

CENTRE ANCIEN
Bordeaux

Permettre à tous de vivre (mieux) le centre ancien de Bordeaux :

Vers une opération d'aménagement

Note de synthèse des entretiens
Commerçants, artisans, acteurs de l'ESS



SOMMAIRE

Table des matières

SOMMAIRE	2
INTRODUCTION	3
OBJECTIFS	3
ACTEURS RENCONTRES	3
CARTOGRAPHIE DES ACTEURS	4
ANALYSE THEMATIQUE	5
Foncier	5
Stationnement, mobilités & accessibilité	5
Cibles commerciales	6
Offre commerciale	6
Espace public	7

INTRODUCTION

Dans le cadre de l'élaboration du plan guide pour une nouvelle opération d'aménagement du centre ancien, Bordeaux Métropole a souhaité mener une série d'entretiens auprès d'associations de commerçants, d'artisans et d'acteurs de l'ESS pour enrichir le diagnostic usager de leurs enjeux spécifiques. Ces entretiens ont été menés en visioconférence, au cours du mois de juin auprès de différents acteurs sur tout le périmètre géographique de la concertation.

OBJECTIFS

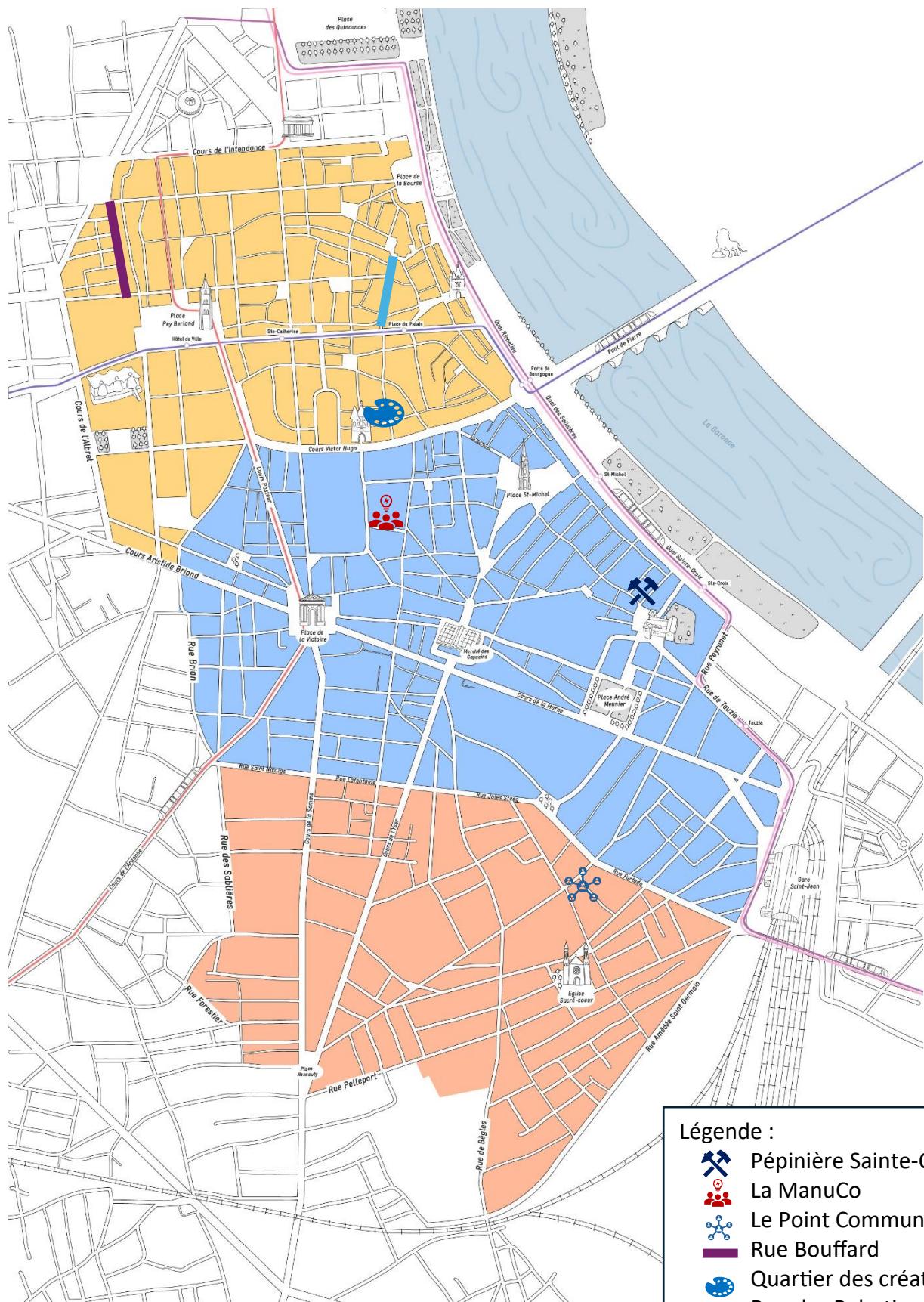
Cette série d'entretiens semi-directifs poursuit plusieurs objectifs :

- Inclure les acteurs de l'économie, du commerce, de l'artisanat et de l'ESS à la dynamique et à la réflexion autour de l'opération d'aménagement
- Prendre en compte leurs expertises spécifiques
- Recueillir leurs attentes pour concevoir le devenir du centre ancien

ACTEURS RENCONTRES

Organisation	Thème	Localisation
Chambre des Métiers et de l'Artisanat	Artisanat	Ensemble du périmètre
Association territoriales et innovation sociale	ESS	Rue Malbec
Association Rue Bouffard	Commerce	Rue Bouffard
Quartier des Créateurs	Commerce	Saint Paul
Bordeaux Mon Commerce	Commerce	Bordeaux
Rue des Bahutiers	Commerce	Rue des Bahutiers

CARTOGRAPHIE DES ACTEURS



Légende :

- Pépinière Sainte-Croix
- La ManuCo
- Le Point Commun
- Rue Bouffard
- Quartier des créateurs
- Rue des Bahutiers

ANALYSE THEMATIQUE

Foncier

Auprès des différents acteurs interrogés, les thématiques gravitant autour du foncier revenaient spontanément et régulièrement dans les échanges. Les acteurs de l'ESS et de l'artisanat soulignent la grande difficulté d'installer ou maintenir une activité en centre-ville en raison des loyers difficilement supportables par ces structures. De même, cette problématique est renforcée par la difficulté à trouver des petites surfaces, ou à l'inverse des espaces mutualisables entre acteurs. Du côté des acteurs de l'ESS, ils formulent le souhait d'être mieux intégrés dans les grands programmes immobiliers en prévoyant des petites surfaces pour l'ESS avec des montages financiers moins couteux et adaptés aux spécificités de ce type d'acteurs.

Quant aux associations de commerçants, certaines déplorent les loyers qui se conjuguent parfois avec des lourds travaux de rénovation, la spéculation, le sur-découpage et le développement des logements locatifs touristiques de type « airbnb ».

Stationnement, mobilités & accessibilité

La mobilité et la logistique sont des problématiques récurrentes exprimées pendant ces entretiens. Elles constituent une piste d'amélioration majeure pour les acteurs interrogés.

En premier lieu, le tissu économique exprime des difficultés concernant la chaîne logistique dans le centre ancien.

- Les principaux problèmes résident dans le stationnement, la livraison et l'accès au centre ancien.
Le centre ancien reste un pôle d'attractivité pour sa proximité et sa visibilité mais le stationnement y reste une difficulté prégnante. Le manque de place et le manque d'information sur les procédures pour obtenir une place sont un handicap notamment pour les artisans. Pour ces derniers, les urgences et interventions sont grandement complexifiées par le secteur borné. Les dispositifs dérogatoires existants sont jugés trop compliqués au quotidien, les artisans préfèrent payer une amende plutôt que de réaliser les démarches administratives. Il a été suggéré la création d'un abonnement « artisans » leur permettant d'accéder au secteur borné.
- Face à cette difficulté induite par le secteur borné, les acteurs (artisans, fournisseurs des commerces, etc.) se tournent de plus en plus vers les vélos cargos pour opérer dans le centre ancien. Là aussi, des pistes d'améliorations existent pour leur faciliter ces activités. Ils suggèrent le développement d'un maillage de parkings sécurisés adaptés aux vélos cargos, leur permettant de stationner avec la marchandise à l'intérieur. De plus, des espaces prévus pour la cyclo-logistique permettraient d'opérer le transfert de cargaisons entre différents modes de transports pour le dernier kilomètre.
- Plus généralement, un meilleur dialogue est préconisé entre les pouvoirs publics, les transporteurs et les commerçants pour aboutir à une meilleure coordination.

En second lieu, certains des acteurs interrogés se sont exprimés sur des enjeux des mobilités. Selon eux, la voiture reste nécessaire pour une certaine clientèle pour qui les modes doux ne sont pas une alternative viable (notamment pour les personnes âgées). Plusieurs propositions ont été données : gratuité des transports en commun, développement de l'offre à proximité

du centre ancien, etc. Les difficultés d'accessibilité en voiture sont particulièrement marquées sur les quartiers Bordeaux Centre et Bordeaux Sud. Pour les salariés des commerces, certaines associations proposent la création d'un plan de déplacement mutualisé ou la mise en place d'une tarification avantageuse pour les transports en commun.

Enfin, l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite reste un chantier important dans les secteurs où le patrimoine rend difficile l'installation de dispositifs adaptés (rampes, ascenseurs, etc.). Certains commerçants, bien qu'ayant installés des dispositifs, sont dans l'illégalité car ces derniers n'ont pas été attestés administrativement à cause de la lourdeur des procédures. Ils proposent de passer d'une vision juridique à une vision pratique de l'accessibilité des personnes à mobilité réduite.

Cibles commerciales

En matière de cible, elles sont sensiblement les mêmes entre le commerce, l'artisanat et l'ESS, mais selon les acteurs les évolutions souhaitées varient.

Du côté de l'artisanat, la clientèle actuelle est globalement locale. La cible touristique est à travailler, notamment par un meilleur accueil client et la mise en réseau des acteurs pour une meilleure visibilité de l'offre artisanale locale.

Pour ce qui est du secteur de l'ESS, la première clientèle est locale et notamment celle des quartiers dits « populaires ». Le secteur cherche à étendre cette cible à une clientèle davantage métropolitaine grâce à une meilleure signalisation à destination des modes doux (panneaux de direction) pour gagner, là aussi, en visibilité.

Du côté des associations de commerçants, la clientèle est très majoritairement locale, à l'échelle du quartier et en moindre mesure elle peut être touristique ou métropolitaine.

Une distinction géographique est observée. Dans les quartiers de Bordeaux Centre et Sud, la clientèle est davantage occasionnelle dans l'ensemble (tourisme, etc.) alors que dans le secteur Nansouty la clientèle est principalement régulière.

Offre commerciale

Concernant l'offre commerciale et artisanale, différents enjeux sont plus ou moins partagés par les acteurs rencontrés. Les acteurs s'accordent sur la nécessité de pérenniser une offre indépendante et diversifiée pour ne pas faire du centre ancien un centre-ville uniformisé et identique à d'autres villes (mêmes enseignes de grandes chaînes).

Acteurs de l'artisanat et commerçants s'opposent au sujet des commerces éphémères (pop-up store, occupation temporaire). Pour les artisans, cela constitue des opportunités de développement par des occupations temporaires, souvent à des prix plus accessibles. Du côté des commerçants, cela fragilise le tissu commercial. Selon eux, il faudrait installer davantage de pérennité grâce à des commerces ancrés qui drainent du passage (boulangeries, pharmacies, etc).

Concernant l'ESS, certains acteurs proposent de créer quelques centralités. Par exemple, la place Dormoy peut constituer un pôle d'attraction pour le secteur. Aujourd'hui déjà, cette place rassemble régulièrement le tissu associatif local.

Aujourd’hui l’artisanat prend principalement deux formes dans le centre : une activité productive dans des locaux spécifiques et une activité diffuse, à domicile. Les acteurs du secteur ont deux recommandations : pérenniser une activité de production dans le centre ancien et adopter une meilleure prise en compte de l’artisanat dans les révisions du PLU.

Espace public

A la lumière des entretiens menés, l’espace public semble agréger différents problèmes pouvant être résolus.

La circulation automobile en elle-même n’est pas un problème en soi, elle est vue comme une source de visibilité, une vitrine, par différents acteurs.

Du côté des commerçants, le stationnement sauvage, exacerbé par le secteur borné peut être une source de nuisance, en particulier quand les personnes qui stationnent ne le font pas pour consommer dans les commerces.

Enfin, certains commerces déplorent la « tristesse » de certaines rues moins passantes et pointent du doigt l’interdiction des terrasses, vues comme un vecteur de convivialité et d’attractivité. Aujourd’hui, les rues rénovées ont une grande attractivité et aspirent la clientèle rendant difficile les activités commerciales des rues adjacentes non rénovées.

Le développement de la végétation est un besoin partagé unanimement par les acteurs. Cela est perçu comme un vecteur de fraîcheur et d’attractivité.

Les acteurs rencontrés témoignent de l’absence globale de nuisances liées aux activités commerciales et artisanales malgré l’image et les craintes qui les entourent.

Le nettoyage des rues pourrait être renforcé dans certaines rues, notamment non-rénovées.

Enfin, afin de développer la visibilité de commerces dans l’espace public, certaines associations de commerçants suggèrent de construire un storytelling de la vie de quartier avec des plaques présentant le commerce et l’équipe qui l’incarne. Cela permet de remettre l’humain au cœur du quartier et de promouvoir l’activité commerciale à toute heure de la journée.

Par ailleurs, les principales associations de commerçants ont conscience de la nécessité d’adapter l’espace public du tissu commercial aux effets du changement climatique pour maintenir des lieux viables et animés malgré les conditions climatiques (végétalisations, toiles d’ombrage, etc.). Les règles et normes actuelles, notamment en matière de patrimoine compliquent parfois la transition énergétique de ces commerces (isolation thermique, pompes à chaleur, etc.).