

# 60 millions d'euros sauveront-ils le commerce montois?

L'Avenir - 17 juil. 2017

Accueil Régions Mons-Centre Le fil d'actu - Aujourd'hui 21h44 - Ugo PETROPOULOS

## MONS

«En matière de commerce, il n'y a aucune certitude de succès», avertit déjà Nicolas Martin, le premier échevin en charge du commerce à Mons. Comme pour se prémunir d'un éventuel échec du plan stratégique de redéploiement du commerce de centre-ville à Mons, qui sera présenté ce mardi au Conseil communal de Mons. Un commerce qui est à un moment-charnière : où on agit maintenant pour le redresser, ou il meurt d'une agonie plus ou moins longue.

Concrètement, les grandes lignes de ce plan sont déjà connues. Certaines mesures sont déjà en cours de réalisation, voire de finalisation. L'objectif de ce plan, c'est plutôt de montrer que ces actions font partie d'une stratégie globale. «Ce document, c'est un moyen de rétablir le contact avec des investisseurs privés afin de les convaincre de revenir dans le centre-ville de Mons. Ce n'est ni un projet de ville bis, ni un plan mobilité, c'est un plan qui vise à la densification de l'offre commerciale et qui se veut évolutif».

Et qui est aussi le lancement d'un plan com' visant à montrer que la Ville de Mons se soucie de la situation du commerce de centre-ville et qu'elle tente de l'améliorer. Au total, ce plan représente un investissement de 60 millions d'euros dont 50 millions issus du privé.

C'est sur deux axes que l'action communale se concentrera en priorité: des axes que sont le piétonnier et l'axe de la gare. On fait le point sur le piétonnier

7 projets pour un nouveau départ

1. Primark Ou le bas de la rue piétonne. «La porte d'entrée qui doit accueillir une grosse locomotive commerciale capable de drainer une clientèle de masse». C'est ce que le Collège attend de l'enseigne irlandaise, pour laquelle le promoteur BREG est en train de construire un bâtiment ayant une surface nette de vente de 4500 m<sup>2</sup> et un parking de 238 places.

Affluence attendue : 2 millions de personnes par an. Niveau timing, «on est dans les temps» a indiqué Nicolas Martin. La livraison du gros œuvre est attendue en mars 2018, charge à Primark d'aménager l'intérieur pour une ouverture neuf mois plus tard. L'enseigne de vêtements low cost est un élément majeur dans la stratégie commerciale du Collège, mais ce n'est pas non plus le Messie, a tempéré l'échevin.

2. Le Passage du Centre Là, le Collège n'a pas la main, s'agissant d'une copropriété privée. Même s'il compte mettre un gros coup de pression. Aux dernières nouvelles, les discussions seraient engagées avec deux investisseurs privés potentiels. Objectif : créer un mix de moyennes et grandes cellules. Le fonds Feder de 10 millions d'euros pour sa réhabilitation qui faisait les gros titres il y a deux ans semble avoir disparu du paysage.

3. La compensation City Mall C'était le deal : je te donne un avis favorable pour l'extension de tes Grands Prés, mais tu investis dans mon centre-ville. Aujourd'hui, la promesse est enfin tenue, un peu tard au goût du premier échevin. Toujours est-il que le promoteur du centre commercial va enfin entamer ses travaux à la mi-août. Dans plusieurs bâtiments au coin de la rue de la Chaussée et des Fripiers, il va fusionner différentes cellules pour atteindre une surface de vente de 1000 m<sup>2</sup>, assortie à du logement. Investissement : 5 à 6 millions d'euros.

4. L'ancien Media Markt Ou ex-Galleries Anspach vont bientôt revivre, c'est promis. Un magasin de vêtements New Yorker et un Basic Fit ouvriront en automne 2017, a annoncé l'échevin.

5. La Maternité Commerciale Les achats ont commencé fin de l'année dernière. Grâce à des fonds FEDER (une enveloppe d'environ 10 millions d'euros), la ville rachète des petites cellules commerciales dans le haut du piétonnier et va les réhabiliter pour les louer à des petits indépendants, voulant ouvrir un "commerce de qualité". Deux immeubles ont déjà été achetés, un troisième est en passe de l'être.

6. Fusion de cellules Depuis plus d'un an, deux immeubles sont en pleine réhabilitation au milieu du piétonnier. Seule la façade des bâtiments a été conservée, tout le reste est neuf. Une nouvelle cellule de 750 m<sup>2</sup> y voit le jour, plus adaptée aux demandes actuelles, selon le Collège.

7. Fonds d'impulsion 200.000 euros pour les nouveaux commerces. Ce fonds d'impulsion doit permettre de soutenir les projets d'acteurs locaux. « Une quinzaine de projets sont déjà à l'analyse, dont 5 projets Horeca, 3 projets de magasins prêts-à-porter, un magasin de jeux de société, un de cd's-dvd's, une poterie, un magasin végétarien, un herboriste... » annonce Nicolas Martin.

C'est un jury qui octroiera les aides aux porteurs de projet, qui sera présidé par Alain Schoon, professeur émérite de l'UCL Mons et qui fut associé à la réflexion ayant donné naissance à ce plan stratégique. Tout comme le fut l'UCM et la Gestion Centre-Ville de Mons.

Ces projets contribueront-ils à augmenter la diversité commerciale du centre-ville et à y ramener du flux? Impossible à dire. «Le grand livre du développement, ça n'existe pas» avertit Alain Schoon. Mais au moins, «on ne pourra pas nous reprocher de ne pas avoir essayé», conclut Nicolas Martin

Pour la ville, ce n'est pas (que) de la faute des Grands Prés

Pour beaucoup, le développement des Grands Prés, devenus le plus grand centre commercial de Wallonie, porte une grande responsabilité dans la désertification commerciale du centre-ville. Mais la ville réfute un lien de cause à effet, estimant que les difficultés du centre-ville montois sont multiples.

«Durant les premières années d'exploitation des Grands Prés, les flux du centre-ville sont restés globalement stables. On ne peut donc pas imputer à ce centre commercial une diminution de fréquentation du centre-ville», peut-on lire dans la stratégie de redéploiement du centre-ville. Et puis, le commerce de périphérie ne se résume pas qu'à ce centre commercial, loin de là : Avenue Wilson à Jemappes, Portes de Maisières, les centres périphériques du Borinage...Les cellules commerciales hors centre-ville montois pullulent.

Ensuite, l'offre commerciale montoise diminuait déjà dans les années 90 : «plusieurs enseignes ont quitté Mons tandis que d'autres refusaient toujours de s'y implanter. Dans le même temps, plusieurs maisons familiales arrêtaient leurs activités» poursuivent les auteurs du plan de stratégie. Le centre commercial des Grands Prés «a donc correspondu à une période de mutation du commerce montois, marquée par des départs, des fins d'activités liées à des choix familiaux ou encore l'absence de perspectives d'implantation». Et certaines enseignes ne se seraient jamais implantées à Mons sans les Grands Prés, estiment les autorités.

Selon elles, c'est à partir de 2010 que les flux ont diminué, et que l'on a assisté à un changement de profil des passants : les classes moyennes et supérieures se sont orientés vers d'autres centres urbains (Bruxelles, Lille). Reste depuis en majorité des étudiants, des touristes et des personnes plus précarisées, ainsi que des marginaux renvoyant une image négative de la ville. Et depuis la spirale négative s'est enclenchée. Ce à quoi se rajoute l'essor du e-commerce.

Reste quand même la question de l'extension des Grands Prés l'an dernier et de l'ouverture d'Ikea, qui n'a pas ramené un client en centre-ville, contrairement à ce qui a pu être claironné au moment de l'ouverture du géant du meuble en kit. On n'a d'ailleurs jamais vu les points d'information sur le centre-ville promis dans la galerie commerciale.

Pour rester au courant de l'actualité et afin que nous puissions mieux vous servir, veuillez remplir les données ci-dessous. Merci! Vous êtes maintenant inscrit(e) à la newsletter Régions de l'avenir.net. Newsletters d'info générale L'image du jour La vidéo du jour