



Conférence – débat « Commerce »

Lundi 9 mai 2016 de 20h00 à 23h45

Espaces V – Roger Lefort
Esplanade Aimé Césaire
Villepinte

La réunion a accueilli 70 personnes.

Introduction

Mme Martine VALLETON, maire de Villepinte, accueille les participants et rappelle que les élus du territoire Paris-Terres d’Envol sont opposés au projet. Elle dit son inquiétude pour le commerce local et les petits centres commerciaux, qui craignent la concurrence d’un géant tel qu’EuropaCity. Le débat public, espère-t-elle, devrait permettre d’apporter certaines réponses.

Mme Claude BRÉVAN, présidente de la Commission particulière du débat public (CPDP), annonce une séance particulière, synthèse des deux ateliers « commerce » qui se sont tenus le 21 mars et le 4 avril. Les exposés des représentants de ces ateliers, ainsi que d’experts indépendants sont au programme de la soirée.

M. Laurent PAVARD, membre de la CPDP qui anime l’atelier avec Mme BRÉVAN, présente le déroulé de la soirée.

Comptes rendus des ateliers

M. Jean-Marc NIGOGHOSSIAN, rapporteur de l’atelier de 21 mars à Sarcelles, fait un bref résumé du déroulement de son atelier : une cinquantaine de personnes y ont participé. Il mentionne les opinions très contrastées exprimées autour des 4 tables qui composaient l’atelier et présente les grandes questions qui ont émergé des discussions :

- la concurrence que pourrait exercer EuropaCity sur les centres commerciaux déjà existants et le commerce de proximité des villes environnantes ;
- les partenariats éventuels du maître d’ouvrage avec les PME locales, pendant la phase travaux et après l’ouverture ;
- le concept même du site suscite des interrogations : à quoi a-t-on affaire exactement : centre commercial ? centre de loisirs ?
- l’aspect innovant du projet : dans quelle mesure les innovations technologiques vont-elles interagir avec les évolutions du commerce ?

- quel serait le bilan global des emplois, entre les emplois créés et les emplois détruits ?

M. NIGOGHOSSIAN précise que tous sont tombés d'accord pour reconnaître que le débat public sur le projet était passionnant, quelles que soient les opinions de chacun.

M. Nelson NTJAM, rapporteur de l'atelier du 4 avril à Aulnay-sous-Bois, dresse à son tour la liste des questions qui ont été posées autour des 5 tables réunies ce jour-là, rassemblant une centaine de personnes :

- l'impact du projet sur le commerce local (notamment le centre ville d'Aulnay) ;
- la cohérence globale du projet avec les commerces existants mais aussi le site PSA en devenir ;
- l'accès pour les riverains (typologie des commerces, tarifs, etc.) ;
- l'emploi : quelles possibilités pour les habitants du secteur ? quelles formations ?
- le bilan écologique : a-t-il été étudié ?
- Quel avenir pour les terres agricoles non utilisés pour la surface commerciale ?

M. Laurent PAVARD ajoute un élément : l'effet que pourraient avoir les réalités économiques d'ici à 2024. Leur évolution permettront-elles la mise en œuvre du concept innovant prévu par le maître d'ouvrage ?

Présentation de M. Jérôme LE GRELLE, président de Convergence - CVL

M. Jérôme LE GRELLE présente une étude prospective initiée en 2012, visant à étudier les perspectives commerciales du territoire à horizon 2018, puis à horizon 2025 (après l'arrivée du métro). Il explique que le secteur nord-est de l'Île-de-France est en pleine mutation et reprend les éléments qui ont à la fois émergé et servi à conduire l'étude : accessibilité en transports en commun ; évolution du profil de la population, avec un risque de fragmentation ; croissance démographique, avec une population jeune ; enjeux sur l'emploi ; analyse du tissu commercial existant ; tendances de consommation, avec une forte évolution des pratiques ; place grandissante du e-commerce ; volonté accrue d'une consommation durable.

La stratégie des commerces, indique M. LE GRELLE, intègre ces nouvelles données, mais la grande distribution reste calée sur un modèle « toujours plus grand », alors que la notion de proximité devient un élément essentiel. Les « enseignes » sont celles qui s'adaptent le mieux aux nouvelles tendances. Pour 2018, conclut-il, une véritable rupture se dessine, concrétisée dans les modes de distribution : le principe du point de vente est remis en cause. Ce nouveau modèle menace les centres commerciaux classiques, de type hypermarché. Pour 2025, poursuit-il, à l'échelle d'EuropaCity, la part des visiteurs issus du territoire ne serait que de 25% environ. Il précise qu'il est néanmoins difficile de faire des prévisions à long terme sur des pratiques aussi fluctuantes que le commerce.

Présentation de M. Christophe DALSTEIN, directeur du projet EuropaCity

M. Christophe DALSTEIN présente le projet EuropaCity, en disant que M. LEGRELLE a fourni de bons éléments d'introduction du « pourquoi ». Il explique comment se développerait le programme (1/3 dédié au commerce, liant de grands équipements de culture et de loisirs, un grand parc et une rue piétonne d'1,5 km). M. DALSTEIN montre le projet de Bjarke INGELS, l'architecte. Il insiste sur l'aspect novateur du projet commercial, reprenant les diverses typologies de commerces qui seraient présents (trois grands magasins type Galeries Lafayette, des boutiques-ateliers, des enseignes inédites, des show-rooms, des magasins éphémères, des commerces collaboratifs, des ateliers de marques, des magasins thématiques, des boutiques de prescripteurs, des enseignes nées sur le web qui cherchent un lien direct avec le consommateur).

Il précise qu'EuropaCity serait un lieu où le consommateur viendrait moins souvent, et de plus loin. Il rappelle qu'il n'y aura pas de grande surface alimentaire, contrairement aux centres commerciaux du secteur. Il redit à quel point le projet ne se conçoit pas comme une destination de proximité, car l'offre événementielle et de loisirs en serait la locomotive : le site serait davantage un espace d'expériences que de consommation. Pour répondre aux inquiétudes de Mme le Maire, M. DALSTEIN fait état d'une étude qui montre que de nombreux commerçants considèrent que le projet aura une incidence positive sur l'identité du territoire. Il rappelle que le territoire n'est pas figé, mais au contraire en grand développement. Il conclut en disant que le projet serait également un lieu de destination, dont l'offre commerciale d'une grande qualité se renouvellerait constamment.

Échanges avec la salle

[L'étude présentée par M. LEGRELLE n'est-elle pas périmée ?](#)

Un intervenant demande si une étude de 2012 est encore pertinente, d'autant que M. LEGRELLE s'est exprimé récemment de manière plus alarmiste en parlant d'une « bulle de l'immobilier commercial » sur le secteur de Gonesse.

M. LEGRELLE répond que l'étude pourrait être réajustée, mais demeure pertinente. Il précise que rajouter un équipement du même type que ceux qui existent déjà est en effet dangereux, mais que l'enjeu du projet est précisément de proposer une offre différente, s'appuyant sur les nouvelles tendances.

[Quelle typologie pour les commerces alimentaires ?](#)

Un intervenant demande quelle sera la part de l'alimentaire dans le projet, et des autres types de commerce, pour pouvoir évaluer une éventuelle concurrence avec l'existant.

M. DALSTEIN répond qu'il n'y aura pas de commerce alimentaire car on ne viendra pas à EuropaCity pour faire ses courses de proximité.

[Le commerce du textile et de l'habillement est obsolète](#)

Un membre du CDF fait remarquer que les chiffres du commerce textile sont en train de baisser. Les commerces textiles d'EuropaCity entreraient donc en concurrence avec les autres centres commerciaux, qui connaissent déjà une vacance de 8%. « *À aucun moment vous ne parlez de volume de chiffre d'affaires que vous envisagez.* »

Réponses du maître d'ouvrage

M. Christophe DALSTEIN répond qu'il ne peut pas encore détailler l'offre commerciale du projet. Mme BRÉVAN reprend néanmoins cette question du chiffre d'affaires, en précisant que c'est un gage de viabilité ; aucune commune, ajoute-t-elle, n'a intérêt à accueillir un gros équipement qui ne fonctionne pas. Elle interroge le maître d'ouvrage sur les ressources qu'il entend tirer de la partie loisirs et de la partie commerce et sur l'équilibre financier du projet. M. DALSTEIN invoque le secret des affaires. Mme BRÉVAN insiste et M. DALSTEIN donne quelques éléments : les hôtels et une partie des commerces seraient créateurs de revenus, les équipements de loisirs dans une plus faible mesure, et très peu la culture. Il explique également qu'au vu des évolutions de commerce (achats sur Internet), le modèle serait différent : « ce qui serait créateur de valeurs pour les commerces, c'est bien la densité de flux générée ».

Quelle définition pour la notion de « territoire » ?

Le co-président du CPTG demande au maître d'ouvrage de préciser le périmètre de ce qu'il appelle le « territoire du projet » qui varie selon les réunions : « *c'est 6 kilomètres autour du centre, ou EPA + les villes limitrophes ?* »

Comment assurer la complémentarité et la non-concurrence ?

Il fait remarquer, par rapport aux chiffres cités par l'étude de 2012, qu'il y a peu de création de logements dans la zone, à cause du bruit, et que les hypothèses de reprise du pouvoir d'achat doivent être confirmées. Il s'interroge : « *si la reprise de la consommation n'est pas au rendez-vous, alors dans une offre commerciale supplémentaire de cette nature, on est forcément dans du transfert de consommation pur et simple.* »

Comment le site attirera-t-il le tourisme d'affaires ?

La vice-présidente du Conseil citoyen de Goussainville demande au maître d'ouvrage comment il compte attirer la clientèle d'affaires.

Comment le site attirera-t-il autant de visiteurs ?

Un intervenant pose la question des visiteurs uniques (une visite/an) et compare les chiffres cités par le maître d'ouvrage à l'exposition universelle le Milan qui a attiré 20 millions de visiteurs uniques. Il demande comment le site pourra se renouveler suffisamment pour permettre à la clientèle déjà venue une fois de revenir chaque année. Comment cette prévision peut-elle n'apporter aucune concurrence et être viable sur le long terme ?

Mme BRÉVAN demande elle aussi des éclaircissements sur le nombre de visiteurs annoncés.

Réponses du maître d'ouvrage

M. Christophe DALSTEIN répond que l'attractivité du projet est calculée sur un bassin francilien élargi (moins de 2h du site), mais qu'en raison du parc et des équipements de loisirs, les habitants proches du site viendraient plus souvent. Il rappelle que les chiffres donnés sont des estimations. Par ailleurs, il réaffirme l'engagement d'Auchan dans le centre Aéroville.

M. DALSTEIN précise que sur 6 millions de touristes, 11% seulement relèveraient du tourisme d'affaires, lié au parc des expositions de Villepinte, à Roissy... Le reste de la clientèle serait essentiellement familiale.

Présentation de M. Francis PALOMBI, Confédération des Commerçants de France

Francis PALOMBI, Président de la Confédération des Commerçants de France, intervient à la demande du CPTG ; il présente son organisation professionnelle, vieille de 110 ans, et en rappelle les valeurs et les actions. Parlant d'EuropaCity, il indique qu'il trouve le projet très théorique, bien que très alléchant sur le papier. Sur le plan commercial, il constate que les centres villes se désertifient et que l'urbanisme commercial n'a pas été maîtrisé, avec des centres commerciaux péri-urbains toujours plus grands. Il affirme que le projet représente une menace sérieuse en termes de concurrence, ajoute qu'EuropaCity aurait nécessairement des conséquences importantes et induirait la destruction d'emplois. Il se montre dubitatif sur les chiffres d'emplois créés annoncés par le maître d'ouvrage, trouve le détail des 500 commerces annoncés insuffisant. M. PALOMBI s'adresse aux politiques en les invitant à avoir une vision réaliste et à se concentrer sur la réhabilitation des centres villes, qui lui paraît une priorité. Il met en doute la fréquentation par un tourisme d'affaires et pointe le gigantisme du projet, inspiré d'un modèle américain, selon lui obsolète. Il s'interroge sur la finalité du projet : mieux-vivre ou intérêts économiques privés ? Il pointe enfin les impacts écologiques négatifs du projet et dénonce son manque de vision prospective. Il invite à une réflexion à l'échelle du territoire sur les enjeux économiques, mais aussi sociétaux.

Présentation de M. Olivier BADOT, ESCP Europe, Université de Caen

M. Olivier BADOT se présente : il est un universitaire chargé par la CCI de Paris Ile-de-France et EuropaCity d'analyser le projet dans le panorama général des tendances du commerce et de la consommation. Il parle d'une « révolution commerciale », identique à celle initiée au 19^{ème} siècle avec le principe du « magasin » : fréquentation des centres commerciaux en baisse, développement du e-commerce et consommation alternative, explosion des formats de proximité. M. BADOT indique que les gens se déplacent encore lorsqu'ils espèrent trouver une offre de dépaysement ou de « surexpérience émotionnelle ». Il cite Max Weber, à l'origine du concept d'« enchantement », souvent repris aujourd'hui dans la consommation, et explique les nouvelles tendances du commerce qui intègrent le numérique et les nouvelles pratiques d'achat (valables dans le textile comme dans l'alimentation), mais aussi des offres mixtes mêlant commerce, loisir et divertissement. C'est dans cette dimension que s'inscrit EuropaCity, précise-t-il.

Il développe ensuite ce qu'il appelle « la théorie du gratuit » : les consommateurs veulent toujours plus, et « pour rien ». Internet inverse les *business models* : il permet l'accès à

des apprentissages, à des consommations gratuites. Seul le système de base de données génère des profits, quand le trafic lui-même en produit peu.

On observe, poursuit M. BADOT, que les consommateurs dépensent de moins en moins, mais sont de plus en plus exigeants. On assiste, dit-il, à un glissement vers une mixité des activités au sein d'un même « resort commercial », donnant au client plusieurs raisons de se déplacer. La tendance migre également vers un tourisme d'affaires, plus fortuné, ou de congressistes. Il cite la stratégie « 4.0 » (à l'œuvre avec succès dans des villes comme Londres ou New York) qui mélange logique digitale et logique sociétale autour de la culture d'internet. Il convient qu'il est difficile de se projeter dans l'avenir et de prévoir les évolutions de la société : que sera la société de demain, ses usages, son fonctionnement ? Il liste enfin les défis qui attendent EuropaCity : culture Internet, extrême niveau d'émerveillement, mixage de cibles très différentes, identification de la polarité dominante.

Présentation de M. Cédric DUCROCQ, PDG de Dia-Mart

M. Cédric DUCROCQ est le patron de Dia-Mart, groupe de conseil et d'études spécialisé dans la distribution. Il indique que depuis 4-5 ans, le chiffre d'affaires du commerce est « plat », le e-commerce croissant aux dépens du commerce classique. Face à cette évolution, et partant du principe que le « magasin » dans sa forme physique n'est plus jugé attractif, ni même utile, les réactions divergent ; mais ceux qui s'en sortent bien sont ceux qui inventent de nouvelles propositions, univers de marques ou « smart discount » (Kiko, Lidl). Plusieurs pistes sont étudiées pour accompagner les évolutions : attention portée au personnel (valeur ajoutée de la relation), interaction du client avec le produit (essayage, test sur place, etc.), nouveaux concepts intégrant la dimension collaborative, compactage des magasins (moins de points de vente, moins de stock), nouvelles formules (*pure players*, show-rooms) ; pour l'heure, le succès économique ne couronne aucune de ces initiatives. Il cite plusieurs exemples de stratégies commerciales (Darty, Orchestra) qui tentent de prendre en compte ces mutations. Il conclut sur le projet EuropaCity, dont il dit qu'il répond aux tendances d'évolution du marché, mais ajoute que l'inconfort du débat vient du fait que le projet n'ouvrira que dans 8 ou 9 ans, et que pour l'heure le concept et le modèle économique n'ont pas encore été testés. Il est donc très difficile d'en faire un objet concret, car si on ouvrait le site aujourd'hui, il serait impossible de le rentabiliser, faute d'enseignes capables de répondre aux tendances qui se dessinent.

Échanges avec la salle

[La superficie prévue n'est-elle pas trop grande ?](#)

Le président d'Environnement 93 interroge M. DUCROCQ : n'est-ce pas trop audacieux d'envisager de faire vivre 230 000 m² de commerces dans une conjoncture incertaine ?

Qu'entend-on par visiteur ? par visite ?

Le même intervenant demande que soit précisé le concept de visite, car le public s'y perd dans les chiffres de fréquentation annoncés.

Réponses de MM. DUCROCQ et BADOT

M. DUCROCQ assure qu'il est impossible de concevoir un projet ambitieux en faisant « petit », même si le risque existe. M. BADOT cite l'exemple d'autres structures du même type dans lesquelles l'offre de loisirs évolue constamment, avec le renouvellement des animations, parfois assurées par des associations locales.

Réponse du maître d'ouvrage

M. DALSTEIN revient sur la question des visiteurs : un visiteur est comptabilisé deux fois s'il reste deux jours sur place : cela correspond à 2 visites. Il ajoute que le document sur les prévisions de fréquentation va être complété pour être plus explicite. Il reconnaît qu'il lui est difficile aujourd'hui de donner une définition précise des 31 millions de visiteurs attendus.

A-t-on besoin de construire des mètres carrés supplémentaires ?

M. LOUP, coprésident du CPTG, demande s'il est nécessaire de faire EuropaCity. Les commerces existants ne peuvent-ils pas être rénovés en tenant compte des tendances présentées par les experts ?

Que fait l'EPA ? Où sont les élus ?

M. LOUP s'adresse aux élus du CA de l'EPA Plaine de France. « *Quels sont les élus du Val-d'Oise qui sont venus écouter ce que les experts avaient à dire ? Où sont-ils ?* » Il exprime son rêve de voir les élus du 93 et du 95 discuter ensemble du projet, et qu'ils entendent les incertitudes qui ont été évoquées par les experts.

Réponse de l'EPA Plaine de France

M. Alexandre MAIKOVSKI, directeur de projet du Triangle de Gonesse à l'EPA Plaine de France précise qu'une concertation s'est tenue entre 2013 et 2015 sur l'ensemble de la ZAC. Il répond qu'en concevant le futur quartier d'affaires du Triangle de Gonesse, l'EPA a considéré qu'EuropaCity renforcerait l'attractivité du programme aux yeux des futures entreprises, dans une zone où il n'est pas possible de créer de logements. Le projet lui semble être « une formidable opportunité ».

Un doute sur l'absence de commerce alimentaire

Un conseiller municipal du Blanc-Mesnil exprime au préalable son ressenti d'un certain mépris du maître d'ouvrage envers le public qui semble toujours n'avoir pas compris, ou pas écouté. Par ailleurs, il doute qu'il n'y ait aucun commerce alimentaire sur une surface de commerces aussi importante.

Des réponses insatisfaisantes concernant l'investissement

Le même intervenant demande quelle sera la part d'accompagnement du projet par la puissance publique (infrastructures de transports, etc.). Il demande aussi comment en tant qu'élu, il peut apporter son soutien à une société filiale de la famille Mulliez, dont il prétend qu'elle ne paye pas ses impôts en France.

Mme BRÉVAN demande au maître d'ouvrage d'apporter un éclaircissement sur ces questions qui « polluent le débat ».

Réponse de l'EPA Plaine de France

M. Alexandre MAIKOVSKI explique la procédure : le principe de la ZAC, lorsqu'elle sera créée, est que la vente des terrains à Alliages et Territoires contribue au financement des infrastructures (accès routier, financement partiel de la gare), participant à l'ensemble de la création d'équipements publics. Ceci sera valable pour n'importe quel opérateur de la ZAC, précise M. MAIKOVSKI. Il ajoute que les collectivités publiques peuvent être amenées à participer au financement de la ZAC (subventions d'équilibre).

Réponses du maître d'ouvrage

M. Christophe DALSTEIN répond que l'ensemble des enseignes qui constituent le Groupe Auchan payent leurs impôts en France, même si plus de 50% de leur chiffre d'affaires est réalisé à l'étranger. Il ajoute que les dirigeants du Groupe Auchan payent également leurs impôts en France. Il précise un peu plus tard que, si le projet se fait, Alliages et Territoires percevra les loyers des commerces en France et y sera imposée fiscalement.

Les commerçants indépendants auront-ils accès au site ?

Un intervenant demande quels seront les loyers pratiqués et si les commerçants indépendants pourront accéder à ce « complexe commercial du futur ». « En clair, quel est le coût moyen d'un loyer ? »

Quel est le modèle économique ?

Une représentante de la Confédération des Commerçants de France demande des précisions sur le nombre de commerces prévus. Elle affirme qu'elle a besoin de savoir quel est le *business plan* du maître d'ouvrage. « *Où se fait le cœur de la rentabilité ? La règle des 80/20...* » Elle demande des précisions : ce qui sera payant, quel sera le prix d'entrée des parcs d'attraction, quelle est la typologie des commerces.

Réponses du maître d'ouvrage

M. Christophe DALSTEIN répond que la maîtrise d'ouvrage souhaite que, dès lors qu'ils proposent une offre originale, les indépendants aient une place dans le projet. Il confirme que des conditions préférentielles seront accordées. Il convient que la grande distribution a pu faire de l'ombre au commerce de proximité dans les années 70-80, mais qu'aujourd'hui, un travail de collaboration est à construire. Il ajoute qu'il est trop tôt pour évaluer le nombre de commerces, le maître d'ouvrage raisonnant actuellement en termes de « volume capable » et non de boutiques.

Qu'est-ce qui vous a amené à dimensionner les surfaces commerciales aux niveaux que vous avez présentés ce soir ?

À cette question de M. PAVARD, membre de la CPDP, M. DALSTEIN répond que les choses peuvent évoluer ou se modifier ; pour l'heure, une définition plus fine du programme est impossible. Néanmoins, il précise que l'engagement est pris de réaliser au moins 60% de ces surfaces et d'y développer un équipement mixte. Les commerces occuperaient alors 138 000 m².

Y aura-t-il des parkings ?

La secrétaire du Conseil citoyen de Goussainville demande si des parkings seront adaptés au flux de visiteurs.

Réponse du maître d'ouvrage

M. Christophe DALSTEIN confirme que 9 000 places de stationnement sont prévues sur la périphérie du site, en surface essentiellement mais aussi en sous-sol.

Qu'est-il prévu pour revitaliser le commerce de proximité ?

M. Francis PALOMBI demande si l'EPA a un projet concret pour permettre la revitalisation des commerces existants. Mme Claude BRÉVAN complète sa question en demandant ce qu'envisage Alliages et Territoires, en matière d'alignement commercial à Aulnay, par exemple.

Réponse du maître d'ouvrage

M. Christophe DALSTEIN répond que des partenariats sont à construire localement. Il précise ensuite que le centre-ville d'Aulnay est à 7,6 km du site d'EuropaCity et que les offres entre le boulevard de Strasbourg et les commerces que proposera le projet sont trop différentes pour entrer en concurrence.

Le débat public n'arrive-t-il pas trop tôt ?

Un intervenant fait remarquer que le maître d'ouvrage, que ce soit en matière d'emplois ou de typologie des commerces, est incapable de donner des précisions. Le débat public, ajoute-t-il, aurait dû permettre d'éclairer le public, or ça n'est pas le cas. La procédure vient-elle trop en avance ? « *Il faudra recommencer le débat public dans 5 ans.* »

Réponse de Mme Claude BRÉVAN

La présidente de la CPDP répond que c'est l'éternelle question liée au débat public. Mais elle considère que le public reçoit malgré tout énormément d'information. Elle rappelle le « dire d'expert » qui va se prononcer sur les emplois, donner une fourchette. Elle indique que l'on est à 8 ans du projet et qu'il est difficile de faire des prévisions certaines. Elle pose néanmoins une question au maître d'ouvrage :

D'où sort ce chiffre de 230 000 mètres carrés ?

Elle constate que le « volume capable » annoncé est considérable et demande comment a été déterminée la question du « contenant ».

Réponse du maître d'ouvrage

M. Christophe DALSTEIN répond que le projet est basé sur des études économiques sérieuses et qu'il y a un *business plan* d'entrepreneur ; il répète que les équipements de loisirs et de culture ont une part importante dans le projet (il redonne quelques chiffres) et qu'une évolution des surfaces reste encore possible. Il ajoute que l'investisseur prend un risque avec ce projet.

Le projet ne va-t-il pas créer des outlets à sa périphérie ?

M. PALOMBI répète qu'il devrait y avoir une réflexion sur la revitalisation des centres villes quand un projet comme celui-ci se met en place. Il demande ensuite si le projet comportera des outlets (magasins d'usines à prix attractifs), précisant que ces magasins ne respectent pas toujours la déontologie de la légalité commerciale.

Réponse du maître d'ouvrage

M. Christophe DALSTEIN répond que non.

M. Palombi insiste pour que cela soit acté dans un contrat ou sous la forme d'un engagement auprès de l'EPA.

Quelle est la viabilité économique de ce projet ?

Le directeur du centre commercial O'Parinor à Aulnay fait part des résultats d'une étude menée dans ce centre : 79% des commerçants estiment un impact négatif du projet sur leur activité. Il revient sur la typologie des commerces à l'aune de son expérience : « *Aujourd'hui, la rentabilité de ces structures, ce sont les grandes enseignes nationales et internationales.* » Il rappelle que ces enseignes sont déjà dans tous les centres commerciaux du secteur, voire dans les centres-villes.

Pourquoi ne pas créer un groupe de travail sur la commercialité d'EuropaCity ?

Il ajoute qu'au vu des tendances d'évolution du commerce, les centres commerciaux actuels vont devoir, pour survivre, muter pour ajouter du loisir à leur offre, entrant ainsi en concurrence directe avec Europacity. Il propose de créer un groupe de travail pour s'assurer de la complémentarité des offres. Et revient sur la pertinence du site d'Aulnay pour installer le projet.

Réponses du maître d'ouvrage

M. Christophe DALSTEIN répond qu'il n'est pas responsable de certaines incohérences du territoire et qu'il ne peut porter à lui seul les exigences de développement de deux départements opposés quant à la réalisation du projet. Il redit toutefois qu'il croit à une complémentarité des sites.

Conclusion de Mme Claude BRÉVAN

Mme BRÉVAN remercie les participants et les experts ; elle retient dans les réponses du maître d'ouvrage le fait que le projet soit « phasable » et rappelle que ce dernier doit préciser son volet commercial afin de renforcer la crédibilité du projet.

