



Jean-Paul Charié - député du Loiret
Parlementaire en mission sur l'urbanisme commercial

PAS DE CITE REUSSIE SANS COMMERCE
PAS DE VITALITE SANS INTERET GENERAL

AVEC LE COMMERCE
MIEUX VIVRE
ENSEMBLE

Enjeux :

Organiser, ordonner, coordonner, équilibrer les territoires, sans limiter les dynamismes économiques.

Favoriser la réactivité commerciale, l'innovation, la compétitivité, la création de valeurs ajoutées.

Imposer des règles de concurrence et d'autres d'urbanisme puis laisser la loi du marché faire seule ce qu'elle fait mieux que toute planification économique.

Imposer la diversité entre les différentes formes et tailles de commerce pour préserver la concurrence et l'économie de proximité.

Revenir aux justes hiérarchies entre gestion de la cité, aménagement des territoires, préservations des sols et capitalisme.

Synthèse Sommaire

Enjeux _____	3
Objectifs de la mission : _____	7
<i>Pas de cité sans commerce, Pas de vitalité sans intérêt général</i> _____	9
<i>Avec le commerce Mieux vivre Ensemble</i>	
Depuis 1973 nos résultats sont décevants ! _____	11
Si eux le font, c'est donc possible ! _____	12
Hier, aujourd'hui, demain... : l'incroyable vitalité ! _____	13
Pas de commerce sans clients. _____	14
Concurrencer n'est pas éliminer. _____	15
« Coûte que coûte » et pouvoir d'achat ? _____	17
Comprenons les commerçants _____	18
Conjuguer la croissance économique et sociale _____	19
Dans un monde de plus en plus complexe aléatoire et instable _____	20
Redonner priorité à l'intérêt général _____	21
Imposer l'autorité politique et les actions collectives. _____	23
Afficher les objectifs de l'intérêt général. _____	26
Remettre l'homme au cœur de l'économie de marché _____	27
Porte folio d'illustrations : _____	28
En résumé, nos objectifs : _____	34
Bon accueil des acteurs politiques et économiques : _____	36
PROGRAMMES D' ACTIONS LOCALES	
Porte folio 2 _____	53
Conceptualiser et mutualiser pour rendre possible. _____	60

Présentation succincte de chaque programme : _____	66
<i>SOCIETE COMPLEXET ALEATOIRE MOUVANTE OSER BOUSCULER SIMPLIFIER ANTICIPER</i>	
<i>Nouvelles donnes changer d'appuis législatifs _____</i>	80
Porte folio 3 _____	81
Pour gérer la complexité : une loi simple ! _____	86
Esprit de la proposition de loi. _____	88
Les quatre niveaux d'envergure : _____	94
Sur le document départemental : _____	96
Exemples de questions du guide _____	100
Contenu du document départemental : _____	104
Opposabilité des volets commerces des SCOT et PLU : _____	109
Suivi et information permanente des élus et acteurs: _____	111
Obligation des Co-exploitants : _____	112
Abrogation et période transitoire : _____	113
Commission de recours des permis de construire des activités commerciales de niveau 3 ou 4: _____	114
Abrogation de la loi Royer... _____	116
<i>changer radicalement de moyens, d'état desprit de méthodes</i>	
<i>Anticiper assurer La mise en OEUVRE _____</i>	126
Un comité national de déploiement assure la mise en œuvre : _____	128
Création d'un serveur informatique national _____	130
Créer un guide de méthodologie pour l'élaboration de la vision départementale. _	131
<i>Revue de presse _____</i>	157

Objectifs de la mission :

Conformément aux engagements du gouvernement et du parlement, compte tenu des contextes européens, nationaux et locaux, humains, économiques et culturels, la réforme de l'urbanisme commercial, implique quatre objectifs :

- 1) Suppression de l'autorisation économique préalable avant ouverture extension ou agrandissement d'un point de vente.
- 2) Intégrer dans le code de l'urbanisme les volets commerces pour donner de nouvelles autorités aux élus sur l'architecture l'environnement des points de vente et les préoccupations d'intérêt général.
- 3) Oser des idées nouvelles pour remettre le cœur des cités au cœur des échanges. Remplacer une culture de « l'interdit de » par celle d'un « mouvement vers ».
- 4) Réaffirmer les fondamentaux de la libre et loyale concurrence à dimension humaine.

OBJECTIFS

PAS DE CITE REUSSIE SANS COMMERCE
PAS DE VITALITE SANS INTERET GENERAL

AVEC LE COMMERCE
MIEUX VIVRE
ENSEMBLE

Depuis 1973 nos résultats sont décevants !

LA LOI ROYER N'A PAS ATTEIND SES OBJECTIFS :

Depuis 1973, la loi « Royer » n'a ni entravé le développement anarchique des grandes surfaces, ni pérennisé le commerce de proximité et d'intérêt public. C'était ces deux principaux objectifs.

LES PRATIQUES DELOYALES SE SONT DEVELOPPEES.

Depuis 1973, en nous concentrant sur la taille et les formats des points de ventes nous avons laissé faire des pratiques commerciales déloyales.

La concurrence déloyale n'est pas liée à la taille du concurrent. Les grands magasins de centre ville étaient bien des grandes surfaces de vente et ils étaient sources de vitalité d'attractivité. Par contre en imposant des délais de paiement de 190 jours quand les concurrents payent au comptant, en faisant financer par les fournisseurs les charges de gestion et de promotion du magasin quand les concurrents ne reçoivent aucune marge arrière, en cassant les prix sur quelques rares mais symboliques produits car les péréquations de marge peuvent se faire sur tous les autres produits du « tout sous le même toit »... Les grandes surfaces se sont enrichies, en ruinant les pompes à essences, les commerces de bouche, les drogueries, les quincailleries..., des milliers de commerces conseils indépendants spécialisés ou de proximité, des milliers d'artisans....et mêmes des milliers de producteurs et fournisseurs. Seules les villes de plus de 35 000 habitants peuvent espérer une réelle diversité et vitalité

Les résultats sont objectivement inacceptables Et avec, en plus, des prix supérieurs à ceux de nos voisins !

NOUS PROPOSONS DES CHANGEMENTS RADICAUX D'ETAT D'ESPRIT, DE METHODES ET DE MOYENS

LES CHIFFRES ET FAITS NOUS DEPASSENT :

En France, les sociétés d'investissements immobiliers cotées (SIIC) ont investi 7,73 milliard € en 2008 - Carrefour en 1985 exploitait 80 hypermarchés ; il en exploite 200 en 2007. - en Allemagne + 5000 m² de grandes surfaces par jour. - Pour le seul département des Yvelines sont déposés en novembre 2008, 6

projets de centres commerciaux de 30 à 40 000 m². - Un quai des marques qui pratiquera en permanence une remise de 30 % se développera dans l'Essonne sur 35 000 m². - Le département de la Seine-et-Marne réunissait au moins 80 CDEC par an. - La taille des IKEA est passée de 18 000 m² à 30 000 m² de surface de vente. - La stratégie d'une seule enseigne est de passer de 30 à 80 magasins en France. - En 11 ans en Meurthe-et-Moselle : 123 nouveaux maxi discount.

Epagny (74) agglomération d'Annecy : Le centre commercial « Grand Epagny » compte, autour d'un hypermarché « AUCHAN » de 10 300 m², une trentaine de grandes et moyennes surfaces spécialisées représentant environ 83 000 m² de surface de vente.

Zone de chalandise minimum : 1 million d'habitants pour Ikea. 100 000 habitants pour grande enseigne de vêtement, grande surface de bricolage, surface de meubles, enseigne électroménager... 50 000 habitants pour hypermarché grande surface de chaussures, magasin de loisirs... 10 000 habitants pour hard discount, surgelé, optique, sandwicherie 1 000 habitants pour boulangerie pâtisserie artisanale,

Si eux le font, c'est donc possible !

C'EST PLUS RENTABLE EN PERIPHERIE ET POURTANT LES LOYERS SONT PLUS CHERS EN VILLE.

Il doit y avoir un problème : un restaurant rapide de 100 places réalise 4 millions de CA en périphérie et 2 millions en centre ville. Un hypermarché réalise 12 000 € par m² pour 10 000 m² soit dix fois plus qu'en centre ville. Et pourtant les loyers en centre ville sont beaucoup plus élevés.

L'EXEMPLE DU GRAND LYON

Le grand Lyon est un secteur économique majeur : 17 % de l'emploi salarié privé (100 000 emplois), 22 % des entreprises (22 600 entreprises), CA 2006 de 6.7 Mds d'€ . Dépense des ménages du Grand Lyon évaluée à 6,3 Mds d'€ (11Mds d'€ sur l'aire urbaine de Lyon (+20% entre 2001 et 2006))

Une zone de chalandise importante grâce à une forte densité de population (2 364 hab./km² > Marseille 1642 hab./km²). Un parc commercial d'environ 1.5

millions de m² de surface de vente. Densité de petits commerces alimentaires plutôt supérieure aux autres agglomérations (23/10000 hab.) Un rythme moyen d'autorisation de 20 000 m² de surfaces de vente/an.

Depuis 2004 : 97% des surfaces sollicitées CDEC/CNEC ont été accordées, soit 165000 m². D'ici 2010 : croissance attendue du parc de grandes et moyennes surfaces d'environ 14% (110 000 m² de surface de vente) + 38 000 ménages estimés d'ici 2015. Une estimation du potentiel de développement commercial d'environ 80 000 à 140 000m² à horizon 2015.

LE CENTRE COMMERCIAL DE VAULX EN VELIN – LE GRAND VIRE

En cœur de ville, le lycée est construit au dessus des commerces dont la diversité est imposée. Objectifs réussis : Revenir à la ville traditionnelle, avec des rues, des espaces publics et une diversité de commerces, services et des activités économiques. Donner au centre ville un rôle fédérateur et convivial pour les Vaudais. Diversifier l'offre de logements et revaloriser le parc social existant. Améliorer le cadre de vie des habitants. Conforter les équipements existants avec un nouveau programme afin de les rendre cohérents pour la commune. Donner à la ville un rayonnement et une attractivité dans l'agglomération.

Hier, aujourd'hui, demain... : l'incroyable vitalité !

CE QUI ETAIT INIMAGINABLE HIER EST DEvenu INDISPENSABLE AUJOURD'HUI.

Il est impossible de concevoir l'espace, la ville et le commerce, comme hier. Et, personne ne sait comment sera fait demain.

Hier, ils étaient heureux de prendre leur voiture pour aller au supermarché à la campagne, aujourd'hui ils aspirent à acheter près de chez eux, en bas de chez eux. Demain ils se feront livrés.

Hier, il était urgent de régler des conflits entre les cœurs de ville et les périphéries. Les premiers centres « fantômes » vidés de leurs commerces et services publics. Les seconds attiraient et concentraient tout mais sans souci du « vivre ensemble ». Aujourd'hui, c'est le conflit au cœur même des villes entre les grands magasins traditionnels et les enseignes internationales. Elles s'installent sur les sites les plus appréciés. Apprécies grâce au labeur des anciens. Anciens dont on achète la place et dont la valeur ajoutée et le patrimoine disparaissent. Demain, donc déjà, l'actualité dans certaines villes.

Hier nos parents recevaient parfois une orange à Noël. Aujourd'hui nous mangeons des fraises toute l'année. Demain quelles seront les références stabilisantes ?

Hier les études économiques des investisseurs dans un centre commercial étaient valables au moins 15 ans. Aujourd'hui elles durent maximum 5 ans.

Hier on créait un commerce, une boutique, un point de vente pour plusieurs générations. Aujourd'hui le même bâtiment, pourtant plus coûteux et destiné à remplir la même fonction, sera obsolète au bout de seulement 20 ans.

Les bâtiments construits il y a des générations seront précieusement préservés. Ceux construits il y a trente ans peuvent être remis en cause. Ce que nous construisons aujourd'hui sera peut être éphémère. Il faut démolir et reconstruire.

Evoluer avec le commerce, aménager le territoire avec lui, servir l'intérêt général dans son sillage, c'est comprendre l'impressionnante mobilité de notre nouvelle époque.

Pas de commerce sans clients.

L'ATTRACTIVITE SE TRAVAILLE.

Un bon local même en centre ville aux pieds d'immeubles ne suffit pas pour rentabiliser un commerce.

Avant d'urbaniser, s'assurer des bonnes conditions d'accessibilité, d'attractivité, de fréquentation par les clients des commerces.

L'attractivité d'un cœur de ville dépend de multiples critères : propreté, illumination, accessibilité, stationnement, sécurité, ambiance générale, qualité architecturale, signalétique...

Au cœur d'un quartier une bonne attractivité est possible, le commerce s'y développera, il y sera respecté si les trois conditions d'urbanisme d'architecture et de diversité y sont respectés : prévoir un libre service - une locomotive, enseigne nationale et de qualité - et des commerces de proximité (café, boulangerie, presse, pharmacie...)

L'arrivée d'une seule grande enseigne peut faire évoluer tout un quartier.

Concurrencer n'est pas éliminer.

TOUS LES COMPETENTS DOIVENT POUVOIR CONCOURIR.

Les grands magasins de centre ville sont, ou étaient, bien des grandes surfaces de vente et pourtant leur concurrence était appréciée car leur compétitivité venait de leur forme et non de leur insolence.

Est illégal le fait d'acheter 40 % moins cher sans raison objective, de payer à 120 jours sans payer des agios, et d'imposer au fournisseur les charges de la revente. Si on en donnait la moitié au petit commerce... !

Un concurrent 20 % moins cher n'élimine pas l'autre si, même plus cher, il apporte un autre service. Acheter moins cher ne signifie pas toujours acheter plus économique.

Ce qui pénalise déloyalement les spécialistes ou les plus petits, c'est, par exemple, d'afficher à grands renforts de publicité, quelques prix en dessous des coûts de revient, - c'est possible quand est pratiqué la péréquation des marges, quand les autres prix sont augmentés et de faire croire que les autres sont des voleurs !

Stations services, réparateurs d'électroménager, drogueries, spécialistes du jouet, détaillants en fruits et légumes, marchands de journaux, commerces et artisanats alimentaires... des milliers de professionnels ont disparu parce que leurs clients ont été attirés par des concurrents pratiquant sur les fournisseurs et sur les prix de revente des politiques purement prédatrices.

CONCURRENCE : C'EST ENTRE TOUS LES CONCURRENTS. NE PAS EN OUBLIER

Concurrence entre les grandes enseignes.

Concurrence entre les tailles et formes de points de vente.

Concurrence entre les secteurs

Concurrence entre les niveaux de spécialités (Artisan boucher, rayon boucherie, filiale d'un groupe...)

Concurrence d'Internet.

...

OUI AUX REGLES DE LIBRE CONCURRENCE. NON AUX REGLES CONTRE DES FORMES OU TAILLES DE CONCURRENTS.

Ne nous trompons pas d'enjeux. Quand on est pour la libre concurrence on ne peut être contre une forme ou une taille de concurrents. Les hyper et supermarchés, le libre service et le tout sous le même toit ont apporté une véritable valeur ajoutée. Bien sûr ils ont pris des clients à des commerçants traditionnels. Mais tout le montre, mieux vaut avoir ces « collègues » en centre ville près des autres commerces, qu'à l'extérieur des villes. Mieux vaut travailler et développer des actions collectives avec les grandes surfaces et les enseignes nationales que d'espérer s'en sortir seul, sans elles.

Toute position dominante n'est pas condamnable ! L'exploitation de position dominante est abusive quand l'acteur en profite pour augmenter ses prix. Une position dominante est parfois bienvenue si elle assure le bon niveau de prestation-prix-qualité. Une position dominante est louable si, sans abus, elle permet des péréquations économiques entre les diversités de rentabilité.

C'ETAIT LA ZONE, C'EST DEvenu LA REFERENCE CAR ILS ONT SOIGNE LA QUALITE

Pour refaire les ilots de quartier : Pas de pavés autobloquants, pas de médiocre. Seule la haute qualité des matériaux utilisés, des places correctement aménagées transforment une zone de non droit en un lieu où il n'y plus de taggues. Plus chaleureux et plus intime créent le lien social. Reprendre, affirmer les matériaux et styles locaux. Les commerçants ont l'obligation de respecter des règles sur les cartons dans leur magasin, sur la propreté. Plus le quartier a souffert plus il faut soigner la qualité. *« Comme les occupants attendent qu'on les sorte de leur trou, du coup quand ils voient que c'est ce que vous allez faire ils vous y aident ».* Voir les exemples des partenaires de « centre ville en mouvement ».

LES OPERATEURS DU PRIVE, EUX, Y PARVIENNENT !

Dans les nouveaux centres commerciaux des investisseurs privés : Jusqu'à 40 % des boutiques sont réservés pour des commerces de centre ville, et pour de nouveaux commerçants. Les loyers sont proportionnels aux chiffres d'affaires. Est réservé de la place pour des locomotives et aussi de la place pour de petites boutiques. De la place pour les commerces de meubles, d'électroménagers et d'équipements de la personne... les besoins annuels. De la place pour les restaurants, les cafés, les marchands de journaux... les besoins quotidiens activité de niveau... : C'est une évidence et pourtant trop souvent totalement niée : nous déplorons la paupérisation de nos centres villes, et les opérateurs des centres

commerciaux sont capables de créer ceux souhaités. La différence principale est : ils maîtrisent la totalité du foncier des boutiques. Ils peuvent imposer une politique collective d'intérêt général et, c'est au profit de chaque intérêt particulier.

« Coûte que coûte » et pouvoir d'achat ?

« Quand on n'est pas riche, on n'a pas les moyens d'acheter bon marché » disaient nos parents. Acheter moins cher n'est pas toujours acheter plus économique. L'augmentation du pouvoir d'achat ne passe pas systématiquement par l'affichage de prix moins chers.

Les offres par lot ne sont pas moins chères si une partie du lot va à la poubelle.

Pour augmenter le pouvoir d'achat, mieux vaut un cartable plus cher mais plus solide. Mieux vaut acheter plus cher sans trucage que moins cher mais falsifié.

L'enjeu n'est pas le plus bas prix mais le juste prix.

L'enjeu n'est pas le moins disant, mais le mieux disant.

Comprenons les commerçants

ENDETTEMENT, CHARGES, RENTABILITE, REALITES ECONOMIQUES... :

Il est faux de faire croire qu'on peut se mettre à son compte, qu'on peut créer une entreprise avec un Euro.

Être commerçant demande de la compétence, des moyens, du savoir... Un commerce c'est d'abord prendre des risques : risquer de mal acheter, de mal revendre... risquer de perdre.

Les commerçants sont jugés sur leurs stocks et leur amabilité : « Ils doivent bien s'en sortir vu ce qu'ils ont en boutique et vu leur sourire » c'est souvent méconnaître leur endettement bancaire, et leur rentabilité bien trop faible. Il ne s'agit pas de plaindre les petits commerces. A l'inverse cessons de les dénigrer et de les méconnaître.

Les petits de l'artisanat alimentaire (boulangeries, boucheries, charcuteries, poissonneries...) sont « petits » par la taille, mais ensemble représentent 25% du secteur alimentaire. C'est supérieur à la plus importante des enseignes de grande surface. Le commerce ne se réduit pas au seul monde des distributeurs et des grandes surfaces.

Comment au contraire avec les commerçants et les artisans développer des valeurs ajoutées ? La notion de client final : ses décisions, son accessibilité, sa participation dans les commerces, ses motivations. La chaîne de valeurs et de processus de création de valeur. Les forces, les faiblesses. Les efforts inutiles qui ne rapportent plus rien. Les points de valorisation à créer

Conjuguer la croissance économique et sociale

SEPARER LES 3 LOIS, DE LA CONCURRENCE, DE L'URBANISME, DU MARCHÉ.

Le droit de la concurrence assure la loyauté de concurrence. Il permet à tous les concurrents compétents de concourir. Il assure la vitalité, la réactivité, la croissance.

Le droit de l'urbanisme ordonne, organise, oriente les permis de construire au nom du vivre ensemble, du vivre en commun. En dehors des natures de produits revendus, il préserve l'intérêt général public et la cohérence territoriale.

La loi du marché sélectionne les plus compétents, laisse aux consommateurs le libre choix. C'est cette loi qui assure le rapport qualité prix et l'intérêt des consommateurs. Ce n'est pas au politique de dire ce qui est bon ou non pour le consommateur. C'est au politique de faire respecter le droit de la concurrence et de fixer, avec les acteurs, le droit de l'urbanisme.

L'économie de marché et la libre concurrence restent le meilleur système d'une société de progrès pour l'homme. Il nous semble impossible de servir l'intérêt général sans la vitalité de l'économie, du commerce et des concurrents. Mais immédiatement son corollaire doit s'imposer : la vitalité de l'économie de marché ne peut plus s'affranchir de l'intérêt général.

Incarnant cette double conviction clairement affichée en véritable socle ou dogme et encore en centre permanent de recherche et de préoccupation collective, nous nous sentons plus forts et plus libres pour devenir des acteurs, certes exigeants, mais déterminés de la vitalité économique.

Nous voulons un commerce dynamique capable de se remettre en cause, de s'adapter de trouver en permanence des créations de valeur.

Nous nous engageons dans cette politique de la vitalité du commerce car :

- 1) Nous vivons dans un monde de plus en plus complexe aléatoire et en mutation permanente. Nous sommes condamnés à la vitalité.

2) La France partout possède des possibles. La France est une réserve d'impressionnants potentiels d'actions, de réactions, de création... Cette nation et ce peuple, avec cette culture francophone spécifique y compris dans ces actes de commerce, peuvent pour eux, et pour d'autres, relever cette ambition. Ce temps de l'audace est possible.

3) Nous devons affirmer cette politique de la croissance, de la vitalité, car soyons honnêtes : notre pays reste trop souvent marqué par nos rigidités et nos blocages, nos habitudes et nos comforts. Nous ne pouvons plus continuer comme hier. Nous devons changer et agir ensemble autrement. .

Dans un monde de plus en plus complexe aléatoire et instable

S'ADAPTER ET REAGIR.

Permettre l'adaptabilité, l'initiative, Construire, créer, entreprendre. Bouger, risquer. Savoir parfois construire pour peu d'années. Accepter la mobilité, le changement, la remise en cause en permanence. Développer la formation l'information la sensibilisation. Valoriser et soutenir les meilleurs pour entraîner les autres... Généraliser la culture de la création de valeurs vis-à-vis du client final.

AGIR ENSEMBLE.

Nous ne pouvons plus organiser aujourd'hui le commerce comme ces quarante dernières années. Baux commerciaux, loyers en fonction du chiffres d'affaires, horaires d'ouvertures, participations aux actions collectives, quotas de diversités, quotas d'origine locales..., services aux consommateurs, crèches, livraisons... : ce que les centres commerciaux peuvent imposer dans l'intérêt général pourquoi le monde politique ne pourrait pas le faire ? Création des valeurs ajoutées : voituriers si absence de parking, plateforme de livraisons pour commerces de centre ville, modélisation et implantation de commerces multi services...

PENSER AUTREMENT.

Ce n'est pas au politique d'administrer le marché. Droit de la concurrence droit de l'urbanisme et... : lois du marché !

Le politique doit savoir soutenir encourager féliciter ceux qui osent, ceux qui risquent, ceux qui peuvent perdre.

Stop au coute que coute moins cher. Le commerce ce n'est pas seulement les grandes surfaces. Retour à l'économie de proximité.

Evolutions de certains modèles économiques... L'argent ne peut tout acheter tout détruire. Développer les ententes souhaitables, sanctionner les ententes nuisibles.

Indépendants pourquoi pas ! Isolés surement pas !

Ne plus dire « ce n'est pas possible », mais chercher comment ce serait possible.

Sortir des positions binaires, des clivages, des oppositions. Chercher les complémentarités, les enrichissements mutuels.

Les locomotives en centre ville ce sont des clients qui reviennent.

Redonner priorité à l'intérêt général

L'ACCORD D'UNE SEULE COMMUNE PEUT « TORPILLER » TOUTE LA COHERENCE TERRITORIALE.

Pour certaines communautés de communes l'arrivée d'un vaste centre commercial c'est le « gros lot ». On offre le terrain et la viabilisation...mais pour la région c'est la dévitalisation ! Intérêt légitime d'une commune à accepter un supermarché quand pourtant le lieu d'implantation est plus proche de sa voisine que de son centre à elle. Politique indépendante d'une commune, mais qui « inconsciemment » et objectivement cela « torpille » la politique de la métropole.

NOUS CONSOMMONS BEAUCOUP TROP D'ESPACES RURAUX :

Certains l'affirment « Nous perdrons un département chaque année avec les routes, les TGV, les constructions, les zones commerciales... »

Nous avons dit aux supermarchés « allez vous mettre en dehors des villes » en espérant que les clients n'y seraient pas allés. Aujourd'hui il est urgent de revoir nos friches et gâchis d'espace..

Il n'est plus possible d'étendre si facilement les villes, d'empiéter si vite sur le foncier rural, de construire là où c'était plus rentable pour le privé mais plus coûteux pour la collectivité.

NOS ENTREES DE VILLES SONT DEFIGUREES.

Standardisation, recherche de l'économie, absence de qualité... : « des boîtes à chaussures » - Obligation de prendre la voiture pour aller d'une boutique à l'autre... - Les mêmes enseignes, les mêmes vitrines... L'uniforme sans qualité architecturale - Au milieu des champs entre des communes : une boîte !

NOUS AVONS CONFONDUS « PROXIMITE » ET « TOUT SOUS LE MEME TOIT »

La proximité, c'est la présence au sein d'une rue ou d'un quartier d'un grand nombre de métiers et de formats différents : caviste, boulanger, pâtissier, boucher, charcutier, crémier, primeur ... et pas seulement une moyenne surface. Dans les zones rurales la proximité c'est le développement d'un commerce multiservices. En ville c'est la réhabilitation des halles et marchés.

POUR PROTEGER LE COMMERCE DE CENTRE VILLE, NOUS AVONS ENVOYE LES CLIENTS A L'EXTERIEUR

Pas de commerce sans client. Pas de client s'ils ont envie d'aller ailleurs.

L'arrivée d'une grande enseigne, d'une « locomotive » suffit souvent à relancer l'attractivité du centre ville. La rentabilité des commerces de centre ville dépend de leur remise en cause, des aménagements urbains, de l'attractivité...

NOUS AVONS CONFONDU URBANISME COMMERCIAL ET PRATIQUES DELOYALES.

Un grand magasin de centre ville est une grande surface de vente... Ce n'est pas la taille d'un point de vente qui pose un problème ce sont les pratiques illégales. Nous avons opposé des acteurs quand ils devraient être des collègues et des partenaires. En opposant les grandes surfaces et les petits commerces..., qui gagne ? L'enjeu politique n'est pas d'opposer des acteurs entre eux, la loi du marché s'en charge. Le politique doit faire respecter des règles sur les pratiques loyales de concurrence et faire partager des objectifs communs d'intérêt général.

NOUS ACCEPTONS DE NOUVEAUX M² INJUSTIFIES POUR ALLEGER LE BUDGET DE LA COMMUNE !

Comment un élu peut-il facilement refuser un projet parasite si c'est par ailleurs une source de financement pour le budget communal ? Comment tenir une cohérence, si les communes voisines la torpillent ?

L'intérêt général ce n'est pas la loi du chantage de certains : « ... C'est moi qui finance le club de votre ville... : ce serait mieux d'obtenir votre autorisation... »

Sur le commerce, faute de plans intercommunaux opposables aux tiers, l'intérêt de la taxe professionnelle, l'image locale de la création d'emplois, les promesses de financement d'infrastructures pèsent très lourd dans une gestion ponctuelle des autorisations d'ouverture.

L'économie de marché administrée par l'Etat n'a jamais été source de progrès pour l'homme. L'aménagement du territoire soumis aux puissances financières débouche toujours sur des effets pervers. Dans une société de libre concurrence, la gestion de la cité implique un minimum de règles collectives et d'autorité politique.

Imposer l'autorité politique et les actions collectives.

IL APPARTIENT AU MONDE POLITIQUE DE FIXER LES PRIORITES :

Le développement des centres villes avant celui des périphéries.

Le développement des villes moyennes et des cantons ruraux avant de créer au milieu des champs, au bord des autoroutes, de nouveaux centres commerciaux.

Le respect des chartes architecturales locales avant celui de la charte graphique.

La cohésion de l'ensemble avant chacun sa boîte chacun son parc de stationnement. Etc....

VALORISER, IDENTIFIER LE DESTIN DE NOS TERRITOIRES.

Afficher et prendre en compte les spécificités locales. Savoir créer une différence, une identité, une personnalité, une « humanisation ». Au salon « Maison et Objet » une grande partie des visiteurs sont des étrangers attirés par le savoir faire artisanal de la France. Les cadres ne viendront pas des autres pays en France pour voir des usines. Elles sont aussi performantes chez eux. Ils viendront en France pour nos entreprises du patrimoine vivant, pour nos intelligences du geste, pour nos savoirs faire transmis depuis de nombreuses générations...pour nos échoppes artisanales, nos spécificités... Retrouver et conserver la personnalité, l'âme, la magie spécifique de chaque ville, de chaque région, de chaque pays.

PENSER L'AMENAGEMENT PAR NIVEAU D'ENVERGURE, ET NON PLUS PAR M².

L'envergure d'un point de vente au public dépend de la taille du projet, de la taille des communes concernées, du secteur d'activité (alimentaire, bricolage,

automobile, tourisme...), de la fréquence d'achat : quotidien, hebdomadaire, mensuelle, semestrielle, par génération..., de la renommée de l'enseigne, de la distance possible pour réaliser 80 % du CA ...

Quelle est la zone de chalandise d'un magasin sur les champs Elysées ? D'un IKEA en région parisienne ? Dans le centre de la France ? En Provence ? D'un centre de marques automobiles, village du Bricolage, village des marques ? Qui peut limiter à la seule référence en m² l'invention d'un centre à 12 thèmes 1 par mois ? Où est la plus importante nouvelle concurrence : dans un agrandissement en périphérie de 1500 m², ou dans la création en centre ville d'un point de vente de 700 m² ? Nous proposerons une nouvelle appréhension et gestion des points de vente en fonction de quatre niveaux d'envergure.

DEPASSER LES FRONTIERES ADMINISTRATIVES DES COMMUNES ET DEPARTEMENTS.

Les découpages de nos 36 000 communes n'ont rien à voir avec les réalités économiques d'attractivité. Comment rester sur des visions locales au temps des autoroutes et TGV, des livraisons à domicile, des nouveaux centres de « cash and carry » ?

IMPOSER LE RESPECT DES REGLES DE LIBRE MAIS LOYALE CONCURRENCE.

Bienveillance implacable : La bienveillance, c'est libérer, c'est réglementer moins pour réagir mieux. Implacable ! C'est sanctionner juste les auteurs de pratiques interdites même avec le chantage à l'emploi.

CULTIVER L'AUDACE ET LE SENS DU RISQUE. LES AUTRES NATIONS NE NOUS ATTENDENT PAS.

En France sachons arrêter de conceptualiser, puis de débattre, puis de se combattre... Nous mettons 15 ans à réaliser ce que d'autres pays réussissent en quelques mois. A ce rythme, impossible de rester dans la même cour !

L'URBANISME C'EST POUR « VIVRE ENSEMBLE ».

Réguler la logique de développement économique différente de celle de l'aménagement du territoire. Coordonner politique régionale et politique de métropole, développement des villes et celui des villages. Laisser à chaque espace de vie sa juste place, ses équilibres et synergies. Associer lieu de vie, de consommation, de travail, de loisirs, de formation....

Favoriser l'implantation de commerces aux cœurs des lieux de vie. Sans liens entre les deux, les liens humains s'appauvrissent. Quand manque l'ensemble,

manque

le

vivre

ensemble

Afficher les objectifs de l'intérêt général.

AMENAGEMENT ET COORDINATION DU TERRITOIRE.

Équilibre entre les lieux de vie : Eviter de concentrer sur quelques lieux. Placer un nouveau centre près d'un pôle de vie au lieu de le mettre en plein champ.

Présence du commerce de proximité : pour qu'un quartier ou un canton, une ville ou une région revivent grâce à une relance de l'activité commerciale

Harmonie et synergie entre lieux de consommation, de travail, de formation, de loisir... Au lieu de séparer les différentes fonctions, au contraire mettre les commerces au milieu des logements, le lycée au dessus des commerces, des bureaux et ateliers à côté des classes...

PROTECTION DES CONSOMMATEURS.

Animation de l'espace urbain - Sécurité - Signalisation - Aménagements pour handicapés, mobilités réduites - Services aux personnes âgées - Centre de renseignements et de ressources...

ENVIRONNEMENT DURABLE ET PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT.

Espaces paysagers. Qualité des matériaux. Isolation énergie. Récupération des eaux. Gestion des déchets. Récupération des emballages et consignes ...

AFFICHAGE DES IDENTITES LOCALES

Les mêmes enseignes, les mêmes vitrines, les mêmes espaces, les mêmes centres ville : pour éviter les villes clonées, revenons à un minimum de respect des entités locales ou régionales : Spécificités régionales architecturales, gastronomiques, modes de vie. Mise en avant des spécialités. Prise en compte des spécificités culturelles...

ACCESSIBILITE, FLUIDITE, SECURITE...

Gestion des transports. Place des parcs de stationnement. Encombrement des axes prioritaires. Sécurité routière... : Pour atteindre ces objectifs d'intérêt général, chaque territoire sur chacun des objectifs, devra, dans un volet commerce des documents d'urbanisme, fixer des orientations et des règles adaptées aux spécificités et politiques locales, et opposables aux tiers.

Remettre l'homme au cœur de l'économie de marché

Le commerce source de liens, Humaniser l'économie de marché, éthique, remettre l'homme au cœur de l'économie de marché, créer des liens, retrouver ce bon sens du commerce qui est celui de l'échange, du lien social...

Toutefois:

Pas de liberté sans un solide corps de règles. Pas de respect des enjeux collectifs si une instance supérieure ne les oppose pas. L'intérêt général n'est pas la somme des intérêts particuliers. L'argent ne peut pas tout acheter ou tout détruire. L'intérêt économique privé à court terme ne peut reléguer au second plan l'intérêt général public à long terme.

Or, aujourd'hui, en matière de développement commercial :

Comment un élu peut-il facilement refuser un projet parasite si c'est par ailleurs une source de financement pour le budget communal ? Comment tenir une cohérence, si les communes voisines la torpillent ? Comment soutenir l'innovation, la réactivité, la création de valeurs..., sans favoriser des modèles économiques prédateurs des plus faibles pourtant indispensables à l'intérêt général ? Comment assurer l'intérêt général et la croissance économique ?

Dans une société de plus en plus complexe, aléatoire et rapide, ordonner le territoire sans entraver la réactivité et la croissance du marché passe par une connaissance des réalités telles qu'elles sont, et non telles qu'on aimerait qu'elles soient !

Porte folio d'illustrations :

- 1) Vu dans « Histoire des centres commerciaux en France » que de changement depuis le premier Carrefour de 1960.
- 2) Mais partout, comme ici en Lorraine, sont dénoncées par les chambres consulaires et aujourd'hui, en 2009, par les enseignes elles mêmes, les zones d'activité « fourre-tout » et en dehors des centres ville.
- 3) Pourtant : Portes de Gascogne... Les projets sont de plus en plus grands de plus en plus nombreux
- 4) Et... Roppenheim... Les villages des marques se multiplient.
- 5) Lille métropole... Dans ces conditions, comment tenir une cohérence territoriale ? L'enjeu urgent à servir, est bien de conjuguer autrement « développement et attractivité du commerce » avec respect de l'intérêt général et du bien vivre ensemble.

En résumé, nos objectifs :

STOPPER LES DERIVES SUR L'URBANISME.

Si les politiques ne peuvent gérer correctement la cité sans la vitalité du commerce, la vitalité du commerce ne peut imposer sa loi aux politiques !
Urbanisme c'est vivre ensemble !

REMETTRE LE COMMERCE AU CŒUR DE NOS CITES.

Revenir à l'économie de proximité, retrouver une dimension éthique et humaine des relations et des échanges commerciaux. Revenir au bon sens économique, c'est rarement celui de ceux qui savent bluffer ou tromper et abuser !

ASSURER LA VITALITE DU COMMERCE, DE LA CONCURRENCE.

Dans une société de plus en plus complexe aléatoire imprévisible, nous sommes tous condamnés à bouger, à nous adapter en permanence.

FAIRE EVOLUER DES CULTURES ET MENTALITES.

Certains commerçants et acteurs croient pouvoir continuer comme ces dernières années, puisque « ça marchait bien ainsi... » : Ils ne voient pas l'impasse et le mur !

REVENIR A LA BONNE REPARTITION DES ROLES.

Ce n'est pas au politique de donner son avis sur l'intérêt économique de tel investissement, de dire si une nouvelle concurrence sera bonne ou non. C'est à la loi du marché de réguler. Mais c'est au politique de faire respecter deux autres lois : celle de la libre et loyale concurrence et celle de l'urbanisme.

Bon accueil des acteurs politiques et économiques :

QUELQUES UNES DES PERSONNES RENCONTREES PENDANT LA MISSION

En gras membres du comité de mission

Auditions Nationales devant groupes	
Assemblée Nationale Commission des affaires économiques	
Sénat Commission des affaires économie	
Association des maires de France (congrès national)	
CCE Direction du commerce intérieur	
CEE Direction de la concurrence	
CCI de Toulouse et Haute Garonne (AG)	
CGPME Bouches du Rhône	
Cité du commerce et de la consommation	
Cœur de ville en Mouvement (congrès national)	
Colloque CCI Paris et FCD	
Conseil National des ingénieurs et des scientifiques de France	
Fédération de la Franchise	
Fédération du commerce associé	
Fédération du Commerce et de la Distribution(FCD)	
Orléans CCI du Loiret	
PROCOS	
Rencontre annuelle CNBM (Bois et négoce construction)	
Union du grand commerce de centre ville	
Déplacements	
Berlin	
Bruxelles CEE	
Londres	
Vienne (Autriche)	
Bordeaux préfecture administrations élus et Chambres consulaires	
Lyon préfecture administrations élus et Chambres consulaires	
Manche préfecture administrations élus et Chambres consulaires	
Marseille préfecture administrations élus et Chambres consulaires	
Nancy préfecture administrations élus et Chambres consulaires	
Orléans	
Toulouse préfecture administrations élus et Chambres consulaires	

Ministères (autres que Ministres et cabinets des ministres)	
DAJ - Ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi Directrice -	Mme C. BERGEAL
DAJ MEIE - Chef de bureau -	M. L. PERRIN
DCASPL	M. J Pichonnier
DCASPL	Mme F Lagaize
DCASPL - MEIE - Sous directeur -	M. L. MOQUIN
DCASPL - Ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi -Directeur -	M. J-C. MARTIN
DCASPL bureau de l'équipement commercial	M. C Zaragoci
DCASPL bureau du droit des entreprises	M. G Amadou
DCASPL sous directeur affaires juridiques et Sociales	M.JL Aubineau
DGCCRF	M. J-P. LIDONNE
DGCCRF	Mme J. TUFFERY
MEEDDAT Chef de bureau Législation	M. Ph. BAFFERT
MEEDDAT Sous directrice Cadre de vie -	Mme C. BERGEAL
Ministère économie direction Affaires juridiques	M. Laurent Perrin
Politique de la ville	Mme S laurent
Préfectures	
Préfet de la région Aquitaine - préfet de la Gironde	M. F. IDRAC
Préfet de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur - préfet des Bouches-du-Rhône	M. M. SAPPIN
Préfet de la région Rhône-Alpes - préfet du Rhône	M. J. GERAULT
Préfet de Meurthe-et-Moselle	M. H. PARANT
Directeur de cabinet du préfet de la région Rhône-Alpes, préfet du Rhône	M. M.TOURNAIRE
Secrétaire général de la préfecture de la Gironde	M. B GONZALEZ
Secrétaire général de la préfecture des Bouches-du-Rhône	M. D. MARTIN
Secrétaire général de la préfecture du Rhône	M. R. BIDAL
Sous-préfet d'Aix en Provence	M. H. DERACHE
Administrations centrales	
Adjoint au chef de bureau de l'urbanisme - DCLDD - Préfecture des Bouches-du-Rhône	Mme M-P. BARRE
Chargée de mission du pôle "emploi, restructuration" DDTEFP Toulouse	Mme M. PREVOT
Chef de bureau "urbanisme aménagement juridique" - DRDE Toulouse	M. B. MOURET
Chef de bureau de l'emploi et du développement économique - DCSE Préfecture des Bouches-du-Rhône	Mme A. MAZZEO
Chef de bureau de l'urbanisme - DCLDD - Préfecture des Bouches-du-Rhône	Mme M. INVERNON
Chef de bureau(M. R. LE DEUN, Sous-préfet d'Istres)	Mme O. BROCH
Chef de section BDTDD (M. J. SIMMONET, Sous-préfet d'Arles)	Mme K. VAN MIGON
Chef de section Réglementation économique - DCSE - Préfecture des Bouches-du-Rhône	Mme A-M. MURRU
Chef du service Aménagement - Direction départementale de l'équipement	M. M. KAUFFMANN
Chef d'unité - Direction générale Marché intérieur et Services Nancy Chef d'unité -	M. J. BERGEVIN

DDCCRF	M. V. MARSEILLE
DDCCRF Bordeaux	M. SAUTIER
DDCCRF Bouches-du-Rhône - Contrôleur	Melle N. CANAC
DDCCRF Bouches-du-Rhône - Directeur -	M. D.BARRAS
DDCCRF Bouches-du-Rhône - Inspecteur principal -	M. D. TUBERT
DDCCRF Bouches-du-Rhône -Inspecteur principal	M. J-P. BENARD
DDCCRF Directrice générale adjointe chargée des concentrations et des activités antitrust - Lorraine	Mme N. CALVINO
DDCCRF- Inspecteur principal Bordeaux	M. DURAND
DDCCRF Manche	M. Legay
DDCCRF Manche	Mme Pitoy
DDCCRF Nancy Chef d'unité	M. G. DE BRONETT
DDCCRF Nancy Chef d'unité	M. O. GUERSENT
DDCCRF Toulouse Inspecteur	M. P-H. JALABERT
DDCCRF-Directrice - Bordeaux	Mme BENIER
DDE Manche	M. Nael
DDE Manche	M. Eudes
DDE Manche	M. Lavergne
DDE Manche	Mme Gentric, M. Brossard
Délégué régional adjoint au commerce et à l'artisanat Toulouse	M. M. DHERS
Délégué régional au commerce et à l'artisanat - Rhône-Alpes	M. P. NEYMARC
Délégué régional au commerce et à l'artisanat Lorraine	M. JM. GRY
Déléguée régionale au commerce et à l'artisanat	Mme LE GALL
Directeur - DDTEFP Bordeaux	M. SCHNAPPER
Directeur départemental DDTEFP - Bouches-du-Rhône	M. J-P. BOUILHOL
Direction départementale de l'Equipement	M. J-L. MONET
Direction départementale de l'Equipement	Mme F. PELLET
Direction générale Marché intérieur et service Nancy Lorraine	M. W. PISKORZ
Direction générale Marché intérieur et service Nancy Lorraine	Mme P. LAMOTTE
Direction générale Marché intérieur et service Nancy Lorraine	Mme S. TSAMPALAS
Directrice des affaires décentralisées - Préfecture du Rhône	Mme M. TAILLARDAT
Directrice des collectivités locales et du développement durable Bouches-du-Rhône	Mme J. GILBERT
Directrice des politiques interministérielle - Préfecture Toulouse	Melle J. SOUM
DRCA Manches	Mme Adnot
DRCCRF Lorraine	M. J. HERMAND
LC - DGGN/SDSPSR Gendarmerie	M. P. HURTAULT
Préfecture du Rhône	Mme A. BIZIERE
Préfecture du Rhône	Mme A-L. ROUMIEUX
Responsable du service Urbanisme et Aménagements (Directrice départementale déléguée de l'Equipement)	M. GILLON
Secrétaire de la CDEC - DCSE - Préfecture des Bouches-du-Rhône	Melle V. FILIPPINI
Sous préfecture de Cherbourg	M.Marie

Sous préfecture de Coutances	M.Hours
Sous préfecture de d'Avranches	M.Senecal, Mme Josse
Elus	0
Sénat (président)	M. G Larcher
Assemblée nationale Président com. affaires économiques	M.P Ollier
Sénat Président com. affaires économiques	M.JP Emorine
Association des maires des grandes villes de France. Président	M. M Destot
Fédération des maires des villes moyennes Président	M.B Bourg Broc
Député de la Gironde	Mme M. DELAUNAY
Député de la Manche- Président d'Ubifrance	M. A Cousin
Député des Bouches du Rhône	M. B. REYNES
Député maire de Lunéville	M. J. LAMBLIN
Député maire de Tomblaine	M. H. FERON
Député, 1er vice président du conseil régional	M. J-Y. LE DEAULT
Sénateur d'Indre et Loire	M. Y. DAUGE
Sénatrice de Meurthe et Moselle	Mme J. PANIS
Adjoint au maire	M. A. GALLESE
Adjoint au maire (M. D. FONTAINE, maire d'Aubagne)	M. G. RAMPAL
Adjoint au maire (M. H. SCHIAVETTI, maire d'Arles)	M. M. ROCHE
Adjoint au maire (M. P. BORE, maire de la Ciotat)	M. G.BRISCAS
Adjoint au maire chargé de l'urbanisme (M. Y. FOULON, maire d'Arcachon)	M. CHANSAREL
Adjoint au Maire délégué à l'urbanisme, Adjoint au DGS	M. J. NAYA , M. L. MARIE
Adjointe au maire (M. M. AMIEL, maire des Pennes Mirabeau)	Mme M. SLISSA
Adjointe au maire (M. M. SAINTE-MARIE, député de la Gironde)	Mme M. RECALDE
Adjointe au maire , Directeur Economie et Urbanisme (M. G. MITTERRAND, maire de Libourne)	Mme BERNADEAU , M. CHANDES
Adjointe au maire chargée de l'urbanisme (M. B. GUIRAUD, maire de Lesparre-Médoc)	Mme L'HYVER
Adjointe au maire chargée du commerce et de l'artisanat	M. I. HARDY
Adjointe au maire de Marseille, chargée du commerce (M. J-C. GAUDIN, vice-président du Sénat, maire de Marseille, vice-président de la communauté urbaine de Marseille Provence Métropole, et M. R. BLUM, député des Bouches-du-Rhône, 1er adjoint au maire de Marseille et M. R. MUSELIER, député des Bouches-du-Rhône, conseiller municipal de Marseille, vice-président de la communauté urbaine de Marseille Provence Métropole)	Mme S. BIAGGI
Adjointe au maire de Pont à Mousson, chargée du commerce et de l'artisanat	Mme D. AUBERT
Adjointe au maire, déléguée au développement du commerce de proximité, (Mairie des 4e et 5e arrondissements de Marseille)	Mme M. DELAROQUE
Attaché parlementaire (M. A. ROUSSET, député de la Gironde)	M. SAINT-PASTEUR
Attaché parlementaire(M. R. MALLIE, Député des Bouches-du-Rhône)	M. P. BARRAU
Chargé de Mission (M. J-N.GUERINI, Président du Conseil général)	M. P. BAYON

Chargé de mission développement commercial et hôtelier -Communauté urbaine de Lyon	M. E. DUQUESNOY
Chargé de mission pour l'équipement commercial - communauté d'agglomération du Grand Toulouse	M. H-J. SALVANS
Chargé d'études - Agence d'urbanisme de l'agglomération toulousaine	M. Y. CABROL
Chargée de Mission (M. J-N. GUERINI, Président du Conseil général)	Mme P. RICHARD
Conseiller communautaire (M. H. CHERUBINI, président de la communauté de commune de la Vallée des Baux et des Alpilles)	M. FAVERJON
Conseiller général de Lunéville Nord (M. M. DINET, président du conseil général)	M. Ph. FLEURENTIN
Conseiller général et conseiller municipal (M. G. TEISSIER, Député des Bouches-du-Rhône, conseiller municipal (9e et 10e)de Marseille) (M. B. GILLES, Sénateur des Bouches-du-Rhône, conseiller municipal de Marseille, maire des 4e et 5e arrondissements de Marseille)	M. D. REAULT
Conseillère affaires économiques (M. M. VAUZELLE, Député des Bouches-du-Rhône, Pt conseil régional PACA)	Mme F. COUDERC
Conseillère municipale (M. C. VERITE, maire de Langon)	Mme BRIS
Délégué communautaire - communauté d'agglomération du Grand Toulouse	M. L. GERMAIN
Délégué du SCOT de l'aire urbaine toulousaine SMEAT	M. C. MERONO
Déléguée à l'emploi et à la formation à la mairie de Vitrolles (M. G. OBINO, maire de Vitrolles)	Mme C. REBOUL
Directeur de l'urbanisme (M. P. LOMBARD, maire de Martigues)	M. D. PAGES
Directeur du SCOT de l'aire urbaine toulousaine SMEAT	M. J. ENGRAND
Directeur du SCOT du sud toulousain	M. G. MASSIP
Directeur EPAD (M. B. GRANIE, président du SAN Ouest Provence)	M. D. ORSOLINI
Directeur Grand Projet de Ville de Vaulx-en-Velin	M. F. SCHMIDT
Directeur technique (Mme M. JOISSAINS-MASINI, maire d'Aix en Provence)	M. J-M. CORDONNIER
Direction de l'urbanisme	M. A. ARNOULD
Direction du service économique	Mme M. THEROND
Direction générale du développement économique (M. E. CASELLI, président de la CUMPP)	M. O. LATIL D'ALBERTAS
Elue au commerce, Vice-président et maire de St Chamas, Service économique (M. M. TONON, président de la communauté d'agglomération AgglopoLe Provence)	Mme Y. DUFAUX, M. R. GIMET, M. DEFOUR
Grand Toulouse Président	M.P Cohen
LYON Adjoint au Directeur général - Direction du développement urbain	M. J-P. MEILLAND
Lyon Chargé de mission commerce et entreprises - Direction du développement urbain - Service économique	M. A. GLEICH
LYON Vice-président chargé de l'urbanisme commercial - Communauté urbaine de Lyon	M. J-P. CLAVEL
Maire de Cabriès	M. R. MARTIN
Mairie de Châteaurenard (accompagné de M. D. BONNEFOY, DGS et de Mme S. BALLATORE, DGA)	M. B. REYNES
Pole de compétitivité Industries du Commerce de Lille	Mme H Klima
Président du SCOT du sud toulousain	M. G. ROUJAS
secrétariat de Mme C. LACUEY, député de la Gironde	M. L-L. ESCARPENTER

Vice président de la commission économie et emploi - communauté d'agglomération du SICOVAL Toulouse	M. J. DAHAN
Vice président du SCOT du nord toulousain	M. E. OGET
Vice président, Directeur urbanisme (M. A. BELVISO, président de la communauté d'agglomération du pays d'Aubagne et de l'Etoile)	M. G. RAMPAL, M. A. ARNOULD
0 Chambres consulaires	0
ACFCI	M. V. MARTIN
ACFCI Président	M. J-F. BERNARDIN
APCM	Mme S. DUPAGNY
APCM - Direction des actions économiques	M. E. de LANNOY
APCM - Président -	M. A. GRISET
APCM - Responsable relations institution	Mme B. SAILLARD
CCI Auvergne -Président -	M. A. MARCON
CCI Bordeaux	Mme B Lestemnet
CCI Bordeaux	Mme LASTENET
CCI Bordeaux - Président -	M. COURBU
CCI Bordeaux - Vice président en charge du Commerce	M. GARIN
CCI Granville - conseiller d'entreprises	M.A Colin
CCI Libourne -Président -	M. RATEL
CCI Libourne-Vice président	M. FULCHI
CCI Lille	M. E Seidlitz
CCI Lille	M.A Flipo
CCI Lyon Vice-président	M. M. CARLES
CCI Lyon Président	M.G Mathiolon
CCI Manche (centre et sud) président	M. G Cormier
CCI Manche (centre et sud)vice président	M A Bachelier
CCI Meurthe et Moselle,1er vice président de la	M. J-M. VILADECAS
CCI Orléans	M.B Jacquemin
CCI Paris Président	M. P. SIMON
CCI Paris - Vice président	M. Ph. SOLIGNAC
CCI Paris Sous directrice	Mme D. MORENO
CCI Strasbourg	M.M Weil
CCI Strasbourg	Mme C Fritsch
CCI Toulouse	M.A Battella
CCI Toulouse (Président)	M.C Terrazzoni
CCI Toulouse Directeur animation commerce et services à la personne	M. A. BOTTELA
CCI Toulouse Président de la Commission animation commerce et services à la personne -	M. M. ROUX
CCI Villefranche: Président de la chambre de commerce et d'industrie de Villefranche-sur-Saône	M. N. COMTE
CMA 94 Président	M. J-L. MAITRE
CMA Gironde	Mme BALLION
CMA Gironde -Président -	M. PETITJEAN
CMA Gironde -Secrétaire adjoint -	M. GODEFROY
CMA Indre Président	M.P Petit Guillaume.
CMA Meurthe et Moselle -1er vice président	M. J-M. BENOIT
CMA Toulouse -1er vice président	M. A. MAURY

CMA Toulouse -Agent de développement économique - Agent de développement économique -	M. G. DAIME
CRCI Lorraine - Directeur général	M. J-R. DUBOIS
CRCI Lorraine-Président , président de la CCI de Meurthe et Moselle	M. J-P. CAROLUS
CRCI Rhône Alpes Président	M. J-P. MAUDUY
CRMA Rhône- Alpes Membre du bureau de la chambre de métiers et de l'artisanat du Rhône (Alain AUDOUARD, président de la CRMA Rhône-Alpes, président de la CMA du Rhône)	M. H. MEUNIER
0 Organisations professionnelles Nationales	0
Association des crédit managers (AFDCC) SG	M.JL David
Association Française des trésoriers d'entreprise - Président	M.O Bornecque
Association Française d'Etude de la Concurrence (AFEC) Présidente	Mme Laurence Idot
Association HQE (Haute Qualité Environnementale)- Directrice -	Mme A-S. PERRISSIN FABERT
Centre ville en mouvement	M. P. CREUZET
CGAD - Secrétaire général -	M. D. PERROT
Commerce Associé - Déléguée générale	Mme BOUTHELIER
Commerce Associé - Président	M. G. LECLERC
Confédération nationale des charcutiers traiteurs et traiteurs Pst	M.J. Bellet
Conseil du commerce de France - Pst	M.G Atlan
Conseil national des centres commerciaux	M. B. BOULLE
Conseil national des centres commerciaux - Président -	M. Eric RANJARD
Conseil National des ingénieurs et des scientifiques de France - président	M.G Dobias
Conseil National pour le Développement du Bois	Mme M. CLOAREC
CREDOC- Directeur général -	M. R. ROCHEFORT
FCD	Mme I. VERGNAUD
FCD Président	M. J. BEDIER
Fédération de la franchise- Secrétaire générale -	Mme C. ZIMMER
Fédération de la Vente Directe (FVD) DG	M. J Cosnefroy
Fédération de l'habillement	M. F. WILLEMS
Fédération des centres de gestion agréés	M. R. LASSELIN
Fédération des magasins de bricolage Président	M.P Malfoy
Fédération des magasins de bricolage SG	Mme C. Beauvais,M.T lubin
Fédération du négoce des matériaux de construction (FNMC)	M.G Spire
Fédération Française des Associations de commerçants (Président)	M G Sorel
Fédération Française des Associations de commerçants (SG)	M. JC Delorme
Fédération française des Télécoms Directeur général -	M. Y. Le MOUEL
Fédération Nationale de l'Artisanat Automobile. FN AA (Président)	M.G POLO
Fédération nationale de l'Epicerie (FNDE)	
Fédération nationale des artisans pizza en camion magasin - président	M. L G Garcia
Fédération Nationale des Centre Villes CNCV	M. J-P. LEHMANN

Fédération Nationale des jardins familiaux et collectifs	M.H Bonnavaud
Fédération négoce ameublement (FNAEM)-	M.JC Vogley
Fédération e-commerce et vente à distance (FEVAD) DG	M. M Lolivier
FIECC Délégué général	M. E. JOURDE
FIEEC	M. P Poels
Foires Salons congrès de France -	Mme A Arsaut Mazieres
Foires Salons congrès de France- Président	M. T Hesse
HQE - UNSFA - Membre bureau	M. G. SENIOR
Institut Supérieur des Métiers - Directeur	M. A Govcayan
ISCC	M. D. WOLTON
MEDEF Chargé de mission "droit de la consommation"	M. L. COX
MEDEF Directeur adjoint relations avec les pouvoirs publics	Mme K. GROSSETETE
MEDEF Directeur des relations avec les pouvoirs publics	M. J-P. PHILIBERT
MEDEF Directeur juridique - BNP Paribas	M. J-L. GUILLOT
MEDEF Directrice des affaires juridiques	Mme J. SIMON
MEDEF Secrétaire général compagnie de Saint-Gobain	M. B. FIELD
PROCOS	M. E. de LABARRE
PROCOS	M. G. DAUBECH
PROCOS	M. J. MASSA
PROCOS - Délégué général	M. M. PAZOUMIAN
UCV Ancien président exécutif	M. J. PERRILLIAT
UCV Nouveau président exécutif	M. C. BOULLE
UCV Secrétariat général affaires économiques	M. J-L. BARTHARES
UCV Secrétariat général affaires sociales	Mme de SAINT GERMAIN
UDA Directrice des affaires publiques et juridiques -	MME C. REICHENBACH
UFC Que choisir	M. C. MUSSO
UFC Que choisir	Mme C. DEKEYSER
UFC Que choisir Chargé de mission TIC	M.E. BARREIRO
UFC Que choisir Président	M. A. BAZOT
Union du commerce de centre ville	M. J. PERRILLIAT
Union nationale des syndicats de détaillants de fruits légumes et primeurs - président	M.G Vignaud
UPA	Mme C. DUC
UPA - Secrétaire général	M. P. BURBAN
UPA: Président	M Martin
Association de consommateurs Toulouse	M. J. GARCIA
Association de consommateurs Toulouse	Mme I. LABOUYSSE-LALEU
Conseil départemental des Associations familiales - Président -	M. LOPEZ
0 entreprises	0
ACCOR - Directrice	Mme A. CLERC
Actes Signe Consultant	Mme M D Clarac
Asterop Président	M. C Girardier
Au bon marché et Samaritaine - PDG	M. Ph.de BEAUVOIR
Auchan	M. A Mulliez
Auchan (dir du développement)	M. M Carles
AUGURE	M. M. JAIS

Avocat à la Cour - cabinet Lovells	M. P. TODOROV
BHV - Directeur général	M. Ch. MONDOLLOT
Bon Marché -Directeur général adjoint	M. B. VILLENEUVE
Cabinet Lasselin	M. R Lasselin
Carrefour Directeur exécutif R. extérieures	M.E Bascle
Casino - Directeur des relations extérieures du groupe	M. C. RISAC
Casino développement - directeur	Max Baujot
Champion	M.M Roux
Consultant	M. Ph. CATTIAUX
Consultant	M. S. AIRAUDI
Directeur général des Galeries Lafayette Directeur général	M. P. DELAOUTRE
Ecole spéciale d'Architecture Président	M. F. BORDRY
Fon.Com (groupe CVL) présidente	Mme S Simonet
Franck Provost Président	M. F Provost
Galeries Lafayette - Président	M. Ph. HOUZE
GEFIROGA SAS (groupe MIDICA) Toulouse- Président	M. R. GARRIGOU
GERM	M.F Garin
GL Events	Mme AM Baezner
Habitat - Directeur du développement	M. SCHOMBOURGER
HEC - maitre de conférence	M. R. SORE-LARREGAIN
La Croissanterie Président	MJL Bret
Les opticiens conseils.	M. Elie Azouze
LSA	M. S. AUBRIL
Ludendo – président	M.J-M Grunberg
Michel Dervyn groupe -	M. D Flipo
Monoprix SA - Directeur général adjoint	M. Ph. LAUTHIER
Printemps - Directeur administratif et financiers France	M. E. LOVISOLO
Printemps - Directeur général adjoint France	Mme M. DELZENNE
Safim Marseille	M.D.Girard
Sciences PO Groupe Etude Mondial - Directeur	M.P Messerlin
SOGOFI – Procos	M. M Goguet
Strasbourg évènements	M. C Feurer
SUEZ	M. G. BEAUMONT
Thomson images et beyond VP	M.D Huck
UNIBAIL - Directeur général	M. G. POITRINAL
UNIBAIL - Directeur juridique	Mme FI. SAMARAN
UNIBAIL- DG Retail France -	M. J-M. TRITANT
VEOLIA	M. X. GIRRE
VEOLIA Transport - Directeur - Dion Cale -	M. G. Le BRAS
Vincy	M. Ch. CAYE
VIPARIS	M.R Hamaide
Virgin France Président	M. J-N. REINHARDT

Si plusieurs points restent à travailler, partout l'accueil est très positif.

Nous le verrons, il reste encore de nombreuses mises en formes et rédactions à améliorer, à valider, et parfois même à rédiger. Mais, malgré des solutions radicalement différentes de celles développées depuis plus de 30 ans, ces véritables révolutions culturelles, ces changements radicaux de méthodes et de références, sont partout globalement très bien accueillis.

POUR LES ELUS IL EST EFFECTIVEMENT URGENT DE GERER ENSEMBLE AUTREMENT.

A l'Assemblée au Sénat et dans plus de 10 départements, à droite comme à gauche, la quasi-totalité des élus rencontrés, partagent et saluent mes analyses.

Avec un sens de la responsabilité politique conforme aux enjeux locaux et nationaux, économiques et humains, les clivages ne sont plus entre gauche et droite. Certes je suis le premier à vouloir dépasser les positions binaires, mais on le sent bien : dans toutes les communes, dans tout les départements le problème est le même pour tous : il est urgent de gérer autrement et de le faire ensemble.

Le problème n'est plus d'être libéral ou social, il est d'imposer ensemble à tous un minimum de lois collectives sans lesquelles il ne peut y avoir de progrès social.

LES MAIRES VEULENT DECIDER SEULS ET FAIRE RESPECTER LEUR DECISIONS.

Association des maires, celle des grandes villes, ou celle des villes moyennes pour ne citer qu'elles, le discours responsable est celui-ci :

- 1) « Oui pour les activités commerciales une politique départementale de cohérence territoriale normative et opposable, anticipée, connue à l'avance, est devenue indispensable. »
- 2) « Même si es acteurs économiques y compris les chambres consulaires et les techniciens sont logiquement préalablement associés, c'est aux élus seuls de décider. »

3) « Par contre l'administration départementale, une ou des juridictions compétentes départementales ou nationales devront aider les élus à faire respecter leurs décisions. »

LES ACTEURS ECONOMIQUES AU DEBUT INQUIETS SONT DEVENUS DEMANDEURS.

Emanant de mon comité de mission composé de plus de 50 fédérations et structures ou issus de mes déplacements ou entretiens, dans leurs commentaires oraux et écrits les acteurs économiques sont unanimement très favorables.

Certes, pour eux aussi des précisions restent à travailler, des éléments sont encore à approfondir. Mais les orientations précises de mon rapport, le véritable partenariat affirmé et formalisé entre l'intérêt privé du dynamisme entrepreneurial et l'intérêt général du bien vivre économique ensemble si nouveau soit-il répond de toute évidence à une attente et dégage de nouveaux moyens.

Pour les dirigeants d'entreprises et leurs collaborateurs de grandes comme de petites, pour les élus et les techniciens des chambres consulaires et des organisations professionnelles, globalement, au lieu d'une crainte, s'exprime maintenant et nettement une attente de mise en œuvre.

PAS DE DIVERGENCE AVEC LA CEE

J'ai également rencontré à deux reprises uniquement sur ce sujet de la réforme de l'urbanisme commercial, la direction de la concurrence et celle du marché intérieur de la C.E.E. Elles m'ont également transmis par écrit leurs commentaires et réflexions.

Je l'affirme : là encore, au delà de l'aspect nouveau de cette démarche « consulter expliquer écouter, avant d'agir »..., rien sur le fond ne nous sépare. Je me ferais un point d'honneur à continuer ces échanges car il est normal de répondre à de légitimes préoccupations, de croiser des regards avec nos partenaires. Il est indispensable de ne pas jouer solo quand la communauté européenne est pour nous incontournable.

SOUTIEN AFFIRME DU GOUVERNEMENT.

Si je passe sous silence le point de vue ou l'attitude du gouvernement et de l'Elysée, je vais aller au devant de sarcasmes. Elles se transformeront parfois en

contre arguments politiques. Si j'en dis trop, car les relations furent permanentes, certains m'imagineront victime d'une trop grande influence. Alors ceci :

En réponse à la demande des députés, lors de la LME, formulée en particulier par les Président Jean-François Copé et Patrick Ollier, à partir de l'engagement du gouvernement de proposer une réforme globale sur l'urbanisme commercial, François Fillon Premier Ministre m'a nommé parlementaire en mission auprès de Christine Lagarde Ministre de l'Economie et des finances.. Depuis j'ai librement mené ma mission comme je l'entendais. Au cours de nombreux échanges j'ai été écouté. J'ai pu convaincre les interlocuteurs du bien fondé de mes propositions non conventionnelles, non conformistes.

CES PROPOSITIONS DEGAGENT UNE VERITABLE COHERENCE.

De l'analyse du constat à la pré-formalisation des dispositions réglementaires, en passant par les Programmes d'actions locales, la réforme législative et le comité de déploiement, sur la forme comme sur le fond l'ensemble des propositions issues de cette mission forme un tout cohérent. Cette force s'affirme par le souci des détails indispensables à l'ensemble. La réflexion si nécessaire est allée jusqu'au client final, jusqu'à la mise en œuvre.

Nous ne nous sommes pas contentés de déplorer, puis de proposer une nouvelle loi. Au contraire j'ai voulu dégager d'abord une dynamique, une autre façon de travailler ensemble. Fort de mes expériences législatives, sachant combien de très bonnes dispositions restent vaines fautes de moyens d'effectivité, sachant combien le plus facile est de faire une loi, mais le plus important est la concrétisation sur le terrain, j'ai aussi prévu dès le départ de consacrer plus d'énergie à la mise en œuvre qu'à la conceptualisation législative. D'où par exemple les programmes d'actions et le comité de déploiement.

IL RESTE AUSSI DE NOMBREUX FREINS.

Notre société cartésienne nous a habitués aux positions binaires, aux invectives et aux clivages plus stériles et rassurants que sources de débats et de progrès.

Conditionnés par nos cultures de la norme et des protocoles, sources d'inertie et de tabous, face aux incroyables défis du monde nous devrions cultiver la culture du risque et des erreurs.

Nous privilégions les statuts de hiérarchie au lieu des statuts de compétence. Nos structures figées comme nos mimétismes nous enferment trop souvent dans la rigidité, le manque de réactivité, l'incapacité d'innover de bouger de changer. Si nous devons respecter les structures de gouvernance pour décider et diriger quand est venu l'indispensable temps de l'action efficace, nous ne savons pas assez en sortir pour favoriser l'émergence des innovations pourtant indispensable aux progrès et adaptations.

Trop de partenaires se sentent des dominés floués victimes, d'autres ne savent pas limiter leur rôles de dominant.

Le monde politique a si souvent promis et déçu. Les dirigeants d'entreprises si souvent dénoncent l'inculture économique des politiques sans pour autant se rapprocher d'eux, leur écrire ou les inviter pour les informer ou les sensibiliser. La lassitude parfois gagne : « pourquoi encore une nouvelle loi... » « Pourquoi changer puisque ca a toujours bien marche comme cela avant » ... bref de nombreux freins sont encore devant nous ! Nous en avons conscience. C'est un de nos atouts supplémentaires pour réussir.

NOUS ALLONS DEVELOPPER CETTE DYNAMIQUE, C'EST DANS L'INTERET GENERAL.

Dans certains pays changer est source de progrès, de joie, de plaisir. Dans d'autres changer est source de dérangement d'inconfort d'insécurité. Mais vous savez quoi ? Ce n'est même plus cela le problème ! Si nous la France et les français voulons nous en sortir, sortir gagnants de la crise actuelle, réagir aux défis d'une société de plus en plus aléatoire et complexe, sauver ou maintenir l'économie de marché source de progrès pour l'homme, nous n'avons pas d'autres choix : nous devons impérativement et vite le comprendre : Nous vivons déjà dans une autre époque. Aujourd'hui n'a plus rien a voir avec hier qui pourtant perdurait depuis des centaines d'année. Et demain nous rattrape chaque jour d'avantage. Nous avons beau faire parfois les sourds et aveugles, c'est rassurant et reposant, la réalité est toute autre.

Si nous ne nous remettons pas en cause. Si nous ne changeons pas radicalement nos façons de travailler ensemble. Si nous ne devenons pas autant des collègues que des concurrents. Si nous ne nous engageons pas résolument dans des

actions collectives d'intérêt général. Si nous ne dépassons pas nos aprioris. Si nous ne mettons pas de côté les statuts de barons...

Le réveil sera brulant et brutal. Il sera trop tard.

Au contraire si nous sommes quelques uns à nous mobiliser au delà de tous les clivages, si nous nous répartissons les actions nationales, les mises en œuvre les tâches, et si nous portons la dynamique de cette nouvelle culture, alors nous en sommes convaincus dans quelques mois c'est une nouvelle croissance et confiance, performance et assurance à laquelle nous aurons avec bonheur ensemble contribués.

QUE LES GRINCHEUX NOUS REGARDENT DENIGRENT OU JAQUASSENT.

**QUE LES ENTREPRENEURS DU PROGRES, DE L'AUDACE DU COURAGE
LES SALUENT AVEC RESPECT.**

POUR CONCRETISER IMMEDIATEMENT LA
CROISSANCE DU MIEUX VIVRE ENSEMBLE

PROGRAMMES D' ACTIONS LOCALES

Porte folio 2

Illustrations :

- 1) Pour une entreprise comme Unibail-Rodamco l'heure de l'éthique, de l'intérêt général, et de l'action concrète est déjà incontournable.
- 2) Comme le souligne la ligue Urbaine et rurale, impossible de construire sans s'intégrer aux autres fonctions de la ville et de l'environnement.
- 3) En ce sens la mobilisation du grand Lyon est exemplaire et impressionnante.
- 4) C'est cela comme pour le Nouveau Bordeaux, le « vivre ensemble autrement » grâce au commerce.
- 5) Bestufs... Et pour créer des valeurs ajoutées, des réponses collectives aux nouveaux défis, pour ensemble réduire les coûts et valoriser les possibles..., les bonnes idées ne manquent pas !
- 6) Jardins familiaux... Dans les 18 programmes suivants, comme celui des jardins familiaux, le sens commun est la valorisation du faire ensemble au profit de l'homme. C'est un vrai retour à certaines valeurs humaines,...

C'est cela notre pays la France !

Conceptualiser et mutualiser pour rendre possible.

CREER DES CROISSANCES. DELIVRER DES POSSIBLES. AIDER LES COLLECTIVITES LOCALES. DEGAGER DES SOLIDARITES DE PROJET.

En anticipation des modifications législatives de l'urbanisme commercial, l'idée est de concevoir au niveau national, des programmes d'actions locales qui pourraient ainsi être plus facilement mises en œuvre par les collectivités locales.

Ces actions concrètes permettront d'atteindre rapidement certains des objectifs recherchés du mieux vivre ensemble,

L'intérêt est de mettre à la disposition des collectivités locales et territoriales des instruments, des concepts, des partenariats, des bases immédiatement exploitables et adaptables à leurs politiques et spécificités.

En les portant au niveau national nous sortons de nombreuses initiatives et actions positives de leur statut expérimental, ou ce celui de projets dormants.

En identifiant les volumes suffisants et les conditions standards ou de bases pour leur mise en œuvre,

En mobilisant des partenaires intéressés, en mutualisant ou créant les économies d'échelle pour en diminuer leurs coûts,

En rassemblant autour de chaque programme les compétences, expertises, énergies et moyens possibles ou indispensables pour la bonne faisabilité...

Non rendrons possibles des actions souhaitables, nous apporterons des réponses rapides aux défis d'aujourd'hui, nous créerons des valeurs ajoutées pour le bien être des populations et des cités.

Pour mettre à la disposition des collectivités territoriales des instruments immédiatement exploitables : donner une dimension nationale à des opérations souhaitables devant sortir du stade expérimental, ou ce celui des projets

dormants. Démultiplier les créations de valeurs ajoutées et réponses aux défis. Dégager les volumes suffisants pour trouver des standards de fabrication, des partenaires intéressés, et diminuer des coûts. Créer délivrer des croissances, dynamiques, motivations et confiances collectives.

Pour chaque programme un groupe de travail et des copilotes qui vont monter le cahier des charges et la faisabilité avec des orientations et opportunités pour certains programmes : des normes de développement durable. Des objectifs de pluriactivité, de mixité, de diversité, d'identification...

Dès leur mise en place, ou avant si souhaitable, un appel d'offres auprès des collectivités territoriales, pour qu'elles deviennent une de celle retenues pour la concrétisation de chacun de ces programmes.

Ces programmes nationaux permettent la mutualisation et la mobilisation des moyens existants dans les secteurs publics ou privés : de la mobilisation des outils de partenariat pour le financement des créations d'entreprises ou des fonds de roulement, à la mobilisation des compétences techniques et potentiels de développement d'entreprises privées... Cela facilitera le cofinancement local de mise en œuvre. Il n'est donc pas prioritaire ou indispensable de mobiliser systématiquement un financement issu du budget de l'état.

Ces programmes bénéficient d'un accompagnement national : Crédibilité, labellisation. Communication nationale. Facilités et prise en charge de certaines démarches administratives. Le niveau national accompagnera si nécessaire le déroulement local des procédures administratives pour qu'elles soient plus faciles à gérer et à instruire, et que les délais soient raccourcis.

UN MAITRE D'OUVRAGE-PILOTE POUR CHAQUE PROGRAMME.

Les premières suggestions de ces programmes d'actions locales sont énoncées dans ce rapport. D'autres programmes peuvent être proposés par tout acteur public ou privé.

Chaque programme est orienté, sélectionné, lancé et contrôlé par le comité de déploiement proposé en quatrième partie de ce rapport de mission.

Pour une bonne efficacité l'idéal sera de désigner un maitre d'ouvrage-pilote par programme. Ce peut être une administration, une entité issue du milieu consulaire, une organisation professionnelle, une association d'acteurs, une entreprise...

AVEC DES COPILOTES EXPERTS ET PARTENAIRES.

Pour chaque programme seront désignés des copilotes, des experts et autant de partenaires que nécessaires. Toute la force de conceptualisation de faisabilité de chaque programme viendra de la qualité de ces groupes de travail.

Un acteur privé ou public copilote ou expert ou partenaire d'un programme ne sera pas obligé de s'engager pour la totalité des applications locales. Il pourra par ailleurs s'engager sur des applications locales d'autres programmes.

Exemple : une enseigne de distribution assume le Co-pilotage de la conceptualisation d'un des programmes. Elle apporte son expérience, son expertise, des compétences de son entreprise... Elle s'engage pour accompagner une partie des mises en œuvre locales. Elle ne doit pas se sentir obligée d'être partenaire active de chaque mise en œuvre locale. Elle peut par ailleurs être concernée par la mise en œuvre localement d'un autre programme.

LE COMITE DE DEPLOIEMENT PEUT FIXER DES ORIENTATIONS A CHAQUE PROGRAMME :

Le comité peut fixer des orientations et opportunités pour certains programmes.
Par exemple :

Des normes de développement durable.

Des objectifs de pluriactivité, de mixité, de diversité, d'identification...

Des demandes d'accompagnement en formation et suivi de gestion.

Des opportunités de partenariat spécifique avec des jeunes, des centres de formation, des publics spécifiques...

Des contraintes de péréquation géographique ou d'aménagement du territoire.

En cas de complémentarité incompatible entre deux programmes, ou de programmes identiques portés par deux pilotes différents et qui risqueraient de s'affaiblir, le comité de déploiement prendra les dispositions ad hoc.

Le comité de déploiement peut, à l'inverse, encourager ou faciliter les connections et partenariats entre deux programmes complémentaires. Exemple : entre le programme de remembrement commercial et celui de création de magasin à loyers modérés.

CHAQUE GROUPE DE TRAVAIL IDENTIFIE LES CONDITIONS DE REUSSITE DE SON PROGRAMME :

Tout en laissant suffisamment de souplesse pour adapter la mise en œuvre du programme aux contraintes, spécificités et initiatives locales, pour un délai court moins de 5 ans chaque groupe de travail doit apporter les réponses aux questions de bases de faisabilité du programme:

- Nombre minimum de concrétisation, de mise en œuvre locale pour atteindre des économies d'échelle. Degrés ou règles éventuelles nécessaires de normalisation correspondants aux masses critiques de faisabilités.
- Nombre moyen espéré.
- Si besoin, nombre maximum pour ne pas dépasser des seuils de compétence.
- Descriptif de méthodologie.
- Eléments et conditions de faisabilité. Il peut s'agir de modifications réglementaires nationales, ou d'éléments locaux comme
- Partenaires et acteurs mobilisés pour la mise en œuvre.
- Statut juridiques possible du maître d'ouvrage de l'action locale.
- Eléments financiers.
- Part budgétaire ou accompagnement nécessaire des collectivités.
- ...

DES LEUR CONCEPTUALISATION OU AVANT SI SOUHAITABLE, APPEL D'OFFRES AUX COLLECTIVISES.

Dès la fin de la conceptualisation du programme ou avant si possible ou souhaitable, sera lancé pour chaque programme un appel d'offre auprès des collectivités territoriales, pour qu'elles deviennent une de celle mettant en œuvre localement le programme.

Dans la limite d'éventuelle contrainte de faisabilité du programme, une collectivité, région, département, EPCI, agglomération, ou commune, peut concrétiser sur son territoire, plusieurs actions d'un même programme et des actions de programmes différents.

Pour certaines actions des collectivités pourront procéder par délégation de service public.

Le comité de déploiement se garde la possibilité de négocier ou d'organiser, avec chaque collectivité, une répartition géographique sur l'ensemble du territoire national, et une orientation en faveur de programmes moins demandés.

LE BUT DES PROGRAMMES EST DE RENDRE « AUTIFINANCE » CHAQUE ACTION LOLACE :

Il est par exemple prouvé que de refaire totalement une entrée de ville, ou un cœur de ville, un îlot de quartier ou des halls et marchés, c'est avec les conceptions nouvelles un gain d'au moins 10 à 20% de rentabilité des activités commerciales concernées. En 5 ans l'investissement peut être rentabilisé.

De plus les programmes nationaux permettront la mutualisation et la mobilisation de moyens publics ou privés. Ils mobiliseront les partenariats et instruments pour le financement des créations d'entreprises ou des fonds de roulement, pour faciliter l'émergence des compétences techniques, pour accompagner les potentiels de développement d'entreprises privées...

Toutes ces mobilisations, tous ces concepts de procédure, faciliteront la faisabilité des actions, leur rentabilité et donc leur auto financement.

Pour concrétiser les actions locales, seront déterminants les synergies nationales, la mobilisation politique des collectivités, le financement de trésorerie, mais Il ne devra être ni prioritaire ni indispensable de mobiliser systématiquement un financement issu du budget de l'état ou des collectivités.

Toutefois de façons exceptionnelles et si besoin, des moyens complémentaires ou d'impulsion pourraient venir des lignes du budget de l'état. Ainsi le comité de déploiement pourra faciliter les liens avec les programmes spécifiques européens.

ACCOMPAGNEMENT NATIONAL POUR ACCELERER ET ALLEGER LES PROCEDURES ADMINISTRATIVES OU COLLECTIVES LOCALES :

Pour réussir un projet local structurant et ambitieux même quand c'est dans l'intérêt des acteurs, les élus ou investisseurs locaux se heurtent à de nombreux obstacles :

- Rigidités intellectuels et de mentalité de certains acteurs ne croyant pas à la nécessité du changement.

- Incapacité de démontrer l'intérêt économique du projet.
- Complexité, difficultés lourdeurs et délais administratifs.

Pour s'en sortir le comité national apportera à chaque collectivité d'accueil de chaque action plusieurs éléments :

La crédibilité, labellisation et communication nationale.

Des équipes spécifiques de mobilisation et de sensibilisation locale.

De plus, un service spécifique national et référant sera chargé d'accompagner les services instructeurs locaux pour faciliter leur tâches, accélérer les procédures administratives, réduire les délais.

Présentation succincte de chaque programme :

Pour retrouver l'équilibre des grands magasins de centre ville

1) 200 CŒURS DE VILLE MOYENNE :

Dans 200 cœurs de villes de moins de 40 000 habitants, réimplantations modernisation, restructuration de centre commercial - grands magasins ...

Avec des commerces de niveau 2 ou 3.

Recommandations :

Participation d'opérateurs spécialisés, d'enseignes locomotives. Conception d'un format de magasin « populaire » de centre ville. Méthodologie de mobilisation des propriétaires, et locataires concernés. Outils réglementaires et financier pour les opérations foncières...

Accompagner l'action de réhabilitation des logements au dessus des commerces.

Pour réaffirmer l'identité locale et la fierté du vivre ensemble

2) 200 ENTREES DE VILLE

Dans 200 entrées de villes, en présence d'un ensemble commercial, source de dysfonctionnements ou inadapté aux attentes...:

Procéder à une réorganisation foncière et immobilière de type aménagement remembrement commercial.

A l'initiative de la collectivité ou avec son soutien, il est procédé à une réorganisation foncière et immobilière de l'entrée de ville. Prévoir plusieurs cas de la restructuration au déménagement de tous les commerces en passant pas la solution de la démolition reconstruction sur le même lieu.

Pour cette action :

Souhait d'aboutir à une mixité des différentes fonctions de la ville. (Commerce, Logements, Bureaux, Services publics...),

Rechercher la création de véritables valeurs ajoutées : services à la personne, aménagements spécifiques pour les salariés ; organisation de la logistique...)

Soigner la mise en valeur de nouvelles normes d'environnement durables...

Pour supprimer en centre ville la nuisance des livraisons

3) 200 CENTRES DE DISTRIBUTION URBAINE :

Dans 200 agglomérations, créations d'un équipement logistique localisé à proximité de la zone qu'il dessert (cœur de ville, ville entière, lieu spécifique comme une commune touristique, un centre commercial,) auquel de nombreux fournisseurs et transporteurs confieront leur fret et à partir duquel des livraisons mutualisées sont effectués (aux commerçants artisans prestataires...).

Des services logistiques divers à valeur ajoutée peuvent y être également offerts.

La coparticipation ou exploitation de ces centres peut être directement ou indirectement rendue obligatoire par la collectivité locale compétente. Programme à développer dans le cadre du consortium européen BESTUFS.

Pour éviter la disparition des activités d'utilité publique

4) 500 UNITES DE MAGASINS A LOYERS MODERES :

Dans des villes, créations de 500 unités de magasins ou ateliers à loyers modérés pour commerçants, artisans, prestataires de services afin de faciliter la création ou la pérennité de certaines activités de niveau 1

L'inflation immobilière ou des loyers, expulse de certains cœurs de nos villes, des activités « d'utilité publique ». Le pouvoir financier de certains, exploité sans attention aux conséquences sur la collectivité, ou sans préoccupation du moyen terme, rejette des commerçants, artisans ou prestataires de service indispensables à une société de progrès pour l'homme.

Nous sommes attachés à la propriété privée, au jeu de l'offre et de la demande, aux règles de la loi du marché, à la libre concurrence... : ce n'est pas une raison pour tout laisser faire. Il est même dans l'intérêt de chacun de préserver l'attractivité de la pluriactivité, et ce véritable service public rendu par certains. Tous les acteurs de l'économie de proximité ne peuvent se défendre seuls.

D'où cette solution de créer, au nom de l'intérêt général, des magasins à loyers modérés.

TROIS CATEGORIES DE BENEFICIAIRES :

Les commerçants artisans et prestataires de service, qui répondent aux besoins quotidiens et dont les marges d'exploitation sont insuffisantes pour supporter les augmentations de loyer.

Les artisans du bâtiment, les dépanneurs installateurs...intervenant dans les grandes agglomérations, et qui, ne pouvant y financer des entrepôts, sont condamnés à des horaires et embouteillages inacceptables. Pour eux : créer des entrepôts à loyers modérés pour stocker leurs matériels et matériaux. Ce sera source de gains de temps, de mobilité, de confort d'efficacité pour eux, mais aussi source de gains énormes aussi pour la collectivité et les consommateurs. Nous pourrions en profiter pour concevoir des véhicules spécifiques Grenelle II d'intervention en centres urbains.

Les créateurs de nouveaux concepts commerciaux. Procos précise : « le cout d'accès au marché et plus spécialement aux locaux commerciaux limité l'émergence de nouveaux concepts. Se lancer à « faire commerce » pour un indépendant suppose en moyenne pour une boutique, de rassembler un montant d'investissement qui dépasse 300 000 € et de trouver le bon local... à un prix supportable. » Si cette créativité, cette capacité est aujourd'hui stérilisée par la hauteur du ticket financier de départ, c'est la capacité de croissance et de création de valeurs de la France qui en sera immédiatement impactée.

DES REGLES SERONT FIXEES :

L'intervention collective sera proportionnelle à la dimension de l'intérêt général. Elle sera limitée à une part très réduite de dans l'espace.

Les distorsions de concurrence devront être soignées expliquées justifiées. Exemple : dans une ville un fond de commerce de cette activité vaut entre 10 et 20. Mais à cet endroit là de cette ville le pas de porte correspondant est au minimum de 50. C'est au moins deux fois trop pour cette activité. La finalité du magasin à loyer modéré ne sera pas à cet endroit la d'obtenir un fond à moins de 10. Ce serait effectivement une concurrence déloyale. Mais d'obtenir un fond entre 20 et 25 ce qui est plus cher qu'ailleurs (donc sans distorsion de concurrence) mais à nouveau supportable.

Parfois des servitudes seront créées quand sera imposée à des propriétaires privés l'obligation de ne pas dépasser un certain niveau de loyer ou de réserver une partie de l'espace à certaines activités. « Quand est créée une servitude lors du contrat de transmission, le bien acquis coûte moins cher. Même quand elle est d'intérêt public. Quand est créée une servitude (une expropriation partielle) sans transmission, une indemnité compense. L'indemnisation dépend du montant du préjudice. Même au nom de la diversité nécessaire à la défense de l'intérêt général, le préjudice peut être avancé. La justification doit être non abusive. Donc trouver le bon niveau : « *pas indemnisable car c'est une mesure générale et ce n'est pas exorbitant* » « *sur cette rue là en rez-de-chaussée du commerce* » c'est différent si est ajouté « *il faut 20 % de commerce de biens de consommation quotidienne* ». Toute la difficulté est de calculer ce préjudice surtout quand d'autres vont à long terme profiter de la politique de sauvegarde et de préservation du site.

....

PLUSIEURS POSSIBILITES DE MISE EN ŒUVRE :

Intervention d'une association foncière, d'un établissement public foncier. Même principe même procédure que pour les créations d'HLM.

Règles d'urbanismes (inscrits dans le PLU) qui impose des éléments de pluriactivité économique en cas de construction ou de réaménagement dépassant un certain niveau. (Vous pouvez créer un nouveau centre commercial, un passage, un réaménagement de cet ensemble immobilier mais vous devez y laisser de la place pour...)

Règles similaires d'urbanisme dans le cadre d'une opération de remembrement commercial, de réaménagement de zone commerciales.

Instaurer des zones limitées, dans lesquelles doit être respectée une proportion, d'activités de première nécessité (activité de catégorie 1 dont les critères de la liste seront adaptés par chaque collectivité à partir d'un cadre réglementaire national.)

Pour retrouver l'économie de proximité au pied des cités

5) 300 POLES QUARTIERS DE PROXIMITE:

Dans des quartiers de ville de plus de 30 000 habitants, création, réaménagement, restructuration d'ensemble de commerces de niveau 1.

Chaque pôle sera composé au moins d'une « locomotive » par exemple d'une supérette avec enseigne nationale, et de plusieurs « petits » magasins de proximité de commerce d'artisanat ou de prestation de service. (Bar, marchand de journaux, boulangerie, point banque, installateur réparateur électroménager, plomberie chauffage...

Recommandations :

Dans ces cités, il est impératif de soigner la qualité architecturale et environnementale.

Méthodologie pour associer les habitants du quartier.

Prévoir des mixités et si possible des espaces pour magasins à loyers modérés.

Prévoir également si besoin les systèmes adaptés de sécurité.

Par soucis de cohérence et de coordination avec le milieu rural :

6) 500 PLACES COMMERCIALES DE CENTRE BOURG.

Autour de places centrales, dans des cœurs de villes de moins de 5000 habitants, aménagement restructuration et réinstallation de commerce de niveau 1.

Penser que dans certaines villes de petite taille certains formats de commerce, certaines distributeurs sont impossible est inacceptable. Ou est le progrès quand il n'y a plus de distributeurs d'essence, quand il faut systématiquement aller loin pour se nourrir ?

Nous devons recréer des modèles économiques rentables et des systèmes fiables pour les bourgs centres.

Pour cela et en particulier, la nouvelle approche de la position dominante prendra toute sa dimension. C'est sans doute grâce à la position prise par telle ou telle enseigne qu'il sera possible de lui demander ou d'obtenir d'elle (par péréquation) le développement de formats adaptés aux bourgs centres.

Déjà des enseignes et des grossistes en ont accepté le principe, et disposent des outils nécessaires.

L'expérience le démontre. Quand ce type d'opération a été mené, c'est immédiatement une augmentation de plus de 20 % du chiffre d'affaires et surtout une augmentation aussi importante de la rentabilité économique.

Recommandations

Dans la vision départementale du commerce identifier les bourgs centre devant bénéficier de cette action.

Dans les documents d'urbanisme prévoir en leur faveur des règles d'interdépendance, de partenariat, de solidarité.

Bien soigner la méthodologie d'association des commerçants et acteurs en place, car le plus dur sera de les convaincre de l'intérêt de l'opération qui pourra entraîner des déménagements, des relocalisations, des remises en cause d'habitudes...

Prévoir les outils réglementaires et juridiques spécifiques en cas de blocage de l'opération par certains concernés.

Pour qu'enfin cette idée ancienne devienne une réalité

7) 1000 COMMERCES MULTISERVICES :

Dans des communes de moins de 2500 habitants, rénovation ou implantation de commerces multiservices

Pour de petites villes ou communes, chaque commerce multiservice répondra aux besoins de première nécessité et quotidiens avec par exemple rayon froid positif et rayon froid négatif.

Il sera le point relais du dernier kilomètre pour la livraison au domicile client des colis. Prévoir partenariat avec les entreprises de transports, les livraisons à domicile, le commerce par internet...

Pour cette opération seront également mobilisés les services publics et para publics intéressés (Préfectures, Services Fiscaux, ministère de la justice, Equipements, postes, ...)

Ces commerces multiservices seraient équipés de salles confidentielles de communication vidéo transmission avec des administrations centrales.

Pour répondre aux nouvelles normes et aux attentes des consommateurs

8) 50 REHABILITATIONS DES HALLES ET MARCHES:

Mise aux normes de l'électricité, des sanitaires, de la chaîne de froid, des conditions de chauffage, d'isolation... de travail du personnel

Mise en conformité des conditions d'exposition et de travail avec les attentes des consommateurs,

Remise en cause de certaines habitudes

Créations de valeurs ajoutées au client final

Restructuration réfection totale de halles de marchés couverts.

A l'exemple de la ville de Chambéry il est possible d'installer un marché provisoire sous chapiteau le temps des travaux.

Recommandations :

En profiter pour relancer ou développer des commerces de bouche comme les poissonneries.

Accompagner de campagnes et stratégies de communication pour expliquer les apparences de différence de prix et combattre chez certains consommateurs cette mauvaise image du site « trop cher ». Le coûte que coûte moins cher n'est pas toujours le plus économique. « Quand on n'est pas riche on a pas les moyens d'acheter bon marché ». Mieux vaut parfois acheter un peu plus cher au Kilo mais en moins grande quantité, un produit qui sera entièrement dégusté, au lieu d'en jeter une bonne partie... : tout cela est vrai et dans l'intérêt des consommateurs mais qui le dit le répète le fait comprendre ?

Parce qu'il est urgent de rompre avec la culture du chacun pour soi

9) 500 UNIONS COMMERCIALES PROFESSIONNELLES.

Il s'agit d'« amener » les commerçants d'un même territoire (centre ville ou milieu rural) à agir ensemble autrement, pour obtenir ce dont ils ont besoin pour eux mêmes ou pour l'intérêt général, mais qu'ils ne peuvent financer ou organiser seuls.

Manager de centre ville, conditions d'adhésion, règles d'extension de décisions majoritaires, définition générales des objectifs et méthodologies..., ce programme devra agir par l'exemplarité et de toute évidence, avec une vraie autorité, pour amener un certain nombre d'acteur à changer de mentalité.

Ce que les commerçants indépendants les uns des autres d'un centre commercial privé réussissent à faire, les mêmes d'un centre commercial public doivent l'obtenir.

Si être commerçant c'est souvent assurer un service public à la population, cela demande de retrouver certaines attitudes de solidarité, et de participations aux indispensables actions collectives.

Pour sortir des cadres classiques et initier la création de valeur au client final

10) 200 SERVICES VOITURIERS POUR CONSOMMATEURS

Dans des villes où il est difficile de créer des parkings, qui ne disposent pas de transports publics suffisants et où il est pourtant indispensable de faciliter l'accès des consommateurs aux commerces de cœur de ville, Création de services voituriers.

Nouvelle activité de service à la personne rendu possible par les communications téléphone portable

Nécessite de la collectivité de prévoir des emplacements réservés.

Pour anticiper sur les nouveaux besoins et exploiter les progrès de la science.

11) 10 TERRITOIRES PILOTES HOPITAL A DOMICILE :

Dans 10 départements ou bassins de vie autour au minimum d'un chef lieu d'arrondissement développer 10 premières opérations générales d'Hôpital à Domicile

Peut-on parler de coordination du territoire, de développement des activités commerciales et de service en ignorant ceux de demain ?

D'où l'idée d'illustrer cette préoccupation par cette action spécifique de développement d'une offre de "télésanté", c'est-à-dire des soins et une assistance à distance, de nature à améliorer la prise en charge d'un plus grand nombre de patients dans de meilleures conditions et à moindre coût.

Sans être la solution miracle aux problèmes posés par l'évolution démographique (désertification, vieillissement de la population) et l'explosion des coûts de notre système de santé, les technologies de télésanté sont un des éléments clés de réponse à ces enjeux.

Les technologies existent, les industriels sont prêts à s'investir, les apports sont réels et démontrés : il est indispensable que le cadre juridique de la télésanté soit posé dans la loi « Hôpital, Patient, Santé, Territoire »

Dans l'organisation des soins : elles permettent d'accélérer et de simplifier la communication entre professionnels de santé ou avec le patient (dans de

nombreux cas, le temps est un facteur vital), et d'effacer l'éloignement géographique.

Dans la qualité des soins perçus par les patients : elles permettent un suivi plus constant ou encore de maintenir le patient dans son domicile, soit un environnement familial et sécurisant pour lui.

Ce cadre d'action permettra aux industriels de développer des offres cohérentes en partenariat avec les professionnels de santé dans un schéma économique clair.

Les enjeux et opportunités relatifs à la "télésanté" (dont l'HAD), sont en particulier issus des travaux de la FIEEC, Fédération des Industries Electriques, Electroniques et de Communication. La FIEEC regroupe notamment les entreprises produisant les technologies médicales et les systèmes d'information sanitaires et sociaux et, à ce titre, partage pleinement l'objectif d'apporter au système de soins les adaptations nécessaires à sa pérennité face à l'évolution des données démographiques, technologiques et financières de notre pays.

Recommandation :

Un encadrement juridique de la télésanté, et permette ainsi d'intégrer cette pratique dans la panoplie actuelle des offres de soin ;

Un pilotage interministériel public privé à la hauteur de l'enjeu de la télésanté qu'elle représente.

Prévoir une terminologie claire, des définitions précises afin d'éviter un flou préjudiciable à tous.

Pour s'adapter aux réalités de notre époque

12) 10 COOPERATIONS TRANSFRONTALIERES

S'il faut être ambitieux, s'il est possible d'agir autrement pour relever des défis, si nous possédons collectivement de nombreux potentiels pour s'adapter et réagir, arrêtons aussi parfois de voir la vie telle qu'on aimerait qu'elle soit et non telle qu'elle est. Le commerce se moque des frontières. Des acteurs peuvent en profiter.

Pour réagir, lancer sur 10 zones commerciales frontalières, le développement d'opérations de rapprochements

La loi française ne peut rien imposer à nos voisins européens. Mais il importe d'organiser sur chacune de nos frontières une coordination des autorités publiques en charge de l'urbanisme commercial de part et d'autre de cette frontière. Une telle coordination pourrait être facilitée par les programmes de coopération transfrontalière "Interreg" financés par le Feder mis en œuvre par la Commission européenne (Direction générale de la politique régionale).

Comme me le signal Wladyslaw Piskorz de la CEE et que nous remercions, s'agissant des frontières françaises, la MOT pourrait vous apporter un éclairage plus approfondi à ce sujet: voir par exemple

<http://www.espaces-transfrontaliers.org/docdivers/newsletter/newsletter43.pdf>

L'économie de marché doit assurer une juste répartition des revenus.

13) 150 PARTENARIATS PRODUCTEURS AGRICOLES - CENTRALES DE DISTRIBUTION.

Dans 150 endroits de France, pour la viande et les produits de la mer, pour les fruits et les légumes, comme pour de nombreuses autres productions agricoles, mettre en place les systèmes locaux de partenariat entre les producteurs (ou leur transformateurs) et les centrales d'achat.

A ces opérations seraient également associés les revendeurs indépendants de la région concernée. A ces opérations pourraient être associés les cantines et restaurants des collectivités et établissements publics.

Cela demandera des organisations du territoire, des identifications spécifiques par produit, des chartes contrats sur la qualité, les volumes et les prix..., Cela demandera des coopérations mieux développées, de nouvelles politiques de ventes et de nouvelles d'achats, cela demandera une nouvelle discipline...

Mais, il n'est plus possible de développer l'urbanisme, l'aménagement du territoire et la croissance, avec des producteurs qui travaillent de plus en plus pour gagner de moins en moins quand leurs clients gagnent de plus en plus sur la revente de leur production.

Des centrales d'achat de grandes enseignes de supermarché à dominante alimentaire sont disposées à s'engager dans ces partenariats. Les consommateurs eux-mêmes s'y retrouveront.

L'enjeu n'est donc pas de critiquer globalement tels ou tels acteurs, mais de sortir résolument d'un système de marché totalement déséquilibré.

La France qui était reconnue dans le monde entier pour son industrie Agro alimentaire, la qualité des ses productions agricoles et sa culture gastronomique doit se remettre en cause.

Avec ses savoir faire, ses spécialités, ses potentiels, quand de plus, des défis sur la façon dont les gens s'alimentent, sont à relever, il est urgent de développer région par région d'autres circuits de distribution et de partenariat dans la chaîne alimentaire du producteur au consommateur.

Pour revenir à la mixité et l'harmonie de toutes les fonctions de la ville

14) 200 REHABILITATIONS DES LOGEMENTS AU DESSUS DES COMMERCES.

Ces dernières années, dans de nombreuses villes, des commerces en pied d'immeuble se sont développés en empêchant la mise en location des logements dans les étages supérieurs.

Redonner la main aux politiques pour mieux maîtriser le développement et l'harmonie des cœurs de ville, c'est en particulier réhabiliter les logements vacants au dessus des commerces.

Création d'accès par la rue arrière, création d'un accès commun à plusieurs immeubles, accès passerelles.... De nombreuses expériences réussies (Troyes, Cognac, Limoges...) prouvent que c'est possible.

ANAH, OPAH... les instruments et les compétences existent aussi.

Aux cotés des acteurs déjà expérimentés, impulser une nouvelle mobilisation nationale, associer de nouveaux partenaires, insérer cette politique dans l'objectif global de la réforme de l'urbanisme commercial...

Pour rester les meilleurs quand le monde entier cherche à nous dépasser

15) 20 SYNERGIES THEMATIQUES POUR FOIRES, SALONS, CONGRES, EVENEMENTIELS.

Chaque année, les foires salons et congrès procurent plus de 7 milliards € de retombées économiques à la France. Plus de 50 % du taux de remplissage des hôtels de Paris et de sa couronne dépendent directement des événements d'affaires.

C'est une des rares activités de croissance à plus de 14 % dans le monde entier, car il est de plus en plus utile de réunir en un même lieu sur une même courte période des professionnels sur un même sujet.

Les allemands, autrichiens, italiens, espagnols et bien d'autres, viennent ces dernières années, de développer de vastes politiques de développement d'accueil et d'organisation pour les foires salons et congrès. Comme la France n'a pas su se remettre en cause, la France perd des parts de marché, quand elle devrait en gagner.

Il est possible de réagir en profitant de la richesse et de la diversité de nos territoires pour y développer de nouvelles politiques régionales d'accueil des événements d'affaires.

Ce sera l'occasion de développer des images fortes et valorisantes et des liaisons interrégionales d'aménagement du territoire.

Du concepteur d'événement à l'exposant, en passant par les hôtels, les transporteurs, les taxis, les fabricants de stands, les hôtesse... tous les acteurs de la chaîne de valeur possèdent aujourd'hui les outils pour mener, avec les collectivités territoriales, les stratégies nécessaires.

La réforme de l'urbanisme commercial, l'instauration de visions départementales du commerce et la recherche d'une nouvelle croissance c'est en particulier, dans un premier temps, appliquer dans 20 territoires un nouveau concept d'organisation et de développement des événements d'affaires.

[Pour mieux diffuser le savoir pouvoir d'analyse des consommateurs](#)

16) 50 PARTENARIATS UNIVERSITE RECHERCHE COMMERCE

Dans 50 villes ou bassins de vie,

Avec des filières et des réseaux d'enseignes,

Avec des fabricants et l'étiquetage ou l'emballage de leurs produits

Au profit des consommateurs qui méconnaissent les origines des produits,

Au profit de la vulgarisation des résultats de la recherche scientifique

Pour redonner des références et repères académiques, sans lesquels il est plus difficile de bien vivre ensemble

Création de partenariats spécifiques avec les universités et centres de recherche.

Création de poumons verts et retour aux bons sens oubliés

17) 200 CREATIONS DE JARDINS OUVRIERS

A partir d'un concept mis au point avec des centres de formation, des organismes sociaux, des enseignes et réseaux spécialisés dans le monde du jardin, des fabricants de matériels et ceux d'abris...

Dans 200 premiers endroits créations développement de jardins ouvriers.

Certains de ces espaces pourraient se trouver sur des campus universitaires ou de grandes écoles, dans des jardins d'hôpitaux...

Recommandations :

Les collectivités doivent prévoir dans les documents d'urbanisme les espaces nécessaires.

Souligner l'accompagnement en communication locale.

Au niveau national, le concept s'articulera avec certaines politiques sociales gouvernementales. La culture de jardins ouvriers permettant à certaines personnes de retrouver confiance en elles, de se soigner, de se réinsérer...

En recréant ce lien direct entre le consommateur et la terre, cette opération sera également une de celles permettant aux consommateurs de mieux connaître le monde agricole et de la production de leur alimentation.

Pour revenir a certains gestes alimentaires équilibrés.

18) 10 FILIERES DE RETOUR AUX VRAIS GOUTS.

Des enfants de classe de CM2 n'ont pas souvenir d'avoir une fois dans leur vie, mangé une orange fraîche.

Des enfants de 8 ans n'ont jamais vu chez leurs parents une poêle...

Des consommateurs dépensent plus d'argent pour acheter des fruits ou légumes beau avec une peau irréprochable alors que c'est la peau qu'ils ne mangent pas... Qui fait aujourd'hui la différence entre un fruit d'aspect irréprochable mais sans juste maturité et sans gout, et un autre moins beau mais avec de vraies saveurs ?

La vente de carottes râpées est devenue une des premières sources de revenu de certains commerçants.

LE PAIN FRAIS POUR TOUS

Le pain est devenu parfois trop cher et sa fraîcheur ne tenant pas plus de quelques heures, des familles n'en mangent plus. Il serait pourtant possible de redévelopper les gros pains de campagne dont les qualités nutritives sont exemplaires. Pour cela avec la filière de la panification il est envisagé le développement d'une politique spécifique de communication et d'accompagnement.

Communication et stratégie produit pour dire à quel bas prix et pourquoi acheter ce type de « gros pain »

Accompagnement pour par exemple fournir le couteau adapté à ce genre de pain qui ne doit pas être vendu tranché.

Dans au moins neuf autres filières il sera conçu des programmes nationaux de stratégie produits au profit des alimentations de base trop rapidement ou inconsciemment écarté par l'économie moderne de marché.

Urbanisme et développement du commerce, défense de l'intérêt des consommateurs, retour aux valeurs sanitaires et de santé par l'alimentation, reprises des valeurs sociales et de budget familial par les attitudes des consommateurs... C'est aussi tout cela l'intérêt général dans une économie de marché.

SOCIETE COMPLEXE ALEATOIRE MOUVANTE
OSER BOUSCULER SIMPLIFIER ANTICIPER

NOUVELLES DONNES CHANGER D'APPUI LEGISLATIFS

Porte folio 3

Illustrations :

- 1) Comme en Toulousain pour ordonner la cohérence territoriale les chambres consulaires sont une force incontournable de proposition.
- 2) Nous devons travailler au niveau départemental ou interdépartemental car rares sont les départements entièrement couverts par des SCOT. Bravo le département de La Manche qui sera pour nous une des départements pilote de la réforme législative.
- 3) Pas de liberté de concurrence sans un minimum de règles. Mais, comme nous l'ont fait remarquer des anglais, attention : pas de règles qui entraveraient le dynamisme du commerce car elles entraveraient celui de nos villes et de notre nation.
- 4) Les modifications législatives sont indispensables, Toutefois rappelons le, elles ne suffisent pas. Le plus important restera la volonté collective d'aménagement local. D'où les Programmes précédents d'actions locales.

Pour gérer la complexité : une loi simple !

PLUS C'EST COMPLEXE, MOINS IL FAUT REGLEMENTER DANS LES DETAILS.

Il est impossible de tout prévoir dans la loi. Plus la loi inscrit des détails, moins elle est applicable. Gardons nous en. Sachons refuser ce qui sort de la loi cadre. Restons aux seules dimensions des objectifs. Un comité de déploiement assurera la mise en œuvre et la gestion des particularités. Pour atteindre les objectifs si la réglementation est nécessaire, le plus efficace se trouvera dans les politiques nationales, régionales, et locales d'aménagement, dans l'évolution des mentalités, dans le développement des actions collectives. La loi n'a pas besoin de tout dire, quand la loi ne peut seule pas tout obtenir.

AVANT DE REGLEMENTER : CONVAINCRE, ASSOCIER !

Faire une loi certes et la plus simple possible..., mais le plus important est ailleurs : impulser, créer, bouger, mobiliser, faire participer... Créer une dynamique ne s'édicte pas ! Impulser un changement d'attitude, croiser les regards ne se commande pas d'en haut !

DE LA CULTURE DE DEFIANCE A CELLE DU PARTENARIAT:

Cartésiens...Nos positions binaires, nos sectarismes, nos oppositions frontales animent trop souvent des querelles stériles. Les acteurs qui gagnent ne renient ni leurs différences ni leurs divergences, ils savent travailler ensemble, être aussi des partenaires et des collègues. A force de rechercher la sécurité juridique, disparaît l'efficacité économique et politique. L'important est moins l'épaisseur du trait que la présence de la frontière.

LA LOI FIXE SEULEMENT LE CADRE DES OBLIGATIONS.

Texte simple mais cohérent - Pas de listes pour ne pas faciliter les recours abusifs. Pas de listes, pas de détails pour ne pas être obligé de changer régulièrement la loi, ou pour une application plus simple, moins procédurière, mieux adaptée à la complexité.... L'efficacité économique devient la limite de la sécurité juridique

Esprit de la proposition de loi.

Texte qui sera accompagné de la partie réglementaire.

ART 1 PREALABLES :

Dans les documents d'urbanisme, les orientations ou règles spécifiques aux activités commerciales s'imposent directement ou indirectement aux permis de construire des activités commerciales.

Ces orientations et règles ne peuvent avoir pour objet de restreindre le développement d'acteurs ou de concurrents nouveaux ou anciens.

Dans ces dispositions les termes « activité commerciale » désignent toute activité, publique ou privée, commerciale artisanale ou de service, de vente et ouvert au public et leurs stades de grossistes.

ARTICLE 2 : 4 NIVEAUX D'ENVERGURE

Pour la délivrance des permis de construire et la rédaction des documents d'urbanismes, les activités commerciales sont classées selon quatre niveaux d'envergure : 1) de proximité. 2) d'agglomération. 3) départemental. 4) régional ou national.

ARTICLE 3 : CREATION DES COMMISSIONS DEPARTEMENTALES DE L'URBANISME COMMERCIAL...

Le préfet de région institue, par département ou groupe de départements, une commission de l'urbanisme commercial. Si cette commission est compétente pour des départements de régions différentes, elle est instituée par arrêté conjoint des préfets de région concernés.

Cette commission représentante trois groupes d'acteurs : les collectivités territoriales et établissements publics de coopération intercommunale, les acteurs économiques et consommateurs, les experts techniques.

Sur proposition du préfet la commission est présidée par un représentant des collectivités Cette présidence assure le secrétariat de la commission et l'organisation de la consultation du collège des élus.

ARTICLE 4 : ... POUR ELABORER LES DOCUMENTS D'AMENAGEMENT COMMERCIAL.

A partir d'un guide cadre national issu des dispositions législatives, la commission propose à un collège des élus du territoire concerné chargé de les valider, les alternatives d'orientation ayant pour finalité d'élaborer le document d'aménagement commercial qui sera approuvé par le ou les préfets de région concernés.

Le préfet veille à la cohérence des orientations et contrôle leur compatibilité avec les documents d'urbanisme existants notamment au regard des orientations définies dans les départements limitrophes et prend toute initiative à cet effet.

Ces préfets veillent, dans les conditions définies par le code de l'urbanisme, à la prise en compte par les schémas de cohérence territoriale et les plans locaux d'urbanisme, des orientations définies par les documents d'aménagement commercial.

Voir la création d'une autorité nationale indépendante pour assurer la qualité de ce contrôle

Le collège des élus est celui des maires du ou des départements à raison d'une voix par tranche de 3 500 habitants. Selon des règles fixées par décret les votes peuvent être numériques, et délégués.

Le document est conçu pour une durée équivalente à celle des mandats municipaux. Après chaque élection municipale générale sur demande d'au moins un quart du collège des élus systématiquement sollicité par le préfet de région, des orientations du document peuvent être réétudiées.

A partir de la publication de la présente loi ou après chaque décision de révision, la commission départementale dispose d'un délai maximum fixé par décret pour aboutir à la validation par le collège des élus du document.

En cas d'incapacité du collège des élus de prendre position sur le document dans les délais requis, il revient aux préfets de région de le faire et d'engager les initiatives et procédures de substitution.

ARTICLE 5 : OBJECTIF ET CONTENU DES DOCUMENTS :

Le Document d'Aménagement Commercial adapte, aux spécificités locales et dans des limites fixées par décret en Conseil d'Etat, la nature des activités relevant des quatre niveaux d'envergure d'activité commerciale.

Dans le respect des objectifs de développement durable, d'aménagement du territoire, et de libre concurrence, en prenant en considération sur le territoire

L'offre et la demande globales pour chaque niveau d'envergure dans chaque secteur géographique.

L'impact local des activités commerciales des niveaux 2, 3 et 4 sur les flux de véhicules.

Les qualité et projets de desserte en transport et accueil pour le chargement et le déchargement des marchandises.

Le Document d'Aménagement Commercial détermine des orientations destinées :

A obtenir une répartition équilibrée sur le territoire des équipements commerciaux de niveau 3 et 4 d'envergure, tout en prenant en compte les impacts de ces niveaux sur les équipements structurants.

Au maintien et développement des activités commerciales de niveau 1 dans les zones rurales, certaines petites villes et certains quartiers d'agglomération.

A la vitalité des activités commerciales en cœur de ville,

A assurer une complémentarité et mixité sur un même lieu des activités commerciales, de l'habitat, de l'emploi, des services publics...

A valoriser ou protéger des spécificités et des identités locales.

Pour la mise en œuvre de ces orientations le Document d'Aménagement Commercial peut fixer des orientations de solidarité et péréquation d'activité.

ART 6 : VOLET COMMERCE DES SCOT

Les documents d'orientation et de programmation des schémas de cohérence territoriale précisent les objectifs et conditions de localisation et d'évolution des activités commerciales afin de répondre aux exigences d'aménagement du territoire et de diversité commerciale, de la protection de l'environnement et de la qualité de l'urbanisme et de contribuer à la modernisation des équipements commerciaux, à leur adaptation à l'évolution des modes de consommation et des techniques de commercialisation, au confort d'achat du consommateur et à l'amélioration des conditions de travail des salariés.

Ils délimitent :

Les secteurs, notamment de cœur ville, où les implantations commerciales ne sont pas réglementées par le schéma de cohérence territoriale ;

les secteurs où les implantations ou transformations des activités commerciales des niveaux 2, 3 et 4 d'envergure sont autorisées sous réserve du respect de conditions qu'il fixe, notamment en ce qui concerne l'existence de transports collectifs, le respect de normes environnementales ;

Il peut, par secteur, définir des normes de qualité urbaine et paysagère applicables en l'absence de plan local d'urbanisme ou de document d'urbanisme en tenant lieu.

Le préfet s'oppose, dans les conditions définies par l'article L. 122-11 du code de l'urbanisme, à l'entrée en vigueur d'un schéma de cohérence territorial

a) incompatible avec les prévisions et les programmations des autres schémas de cohérence territoriale ou projets de schéma de cohérence territoriale du département ou des départements voisins ;

b) qui porterai une atteinte à la liberté d'activité commerciale hors de proportion avec les exigences d'aménagement du territoire et de protection de l'environnement ou avec l'objectif de maintien de la diversité commerciale.

ART 7 : DECLARATION DE TRAVAUX OU PERMIS DE CONSTRUIRE POUR ACTIVITES COMMERCIALES.

Une déclaration de travaux ou un permis de construire sont nécessaires pour, dans un bâtiment, tous travaux destinés à créer élargir ou à modifier une activité commerciale.

ART 8 : OBLIGATION DES CO-EXPLOITANTS :

Esprit de la disposition : Pour des opérations collectives immobilières et foncières proposées ou accompagnées par la collectivité territoriale directement concernée, concernant un ensemble d'activités commerciales indépendantes les unes des autres, d'un périmètre géographique strictement limité, si 75 % des propriétaires ou des locataires des activités commerciales de ce périmètre sont d'accord pour s'engager dans le projet, cette décision s'impose à tous les autres situés dans ce périmètre.

ART 9 : COMITE DE DEPLOIEMENT :

Pour faciliter et impulser la mise en œuvre de la présente loi, donner des avis sur la conformité ou l'orientation des applications locales, développer les actions

nationales nécessaires, il est créé un comité national de déploiement, pour une durée de trois ans, éventuellement renouvelable une fois.

ART.10 : ABROGATION ET PERIODE TRANSITOIRE

A travailler et valider : Le titre premier de la loi n° 73-1193 du 27 décembre 1973 d'orientation du commerce et de l'artisanat, et le titre V du livre VII (Des juridictions commerciales et de l'organisation du commerce) du code du commerce, sont abrogés,

Au plus tard deux ans après la publication de la loi sur l'ensemble du territoire national, ou préalablement, par territoire concerné dès la mise en conformité des PLU avec le document d'aménagement commercial, ou, pour les permis de construire des activités commerciales de niveau 3 et 4 d'envergure, dès l'approbation du D.A.C.

ARTICLE 11 : COMMISSION DE RECOURS A LA DELIVRANCE DE PERMIS DE CONSTRUIRE

Il est créé au livre quatrième, titre V du code de l'urbanisme, une commission nationale de recours compétente pour instruire et juger les recours formés à l'encontre de la délivrance d'un permis de construire concernant une activité commerciale de niveau 3 ou 4 d'envergure.

Cette commission est présidée par un membre du Conseil d'Etat désignée par le Vice-président du Conseil d'Etat. Outre son président, elle comporte 9 membres :

La saisine de la Commission doit intervenir dans un délai de deux mois à compter de la date de délivrance du permis de construire ou de la décision préalable faisant grief. La Commission se prononce dans un délai d'un mois. Ses décisions, motivées, s'imposent au requérant et sont susceptibles d'un pourvoi en cassation formé devant le Conseil d'Etat.

Commentaires Réglementaires :

Les quatre niveaux d'envergure :

1000M² de chaussure, d'alimentation ou de meubles... ce n'est pas la même chose. 1000 M² dans une petite ville ou dans une métropole... ! Pour organiser la cohérence intercommunale sans retomber dans le travers des m² devenus inadaptés aux différents secteurs d'activités et aux différentes tailles de communes, sont créés 4 niveaux d'envergure des activités commerciales.

Le niveau d'envergure dépendra de la périodicité de fréquentation du point de vente, de l'étendue géographique de l'attractivité commerciale, du nombre d'habitants de la commune d'implantation, de la zone géographique où il se situe, de la nature de l'activité qui y est exercée... Vouloir définir des frontières strictes entre chaque niveau serait une erreur contraire à la nécessaire souplesse dans un monde de plus en plus complexe.

Le niveau d'envergure détermine l'étendue des critères figurant dans les documents d'urbanisme auxquels devront satisfaire les autorisations de permis de construire. Plus le niveau d'envergure d'un point de vente est élevé, plus les règles applicables à ces points de vente seront étendues. Si nécessaire, le comité de déploiement peut régler les incertitudes ou les conflits. Quand un point de vente passera d'un niveau à un autre, il sera obligé de passer par un permis de construire puisque tout permis de construire sera nécessaire en cas de travaux y compris intérieurs, pour modification ou de développement d'activité.

NIVEAU 1 « DE PROXIMITE » :

Points de vente situés dans les petites et moyennes communes, les zones rurales, les quartiers des agglomérations. Il correspond aux magasins de commerces, d'artisanat et de services répondant aux besoins quotidiens des consommateurs.

Mais également parfois à une nécessité de proximité (dépannage, pharmacie...)
Ce niveau 1 est de proximité. Les consommateurs vivent ou exercent leur activité à proximité de ces points de vente et effectuent un déplacement réduit pour s'y rendre. L'attractivité de ces établissements est donc essentiellement locale. Pour ce niveau 1 les règles d'urbanisme faciliteront la diversité des formes et formats pour y trouver une réelle attractivité locale, une place commerciale.

NIVEAU 2 « D'AGGLOMERATION » :

Points de vente répondant en grande partie à des besoins réguliers mais non quotidiens, généralement hebdomadaires. Ils sont généralement situés dans les villes et agglomérations. Dans les villes moyennes, les rues ou les places commerciales de grandes villes. C'est le niveau de tous les commerces de centre ville, des centres commerciaux, des supermarchés et hypermarchés d'agglomération.

NIVEAU 3 « DEPARTEMENTAL » :

Points de vente d'envergure départementale. Leur rayonnement ou leur attraction correspond, pour une partie significative de leur chiffre d'affaires, au minimum, à deux agglomérations. Grossistes et plates-formes interentreprises. Activité grand public de grande dimension, d'audience départementale.

NIVEAU 4 « REGIONAL » :

Points de vente dont l'envergure touche plusieurs départements ou régions. Ces ensembles sont rares mais quand ils s'implantent leur impact concerne de très nombreux secteurs géographiques et équipements structurants de l'urbanisme. Points de vente qui nécessitent une coordination entre plusieurs départements. L'enjeu n'est surtout pas de les interdire. Si des investisseurs pensent que c'est rentable, et qu'ils respectent bien les règles de la libre et loyale concurrence c'est de leur responsabilité de « *courir le risque de l'investissement* » par contre, compte tenu des impacts sur les axes de communication, sur l'attractivité, sur l'aménagement du territoire ils devront respecter des règles et orientations inscrites dans les documents d'urbanisme.

QUESTIONS SUR LA DELIMITATION ENTRE LES 4 NIVEAUX :

Les limites par la taille en m² sont mécaniques et pourtant sources de nombreux conflits. Différence entre 999 m² et un 1000 m² ? Conflits entre les SHON et les

SHOB ! Les bâtiments pour la vente et ceux pour les stocks. Les surfaces de vente couvertes et celles à l'extérieur...

Les quatre niveaux ne prétendent pas définir l'épaisseur du trait, de la frontière, entre deux niveaux. Le mieux, pour une meilleure effectivité, est de laisser une certaine souplesse. L'important est moins la sécurité juridique que l'effectivité politique.

Le niveau 4 sera facilement identifiable. Celui de niveau 1 également. Sera de niveau 2 celui qui de toute évidence n'atteint pas le rayonnement de niveau 3 et n'est pas non plus de niveau 1. Sera de niveau 3 celui qui de toute évidence dépasse le niveau 2 mais n'atteint pas le niveau 4.

La nouvelle culture d'intégration dans le code de l'urbanisme changera la façon d'appréhender les différences de taille ou de niveau. En effet l'enjeu n'est plus d'entraver mais d'organiser, de coordonner, de créer des valeurs ajoutées.

Sur le document départemental :

LE NIVEAU DEPARTEMENTAL OU INTERDEPARTEMENTAL PAR SOUCI D'EFFICACITE.

La réforme de l'urbanisme commercial nécessite une couverture globale et la plus complète possible du territoire. Or, les SCOT ne répondent pas à ce besoin et il semble peu efficace de les rendre obligatoires.

La réforme demande de travailler sans perdre de temps sur une intercommunalité suffisamment large pour prendre en compte les niveaux 3 et 4 d'envergure. Or il peut exister 5 ou 6 SCOT par département. C'est donc autant de « commissions volets commerce » par département. Comment pourront être présents et assidus les représentants des entreprises et de l'économie qui, dans le même département, devront participer à chaque élaboration de chaque SCOT ? Certains SCOT sont très larges. D'autres ne couvrent que quelques communes. Il faudra donc réunir immédiatement plusieurs SCOT pour les activités d'envergure 2 et 3

Sans modifier le sens et le fond des propositions formulées dans le rapport d'étape, une vision départementale ou interdépartementale du commerce offre ces avantages : Au maximum, 100 réunions globales seulement, une par

département. - Evitera de traiter un moins grand nombre de dossiers dont le rayonnement portera sur plusieurs SCOT puisque l'échelon départemental l'aura déjà fait.- Les volets commerce peuvent devenir de bons prétextes et leviers pour réunir les acteurs et faciliter la mise en place des SCOT manquant ou la remise en cause des frontières de certains SCOT.

LE DOCUMENT POURRA ETRE INTERDEPARTEMENTAL :

Pour tenir compte de la fluidité du commerce et du rayonnement de certaines collectivités qui dépasse parfois les frontières administratives, certains Documents d'Aménagement Commercial devront concerner plusieurs départements, d'où la nécessité de créer alors des commissions concernant un groupe de départements.

Ainsi pour Paris et son agglomération, la commission concernerait au mieux les 8 départements (75 - 77 - 78 - 91 - 92 - 93 - 94 - 95) de la région Ile-de-France ou seulement ceux (75 - 92 - 93 - 94) de la « petite couronne ».

DEROULEMENT DE LA PROCEDURE D'ELLABORATION :

- La commission tripartite soumet des alternatives.
- Le collège des élus choisi et valide.
- Le préfet contrôle la compatibilité avec les départements limitrophes
- Le préfet approuve et publie le DAC.
- Le préfet assure sa prise en compte par les Scot et les PLU.

COMPOSITION DE LA COMMISSION TRIPARTITE :

Sa dénomination : commission de l'urbanisme commercial du... (Suivi du département ou des départements ou d'une région...)

Groupe des élus : les régions, départements, agglomérations, les communautés de communes, chefs lieux de canton et petites communes.

Groupe des acteurs économiques : les chambres consulaires, les unions commerciales, les organisations professionnelles, les associations de consommateurs.

Groupe des experts techniques : la loi ne précise pas les domaines de compétences, mais ils s'agira au minimum d'urbanistes, d'architectes, y compris architectes des bâtiments de France, de spécialistes de l'environnement, des paysages, des transports..., auxquels s'ajouteront, selon les territoires, d'autres

compétences (montagne, mer, forêts...) Au titre de cette catégorie les administrations concernées (DDE, ABF, DRAF, DRIRE, DGCCRF, direction du travail... seront titulaires ou associées

La présidence de la commission : elle n'est pas confiée au préfet pour qu'il en reste indépendant. La présidence peut être confiée à une région, un département, une association des maires, une agglomération.

Le règlement intérieur et de mise en place de chaque commission tripartite est fixé par chaque entité locale à partir d'un guide national.

MOYENS NATIONAUX POUR LES COMMISSIONS :

Pour faciliter l'élaboration du document, gagner du temps, éviter des étapes et études préalables que le niveau national peut fournir, pour assurer la conformité des orientations aux dispositions législatives, pour alléger les procédures, et pour permettre aux titulaires de se préoccuper immédiatement des adaptabilités locales, chaque commission et collège des élus disposera des moyens suivants :

- Un guide cadre d'élaboration, disponible en version numérique, établi par le comité de déploiement.
- Le concours en formation, conseil et avis de conformité, du comité de déploiement
- Un outil informatique national qui devra permettre à un public ciblé (*constitué notamment de professionnels, d'élus et de leurs services*) de disposer de :
- un centre de ressources (*constitué de données économiques relatives aux activités commerciales - nombre de magasins, chiffres d'affaires, emplois... - de données cartographiques, d'informations sur les locaux vacants...*);
- un forum de discussion entre les membres de la commission tripartite, prévue dans le cadre de la proposition de loi réformant l'urbanisme commercial, et d'un outil d'élaboration des orientations de développement commercial ;
- un système de vote auquel seuls les élus prendront part.

Pour les alternatives à valider par le collège des élus, la commission peut procéder par étape puisque certaines orientations dépendront d'orientations préalables.

COMPOSITION ET CONSTITUTION DU COLLEGE DES ELUS :

Avec une voix par tranche de 3 500 habitants l'expression des communes rurales et petites villes est réelle, tout en tenant compte du légitime poids des agglomérations ou métropoles. (Pour Paris, par arrondissement)

Rappel : les zones rurales seront par ailleurs également prises en compte car, comme prescrit dans la loi, le DAC devra se positionner sur des orientations en faveur des zones rurales et respecter une juste cohérence territoriale. Si tel n'était pas le cas, le préfet ne pourrait pas approuver le document.

Les décisions se feront à la majorité simple.

Le cas de figure où une seule commune pourrait à elle seule représenter une position dominante de plus de 40 % des voix semble écarté avec cette répartition d'une voix par tranche de 3 500 habitants.

LE DELAI DE MISE EN ŒUVRE : 6 MOIS ?

6 mois pourraient être le délai maximum à partir de la publication de la loi car :

- 1) Il faut aller vite dans la période transitoire. L'installation et la composition des commissions pourraient être anticipées sans attendre la fin de la procédure parlementaire.
- 2) Le guide national d'élaboration, le concours du comité de déploiement et l'outil informatique permettant le travail et l'échange par Internet faciliteront les choses et permettront de prendre rapidement les décisions les plus importantes.
- 3) Les DAC sont établis pour la durée du mandat municipal qui est déjà largement entamé. Il n'est pas possible lors des premiers DAC d'entrer trop dans les détails. Si déjà, département par département, les grandes lignes de la cohérence et des équilibres entre les territoires, et des règles d'urbanisme d'architecture, d'environnement et de solidarité sont définies ce sera un progrès significatif et majeur par rapport à la situation actuelle.
- 4) Soit, compte tenu des orientations et moyens apportés, les élus acceptent de se mettre d'accord et un délai court suffira. Soit les élus ne trouvent pas les bases du consensus et aucun délai long ne suffira.

Toutefois dans des cas justifiés par des contraintes ou éléments techniques, le ou les préfets de région pourront accorder un délai supplémentaire de 2 mois.

PROCEDURE PEFECTORALE DE SUBSTITUTION.

Au nom de l'intérêt général, de la cohérence territoriale, de l'équilibre et de la solidarité collective, chaque collectivité, chaque élu comprendra la portée du document d'aménagement commercial car les orientations intercommunales locales à respecter par chaque collectivité territoriale voisine permettra, en contre partie, à chaque collectivité de mieux maîtriser sa politique individuelle intrinsèque.

Toutefois même avec ces conditions nouvelles particulièrement positives, si un territoire refuse de participer ou si le consensus est introuvable, il reviendra au préfet de région de se substituer et d'imposer un D.A.C.

Exemples de questions du guide:

Sur les 6 ans à venir à partir de la promulgation du volet commerce départemental :

CENTRE VILLE :

Pour chacun des niveaux 1 à 4, dans quelles communes imposer une priorité des implantations ou des extensions en centre ville ?

COMMERCE DE PROXIMITE :

Au profit de quelle commune ou quel quartier, demander aux porteurs des niveaux 3 et 4 une participation au développement des commerces de niveau 1 ?

EQUILIBRES ET AMENAGEMENT DU TERRITOIRE :

Sur quelles agglomérations, soit privilégier, soit limiter en nombre, les implantations des niveaux 3 et 4, afin qu'ils soient équitablement répartis sur l'ensemble possible du territoire ?

ARCHITECTURE ET IDENTITE LOCALE :

Dans quels secteurs géographiques faire respecter un style architectural ?

ARCHITECTURE ET CREATIVITE :

Dans quels secteurs géographiques serait-il en particulier souhaitable de privilégier la créativité architecturale ?

REMEMBREMENT COMMERCIAL :

Dans quelles communes ou agglomérations procéder à une réorganisation foncière et immobilière de type remembrement commercial ?

IDENTITE LOCALE OU TERRITORIALE :

Quelles communes ou quels sites valoriser au titre de son identité spécificité, de sa personnalité ?

Existe-t-il des communes ou il serait d'intérêt général de développer un secteur d'activité, un type de métier ?

Existe-t-il des secteurs intercommunaux, (une vallée, un bassin de vie,...) au sein desquels les commerces pourraient concourir à la valorisation d'une spécificité, d'un patrimoine d'une richesse.... ?

Quelles sont sur le département ou la région, la ou les entreprises illustrations du patrimoine vivant à protéger à soutenir à sauver ? Des liens avec d'autres acteurs leur seraient ils profitables ?

SITES ACTUELS DE NIVEAUX 3 OU 4 :

Quels sont les sites géographiques (une avenue, un quartier historique, l'environnement commercial d'un monument, une commune, une vallée...) dont l'attractivité correspond aux niveaux 3 ou 4 d'envergure et où le développement, l'aménagement ou l'animation de l'urbanisme et du commerce nécessitent des accompagnements ou règles spécifiques ?

Quelles dispositions, quelles règles adapter à ces lieux ?

SITES NOUVEAUX DE NIVEAUX 3 OU 4 :

Quels nouveaux sites de niveau 3 ou 4 avec équipement commercial, (centre touristique, centre de sport, parc des expositions ...) en nombre, qualité et situation géographique à prévoir dans le département ? Si un tel projet se présente quelles orientations anticiper ?

AMENAGEMENTS STRUCTURANTS LOCALISES :

Dans quelles agglomérations ou communes, il serait souhaitable de créer ou de restructurer ces aménagements structurants :

Centre de distribution urbaine

Remembrement d'entrée de ville avec diversité des fonctions

Complexe cœur de ville

... ?

COMMERCES MULTISERVICES.

Dans quelles communes développer ou rénover un commerce multi services ?

PROJETS GLOBAUX.

Peut-on identifier et définir, sur une partie ou la totalité du territoire concerné, une ou des stratégies globales de projet collectif, sources d'une image forte et valorisante ? Si oui comment se coordonnent-elles ? Pour les développer quelles dispositions doivent les accompagner ?

Contenu du document départemental :

Des règles comme celles sur l'architecture entraveront l'uniformité des entrées de villes et la facilité économique des mêmes bâtiments « médiocres » dans toutes les régions. Elles n'empêcheront pas la créativité puisqu'au contraire elles l'inciteront, voir la demanderont.

A certains endroits « protégés » des agglomérations ou du SCOT, les enseignes seront obligées de s'adapter à la charte architecturale. C'est l'expression de la volonté politique et de l'intérêt général. Mais, ce sera limité à certains lieux, et ce sera souvent dans l'intérêt économique des commerces puisque la protection d'un style augmentera l'attractivité du lieu.

ADAPTATION POSSIBLE DES NIVEAUX :

Un magasin de location vente de skis sera de catégorie 3 ou 4 en région parisienne et de catégorie 1 en station de sports d'hiver. Les élus d'un département peuvent considérer de catégorie 1, sur l'ensemble ou sur des parties du territoire, certaines prestations de services comme par exemple celles liées aux activités touristiques, alors qu'elles seront de catégorie 2 ou 3 ailleurs.

SOLIDARITES TERRITORIALE :

Les engagements des demandeurs de création ou d'agrandissement de magasins de niveau 3 et 4 de créer dans les zones de dynamisation urbaine ou les territoires ruraux de développement prioritaire des magasins de niveau 1 ou 2 pour au moins 10 % des surfaces demandées.

ARCHITECTURE ET IDENTITE LOCALE :

Orientations plus ou moins détaillées selon le secteur ou le site du département. Pour éviter l'uniformité des entrées de villes ou des cœurs de ville, avec les mêmes bâtiments les mêmes façades..., et pour profiter du commerce source de vie, de créativité mais aussi d'identité, possibilités d'orientations sur des styles architecturaux par quartier, par agglomération ou par bassin de vie.

ARCHITECTURE ET CREATIVITE :

Les orientations sur certains lieux réaffirment l'identité locale ou régionale : Au contraire elles peuvent orienter des lieux en faveur d'une créativité architecturale contemporaine.

DROIT D'AFFICHAGE

Règlementation sur les panneaux des publicités et enseignes.

ENVIRONNEMENT ET DEVELOPPEMENT DURABLE :

Pour certains sites sensibles, ou pour souligner la volonté d'une stratégie collective et cohérente du territoire, certaines orientations peuvent être prises pour les paysages (emplacements arborés, l'insertion paysagère dépassant les prescriptions d'urbanisme, la plantation sur le site d'arbres de haute tige...).

Au titre des critères HQE (Compensations à l'imperméabilisation de l'emprise des bâtiments et places de stationnement. Dispositif de traitement des eaux pluviales. Installation intégrée de production d'énergie renouvelable.),

Au titre du traitement des déchets et effluents, de la consommation d'énergie (dispositif d'économie d'énergie performant (pour le chauffage, la climatisation ou l'éclairage...), de la Gestion du bilan carbone... .

PONDERATION DES REGLES SELON LE NIVEAU D'ENVERGURE.

Pour certains domaines de règles, et selon les niveaux d'envergure, les investisseurs pourront choisir entre certaines contraintes. Ainsi par exemple, sur 20 critères HQE qui seraient fixés dans le document d'Urbanisme, l'investisseur de niveau 1 pourrait n'être tenu d'en respecter qu'au moins 8 et selon ses choix. Pour l'application de certaines règles, le volet commerce pourra préciser la liste des critères et le nombre ou la proportion à respecter par le pétitionnaire.

LOGISTIQUE :

Orientations sur l'intégration de la logistique amont (approvisionnement de ces commerces) et aval (enlèvement des marchandises par les clients et livraisons à domicile).

Orientations pour organiser cette logistique pour les activités commerciales existantes. La loi SRU implique que les établissements de taille importante réservent une surface de stockage suffisante pour éviter les multiples livraisons en flux tendus. Ces orientations des DAC viendront renforcer la portée de ces dispositions.

PRIORITE SUR LES LIEUX D'IMPLANTATION ET DE DEVELOPPEMENT.

Orientations selon des lieux de priorité d'implantation en cœur de ville par rapport à la périphérie, de priorité sur périphérie et territoire déjà urbanisé par rapport aux terrains vierges, de réhabilitation prioritaire des friches.

Exemple : un permis de construire d'un nouveau point de vente sur un terrain nu, même constructible, en dehors de la ville, ne sera délivré que s'il est démontré que ce point de vente ne pouvait pas s'installer en centre ville, ou à la place d'une friche, ou en zone déjà urbanisée.

DIVERSITE COMMERCIALE OU MONO ACTIVITE

Assurer l'attractivité commerciale d'un pôle par la diversité ou, au contraire, la mono activité, sans avoir pour objet ou pour effet d'empêcher la concurrence sur l'ensemble du territoire concerné.

Sur des lieux limités, orientations pour permettre le développement de commerces et services de proximité, pour la vitalité du commerce de villes, pour valoriser ou protéger des spécificités ou des identités locales, pour coordonner des activités non compatibles avec d'autres, ou pour toutes autres raisons d'intérêt général. Ces secteurs et leur cumul ne peuvent concerner qu'une faible partie du territoire. Ces orientations sont de deux niveaux géographiques:

Départemental pour la protection « commerciale » d'un site : Mont Saint Michel, Lourdes, Champs Elysées...

Communal pour assurer soit la mixité commerciale : Orientations pour le renforcement des pôles commerciaux de niveau 1 (exemple: secteurs où devront exister au minimum une locomotive et des commerces de proximité). Ces critères de diversité peuvent, pour des sites historiques, couvrir un quota minimum de produits traditionnels conformes à l'identité locale ou régionale. Communal pour l'unicité d'une place ou d'une rue (rue des artisans d'art)

URBANISME ET COORDINATIONS AVEC LES AUTRES FONCTIONS DE LA VILLE.

Selon les villes, quartiers, cœurs de ville, périphéries, agglomérations, sites touristiques... Orientations sur l'intégration et l'ouverture sur la ville des centres commerciaux et points de vente, les commerces en étage, les logements vacants au dessus des commerces en pied d'immeuble, la gestion, entretien des parties communes, la surveillance et sécurité des biens et des personnes, les mesures

spécifiques pour les banques, bijouteries et secteurs à risque, la gestion collective des emballages, des consignes, l'installations et les actions collectives réduisant les nuisances au voisinage, l'intégration et les communications avec d'autres lieux de travail, de formation, d'activités de loisirs, de commerces...

ACCESSIBILITE, MOBILITE, PERIODES D'AFFLUENCE.

Plan de déplacement urbain. Accessibilité par transport public, par moyens privés, à pied... Places de stationnement. Conditions complémentaires spécifiques pour certaines spécificités : salariés des points de vente, personnes handicapées, personnes âgées... ZUS et ZFU... Périodes d'enneigement ou d'accessibilité tourmentée ... Gestion des cars, congressistes... prise en compte et gestion des périodes de grande affluence touristique...

CHARGES ET CONDITIONS D'EXERCICE DES PROFESSIONNELS ET SALARIES :

Ce domaine d'orientations doit organiser et prévoir les espaces et aménagements urbains nécessaires au bon développement des activités commerciales et artisanales : Locaux ou dispositions spécifiques pour les fournisseurs locaux. Gestion des livraisons aux points de vente. Stationnement des livreurs, réparateurs, installateurs...Places pour les taxis, commerces ambulants, ventes au déballage. Marchés et commerces non sédentaires. Locaux spécifiques pour les ateliers des artisans et entreprises du bâtiment. Pépinières centres d'affaire, hôtels et maisons d'entreprises. Restaurants d'entreprises, lieux de réunions. Parc de stationnement pour les salariés...

MAGASINS A LOYERS MODERES :

Au nom de l'intérêt général, créer des magasins à loyers modérés pour permettre à certains commerçants, artisans prestataires de service, de rester en cœur de ville. Orientations sur des zones ou des lieux réservés (avec loyers modérés) à des activités dont la marge brute ne permet pas de suivre l'évolution du prix du foncier ou de l'immobilier.(voir détails complémentaires dans le programme 4 d'actions locales.

PARTICIPATIONS AUX ACTIONS D'INTERET GENERAL.

Orientations sur les participations obligatoires à certaines actions collectives d'intérêt général pour assurer leur faisabilité. Par exemple, Il est devenu possible

de créer des centres de distribution urbaine, lieux uniques de déchargement des livraisons pour tout un ensemble de commerces d'un cœur de ville. De cet entrepôt, ces commerces - qui gagnent en espace de stockage en ville - sont ensuite livrés par camionnettes silencieuses avec des méthodes adaptées pour diminuer au maximum les nuisances sonores. Pour que ce type de valeur ajoutée soit financièrement équilibré, un minimum de règlement collectif est indispensable.

Opposabilité des volets commerces des SCOT et PLU :

VOLETS COMMERCE DES DOCUMENTS D'URBANISME

Les SCOT (Schémas de Cohérence Territoriale) définissent les orientations par zonage sur un territoire. Les PLU (Plan Locaux d'Urbanisme) définissent les règles d'urbanisme et d'architecture par parcelle sur une commune ou une intercommunalité. Les permis de construire dépendent du PLU. Chaque document possèdera un volet commerce.

Les volets commerce organisent l'intérêt général et l'aménagement du territoire par le développement des activités commerciales. Ils ne peuvent avoir pour objet de restreindre le développement d'acteurs ou de concurrents nouveaux ou anciens. Les volets commerce sont normatifs et opposables aux tiers.

Si les volets commerce des documents d'urbanisme sont flous ce sera l'anarchie, s'ils sont trop détaillés ce sera le gel et la rigidité. Les SCOT et les PLU devront être clairs et précis, mais laisser de l'espace à l'initiative économique.

LES REGLES DES VOLETS COMMERCE SONT NON DISCRIMINATOIRES, CLAIRES ET FONDEES SUR DES CRITERES OBJECTIFS.

Les règles sont rédigées afin d'éviter l'interprétation arbitraire des instructeurs. Ces règles sont fixées au nom de l'intérêt général et de raisons impérieuses. Elles doivent se limiter au juste nécessaire pour l'atteindre. Elles concernent également les bâtiments et espaces publics, y compris par exemple les gares et emprises ferroviaires.

LE PERMIS DE CONSTRUIRE NE PEUT ETRE REFUSE AU MOTIF DE L'ABSENCE D'EQUIPEMENT OU DE STRUCTURES PUBLIQUES.

Pour éviter qu'un permis de construire puisse être refusé car il manquerait un équipement public, ou une viabilisation... Les volets commerce peuvent prévoir le cofinancement des investissements publics nécessaires pour la bonne réalisation du permis de construire. Le maître d'œuvre des travaux reste la collectivité territoriale.

PLUS DE CRITERE DE NATURE D'ACTIVITES.

Le volet commerce des SCOT dépendra des zones d'urbanisme (constructibles ou non, réservées ou non...). A l'intérieur de ces zones d'urbanisation, il n'y aurait pas de précision selon la nature des activités commerciales. (Sauf exceptions guidées par l'intérêt général de protection d'un site ou de l'économie de proximité)

LES SCOT FIXENT DES ORIENTATIONS, LES PLU DES REGLES.

A chaque PLU de formaliser, dans le cadre de sa politique locale, ses choix et règles de lieux d'implantation et de construction.

Pour les projets de niveau 4 ou 3 qui dépassent les dimensions d'un PLU, pas de zonage obligatoire spécifique au commerce mais des orientations et condition d'implantation à respecter. Cela facilitera les initiatives, innovations et créations de valeurs tout en s'inscrivant dans le cadre des priorités et contraintes d'intérêt général.

Les orientations et conditions d'implantation fixées dans les SCOT ne devront pas empêcher des implantations. Pour montrer leur conformité à cette disposition, les volets commerce des SCOT devront mentionner, à titre indicatif, au moins une zone possible pour les implantations de rang 4 ou 3. Cette absence de zonage spécifique au commerce contribuera à limiter les risques de spéculations foncières.

LES PERMIS DE CONSTRUIRE DES ACTIVITES COMMERCIALES DEVRONT ETRE CONFORMES AUX VOLETS COMMERCE DES PLU.

Le PLU et son volet commerce devra être conforme au volet commerce du SCOT. Le volet commerce du SCOT devra respecter, prendre en compte les orientations du Document d'Aménagement Commercial du département conforme à la loi et/ou au document départemental.

Les volets commerce des SCOT pourront être votés séparément du document global. Le syndicat mixte pourra approuver le volet commerce, même si un débat en cours freine la conclusion sur l'ensemble du SCOT.

PROCEDURES SIMPLIFIEES :

Elles existent déjà et seront mises en œuvre.

DELAIS DE MISE EN CONFORMITE :

A voir et étudier avec les spécialistes et associations des maires.

Suivi et information permanente des élus et acteurs:

La présente loi doit s'appliquer aux évolutions d'activités commerciales existantes. D'où cet article :

Art x 7 : Permis de construire pour activités commerciales. : Un permis de construire est nécessaire pour, dans un bâtiment, tous travaux destinés à créer, à élargir ou à modifier une activité commerciale.

Cet article permettra aux collectivités territoriales d'être informées des évolutions dans chacun de commerces de leur territoire. Il permettra de mieux tenir à jour les bases de données sur les activités commerciales.

Centralisation, rapidité et simplicité. Des procédures spécifiques aux permis de construire des activités commerciales seront mises en place pour :

- Centraliser en un minimum de lieux, et si possible un seul guichet, l'entrée et la gestion de l'ensemble des autorisations préalables nécessaires aux activités commerciales : Aptitudes judiciaires et légales, déclaration et validation de compétence professionnelle pour certaines activités, services de sécurité pour ouverture au public..., permis de construire
- Accélérer la gestion et les délais de procédure.
- Mettre à la disposition de certains acteurs pour certains projets un interlocuteur unique capable de réunir et de coordonner l'ensemble des services et partenaires compétents.

Obligation des Co-exploitants :

Pour mener certaines actions collectives d'aménagement remembrement d'un ensemble de points de vente en cœur de ville, entrée de ville, pôle de proximité, place de bourg..., c'est possible avec ces conditions :

Une volonté politique locale. Le comité de déploiement apportera toutes informations nécessaires pour sensibiliser et convaincre les acteurs de ce changement de culture, de cet engagement collectif : des exemples, des résultats, des méthodes, des enjeux et desseins....

Un équipement et emplacement provisoires pour maintenir les activités pendant les travaux, et parfois la programmation par étapes.

L'opération peut être confiée à une entité (une SEM, une association foncière, un partenaire privé...) pour acquérir une partie des boutiques, du foncier (40 % suffit) pour servir de levier. Les biens immobiliers seront revendus après avec la plus value due aux travaux. Ce peut être aussi une société dont le capital est constitué par l'apport de la valeur de chaque point de vente. Chaque acteur actionnaire récupérera sous forme d'un nouveau point de vente, son pourcentage d'actions dès la fin des travaux.

Le développement des programmes nationaux d'actions locales permettra d'obtenir le concours local d'opérateurs, d'enseignes, de locomotives, d'investisseurs. L'annonce municipale d'exercer le droit communal de préemption sera également très utile pour influencer. Elle suffit souvent à faire évoluer les mentalités, à débloquer des résistances. Les éventuels réels problèmes de trésorerie ou financier d'un ou plusieurs acteurs commerciaux seront anticipés et gérés par les partenaires publics ou privés financiers

Mais, si au milieu de l'ensemble commercial, un ou deux propriétaires ou locataires refusent l'opération, elle devient impossible, ou plus coûteuse, ou beaucoup moins efficace...même si tout le monde y a intérêt. Puisqu'une telle opération se traduit par des augmentations significatives de rentabilité, certains vont s'y opposer. S'ils ne sont qu'une minorité faut il abandonner le projet ? Non car ce que les opérateurs privés dans des centres privés commerciaux réussissent à faire, la collectivité doit elle aussi y parvenir. D'où cette disposition législative

qui, comme dans les copropriétés d'immeuble oblige les minorités, à partir de conditions strictes de représentativité, à être solidaires.

Abrogation et période transitoire :

Voir tableau spécifique pour l'analyse des articles abrogés et ceux à reprendre repris

Bien valider la phase transitoire et la rédaction de cet article.

Commission de recours des permis de construire des activités commerciales de niveau 3 ou 4:

Afin d'améliorer l'efficacité de la procédure de délivrance qui justifie des prises de décisions à bref délais sans pour autant méconnaître les droits des citoyens s'estimant lésés par ces autorisations, il est proposé de mettre en place une commission spécialisée statuant en premier et dernier ressort sur les recours à l'encontre des permis de construire délivrés par l'autorité compétente et concernant une activité commerciale de niveau 3 ou 4 d'envergure.

Outre son président, elle comporte 9 membres :

deux membres issus des tribunaux administratifs ;

deux membres issus des cours administratives d'appel ;

un membre désigné par le ministre en charge du commerce parmi les membres de l'Inspection générale des finances ou de la Cour des Comptes ;

un membre désigné par le ministre en charge de l'urbanisme parmi les membres de l'Inspection générale de l'équipement ;

trois personnalités qualifiées choisies pour leur compétence en matière de consommation, de développement durable et d'aménagement du territoire ;

En cas de partage des voix, celle du président est prépondérante. Les conditions de désignation des membres de la Commission sont fixées par décret en Conseil d'Etat

Abrogation de la loi Royer...

Articles abrogés	Contenu des textes abrogés.
<p>Titre 1^{er} : Principes d'orientation</p> <p>Chapitre 1^{er} : Orientations économiques et formation professionnelle.</p>	
<p>abroger Article 1^{er}</p> <p>Modifié par art 100 (LME)</p>	<p>La liberté et la volonté d'entreprendre sont les fondements des activités commerciales et artisanales. Celles-ci s'exercent dans le cadre d'une concurrence claire et loyale.</p> <p>Le commerce et l'artisanat ont pour fonction de satisfaire les besoins des consommateurs, tant en ce qui concerne les prix que la qualité des services et des produits offerts. Ils doivent participer au développement de l'emploi et contribuer à accroître la compétitivité de l'économie nationale, animer la vie urbaine et rurale et améliorer sa qualité.</p> <p>Les pouvoirs publics veillent à ce que l'essor du commerce et de l'artisanat permette l'expansion de toutes les formes d'entreprises, indépendantes, groupées ou intégrées, en évitant qu'une croissance désordonnée des formes nouvelles de distribution ne provoque l'écrasement de la petite entreprise et le gaspillage des équipements commerciaux et ne soit préjudiciable à l'emploi.</p> <p style="text-align: center;"><i>Préambules repris dans l'exposé des motifs et dont l'efficacité purement normative ne dépend pas de ce genre d'affirmation mais de dispositions plus simples et plus concrètes.</i></p>
<p>Code de commerce abroger LIVRE VII : Des juridictions commerciales et de l'organisation du commerce</p> <p>TITRE V : De l'aménagement commercial./ Article L750-1 Modifié par art 102 (LME)</p>	<p>Les implantations, extensions, transferts d'activités existantes et changements de secteur d'activité d'entreprises commerciales et artisanales doivent répondre aux exigences d'aménagement du territoire, de la protection de l'environnement et de la qualité de l'urbanisme. Ils doivent en particulier contribuer au maintien des activités dans les zones rurales et de montagne ainsi qu'au rééquilibrage des agglomérations par le développement des activités en centre-ville et dans les zones de dynamisation urbaine.</p> <p>Dans le cadre d'une concurrence loyale, ils doivent également contribuer à la modernisation des équipements commerciaux, à leur adaptation à l'évolution des modes de consommation et des techniques de commercialisation, au confort d'achat du consommateur et à l'amélioration des conditions de travail des salariés.</p> <p style="text-align: center;"><i>L'objectif de cet article est renforcé et devient obligatoire par les nouvelles dispositions modifiant le code de l'urbanisme</i></p>
<p>à Remplacer Article L750-1-1 (à modifier)</p> <p>Créé par LOI n° 2008-776 du 4 août 2008 : art. 100 (LME)</p>	<p>. Le Gouvernement veille au développement de la concurrence dans le secteur du commerce au moyen de la modernisation des commerces de proximité, en lui apportant les concours prévus à l'article 4 de la loi n° 89-1008 du 31 décembre 1989 relative au développement des entreprises commerciales et artisanales et à l'amélioration de leur environnement économique, juridique et social, y compris en cas de circonstances exceptionnelles susceptibles de provoquer une atteinte grave au tissu commercial.</p> <p>Les opérations éligibles à ces concours sont destinées à favoriser la création, le maintien, la modernisation, l'adaptation ou la transmission des entreprises de proximité, pour conforter le commerce sédentaire et non sédentaire, notamment en milieu rural, dans les zones de montagne, dans les halles et marchés ainsi que dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville. Elles sont également destinées à faciliter le retour à une activité normale des commerces de proximité après l'exécution de travaux publics réduisant l'accès de la clientèle à ces commerces.</p> <p>Le fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce assure le versement d'aides</p>

	<p>financières pour la mise en œuvre des alinéas précédents. Il prend en charge, dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat, les intérêts des emprunts contractés par les communes pour l'acquisition, en application de l'article L. 214-1 du code de l'urbanisme, de fonds artisanaux, de fonds de commerce, de baux commerciaux ou de terrains destinés à l'aménagement commercial. Il finance notamment les études nécessaires à l'élaboration d'un cahier des charges qui permet aux communes d'engager dans les meilleures conditions un projet de revitalisation de leur centre-ville, la formation de médiateurs du commerce et les investissements nécessaires pour un meilleur accès des personnes handicapées aux magasins. Les crédits du fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce peuvent financer des projets d'une durée supérieure à trois ans.</p> <p>II.- Les ressources du fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce consistent, dans la limite d'un plafond de 100 millions d'euros, en une fraction de 15 % de la taxe instituée par l'article 3 de la loi n° 72-657 du 13 juillet 1972 instituant des mesures en faveur de certaines catégories de commerçants et artisans âgés.</p> <p>Un conseil stratégique, composé pour moitié de représentants de l'Etat et pour moitié de représentants de l'Assemblée nationale et du Sénat, des collectivités territoriales et de personnalités qualifiées, fixe les principes et examine la mise en œuvre de la politique de soutien aux activités de proximité.</p> <p>Le président du conseil stratégique est nommé par décret sur proposition de celui-ci.</p> <p>Une commission d'orientation adresse annuellement au conseil stratégique des recommandations relatives aux améliorations à apporter à la politique de soutien aux activités de proximité.</p> <p style="text-align: center;"><i>Cet article, crée le fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce. Il doit être conservé.</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Avec l'abrogation de l'article L. 750-1 précité, il ne peut plus être fait référence à celui-ci à l'article L. 750-1-1,</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Cet article est donc repris ... ou fait donc l'objet de légères modifications de pure forme.</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Le Conseil Stratégique ? La commission d'orientation ? synergie avec le comité de déploiement</i></p>
<p>abroger Chapitre 1^{er} : Des commissions d'aménagement commercial / Section 1 : Des commissions départementales d'aménagement commercial. /Article L751-1 Modifié par LOI n° 2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)</p>	<p>Une commission départementale d'aménagement commercial statue sur les demandes d'autorisation qui lui sont présentées en vertu des dispositions des articles L. 752-1, L. 752-3 et L. 752-15.</p> <p>Cette commission est également compétente, dans la composition spéciale précisée au IV de l'article L. 751-2, pour statuer sur les projets d'aménagement cinématographique qui lui sont présentés en vertu de l'article 30-2 du code de l'industrie cinématographique.</p>
<p>abroger Article L751-2 / Modifié par LOI n° 2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)</p>	<p>I.- La commission départementale d'aménagement commercial est présidée par le préfet.</p> <p>II.- Dans les départements autres que Paris, elle est composée :</p> <p>1° Des cinq élus suivants :</p> <p>a) Le maire de la commune d'implantation ;</p> <p>b) Le président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière d'aménagement de l'espace et de développement dont est membre la commune d'implantation ou, à défaut, le conseiller général du canton d'implantation ;</p> <p>c) Le maire de la commune la plus peuplée de l'arrondissement, autre que la commune d'implantation ; en dehors des départements des Hauts-de-Seine, de la Seine-Saint-Denis, du Val-de-Marne et des communes de l'Essonne, du Val-d'Oise, des Yvelines et de Seine-et-Marne appartenant à l'agglomération parisienne, dans le cas où la commune d'implantation appartient à une agglomération multicommunale comportant au moins cinq communes, le maire de la commune la plus peuplée est choisi parmi les maires des communes de ladite agglomération ;</p> <p>d) Le président du conseil général ou son représentant ;</p> <p>e) Le président du syndicat mixte ou de l'établissement public de coopération intercommunale chargé du schéma de cohérence territoriale auquel adhère la commune d'implantation ou son représentant ou, à défaut, un adjoint au maire de la commune d'implantation.</p>

	<p>Lorsque l'un des élus détient plusieurs des mandats mentionnés ci-dessus, le préfet désigne pour le remplacer un ou plusieurs maires de communes situées dans la zone de chalandise concernée ;</p> <p>2° De trois personnalités qualifiées en matière de consommation, de développement durable et d'aménagement du territoire.</p> <p>Lorsque la zone de chalandise du projet dépasse les limites du département, le préfet complète la composition de la commission en désignant au moins un élu et une personnalité qualifiée de chaque autre département concerné.</p> <p>Pour éclairer sa décision, la commission entend toute personne dont l'avis présente un intérêt.</p> <p>III.-A Paris, elle est composée :</p> <p>1° Des cinq élus suivants :</p> <p>a) Le maire de Paris ou son représentant ;</p> <p>b) Le maire de l'arrondissement du lieu d'implantation ou son représentant ;</p> <p>c) Un conseiller d'arrondissement désigné par le conseil de Paris ;</p> <p>d) Un adjoint au maire de Paris ;</p> <p>e) Un conseiller régional désigné par le conseil régional ;</p> <p>2° De trois personnalités qualifiées en matière de consommation, de développement durable et d'aménagement du territoire.</p> <p>Pour éclairer sa décision, la commission entend toute personne dont l'avis présente un intérêt.</p> <p>IV.- Lorsqu'elle se réunit pour examiner les projets d'aménagement cinématographique, la commission comprend, parmi les personnalités qualifiées désignées par le préfet, un membre du comité consultatif de la diffusion cinématographique.</p>
<p>abroger Article L751-3</p> <p>Modifié par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)</p>	<p>Tout membre de la commission départementale d'aménagement commercial informe le préfet des intérêts qu'il détient et de la fonction qu'il exerce dans une activité économique.</p> <p>Aucun membre de la commission départementale ne peut délibérer dans une affaire où il a un intérêt personnel ou s'il représente ou a représenté une ou des parties</p>
<p>abroger Article L751-4 / Créé par Ordonnance n°2006-673 du 8 juin 2006 - art. 2 (V) JORF 9 juin 2006</p>	<p>Les conditions de désignation des membres de la commission et les modalités de son fonctionnement sont fixées par décret en Conseil d'Etat.</p>
<p>abroger Section 2 : De la Commissions nationale d'aménagement commercial. / Article L751-5 Modifié par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)</p>	<p>La Commission nationale d'aménagement commercial comprend huit membres nommés, pour une durée de six ans non renouvelable, par décret pris sur le rapport du ministre chargé du commerce. La commission est renouvelée par moitié tous les trois ans.</p>
<p>Article L751-6 (abrogation)</p> <p>Modifié par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)</p>	<p>I.- La Commission nationale d'aménagement commercial se compose de :</p> <p>1° Un membre du Conseil d'Etat désigné par le vice-président du Conseil d'Etat, président ;</p> <p>2° Un membre de la Cour des comptes désigné par le premier président de la Cour des comptes ;</p> <p>3° Un membre de l'inspection générale des finances désigné par le chef de ce service ;</p> <p>4° Un membre du corps des inspecteurs généraux de l'équipement désigné par le vice-président du Conseil général des ponts et chaussées ;</p> <p>5° Quatre personnalités désignées pour leur compétence en matière de distribution, de consommation, d'urbanisme, de développement durable, d'aménagement du territoire ou d'emploi à raison d'une par le président de l'Assemblée nationale, une par le président du Sénat, une par le ministre chargé du commerce et une par le ministre chargé de l'urbanisme et de l'environnement.</p> <p>II.- Lorsque la commission nationale est saisie de recours contre les décisions des commissions</p>

	départementales statuant sur les projets d'aménagement cinématographique, le membre mentionné au 4° du I est remplacé par un membre du corps des inspecteurs généraux du ministère chargé de la culture ; celle des personnalités mentionnée au 5° du I, désignée par le ministre chargé du commerce, est remplacée par une personnalité compétente en matière de distribution cinématographique désignée par le ministre chargé de la culture. En outre, la commission est complétée par le président du comité consultatif de la diffusion cinématographique.
Article L751-7 (abrogation) Modifié par LOI n° 2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)	Tout membre de la commission nationale informe le président des intérêts qu'il détient et de la fonction qu'il exerce dans une activité économique. Aucun membre de la commission nationale ne peut délibérer dans une affaire où il a un intérêt personnel et direct ou s'il représente ou a représenté une des parties intéressées
Article L751-8 (abrogation) Créé par Ordonnance n° 2006-673 du 8 juin 2006 - art. 2 (V) JORF 9 juin 2006	Les conditions de désignation des membres de la commission nationale et de son président, ainsi que les modalités de son fonctionnement, sont fixées par décret en Conseil d'Etat
Section 3 : Des observatoires départementaux d'équipement commercial. /Article L751-9 (à conserver ?) /Modifié par LOI n° 2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)	L'observatoire départemental d'équipement commercial collecte les éléments nécessaires à la connaissance du territoire en matière commerciale, dans le respect des orientations définies à l'article L. 750-1 . Il met ces données à disposition des collectivités locales et de leurs groupements qui élaborent un schéma de développement commercial. <i>A reprendre dans partie sur info</i>
abroger Chapitre II : De l'autorisation commerciale Section 1 : Des projets soumis à autorisation. Article L752-1 Modifié par LOI n° 2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)	I.- Sont soumis à une autorisation d'exploitation commerciale les projets ayant pour objet : 1° La création d'un magasin de commerce de détail d'une surface de vente supérieure à 1 000 mètres carrés, résultant soit d'une construction nouvelle, soit de la transformation d'un immeuble existant ; 2° L'extension de la surface de vente d'un magasin de commerce de détail ayant déjà atteint le seuil des 1 000 mètres carrés ou devant le dépasser par la réalisation du projet. Est considérée comme une extension l'utilisation supplémentaire de tout espace couvert ou non, fixe ou mobile, et qui n'entrerait pas dans le cadre de l'article L. 310-2 ; 3° Tout changement de secteur d'activité d'un commerce d'une surface de vente supérieure à 2 000 mètres carrés. Ce seuil est ramené à 1 000 mètres carrés lorsque l'activité nouvelle du magasin est à prédominance alimentaire ; 4° La création d'un ensemble commercial tel que défini à l'article L. 752-3 et dont la surface de vente totale est supérieure à 1 000 mètres carrés ; 5° L'extension d'un ensemble commercial visé au 4°, réalisée en une ou plusieurs fois, de plus de 1 000 mètres carrés ; 6° La réouverture au public, sur le même emplacement, d'un magasin de commerce de détail d'une surface de vente supérieure à 1 000 mètres carrés dont les locaux ont cessé d'être exploités pendant trois ans, ce délai ne courant, en cas de procédure de redressement judiciaire de l'exploitant, que du jour où le propriétaire a recouvré la pleine et entière disposition des locaux. <i>Remarque : Il est proposé d'abroger le I de cet article (projets soumis à autorisation) et de conserver le II relatif aux zones d'aménagement commercial et aux documents d'aménagement commercial (il est également proposé que ce II soit intégré au sein du code de l'urbanisme).</i> II.- Les schémas prévus au chapitre II du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme peuvent définir des zones d'aménagement commercial. Ces zones sont définies en considération des exigences d'aménagement du territoire, de protection de l'environnement ou de qualité de l'urbanisme spécifiques à certaines parties du territoire couvert par le schéma. Leur délimitation ne peut reposer sur l'analyse de l'offre commerciale existante ni sur une

	<p>mesure de l'impact sur cette dernière de nouveaux projets de commerces.</p> <p>La définition des zones figure dans un document d'aménagement commercial qui est intégré au schéma de cohérence territoriale par délibération de l'établissement public prévu à l'article L. 122-4 du code de l'urbanisme. A peine de caducité, ce document d'aménagement commercial doit faire l'objet, dans un délai d'un an à compter de la délibération l'adoptant, d'une enquête publique.</p> <p>En l'absence de schéma de cohérence territoriale, l'établissement public compétent pour son élaboration peut adopter avant le 1er juillet 2009 un document provisoire d'aménagement commercial, dans les conditions définies à l'alinéa précédent. Ce document provisoire est valable deux ans. L'approbation du schéma de cohérence territoriale dans ce délai lui confère un caractère définitif.</p> <p>Dans la région d'Ile-de-France, dans les régions d'outre-mer et en Corse, en l'absence de schéma de cohérence territoriale, un document d'aménagement commercial peut être intégré au plan local d'urbanisme.</p> <p>Le document d'aménagement commercial est communiqué dès son adoption au préfet.</p>
<p>abroger Article L752-2</p> <p>Modifié par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 102</p>	<p>I.- Les regroupements de surfaces de vente de magasins voisins, sans création de surfaces supplémentaires, n'excédant pas 2 500 mètres carrés, ou 1 000 mètres carrés lorsque l'activité nouvelle est à prédominance alimentaire, ne sont pas soumis à une autorisation d'exploitation commerciale.</p> <p>II.- Les pharmacies et les commerces de véhicules automobiles ou de motocycles ne sont pas soumis à l'autorisation d'exploitation commerciale prévue à l'article L. 752-1.</p> <p>III.- Les halles et marchés d'approvisionnement au détail, couverts ou non, établis sur les dépendances du domaine public et dont la création est décidée par le conseil municipal, les magasins accessibles aux seuls voyageurs munis de billets et situés dans l'enceinte des aéroports ainsi que les parties du domaine public affecté aux gares ferroviaires situées en centre-ville d'une surface maximum de 2 500 mètres carrés, ne sont pas soumis à une autorisation d'exploitation commerciale.</p>
<p>abroger Article L752-3</p> <p>Créé par Ordonnance n°2006-673 du 8 juin 2006 - art. 2 (V) JORF 9 juin 2006</p>	<p>I. - Sont regardés comme faisant partie d'un même ensemble commercial, qu'ils soient ou non situés dans des bâtiments distincts et qu'une même personne en soit ou non le propriétaire ou l'exploitant, les magasins qui sont réunis sur un même site et qui :</p> <p>1° Soit ont été conçus dans le cadre d'une même opération d'aménagement foncier, que celle-ci soit réalisée en une ou en plusieurs tranches ;</p> <p>2° Soit bénéficient d'aménagements conçus pour permettre à une même clientèle l'accès des divers établissements ;</p> <p>3° Soit font l'objet d'une gestion commune de certains éléments de leur exploitation, notamment par la création de services collectifs ou l'utilisation habituelle de pratiques et de publicités commerciales communes ;</p> <p>4° Soit sont réunis par une structure juridique commune, contrôlée directement ou indirectement par au moins un associé, exerçant sur elle une influence au sens de l'article L. 233-16 ou ayant un dirigeant de droit ou de fait commun.</p> <p>II. - Toutefois, les dispositions du présent article ne sont pas applicables aux zones d'aménagement concerté créées dans un centre urbain, en vertu de l'article L. 311-1 du code de l'urbanisme.</p> <p style="text-align: center;"><i>Unité ou ensemble commercial dans code urbanisme ?</i></p>
<p>abroger Article L752-3-1</p> <p>Créé par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)</p>	<p>Les projets d'aménagement cinématographique ne sont soumis à l'examen de la commission qu'à la condition d'être accompagnés de l'indication de la personne qui sera titulaire de l'autorisation d'exercice délivrée en application de l'article 14 du code de l'industrie cinématographique.</p>
<p>abroger Article L752-4</p> <p>Modifié par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)</p>	<p>Dans les communes de moins de 20 000 habitants, le maire ou le président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière d'urbanisme peut, lorsqu'il est saisi d'une demande de permis de construire un équipement commercial dont la surface est comprise entre 300 et 1 000 mètres carrés, proposer au conseil municipal ou à l'organe délibérant de cet établissement de saisir la commission départementale d'aménagement commercial afin qu'elle statue sur la conformité du projet aux critères énoncés à l'article L. 752-6.</p> <p>Dans ces communes, lorsque le maire ou le président de l'établissement public compétent en matière d'urbanisme est saisi d'une demande de permis de construire un équipement commercial visé à l'alinéa précédent, il notifie cette demande dans les huit jours au président de l'établissement public de coopération intercommunale visé à l'article L. 122-4 du code de l'urbanisme sur le territoire duquel est projetée l'implantation. Celui-ci peut proposer à l'organe délibérant de saisir la commission</p>

	<p>départementale d'aménagement commercial afin qu'elle statue sur la conformité du projet aux critères énoncés à l'article L. 752-6.</p> <p>La délibération du conseil municipal ou de l'organe délibérant de l'établissement public de coopération intercommunale est motivée. Elle est transmise au pétitionnaire sous un délai de trois jours.</p> <p><i>En cas d'avis défavorable de la commission départementale d'aménagement commercial ou, le cas échéant, de la Commission nationale d'aménagement commercial, le permis de construire ne peut être délivré.</i></p> <p><i>La commission départementale d'aménagement commercial se prononce dans un délai d'un mois. En cas d'avis négatif, le promoteur peut saisir la Commission nationale d'aménagement commercial qui se prononce dans un délai d'un mois. Le silence de la commission nationale vaut confirmation de l'avis de la commission départementale.</i></p> <p>Dans les communes de moins de 20 000 habitants, le maire ou le président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière d'urbanisme peut, lorsqu'il est saisi d'une demande de permis de construire un équipement commercial dont la surface est comprise entre 300 et 1 000 mètres carrés, proposer au conseil municipal ou à l'organe délibérant de cet établissement de saisir la commission départementale d'aménagement commercial afin qu'elle statue sur la conformité du projet aux critères énoncés à l'article L. 752-6.</p> <p>Dans ces communes, lorsque le maire ou le président de l'établissement public compétent en matière d'urbanisme est saisi d'une demande de permis de construire un équipement commercial visé à l'alinéa précédent, il notifie cette demande dans les huit jours au président de l'établissement public de coopération intercommunale visé à l'article L. 122-4 du code de l'urbanisme sur le territoire duquel est projetée l'implantation. Celui-ci peut proposer à l'organe délibérant de saisir la commission départementale d'aménagement commercial afin qu'elle statue sur la conformité du projet aux critères énoncés à l'article L. 752-6.</p> <p>La délibération du conseil municipal ou de l'organe délibérant de l'établissement public de coopération intercommunale est motivée. Elle est transmise au pétitionnaire sous un délai de trois jours.</p> <p><i>En cas d'avis défavorable de la commission départementale d'aménagement commercial ou, le cas échéant, de la Commission nationale d'aménagement commercial, le permis de construire ne peut être délivré.</i></p> <p>La commission départementale d'aménagement commercial se prononce dans un délai d'un mois. En cas d'avis négatif, le promoteur peut saisir la Commission nationale d'aménagement commercial qui se prononce dans un délai d'un mois. Le silence de la commission nationale vaut confirmation de l'avis de la commission départementale.</p>
<p>reprendre revoir Article L752-5</p> <p>Modifié par Ordonnance n° 2008-1161 du 13 novembre 2008 - art. 4</p>	<p>En cas d'exploitation abusive d'une position dominante ou d'un état de dépendance économique de la part d'une entreprise ou d'un groupe d'entreprises exploitant un ou plusieurs magasins de commerce de détail, le maire peut saisir l'Autorité de la concurrence afin que celle-ci procède aux injonctions et aux sanctions pécuniaires prévues à l'article L. 464-2.</p> <p style="text-align: center;"><i>Position dominante a reprendre en réorientant</i></p>
<p>abroger Section 2 : De la décision de la commission départementale.</p> <p>Article L752-6</p>	<p>Lorsqu'elle statue sur l'autorisation d'exploitation commerciale visée à l'article L. 752-1, la commission départementale d'aménagement commercial se prononce sur les effets du projet en matière d'aménagement du territoire, de développement durable et de protection des consommateurs. Les critères d'évaluation sont :</p> <p>1° En matière d'aménagement du territoire :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) L'effet sur l'animation de la vie urbaine, rurale et de montagne ; b) L'effet du projet sur les flux de transport ; c) Les effets découlant des procédures prévues aux articles L. 303-1 du code de la construction et de l'habitation et L. 123-11 du code de l'urbanisme ; <p>2° En matière de développement durable :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) La qualité environnementale du projet ; b) Son insertion dans les réseaux de transports collectifs.
<p>Article L752-7 (abrogation)</p> <p>Modifié par LOI n° 2008-776 du 4</p>	<p>Lorsqu'elle statue sur l'autorisation prévue par l'article 30-2 du code de l'industrie cinématographique, la commission se prononce au vu des critères énoncés à l'article 30-3 du même code.</p> <p style="text-align: center;"><i>reprise des dispositions dans le code de l'industrie</i></p>

août 2008 - art. 102 (LME)	<i>cinématographique ?)</i>
Article L752-12 (abrogation) Créé par Ordonnance n°2006-673 du 8 juin 2006 - art. 2 (V) JORF 9 juin 2006	L'instruction des demandes d'autorisation est faite par les services déconcentrés de l'Etat.
Article L752-14 (abrogation) Modifié par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 102	La commission départementale d'aménagement commercial autorise les projets par un vote à la majorité absolue des membres présents. Le procès-verbal indique le sens du vote émis par chacun de ces membres. Le préfet, qui préside la commission départementale, ne prend pas part au vote. Les autorisations sollicitées en matière d'aménagement cinématographique sont accordées par place de spectateur. L'autorisation d'aménagement cinématographique requise n'est ni cessible ni transmissible tant que la mise en exploitation de l'établissement de spectacles cinématographiques n'est pas intervenue. II. - La commission départementale d'aménagement commercial se prononce dans un délai de deux mois à compter de sa saisine. Passé ce délai, la décision est réputée favorable. Les membres de la commission ont connaissance des demandes déposées au moins dix jours avant d'avoir à statuer. Cette décision est notifiée dans les dix jours au maire et au pétitionnaire. Elle est également notifiée au médiateur du cinéma lorsqu'elle concerne l'aménagement cinématographique.
Article L752-15 (abrogation) Modifié par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)	L'autorisation d'exploitation commerciale est délivrée préalablement à l'octroi du permis de construire s'il y a lieu, ou avant la réalisation du projet si le permis de construire n'est pas exigé. L'autorisation est accordée par mètre carré de surface de vente. Une nouvelle demande est nécessaire lorsque le projet, en cours d'instruction ou dans sa réalisation, subit des modifications substantielles dans la nature du commerce ou des surfaces de vente. Il en est de même en cas de modification de la ou des enseignes désignées par le pétitionnaire. L'autorisation préalable requise pour la création de magasins de commerce de détail n'est ni cessible ni transmissible.
Section 3 : Du recours contre la décision de la commission départementale Article L752-17 (abrogation) Modifié par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)	A l'initiative du préfet, du maire de la commune d'implantation, du président de l'établissement public de coopération intercommunale visé au b du 1° du II de l'article L. 751-2 , de celui visé au e du même 1° du même article ou du président du syndicat mixte visé au même e et de toute personne ayant intérêt à agir, la décision de la commission départementale d'aménagement commercial peut, dans un délai d'un mois, faire l'objet d'un recours devant la Commission nationale d'aménagement commercial. La commission nationale se prononce dans un délai de quatre mois à compter de sa saisine. La saisine de la commission nationale est un préalable obligatoire à un recours contentieux à peine d'irrecevabilité de ce dernier. Ce recours est également ouvert au médiateur du cinéma lorsque la commission départementale statue en matière d'aménagement cinématographique. <i>il est proposé d'abroger cette section. Toutefois, la future loi devra sans doute comporter des dispositions transitoires relatives aux recours exercés auprès de la CNAC, qui n'auraient pas fait l'objet d'un examen de ladite commission au moment de la publication de la loi.</i>
Article L752-18 (abrogation) Créé par Ordonnance n°2006-673 du 8 juin 2006 - art. 2 (V) JORF 9 juin 2006	Avant l'expiration du délai de recours ou, en cas de recours, avant la décision en appel de la commission nationale, le permis de construire ne peut être accordé ni la réalisation entreprise et aucune nouvelle demande ne peut être déposée pour le même terrain d'assiette auprès de la commission départementale d'aménagement commercial.
Article L752-19 (abrogation) Modifié par LOI	Le maire de la commune d'implantation membre de la commission départementale dont la décision fait l'objet du recours est entendu à sa demande par la commission nationale. Un commissaire du Gouvernement nommé par le ministre chargé du commerce ou par le ministre

n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)	chargé de la culture lorsque la commission se prononce en matière d'aménagement cinématographique assiste aux séances de la commission. Il rapporte les dossiers.
Article L752-20 (abrogation / Modifié par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)	Le président de la commission nationale a voix prépondérante en cas de partage égal des voix.
Article L752-21 (abrogation) Créé par Ordonnance n°2006-673 du 8 juin 2006 - art. 2 (V) JORF 9 juin 2006	En cas de rejet pour un motif de fond de la demande d'autorisation par la commission nationale susmentionnée, il ne peut être déposé de nouvelle demande par le même pétitionnaire, pour un même projet, sur le même terrain pendant une période d'un an à compter de la date de la décision de la commission nationale.
Article L752-22 (abrogation) Modifié par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)	Les commissions autorisent ou refusent les projets dans leur totalité. Lorsque les autorisations des commissions statuant en matière d'aménagement cinématographique s'appuient notamment sur le projet de programmation présenté par le demandeur, ce projet fait l'objet d'un engagement de programmation contracté en application de l'article 90 de la loi n° 82-652 du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle.
Article L752-23 (abrogation) Modifié par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)	Les agents habilités à rechercher et constater les infractions aux articles L. 752-1 à L. 752-3 en vertu de l'article 9 de la loi n° 89-1008 du 31 décembre 1989 relative au développement des entreprises commerciales et artisanales et à l'amélioration de leur environnement économique, juridique et social, constatant l'exploitation illicite d'une surface de vente, au regard du présent titre, établissent un rapport qu'ils transmettent au préfet du département d'implantation du magasin. Le préfet peut mettre en demeure l'exploitant concerné de ramener sa surface commerciale à l'autorisation d'exploitation commerciale accordée par la commission d'aménagement commercial compétente, dans un délai d'un mois. Sans préjudice de l'application de sanctions pénales, il peut, à défaut, prendre un arrêté ordonnant, dans le délai de quinze jours, la fermeture au public des surfaces de vente exploitées illicitement, jusqu'à régularisation effective. Ces mesures sont assorties d'une astreinte journalière de 150 euros. Est puni d'une amende de 15 000 euros le fait de ne pas exécuter les mesures prises par le préfet et prévues au deuxième alinéa. Les modalités d'application du présent article sont déterminées par décret en Conseil d'Etat.
Article L752-24 (abrogation)Créé par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)	Un décret en Conseil d'Etat fixe les modalités d'application du présent chapitre
Article L752-25 (abrogation) Créé par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 102 (LME)	Tous les contrats d'un montant supérieur à un seuil défini par décret, passés par des personnes publiques ou privées à l'occasion de la réalisation d'un projet relevant du présent titre et dans une période de deux ans après l'achèvement dudit projet, sont communiqués, selon des modalités fixées par décret, par chaque partie contractante au préfet et à la chambre régionale des comptes. Cette obligation s'étend également aux contrats antérieurs à l'autorisation ou, à défaut, au permis de construire et portant sur la maîtrise ou l'aménagement des terrains sur lesquels est réalisée l'implantation d'établissements ayant bénéficié de l'autorisation. Elle concerne les contrats de tout type, y compris ceux prévoyant des cessions à titre gratuit, des prestations en nature et des contreparties immatérielles. Cette communication intervient dans les deux mois suivant la conclusion des contrats ou, s'il s'agit de contrats antérieurs à l'autorisation ou, à défaut, au permis de construire, dans un délai de deux mois à compter de l'autorisation. Toute infraction au présent article est punie d'une amende de 75 000 euros. <i>Remarque : Faut-il envisager des mesures transitoires pour traiter le cas des projets autorisés par une commission d'aménagement commercial, en cours de réalisation au moment de l'adoption de la loi, et pour lesquels des contrats sont conclus ?</i>
Article L752-26 (à	En cas d'exploitation abusive d'une position dominante ou d'un état de dépendance économique de la

<p>conserver ?)</p> <p>Modifié par Ordonnance n° 2008-1161 du 13 novembre 2008 - art. 4</p>	<p>part d'une entreprise ou d'un groupe d'entreprises exploitant un ou plusieurs magasins de commerce de détail, l'Autorité de la concurrence peut procéder aux injonctions et aux sanctions pécuniaires prévues à l'article L. 464-2.</p> <p>Si les injonctions prononcées et les sanctions pécuniaires appliquées n'ont pas permis de mettre fin à l'abus de position dominante ou à l'état de dépendance économique, l'Autorité de la concurrence peut, par une décision motivée prise après réception des observations de l'entreprise ou du groupe d'entreprises en cause, lui enjoindre de modifier, de compléter ou de résilier, dans un délai déterminé, tous accords et tous actes par lesquels s'est constituée la puissance économique qui a permis ces abus. Elle peut, dans les mêmes conditions, lui enjoindre de procéder à la cession de surfaces, si cette cession constitue le seul moyen permettant de garantir une concurrence effective dans la zone de chalandise considérée.</p> <p style="text-align: center;"><i>Position dominante a reprendre</i></p>
--	--

CHANGER RADICALEMENT DE MOYENS
D'ETAT DESPRIT DE METHODES

ANTISSIPER ASSURER
LA MISE EN
OEUVRE

Un comité national de déploiement assure la mise en œuvre :

Un comité national des volets commerce est installé au plus tard, par le premier ministre, dans le mois suivant la publication de la loi. Il est créé pour trois ans, éventuellement renouvelable une fois.

IL EST CHARGÉ DE PROMOUVOIR LE DÉPLOIEMENT DES OBJECTIFS DE LA LOI.

Centraliser et diffuser les bonnes pratiques. Former des équipes chargées dans les agglomérations et territoires de présenter, expliquer, stimuler et conseiller. Donner des avis ou formuler des recommandations. Assurer la médiation. Instance habilitée à donner un avis sur la conformité des pratiques et des situations non mentionnées dans les textes.

Questions, documents, méthodologie, rédaction de volets commerce.

Mise en place du centre de ressources de données et de prospective du commerce.

Veille, conseils, centralisation des données et ressources.

Identifications et échanges d'expériences et de bonnes pratiques.

Diffusion sur site Internet, clé USB et support papier d'un guide de mise en œuvre.

Formation, délégation d'équipes de *missi dominici* chargés d'aller dans les agglomérations et régions pour présenter, expliquer, stimuler et conseiller.

Ce comité peut être saisi par un syndicat mixte, une commune ou une communauté de communes s'estimant subir un préjudice significatif.

L'avis rendu porte notamment sur la conformité au droit. Recommandations sur les questions dont il est saisi et sur toutes celles entrant dans ses compétences, notamment celles portant sur le développement des bonnes pratiques.

Capacité d'avis, de médiation et d'accompagnement sur l'organisation territoriale de grand projet d'envergure régionale.

Ce comité peut être installé parallèlement à l'engagement de la procédure parlementaire, pour commencer à mettre en place les commissions départementales, et les programmes nationaux d'actions locales.

UN BUREAU PERMANENT DE 12 MEMBRES:

Une structure souple et légère, pour avoir la réactivité nécessaire à la réussite de ses missions : un président, deux vice-présidents et huit autres membres d'un bureau permanent dont :

Un titulaire du corps préfectoral ;

Une personne désignée par le président de l'association des maires de France ;

Une personne désignée par chaque réseau consulaire, ACFCI, APCM, APCA ;

Une personne désignée par le ministre l'économie, des finances et de l'emploi ;

Une par le ministre de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de l'aménagement du territoire (MEEDDAT) ;

Un secrétaire général est nommé en appui du bureau permanent.

Le comité peut procéder à l'audition de toute organisation qui en fait la demande ou qu'il estime utile d'entendre.

Le comité pourra associer les compétences concernées par ses missions : EPARECA, bureaux de l'aménagement commercial (secrétariat de la Commission nationale d'aménagement commercial), services du développement du commerce et de l'artisanat (FISAC) de la DGCIS...

MOYENS :

Le comité national de déploiement disposera de locaux dédiés et d'un budget qui lui est propre. Des fonctionnaires mis à disposition par leur ministère rattachés aux services du Premier Ministre, prêteront leur concours au bon fonctionnement du comité. Ils assureront notamment des déplacements sur le territoire national afin d'aider et conseiller les membres des commissions départementales dans l'élaboration des documents d'aménagement commercial qu'ils doivent définir.

CONVERTIBLE EN AGENCE :

Après la première phase de trois ans éventuellement renouvelable, ce comité national de déploiement pourrait devenir une « agence nationale d'aménagement

territorial des commerces », laquelle concernerait toutes les formes de commerces sur tout le territoire.

Cette agence aurait vocation à impulser et coordonner, sous l'autorité du Premier Ministre, la politique de développement et d'aménagement des activités commerciales sur l'ensemble du territoire dans un triple souci de développement durable, de respect des équilibres territoriaux et d'amélioration des conditions d'exercice de la concurrence.

LE COMITE DE DEPLOIEMENT EST CHARGE DE LA MISE EN ŒUVRE DES PROGRAMMES D'ACTIONS LOCALES

Création d'un serveur informatique national

L'outil informatique devra comporter un accès sécurisé avec la mise en place d'une clé d'identification attribuée à chaque utilisateur.

En ce qui concerne plus spécifiquement la phase consacrée au vote, celle-ci aurait lieu tous les 6 ans : les orientations commerciales définies dans chaque département seraient en effet révisables après les élections municipales. Ce vote se déroulerait en plusieurs phases (*4 au maximum*) sur une durée de 6 mois (*vote par procuration ? l'électeur doit-il disposer d'un suppléant ?*)

Pour assurer le bon fonctionnement du système :

les élus devront s'approprier l'outil (des formations devront être envisagées en ce sens, ces formations seront organisées et assurées par un « comité national de déploiement » chargé de veiller à la mise en œuvre de la réglementation réformant l'urbanisme commercial) ;

L'accès à Internet de l'ensemble du public ciblé doit être garanti (au besoin par la mise en place d'une *cyber base* au niveau du chef lieu de département)

Avec un tel système, le dialogue entre les divers utilisateurs de l'outil s'effectuera principalement en ligne. Une telle solution évitera aux utilisateurs de se déplacer régulièrement pour se rencontrer, à l'occasion de réunions *ad hoc*. L'atteinte de cet objectif suppose que l'outil informatique soit doté d'un programme qui puisse synthétiser automatiquement les échanges entre les divers utilisateurs et analyser en direct les questions/réponses des internautes.

Un certain nombre de questions demeurent en suspens :

maître d'ouvrage du projet ? : *le ministère de l'économie, des finances et de l'emploi ?...*

Qui conduira le projet et en assurera la mise en œuvre ?

Qui financera cet outil ?

S'agissant du calendrier de mise en place :

1^{ère} étape : désignation d'un maître d'ouvrage clairement identifié qui définira le contenu de cet outil, précisera l'architecture du site et installera, à cette fin, des groupes de travail. Un appel d'offre devra être rédigé et lancé.

Ces travaux devront être conduits au cours du premier semestre 2009 et les grandes orientations déterminées à la fin dudit semestre, concomitamment à l'examen par le Parlement de la proposition de loi réformant l'urbanisme commercial.

2^{ème} étape : pendant le second semestre 2009, le développeur désigné à la suite de l'appel d'offre assurera la réalisation de l'outil informatique, lequel outil devra être opérationnel dès le 1^{er} janvier 2010.

Créer un guide de méthodologie pour l'élaboration de la vision départementale.

OBJECTIFS DU GUIDE

Pour faciliter la définition du volet commerce départemental, un guide de mise en œuvre sera remis aux membres de la commission tripartite. Ce guide simple et particulièrement concret, listera le type de question à poser, la nature des préoccupations nouvelles et collectives à développer.... Egalement méthodologie de travail ce guide sera diffusé sur le site internet et pourra être complété d'autres questions spécifiques à chaque territoire ou issues de la créativité locale.

CONTENU DU GUIDE:

Voir la première liste d'exemples de questions du guide au chapitre précédent. Un groupe de travail devra mettre au point la forme et le contenu de ce guide d'élaboration des documents d'aménagement commercial et des volets

commerce.

Contributions

Repères

Merci aux chambres consulaires aux organisations professionnelles, aux entreprises et aux particuliers, d'avoir pris le temps d'étudier mes rapports d'étape, mes propositions et de m'avoir adressé de très nombreux commentaires et suggestions.

Il nous est impossible ici de reproduire toutes les contributions reçues..

Je me permets d'en publier pourtant certaines pour illustrer à la fois la richesse du travail en commun développé et celle de nos réflexions communes.

Le travail n'étant pas encore commencé. En partie il ne fait que commencer. Merci à l'issue de ce rapport de m'adresser vos nouvelles contributions commentaires critiques et... encouragements.

Jean-Paul Charié

LETTRE DE PIERRE L'ETANG AVOCAT AU BARREAU DE PARIS

Paris le 26 novembre 2008

Monsieur le Député,

Votre rapport d'étape offre l'occasion d'un échange sur les choix à faire pour envisager une réforme d'envergure sur les conditions d'implantation des commerces de détail. Dans l'esprit de ce qui avait été annoncé lors du débat parlementaire sur la LME, vous analysez avec beaucoup de justesse et de pertinence les différentes situations auxquelles sont confrontés, chacun pour leur part, les élus et les opérateurs, cette dernière expression, retenue par l'administration dans ses dernières circulaires, recouvrant les promoteurs, les investisseurs, les enseignants et les commerçants qui sont impactés par cette réglementation.

Qu'il me soit donc donné cette double opportunité, de saluer la qualité de votre travail d'analyse et de synthèse d'une part, et la vision élargie et complexe, d'autre part, mettant en lumière les nombreuses problématiques que soulève ce projet de réforme allant du droit de la concurrence à celui de l'urbanisme jusqu'aux perspectives données aux créateurs d'entreprises.

Je vous propose de développer mes remarques de la manière suivante :

Le régime d'autorisation

La concurrence claire et loyale

Les recours administratifs et contentieux

Le droit de préemption

I. - A titre liminaire, il ne me semble pas indifférent de rappeler que cette question du contrôle de l'implantation des commerces sur un territoire donné, remontant à 1961, avait particulièrement été énoncée avec une grande prévoyance dans la circulaire du 29 juillet 1969.

Elle soulignait en particulier cette apparente **opposition entre réglementation du territoire et liberté du commerce**.

C'est ainsi qu'on peut extraire de cette circulaire quelques passages qui montrent combien cette contradiction entre liberté de commerce, sinon même libéralisme posait déjà problème, la **solution trouvée** à l'époque **s'attachant à donner la souplesse nécessaire à l'appréciation de ces projets commerciaux** emportant de sérieuses conséquences en termes d'aménagement du territoire :

Il importe de délimiter le cadre dans lequel se conçoivent et se réalisent les équipements commerciaux, en se gardant d'imposer une doctrine trop stricte dans une matière en pleine évolution.

L'expérience tirée de l'application de la circulaire du 24 août 1961, comme des enseignements fournis par les pays étrangers les plus évolués, montre en effet, qu'il est illusoire et même dangereux de fixer, dans des normes rigides ou dans des schémas types, une conception trop formelle qui serait toujours dépassée par une réalité changeante.

Une des qualités primordiales de l'équipement commercial réside dans une flexibilité suffisante et une souplesse d'adaptation qui puisse faciliter la mise en œuvre des techniques nouvelles de la distribution et répondre rapidement aux différents besoins des consommateurs en produits et services.

Il y a lieu, après avoir rappelé succinctement quelles sont les tendances actuelles de l'équipement commercial, d'évoquer les problèmes particuliers que pose la répartition des équipements commerciaux entre les quartiers centraux et les zones périphériques des agglomérations et d'attirer l'attention sur la nécessité de préserver les possibilités de coexistences des diverses catégories de commerces.

Et encore : Cependant, toute zone périphérique présentant ces caractéristiques avantageuses ne peut être considérée à priori comme apte à recevoir de telles installations. Les conséquences prévisibles sur le rythme de l'urbanisation et sur l'utilisation des équipements collectifs, notamment de voirie, dans le secteur intéressé, aussi bien que le souci de préserver des sites ou des zones agricoles protégés, doivent aussi être pris en considération pour apprécier l'opportunité des projets. Il convient en outre, le cas échéant, de ne pas négliger l'existence d'équipements commerciaux déjà réalisés ou en cours de réalisation dans des zones à urbaniser par priorité et zones d'habitation importantes. Il serait en effet regrettable d'aboutir dans certains cas à un gaspillage d'investissements sans avantage durable pour le consommateur.

Les avantages certains de l'implantation en zone périphérique d'unités commerciales de grande surface doivent donc être confrontés avec les orientations retenues pour le développement à terme des agglomérations, telles qu'elles résultent notamment des premières études de schémas directeurs d'aménagement et d'urbanisme, et avec les capacités des réseaux d'infrastructure. Au demeurant, l'intérêt bien compris des promoteurs de ces établissements devrait, le plus souvent, se concilier raisonnablement avec le souci qu'ont les pouvoirs publics de maîtriser et orienter le développement urbain. L'information réciproque des

promoteurs et des services publics permettra aux premiers de tenir compte des prévisions d'aménagement dans le choix de leurs implantations, aux seconds d'attirer les initiatives dans les secteurs ou elles peuvent être favorablement accueillies.

On soulignera enfin que l'implantation de grandes surfaces commerciales dans les zones périphériques ou rurales crée un besoin d'équipements nouveaux, spécialement de voirie. Il est normal que les dépenses correspondantes soient, non pas transférées aux collectivités publiques, mais supportées par ces établissements. L'égalité des charges ainsi établie contribuera d'ailleurs à assurer tant l'égalité des chances entre commerçants que l'équilibre souhaité entre les différentes zones d'une agglomération.

Les promoteurs d'installations commerciales de grande surface devront donc justifier de l'existence ou de l'exécution des équipements collectifs indispensables, notamment pour l'accès et la desserte de leurs établissements. Il conviendra de recourir, à cette fin, tant aux procédures propres à l'occupation du domaine public routier qu'aux procédures habituelles d'aménagement et notamment à celles des zones d'aménagement concerté.

Voir aussi : II. Prise en considération de l'équipement commercial dans les documents d'aménagement et d'urbanisme. Il résulte des considérations qui précèdent que les décisions prises en matière d'implantation commerciale par les différents promoteurs doivent se fonder sur une vue d'ensemble et c'est précisément l'objet des documents d'urbanisme, tant prévisionnels que réglementaires, de fixer le cadre d'action des initiatives publiques et privées. C'est pourquoi, il doit être tenu compte de l'équipement commercial dans l'élaboration des documents d'urbanisme.

II. - Les premières conclusions de votre rapport d'étape soulignent avec une acuité renouvelée le besoin de liberté pour le commerce, mais également le besoin, pour les élus, de conserver un droit politique sur l'aménagement du territoire.

II.1. - Vous avez très justement souligné dans votre rapport (page 4, dernier paragraphe – in fine) que le politique pouvait n'avoir pas de légitimité pour orienter le choix du consommateur.

Sur ce point, j'ai téléchargé ¹ un certain nombre d'éléments provenant de la bataille qui fait rage, aux

¹ Voir ci-après les documents provenant de sites divers et blogs qui dénoncent le poids de Wal Mart- au demeurant en situation très différente de la grande distribution française – et mettant en lumière l'usage des règles d'urbanisme.

Etats Unis, autour des implantations de Wal Mart. Tout est condensé dans cette bataille puisque le géant de la distribution, au nom du libéralisme le plus dur, refuse aux politiques le droit à exercer un pouvoir s'imposant aux consommateurs.

II.2. - Cependant, face à cette attitude, **les consommateurs**, agissant en qualité de citoyens, réfutent cette politique et **usent alors des documents d'urbanisme régissant leur communauté pour empêcher ces implantations non désirées**. Ainsi se cristallise, au sein d'une économie libérale, l'objectif de chaque partie. Il est alors clair que le document d'urbanisme devient l'instrument de l'encadrement et de la restriction à la liberté du commerce.

III. - Je vous propose de développer mes quatre remarques telles qu'indiquées plus haut :

III.1. - LE RÉGIME D'AUTORISATION

III.1.a. - En premier lieu, la question de l'existence d'un régime d'autorisation préalable pour la création, l'extension ou le déplacement de magasins de commerce de détail reste posée.

De la lecture de votre rapport, il apparaît que seul le permis de construire serait délivré aux entreprises (décision administrative individuelle créatrice de droits). Cependant, vous soulignez que, dans d'autres cas, le droit prévoit des autorisations particulières préalables au permis de construire ne fermant pas la porte au principe d'une autorisation indépendante.

Pour ma part, et en fonction de mon expérience auprès d'opérateurs différents, la question de cette autorisation indépendante paraît essentielle. En effet, ces opérateurs peuvent avoir identifié des immeubles (au sens large : bâtis ou non) qui seraient aptes à recevoir un commerce ou un ensemble commercial alors que cet immeuble n'est pas répertorié par le document d'urbanisme comme pouvant accueillir une activité commerciale (pour des raisons de surfaces, de réglementation de zone etc.) nécessitant alors, si le projet est pertinent, d'engager une révision exceptionnelle, ainsi que vous le proposez de ce document d'urbanisme. Les parties ayant intérêt à ce projet, élus et opérateurs, vivront alors une longue période d'incertitude, chacun prenant des engagements sans garantie de réalisation ; ce risque étant plus grand pour l'élu que pour l'opérateur. Cette période intermédiaire pourrait être alors la cause d'engagements illicites, à moins qu'on ne donne

aux collectivités le droit de contracter sur de tels objectifs (on voit que de telles négociations existent aux Etats Unis).

Une **autorisation préalable indépendante** a et **aurait pour mérite de fixer l'existence du projet**, reportant à plus tard les nécessités urbanistiques et techniques qui en sont plus les conséquences que la cause du projet.

III.1.b. - En second lieu, et en admettant que le permis de construire constitue l'autorisation nécessaire et suffisante, plusieurs remarques s'imposent quant à la conformité de cette décision administrative avec les documents d'urbanisme considérés comme porteurs de la règle sur le commerce.

III.1.b.i - Tout d'abord, et comme vous l'avez justement relevé, **la zone de chalandise** d'un magasin, d'un centre commercial ou d'un ensemble commercial **peut être plus étendue que le périmètre du SCOT** ; ainsi le document peut fixer des règles particulières pour l'implantation de constructions devant recevoir une activité commerciale mais ne peut pas statuer sur les conséquences de l'activité au-delà de son propre territoire. Or ces règles d'urbanisme seront sans doute essentielles pour le permis de construire (COS, CES, hauteur, nuisances etc.), mais ne règlent pas l'effet sur d'autres territoires. Cet effet pouvant être analysé tant sur le plan de la concurrence économique impactant les territoires et la viabilité des autres commerçants, mais aussi sur le plan environnemental ou plus simplement de cette notion d'aménagement du territoire qui nécessite la prise en compte d'un certain nombre d'équilibres.

Il semble donc nécessaire qu'au-delà du SCOT, lorsqu'il existe -ou du PLU-, **les élus disposent d'un outil leur permettant d'apprécier l'effet de l'implantation**, de l'agrandissement ou du déplacement envisagés, avant que le maire de la seule commune d'implantation ne délivre une autorisation de construire.

Le choix d'un **document départemental** semble donc essentiel. Mais on peut sans doute s'interroger sur une **vision régionale**.

III.1.b.ii – Par ailleurs, vous soulignez encore à juste titre que ce **document départemental doit être opposable**.

Lors de vos auditions pour le rapport sur la loi LME, vous aviez rappelé qu'une des raisons de l'échec des schémas de développement commercial trouvait son origine dans leur caractère indicatif, ce qui a été confirmé par la jurisprudence de la Haute Juridiction². Néanmoins, l'échec de ces schémas vient également du fait que les **ODEC ont manqué de moyens financiers** pour les élaborer, d'une part, et que leur **contenu était inégal** d'un département à un autre, d'autre part, ce qui les rendait difficile à appliquer et à transcrire dans une décision d'autorisation ou de refus.

La solution que vous proposez devra résoudre ces trois points, il serait en effet possible que la rédaction de ce document départemental ou régional puisse suivre une **méthodologie** semblable à celle des PLU, faisant apparaître le constat de la situation du commerce sur le territoire donné et les orientations sur le fondement desquels les autorisations seraient prises.

III.1.b.iii. – De plus, lors de ce même débat sur la LME, proposition avait été faite de **conserver les ODEC**, de leur **donner une autonomie juridique semblable à celle des agences d'urbanisme**, puis de leur permettre de donner un **avis préalable au permis de construire**.

En effet, et reprenant votre propre réflexion contenue dans votre rapport (page 6), le document d'urbanisme ne doit pas contenir de règles strictes sur le commerce mais seulement des orientations ; dans ces conditions, après que **l'autorité chargée de délivrer le permis de construire** ait vérifié que la demande est conforme aux règles de construction, d'une part, et aux orientations du document d'urbanisme, d'autre part, **consulterait l'ODEC pour avis**, recevant là une réponse sur **l'impact territorial** attendu du projet en question. Il serait ainsi répondu à votre question sur la manière d'appréhender les effets d'un projet sur un territoire plus vaste que le document d'urbanisme.

Pour maintenir une grande souplesse dans l'analyse du projet et la priorité à l'élu signataire de la décision, il s'agirait d'un **avis simple**. L'autorité administrative se devant, en tout état de cause, de motiver la décision rendue et justifier le choix qui a été fait.

² Voir CE 30 septembre 2005 *Société Amohem* (retenant la position que j'avais défendue dans mes écritures devant la juridiction : Considérant que le moyen tiré de ce que le projet contesté méconnaîtrait les orientations du schéma départemental de développement commercial de l'Allier, lesquelles sont dépourvues de valeur contraignante, est inopérant ;)

III.1.b.iv. – Enfin, dans votre rapport (page 6), vous souhaitez **séparer les réglementations**. En effet, il est bon de rappeler que les CDEC ne devaient statuer que sur la pertinence économique du projet ; si dans un premier temps, a disparu la nécessité d'un certificat d'urbanisme positif, plus tard, la loi SRU a réintroduit des critères urbanistiques que la CDEC devait prendre en considération pour sa décision. Ces critères ont été maintenu par la loi LME. Rien ne semble interdire que l'instruction d'une demande puisse regrouper plusieurs aspects permettant de forger une décision.

III.1.c. - En troisième lieu, vous indiquez (page 22) que l'**exemple du Grand Lyon** pourrait être suivi, avec un document d'urbanisme comportant un volet commerce précis.

Là encore, mon expérience personnelle, sur ce territoire³, me fait redouter l'**encadrement systématique** de l'activité commerciale. A cette occasion, on voit bien qu'il y a une contradiction certaine entre la volonté de libéraliser les implantations, le développement du commerce et le droit, tout aussi légitime, des élus, de gérer le territoire dans un objectif d'intérêt général. La situation lyonnaise a souvent été prise en considération par la commission nationale d'équipement commercial face à de nombreux refus de l'instance départementale. La densité commerciale, très inférieure aux moyennes de référence, aurait du faire admettre un grand nombre de projets. Ce n'était pas le cas. La situation tend aussi à démontrer que ce système a été malthusien. Dès lors, on peut craindre que le document d'urbanisme – quelque soit son niveau – conduira systématiquement à une restriction de la liberté de commerce.

Dans l'état actuel du droit, on peut douter de la légalité de ce document d'urbanisme ; les dernières décisions de la justice administrative sur ce point sont éclairantes⁴. Certes la loi pourrait conférer un droit plus étendu autorisant une définition plus stricte des possibilités d'implantation; mais dans ce cas, au

risque de tomber dans une situation tout aussi critiquable.

III.2. - LA CONCURRENCE CLAIRE ET LOYALE

III.2.a. - Comme vous le savez, il s'agit là d'un principe essentiel qui avait été retenu par la loi « Royer » et qui n'a pas été remis en cause par la loi LME.

Vous-même, reconnaissez que cette question de concurrence doit pouvoir être appréciée ainsi que les **conséquences abusives d'une position dominante**. Cette question de l'effet concurrentiel ne peut pas être écartée au moment même où la collectivité devra apprécier la demande qui lui est présentée. Bien entendu, la position dominante n'est pas critiquable à soit seule ; vous l'aviez très bien exprimée lors du débat parlementaire et la jurisprudence confirme cette analyse parfaitement fondée en droit ⁵

III.2.b. - Néanmoins, on sait, par ailleurs, que les acquisitions de magasins, de chaînes, d'entreprises doivent donner lieu à une **notification préalable** et qu'ensuite l'analyse faite par l'autorité administrative – nationale ou européenne – se fondera sur le **risque d'abus de position dominante**.

Pour revenir sur la comparaison que je me suis autorisé avec les Etats Unis et l'enseigne Wal Mart, force est de constater que cette entreprise fait face à une très grande quantité de litiges de la part des entreprises qui s'estiment injustement concurrencées. Ces procédures sont longues, coûteuses et dommageables en termes d'investissement et sur le plan social, puisqu'elles sont faites *a posteriori*, c'est-à-dire après avoir constaté l'existence de cet abus qui a été défini, dans les articles modifiés par l'article 102 de la loi LME.

La loi LME a introduit deux mesures⁶ particulières qui avaient pour objectif de répondre à la critique de la commission européenne et évite que les CDAC statuent sur un fondement économique⁷. Ces deux

³ Voir également l'expérimentation grenobloise qui freine les implantations, relevant finalement cette opposition évoquée au début de la présente note

⁴ Voir TA Paris 2 août 2007 *Préfet de Paris* req. 0700962

⁵ CE 17 octobre 2008 *Société OGF* req. 293220

⁶ Articles L 752-5 et L 752-26 du code de commerce

⁷ Il faut cependant rappeler que dans une affaire où je représentais une partie devant le Conseil d'Etat, sur conclusions conformes de son commissaire de gouvernement, avait admis que les commissions

mesures ne pouvant permettre de régler la question de **l'abus de position dominante qu'après réalisation du projet** mettant alors dans une situation inextricable l'entreprise sanctionnée qui, après avoir porté et réalisé le projet, se voit obligée de céder le magasin avec des conséquences pour le personnel contraint de changer d'employeur. Les conséquences sont également très dures pour l'entreprise concurrencée qui peut avoir du mal à survivre après une telle procédure.

Il semblerait donc plus juste et surtout plus efficace de prévoir une appréciation préalable⁸

Si on doit admettre que la CDAC et, plus tard, le permis de construire, ne peuvent prendre en considération des tests économiques, il n'apparaît cependant pas contraire au Traité que, préalablement à sa décision, **l'autorité administrative consulte, optionnellement, le conseil de la concurrence sur le risque d'abus de position dominante qui pourrait résulter du projet dont elle est saisie.**

III.2.c. - A titre d'exemple, vous pourriez vous inspirer de la situation engendrée par les « **category killer** ».

Il en est ainsi dans le monde du sport avec une domination très importante de l'enseigne Decathlon. La présentation qui est faite par cette dernière est souvent « trompeuse » en ce qu'elle soutient n'avoir pas d'effet destructeur sur la zone de chalandise. Elle peut même n'y être pas encore présente de sorte qu'il semblerait difficile de lui reprocher une position dominante. Cependant, **cette position dominante existe sur le marché national et sûrement sur les zones de chalandise critiques.** Or, par son arrivée sur la zone, Décathlon engendrera un effet destructeur sur un marché composé de commerces franchisés, distributeurs de marques, et exploitant sur des surfaces de vente très inférieures.

On peut certainement admettre que l'implantation de cette enseigne peut dynamiser le marché, mais on peut, tout aussi bien, admettre que cette concurrence entre les marques propres et les marques de

producteur, d'une part, les magasins intégrés et les franchisés, d'autre part peuvent engendrer une **distorsion de la concurrence qui ne justifierait pas nécessairement une nouvelle implantation** ou un agrandissement significatif.

Le déplacement *a posteriori* de l'analyse des effets de la concurrence pourrait engendrer une augmentation significative du contentieux et mettre ultérieurement en péril des investissements.

Un contrôle *a priori* semble sans doute plus juste.

III.2.d. - Le droit qui a été octroyé par la LME au maire de saisir l'autorité de la concurrence pour faire juger l'existence d'un abus de position dominante ne semble pas très réaliste ; il semblerait plus équitable et en même temps plus pragmatique de permettre à cet élu de faire apprécier préalablement le risque d'un abus de position dominante.

III.3. - LES RECOURS

III.3.a. - Dans votre rapport, vous rappelez combien le contentieux des autorisations d'urbanisme commercial s'est fortement développé au point que **certaines enseignes ont fait de la procédure de recours pour excès de pouvoir un mode de gestion de la concurrence.**

Cette multiplication trouve certainement sa source dans l'abaissement des seuils, d'une part, multipliant ainsi les commerces en concurrence les uns avec les autres, dans une saturation de certaines zones de chalandise, d'autres part, induisant que tout nouveau projet ne pourrait que prendre son chiffre d'affaires sur le commerce existant, mais enfin, et surtout, sur **la durée des procédures** qui assurait ainsi une **pression financière sur la concurrence, le recours contentieux étant justifié plus par le délai que met la juridiction à statuer que sur le résultat attendu.**

Ce constat n'est pas nouveau.

III.3.b. - Ainsi la question qui s'est posée lors de l'écriture du projet de loi LME., du choix de maintenir une commission nationale, avait pour fondement de **répondre à la durée des procédures** qui sont soumises aux tribunaux administratifs.

départementale d'équipement commercial devaient prendre en considération le droit de la concurrence Conseil d'Etat, 30 juillet 2003, *SA Caen Distribution*, req. n° 227838

⁸ Sur un amendement de Mr Gérard CORNU, Sénateur, qui avait proposé que le maire ne puisse saisir le conseil de la concurrence qu'au moment d'une demande devant la CDAC, Madame LAMURE, rapporteure avait indiqué que cette demande restreignait le champ du droit ainsi conféré.

pouvoir se justifier qu'en cas de maintien d'une décision préalable autonome.

III.3.c. - La lisibilité d'une règle de droit s'apprécie aussi en raison de son insertion naturelle dans les principes généraux du droit ou de la procédure, de sorte que donner à une commission nationale une compétence particulière en cette matière, restant d'ailleurs à en définir précisément le contour, sans oublier les projets non soumis à permis, ne ferait que renforcer le mouvement vers la création de procédures et d'autorités indépendantes pas toujours justifiées. On sait, en effet, qu'au sortir de la LME, la **CNAC conservera le statut d'Autorité administrative indépendante mais exercera un véritable rôle juridictionnel** sans que ni la loi ni le décret n'aient fixé les conditions de déroulement du recours au regard d'un certain nombre de principes essentiels (auditions, communication des pièces, respect du contradictoire, représentation etc....). Il n'est donc pas certain que cette procédure soit exemplaire.

III.3.d. - Aussi pour tenter de répondre à cette interrogation générale que comporte votre rapport d'étape, qu'il me soit donné l'occasion de vous en faire part de quelques réflexions en espérant qu'elles viendront compléter votre analyse.

III.3.d.i. - En premier lieu, le **choix** de faire entrer l'urbanisme commercial – expression qui devrait disparaître – dans le droit de l'urbanisme et confier au seul **permis de construire** le contrôle de l'implantation, des extensions et des déplacements de magasins de commerce de détail, **devrait maintenir la compétence des juridictions administratives** pour apprécier la légalité de ce permis de construire.

III.3.d.ii. - En second lieu, se posera la question de l'intérêt pour agir contre ces permis de construire. La jurisprudence administrative est très restrictive quant aux personnes ayant le droit de contester une autorisation de construire, le **critère de proximité** étant essentiel⁹.

Soit une telle analyse est maintenue et les recours pourraient en être limités. Cependant, personne n'ignore que certains concurrents ont recours à la création d'**associations** pour élargir leurs facultés d'agir contre le permis d'un concurrent. Certes, depuis la loi du ENL, ces associations doivent avoir

été déclarées en préfecture avant l'affichage de la demande de permis de construire¹⁰. Par ailleurs, les juges administratifs ont quelques fois sanctionné des associations composées de concurrents ou de personnes ayant un lieu évident avec les concurrents du projet attaqué¹¹.

Soit, compte-tenu de l'impact d'un projet commercial d'envergure, on peut imaginer qu'un élu d'une commune puisse souhaiter exercer un tel recours critiquant, si nécessaire, le volet départemental par exception d'illégalité ou la motivation d'un permis s'il devait être délivré après consultation d'une commission ou d'un organisme; cet impact environnemental, d'aménagement de territoire etc. **devrait justifier le droit à un recours fondé sur un intérêt à agir élargi** contre une autorisation aux conséquences tellement lourdes pour le territoire, les juridictions ou procédures d'exceptions ne faisant pas bon ménage avec la démocratie.

III.3.d.iii. - En revanche et **en troisième lieu**, il est indispensable que de telles **procédures soient traitées rapidement** tenant compte des importants investissements privés ou publics en jeu; ainsi qu'il a été dit plus haut, le **recours est gênant plus par son délai de traitement que par son contenu propre**.

Les pistes que vous avez suggérées sont excellentes et peuvent sans doute être organisées sans bouleversement des procédures contentieuses existantes.

Tout d'abord, rien n'interdit de fixer **un délai dans lequel le juge administratif devra statuer** lorsqu'il sera saisi d'un recours pour excès de pouvoir contre un permis de construire portant sur la création, l'extension, le déplacement d'un magasin de commerce de détail ou portant sur un ensemble commercial. Le calendrier de procédure que vous évoquez est certainement essentiel mais il importe alors que, dès le dépôt de la demande la **date d'audience soit fixée dans le délai maximal que pourrait prévoir la loi**.

Il existe déjà des situations qui imposent au juge de statuer à bref délai; la modification qui serait apportée au Code de justice administrative serait mineure mais elle pourrait éviter que certains projets soient périmés du fait des délais de procédure ou que certains opérateurs ne choisissent, malgré le recours,

⁹ Voir la jurisprudence constante des juridictions administratives

¹⁰ Voir article L 600-1-1 du code de l'urbanisme

¹¹ CAA Douai 30 mars 2006 *Société Caudis* n°04DA00116.

d'ouvrir le magasin autorisé dont le temps de construction sera toujours inférieur au traitement par le tribunal administratif.

Par ailleurs, rendre le **recours contentieux suspensif** du caractère exécutoire de la décision administrative querellée, porterait certainement une atteinte trop importante aux principes fondant le recours pour excès de pouvoir.

Egalement, deux mesures de procédures pourraient être combinées.

D'une part, s'agissant d'un permis de construire, la **notification du recours** resterait essentiel à la recevabilité. D'autre part, le **requérant devrait soutenir tous les moyens avec des développements suffisants** pour éviter l'égrènement de moyens possibles mais soutenus par aucune démonstration juridique ou factuelle ; le principe d'une requête sommaire doit être maintenue, s'agissant d'une règle générale, mais un délai serait imposé pour déposer un mémoire ampliatif¹², l'absence de communication des pièces par l'autorité administrative pouvant être sanctionnée si elle avait pour but ou pour effet de retarder la procédure ou de rendre plus difficile l'échange d'écritures devant la juridiction.

L'avantage que nous trouverions à une **procédure rapide au fond**, par rapport à la procédure de suspension tient au fait que, dans cette matière d'urbanisme, le **juge doit statuer sur tous les moyens** qui lui paraîtraient susceptibles de justifier l'annulation, alors que le **juge des référés peut se limiter à rejeter la demande sur le défaut d'urgence** privant le titulaire de la demande d'une information fondamentale sur la conformité de son permis avec la règle d'urbanisme. Le titulaire de cette autorisation n'a pas à se livrer à une interprétation de l'ordonnance dont le sens n'est pas toujours suivi par le juge du fond. S'agissant nécessairement de deux procédures distinctes, le référé suspension peut augmenter sensiblement les coûts engendrés par les recours, tant en demande qu'en défense.

III.3.d.iv.- En quatrième lieu, vous évoquez les **sanctions** qui pourraient être prononcées pour rendre dissuasifs les comportements répréhensibles.

Sur ce point, mon expérience me conduit à vous proposer de distinguer entre les infractions. Les **extensions irrégulières** de surface de vente (ou de

modification de catégorie tenant compte de votre proposition) doivent être qualifiées pénalement. La LME a prévu un mécanisme de mise en demeure – qui existait en 1974 – qui peut paraître adapté sous réserve que les mises en demeure soient systématiques et que le préfet ne dispose pas sur ce point d'une appréciation de l'opportunité des poursuites qui doit rester au pouvoir judiciaire.

Le **régime des ouvertures de nouveaux projets** doit être traité avec le plus grand intérêt.

En effet, dans un cas particulier que mon cabinet a eu à traiter, malgré le fait d'avoir obtenu satisfaction devant toutes les juridictions (tribunal administratif, référé suspension devant le Tribunal administratif, référé devant le Tribunal de commerce, cour d'appel et cour administrative d'appel), le magasin concurrent a été ouvert illégalement et a maintenu son exploitation depuis plus de dix-huit mois...La préfecture n'a pris aucune mesure malgré l'avis défavorable de la DDCCRF sur le projet soulignant les erreurs grossières que contenaient deux dossiers successifs déposés pour ce magasin, et l'astreinte de 50.000 euros par jour, ordonnée par le Juge du Tribunal de Commerce et confirmée par la Cour d'Appel, paraît très (trop) importante aux yeux du JEX¹³, alors qu'elle correspondrait aux prélèvements faits par ce nouveau magasin sur le commerce existant.

Cette affaire démontre de manière symptomatique que la **meilleure sanction**, quant aux créations ou extensions, **reste d'empêcher le magasin d'ouvrir** faute de quoi il apparaît illusoire de demander et obtenir sa fermeture.

On rejoint là la question de la rapidité de traitement du recours par les juridictions administratives ou du caractère suspensif d'un tel recours. Ainsi est encore mieux justifiée une **procédure rapide au fond** (assimilable aux procédures à jour fixe devant le juge civil ou commercial) ; pendant le bref intervalle de la procédure, le titulaire du permis de construire aurait toujours le temps de consulter les entreprises et préparer son chantier. Le retard pris serait ainsi limité et correspondrait aux objectifs de ne pas freiner le dynamisme des entreprises commerciales.

III.3.d.v. - Enfin, il est constant que les magistrats de l'ordre judiciaire siégeant dans les tribunaux de police sont souvent dépassés par la technicité juridique des

¹² Seule procédure devant le Conseil d'Etat prévoit un délai de quatre mois (!) tandis que les juridictions de fond imposent, sans règle, un délai de 15 jours à 1 mois.

¹³ Juge de l'exécution dépendant de la procédure civile

affaires qu'ils ont à juger dans cette matière particulière.

Deux observations s'imposent.

Tout d'abord, une **sanction générale d'exploitation illicite** doit être maintenue de manière à permettre qu'un concurrent puisse aussi choisir la voie générale pour faire juger de la concurrence déloyale constituée par une exploitation sans autorisation.

Par ailleurs, il faut permettre la création – au sein de chaque cour d'appel – d'une **juridiction spécialisée** comme cela existe en matière de propriété intellectuelle ; de cette manière la sanction sera prononcée par un juge disposant d'information sur la rentabilité des surfaces exploitées sans autorisations.

III.4 - LE DROIT DE PRÉEMPTION

III.4.a. - Sous cet intitulé, je vous propose de voir deux questions que paraissent liées l'une à l'autre. Tout d'abord la gestion du droit de préemption des fonds de commerce et la modération du loyer.

III.4.a.i. - **Liminairement**, j'indiquerai que j'ai toujours soutenu le droit d'un élu, d'une collectivité, de gérer le centre ville, ou une ou plusieurs rues, comme cela se fait dans les galeries marchandes des grands centres commerciaux et donc d'intervenir dans son évolution. Le processus, sans être identique devrait s'en rapprocher permettant alors l'implantation des commerces nouveaux et dynamiques, de nouvelles enseignes et de nouveaux concepts, mais aussi d'évincer des commerçants moins performants ou...faut-il le dire, des modes de distribution moins adaptées aux projets urbains préalables.

III.4.a.ii. - En premier lieu, se pose la question de savoir si **la commune dispose des moyens techniques et juridiques** permettant d'apprécier la nécessité de préemption et comment elle peut gérer de tels biens sans se heurter à sa propre nature de collectivité territoriale.

Tout d'abord, je rappellerai qu'il m'a été donné de soutenir que le droit de préemption sur les immeubles devrait permettre une première avancée en autorisant **la division volumétrique détachant ainsi les rez-de-chaussée de l'autre partie de l'immeuble généralement destinée à l'habitation** ; il convient

d'ailleurs **d'éviter de maintenir les entresols ou premier étage dans un état de réserve accessoire conduisant à un délabrement de cette partie de l'immeuble.**

Les immeubles préemptés ou **volumes** (il s'agirait nécessairement de volumes et non plus de lots) devant alors être **remis en gestion à un organisme agréé** ayant pour vocation de faire fructifier aux mieux des intérêts commerciaux de la collectivité, le volume commercial. Rien n'interdit de penser que cet organisme puisse être de droit privé et faire partie des sociétés de gestion de centres commerciaux, lesquelles appelées sur candidatures apporteraient aux collectivités un savoir faire qui leur fait défaut ainsi que la qualité de leur relation avec les enseignes susceptibles de venir s'installer. Une analyse préalable ayant été faite dans le cadre de la définition du périmètre de droit de préemption.

Par ailleurs, les **fonds de commerces préemptés pourraient être gérés par cette même structure** qui, disposant d'une compétence en cette matière pourrait assurer la commercialisation pour une nouvelle activité.

Nous savons aujourd'hui que le droit de préemption des fonds de commerce est critiqué en ce qu'il porte une atteinte évidente au droit du propriétaire auquel on peut difficilement imposer une modification du contrat de bail. Cependant, cette difficulté pourrait être résolue si le propriétaire ayant refusé un nouveau locataire, la **collectivité pouvait exproprier** ce même propriétaire la solution rejoignant alors le droit de préemption sur les immeubles (et sur les terrains selon la loi LME).

III.4.a.iii. - En second lieu, la modération du loyer commercial ne pourrait être mise en place que si, comme en matière de logement, **la collectivité avait la maîtrise des droits immobiliers**, la loi de 1948 ayant eu pour conséquence une dévalorisation considérable des immeubles loués, les propriétaires n'ayant pas les moyens d'en assurer la charge au regard de la faiblesse de l'évolution des loyers.

Veillez agréer, Monsieur le Député, l'expression de mes sentiments déférents.

Pierre LÉTANG

Avocat

20 février 2009

INTEGRATION DE L'URBANISME COMMERCIAL

DANS L'URBANISME GENERAL, Proposition de réforme législative de M. Charié

OBSERVATIONS DE LA CCIP

Lors d'une réunion de son Comité de Mission du 27 janvier 2009, M. le Député Charié a présenté les principales lignes de la réforme législative visant à intégrer l'urbanisme commercial dans l'urbanisme général.

En tant que membre du Comité de Mission, la CCIP l'a examinée en détail et formule les observations suivantes :

I - Sur les principes fondamentaux de la réforme

1) Proposition de réforme

Les orientations et les règles des documents d'urbanisme spécifiques aux activités commerciales s'imposeront directement ou indirectement aux permis de construire.

Elles ne pourront avoir pour objet de restreindre le développement d'acteurs ou de concurrents nouveaux ou anciens. Elles seront fondées sur l'intérêt général et seront applicables à des secteurs limités.

Il n'y aura pas de « zonage » commercial obligatoire mais des orientations et conditions à respecter. Le SCOT prévoira toutefois, à titre indicatif, au moins une zone possible pour les implantations de niveaux 3 et 4.

Le permis de construire ne pourra être refusé en l'absence d'équipements ou de structures publics. Les volets commerce pourront prévoir des cofinancements privés, mais la collectivité territoriale en restera le maître d'ouvrage.

Pour l'application de ces dispositions, « l'activité commerciale » désignera toute activité publique ou privée, commerciale, artisanale ou de service ouvert au public et leurs stades de grossistes.

2) Observations de la CCIP

- a) *Avant tout, il est essentiel que la nouvelle réglementation ne puisse encourir les reproches communautaires, liés à l'atteinte à la **liberté d'établissement** non justifiée par des raisons impérieuses d'intérêt général. L'affirmation solennelle d'un principe de non-discrimination à l'égard de nouveaux entrants est donc fondamentale.*

Cela étant, plus concrètement, devront être écartées de toutes les dispositions légales et réglementaires des notions comme la zone de chalandise, qui font trop référence à des critères économiques et concurrentiels interdits par la Directive Services.

- b) **Quant à la définition proposée de « l'activité commerciale », elle mériterait d'être affinée.** *S'agissant du commerce de détail, on pourrait s'inspirer ici de la définition issue de la circulaire du 16 janvier 1997. L'activité commerciale par des personnes publiques ou privées viserait la vente de marchandises à des consommateurs pour un usage domestique. Serait ensuite visée l'activité artisanale. Puis, concernant le commerce de gros, il devrait être précisé qu'il inclut également les marchés d'intérêt national. Les volets commerce des documents d'urbanisme seraient alors mieux à même de réguler l'ensemble de ces composantes.*
- c) **L'opposabilité des volets commerce est une préconisation constante de la CCIP, car c'est le seul moyen pour en garantir l'efficacité et le respect par tous les acteurs. Rendre le SCOT directement opposable au permis de construire pour les projets de très grande ampleur (niveaux 3 et 4) serait également une mesure pertinente.**

Quant à l'articulation juridique des documents, il conviendrait, comme c'est le cas actuellement dans le Code de l'urbanisme, de **distinguer entre compatibilité et conformité**. La compatibilité vise les documents à portée générale : le PLU avec le SCOT, le SCOT avec le Document d'Aménagement Commercial départemental ou interdépartemental. La conformité vise les autorisations individuelles : le permis de construire (ou la déclaration préalable) avec le PLU ou directement avec le SCOT pour certains projets.

II - Sur les catégories de projets

1) Proposition de réforme

Pour la délivrance des permis de construire et la rédaction des documents d'urbanisme, les activités commerciales seront classées selon des niveaux d'envergure et non selon des seuils de surface de vente :

1^{er} niveau : magasins de commerce, d'artisanat et de services répondant aux besoins quotidiens des consommateurs, situés pour eux à courte distance, dans les zones rurales, les petites ou moyennes communes, les quartiers des agglomérations. Les règles d'urbanisme y faciliteront la diversité des formes et formats, pour une attractivité locale ;

2^{ème} niveau : points de vente au public de biens de consommation courante, de fréquentation hebdomadaire, dans les villes moyennes, les rues ou les places commerciales de grandes villes. Il s'agit de tous les commerces de centre-ville, des centres commerciaux, des supermarchés et hypermarchés d'agglomération ;

3^{ème} niveau : établissements d'envergure départementale rayonnant sur au moins deux agglomérations ou villes, les grossistes et les plates-formes interentreprises ;

4^{ème} niveau : établissements d'envergure interdépartementale, régionale ou interrégionale, nécessitant une coordination entre plusieurs départements.

Les frontières seront déterminées avec souplesse, compte tenu du niveau d'attraction, le passage d'un niveau à un autre nécessitera un permis de construire. Le Comité national de déploiement de la réforme ou le juge réglera les incertitudes ou conflits.

2) Observations de la CCIP

La CCIP considère que cette distinction par projets est novatrice et permettrait d'éviter les écueils des effets de seuils de surfaces de vente. Mais il conviendrait de mentionner dans la loi que la délimitation des différents niveaux repose sur des **considérations d'aménagement du territoire, de développement durable, de qualité de l'urbanisme et de satisfaction des besoins essentiels des populations**, afin de s'inscrire dans la notion d'intérêt général défini par la Commission européenne et d'écarter tout reproche communautaire lié à l'application de critères économiques et concurrentiels.

Un tel dispositif suppose un « arbitre », car les questions de frontière surgiront inéluctablement. La saisine du juge devrait être le dernier recours ; le juge administratif des référés pourrait d'ailleurs être chargé de ces questions de répartition entre niveaux pour éviter trop de lourdeur juridictionnelle. Tous les acteurs ont intérêt à un arbitrage rapide.

Selon la CCIP, le Comité national pourrait se prononcer sur les cas les plus délicats (niveaux 3 et 4) ; pour les autres, le préfet de département ou le préfet de région pourrait tenir ce rôle. En cas de désaccord fondamental, les parties pourraient alors saisir le juge des référés.

III - Sur la création de commissions de l'urbanisme commercial

1) Proposition de réforme

Le préfet de région instituera par département ou groupes de départements une Commission de

l'urbanisme commercial ; lorsque les départements concernés seront situés sur plusieurs régions, un arrêté conjoint des préfets de région correspondants sera nécessaire.

Sa composition sera tripartite :

- élus locaux : région, départements, intercommunalités, chefs-lieux de canton, petites communes ;
- acteurs économiques et consommateurs : chambres consulaires, unions commerciales, organisations professionnelles, associations de consommateurs ;
- experts techniques : urbanistes, architectes dont l'Architecte des Bâtiments de France (ABF), administrations concernées.

La présidence ne sera pas assurée par le préfet -dans un souci d'indépendance- mais par un représentant des élus locaux. Mais elle assurera le secrétariat de la Commission et l'organisation de la consultation du collège des élus-locaux, seuls ceux-ci ayant le droit de vote.

La Commission arrêtera son règlement intérieur à partir d'un guide national.

2) Observations de la CCIP

La création d'une commission représentative des acteurs concernés par l'élaboration d'une Documentation d'Aménagement Commercial s'imposant aux SCOT, aux PLU et aux permis de construire est une **avancée majeure** et les CCI y prendront pleinement leur part.

Sur le périmètre d'intervention en Ile-de-France, cette Commission devra englober les huit départements franciliens, afin que la cohérence des régulations par les documents d'urbanisme locaux soient assurée à travers des orientations régionales.

La présence de l'ABF est également à souligner, car plus il est associé en amont des projets, plus les procédures d'autorisation en sont facilitées.

IV - Sur l'élaboration par les Commissions de Documents d'Aménagement Commercial (DAC)

1) Proposition de réforme

A partir d'un guide national, l'élaboration du DAC se fera par étapes :

- la Commission soumettra des alternatives,
- le collège des élus le votera à la majorité, avec une voix par tranche de 3500 habitants,
- le préfet contrôlera la compatibilité avec les départements limitrophes,
- le préfet l'approuvera et le publiera,
- il assurera sa prise en compte par les SCOT et PLU.

Le DAC sera approuvé pour six ans, durée correspondant aux mandats locaux. Après chaque élection municipale générale, sur demande d'au moins un quart du collège

des élus sollicité systématiquement par le préfet de région, des orientations pourront être réétudiées.

A partir de la publication de la loi ou après chaque révision, la Commission aura un délai maximum fixé par décret (six mois, prorogeable de deux mois ?) pour faire valider le DAC par le collège des élus ; si celui-ci n'y parvient pas, des procédures de substitution seront ouvertes au préfet de région.

Chaque Commission disposera des moyens suivants :

- un guide cadre d'élaboration du DAC établi par le Comité de déploiement et disponible en version numérique ;
- un outil informatique national comportant :
- un centre de ressources (données sur le commerce, cartographie, locaux vacants...);
- un forum de discussion entre les membres et un dispositif d'élaboration des orientations ;
- un système de vote destiné au collège des élus.
- Cet outil devra être opérationnel au 1^{er} janvier 2010 ; l'année 2009 verra la désignation d'un maître d'ouvrage (Minefe ?) et le lancement d'un appel d'offres.

2) Observations de la CCIP

a) *Sur l'élaboration du DAC, les chambres consulaires et les acteurs du commerce sont réellement reconnus comme des forces de proposition.*

La création d'un outil informatique dédié à la conception et au vote est également très positive. Le centre de ressources qu'il comportera pourra d'ailleurs s'appuyer sur les travaux des Observatoires Départementaux d'Aménagement Commercial (ODAC) et en Ile-de-France sur l'Observatoire régional, issus de la loi de modernisation de l'économie. Les CCI disposent déjà d'outils d'observation et de bases de données performants : outre Urbanicom au niveau national, au niveau local, les chambres ont développé des systèmes adaptés à leur territoire, par exemple TERRitem à la CCIP qui a déjà été utilisé comme outil de consolidation de l'offre commerciale des huit départements franciliens, dans le cadre des travaux du précédent Observatoire d'Équipement Commercial d'Ile-de-France (OECIF).

b) *Sur l'adoption du document, il conviendrait de préciser que tout vote électronique devra être garanti par des systèmes fiables de sécurité ; de même pour la confidentialité des discussions entre les membres de la Commission.*

Par ailleurs, se pose la **question de la soumission préalable à enquête publique** du DAC. En effet, depuis la loi SRU du 13 décembre 2000, le principe est que tout document opposable aux tiers doit être mis à l'enquête. Certes, ici l'opposabilité du DAC est indirecte puisqu'elle a lieu via les SCOT et les PLU, mais la réponse n'est pas évidente et mérite d'être approfondie.

c) *Sur la durée de validité de six ans, elle permettrait une stabilité des règles et concourt à la sécurité juridique des opérateurs. A défaut, le risque serait que les modifications successives du DAC entraîne*

en cascade celles des SCOT et PLU, semant la confusion dans la délivrance des permis de construire.

Toutefois, ce délai de six ans - long dans un secteur aussi évolutif que le commerce - ne devrait pas avoir pour effet de maintenir des orientations que ne correspondraient plus aux besoins des territoires et, de par leur caractère obsolète, bloqueraient tout projet d'évolution. Une procédure de **modification ponctuelle** pourrait être opportunément prévue avec un encadrement pour éviter les excès : demande par un quart des membres du collège des élus, limitation à deux modifications dans la période de six ans.

d) *Sur la prise en compte dans les SCOT et les PLU, il est essentiel d'instaurer une procédure comminatoire sous l'égide du préfet si on veut assurer l'efficacité et la crédibilité du Document d'Aménagement Commercial. Il s'agirait ici de s'inspirer des mesures existant dans le Code de l'urbanisme en matière de projet d'intérêt général (article R 121-3). Le préfet de région mettrait en demeure la commune ou l'intercommunalité d'adapter le SCOT et le PLU, dans un délai maximum fixé par la loi (par exemple, huit mois), faute de quoi, il y procéderait d'office.*

e) *Sur la période transitoire, il est indispensable d'inscrire dans la loi un délai d'élaboration des DAC. Compte tenu de la nouveauté de la démarche et du lourd travail à réaliser en Commission tripartite, un délai de six mois paraît court, un an serait plus réaliste, et 18 mois pour l'Ile-de-France.*

V – Sur le contenu des Documents d'Aménagement Commercial et des volets commerce des documents d'urbanisme locaux

1) Document d'Aménagement Commercial a) Proposition de réforme

Le DAC adaptera aux spécificités locales la nature des activités commerciales des quatre niveaux. Dans le respect des objectifs de développement durable, d'aménagement du territoire et de libre concurrence, il prendra en considération sur le territoire concerné :

- l'offre et la demande globales pour chaque niveau dans chaque secteur géographique ;
- l'impact local des activités commerciales des niveaux 2, 3 et 4 sur les flux de véhicules ;
- les projets de desserte en transport et l'accueil pour le chargement et le déchargement des marchandises.

Il déterminera des orientations destinées :

- à obtenir une répartition équilibrée des équipements des niveaux 3 et 4, tout en prenant en compte leurs impacts sur les équipements structurants ;
- au maintien et au développement des activités commerciales de niveau 1 dans les zones rurales, certaines petites villes et quartiers d'agglomération ;

- à la vitalité des activités commerciales en cœur de ville ;
- à assurer une complémentarité et mixité sur un même lieu des activités commerciales, de l'habitat, de l'emploi, des services publics ;
- à valoriser ou protéger des spécificités et identités locales.

Pour sa mise en œuvre, le DAC pourra fixer des orientations de solidarité et de péréquation d'activité. Plus concrètement, les orientations porteront sur divers domaines, notamment :

- l'architecture faisant valoir les identités locales selon les secteurs (entrées de ville, cœurs de ville...);
- les considérations environnementales : insertion dans le site, labels HQE, performances énergétiques, gestion des déchets, énergies renouvelables...;
- les surfaces logistiques et d'approvisionnement ;
- la priorité d'implantation en cœur de ville (un permis de construire ne sera accordé en périphérie que si le demandeur démontre l'impossibilité d'une installation au centre, sur une friche ou dans une zone déjà urbanisée) ou en zone de développement ;
- l'attractivité commerciale par des pôles de diversité ou de monoactivité, sur des lieux limités et sans porter atteinte à la libre concurrence ;
- la coordination avec les autres fonctions de la ville : centres commerciaux en centre-ville, commerces en pied d'immeuble ou en étage ; sécurité, entretien et actions collectives contre les nuisances, lien avec les lieux de travail, d'habitation, de loisirs... ;
- l'accessibilité et la mobilité, en liaison avec les plans de déplacements urbains (stationnement, livraisons...), l'accueil des salariés, de la clientèle d'affaires... ;
- les espaces à réserver à des magasins à loyer modéré, dans le cadre d'une opération menée par une collectivité, une SEM, à travers une inscription dans le SCOT et le PLU, ou une servitude spéciale soumise à indemnisation ;
- la participation obligatoire des commerçants à certaines actions collectives pour assurer leur faisabilité (par exemple, des plates-formes de logistique urbaine).

2) Observations de la CCIP

D'une part, il conviendrait de préciser dans la loi que le DAC doit répondre à des **motifs d'intérêt général** tel que cerné par la Commission européenne : aménagement du territoire, développement durable, qualité de l'urbanisme, satisfaction des besoins essentiels des populations.

Des règles restrictives d'implantation commerciale devraient se justifier par ces raisons d'intérêt général, couvrir des zones très limitées et être rédigées en termes de priorité et non d'interdiction.

La CCIP considère qu'il est préférable de prévoir des localisations préférentielles ou prioritaires, plutôt que des « zonages » rigides, qui bien que circonscrits peuvent

être interprétés comme attentatoires à la liberté d'entreprendre et à la liberté d'établissement.

Ainsi, la simple mention de la libre concurrence ne saurait suffire. De plus, la référence à l'offre et à la demande globale n'est pas opportune, car elle fait trop appel à des critères économiques et concurrentiels interdits par la Directive Services.

D'autre part, **sur le détail des orientations susceptibles d'être incluses dans le DAC**, plusieurs remarques peuvent être formulées :

- la répartition équilibrée des équipements commerciaux de grande envergure doit viser des impératifs d'intérêt général définis ci-dessus ;
- la qualité architecturale et la **mixité urbaine** sont à faire valoir. Il serait opportun de mettre davantage en évidence le souci de renouvellement urbain et l'optimisation de l'espace déjà organisé : les DAC devraient systématiquement comporter des mesures en ce sens, notamment sur l'installation d'activités en pied d'immeuble mais aussi en étages ;
- la **diversité commerciale ou la monoactivité** devraient être prévues en terme de **priorité dans tel ou tel secteur précis**, afin qu'elles ne puissent être perçues comme des atteintes à la liberté d'établissement ou à la liberté d'entreprendre ;
- quant aux **exigences environnementales** (labels HQE, performances énergétiques...), elles devraient être **réservées aux projets de niveaux 3 et 4, dans certains sites plus sensibles à ceux de niveau 2 ; mais en aucun cas à ceux de niveau 1**, car aucun commerçant ou artisan ne pourrait en supporter le coût, ce qui entraînerait des distorsions que la loi veut justement éviter ;
- quant à la **participation obligatoire de tous les commerçants à certaines actions collectives** (par exemple, des plate-formes de livraisons), l'idée est séduisante mais suscite des **interrogations**. D'abord, si elle implique l'adhésion systématique à une union commerciale, la liberté constitutionnelle d'association n'est-elle pas remise en cause ? Quid si le commerçant est insolvable et ne peut acquitter sa contribution ? Le contraindre serait alors vain, la seule solution étant de lui retirer le bénéfice de la mesure collective ;
- **sur les magasins à loyer modéré**, la CCIP tient à souligner l'intérêt de cette proposition novatrice. Celle-ci pourrait être mise en œuvre en cœur de ville, mais aussi dans certains centres commerciaux, afin d'y permettre l'installation de commerçants indépendants et de petites entreprises, un pourcentage d'emplacements leur étant réservés. La définition des zones de centralité ou quartiers concernés dans les SCOT et PLU pourrait se faire à l'appui des périmètres de préemption commerciale qui mettent en évidence les *problèmes de diversité des offres de commerce, et ce, en cohérence avec le DAC.*

Bien évidemment, cette mesure risque d'être très coûteuse pour la collectivité locale l'instaurant. Il faut inciter à des portages financiers avec des promoteurs privés lorsqu'une telle démarche s'inscrit dans une opération de restructuration ou de requalification

urbaine (certaines opérations de l'ANRU et l'EPARECA devraient être de premiers tests).

La voie partenariale avec tous les acteurs publics et privés (propriétaires, bailleurs, gestionnaires de centres, unions commerciales, chambres consulaires, représentants professionnels...) est essentielle.

2 Volet commerce des SCOT et PLU

a) Proposition de réforme

Les SCOT préciseront les objectifs et conditions de localisation et d'évolution des activités commerciales, afin de répondre aux exigences de l'aménagement du territoire et de diversité commerciale, de la protection de l'environnement et de la qualité de l'urbanisme, à la modernisation des équipements commerciaux, à leur adaptation à l'évolution des modes de consommation et des techniques de commercialisation, au confort d'achat du consommateur et à l'amélioration des conditions de travail des salariés.

Ils délimiteront :

- les secteurs, notamment de cœur de ville, où les implantations commerciales ne sont pas réglementées par le SCOT ;
- les secteurs où les implantations ou transformations des activités commerciales des niveaux 2, 3 et 4 sont autorisées, sous réserve du respect des conditions qu'ils fixent, notamment en ce qui concerne l'existence de transports collectifs ou les normes environnementales.

Ils pourront, par secteur, définir des normes de qualité urbaine et paysagère applicables en l'absence de PLU.

Le volet commerce pourra être approuvé et mis en vigueur par anticipation, avant l'adoption de l'ensemble du SCOT.

Dans les deux mois de sa transmission, le préfet s'opposera à l'entrée en vigueur d'un SCOT :

- incompatible avec les autres SCOT ou projets de SCOT de départements voisins ;
- portant atteinte à la liberté d'activité commerciale hors de proportion avec les exigences d'aménagement du territoire et de protection de l'environnement ou avec l'objectif de maintien de la diversité commerciale.

Le SCOT ne pourra devenir applicable qu'après que l'intercommunalité aura apporté les corrections ainsi requises.

b) Observations de la CCIP

*En premier lieu, sur les objectifs des SCOT, il s'agirait de mentionner expressément qu'ils sont définis en **compatibilité avec le Document d'Aménagement Commercial**.*

En deuxième lieu, la clef de répartition des règles fixées par le SCOT et le PLU n'apparaît pas clairement. Plusieurs précisions seraient à apporter :

les cas d'opposabilité directe du SCOT aux permis de construire, selon la CCIP, pour les projets de niveaux, 3 et 4 ;

les règles précises d'urbanisme « au quotidien » pour les niveaux 1 et 2 : les coefficients d'occupation du sol, plus ou moins élevés selon les niveaux de projets, les ratios d'aires de stationnement ou de livraisons, devraient relever du PLU, en cohérence avec les localisations préférentielles ou prioritaires visées par le SCOT et le DAC ; de même, pour les restrictions aux changements de destination du commerce vers une autre activité qui devraient être bien localisées et proportionnelles à la taille de la commune ou de l'intercommunalité.

La loi devrait, en outre, préciser qu'en l'absence de SCOT intercommunal (par exemple à Paris), le volet commerce du PLU intègre les dispositions normalement contenues dans celui du SCOT.

En troisième lieu, la CCIP soutient fermement deux mesures :

- **l'entrée en vigueur anticipée du volet commerce du SCOT, qui pourrait être étendue à celui du PLU ;**
- **l'inapplication d'un SCOT incompatible avec les objectifs de diversité commerciale du Document d'Aménagement Commercial. Un dispositif suspensif similaire devrait être prévu pour le volet commerce du PLU.**

En dernier lieu, la CCIP réitère ses demandes quand à la réelle prise en compte des interventions des personnes publiques associées (dont font partie les chambres consulaires) dans les procédures d'élaboration des SCOT et PLU :

- *obligation pour la collectivité locale de préciser à ces personnes publiques les raisons pour lesquelles leurs propositions n'ont pas été retenues ;*
- *les associer aux procédures de modification des documents ;*
- *les associer obligatoirement aux instances de suivi et d'évaluation.*

VI – Sur les autorisations de construire

1) Proposition de réforme

Un permis de construire sera nécessaire pour tous travaux dans un bâtiment destinés à créer, élargir ou modifier une activité commerciale.

2) Observations de la CCIP

A l'instar des dispositions actuelles du Code de l'urbanisme relatives aux changements de destination (articles R 421-14 à 17), il conviendrait de **distinguer entre permis de construire et déclaration préalable**.

La procédure, lourde, de permis de construire ne serait applicable qu'en cas de travaux ayant pour effet de modifier les structures porteuses ou la façade du bâtiment (par exemple, création d'ouvertures extérieures pour de nouvelles vitrines).

Pour les autres travaux ou en cas de réaménagement ou redistribution d'espaces intérieurs sans travaux, une déclaration préalable serait requise avec un délai

d'opposition tel que régi par le Code de l'urbanisme (en principe un mois, sous réserve de prorogation d'un mois supplémentaire dans les cas limitativement énumérés).

VII – Sur les opérations collectives immobilières et foncières

1) Proposition de réforme

Pour des opérations collectives immobilières et foncières proposées ou accompagnées par une collectivité territoriale sur un ensemble d'activités commerciales indépendantes les unes des autres, envisagées dans un périmètre géographique strictement limité, l'idée serait que si 75 % des propriétaires ou locataires sont d'accord, la décision de mener l'opération s'impose à tous.

L'opération pourrait être confiée à une SEM locale, une association foncière, un partenaire privé, qui acquerrait, y compris à l'aide du droit de préemption de la collectivité, une partie des locaux commerciaux et du foncier. Les biens seraient ensuite revendus après travaux. S'il s'agit d'une société dont le capital serait constitué par l'apport de chaque point de vente, chaque apporteur récupérerait alors sa part sous forme d'un nouveau point de vente.

2 Observations de la CCIP

Un tel dispositif pose des questions fondamentales en termes de droit de propriété, y compris la propriété commerciale, et cela même s'il peut être efficace pour des opérations lourdes de restructuration d'espaces commerciaux composés d'entités indépendantes non structurées et où le refus d'un seul remet tout en cause. Il s'agit, en effet, d'opérations foncières et immobilières d'envergure, et non de simples actions collectives limitées, comme évoquées précédemment.

Actuellement, il existe dans le Code de l'urbanisme (articles L. 322-1 et suivants issus de l'ordonnance du 1^{er} juillet 2004) le statut des Associations Foncières Urbaines (AFU) qui permettent la réalisation de travaux de construction, d'entretien ou d'équipement d'intérêt collectif touchant plusieurs propriétaires. Les AFU libres supposent leur consentement unanime et sont déclarées en préfecture ; les AFU autorisées sont de véritables établissements publics administratifs créés par le préfet après enquête publique et qui supposent l'accord de la majorité qualifiée, les autres propriétaires étant contraints d'obtempérer sauf à mettre en œuvre leur droit de délaissement. Dans certaines AFU libres, comme celles dans les lotissements, l'adhésion des propriétaires est systématique de par la signature de l'acte de vente, qui traduit leur consentement.

Il existe donc déjà des structures à adhésion « obligatoire », mais elles restent exceptionnelles. Rien n'empêche au demeurant d'y recourir pour le commerce, sachant que la liberté d'entreprendre ne saurait être entravée sans motifs pertinents d'intérêt général.

De surcroît, en cas de projets commerciaux, la loi devra viser les **propriétaires et les exploitants**, le terme

locataire étant ici peu adapté. Surtout, si une majorité de 75 % semble pertinente, **les 25 % restants devront obtenir des garanties de la part de la collectivité** : droit de délaissement (au prix du marché), notamment.

En outre, **les compensations déjà prévues dans le Code de l'urbanisme** (articles L 314-1 et s.) **spécifiquement pour les commerçants touchés par une opération d'aménagement devraient être étendues aux opérations visées par la proposition de réforme** (relogement provisoire ou définitif, indemnité d'éviction, droit de priorité d'acquisition d'un local similaire, exonérations totales ou partielles de loyers...), tout cela pris en charge par la collectivité.

Compte tenu de l'atteinte à la propriété privée et commerciale, la CCIP considère que les questions à traiter sont trop délicates pour l'être au titre de la réforme de l'urbanisme commercial. Il faudrait d'abord examiner si le cadre législatif existant dans le code de l'urbanisme n'est pas suffisant avant de s'engager dans la création d'un nouveau dispositif.

VIII – Sur la création d'une Commission de recours pour les permis de construire des activités de niveaux 3 et 4

1) Proposition de réforme

Une Commission nationale sera compétente pour statuer sur les recours formés à l'encontre des permis de construire des projets de niveau 3 ou 4. Il s'agit d'éviter de bloquer par des recours juridictionnels dilatoires et à l'issue longue, des projets de grande envergure.

Elle sera présidée par un membre du Conseil d'Etat et composée de 9 membres :

- deux issus des tribunaux administratifs ;
- deux issus des cours administratives ;
- un désigné par le ministre chargé du commerce parmi les membres de l'Inspection générale des finances ou de la Cour des Comptes ;
- un désigné par le ministre chargé de l'urbanisme parmi les membres de l'Inspection générale de l'équipement ;
- trois personnalités qualifiées en matière de consommation, de développement durable et d'aménagement du territoire.

En cas de partage égal des voix, celle du président sera prépondérante.

La saisine interviendra dans un délai de deux mois de la délivrance du permis, la Commission statuera dans un délai d'un mois. Ses décisions, motivées, seront susceptibles d'un pourvoi devant le Conseil d'Etat.

2 Observations de la CCIP

Selon la CCIP, la sanction de mise en œuvre de projets commerciaux non autorisée doit être ferme. Issue d'une de ces propositions récurrentes, elle considère que le système d'astreintes administratives prévu par la loi de modernisation de l'économie est plus efficace que la

voie pénale et devrait être maintenu par la réforme. Il consiste en la mise en demeure de l'exploitant par le préfet, à défaut de régularisation, en la fermeture de l'établissement ou la mise en conformité dans un délai précis, assortie d'une astreinte par jour de retard. **Quant aux recours abusifs, elle estime que leur sanction doit rester du domaine du juge administratif.**

En effet, la CCIP est très réticente à conserver une instance, largement inspirée de l'actuelle CNAC et à l'ériger en juridiction ; la réforme ayant pour but d'abroger la législation antérieure, autant y procéder radicalement afin d'écartier les risques de confusion.

Cela étant, si cette Commission nationale de recours devait être mise en place, la CCIP prend acte qu'elle ne concernera que les projets de grande envergure de niveau 3 ou 4 et formule alors les propositions suivantes :

- **sur la composition de la Commission, les magistrats devraient représenter la majorité des 9 membres (5 sur 9) ;**
- **sur les délais, la saisine devrait être enfermée dans un délai d'un mois (les recours dilatoires seraient ainsi découragés), mais le délai pour statuer devrait être porté à trois mois, car il s'agit de projets complexes ;**
- **la loi devrait prévoir la suspension automatique du permis jusqu'à la décision de la Commission ;**
- **ces dispositions dérogatoires au droit commun, inscrites dans le Code de l'urbanisme, devraient être reproduites dans le Code de justice administrative.**

IX – Sur le Comité de déploiement de la réforme

1 Proposition de réforme

Pour faciliter et impulser la mise en œuvre de la réforme, donner des avis sur la conformité ou l'orientation des applications locales et développer les actions nationales nécessaires, il sera créé un Comité national de déploiement pour une durée de trois ans, éventuellement renouvelable une fois.

Il sera installé par le Premier ministre avec les ministres concernés. Ses missions seront de :

- centraliser et diffuser les bonnes pratiques ;
- former des équipes pour aider au niveau local à l'élaboration des volets commerce des documents d'urbanisme ;

- rendre des avis sur l'interprétation et l'application de la loi et de ses textes de mise en œuvre, sur les incertitudes ou conflits liés à la classification des niveaux d'envergure et sur les pratiques des acteurs économiques du commerce ;
- donner un avis sur l'organisation territoriale des projets de niveau 4 ;
- formuler des recommandations et assurer des missions de médiation en cas de désaccord entre les acteurs ;
- élaborer et diffuser un guide de mise en œuvre de la loi ;
- piloter, coordonner et faciliter la réalisation des programmes nationaux d'actions locales.

Il sera composé d'un Bureau permanent de 12 membres dont :

- un président ;
- deux vice-présidents ;
- un titulaire du corps préfectoral ;
- une personne désignée par le Président de l'Association des Maires de France ;
- une personne désignée par chaque réseau consulaire : ACFCI, APCM, APCA ;
- une personne désignée par le Minefe ;
- une par le MEEDDAT.

Outre un secrétaire général, le Bureau associera des experts. Des locaux et un budget lui seront dédiés. Des fonctionnaires participeront à son fonctionnement et assureront les déplacements dans les territoires. Il sera installé parallèlement à l'engagement de l'examen parlementaire de la future loi.

Au terme des trois ans, il pourrait être converti en « agence nationale d'aménagement territorial des commerces ».

2 Observations de la CCIP

Une telle instance de coordination et d'arbitrage est indispensable à la réussite de la réforme. Sur la composition, les deux vice-présidents devraient pris dans les onze autres, et outre l'AMF, l'Association des Départements et l'Association des Régions de France devraient figurer.

Comme elle l'a fait pour le Comité de Mission, la CCIP est prête à y prendre une part active.

SOMMAIRE DETAILLE :

1 Enjeux	3
Objectifs de la mission :	7
Objectifs	9
Pas de cité sans commerce, Pas de vitalité sans Interet général	9
Avec le commerce mieux vivre ensemble	
Depuis 1973 nos résultats sont décevants !	11
la loi royer n'a pas atteint ses objectifs :	11
Les pratiques déloyales se sont développées.	11
Nous proposons des changements radicaux d'état d'esprit, de méthodes et de moyens	11
Les chiffres et faits nous dépassent :	11
Si eux le font, c'est donc possible !	12
C'est plus rentable en périphérie et pourtant les loyers sont plus chers en ville.	12
L'exemple du Grand Lyon	12
Le centre commercial de Vaulx en Velin – le grand vire	13
Hier, aujourd'hui, demain... : l'incroyable vitalité !	13
Ce qui était inimaginable hier est devenu indispensable aujourd'hui.	13
Pas de commerce sans clients.	14
L'attractivité se travaille.	14
Concurrencer n'est pas éliminer.	15
Tous les compétents doivent pouvoir concourir.	15
Concurrence : c'est entre tous les concurrents. Ne pas en oublier	15
Oui aux règles de libre concurrence. Non aux règles contre des formes ou tailles de concurrents.	16
C'était la zone, c'est devenu la référence car ils ont soigné la qualité	16
Les opérateurs du privé, eux, y parviennent !	16
« Coûte que coûte » et pouvoir d'achat ?	17
Comprenons les commerçants	18
Endettement, charges, rentabilité, réalités économiques...	18

Conjuguer la croissance économique et sociale	19
Séparer les 3 lois, de la concurrence, de l'urbanisme, du marché.	19
Dans un monde de plus en plus complexe aléatoire et instable	20
S'adapter et réagir.	20
Agir ensemble.	20
Penser autrement.	20
Redonner priorité à l'intérêt général	21
L'accord d'une seule commune peut « torpiller » toute la cohérence territoriale.	21
Nous consommons beaucoup trop d'espaces ruraux :	21
Nos entrées de villes sont défigurées.	22
Nous avons confondus « Proximité » et « Tout sous le même toit »	22
Pour protéger le commerce de centre ville, nous avons envoyé les clients à l'extérieur	22
Nous avons confondu urbanisme commercial et pratiques déloyales.	22
Nous acceptons de nouveaux m ² injustifiés pour alléger le budget de la commune !	22
Imposer l'autorité politique et les actions collectives.	23
Il appartient au monde politique de fixer les priorités :	23
Valoriser, identifier le destin de nos territoires.	23
Penser l'aménagement par niveau d'envergure, et non plus par m ² .	23
Dépasser les frontières administratives des communes et départements.	24
Imposer le respect des règles de libre mais loyale concurrence.	24
Cultiver l'audace et le sens du risque. Les autres nations ne nous attendent pas.	24
L'urbanisme c'est pour « vivre ensemble ».	24
Afficher les objectifs de l'intérêt général.	26
Aménagement et coordination du TERRITOIRE.	26
Protection des consommateurs.	26
Environnement durable et protection de l'environnement.	26
Affichage des identités locales	26
Accessibilité, fluidité, sécurité...	26
Remettre l'homme au cœur de l'économie de marché	27
Porte folio d'illustrations :	28

En résumé, nos objectifs :	34
Stopper les dérives sur l'urbanisme	34
Remettre le commerce au cœur de nos cités.	34
Assurer la vitalité du commerce, de la concurrence.	34
Faire évoluer des cultures et mentalités.	34
Revenir à la bonne répartition des rôles.	34
Bon accueil des acteurs politiques et économiques :	36
Quelques unes des personnes rencontrées pendant la mission	36
Si plusieurs points restent à travailler, partout l'accueil est très positif.	46
Pour les élus il est effectivement urgent de gérer ensemble autrement.	46
Les maires veulent décider seuls et faire respecter leur décisions.	46
Les acteurs économiques au début inquiets sont devenus demandeurs.	47
Pas de divergence avec la CEE	47
Soutien affirmé du gouvernement.	47
ces propositions dégagent une véritable cohérence	48
Il reste aussi de nombreux freins	48
Nous allons développer cette dynamique, c'est dans l'intérêt général.	49
Que les grincheux nous regardent dénigrent ou jaquassent.	50
Que les entrepreneurs du progrès, de l'audace du courage les saluent avec respect	50
Deuxieme partie	52

PROGRAMMES D' ACTIONS LOCALES

Porte folio 2	53
Conceptualiser et mutualiser pour rendre possible.	60
Créer des croissances. Délivrer des possibles. aider les collectivités locales.	
dégager des solidarités de projet.	60
un maitre d'ouvrage-pilote pour chaque programme.	61
avec Des copilotes experts et partenaires.	62
Le comité de déploiement peut fixer des orientations a chaque programme :	62
Chaque groupe de travail identifie les conditions de réussite de son programme :	63
Dès leur conceptualisation ou avant si souhaitable, appel d'offres aux collectivisés.	63
Le but des programmes est de rendre « autofinancé » chaque action locale :	64

accompagnement national pour accélérer et alléger les procédures
administratives ou collectives locales : _____ 64

Présentation succincte de chaque programme : _____ 66

1) 200 cœurs de ville moyenne : _____ 66

2) 200 entrées de ville _____ 66

3) 200 Centres de Distribution Urbaine : _____ 67

4) 500 unités de magasins à loyers modérés : _____ 67

Trois catégories de bénéficiaires : _____ 68

Dès règles seront fixées : _____ 68

Plusieurs possibilités de mise en œuvre : _____ 69

5) 300 pôles quartiers de proximité: _____ 69

6) 500 places commerciales de centre bourg. _____ 70

7) 1000 commerces multiservices : _____ 71

8) 50 réhabilitations des halles et marchés: _____ 71

9) 500 unions commerciales professionnelles. _____ 72

10) 200 services voituriers pour consommateurs _____ 73

11) 10 territoires pilotes hôpital à domicile : _____ 73

12) 10 coopérations transfrontalières _____ 74

13) 150 partenariats producteurs agricoles - centrales de distribution. _____ 75

14) 200 réhabilitations des logements au dessus des commerces. _____ 76

15) 20 synergies thématiques pour foires, salons, congrès, événementiels. _____ 76

16) 50 partenariats université recherche commerce _____ 77

17) 200 créations de jardins ouvriers _____ 78

18) 10 filières de retour aux vrais goûts. _____ 78

le pain frais pour tous _____ 79

Troisième partie _____ 80

SOCIETE COMPLEXET ALEATOIRE MOUVANTE, BOUSCULER SIMPLIFIER ANTICIPER

Nouvelles donnes, changer d'appuis législatifs _____ 80

Porte folio 3 _____ 81

Pour gérer la complexité : une loi simple ! _____ 86

Plus c'est complexe, moins il faut réglementer dans les détails. _____ 86

Avant de réglementer : convaincre, associer ! _____ 86

De la culture de défiance à celle du partenariat: _____ 86

La loi fixe seulement le cadre des OBLIGATIONS. _____ 86

Esprit de la proposition de loi. _____ 88

Art 1 Préalables :	88
Article 2 : 4 niveaux d'envergure	88
Article 3 : création des commissions départementales de l'urbanisme commercial...	88
Article 4 : ... pour élaborer les documents d'aménagement commercial.	89
Article 5 : objectif et contenu des documents :	89
Art 6 : volet commerce des SCOT	90
Art 7 : déclaration de travaux ou Permis de construire pour activités commerciales.	91
Art 8 : obligation des Co-exploitants	91
Art 9 : Comité de déploiement :	91
Art.10 : abrogation et période transitoire	92
Article 11 : commission de recours à la délivrance de permis de construire	92
Commentaires Réglementaires :	94
Les quatre niveaux d'envergure :	94
Niveau 1 « de proximité » :	94
Niveau 2 « d'agglomération » :	95
Niveau 3 « départemental » :	95
Niveau 4 « régional » :	95
Questions sur la délimitation entre les 4 niveaux :	95
Sur le document départemental :	96
Le niveau départemental ou interdépartemental par souci d'efficacité	96
le document pourra être Interdépartemental :	97
déroulement de la procédure d'élaboration :	97
composition de la commission tripartite :	97
Moyens nationaux pour les commissions :	98
Composition et constitution du collège des élus :	99
Le délai de mise en œuvre : 6 mois ?	99
Procédure préfectorale de substitution.	100
Exemples de questions du guide	100
Centre ville	100
Commerce de proximité	100
Equilibres et aménagement du territoire	100
Architecture et identité locale	100
Architecture et créativité :	100
Remembrement commercial :	101

Identité locale ou territoriale :	_____	101
Sites actuels de niveaux 3 ou 4 :	_____	101
Sites nouveaux de niveaux 3 ou 4 :	_____	101
Aménagements structurants localisés :	_____	101
Commerces multiservices	_____	102
Projets globaux.	_____	102
Contenu du document départemental :	_____	104
Adaptation possible des niveaux	_____	104
Solidarités territoriale :	_____	104
Architecture et identité locale	_____	104
Architecture et créativité :	_____	105
Droit d'affichage	_____	105
Environnement et développement durable :	_____	105
Pondération des règles selon le niveau d'envergure.	_____	105
Logistique :	_____	105
Priorité sur les lieux d'implantation et de développement.	_____	106
Diversité commerciale ou mono activité	_____	106
Urbanisme et coordinations avec les autres fonctions de la ville.	_____	106
Accessibilité, mobilité, périodes d'affluence.	_____	107
Charges et conditions d'exercice des professionnels et salariés :	_____	107
Magasins à Loyers Modérés :	_____	107
Participations aux actions d'intérêt général.	_____	107
Opposabilité des volets commerces des SCOT et PLU :	_____	109
Volets commerce des documents d'urbanisme	_____	109
Les règles des volets commerce sont non discriminatoires, claires et fondées sur des critères objectifs	_____	109
Le permis de construire ne peut être refusé au motif de l'absence d'équipement public	_____	109
plus de critère de nature d'activités.	_____	110
les scot fixent des orientations, les PLU des règles.	_____	110
Les permis de construire devront être conformes aux volets commerce des PLU.	_____	110
_____	_____	110
Procédures simplifiées :	_____	110
Délais de mise en conformité :	_____	110
Suivi et information permanente des élus et acteurs:	_____	111
Obligation des Co-exploitants :	_____	112

Abrogation et période transitoire : _____	113
Commission de recours des permis de construire des activités commerciales de niveau 3 ou 4: _____	114
Abrogation de la loi Royer... _____	116
quatrieme partie _____	126
<i>changer radicalement de moyens, d'état desprit de méthodes,</i>	
ANTICIPER ASSURER LA MISE EN OEUVRE _____	126
Un comité national de déploiement assure la mise en œuvre : _____	128
Il est chargé de promouvoir le déploiement des objectifs de la loi _____	128
Un bureau permanent de 12 membres: _____	129
Moyens : _____	129
Convertible en agence : _____	129
le comite de deploiement est chargé de la mise en œuvre des programmes d'actions locales _____	130
Création d'un serveur informatique national _____	130
Créer un guide de méthodologie pour l'élaboration de la vision départementale. _____	131
Objectifs du guide _____	131
contenu du guide: _____	131
Lettre de Pierre L'étang avocat au barreau de Paris _____	135
Observations de la CCIP _____	143
Sommaire Détaillé : _____	150
Revue de presse _____	157

REVUE DE PRESSE

