Urbanisme Commercial. L'avalanche de projets

A l'instar des CDEC, les CDAC ne filtre pas quasiment pas les projets commerciaux. Les besoins de créer des SDAC se font sentir. L'exemple des Alpes-Maritimes est représentatif.

Noyés dans une course au profit, les centres commerciaux se restructurent, se développent, grappillant au passage des mètres carrés supplémentaires. La tendance n'épargne pas les Alpes-Maritimes. D'ici à cinq ans, la superficie des zones commerciales pourrait augmenter de 50%. Face à la mer: des commerces à perte de vue ! Le scénario fait frémir. Il est pourtant envisageable dans les Alpes-Maritimes. D'après la chambre de commerce et d'industrie Nice-Côte d'Azur, le département compte actuellement 1.475.000m² de superficie de vente. D'ici à 2015, ce chiffre pourrait augmenter de moitié. Près de 500.000m² de projets supplémentaires sont déjà à l'étude. Une aberration pour le président de la chambre consulaire azuréenne, Dominique Estève. «Nous ne pouvons pas continuer comme ça. Nous devons fixer des règles, faire des choix. Si nous n'arrêtons pas cette inflation, nous courrons droit dans le mur.» Lors du quatrième Forum du commerce azuréen, qui s'est déroulé le 9novembre dernier, l'homme a mis en garde la classe politique. «L'aménagement du territoire est un sujet sensible. Les élus doivent se prononcer franchement et prendre la mesure des enjeux.» Le risque: rompre l'équilibre du système et en arriver à des friches commerciales.

L'heure des choix

Dans ce contexte de surenchère permanente, la CCI préconise un nouveau schéma départemental d'aménagement commercial. Les maires, le conseil général et l'État auraient leur mot à dire. Objectif: «Inventer le futur, sans opposer le coeur des villes aux zones périurbaines». «Nous devons privilégier la mixité», précise Jacques Kotler, trésorier adjoint de la CCI. Reste à sélectionner les projets à venir. Sur les quelque 500.000m² de nouvelles zones commerciales annoncés, 300.000m² sont déjà autorisés ou suffisamment avancés pour en être à un stade proche du dépôt d'une demande d'agrément. C'est le cas, par exemple, du fameux Family Villagede 32.000m² à Mougins et de son magasin phare, Ikea. Après un premier rejet, le dossier remanié est en cours d'examen par la commission nationale d'aménagement commercial. Les 200.000m² de projets restants n'en sont pour l'instant qu'à leurs prémices. Un répit de courte durée qui n'apaise pas la crainte des petits commerçants et des artisans. Piérine Herbin - JDE - Édition Alpes-Maritimes 06 - 4 décembre 2009