



Du développement économique au renouvellement urbain ? À propos de l'implantation de Marques Avenue à Romans

décembre 2001

Les cahiers du DSU

Les professionnels du développement, de l'aménagement et de la politique de la ville le savent, la ville de Romans, 33 000 habitants, est confrontée depuis de nombreuses années à une situation complexe. Elle doit en effet conjuguer reconversion économique (déclin de l'industrie du cuir et de la chaussure, activité commerciale à redynamiser), renouvellement urbain (un centre à restructurer et requalifier, une friche – la caserne Bon –, un grand quartier d'habitat social – la Monnaie – à diversifier et réaménager), et réduction des inégalités (41 % de la population de la Monnaie en dessous du seuil de pauvreté). Bref, la capitale de la chaussure fait figure de ville sinistrée. Dans un tel contexte, l'ouverture de Marques Avenue, en juillet 1999, premier centre de magasins d'usine implanté au sud de la France, apparaît comme un élément remarquable capable de contribuer au développement global. Retour sur cette opération alors que la ville vient d'être retenue au titre des opérations de renouvellement urbain.

« L'aventure de Marques Avenue est née d'une rencontre d'intérêt, puis d'une quasi-osmose, entre le porteur du projet, Alain Salzman, et le maire Henri Bertholet ». Pour François Monterrat, maintenant directeur du développement économique à la Communauté de communes du Pays romanais, cette coalition fut déterminante pour l'avancement du projet, notamment pour franchir les embûches d'une bataille juridico-politique qui aura duré plus de cinq ans. De nombreux recours jalonnent les années 1996 et 1997 jusqu'à la pose de la première pierre fin 1998 et ralentiront par la suite l'avancée des travaux...

Marques Avenue – 44 boutiques sur 7 000 m², 120 emplois créés – fonctionne maintenant depuis deux ans et envisage une extension de 25 boutiques et 3 500 m², signe indéniable de réussite économique.

MUTATION ÉCONOMIQUE ET EMPLOI D'ABORD

C'est en effet la dimension économique qui marque essentiellement ce projet. Le maire y voit une occasion d'opérer la mutation économique de la ville qui possède déjà une culture de magasins d'usine avec les entrepôts de fabricants locaux de chaussures de luxe. Cet enjeu est relayé par la mission économique (« Marques Avenue, un véritable outil de développement et une locomotive commerciale pour la ville ») et l'ANPE attentive à la création d'emplois.

Un travail précis s'engage alors entre ces deux partenaires. Créée en 1998, la « cellule emploi Marques Avenue » constitue un service d'aide au recrutement

visant à « mieux cerner en amont le besoin en compétences des entreprises », et à « constituer un fichier qualifié de candidats disponibles correspondant aux profils de poste ». Des profils de compétences et un dossier de candidature ont été élaborés. La cellule emploi a sélectionné les candidatures, les a proposées aux entreprises et a assuré le suivi post recrutement. 1 200 candidatures ont été traitées et au final 92 Romanais recrutés. Cette mobilisation pour l'emploi a favorisé la cohésion autour du projet et contrebalancé en partie les assauts contestataires de certains commerçants. Le projet semble aussi avoir confirmé le potentiel d'attractivité attendu, non seulement en termes de fréquentation, mais aussi en termes de redynamisation de l'activité commerciale du centre-ville. La ville rompt ainsi avec son image de ville sinistrée.

VERS UNE DYNAMIQUE DE RENOUVELLEMENT URBAIN ?

Ainsi ce projet, avant tout économique (le service économique est chef de file), a également diffusé dans le secteur de l'emploi et du social. Il a eu aussi des implications en matière d'aménagement et de structuration urbaine, avec l'aménagement de parkings, de ronds-points, d'espaces verts, l'installation d'éclairage public, etc., sur le site et ses abords. En parallèle des usages se sont établis entre le site de Marques Avenue et le centre ancien, usages que l'aménagement devra renforcer et structurer. On voit là la diversité des approches caractéristiques des opérations de renouvellement urbain. Même si l'articulation entre ces différentes démarches n'a pas été pensée en amont, on peut imaginer que la dynamique née de cette opération débouche sur un véritable projet de renouvellement urbain. D'ailleurs, la mission économique met actuellement en place une procédure « centre 2000 » pour accompagner le développement commercial et artisanal dans le centre ancien. Les énergies vont également se concentrer sur la restructuration du quartier de la Monnaie dans le cadre de la convention Oru. Mais ne peut-on pas voir se profiler dans les dynamiques générées autour de l'implantation de Marques Avenue l'approche de ces questions à l'échelle de la ville, d'autant plus que sa taille y est propice ? Des démarches intégrées en amont, une plus grande convergence entre les acteurs, et donc une autre façon d'impulser le renouvellement urbain ? ■

Françoise MALBOSC