle épicerie - buvette de certains quartiers et en général le petit alimentaire, ceux-ci ont indéniablement un rôle essentiel dans la vie sociale de ces quartiers et font partie de l'âme même de Lille....

C) L'EVOLUTION RECENTE DE L'ACTIVITE COMMERCIALE A LILLE :

La ville de Lille, comme toutes les grandes unités urbaines françaises, a subi l'influence de nombreux facteurs qui ont contribué à la modification de sa structure commerciale :

- . diminution des points de vente (en particulier pour le commerce alimentaire)
- . valorisation du commerce de haut niveau dans le centre-ville où disparaît progressivement le commerce banal
- . concurrence effrénée des grandes surfaces périphériques
- . difficultés pour certains types de commerces situés de manière plus diffuse dans les quartiers.

Au-delà de cette évolution dont certains éléments nous échappent d'ailleurs, il importe avant tout de préserver un certain équilibre dans l'activité commerciale de la cité. L'action de la Municipalité est claire. Faire de Lille, qui a hérité de son riche passé un tissu urbain très dense, une grande ville, accessible par un plan de circulation cohérent et efficace, animée par la variété et la qualité de ses commerces, plus humaine par son cadre de vie.

villes accessibles
villes animées
villes humaines

villes laisses
croissance de Lille

des nouvelles
commerces

2 - MUTATIONS URBAINES ET MUTATIONS COMMERCIALES : L'ACTION DE LA MUNICIPALITE

*selon le plan
au matériel
piétons*

La ville de Lille a engagé depuis de nombreuses années une politique dynamique d'aménagement urbain, en liaison étroite d'ailleurs avec la Chambre de Commerce.

Il y a 15 jours encore, techniciens municipaux et techniciens de la Chambre de Commerce étaient réunis autour d'une même table pour mettre au point le plan de circulation de la ville de Lille pour l'horizon 1983.

Cet esprit de concertation, quoiqu'en disent certains, nous l'avons toujours eu, et il nous a permis de réaliser des équipements notamment dans le centre-ville, dont l'intérêt est aujourd'hui reconnu par tous.

Mais nous voulons aller plus loin.

A) L'AMENAGEMENT DU CENTRE-VILLE :

ville accessible

o Notre premier souci a été de rendre le centre-ville accessible. L'augmentation de la circulation automobile, de l'ordre de 6 à 7 % par an, nécessitait un plan de circulation cohérent et efficace.

o Les objectifs de ce plan sont :

1° Réorganiser l'ensemble de la circulation à l'échelle de la ville, en orientant les flux de transit vers les axes périphériques.

2° Rationaliser l'accès au centre-ville (ring de desserte, extension du secteur piétonnier).

3° Adapter l'offre de stationnement à la demande (ouverture prochaine du parking de 900 places au Nouveau Siècle)

4° Privilégier l'accès au centre-ville des transports en commun, afin de dissuader l'utilisation des voitures particulières.

L'extension du secteur piétonnier à l'ensemble du centre-ville, et notamment à la Place du Général de Gaulle, ainsi que l'aménagement de la Rue Nationale, devraient faciliter la fréquentation du centre-ville, et renforcer ainsi son attractivité. Chaque année marquera une étape de plus vers un centre-ville moderne réservé aux piétons.

o Mais, ainsi que vous le disiez tout à l'heure, Monsieur le Président, nous ne sommes pas "absorbés" uniquement par des "préoccupations d'équipement et d'infrastructures". La ville de Lille porte un intérêt tout particulier à la diversification des activités commerciales et facilite au maximum leurs implantations :

X . FNAC (Place du Général de Gaulle)

X . Projet "Galerie des Arcades" SORIMET dans l'îlot rue du Sec Arembault, de Paris, des Tanneurs.

X Cela ne nous fait pas oublier pour autant la vie commerciale des quartiers et de ceux notamment qui sont actuellement touchés par les chantiers du métro (Fives et la Rue Pierre Legrand)

B) ROLE DU METRO DANS L'ANIMATION COMMERCIALE DES QUARTIERS :

- Il facilitera l'accès au centre-ville
- Il donnera une meilleure unité à la ville, de par son tracé et la desserte qu'il effectuera.
- Il sera un élément essentiel de promotion économique de la ville.

Made
Quartiers