

# COMMERCES DE CENTRE-VILLE

## La franchise comme vecteur d'attractivité

Entretien avec Frédéric Charpentier, directeur général de la Société d'économie Mixte (SEM) de Poissy (78)

Au cœur de la stratégie de dynamisation du centre-ville de Poissy, la Société d'Économie Mixte joue un rôle clé dans la gestion et le développement du commerce local. À travers sa foncière, elle intervient dans les projets de promotion et accompagne l'installation de nouvelles franchises et indépendants dans les emplacements stratégiques de la ville.



DR



© Soprano

### Quel rôle la SEM joue-t-elle à Poissy ?

**Frédéric Charpentier.** La Société d'Économie Mixte (SEM) de Poissy joue un rôle central dans la dynamisation et la gestion du commerce local. Le centre-ville regroupe quelque 220 commerçants et artisans, concentrés sur deux axes commerçants majeurs. Détenue à 70 % par la ville, la SEM a mis en place une foncière qui intervient notamment sur des projets de promotion et accompagne la municipalité dans la définition et la mise en œuvre de l'activité commerciale du centre-ville. Pour protéger le tissu commercial, la SEM et la Ville disposent d'outils juridiques puissants : le périmètre de sauvegarde du commerce englobe toutes les rues commerçantes du centre-ville : dans cette zone, les fonds de commerce



DR

et les baux sont soumis au droit de préemption du maire, ce qui permet à la ville de racheter un fonds de commerce pour le revendre à un porteur de projet sélectionné. La taxe sur les friches commerciales s'applique lorsqu'un local reste vide plus de deux ans ; dans ce cas, l'impôt foncier est doublé, ce qui incite à remettre

en activité les cellules vacantes. Enfin, le linéaire de protection commerciale sur la rue principale n'autorise que les activités inscrites à la chambre des métiers et au registre du commerce, afin de préserver la diversité et la qualité de l'offre.

### Quelle est la politique de la ville en matière de commerce ?

Dans le cadre de sa stratégie de dynamisation du centre-ville, la ville de Poissy a organisé, à la fin de l'année 2024, des états généraux du commerce. Cette initiative a permis de mobiliser l'ensemble des adhérents du centre-ville, témoignant d'un véritable mouvement collectif en faveur du développement commercial local. Pour garantir la pertinence et l'efficacité de cette démarche, la municipalité a fait appel à un cabinet spécialisé, chargé de réunir tous les commerçants et de mener une enquête approfondie auprès des professionnels et des consommateurs. Ce travail collaboratif a abouti à la définition d'une feuille de route claire, permettant au maire de présenter les moyens concrets mis en place ainsi que les objectifs à atteindre pour renforcer l'attractivité du centre-ville. Cette feuille de route constitue aujourd'hui un véritable guide pour l'action municipale et le développement du commerce à Poissy.

### Comment accueillez-vous les projets de franchise ?

Je considère la franchise comme un allié du centre-ville. Le projet des candidats

est analysé en détail, en évaluant les points forts et faibles des emplacements. L'objectif est de les conforter dans leur choix, de les conseiller et d'adapter le projet si le prix du local est cohérent. La SEM peut intervenir auprès du bailleur pour négocier une baisse de loyer, surtout lorsque le commerçant est soutenu par la ville. Cette dernière n'hésite pas à préempter des locaux vacants pour y implanter des franchisés, comme cela a été fait récemment pour un local vide autrefois occupé par un vendeur de chaussure. Les délais entre la signature, les travaux et l'instruction du dossier sont parfois longs : il est important que les commerçants soient accompagnés et suivis tout au long du processus. La sélection des candidats à la franchise repose sur une approche exigeante où la personnalité et le parcours du franchisé priment. L'expérience, la capacité à gérer un commerce, la solidité financière, ainsi que l'envie de s'impliquer dans la vie locale et le développement de la ville, sont des critères essentiels. La ville ne manque pas de candidats, mais seul un tiers des dossiers de franchise aboutissent, à l'issue d'une sélection rigoureuse.

### Quelles relations entretenez-vous avec les propriétaires ?

Notre mission principale reste de créer du trafic et du flux dans un centre-ville en perpétuelle évolution. Les États Généraux du Commerce ont permis de renforcer les objectifs communs et d'aligner les stratégies, au service de la ville et

de ses habitants. La SEM se distingue par sa connaissance fine de tous les commerçants et propriétaires, et par son travail en étroite collaboration avec les agents immobiliers. Elle anticipe les mutations commerciales et pèse dans le choix des nouveaux points de vente, en présentant les dossiers aux agences et en orientant les installations selon la stratégie municipale. Grâce à sa capacité à acquérir des murs vacants, la SEM choisit les activités à implanter, en proposant des loyers adaptés au marché, parfois progressifs. Un effort particulier a été fait sur le niveau des loyers pour les propriétaires, et la démarche foncière oblige les vendeurs à consulter la SEM en amont afin de trouver des solutions adaptées, souvent sans avoir besoin de recourir à la préemption, grâce au dialogue. Je recommande à tout porteur de projet de se rapprocher de la mairie dès le début, de la consulter



en amont et de présenter son projet au manager du centre-ville.

### Comment renouvez-vous l'offre commerciale ?

Notre politique commerciale vise à maintenir une offre variée et qualitative. Certaines enseignes ne sont pas souhaitées sur les emplacements numéro 1, notamment la restauration rapide bas de gamme, dont les concepts ont trop souvent envahi nos cœurs de ville. À l'inverse, la SEM privilégie l'installation de commerces indépendants et de franchises, dans une logique d'équilibre, considérant que les deux modèles sont complémentaires et bénéfiques pour le dynamisme local. L'objectif n'est pas de transformer le centre-ville en centre commercial, ni de se limiter à des indépendants sans enseigne phare.

La présence d'infrastructures culturelles comme le théâtre et le cinéma, en cœur de ville, nécessite, notamment, une offre adaptée, composée de restaurants haut de gamme, d'activités accessibles au grand public et de loisirs. Dans ce sens, nous avons remplacé les anciennes banques ou les audio-prothésistes par des bars à jeux. Le commerce éphémère, avec des espaces dédiés aux jeunes (flipper, fléchettes, etc.) et l'essor des grands bars à bière incarnent le commerce de demain. La vitalité d'un centre-ville repose aussi sur sa capacité à réunir les familles et à proposer des expériences enrichissantes.

Dans ce sens, la capacité de réseautage de la SEM et son expérience ont été mis à profit pour installer des concepts innovants, à l'image de Brique House Poissy, un bar restaurant de 100 m<sup>2</sup> qui propose des afterworks, soirées entre amis ou repas familiaux, ou encore, le parfumeur Adopt qui a remplacé Calzedonia en 2023 et connaît, aujourd'hui, un trafic intéressant. Actuellement, un local de 50 m<sup>2</sup> est à la vente pour y implanter un bar à thème ou toute autre activité attractive pour le centre-ville pour un loyer mensuel de 2 000 €. Ce type d'établissement s'inscrit parfaitement dans notre stratégie de diversification de l'offre commerciale locale. ■