

Les centres-villes sont en train de mourir en France ? - 240

- Transcription en français, version VIP

Les centres-villes sont en train de mourir en France, et c'est une situation assez grave. On en parle dans cet épisode 240 du podcast Fluidité. Alors, c'est parti !

Bonjour à toutes et à tous et bienvenue dans mon podcast pour les apprenants de français.

Si vous êtes sur YouTube, vous pouvez activer les sous-titres corrigés en français dans les paramètres de la vidéo ou dans une autre langue.

Dans la transcription PDF, je vous résume le vocabulaire lié au sujet de la vidéo, le lien est dans la description YouTube ou sur les plateformes de podcast.

Alors, imaginez un après-midi en France. Vous marchez sur la place principale d'un petit village. Vous entendez le bruit des chaussures sur les pavés, vous sentez l'odeur du pain chaud qui vient d'une boulangerie artisanale et vous apercevez la terrasse animée d'un café où les habitués aiment s'installer pour discuter de tout et rien.

Ce décor de carte postale, c'est l'ADN de la culture française, un symbole mondialement connu d'art de vivre, de convivialité et de lien social.

Pourtant, derrière cette image idyllique se cache une réalité beaucoup plus sombre qu'on observe en ce moment sur tout le territoire.

Aujourd'hui, cette ambiance chaleureuse des moyennes villes et des villages est en train de disparaître.

En effet, en dehors des grandes villes, les communes françaises souffrent de la fermeture massive des petits commerces et ça devient inquiétant.

Je sais que vous voyez sur internet des images d'une France parfaite et magnifique. Mais, sans être pessimiste ni dramatique, elle a aussi des problèmes et il faut en parler.

Les chiffres actuels sont particulièrement alarmants : plus de 60 % des communes françaises n'ont plus aucun commerce de proximité.

Oui, oui, vous avez bien entendu. Ça veut dire des milliers de villes et de villages où il n'y a plus de commerces en plein centre-ville.

En voyageant à travers les départements, le constat visuel est frappant et laisse une impression de déclin. "Un déclin", c'est une baisse d'activité ou de fonctionnement.

Les vitrines colorées du passé ont laissé place à des rideaux de fer baissés, souvent avec des affiches "À louer". Un rideau de fer, c'est cette porte métallique que les boutiques baissent quand elles sont fermées.

Ce phénomène porte un nom technique : la vacance commerciale.

Ici, la vacance veut dire l'inoccupation d'un endroit. Pour dire qu'un logement ou qu'un local est inoccupé, on peut dire que c'est un logement ou un local vacant.

Sinon, on dit "les vacances", toujours au pluriel quand on parle des congés, donc quand on arrête de travailler pendant quelques jours.

Et on dit "un local commercial" pour parler d'un endroit où les commerces s'installent. Le pluriel est donc "des locaux commerciaux".

En l'espace de seulement dix ans, ce taux de locaux commerciaux vides a doublé dans les

villes françaises, en passant de 6 % à plus de 12 % aujourd'hui, en rendant tristes et silencieuses des rues entières, où, autrefois, dans le passé, il y avait plein de monde et d'activités professionnelles.

Ce déclin, cette baisse du nombre de commerces, n'est pas arrivé par hasard du jour au lendemain.

Premièrement, c'est le résultat logique d'un demi-siècle de choix politiques en matière d'aménagement du territoire. Qu'est-ce que ça veut dire ?

Dans les années 1970, la France a foncé tête baissée dans le modèle de la grande distribution. "Foncer tête baissée" est une expression pour dire "faire quelque chose rapidement sans prendre le temps d'y réfléchir.

Il y a 50 ans, autour des centres-villes, d'immenses zones commerciales sont apparues, construites autour d'hypermarchés gigantesques.

Ces zones possédaient un argument marketing imbattable pour l'époque : des parkings gratuits, géants et directement accessibles en voiture.

Ce modèle de la voiture reine a profondément modifié les modes de consommation des ménages français, qui ont pris l'habitude de regrouper tous leurs achats de la semaine en une seule grande session le samedi, au lieu d'aller de commerces en commerces dans le centre-ville.

Donc à la sortie des villes, vous trouverez presque toujours des zones d'activités, avec toujours les mêmes magasins ou commerces, comme Action, Lidl, Mc Donald's, des cinémas, des hypermarchés, des magasins de meubles, etc.

Les gens y vont après le travail ou le samedi pour faire toutes leurs courses d'un seul coup.

Mais c'est pas la seule raison qui a provoqué ce déclin des commerces des centres-villes.

Au cours des deux dernières décennies, une révolution technologique est apparue, c'est l'explosion de la vente en ligne, donc la vente sur internet, on peut aussi dire le e-commerce. Internet est devenu le principal ennemi des boutiques de nos rues.

La possibilité pour le consommateur de comparer les prix en deux clics depuis son canapé a déclenché une guerre des tarifs bas que les petits commerçants indépendants ne peuvent pas gagner.

En effet, les commerçants de nos villes sont écrasés par leurs charges. Les charges ce sont les dépenses qu'un professionnel est obligé de payer pour tenir son magasin. Donc, quand je dis qu'ils sont écrasés par leurs charges, c'est comme s'ils avaient un poids qui les écrase sans pouvoir l'enlever.

Parmi ces charges, il y a l'électricité, le loyer à payer au propriétaire, les cotisations sociales, etc, etc. Et ces charges augmentent constamment en France.

Surtout les loyers, qui deviennent très chers dans les centres-villes.

Donc, tenir un commerce dans un centre-ville coûte plus cher que s'il était autour de la ville.

Alors, évidemment, dans ce cas, les commerçants locaux ne peuvent pas rivaliser face aux géants d'internet ou des centres commerciaux. S'ils augmentent trop leurs prix, les gens n'achètent pas.

Ce phénomène touche des secteurs entiers qui faisaient autrefois la vie des centres-villes, comme les boutiques de prêt-à-porter, les magasins de chaussures, les librairies indépendantes, les magasins de réparation, etc.

L'autre obstacle auquel sont confrontées les boutiques des centres-villes, c'est le refus de la voiture.

Pour améliorer la qualité de l'air en ville et le confort des habitants, de nombreuses mairies rendent des rues des centres-villes piétons, donc inaccessibles aux voitures.

Soit les rues sont interdites aux voitures, soit les mairies suppriment les places de

stationnement sur les côtés pour que les gens ne puissent pas se garer.

Et, en effet, c'est très agréable de se promener à pied et de faire du lèche-vitrines dans des rues piétonnes sans voitures. "Faire du lèche-vitrines", ça veut dire se promener en regardant les vitrines des magasins.

Par contre, ça devient beaucoup plus contraignant d'aller au centre-ville. Il faut se garer loin ou dans des parkings souterrains payants.

Alors, les clients qui viennent des villages autour refusent de payer juste pour garer leur véhicule le temps d'un achat. En plus, cette disparition de la voiture en centre-ville pose des problèmes d'accessibilité pour les personnes âgées ou à mobilité réduite.

Et il y a encore pire. Les gens qui habitent en centre-ville vont dans les magasins seulement pour essayer les vêtements ou voir les produits et vont ensuite les commander sur internet pour les avoir moins chers. C'est encore plus frustrant pour le commerçant.

Donc, à la campagne et dans les zones rurales plus isolées, à cause de cette disparition progressive des commerces de proximité, les mentalités ont profondément évolué.

Par confort, ou pour payer moins cher, les habitants des campagnes préfèrent se faire livrer leurs produits directement à domicile en commandant sur internet.

Pourquoi faire de longs kilomètres, consommer du carburant de plus en plus cher et perdre du temps alors qu'ils peuvent commander en quelques clics sur leur smartphone et se faire livrer le colis à domicile ? Surtout si le même produit est moins cher sur internet.

Même si ces choix de consommation sont compréhensibles de manière individuelle, ils accélèrent le déclin des commerces de proximité.

Et la crise du Covid a aggravé la situation. D'abord parce que les gens ont remarqué qu'ils pouvaient tout acheter sur internet, mais aussi parce que les petits commerces ont gravement souffert de la perte économique due aux confinements à répétition.

Mais, cette baisse d'activité des centres-villes génère un autre problème.

Quand une commune de taille moyenne commence à perdre ses boutiques, elle perd en même temps les taxes que payaient ces magasins.

Par contre, la mairie doit continuer à financer ses services publics quotidiens, ses écoles, ses bâtiments publics, et tout l'entretien de la ville.

Alors, pour compenser cette perte, certaines villes décident d'augmenter la taxe foncière, cet impôt payé par les propriétaires immobiliers.

Mais c'est un cercle vicieux : la hausse de cette taxe foncière fait augmenter les loyers, ce qui décourage les commerçants à louer un local, ce qui anéantit encore plus les centres-villes.

Un cercle vicieux, c'est une expression pour dire qu'il y a une boucle qui devient de plus en plus néfaste. On dit aussi "c'est le serpent qui se mord la queue".

Alors bien sûr, les grandes métropoles comme Paris, Lyon ou Bordeaux n'ont pas ces problèmes grâce à leur très forte densité de population, mais aussi parce que la population de ces grandes villes a plus de moyens financiers.

Mais la situation est dramatique pour les villes moyennes, les petites villes et les villages qui subissent cette désertification sans vraiment pouvoir agir.

Pour ces agglomérations, la mort du centre-ville ne représente pas seulement une perte économique, c'est une véritable déstabilisation sociale et une crise d'identité majeure.

Quand le cœur historique est en train de mourir, c'est tout le sentiment d'appartenance, la fierté locale et l'animation culturelle qui s'effondrent, et ça donne aux habitants l'impression de vivre dans une ville-fantôme en décomposition.

En plus, pour beaucoup de personnes âgées ou isolées, aller dans un petit commerce tous les jours, c'est parfois la seule interaction humaine de leur journée. Quand le commerce ferme, c'est aussi un facteur d'isolement social.

Je vois dans notre petite ville, depuis qu'on est arrivés en 2022, on a vu les commerces fermer un par un, c'est terrible. Il y a des rues entières avec des commerces fermés. Ces petites villes se transforment en "villes-dortoirs", c'est une expression pour dire que la ville devient un endroit seulement pour dormir, sans activité commerciale. "Un dortoir", c'est une chambre qui comporte plusieurs lits individuels, comme dans une auberge par exemple.

Pourtant, dans les rares villes moyennes qui arrivent à maintenir une forte activité dans le centre-ville, on observe un autre paradoxe aussi inquiétant : le phénomène de gentrification et de spécialisation touristique.

Pour survivre, certains centres-villes font le choix d'une montée en gamme radicale. "Monter en gamme", ça veut dire aller à un niveau de qualité supérieur.

Les commerces utiles au quotidien sont progressivement remplacés par des boutiques de mode éphémères, des galeries d'art ou d'autres magasins principalement destinés aux touristes ou aux classes sociales très aisées.

Si le centre-ville semble sauvé d'un point de vue purement esthétique et visuel, il se transforme en zone de luxe artificielle, ce qui exclut la population locale modeste, qui n'a plus du tout les moyens financiers d'y acheter quelque chose.

Face à cette triste situation, de nombreuses personnes tentent de trouver des solutions.

Partout en France, des collectifs de citoyens, des élus locaux et des associations de commerçants veulent une intervention de l'État, notamment pour taxer les plateformes numériques internationales et imposer des règles de concurrence plus équitables.

En mars 2026, l'État français a mis en place une loi pour taxer les petits colis qui viennent d'un pays hors Union européenne. Et depuis le 1^{er} juillet, cette taxe a été remplacée par des frais de douane de 3 € minimum. La douane, c'est l'administration qui s'occupe des marchandises importées ou exportées. Donc, à partir de maintenant, dorénavant, il y a une taxe supplémentaire pour les colis qui ne viennent pas d'Union européenne ni de France.

Et localement, des solutions innovantes naissent pour recréer du lien.

Certaines municipalités créent des halles couvertes modernes, des espaces partagés qui regroupent au même endroit des artisans et des vendeurs locaux.

Ces nouveaux projets cherchent à réinventer totalement l'expérience de l'achat physique pour apporter ce qu'internet ne pourra pas offrir : la convivialité, l'échange, l'authenticité, le conseil personnalisé et la chaleur humaine.

En effet, le principal avantage de se déplacer en boutique est d'avoir des conseils personnalisés.

Et ça m'arrive souvent. En cherchant sur internet, je ne sais pas quel produit est adapté. Et en magasin, j'ai le conseil du professionnel qui me guide et m'oriente correctement.

Alors, de plus en plus, j'essaie de voir si je peux trouver le produit dans un magasin à côté de chez moi. Je priorise le commerce local mais c'est pas tout le temps possible.

Parfois, je fais plusieurs magasins avant de trouver ce qu'il me faut. D'autres fois, je trouve rien localement, donc j'ai pas d'autres choix que de commander par internet.

Alors, la bataille pour sauver les centres-villes de France est donc loin d'être gagnée, mais elle nous questionne sur la société et notre manière de vivre ensemble.

Est-ce qu'on préfère le confort individualiste des écrans ou la vie collective, chaleureuse et

animée des rues piétonnes de nos belles villes et de nos beaux villages comme avant ?
Je pense que ces problèmes affectent aussi d'autres pays. Alors, maintenant, à vous de pratiquer dans les commentaires. Dites-moi comment évoluent les centres-villes dans votre propre pays d'origine ?

Est-ce qu'il y a également un déclin des petits commerces ?

J'attends vos témoignages et vos commentaires pour enrichir notre discussion et j'y répondrai.

Si vous avez aimé mon travail, merci de me mettre un like ou 5 étoiles sur les plateformes de podcast. Vous pouvez laisser des commentaires sur Spotify ou YouTube. Je les lirai et j'y répondrai.

Et en attendant, je vous dis à très bientôt pour un nouvel épisode !

VOCABULAIRE ET EXPRESSIONS

A. Le vocabulaire du commerce, de la ville et de l'économie

Un commerce de proximité / Un petit commerce

- Sens : Une petite boutique située près des logements, facilement accessible pour les achats du quotidien (boulangerie, boucherie, épicerie).
- Exemple : « Plus de 60 % des communes françaises ne possèdent plus aucun commerce de proximité. »

Un local commercial (au pluriel : des locaux commerciaux)

- Sens : Un endroit, un bâtiment ou une pièce réservé à l'installation d'une boutique ou d'un professionnel.
- Exemple : « Les loyers élevés découragent les commerçants à louer un local commercial. »

Un centre-ville / Un cœur historique

- Sens : La zone centrale et souvent ancienne d'une ville où se concentrent traditionnellement les commerces, les animations et la vie sociale.
- Exemple : « Quand le cœur historique est en train de mourir, c'est tout le sentiment d'appartenance qui s'effondre. »

Un rideau de fer

- Sens : La grille ou la porte métallique coulissante que les commerçants baissent pour fermer et protéger leur boutique.
- Exemple : « Les vitrines colorées ont laissé place à des rideaux de fer baissés. »

La vacance commerciale / Un local vacant

- Sens : L'état d'un local commercial qui reste vide, non occupé et sans commerçant. (À ne pas confondre avec *les vacances*, toujours au pluriel, qui désignent les congés).
- Exemple : « En l'espace de dix ans, ce taux de locaux commerciaux vides a doublé dans les villes françaises. »

Un déclin / Décliner

- Sens : Une baisse progressive d'activité, de puissance, d'économie ou de dynamique.
- Exemple : « En voyageant à travers les départements, le constat visuel laisse une impression de déclin. »

Les charges (commerciales/professionnelles)

- Sens : L'ensemble des dépenses obligatoires qu'un professionnel doit payer pour faire fonctionner son entreprise (loyer, électricité, cotisations,...).
- Exemple : « Les commerçants de nos villes sont écrasés par leurs charges. »

La grande distribution / Un hypermarché

- Sens : Le secteur commercial qui vend des marchandises en grande quantité dans de très grands magasins (hypermarchés, supermarchés).
- Exemple : « La France a foncé tête baissée dans le modèle de la grande distribution. »

Une zone commerciale / Une zone d'activités

- Sens : un espace aménagé en périphérie (à la sortie) des villes regroupant de grands magasins, des restaurants et d'immenses parkings.
- Exemple : « Autour des centres-villes, d'immenses zones commerciales sont apparues. »

La vente en ligne / Le e-commerce

- Sens : L'achat et la vente de produits ou de services sur internet.
- Exemple : « Internet est devenu le principal ennemi des boutiques de nos rues.

La taxe foncière

- Sens : L'impôt local payé chaque année par les propriétaires d'un bien immobilier.
- Exemple : « Pour compenser cette perte, certaines villes décident d'augmenter la taxe foncière. »

La désertification (urbaine ou rurale)

- Sens : L'abandon progressif d'une zone géographique par ses habitants, ses services publics et ses commerces.
- Exemple : « La situation est dramatique pour les petites villes qui subissent cette désertification. »

La gentrification

- Sens : L'arrivée de populations aisées dans un quartier populaire, ce qui fait augmenter les prix et transforme le type de commerces (qui deviennent plus luxueux ou sélectifs).
- Exemple : « Certains centres-villes font le choix d'une montée en gamme radicale. »

Les Halles (couvertes)

- Sens : Un grand marché couvert permanent où plusieurs commerçants et artisans vendent des produits frais et locaux.
- Exemple : « Certaines municipalités créent des Halles couvertes modernes pour regrouper des artisans. »

B. Le vocabulaire de la société, des déplacements et des modes de vie

Un art de vivre / La convivialité

- Sens : Une manière agréable d'apprécier la vie, chaleureuse et axée sur le partage et les échanges humains.
- Exemple : « Ce décor de carte postale est un symbole mondialement connu d'art de vivre et de convivialité. »

Une commune / Une agglomération / Une ville moyenne

- Sens : Les différentes divisions administratives et tailles de villes en France.
- Exemple : « En dehors des grandes villes, les communes françaises souffrent de fermetures de commerces. »

L'aménagement du territoire

- Sens : L'action publique qui consiste à organiser, développer et équilibrer l'espace géographique d'un pays (routes, zones commerciales, transports).
- Exemple : « C'est le résultat logique d'un demi-siècle de choix politiques en matière d'aménagement du territoire. »

Une rue piétonne / Un zone piétonne

- Sens : Une rue ou un espace réservé exclusivement aux déplacements à pied, interdite aux voitures.
- Exemple : « C'est très agréable de se promener à pied dans des rues piétonnes sans voitures. »

Une place de stationnement

- Sens : Une place réservée pour arrêter et laisser sa voiture.
- Exemple : « Les mairies suppriment les places de stationnement pour que les gens

ne puissent pas se garer. »

Le sentiment d'appartenance

- Sens : Le fait de se sentir intégré, lié et attaché à une communauté ou à un lieu.
- Exemple : « Quand le centre-ville meurt, c'est tout le sentiment d'appartenance qui s'effondre. »

Une ville-fantôme

- Sens : Une ville déserte, sans activité, sans animation et sans vie dans les rues.
- Exemple : « Cela donne aux habitants la douloureuse impression de vivre dans une ville-fantôme. »

C. Les expressions idiomatiques et tournures courantes

Foncer tête baissée (expression idiomatique)

- Sens : Agir précipitamment et rapidement, sans prendre le temps de réfléchir aux conséquences.
- Exemple : « Dès les années 1970, la France a foncé tête baissée dans le modèle de la grande distribution. »

Un cercle vicieux (expression idiomatique)

- Sens : Une chaîne d'événements néfastes où chaque problème aggrave le suivant en boucle.
- Exemple : « C'est un cercle vicieux : la hausse des taxes fait augmenter les loyers. »

C'est le serpent qui se mord la queue (expression idiomatique)

- Sens : Synonyme d'un cercle vicieux ; une situation bloquée qui tourne en rond sans fin.
- Exemple : « Moins il y a de commerces, moins il y a de clients... c'est le serpent qui se mord la queue. »

Être écrasé par (ses charges / ses dettes) (tournure figurée)

- Sens : Subir un poids financier ou une pression si forte qu'il devient difficile de survivre économiquement.
- Exemple : « Les commerçants de nos villes sont écrasés par leurs charges. »

Faire tout d'un seul coup

- Sens : Réaliser l'ensemble de ses tâches ou de ses achats en une seule fois, sans multiplier les déplacements.
- Exemple : « Les gens y vont le samedi pour faire toutes leurs courses d'un seul coup. »

Un musée à ciel ouvert (tournure figurée)

- Sens : Un endroit si préservé, touristique ou artificiel qu'il ressemble à un décor ou un musée sans toit.
- Exemple : « Le centre-ville se transforme en une sorte de musée à ciel ouvert. »