



Note sur la revitalisation du commerce

La présente note a pour objet de soumettre à la Municipalité de Joigny et à la CCJ, le fruit des réflexions de l'AJORCA sur la situation inquiétante du commerce en centre-ville et de leur présenter quelques propositions susceptibles, à ses yeux, de contrer les conséquences négatives qui en résultent pour l'image de la ville dans son ensemble.

1. Les constats

- 1.1. Le premier constat est que la rue Cortel, axe central de la vieille ville structurant toute découverte de celle-ci, n'est pas parvenue à enrayer la tendance au dépérissement observé depuis plusieurs années. En dépit de quelques initiatives louables d'origine publique et privée pour créer des lieux vivants, le mouvement de fermeture des boutiques s'est poursuivi.
- 1.2. Le deuxième constat est que les vitrines des boutiques non louées, parfois depuis des années, offrent un spectacle déprimant par l'impression d'abandon et de non entretien qui s'en dégage. Cette remarque vaut autant pour la rue Cortel que pour les rues adjacentes.
- 1.3. Troisième constat : à la déshérence des boutiques s'ajoute le sentiment clairement exprimé par de nombreux commerçants, anciennement ou plus récemment installés, de ne pas avoir d'interlocuteur pour les aider à résoudre les problèmes qu'ils peuvent rencontrer au quotidien. Ce sont parfois des problèmes mineurs mais gênants pour la bonne marche de leur affaire qui suscitent un sentiment de découragement ; le commerçant n'a, en effet, que peu de temps pour faire des démarches, solliciter des rendez-vous auprès de chacun des « guichets » de la mairie et de la CCJ concernés par son problème. En tout état de cause, il n'a aucun interlocuteur synthétique capable de traiter son problème dans sa globalité ou susceptible de prendre en compte une situation ou une urgence particulières.
- 1.4. Quatrième constat : par comparaison avec des villes voisines de taille comparable ou dans d'autres régions, il est facile de voir que le site internet de la Ville de Joigny, ne fait aucune place au commerce et qu'aucun moyen n'est mis en œuvre pour promouvoir son attractivité commerciale et donner l'envie de s'y implanter.

En conclusion, il apparaît que l'image de Joigny continue de se dégrader, en dépit de la présence de pôles d'excellence dans divers domaines et de multiples initiatives visant à développer les activités culturelles, sportives et éducatives. Le centre-ville ancien, se révèle de plus en plus comme l'indicateur emblématique de l'attractivité de la Ville. Les projets de

renouvellement urbain étant devenus incertains et en tout cas différés dans le temps, la restauration d'une rue Cortel agréable à arpenter devient une priorité absolue.

2. Propositions pour générer une nouvelle dynamique

Pour contrer les effets négatifs des constats ci-dessus, une action immédiate est indispensable si l'on veut préserver l'attractivité touristique et une image positive de Joigny dans l'esprit d'investisseurs potentiels. L'idée générale des actions à mener est qu'il faut enchanter le client, le chaland, l'habitant, le touriste en redonnant au centre-ville, au marché, à l'avenue Gambetta, au quai, un aspect vivant, créatif, dynamique. Deux actions principales sont préconisées : la première concerne la rue Cortel et le centre-ancien, la seconde est plus globale et concerne le commerce jovinien dans son ensemble.

2.1. L'animation des vitrines : il faut commencer par animer les vitrines des boutiques fermées de la rue Cortel et du centre ancien afin de supprimer le spectacle désolant et décourageant qu'offre leur état d'abandon pour tout preneur éventuel. Il est proposé d'en améliorer l'aspect en supprimant les publicités ou la décoration défraîchies et de les remplacer par une décoration temporaire de qualité régulièrement renouvelée (selon une périodicité à définir). Cette décoration doit attirer le regard du passant et susciter son intérêt. A cette fin, elle doit être visuellement attractive et porteuse de sens.

- Matériellement, il s'agirait de panneaux mobiles suspendus, derrière les vitrines et décorés par un graphiste avec un court texte illustrant le thème choisi. Les panneaux ne doivent pas couvrir la totalité de la vitrine de manière à ne pas occulter complètement le local qui est derrière, lequel doit être, évidemment propre et débarrassé de tout rebut.
- Thèmes d'illustration suggérés à titre d'exemple:
 - Les produits du terroir et les activités intéressantes installées sur le territoire.
 - Les contes du Chat perché de Marcel Aymé, enfant de Joigny.
 - Les métiers du patrimoine : maçons, charpentiers, couvreurs, zingueurs, peintres, sculpteurs paysagistes...
 - Les matériaux du patrimoine : pierres, chaux, bois, terre cuite, ardoises, zinc, isolants naturels...
 - Les éléments architecturaux du patrimoine : portes, fenêtres, lucarnes, grilles en fer forgé...
 - Dans chaque cas, il importe que l'illustration ou les photos soient accompagnées d'un texte court et pédagogique de qualité.
 - Une autre approche pourrait être de solliciter les artistes bénéficiant d'expositions en cours.
- Cette mise en beauté des vitrines serait d'abord réalisée sur les locaux appartenant à la Municipalité et étendues, ensuite aux boutiques privées. A négocier, avec la persuasion appropriée, en soulignant la responsabilité des propriétaires dans l'image de la ville.
- Une note complémentaire est en préparation pour suggérer des modalités techniques de réalisation des panneaux et donner une indication approximative de budget.

2.2. Un animateur du commerce: sur un plan plus global, il apparaît de plus en plus indispensable d'établir, d'animer et de gérer une relation spécifique entre la Ville de Joigny et les commerçants. Cela implique de donner aux commerçants et d'une manière générale, aux acteurs économiques individuels installés ou envisageant de s'y établir, un interlocuteur privilégié avec, notamment, les missions suivantes :

- Être à l'écoute de leurs besoins et prendre en charge auprès des services et des niveaux hiérarchiques compétents, la résolution des problèmes qu'ils rencontrent, quelle qu'en soit l'origine (autorisation administrative, subvention, application du bail, problème de stationnement, de nuisances, etc.). Il n'est, en effet, pas possible pour un commerçant, surtout s'il démarre son activité, de faire des démarches auprès de chaque service compétent de la Mairie ou de la CCJ, chacun campant sur une définition étroite de sa compétence.
- Concevoir et coordonner efficacement les adaptations de l'offre commerciale et les animations nécessaires pour tirer le meilleur parti des événements de toutes origines qui ponctuent la vie locale afin d'augmenter, par une action concertée, l'attractivité de la Ville, en liaison bien évidemment, avec l'Office de tourisme, la Direction des affaires culturelles, les associations de commerçants sédentaires ou non et les divers acteurs concernés. L'action à mener concerne les divers pôles d'implantation commerciale de la Ville : le centre ancien, l'avenue Gambetta, le quai et bien sur le marché.
- Concevoir, enfin, une rubrique spécifique relative au commerce sur le site de la Mairie de Joigny qui donne aux candidats potentiels l'envie de s'y installer et la conviction qu'ils seront bien accueillis et dûment accompagnés, à l'instar de ce qui se fait dans les villes voisines.

Conclusion

En dépit de la dégradation de son patrimoine historique et de l'appauvrissement de sa population de centre-ville, les atouts de Joigny demeurent suffisamment importants pour qu'une volonté politique affirmée et des moyens judicieusement affectés à une action ciblée puisse redonner au centre ancien une belle attractivité.

Bien entendu, les actions visant à améliorer la sécurité et la propreté du centre ancien doivent impérativement être poursuivies.
