

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

COMMISSION NATIONALE D'ÉQUIPEMENT COMMERCIAL

DÉCISION

La Commission nationale d'équipement commercial,

- VU** le code de commerce ;
- VU** la loi n° 73-1193 du 27 décembre 1973 modifiée d'orientation du commerce et de l'artisanat ;
- VU** la loi n° 2000-1208 du 13 décembre 2000 relative à la solidarité et au renouvellement urbains ;
- VU** l'arrêté du 12 décembre 1997 fixant le contenu de la demande d'autorisation d'exploitation de certains magasins de commerce de détail ;
- VU** le recours présenté par la société « BERGERAC OUTLETS S.A.S. » et enregistré le 21 mai 2007 sous le n° 3463 M ainsi que le recours présenté conjointement par deux membres de la commission départementale de l'Ain, à savoir, d'une part, M. Patrick PERREARD, maire de Châtillon-en-Michaille, et, d'autre part, M. Michel DE SOUZA, président de la communauté de communes du bassin bellegardien, recours enregistré le 24 mai 2007 sous le n° 3467 M, lesdits recours dirigés contre la décision de la commission départementale d'équipement commercial de l'Ain en date du 29 mars 2007, refusant d'autoriser la création, à Châtillon-en-Michaille, d'un ensemble commercial d'une surface de vente globale de 23 337 m² dénommé « LE VILLAGE DES ALPES » et composé de cent trente-quatre cellules, dont douze moyennes surfaces et cent vingt-deux boutiques ;
- VU** les travaux de l'observatoire départemental d'équipement commercial de l'Ain ;

Après avoir entendu :

- M. Patrick PERREARD, maire de Châtillon-en-Michaille,
- M. Michel DE SOUZA, président de la communauté de communes du bassin bellegardien,
- M. Régis PETIT, vice-président de la communauté de communes du bassin bellegardien,
- M. Etienne BLANC, député de l'Ain,
- M. Xavier BRETON, député de l'Ain et premier adjoint au maire de Bourg-en-Bresse,
- M. Jean-François DEBAT, vice-président du conseil régional Rhône-Alpes,
- M. Pierre CORMORECHE, président de la chambre de métiers et de l'artisanat de l'Ain,
- M. Pascal PERRAUT, vice-président de la chambre de commerce et d'industrie de l'Ain,
- M. Giles MEMBREY, président de la société « BERGERAC OUTLETS S.A.S. »,
- M. Simon ROHLER, président de la société « ROHLER », représentant les enseignes,
- M. Raymond WILSON, collaborateur de la société « BERGERAC OUTLETS S.A.S. », coordinateur,
- Melle Maud CHUFFART, interprète,
- M. Alain MANSION, conseil de la société « BERGERAC OUTLETS S.A.S. »,
- M. Eric MARTIN-IMPATORI, avocat de la société « BERGERAC OUTLETS S.A.S. »,
- M. Jean-Christophe MARTIN, commissaire du Gouvernement ;

Après en avoir délibéré dans sa séance du 20 novembre 2007 ;

- CONSIDÉRANT** que ce projet consiste en la création d'un ensemble commercial d'une surface de vente globale de 23 337 m² prenant la forme d'un « village » rassemblant sur plusieurs bâtiments cent trente-quatre cellules commerciales devant être louées à des fabricants ou à des enseignes qui y distribueraient des articles invendus, des fins de série et des productions de saisons antérieures à des prix inférieurs de 30 à 50 % par rapport aux prix des collections en cours ; que ces magasins seraient spécialisés dans la vente d'articles d'équipement de la personne, d'équipement de la maison ainsi que de culture et de loisirs, une boutique de 87 m² devant être dédiée à la commercialisation de produits du terroir ; que sur les cent trente-quatre cellules prévues, douze commerces spécialisés dans le secteur de l'équipement de la personne disposeraient d'une surface de vente supérieure à 300 m² pour une surface de vente totale de 6 400 m² ;
- CONSIDÉRANT** que la zone de chalandise initialement définie par le demandeur, qui inclut l'ensemble des communes situées à 90 minutes au maximum de trajet en automobile du site d'implantation du projet, s'étend à la fois sur sept départements français et sur trois cantons suisses et abritait une population de 4 453 089 habitants en 1999-2000 ; qu'en France, la population de cette zone, appartenant à 1 584 communes, comptait 3 440 143 habitants en 1999 et a progressé de près de 7 % entre les deux derniers recensements généraux de la population ; que la population des 440 communes suisses de cette zone s'élevait à 1 012 946 en 2000 et a connu une augmentation de 6,4 % entre les deux derniers recensements fédéraux ; que les estimations de population et recensements provisoires effectués pour les communes françaises sur la période 2004-2006 confirment le dynamisme démographique de la partie française de cette zone ;
- CONSIDÉRANT** que l'article L. 752-6 du code de commerce prévoit que *« lorsque le projet concerne la création ou l'extension d'un ensemble commercial, majoritairement composé de magasins spécialisés dans la commercialisation d'articles de marques à prix réduit, l'effet potentiel dudit projet est également apprécié indépendamment de la spécificité de la politique commerciale de ce type de magasins »* ; qu'en application de ces dispositions, le demandeur a considéré en l'espèce que si l'ensemble commercial projeté ne devait pas présenter une offre de produits de marques à prix réduit, celui-ci disposerait d'une zone de chalandise dénommée aire d'influence et délimitée par un temps maximal de trajet en automobile de 30 minutes ;
- CONSIDÉRANT** qu'il s'est avéré après vérification que cette dernière zone était globalement circonscrite par un temps maximal de trajet en automobile de 35 minutes calculé en retenant la possibilité pour la clientèle d'utiliser l'autoroute à péage ; que, toutefois, ladite zone n'a pas été définie selon la méthode des courbes isochrones, un certain nombre de communes se trouvant à un temps de trajet supérieur et d'autres localités, plus proches, ayant été omises ;
- CONSIDÉRANT** qu'en conséquence le demandeur a fourni les renseignements afférents à une nouvelle aire d'influence circonscrite par une courbe isochrone et délimitée par un temps maximal d'accès au site du projet de 35 minutes ; que cette aire regroupait 192 communes, dont 163 communes françaises appartenant à quatre départements et 29 communes suisses, pour une population totale qui s'élevait à 621 393 habitants en 1999-2000 et qui a progressé de 7,5 % entre les deux derniers recensements généraux de la population ; que les recensements provisoires effectués pour les communes françaises de cette aire sur la période 2004-2006 confirment la tendance à l'accroissement démographique déjà relevée entre 1990 et 1999, puisque la population des communes ayant fait l'objet de ces recensements au sein de l'aire d'influence a augmenté de 7,3 % depuis 1999 ;
- CONSIDÉRANT** les caractéristiques de l'appareil commercial assurant, dans la zone de chalandise initiale et dans la nouvelle aire d'influence, la distribution des produits correspondant aux secteurs d'activité des commerces dont la création est envisagée dans le cadre du présent projet ;

- CONSIDÉRANT** que les densités commerciales portant sur les secteurs d'activité concernés par ce projet et constatées, au sein de la partie française de la zone de chalandise initiale, avant réalisation du présent projet et des projets autorisés sont proches de la moyenne nationale, ce qui s'explique par l'extension de ladite zone, laquelle extension minore la pertinence de l'examen de ce critère ;
- CONSIDÉRANT** qu'en revanche les densités commerciales portant sur les secteurs d'activité concernés par ce projet et constatées après réalisation du présent projet et des projets autorisés sur la nouvelle aire d'influence seraient nettement supérieures aux moyennes de référence départementale et nationale, en particulier dans le domaine de l'équipement de la personne, secteur pour lequel ces densités seraient affectées par la création des moyennes surfaces prévues par ce projet ; qu'il peut en être déduit que la réalisation dudit projet serait de nature à porter atteinte, sur l'aire d'influence susmentionnée, à l'équilibre recherché par le législateur entre les différentes formes de commerce ;
- CONSIDÉRANT** que l'étude d'impact économique qui accompagne la demande d'autorisation est fondée sur l'hypothèse que l'ensemble commercial projeté devrait accueillir des marques de haut de gamme et de luxe ; que, toutefois, en l'absence d'engagement, ferme ou sous condition suspensive, des propriétaires des marques concernées en vue d'une installation dans l'ensemble commercial envisagé, il n'existe aucune certitude ni garantie que les commerces prévus soient dédiés à la vente d'articles de marques du niveau de gamme souhaité ; qu'il n'est donc pas exclu qu'en raison d'éventuelles difficultés de commercialisation, ces cellules distribuent dans leur majorité des produits de marques de moyenne gamme, ce qui remettrait en cause les hypothèses et conclusions de l'étude d'impact produite ;
- CONSIDÉRANT** en outre que la méconnaissance des enseignes susceptibles d'occuper les cellules du projet ne permet pas d'apprécier finement l'impact concurrentiel de sa réalisation ; qu'au surplus, l'absence de précision des natures de l'activité des commerces de plus de 300 m² du projet rend difficile l'évaluation précise de l'incidence de cette création sur les densités commerciales, incidence qui n'a été mesurée que pour le secteur global de l'équipement de la personne et non pour les natures de l'activité qui composent ce secteur ;
- CONSIDÉRANT** de surcroît que l'étude d'impact susindiquée s'appuie sur le prélèvement d'une part importante du chiffre d'affaires prévisionnel des commerces projetés sur le marché théorique suisse de la zone de chalandise initiale ; qu'en l'absence, dans le dossier de demande, d'un recensement précis de l'offre commerciale proposée sur la partie étrangère de la zone de chalandise, en ce sens que certaines sous-zones de la zone initiale ne comportent aucun inventaire même partiel des équipements commerciaux suisses et que, pour les commerces recensés, il n'a pas été fourni d'estimation, même approximative, de leur surface de vente, il est difficile d'évaluer à quel point cet équipement serait susceptible de capter les dépenses des consommateurs suisses et, par voie de conséquence, dans quelle mesure l'ensemble commercial projeté pourrait exercer son attraction sur ces mêmes consommateurs ; que, d'autre part, il a pu être constaté récemment une baisse de l'attractivité des équipements commerciaux français pour cette clientèle étrangère en raison d'une évolution défavorable de la parité de l'euro et du franc suisse, de l'augmentation de l'amplitude de l'ouverture des commerces suisses et de l'évolution de l'offre commerciale helvétique ;
- CONSIDÉRANT** que, dans le secteur de l'équipement de la personne, les petits commerces sont pour la plupart exploités au centre des villes où ils constituent un facteur essentiel d'animation de la vie urbaine ; que la concentration, dans le bassin bellegardien, de magasins vendant à des prix attractifs des articles d'équipement de la personne d'un niveau de gamme comparable à celui qui est généralement offert par les commerces traditionnels de centre-ville serait de nature à déséquilibrer l'activité des petits commerces d'équipement de la personne exploités dans les agglomérations françaises les plus proches de ce bassin, telles que celles d'Ambérieu-en-Bugey, d'Oyonnax, d'Annemasse, de Bourg-en-Bresse ou encore d'Annecy ;

CONSIDÉRANT certes, que cette réalisation devrait se traduire, selon les diverses estimations produites par le demandeur, par la création de plusieurs centaines d'emplois en équivalent temps plein et qu'elle contribuerait à la promotion du tourisme ; que, nonobstant, le nombre d'emplois créés demeure incertain dans la mesure où il dépend du résultat de la commercialisation, évoqué plus haut, des locaux de l'ensemble commercial envisagé ; que, de surcroît, il se pourrait que cette opération eût un fort impact négatif sur l'activité de toutes les formes de commerces qui distribuent au sein des zones de chalandise des articles susceptibles d'être proposés par ce projet, qu'il s'agisse de celle des commerces traditionnels mais aussi de celle des grandes et moyennes spécialisées ; que cet impact significatif ne manquerait pas de menacer l'emploi existant dans ces points de vente ; que, par conséquent, le solde résultant de la différence entre les emplois créés et les emplois susceptibles d'être supprimés par la réalisation de ce projet pourrait ne pas être positif ;

CONSIDÉRANT que ce projet ne présente pas, par ailleurs, d'avantages suffisants au regard des autres critères posés par la loi du 27 décembre 1973 pour permettre d'accorder l'autorisation sollicitée ;

CONSIDÉRANT qu'ainsi, ce projet n'est pas compatible avec les dispositions de l'article 1^{er} de la loi du 27 décembre 1973 susvisée et de l'article L. 750-1 du code de commerce ;

DÉCIDE : Les recours susvisés sont rejetés.
Le projet de la société « BERGERAC OUTLETS S.A.S. » est donc refusé.

Le Président de la Commission
nationale d'équipement commercial



Jean-François de VULPILLIÈRES