

Publié le 20 octobre 2021

A fond sur les commerces de proximité

Dans le cadre du plan de relance, la Banque des Territoires s'est engagée à accompagner la structuration de 100 foncières de redynamisation d'ici à 2025, avec l'objectif d'accompagner 6 000 commerces et activités de proximité. Elle mise sur les foncières de redynamisation, outils d'intervention visant à renforcer l'attractivité des centres-villes en soutenant l'installation de commerçants et d'activités de proximité.



La crise sanitaire a mis en évidence le rôle incontournable des commerces de proximité. La Banque des Territoires, associée à la Fédération des élus des Entreprises publiques locales (FedEpl), souhaite créer un réseau national, lieu d'échanges et de partages d'expériences, « mais aussi espace de capitalisation des bonnes pratiques et de ressources utiles ». L'objectif est de doper les propositions commerciales de proximité.

Au 1er juillet 2021, **55 foncières de redynamisation commerciale ont vu le jour. La mesure est essentiellement portée par la Banque des Territoires (800 M€, dont 500 M€ de prêts et 300 M€ d'investissement)**. Pour accompagner les foncières dans l'équilibre financier des opérations de restructuration, l'État a créé un fonds doté de 180 M€ d'ici à 2025. Il interviendra sous forme de subventions susceptibles de couvrir jusqu'à 50 % le déficit des opérations. Les villes concernées sont les 222 villes du programme Action Cœur de ville, les villes du programme Petites villes de demain (annoncé en septembre 2020, avec 20 foncières nouvelles) et les métropoles. [Lors d'un webinaire organisé en partenariat avec la FedEpl](#), **Olivier Sichel, directeur de la Banque des Territoires**, a mis les points sur les i : « Au départ, Bercy voulait mettre 300 M€ dans une grande foncière nationale. Je me suis opposé au dispositif et préfère 100 foncières sur tout le

territoire qui s'adaptent aux réalités de terrain, aux élus », a-t-il assuré. « On a un besoin d'évolution de l'appareil commercial. Dans les centres anciens, les cellules commerciales sont généralement de 30 à 50 m². Or la demande est plutôt de 120, 150 voire 200 m², ce qui implique des fusions », confirme de son côté Frédéric Gibert, coordonnateur du programme Action cœur de ville et du plan de relance Commerces à la Banque des Territoires. De nombreuses villes ont décidé de se saisir de cette opportunité pour redonner des couleurs aux commerces de proximité, dont l'utilité a largement été démontrée pendant la crise sanitaire.