

La ville évolue constamment, parfois brutalement. Tout comme, d'ailleurs, les habitudes de consommation qui changent avec le temps, tout comme le commerce de détail qui se transforme et tout comme les projets de développement domiciliaire qui prennent des formes plus denses. Toutes ces modifications affectent la façon dont la ville doit s'adapter pour demeurer pertinente.

L'armature commerciale subsiste à travers les époques, mais son adaptation au contexte urbain ne paraît pas toujours réussie. Les nombreux cas de dérives posent alors bien des soucis aux gestionnaires municipaux. Qu'il s'agisse de saturation de marché, d'étalement commercial, d'absence de complémentarité d'affaires et d'insertions non pertinentes dans le tissu commercial, ce ne sont que quelques-unes des situations qui dérèglent la cohésion commerciale et limitent l'optimisation du parc commercial.

L'ampleur des enjeux ne peut être résolue que par un changement mineur de réglementation ici et là. Il faut parfois beaucoup plus pour relancer la structure commerciale pour qu'elle s'adapte aux courants de force qui animent la cité.

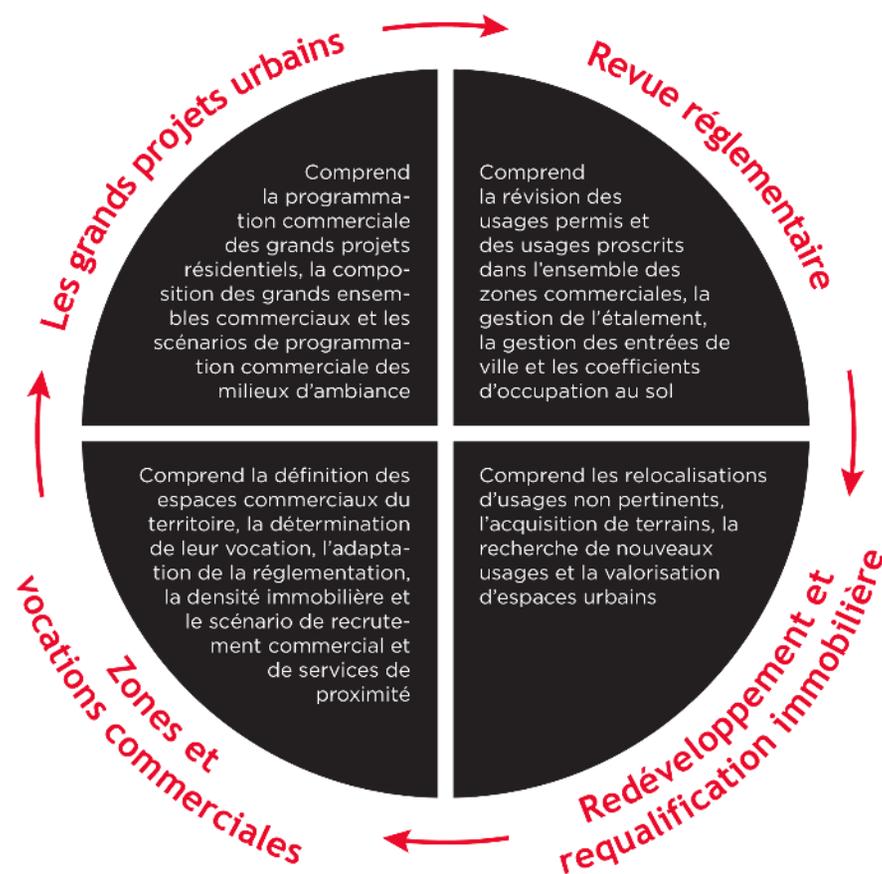
Voilà pourquoi il est proposé un modèle de gestion de l'armature commerciale intitulé « Direction Stratégique Urbaine ». Il devient nécessaire de porter un regard autre que furtif sur les affaires commerciales pour s'en préoccuper et faire de cette fonction municipale une entité de plein droit dans la gestion de la ville.

Cette nouvelle direction a pour objet de créer un cœur de compétence municipale portant sur tous les enjeux de transformation et d'adaptation du tissu municipal. Il faut rappeler que chaque actif municipal entretient des liens avec les services de l'évaluation, des finances, de l'urbanisme, de l'aménagement du territoire, des travaux publics et du développement économique notamment.

Chaque service cultive une perspective unique du territoire et un même projet a des effets variés auprès de chaque centre de compétence municipal. La direction stratégique municipale agira ainsi en tant qu'unité de coordination des différents courants de transformation de l'équité urbaine. En matière commerciale, cette direction se décline en quatre groupes de travail.

Chaque groupe de travail propose un procédé de mise en valeur de projet.

La Direction Stratégique Urbaine



Redéveloppement et requalification immobilière

Il est aisé d'observer cette réalité à l'œuvre dans les villes. La rareté de terrain, l'âge des immeubles et les nouveaux besoins en matière de gestion de l'espace donnent souvent lieu à une révision de la trame immobilière. Mais avant que les équipements envahissent l'espace à revaloriser, il faut une vision renouvelée du lieu. Il faut aussi parfois revoir la pertinence des implantations actuelles et procéder à des corrections en termes de sites.

Ce type d'analyse exige l'apport de bien des compétences urbaines et parfois professionnelles, de telle sorte qu'elles soient coordonnées pour être efficaces.

Revue réglementaire

Il n'est pratiquement plus possible d'étendre à l'ensemble du territoire une seule et même réglementation commerciale. Les nouveaux défis d'affaires segmentent le territoire différemment d'hier et des changements parfois majeurs sont requis.

Ces nouveaux défis restructurent l'espace en 3 dimensions et les règles de cohésion et d'unité qui s'avèrent nécessaires doivent aussi être créées. La réglementation n'est pas un obstacle à la gestion du territoire, mais plutôt une assurance qualité ! Dans cet esprit, elle se doit de présenter un aspect organique dans sa composition.

Les grands projets urbains

Ils sont de plus en plus fréquents. La consolidation des espaces périphériques, la réappropriation de secteurs dont la fonction a dépassé le stade de maturité, la revalorisation de terrains jugés stratégiques ne sont que quelques exemples qui conduisent à la création de projets d'envergure dont la fonction commerciale occupe une place privilégiée.

Fini est le temps où de grands projets faisaient fi des actifs

immobiliers déjà en place et redessinaient le territoire pour satisfaire des visées privées. Aujourd'hui, le domaine public doit s'engager dans ces projets pour assurer une pertinence avec les parcs d'affaires existants.

Zones et vocations commerciales

L'évolution de la densité urbaine rend pertinente la création de zones commerciales plus habilitées à répondre aux besoins des différentes communautés. L'opposition passée du centre-ville et du centre commercial est dépassée depuis belle lurette alors que l'on assiste désormais à une pléiade de dessertes de marché et de vocations commerciales complémentaires qui segmentent le territoire urbain.

La justification de ces zones, leurs périmètres et la réglementation qui doit les accompagner font partie aujourd'hui des défis de l'urbanisme. De plus, cette réglementation devient plus précise en identifiant de manière plus spécifique ce qui doit être prescrit de ce qui doit être prohibé.

La Direction Stratégique Urbaine

Le rôle de cette direction consiste à s'approprier les projets qui transforment le tissu urbain dans une perspective commerciale d'abord. D'autres dimensions s'ajouteront selon les besoins de chaque municipalité.

Il s'agit d'un projet de type matriciel où les expertises et les ressources municipale se rejoignent pour optimiser chacun des projets sur l'échiquier territorial municipal.

De plus, les projets urbains nécessitent tous des études et des analyses qu'il convient de déposer à la DSU de manière à communiquer aux parties visées les

informations pertinentes.

Le contexte de développement urbain actuel justifie la mise en place d'une direction stratégique qui s'occupe en réalité du futur de la ville. Cette disposition s'oppose à l'activité de gestion, plus comptable dans sa démarche et souvent moins propice à l'analyse de projets, qui vient changer les statuts de la réalité.

