

SOCIÉTÉ

La ville au peigne fin

BAR-SUR-SEINE. Après les habitants, les commerçants ont été invités à s'exprimer.

Retenue par la Région Grand-Est comme bourg centre à redynamiser, Bar-sur-Seine fait l'objet actuellement d'une étude confiée au groupement Codra-Commerces et marchés de France par la communauté de communes du Barséquanais en Champagne (CCBC). La semaine passée, les habitants de l'ensemble du territoire barséquanais ont été invités à un « diagnostic en marchant » pour confier leur sentiment sur ce bourg centre. Mardi soir, les adhérents de l'association commerçante Au Pied de la tour, mais aussi tous les autres commerçants, pouvaient participer à un atelier sur la question du fonctionnement commercial.

TOUTES LES IDÉES SONT BONNES

Christine Alba, urbaniste spécialisée en programmation commerciale, Vincent Pujolle, responsable développement à la communauté de communes du Barséquanais en Champagne, et Gwénaél Cuisin, conseillère à la chambre de commerce et d'industrie de Troyes et de l'Aube, ont accueilli plus d'une vingtaine de personnes motivées. En petits groupes, celles-ci devaient répondre à plusieurs questions pour affiner le diagnostic du cabinet d'études et formuler quelques propositions.

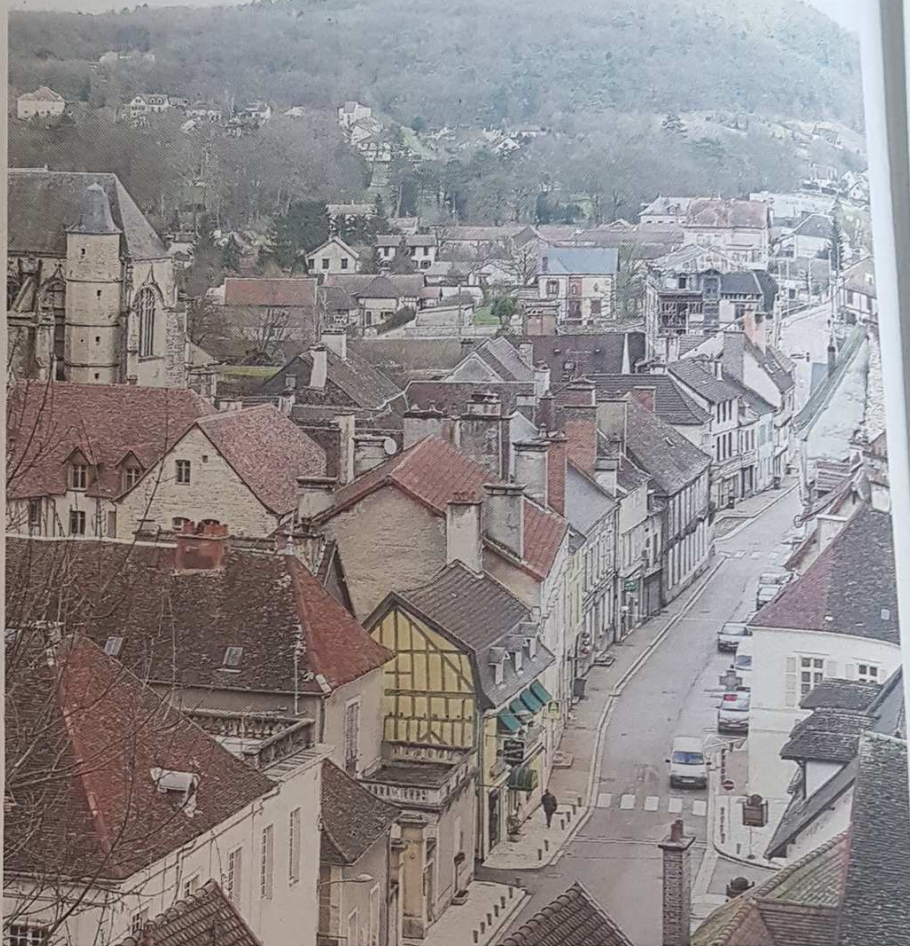
« Tout bouge et nous avons souhaité vous associer à notre analyse. Vous êtes souvent seuls dans vos boutiques, c'est une bonne occasion de travailler ensemble, d'arriver à

analyser la situation et de voir ce qui pourrait redynamiser la ville. Vous êtes les forces vives du territoire, c'est à vous de vous exprimer. On verra ensuite ce qui est réalisable ou non », a lancé Christine Alba.

Autour des tables, les échanges ont été francs, conviviaux et les rires souvent de la partie, preuve d'une complicité naissante. Beaucoup ont récemment pris l'habitude de se rencontrer pour relancer l'association commerçante. Tous ont une envie forte de montrer les atouts de Bar-sur-Seine. À l'automne, une restitution de l'étude sera programmée et un plan d'actions avancé avec des aides financières parfois à la clé. Des actions dont certaines pourront être rapidement mises en œuvre et d'autres à prévoir, pour peu que les collectivités territoriales montrent, elles aussi, leur volonté de contrer la fatalité et avancer ensemble. Voici ce que les commerçants pensent de Bar-sur-Seine.

ILS AIMENT LEUR VILLE

À Bar-sur-Seine, ils aiment le bâti, l'architecture, le patrimoine, le fleurissement et le mélange ville-campagne. Les commerçants pensent que l'ensemble des parkings à disposition et la zone bleue sont des atouts, tout comme la présence des divers établissements scolaires et la diversification des commerces. Ils aiment leur marché et souhaiteraient qu'il monte en gamme, surtout avec des produits du terroir.



La ville a des atouts qui mériteraient d'être davantage mis en valeur. Tout le monde a à y gagner.

Ils verraient bien à déplacer ce marché, l'été notamment : sous les allées, dans la Grande-Rue ou place et rue de la République.

2. ILS REGRETTENT

Le temps trop court pour la zone bleue, le manque d'équipements culturels et d'un pôle industriel. La propreté, le vandalisme, la vitesse des voitures et les plots de la grande rue de la Résistance ont été aussi pointés du doigt. Ils regrettent le grand nombre de vitrines vides en centre-ville et l'attrance des commerces pour la RD 671.

3. QUE MANQUE-T-IL À BAR-SUR-SEINE ?

Beaucoup ont cité l'absence de piscine, camping, cinéma et d'une jolie salle de spectacle.

Cette dernière doit bientôt voir le jour. Le projet de piscine n'est pas abandonné, mais les élus sont réticents en raison du coût de construction, et surtout d'entretien, d'un tel équipement.

Certains types de commerces comme la bijouterie-horlogerie ou un poissonnier manqueraient également, selon eux. Certains commerçants verraient bien la mise en place d'un minibus qui permettrait aux habitants des villages du Barséquanais de venir faire leurs courses à Bar-sur-Seine.

4. POUR DÉVELOPPER L'OFFRE COMMERCIALE

Il faudrait un coup de pouce des collectivités – la municipalité en l'occurrence – pour favoriser l'installation dans les commerces

vacants, aider les jeunes à s'installer et pour inciter les propriétaires à rénover leur bien, par exemple. Redonner une image dynamique de la ville est important, tout comme embellir les façades et les vitrines. Des trompe-l'œil ou de la vitrophanie, des expositions artistiques pourraient masquer l'absence de commerces.

Les commerçants misent sur la renaissance de leur association pour de nouvelles actions communales et plus de communication. Une meilleure signalétique pourrait guider les touristes vers les commerces. Pour retenir ces visiteurs, pourquoi ne pas installer plus de bancs, voire quelques tables, comme dans le faubourg de Châtillon récemment rénové ? ■ SYLVIE VIREY