



Atelier « commerce »

Lundi 4 avril 2016 de 19h00 à 22h

Salle « Chanteloup »
1 avenue de Nonneville
Aulnay-sous-Bois

L'atelier a réuni une centaine de personnes.

Introduction

M. Bruno BESCHIZZA, Maire d'Aulnay-sous-Bois, accueille les participants, puis **Mme Claude BRÉVAN**, présidente de la CPDP, rappelle brièvement les principes qui régissent le débat public.

M. Laurent PAVARD, membre de la CPDP, animateur de la réunion, annonce le déroulé de la soirée.

Présentation du projet par le maître d'ouvrage et divers intervenants

M. Christophe DALSTEIN, directeur d'EuropaCity, Alliages & Territoires, présente le projet comme un élément qui s'inscrit dans une dynamique de territoire, au sein de l'aménagement du Triangle de Gonesse. EuropaCity se développerait sur 80 ha, avec un parc central de 10 hectares librement accessible, une grande place et une rue piétonne de 1,5 km desservant l'ensemble des programmes. Une connexion directe le relierait à la future station de métro de la ligne 17. EuropaCity serait une destination touristique.

Les principaux équipements du programme, déployés sur 760 000 m², seraient un parc à thème, une ferme urbaine de 7 hectares, des salles de spectacle, une grande halle d'exposition, un parc des neiges, un parc aquatique couvert. Le tiers des surfaces serait dévolu au commerce, en adaptation avec les évolutions du commerce digital.

Le programme commercial d'EuropaCity se composerait de :

- trois grands magasins comme ceux qui existent à Paris sur le boulevard Haussmann, notamment à destination de la clientèle touristique ;
- des boutiques ateliers où l'on viendrait réparer soi-même ses objets ;

- des enseignes inédites, pas encore présentes en France, dont ce serait la première implantation ;
- des lieux d'exposition ou *showrooms* ;
- des magasins éphémères ou *pop-up stores*, ce qui permettrait de renouveler l'offre en permanence.

Le commerce responsable et collaboratif aurait aussi sa place à EuropaCity, précise M. Dalstein, ainsi que des magasins de marques, dédiés à l'univers d'une marque, des « curated store », boutiques de prescripteurs autour d'un artiste ou d'une personnalité, enfin des espaces pour les enseignes présentes uniquement sur le web.

Un cahier des charges est défini. Chacune des marques et enseignes respecterait au minimum une des conditions suivantes :

- architecture exceptionnelle ;
- développement d'une offre inédite, unique à EuropaCity ;
- développement d'une collection qu'on ne trouverait pas ailleurs ;
- offre qui aille dans le sens d'une consommation responsable.

Europacity ne serait pas, insiste M. Dalstein, un simple centre commercial. La locomotive en serait les activités de loisir. La fréquence de visite serait d'une à deux fois par an. La zone d'attractivité du projet serait d'environ 2 heures : « *On viendrait dans ce lieu en famille, passer une demi-journée au parc aquatique et voir un spectacle de cirque le soir* ». Le maître d'ouvrage espère établir des partenariats avec les entreprises et les enseignes locales.

Celine CRON-DARRACQ de la **Chambre de Commerce et d'Industrie de Seine-Saint-Denis (CCI)** présente une étude réalisée en 2015 à la demande du maître d'ouvrage ; conduite sur 6 mois, l'étude visait à dresser un état des lieux du commerce sur 16 communes du territoire dans un rayon de 6 km autour du projet, et à analyser l'offre des centres commerciaux existants.

Les chiffres : 4 607 commerces ; 62% en Seine-Saint-Denis, 38% dans le Val-d'Oise ; 12 centres commerciaux dont 2 d'importance super-régionale.

Un diagramme montre la répartition des commerces par communes¹.

Les commerces sont également classés par type d'activité (services, alimentation, hôtels, restaurants...). Un focus est fait sur O'Parinor et Aéroville.

Bertrand TRIACCA, de la **Chambre de Commerce du Val-d'Oise** présente une enquête réalisée sur 10% des commerces de la zone concernée : l'enquête porte sur la notoriété du projet EuropaCity, l'avis des commerçants sur le projet après visionnage du film de présentation, leur estimation de son impact et leur positionnement (pour ou contre).

Enfin, la CCI fait état d'une mutation du commerce et de son évolution vers un maintien du commerce de proximité à côté de grands centres commerciaux.

Réactions et questions du public

Quelle fiabilité pour les résultats des études ?

La réaction de deux intervenants qui s'étonnent de l'interprétation positive des diagrammes permet de préciser la méthodologie de l'étude : la présentation de résultats

¹ Vous pouvez retrouver ces documents sur le site du débat.

cumulés peut empêcher que les réponses relevées sur une commune (Aulnay en l'occurrence) n'apparaissent clairement. Une personne souligne qu'il est facile d'avoir des réactions positives lorsqu'on montre un film promotionnel. Le ressenti de cet intervenant, qui a distribué des affiches pour informer de la tenue du débat public, est que les commerçants d'Aulnay ne sont pas favorables au projet. Il mentionne enfin une étude de la CCI qui indique qu'un emploi créé dans un grand centre commercial en détruit entre 2 et 5 dans le petit commerce. La personne de la CCI donne les chiffres d'Aulnay : 48% des commerçants sont défavorables au projet, 46% sont favorables, 11% ne se prononcent pas.

Quelle influence d'EuropaCity sur les hôtels, cafés et restaurants du secteur ?

Un intervenant souligne l'inquiétude des commerçants de Gonesse, en particulier les exploitants d'hôtels, restaurants et cafés. « *La création d'EuropaCity, avec l'effet d'entraînement considérable notamment au travers des activités de loisir qui y seront développées, ne va-t-elle pas entraîner mécaniquement la fermeture d'une partie de ces commerces ?* » Des intervenants reviennent sur les chiffres donnés par l'étude, qu'ils mettent en doute. La personne de la CCI atteste de sa neutralité, mais elle ne convainc pas certaines personnes qui remettent en cause les résultats jugés trop optimistes de cette étude.

M. David LEBON, directeur du développement d'EuropaCity, précise que la tendance est en train de s'inverser : on observe que la création de grands centres commerciaux redynamise plutôt le commerce de proximité et de centre-ville.

Une concurrence pour O'Parinor 2 et les autres centres commerciaux ?

Un adjoint au maire d'Aulnay-sous-bois souligne qu'a été oubliée dans l'étude le centre commercial O'Parinor 2 qui fournit 3 500 emplois aux habitants de Seine-Saint-Denis. Il ajoute qu'après la fermeture de PSA (3 000 emplois perdus), si la concurrence devait atteindre O'Parinor 2, ce serait un séisme pour la ville d'Aulnay. « *Si ce projet porte en son sein la mort d'un certain nombre de commerces voisins, et notamment O'Parinor qui est à peine à quelques kilomètres, sans parler des commerces de centre-ville, (...) ce serait juste insupportable.* »

Intervention de Jacqueline LORTHIOIS, collectif pour le Triangle de Gonesse

Faut-il faire ce projet ?

Mme LORTHIOIS cite le cas de Sarcelles qui a vu de grands centres commerciaux se concurrencer et s'éliminer. Elle demande si la surface commerciale d'EuropaCity (commerces + cafés-restaurants = 250 000 m²) ne provoquera pas la désaffectation des autres commerces ?

Est-ce le bon positionnement en termes d'emplois ?

Elle interroge ensuite la localisation du projet : « *faut-il mettre un grand projet sur ce site-là ?* » Selon ses chiffres, Roissy Cœur de Pôle (7 communes) propose 2,7 emplois pour un actif, alors que sur l'aire directe de Roissy (15 communes), on a deux fois moins d'emplois que d'actifs. « *Nous pensons que remettre des projets sur le Cœur de Pôle au lieu de les mettre sur l'aire directe, ça aggrave les déséquilibres territoriaux.* »

Le concept du projet n'est-il pas déjà dépassé ?

Enfin, elle demande s'il est opportun de faire ce projet maintenant, à l'heure de la COP21 : « nous contestons le mot « urbain » puisqu'il n'y a pas d'habitants, c'est introverti, le projet est tourné vers lui-même puisqu'il n'y a pas de ville, il est artificiel, c'est un modèle de gaspillage et de démesure ». Elle ajoute enfin que c'est contraire au 4^{ème} défi du SDRIF, datant de 2013 : le défi alimentaire. Ce territoire produit actuellement des ressources alimentaires et elle considère que c'est une fonction importante².

Temps d'échange autour des tables

Les participants se répartissent en groupes autour des tables pour une séquence de discussion de 45 minutes. Chaque table désigne un rapporteur.

Restitution des ateliers par groupe

Table n°1 : le rapporteur précise que les participants de sa table ont regretté l'approche par thématique qui empêche d'aborder tous les sujets liés au projet (problèmes des terres agricoles, des transports, etc.). Il souligne que plusieurs personnes étaient opposées au projet. La présence de M. Dalstein à cette table a permis aux participants d'interroger le directeur du projet et de comprendre que le projet s'adresserait essentiellement à une clientèle internationale. « *Qu'est-ce que nous, banlieusards, avons à voir avec ce projet ? Quel profit allons-nous en retirer ? Quelles retombées pour la population locale ?* »

Le projet peut-il être une vitrine du territoire ?

La proposition de cette table est que le projet intègre des éléments propres au territoire, à travers des commerces ou de la restauration ethniques, de l'artisanat d'art, afin de fournir aux habitants des retombées concrètes.

Quels moyens de transport pour les employés ?

Comment les salariés d'EuropaCity rentreront-ils chez eux si les horaires sont élargis ? Les travailleurs handicapés pourront-ils y avoir une place ?

Des hôtels de luxe, mais pas seulement...

« *Pourquoi n'y aurait-il pas un hébergement aussi proposé à une clientèle plus modeste, par exemple sous forme d'auberges de jeunesse ?* »

Table n°2 : Le rapporteur indique que de nombreuses interrogations ont été posées à sa table.

Une chance de rayonnement pour la région ?

² Vous pouvez retrouver la présentation de Mme Lorthiois sur le site du débat.

Si certains espèrent que le projet soit une chance de rayonnement du territoire, d'autres se sont interrogés sur sa nature, sa taille (surface commerciale très importante) et son interaction avec les centres commerciaux existants.

Quel devenir pour la friche industrielle PSA ?

« On se posait la question de la cohérence et de l'étude globale qui aurait été faite pour ce projet, en interaction avec les centres commerciaux existants, avec les commerces de la ville d'Aulnay, mais aussi avec ce qui serait destiné à être fait sur l'ancien site de PSA. »

Qui seront les clients d'EuropaCity ?

Des magasins de luxe attirant une clientèle internationale concerneront-ils les habitants ? Exerceront-ils une attractivité au niveau de toute l'Île de France ?

Qu'entend-on par « commerces novateurs » ?

Le terme « novateur » employé par le maître d'ouvrage a été questionné : « est-ce que ce serait dans le cadre d'un développement économique pensé, raisonné, durable ? »

Que vont devenir les terres agricoles ?

« La question du souci écologique par rapport aux terres agricoles et au modèle commercial proposé est beaucoup revenue. » En marge de la thématique du commerce, revient celle de la transformation des usages. « Que vont devenir les 220 hectares qui entourent le centre commercial ? »

L'aménagement du territoire est-il cohérent ?

D'autres questions connexes non liées au commerce ont été posées à cette table, concernant les tarifs pour les manifestations culturelles, l'acheminement de la clientèle, des travailleurs. En conclusion, une inquiétude : « La taille inquiète beaucoup, et est-ce que l'aménagement du territoire a été pensé de manière globale ? »

Table n°3

La même inquiétude est partagée à la table 3, dont le rapporteur précise qu'elle rassemblait des positions variées.

Comment intégrer la population locale au projet, tout en ne créant pas de concurrence commerciale ?

L'option d'une zone de chalandise élargie inquiète les participants de cette table : « On a là un premier risque de frustration des populations locales qui pourraient être exclues de ce projet, et ce risque est clairement apparu... » Dans le même temps cette option rassure les commerçants, qui voient reculer la concurrence avec une offre complètement différente.

Comment prévoir 2024 ?

L'échéance lointaine du projet paraît être un facteur d'inquiétude pour les participants, qui craignent que les hypothèses sur lesquelles est construit le projet ne se vérifient pas.

Table n°4

Les participants de cette table ont abordé plusieurs questions :

Le caractère innovant du projet

Comment le principe d'innovation mis en avant peut-il perdurer dans le temps ? « L'innovation pour nous, c'est un temps, mais ça passe très vite. »

Le positionnement haut de gamme

L'expérience de la région montre que ce positionnement n'a pas pu être tenu dans d'autres structures commerciales (le Millénaire, Aéroville). « Aéroville qui avait un positionnement haut de gamme l'a baissé. »

La pertinence de certains commerces éloignés du centre-ville

Les participants considèrent que les offres d'ateliers de recyclage, de réparation, ne semblent pas adaptées à ce type de projet, car éloignées des habitants. Par ailleurs, le gigantisme du projet, très coûteux à leurs yeux, fait craindre à ce groupe que des loyers élevés soient pratiqués, empêchant ce genre de commerces de trouver leur place.

Une concurrence commerciale inévitable, y compris en tant que lieu de promenade

Les participants constatent une désaffection des centres commerciaux, et s'inquiètent d'une éventuelle concurrence. Ils font remarquer que l'argument d'un lieu de promenade renforce cette concurrence car les autres centres commerciaux sont déjà des lieux de promenade et de « loisir ». « *Il y aurait aussi une concurrence entre le projet EuropaCity et ces centres commerciaux comme lieu de promenade.* »

Table n°5 :

Des avis contrastés ont émergé à cette table, qui a débattu de l'innovation, de la concurrence et de la fréquentation.

EuropaCity est-il un concept moderne ?

Le groupe met en doute le caractère innovant du projet, en comparant avec d'autres structures existantes : « *on s'est rendu compte qu'il n'y avait rien de particulièrement innovant* ».

Quelle concurrence avec les autres centres de loisir ?

Le groupe pose la question d'une mise en concurrence sur l'offre spécifique de loisir.

31 millions de visiteurs : comment est-ce possible ?

Le chiffre reste incompréhensible à ce groupe, qui cite les 12 millions de visiteurs d'EuroDiney.

Quel financement public ?

La question enfin est posée de l'investissement public, en particulier au niveau des transports en commun. Qu'en serait-il ?

Temps d'échanges et de questions

Laisser entendre l'expression de tous

Un intervenant revient sur la question des emplois, indissociable selon lui de celle du commerce. Il s'interroge sur la part d'emplois détruits par le projet, au regard des emplois créés et interroge l'apport réel du projet, en termes de bienfaits pour le territoire. La nécessité de disposer d'études d'impact indépendantes est soulignée. C'est même une demande adressée à la CPDP : « *il faut absolument que la Commission nous fasse des études indépendantes sur ce que peut être l'emploi* ».

Cet opposant au projet demande à ce que la voix des opposants ne soit pas, au cours du débat, systématiquement brocardée par des représentants de l'État ou du maître d'ouvrage.

Considérer l'intérêt régional

Enfin, il demande dans quelle mesure le projet ne peut être porté et décidé par la puissance publique, dans l'intérêt de tous, au-delà des égoïsmes communaux. « *On devrait même proposer aux parlementaires que la fiscalité et l'impact soient répercutés au niveau de la région et non pas au niveau de la commune.* »

Discuter de l'opportunité

Il est rejoint par un autre intervenant qui précise que le projet, qu'il considère comme dépassé dans son concept, n'est pas encore décidé. Cette personne demande à la CPDP de bien insister sur le caractère non-inéluctable du projet. Mme Brévan répond qu'elle ne cesse de le rappeler.

Halte à l'étalement urbain

Une autre personne intervient pour exprimer son opposition au projet, essentiellement pour des raisons environnementales. « *Ce centre commercial prélude à l'urbanisation de tout le Triangle de Gonesse.* » Outre la destruction des terres agricoles, cet intervenant craint la future construction de logements, la densification, et la mise en œuvre d'une logique mondiale de développement urbain.

Envisager aussi l'avenir de PSA pour un développement équilibré du territoire

L'ancien maire d'Aulnay-sous-bois revient sur la question des commerces, de la concurrence et de la crise des commerces de proximité. Il insiste sur la nécessité de disposer d'études plus fines. Devant l'évidence qu'un tel projet va avoir un impact, il demande si le rôle de la puissance publique n'est pas d'avoir une vision plus globale des enjeux territoriaux. Si l'on considère seulement EuropaCity, « *qui va pouvoir fréquenter ce centre commercial ?* » demande-t-il. Il faut, selon lui, envisager la reconversion du site PSA en un site industriel à haute valeur ajoutée « avec 8 ou 9 000 emplois, qui peuvent exister dans les 10 ou 12 ans qui viennent ». Le besoin de développer cette partie nord de la Région Ile-de-France passe, à ses yeux, par la volonté des pouvoirs publics d'en faire bénéficier la population. « *Si de pair, nous ne menons pas cette double démarche, alors oui EuropaCity marche sur une patte.* »

Actualiser les études

Le directeur de O'Parinor demande à la CPDP de veiller à l'actualisation des études produites par l'EPA Plaine de France³, dans un contexte où beaucoup de changements sont intervenus (création, extension ou adaptation de centres commerciaux).

Un projet essentiellement commercial et concurrentiel

Il revient ensuite, en professionnel du secteur, sur la vocation d'EuropaCity, qui selon lui est majoritairement commerciale, sur une surface jamais égalée en Europe. Il doute qu'EuropaCity puisse attirer 600 nouvelles enseignes qui n'entrent pas en concurrence avec celles des nombreux centres commerciaux déjà implantés et demande des précisions sur ces enseignes, sous forme de liste fournie par le maître d'ouvrage. « *Ce n'est pas possible aujourd'hui en France d'amener 600 nouvelles enseignes qui ne seraient pas présentes sur le territoire et qui ne feraient de mal à personne.* »

Il souhaite également que soit calculé le nombre net des emplois, en comptabilisant ceux qui seront détruits. Il rappelle enfin une proposition faite en amont du projet lors des contacts avec Immochan, d'étudier une implantation d'EuropaCity sur la friche PSA.

³ *Analyse prospective du contexte commercial du Nord-Est métropolitain francilien*, septembre 2012 – avril 2013, Convergences CVL – Alphaville - CREDOC. Cette étude sera produite lors de la conférence-débat du 9 mai à Villepinte.

Réponses de M. Christophe DALSTEIN

M. DALSTEIN répond favorablement à la proposition de faire d'EuropaCity une vitrine du territoire. Il reconnaît que l'enjeu du devenir du site PSA est d'une importance capitale et regrette l'opposition entre les deux départements du Val d'Oise et de la Seine-Saint-Denis. Il revient sur l'intervention du directeur de O'Parinor et récuse le chiffre de 600 commerces : le projet, assure-t-il, n'est pas figé, il est appelé à évoluer, et à se transformer également dans le temps. Les exemples des aménagements réalisés avec succès sur certains centres commerciaux lui font envisager les choses avec optimisme. Il appelle ses confrères à entrer dans une dynamique, plutôt qu'une confrontation. Il rappelle que le groupe Auchan a reconduit son engagement à Aéroville pour 12 ans : c'est un gage de confiance dans l'avenir commercial de ce site.

M. Dalstein redit à quel point l'offre commerciale d'EuropaCity se distinguerait de celle d'une grande artère comme le boulevard de Strasbourg à Aulnay. En outre, elle n'interviendrait qu'en 2024.

Conclusion de Mme Claude BRÉVAN

Mme BRÉVAN dresse un rapide bilan de l'atelier. Elle demande au maître d'ouvrage de tenter, d'ici la fin du débat, de lever le flou sur l'offre commerciale et de donner quelques précisions qui permettraient à la fois de répondre aux interrogations du public et de se figurer plus concrètement à quoi ressemblerait EuropaCity.

La présidente de la CPDP revient sur l'actualité des études et demande à la CCI de produire ce qu'elle sait sur les surfaces commerciales intermédiaires, dont le maintien est plus incertain. Elle évoque également la question de la cohérence d'aménagement du territoire, qu'il serait bon d'éclairer davantage, bien que cela dépasse la compétence du maître d'ouvrage.