

FICHE PROJET N°3 :

LES COMMERCES

1.1 CONTEXTE ET OBJECTIFS

Cette fiche a pour objet de dresser sommairement, dans le cadre de la mission qui nous occupe, une analyse globale de l'appareil commercial de Tubize. L'objectif est de pouvoir **identifier un périmètre commercial** pour le centre-ville et ainsi formuler des recommandations quant à la structuration du commerce.

Afin de mener à bien cette tâche, un relevé a été réalisé sur le centre-ville. Ce relevé identifie les cellules commerçantes existantes, de manière à pointer les centralités et définir un périmètre commercial de centre ville ; il précise également les fonctions regroupées en grandes catégories, ce qui permet d'identifier les types de commerces présents dans les nodules existants.

1.2 ETAT DES LIEUX

1.2.1 LA SITUATION ACTUELLE

L'Atlas du commerce en Wallonie¹ nous apprend que le nodule commercial appelé Tubize-Centre comprend une surface de vente nette totale de 26.000 m² répartie en 202 points de vente, ce qui fait du centre de Tubize un nodule commercial de taille moyenne avec des cellules commerciales de taille relativement importante pour un centre-ville. En 2012, la répartition des commerces par grands types était la suivante :

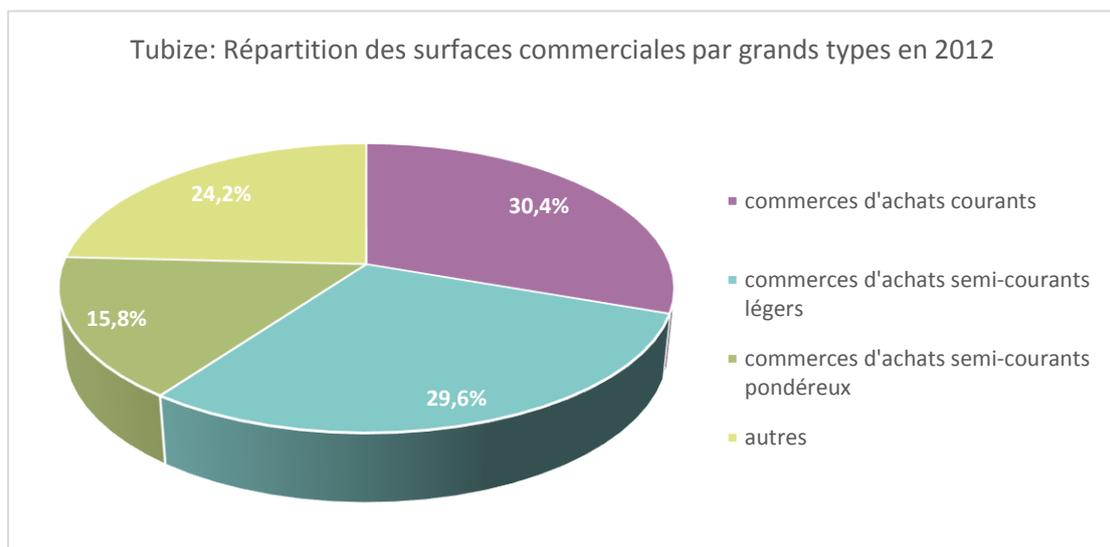


Figure 1 : structure commerciale de Tubize

¹ Atlas du commerce en Wallonie, ULG SEGEFA, Presses universitaires de Liège, 2014

Tubize est un centre d'achats courants de proximité. Le taux de pénétration pour ce type d'achat est très important : plus de 70% des habitants font leurs achats courants dans la commune. L'autre secteur important est la catégorie « autres » qui reprend essentiellement l'Horeca et les services. Les commerces d'achats semi-courants de type lourd - que l'on rencontre plus spécifiquement dans les centres commerciaux périphériques privilégiant l'accessibilité routière - sont par contre très peu représentés.

On notera que la part de cellules vides atteint 17%, ce qui est assez important mais malheureusement assez fréquent dans les nodules commerciaux de centre-ville.

Par contre, la surface commerciale a augmenté de plus de 20% entre 2010 et 2012, ce qui fait de Tubize une des communes les plus dynamiques de Wallonie en termes d'accroissement de surface commerciale. On voit là bien sûr l'effet de l'ouverture du centre commercial Côté Senne sur le site de Fabelta.

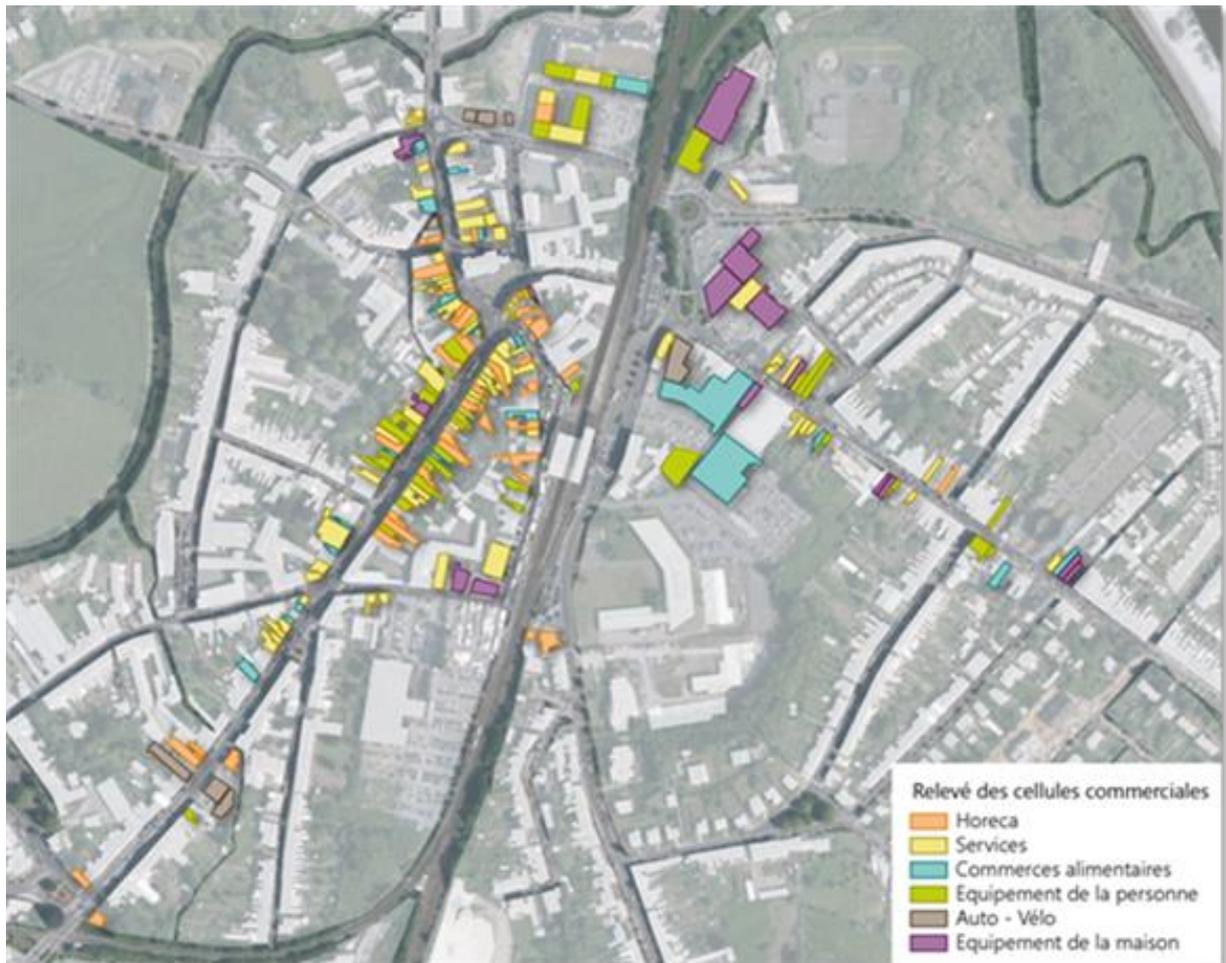


Figure 2 : relevé des cellules commerciales du centre-ville (terrain)

Le relevé de terrain réalisé durant l'été 2015 nous donne des indications plus précises sur la typologie et la répartition des cellules commerciales.

Le commerce à Tubize se structure essentiellement autour de la RN6 qui constitue l'un des principaux axes « passants » de la commune. Dans l'appareil commercial tubizien, il existe plusieurs moteurs commerciaux :

- Le complexe commercial lié à l'opération Fabelta, dénommé Côté Senne, qui abrite des cellules commerciales de grande taille occupées en bonne partie par des enseignes franchisées ;
- Le complexe de l'Espace Champagne (Carrefour Market, Delhaize, Shoe Discount...), situé entre les rues du Perroquet et de la Déportation et qui semble être en perte de vitesse ;

- Le complexe situé à proximité du rond-point au croisement des rues de Nivelles et des Forges (Hubo, Trafic, Luxus), appelé ci-après « pôle Trafic », qui bénéficie surtout d'une accessibilité automobile et rayonne peu sur les commerces alentours, du fait de son enclavement.

En dehors de ces moteurs commerciaux, il existe un ensemble d'agrégats de petites cellules commerçantes, principalement situés le long de la RN6 et occupées le plus souvent par des commerçants indépendants. Parmi ces agrégats, on retrouve des spécialisations commerciales particulières : les alentours de la Grand-Place et de la gare sont plus spécifiquement liés au secteur de l'Horeca ; la chaussée de Mons entre la rue de l'Industrie et la Grand-Place présente une structure plus mixte associant une dominante de services, d'Horeca et de commerces liés à l'équipement de la personne. Dans ces deux secteurs, la quasi-totalité des rez-de-chaussée ont une fonction commerciale ou de service : c'est le cœur historique et commercial de la ville. On y trouve par contre très peu d'enseignes.

Dans la partie de la RN6 entre l'avenue Scandiano et le boulevard Georges Deryck (rue de Bruxelles), la fonction commerciale est en déclin et on trouve un nombre assez important de cellules vides ou transformées en logements. On observe le même genre de situation sur le Plateau de la Gare.

La rue de la Déportation ne constitue plus un axe commerçant à proprement parler : il ne reste pour l'heure qu'un complexe commercial avec une galerie passante en perte de vitesse et quelques rares cellules commerçantes disséminées le long de cet axe. Une partie des commerces qui subsistent sont liés à la fonction de passage de la voirie : librairie, fleuriste, pharmacie, pizzas à emporter... La fonction commerciale reste prédominante de la rue des Perroquets jusqu'à la rue Eugène Germeau. Plus à l'est, on entre dans une structure à la fois résidentielle et commerciale, avec de nombreuses anciennes vitrines témoignant du déclin de cette fonction. Enfin, au-delà de la rue Albert 1^{er}, la fonction résidentielle devient pratiquement exclusive.

En dehors du centre-ville, on retrouve quelques concentrations commerciales de moyennes surfaces égrenées le long de voies principales et organisées selon une logique purement automobile. C'est le cas le long de la rue de Bruxelles (RN6) depuis Tubize Plastics jusqu'au rond-point du TGV près de la limite régionale, et dans une moindre mesure sur la RN6 vers Rebecq, ainsi que le long de la route provinciale à Clabecq. Ces commerces de bord de grand-route participent à l'élargissement de l'offre commerciale de la commune, mais ils n'entrent pas dans le cadre de la réflexion présente qui se focalise sur le centre-ville.

1.2.2 LES POTENTIALITÉS DE DÉVELOPPEMENT

La figure suivante, extraite du diagnostic présenté lors de la table ronde résidentiel-commerce, montre bien que Tubize présente un potentiel de développement en termes de commerces spécialisés non alimentaires tels que l'équipement de la personne et de la maison : vêtements, décoration, librairie, ameublement, cadeaux...

En outre, la commune s'impose comme le pôle de référence de la sous-région de l'ouest du Brabant wallon (BIRT, soit Braine-le-Château, Ittre, Rebecq et Tubize), y compris en matière commerciale. Cette sous-région forme une aire de chalandise forte d'environ 50.000 habitants. Elle connaît une croissance démographique très soutenue et devrait voir sa population atteindre les 60.000 habitants vers 2030 ; ces nouveaux habitants présentent un profil socio-économique moyen à élevé et le revenu moyen augmente plus vite qu'ailleurs. On observe donc une augmentation du pouvoir d'achat des personnes susceptibles de fréquenter les commerces de Tubize.

La conjonction de ces deux paramètres offre donc des potentialités de développement intéressantes pour le commerce à Tubize. L'enjeu consiste dès lors à structurer ce développement pour qu'il participe pleinement à la requalification du centre-ville.

Les fonctions du territoire : le commerce

Communes	2013						m ² surface commerciale alimentaire / 100 habitants
	Supérette (100-400 m ²)		Hypermarché (≥ 1500 m ²)		Supermarché (400-1500 m ²)		
	Nombre de magasins	Surf. vente tot. (m ²)	Nombre de magasins	Surf. vente tot. (m ²)	Nombre de magasins	Surf. vente tot. (m ²)	
Tubize	1	200	0	0	5	7.400	31,0
Arrondissement de Nivelles	49	10.620	6	30.900	81	94.190	34,9
Région wallonne	369	72.505	37	265.850	907	935.570	35,8

assujettis à la TVA	habitants / boucherie	habitants / boulangerie pâtisserie	habitants / magasin de boissons	habitants /	habitants /	habitants /	habitants /
				total commerces alimentaires spécialisés	débit de boissons	restaurant et service de restauration mobile	traiteur et autre service de restauration
Tubize	3.063	4.901	8.168	1.167	845	415	4.901
Arrondissement de Nivelles	4.981	5.396	6.167	1.226	1.418	392	1.444

Nombre d'habitants par commerce de détail...	en magasin non spécialisé	alimentaire en magasin spécialisé	de carburants en magasin spécialisé	d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé	de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	Autres commerces de détail en magasin spécialisé
				2451	1441	3063	490
Tubize	1441	1167	12253	2451	1441	3063	490
Brabant wallon	1824	1226	4681	1850	850	1287	294

Une desserte commerciale favorable pour les magasins alimentaires mais inférieure à la moyenne pour les magasins spécialisés non alimentaires.

Figure 3 : comparaison de taux de desserte commerciale (source : SPF—Statbel)

1.3 DÉFINITION D'UNE STRATÉGIE DE STRUCTURATION DE L'APPAREIL COMMERCIAL DU CENTRE

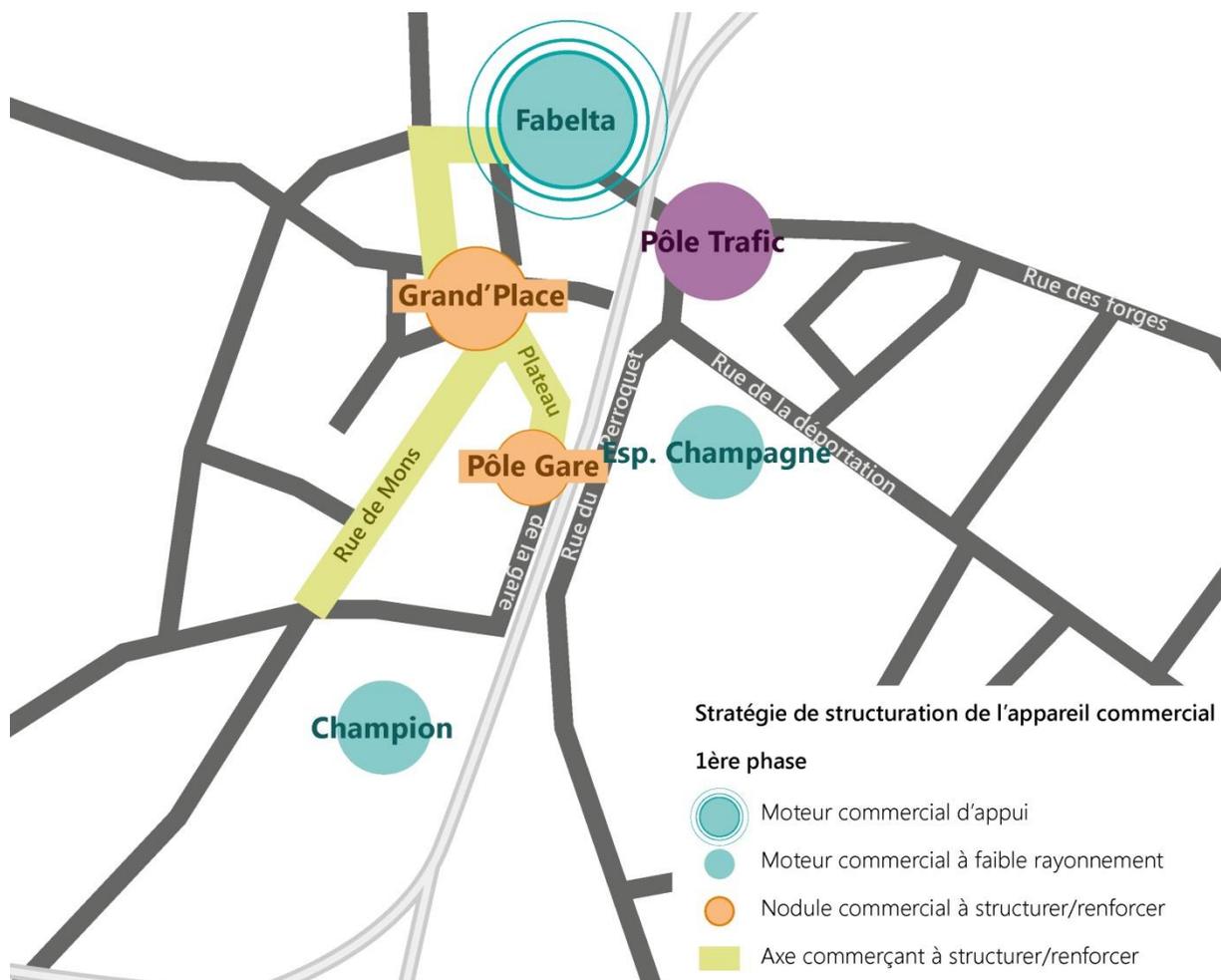
Afin de renforcer l'appareil commercial tubizien, il apparaît important de mettre en avant des priorités dans la mise en œuvre d'une stratégie globale. Il convient de ne pas disperser les efforts mais plutôt d'**opérer par phases de consolidation successives au départ de l'hypercentre commercial historique**. La stratégie proposée se décline dès lors en trois phases.

1.3.1 PHASE 1 : RENFORCER ET CONSOLIDER LA STRUCTURE EXISTANTE

Il apparaît primordial dans un premier de temps de consolider les axes et nodules en place qui bénéficient déjà aujourd'hui d'une certaine solidité.

La fonction commerciale s'appuie en effet à la base sur des moteurs commerciaux qui vont attirer une clientèle et potentiellement rayonner sur le commerce alentour. Il s'agit donc davantage en premier temps de bâtir une structure commerciale solide avant d'envisager de l'étendre à des zones aujourd'hui en déclin.

La première phase de la stratégie de structuration de l'appareil commercial tubizien consiste donc à (1) renforcer le nodule de la Grand-Place et le pôle gare, tournés plus spécifiquement autour d'une offre Horeca ; (2) créer des liens physiques avec le complexe Fabelta qui offre un haut potentiel de rayonnement ; (3) renforcer la rue de Mons et une partie du Plateau de la Gare autour d'une offre plus mixte orientée plus spécifiquement sur les services et l'équipement de la personne et de la maison.



Axe 1 : renforcer le nodule de la Grand-Place et le Pôle Gare

C'est deux pôles ont à l'heure actuelle un potentiel par rapport à l'offre en Horeca qui est déjà présente à ces endroits. L'attractivité par rapport à la fonction d'Horeca est fortement sensible à l'environnement urbain et nécessite donc une qualité urbaine importante qui passe par les aspects d'ambiance urbaine et de qualité des espaces publics et bâtis.

Il s'agira donc :

- > De poursuivre les efforts consentis dans l'aménagement des espaces publics.
 - A terme, la rue de Mons doit devenir plus perméable dans la traversée de la Grand-Place. L'aménagement en plateau de cette section permettrait de disposer d'un espace rue entièrement à niveau ; un léger décalage de l'axe de la voirie vers l'est et la suppression des trois ou quatre places de parking en bordure de chaussée permettraient d'augmenter la surface des trottoirs et des terrasses sur la partie ouest de cette place où sont concentrés la plupart des commerces (voir fiche « apaisement du centre-ville »).
 - Les abords de la gare du côté des voies ferrées pourraient également bénéficier d'une requalification visuelle avec verdurisation. La poursuite de réalisation de fresques urbaines pourrait être une piste intéressante pour refermer la vue et créer une physionomie plus urbaine à cet espace rue.

- > D'améliorer de manière globale l'environnement bâti en travaillant sur la rénovation des façades et la mise en place d'une charte ou d'un guide d'urbanisme pour en encadrer l'aspect (voir fiche « signalétique »).

Axe 2 : créer des liens physiques avec le complexe Fabelta

Le centre commercial construit dans le cadre de l'opération Fabelta constitue un moteur qu'il faut relier à la structure commerciale existante afin que son attractivité puisse rayonner sur les commerces existants aux alentours. A l'heure actuelle, le pôle Fabelta et le pôle Grand-Place sont reliés par la rue des Poissonniers (non commerçante), et la rue de Bruxelles/Rue de Nivelles (en partie commerçante).

La valorisation commerciale de l'une de ces deux rues pourrait être envisagée afin de favoriser une continuité commerciale entre les deux pôles.

Option 1 : Liaison commerçante via la Rue des Poissonniers

La rue des Poissonniers présente l'avantage de subir une faible pression du trafic automobile, ce qui favorise l'usager piéton sur cet axe. Elle constitue en outre un lien plus direct et visuel entre la Grand-Place et le complexe Fabelta.

Une liaison confortable pour les modes doux entre ces pôles s'avère nécessaire dès le court terme : la rue a d'ailleurs été refaite récemment avec la création d'un trottoir le long de l'école. A moyen terme, il y aura lieu de programmer un réaménagement qualitatif de l'ensemble de l'espace public avec un revêtement de voirie et un mobilier urbain qui marquent mieux la liaison entre ces deux pôles (voir fiche « espaces publics et mobilier urbain ». Par contre, le développement d'une fonction commerçante sur cette voirie, bien qu'il soit souhaitable pour la dynamique du centre, ne semble pouvoir être envisagé qu'à plus long terme car il nécessite une profonde restructuration du bâti existant ; celle-ci permettrait d'assurer une meilleure cohérence urbanistique des gabarits bâtis au sein de cet îlot.

Option 2 : Liaison commerçante via la rue de Bruxelles / rue de Nivelles

La liaison via la rue de Bruxelles / rue de Nivelles, présente l'avantage que ce parcours est déjà en partie commerçant (rue de Bruxelles). Une vocation commerciale pourrait être trouvée sur la rue de Nivelles en lieu et place de l'actuelle station Texaco, qui sera amenée à terme à être déplacée.

La faisabilité de cette option est sans doute plus grande que dans la première option, dans la mesure où la maîtrise foncière est a priori plus aisée, et le projet déjà envisagé dans le cadre de documents d'urbanisme existants.

En outre le caractère « passant » de la rue de Nivelles offre davantage de sécurité pour un commerce qui voudrait s'établir à cet endroit. Cette section de voirie actuellement en déclin commercial pourrait être redynamisée par ce rôle de jonction entre deux nodules commerciaux.

Axe 3 : renforcer l'axe commerçant de la rue de Mons

La valorisation de cet axe commerçant passe par une amélioration globale du cadre bâti et de l'espace public, par l'apaisement du trafic automobile le long de cet axe et la recherche de solutions alternatives de stationnement. Ces réflexions sont développées dans la fiche « apaisement du centre-ville ».

La redynamisation du Plateau de la Gare, depuis la gare elle-même jusqu'à la future halle couverte prévue sur le site Brenta, permettra de consolider la structure commerciale de base de l'hypercentre, objet de la première phase de la stratégie.

1.3.2 PHASE 2 : DÉVELOPPER LA FONCTION COMMERCIALE PAR-DELÀ LES VOIES DE CHEMIN DE FER

Une fois la structure existante consolidée, il s'agit ensuite de profiter de l'attractivité du cœur de ville pour l'étendre à l'est du centre-ville, par-delà l'axe de chemin de fer.

Avant toute chose, il est important de s'interroger sur l'avenir que l'on souhaite donner à ce quartier, et plus particulièrement le type d'usagers que l'on souhaite attirer à cet endroit. La morphologie des commerces du pôle Trafic, et dans une moindre mesure de l'espace Champagne, induit en effet une métrique automobile, où l'usager

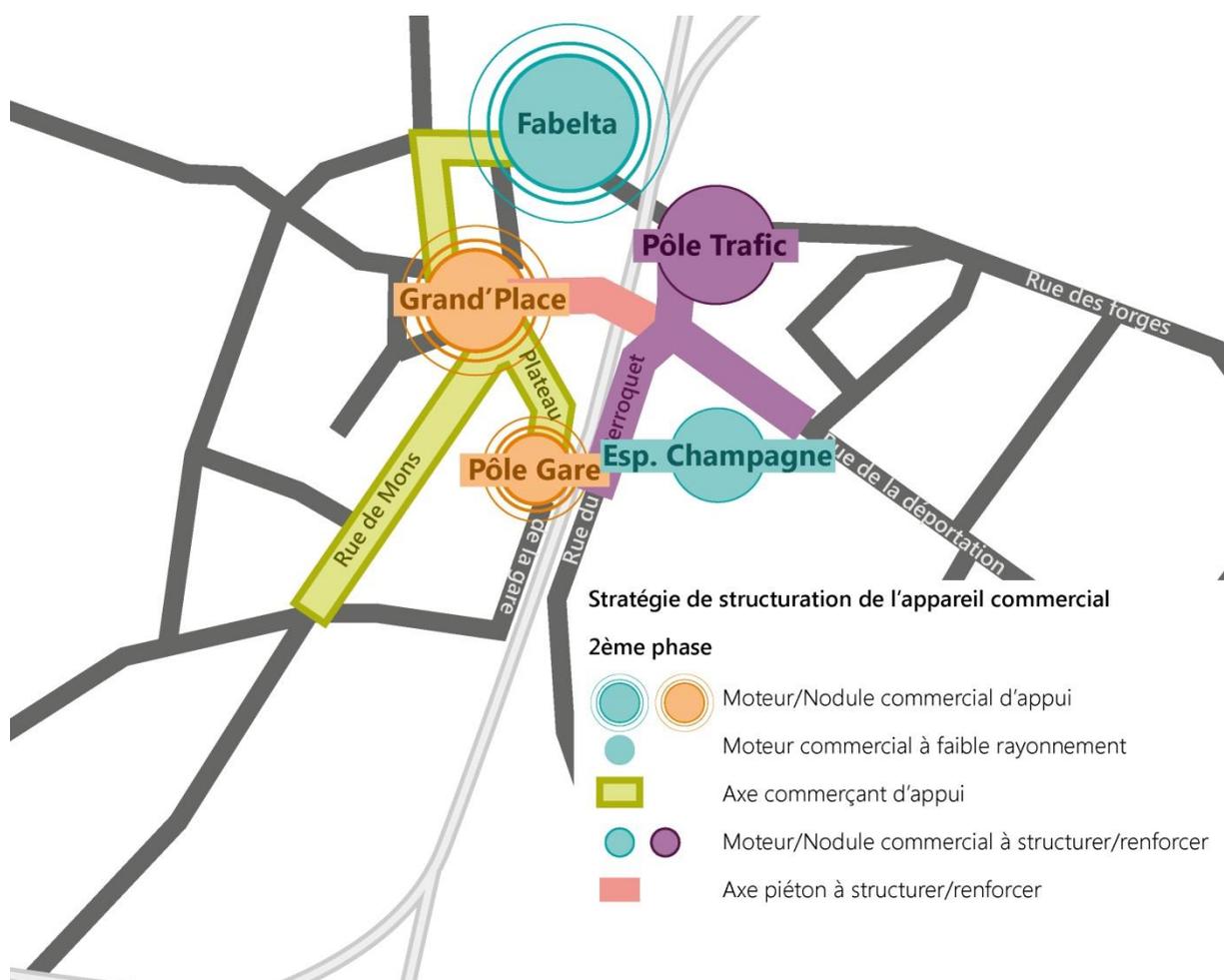
piéton est clairement défavorisé. Le type de produits vendus par ces commerces doit également être interrogé : les magasins d'ameublement ou de bricolage, par exemple, induisent plus spécifiquement l'usage du véhicule, puisqu'ils supposent le transport de marchandises lourdes ou encombrantes.

Aussi, dans la phase d'octroi des permis, il est important à la fois de réfléchir à la morphologie bâtie et à l'aménagement des abords de ces commerces, mais aussi aux types de produits qui seront commercialisés.

Vu les orientations communales relatives à la (semi)piétonnisation de la rue de la Déportation, nous supposons que l'ambition est de favoriser la métrique piétonne également dans ce quartier, et nos propositions s'orienteront donc en ce sens.

La deuxième phase du projet vise donc à mailler le territoire en favorisant un axe piéton Est/Ouest, qui permette d'établir un lien entre la dynamique du cœur de ville et celle que l'on souhaite développer à l'est des voies de chemin de fer, au niveau de la rue de la Déportation. Elle se concrétise par :

- > la mise en place d'un axe piéton structurant permettant de franchir les voies de chemin de fer ;
- > une restructuration globale du bâti et des espaces publics au niveau du pôle Trafic et de l'espace Champagne (voir figure ci-après)
- > l'élaboration d'une étude de marché, identifiant un potentiel de spécificité commerciale et calibrant les besoins relatifs à ce secteur.



Axe 1 : Favoriser le franchissement des voies ferrées par un axe piéton structurant

La formalisation d'un axe piéton structurant au niveau de la rue de la Déportation apparaît comme un élément majeur à mettre en place pour valoriser les lieux : la rue de la Déportation est en effet aujourd'hui coupée en deux par l'axe de chemin de fer et la liaison n'est pas lisible et peu agréable à emprunter, ce qui crée réellement une rupture physique entre les deux quartiers situés de part et d'autre des voies de chemin de fer.

Par ailleurs, la sortie de ce passage à l'Est des voies ferrées offre une ambiance fortement motorisée (parking de véhicules, larges voiries), qui ne facilite pas l'impression d'une continuité, ni un sentiment de sécurité pour l'utilisateur piéton.

En termes d'aménagement il est donc important de traiter à la fois la **qualité du passage sous voie**, mais aussi **l'ambiance paysagère à l'aboutissement Est de ce passage**.

Ce projet vise à retisser une continuité urbaine pour atténuer la coupure du chemin de fer passant en pleine ville. En ce sens, il est un des leviers majeurs de la stratégie proposée dans le schéma directeur du centre.

Deux options peuvent être envisagées en fonction du degré de restructuration de l'espace public que l'on accepte de mettre en œuvre :

- Une option maximaliste : la création d'un nouveau passage élargi dans l'axe de la rue de la Déportation, sur le modèle de deux exemples des figures ci-dessous. Cet aménagement pourrait être négocié avec la SNCB dans le cadre du projet RER. Les deux inconvénients de cette option sont bien sûr son prix élevé ainsi que la suppression de nombreuses places du parking existant.
- L'utilisation et l'amélioration du passage existant apparaît comme une solution nettement moins onéreuse et plus économe en espace, supprimant moins de places de stationnement. Elle assure la liaison modes doux qui est l'objectif principal, mais sans créer de continuité visuelle entre les deux rives de la voie de chemin de fer.

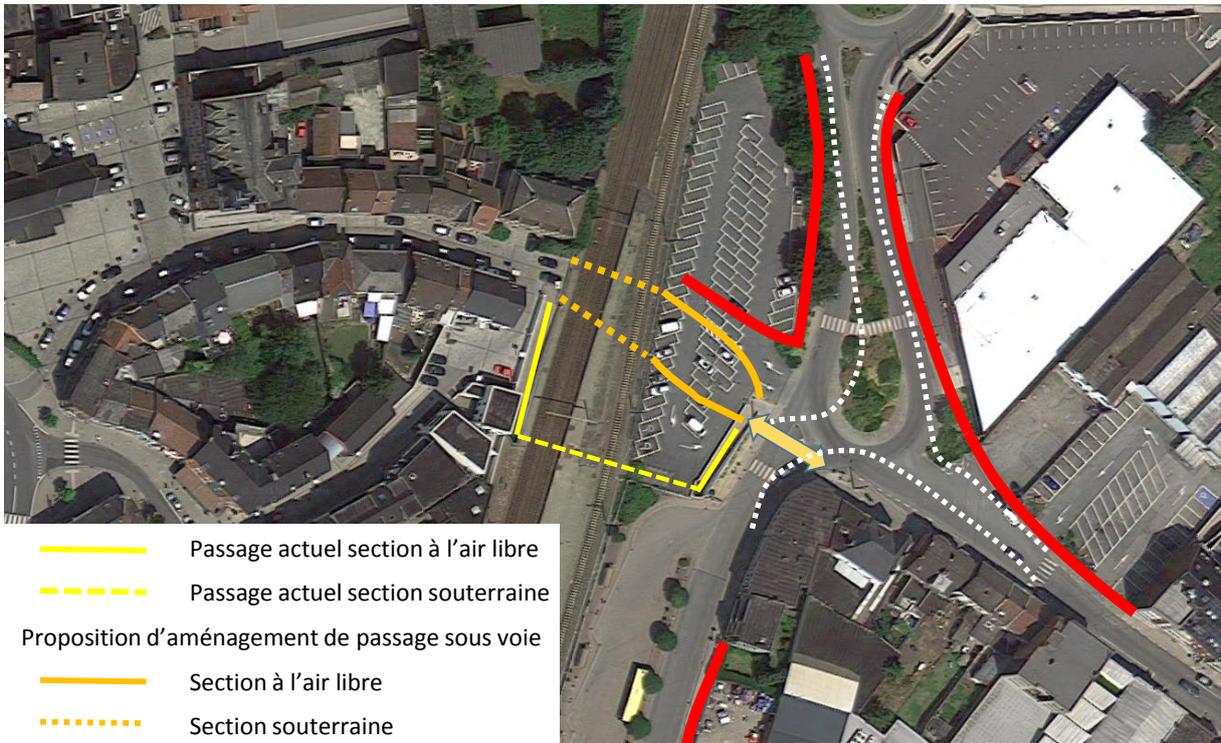
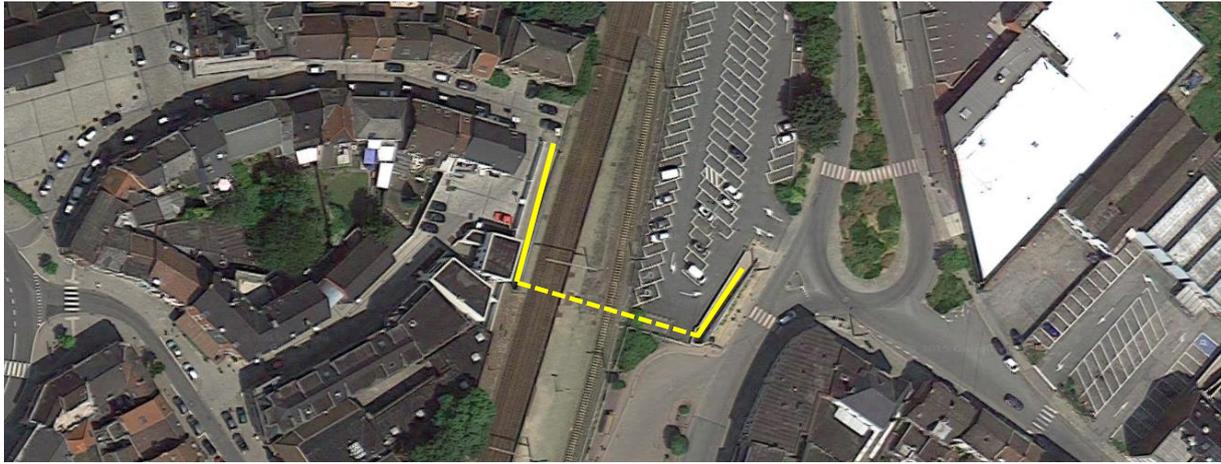
Dans les deux cas, l'aménagement choisi devrait être accompagné d'un travail conséquent de réaménagement de l'espace public au niveau du croisement de la rue de Nivelles avec la rue du Perroquet, avec suppression du terre-plein central et rétrécissement des voies de circulation pour créer une ambiance plus urbaine et moins routière.



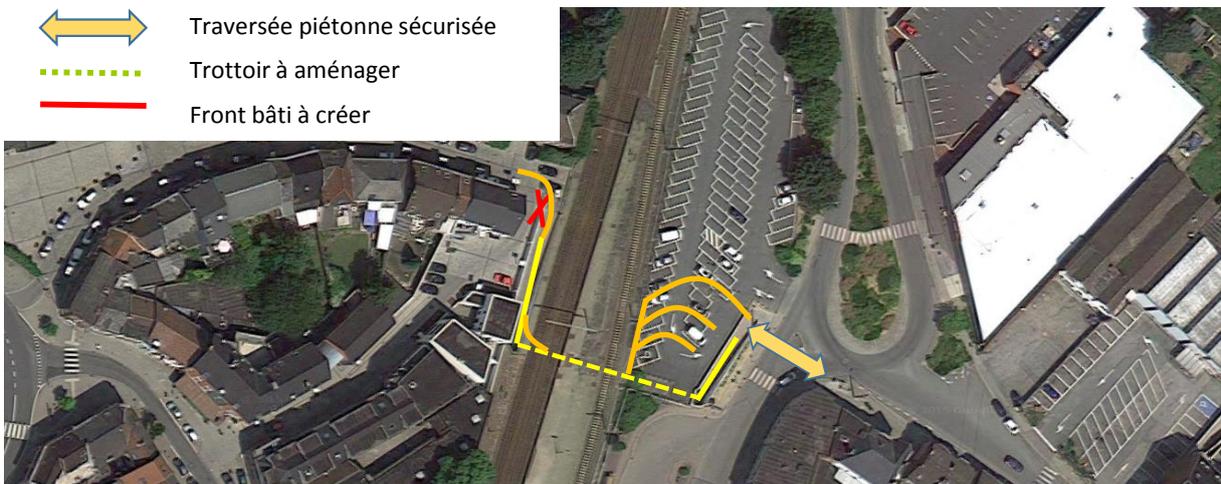
Figure 4: Aménagement d'un passage sous voie, Seraing



Figure 5 : Aménagement d'un passage sous-voie, Pessac, Bordeaux



- Passage actuel section à l'air libre
- - - Passage actuel section souterraine
- Proposition d'aménagement de passage sous voie
- Section à l'air libre
- - - Section souterraine
- ↔ Traversée piétonne sécurisée
- - - Trottoir à aménager
- Front bâti à créer



Figures 6 : Passage sous-voie : situation actuelle et propositions de mise en valeur

Axe 2 : Envisager une restructuration globale des espaces publics et des commerces au niveau du pôle Trafic et de l'espace Champagne

Comme indiqué précédemment, les pôles commerciaux situés à l'est des voies de chemin de fer, le long de la rue de Nivelles et de la rue du Perroquet, offrent un aménagement fortement lié à l'usage automobile. L'enjeu n'est pas de prohiber cet usage, mais d'aménager un cadre urbain sécurisant et de qualité, favorisant l'usage piéton.

Un premier aspect de réflexion concerne le mode d'implantation des surfaces commerciales. Plusieurs enseignes sont implantées en fond de parcelle avec à l'avant des espaces de parking pour les véhicules. Ce mode d'implantation crée un espace route plutôt qu'un espace rue, une morphologie routière plutôt qu'une morphologie urbaine ; en outre, il allonge les temps de parcours pour le piéton, l'oblige à passer par des espaces de stationnement où le véhicule est omniprésent. Il est donc important dans le cadre des futurs aménagements d'envisager d'autres modes d'implantation permettant un accès piéton à rue et des zones de parkings reportées soit en sous-sol, soit en fond de parcelle. C'est le cas à la rue du Perroquet (accès à l'espace Champagne) et à la rue de la Déportation (salle de fitness et animalerie).

Le long du passage sous voie et du côté ouest de la rue de Nivelles, un front bâti pourrait remplacer avantageusement le parking à l'air libre actuel. L'idée est toujours de recréer une ambiance urbaine plus continue afin de réduire l'effet de barrière du chemin de fer. Le parking fait partie du domaine public non cadastré et est affecté à l'habitat au plan de secteur. Outre son rôle dans la composition urbaine, la mise œuvre d'une promotion de type logements, commerces et bureaux (avec parking souterrain privé et public) sur ce site central et très stratégique pourrait permettre de financer une partie des frais de création du passage souterrain via des charges d'urbanisme.

Comme dans la phase précédente, il sera également utile de travailler sur la qualité du cadre bâti et des espaces publics. Il est donc important là aussi de faire appliquer une charte ou une réglementation sur les enseignes commerciales ; d'encourager la rénovation des façades, et de réaliser des aménagements de qualité au niveau des espaces publics favorisant et sécurisant l'usage piéton, notamment en rétrécissant considérablement l'espace réservé à la circulation automobile.

Axe 3 : Etudier le potentiel de développement commercial autour du pôle Trafic et de l'espace Champagne

La stratégie commerciale de la commune doit prendre en compte le potentiel de chalandise du territoire. Il s'agit en effet de pouvoir adapter l'offre commerciale afin d'éviter une suroffre de surfaces de commerces.

La rue de la Déportation ne bénéficie pas à l'heure actuelle d'une dynamique commerciale forte et c'est en ce sens qu'il est important d'étudier le potentiel de développement de cette fonction à cet endroit.

Une spécialisation commerciale est peut-être à opérer de manière à éviter une concurrence avec les commerces du cœur de ville (orienté Horeca et équipement de la personne). Cette spécialisation pourrait s'appuyer, si les études le confirment, sur les moteurs existants à proximité, liés à l'équipement de la maison.

Cette réflexion doit être menée dans la perspective ultérieure de l'aménagement du site des Forges. Les quartiers à l'est du chemin de fer, qui sont surtout à l'heure actuelle des extensions résidentielles du centre-ville, deviendront des espaces d'articulation entre deux centralités : la centralité historique du cœur de ville et celle du nouveau quartier des Forges dont la dimension s'apparente pratiquement à une ville nouvelle. L'adaptation à cette nouvelle configuration fait l'objet de la troisième phase de la stratégie.

1.3.3 PHASE 3 : ARTICULER LE DÉVELOPPEMENT DE CETTE STRUCTURE AVEC LE QUARTIER NOUVEAU DES FORGES DE CLABECQ

Avec la mise en œuvre du projet des Forges, la rue de la Déportation devient un axe de liaison majeur entre ce site et

le centre-ville. A cette échéance se posera la question du statut de cette voirie, soumise à une pression de trafic automobile et de stationnement très importante. Les autorités communales se posent la question de la pertinence d'une mise en piétonnier ou semi-piétonnier d'une section de cette voirie.

La mise à circulation piétonne d'axes commerçants doit être envisagée avec beaucoup de vigilance. Les rapports d'études produits par les bureaux d'analyse du secteur commercial, pointent qu'une rue piétonne n'induit pas nécessairement l'attractivité commerciale.

Aussi dans les secteurs en déclin commercial – comme c'est le cas actuellement de cette rue -, la piétonisation est à proscrire puisqu'elle induira plus de difficulté pour les clients à rejoindre les cellules commerciales déjà peu attractives par ailleurs. Le chaland s'orientera alors plus facilement vers des enseignes plus accessibles en périphérie.

A l'inverse, dans des zones dynamiques sur le plan commercial et donc bénéficiant d'une forte intensité de flux, la piétonisation est un moyen d'apaiser les axes, et donc encourager les chalands à flâner.

La question ne se pose donc pas véritablement à l'heure actuelle mais bien au fur et à mesure de la mise en œuvre du site des Forges. Moyennant les diverses mesures d'apaisement du centre et de stationnement préconisées par ailleurs (cfr fiches « Apaisement du centre » et « Parkings »), nous proposons l'aménagement de cette voirie en espace semi-piétonnier depuis la rue du Perroquet jusqu'à l'avenue Gabrielle Petit ou la rue Albert 1^{er}. Le sens unique actuel peut être maintenu, ce qui permet d'élargir les espaces cyclopiétons tout en préservant des espaces de stationnement.



Figure 8 : Rue semi-piétonnière, Troyes



Figure 9 : Rue semi-piétonnière, Libourne

1.4 RECOMMANDATIONS : LA MISE EN PLACE D'UNE CELLULE DE GESTION DU CENTRE VILLE

« La gestion centre-ville (GCV) consiste à **mettre en œuvre une stratégie** ciblée et équilibrée **qui doit permettre au centre-ville de répondre aux attentes de ses utilisateurs actuels et futurs**. Il s'agit d'identifier leurs besoins immédiats ou à venir, et de mettre en œuvre les moyens nécessaires pour atteindre les objectifs définis par un "business plan".

Les centres villes sont des espaces complexes, restreints, caractérisés par une grande mixité. Ce sont des lieux de travail, de loisirs, de culture, d'histoire, d'éducation, de santé, d'habitat, de shopping, de services publics. Les acteurs de cet espace sont invités à travailler ensemble, de manière cohérente, au bénéfice du centre-ville dans sa globalité.

Après avoir fait ses preuves au Canada, aux Etats-Unis, en Grande-Bretagne et en Suède, elle apparaît aux yeux de tous les acteurs comme un **outil efficace de développement de l'espace urbain**.

La gestion centre-ville permet de **rassembler les acteurs privés et publics**, tant du monde économique et politique que du monde social, dans un projet commun, en suscitant le dialogue et la coopération. Elle apporte une nouvelle dynamique dans l'espace et favorise des actions ayant un impact direct ou indirect sur l'environnement urbain. La gestion centre-ville s'attache également à **créer un espace urbain viable pour attirer de nouveaux habitants et développer l'activité économique en centre-ville**. » extrait de <http://www.amcv.be/>.

L'Association du Management de Centre-Ville (AMCV) coordonne le réseau de partenaires actifs dans divers centres villes wallons. Elle apporte des outils et des conseils, offre son expertise et organise des formations pour les acteurs de terrain : manager de centre-ville et stewards urbains (subsidés par des points APE). L'organisme de gestion du centre-ville prend la forme d'une ASBL ou d'une association de fait qui peut devenir membre du réseau AMCV et bénéficier ainsi des services et de l'échange d'expérience.

Le monitoring continu de l'état du commerce, le recensement et la réactivation des cellules vides, ainsi que la promotion auprès des chaînes d'enseignes représentent une bonne part des actions du management de centre-ville. Mais au-delà et en complément du commerce, la stratégie vise la dynamisation globale des centres urbains, qui passe par des actions d'animation, de services, d'embellissement du cadre de vie, de gestion de la mobilité et de renforcement des autres fonctions urbaines telles que le logement et des activités économiques.