

UN COMMERCE POUR LA VILLE

SYNTHESE DU RAPPORT

Robert Rochefort

Rapport au Ministre du Logement et de la Ville

Février 2008

1 - PREAMBULE

A l'origine du commerce urbain moderne il y a des motivations généreuses, humanistes et pas seulement mercantiles. C'est oublié car, depuis longtemps déjà, le commerce suscite beaucoup de critiques. Ainsi, de longue date, la littérature française a malmené le commerce : "Le commerce est l'art d'abuser du désir ou du besoin que quelqu'un a de quelque chose" (les frères Goncourt). Les économistes pour leur part ont longtemps négligé la création de richesses et d'emplois que représentait le commerce. N'est-ce pas logique dans ce contexte que les urbanistes aussi ne lui aient pas accordé un intérêt suffisant ? Mais désormais alors que l'on cherche à "réinventer la ville", les points de vue convergent progressivement vers la reconnaissance de l'articulation indispensable entre la logique de l'urbanisme et celle du commerce ; presque tous s'accordent à reconnaître qu'il ne peut y avoir autonomie des décisions d'implantations commerciales par rapport aux schémas d'urbanismes généraux.

En revanche, les réalités économiques du fonctionnement des entreprises du commerce, sont encore très insuffisamment prises en compte par les professionnels de l'urbanisme et par nombre d'élus locaux, même si des progrès significatifs ont été récemment enregistrés. On ne peut pas construire un nouveau schéma urbain et, une fois celui-ci mis en place, "plaquer" des projets commerciaux, comme cela est encore souvent le cas. Le commerce, tout comme le logement et les autres activités, sont parties intégrantes de la réflexion urbanistique et contribuent à la structurer.

S'il faut privilégier, à l'intérieur de chaque pôle, la multiplicité des commerces et leur concurrence, il convient également d'être vigilant et de ne pas autoriser la création de nouveaux pôles à proximité immédiate de pôles déjà existants au risque de les faire dépérir.

Le commerce est une alchimie difficile où les équilibres sont fragiles et toujours susceptibles d'être compromis. C'est pourquoi, toutes les décisions doivent être prises au plus près de la

réalité du terrain en s'attachant à préserver ce qui marche. Il nous semble, à cet égard que le périmètre du bassin de vie est la bonne échelle de départ.

Enfin, le commerce est avant tout une affaire d'hommes et de femmes. Les vocations doivent être encouragées. Or, ce n'est pas le cas aujourd'hui. S'il est exigeant et complexe, le métier de commerçant est ouvert à des personnes d'origines diverses. Le commerçant indépendant est bien trop livré à lui-même, insuffisamment intégré dans des réseaux avec d'autres. Il est malheureusement trop souvent l'acteur de cet isolement.

2 - QUELQUES PRINCIPES SIMPLES POUR UNE NOUVELLE ARTICULATION ENTRE VILLE ET COMMERCE

A partir du moment où l'urbanisme est maîtrisé, la liberté d'installation et de développement du commerce doit être respectée. Toute "planification rigide" des implantations commerciales est à proscrire. Elle est d'ailleurs impossible.

En revanche, il n'est pas pertinent d'abandonner tout schéma cadre pour l'urbanisme commercial tel qu'on l'envisage aujourd'hui. Pour cela les Schémas départementaux de Développement Commercial (SDC) devraient être confortés et rendus opposables aux PLU. Le commerce deviendrait ainsi le troisième pilier nécessaire à l'équilibre général de l'urbanisme, avec le logement et les infrastructures de transport.

Il faut avoir le courage de reconnaître que toutes les implantations anciennes des commerces ne seront pas sauvées. Il ne s'agit pas de "préserver" le commerce comme on le dit souvent, mais d'encourager et d'accompagner son développement.

Le consommateur a changé. Pour lui, faire certains achats dans la grande distribution, d'autres dans des petits commerces et désormais un certain nombre d'entre eux sur Internet, devient la règle.

A l'intérieur du tissu urbain, le commerce doit être organisé autour de pôles ayant une attractivité maximale. Ces pôles doivent rassembler des petits, des moyens et parfois des grands commerces.

3 - PLAN DU RAPPORT

Ce rapport est organisé en trois parties. La première indique sur quels principes on doit poser les rapports de la ville et du commerce. La deuxième partie fait le point sur des questions prioritaires auxquelles il est important d'apporter des réponses. Enfin la troisième partie rassemble des propositions précises pour assurer le maintien et l'essor du commerce dans la ville, et cela dans la diversité de ses quartiers. On en reprend ici les principales.

4 - PROPOSITIONS

4 – 1 Dynamiser les commerces de centre-ville

❖ PROPOSITION N° 1 : CREER PLUSIEURS LABELS POUR LES PETITS COMMERCES DES VILLES

La confiance des consommateurs est un élément fondamental qui s'est émoussé dans le temps. La multiplication des enseignes commerciales, des politiques de prix très variées, l'arrivée du hard discount, puis du commerce sur Internet brouillent tous les repères. Face à cela, les petits commerçants sont souvent démunis et réagissent de façon trop dispersée. De même qu'il existe des labels officiels pour les produits - Label Rouge, Agriculture Biologique, Appellation d'Origine Contrôlée - nous proposons la mise en place de trois labels officiels pour les activités commerciales dans les centres villes et les quartiers :

- Le label "excellence"
- Le label "performance prix"
- Le label "rue du commerce de qualité"

❖ PROPOSITION N° 2 : CREER UNE NOCTURNE HEBDOMADAIRE POUR LES COMMERCES DE CENTRE-VILLE SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE

Les modes de vie ont beaucoup changé. Les consommateurs rentrent souvent tard chez eux et sont sollicités en permanence par de nombreuses activités. Le petit commerce de centre-ville doit d'adapter à cette évolution.

Nous proposons qu'un soir de semaine les commerçants de tous les centres-villes fassent l'effort de rester ouverts selon les communes jusqu'à 20h, 21h ou 22h. L'impact commercial serait puissant si le soir était le même sur tout le territoire. Le vendredi semble le jour qui conviendrait le mieux aux familles, mais le jeudi pourrait être aussi proposé.

❖ PROPOSITION N°3 : AUTORISER L'OUVERTURE DES PETITS ET MOYENS COMMERCE DE CENTRE-VILLE LE DIMANCHE MATIN

L'ouverture dominicale des commerces est aujourd'hui en débat. En pratique, dans les centres-villes, les commerces alimentaires disposent depuis longtemps du droit d'ouverture dominicale jusqu'à midi.

L'attractivité des centres-villes serait puissamment renforcée si l'essentiel des autres commerces que l'on peut y trouver bénéficiaient du droit d'ouverture et l'exerçaient en pratique pour la plupart d'entre eux. Mais bien entendu, ce serait le libre choix de chaque commerçant de décider d'ouvrir ou pas.

En revanche, les commerces resteraient fermés le dimanche après-midi, sauf pour les cas dérogatoires qu'il conviendrait d'ailleurs de rendre moins nombreux, mais plus justes et plus efficaces.

❖ PROPOSITION N° 5 : INSTALLER LA PLACE DES COMMERCE AU CŒUR DE LA REFLEXION URBAINE GRACE AU RENFORCEMENT DES SCHEMAS DEPARTEMENTAUX DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL (SDC)

Pour cela les SDC seraient confortés et rendus opposables aux PLU. Le commerce deviendrait ainsi le troisième pilier nécessaire à l'équilibre général de l'urbanisme, avec le logement et les infrastructures de transport.

❖ PROPOSITION N° 6 : MAINTENIR UNE COMMISSION DE L'EQUIPEMENT COMMERCIAL PAR REGION CHARGEE NOTAMMENT DE COORDONNER LES SDC

❖ PROPOSITION N° 7 : CREER UN CONSEIL DE SURVEILLANCE DU FISAC

Tout comme dans la gouvernance des entreprises existe le modèle Directoire/Conseil de surveillance, il nous paraît utile qu'il en soit de même pour le FISAC. Car il convient de mieux hiérarchiser les différents objectifs peu à peu dévolus au fond, de comprendre les disparités régionales et éventuellement de les corriger, de vérifier que le traitement déconcentré des dossiers accélère les procédures.

❖ PROPOSITION N° 8 : GENERALISER LA MISE EN PLACE DE MANAGEURS COMMERCIAUX DE VILLE OU D'AGGLOMERATION

Pour les communes de plus petite taille, un manager de centre-ville à temps partiel pourrait être envisagé.

❖ PROPOSITION N° 9 : INCITER LES COMMERÇANTS A CROITRE PAR L'ACQUISITION DE PLUSIEURS POINTS DE VENTE

Les années à venir vont être marquées par de nombreux départs de commerçants à la retraite. Favoriser la multi possession des boutiques apporte de nombreux avantages. Les économies d'échelle en matière de gestion et de négociation des approvisionnements sont évidentes. De plus, l'obtention de prêts bancaires est grandement facilitée.

❖ PROPOSITION N°10 : FAVORISER LE TUTORAT ENTRE COMMERÇANTS EXPERIMENTES ET DEBUTANTS

❖ PROPOSITION N° 11: MAITRISER LES COUTS DES BAUX COMMERCIAUX

❖ PROPOSITION N° 16 : PERMETTRE AUX PETITS COMMERÇANTS ET ARTISANS DE PROPOSER DES OFFRES CONJOINTES DANS LES MARCHES PUBLICS

La logique des marchés publics est de faire jouer la concurrence entre les prestataires. Cela doit bien entendu rester la règle. Lorsqu'un commerce n'a pas la capacité à répondre seul à un marché, il doit pouvoir s'associer à des confrères de la même agglomération pour que, ensemble, ils disposent des capacités suffisantes pour faire une offre. Cela vaut notamment pour certains commerces de bouche, face à aux marchés ouverts par un hôpital ou une cantine scolaire.

❖ PROPOSITION N°17 : AUTORISER LA VENTE DE PRODUITS PHARMACEUTIQUES COURANTS DANS CERTAINS PETITS COMMERCES DE QUARTIER

4 – 2 Mettre en place sans attendre certaines préconisations du rapport Attali

- ❖ **PROPOSITION N° 18 : TRANSFORMER LES INTERCOMMUNALITES EN "AGGLOMERATIONS", ENTITES DE NIVEAU CONSTITUTIONNEL (DECISION 259 DE CLCF)**

Ce qui implique notamment d'élire les Présidents et les Conseillers d'agglomérations au suffrage universel.

- ❖ **PROPOSITION N° 21 : FACILITER LA CREATION DE TPE PAR LES JEUNES DES QUARTIERS SENSIBLES (DECISION 35 DE LA CLCF UN PEU MODIFIEE)**

Développer massivement les dispositifs d'accompagnement à la création en finançant les programmes de formation des jeunes entrepreneurs, en particulier dans les banlieues. Détecter les entrepreneurs potentiels, les aider à formaliser leurs projets, établir une étude de marché et une demande de financement. Accompagner plus encore les entrepreneurs vers les banques

- ❖ **PROPOSITION N° 22 : SUPPRIMER LA REGLEMENTATION RESTREIGNANT L'OUVERTURE DE CAFES-RESTAURANTS (PARTIE DE LA DECISION 208 DE LA CLCF)**

4 – 3 Des dispositions pour développer le commerce dans les quartiers fragiles et dans les vieux centres urbains dégradés

- ❖ **PROPOSITION N° 24 : INCLURE EFFECTIVEMENT UN VOLET ACTIVITE COMMERCIALE DANS CHAQUE PROJET DE RENOVATION URBAINE**

Ce n'est que depuis 2007 que l'ANRU rend obligatoire une réflexion sur le commerce dans tous les projets qui lui sont soumis. Dans les mois à venir, l'Agence compte établir des avenants pour que la dimension commerce soit intégrée dans tous les contrats signés auparavant.

Une fois encore, la difficulté est la même : l'insuffisante prise en compte par les urbanistes des réalités commerciales par déficit de formation à cet égard. Il est indispensable qu'ils composent des équipes pluridisciplinaires comportant d'avantage d'économistes du commerce.

❖ PROPOSITION N° 25 : BATIR UNE DIZAINE DE GRANDS PROJETS COMMERCIAUX DANS DES ZONES FRANCHES URBAINES OU DES ZONES URBAINES SENSIBLES

Cela devrait faire naître des parcs à thèmes commerciaux :

- des magasins d'usine
- des "agoras" du monde avec un commerce ethnique de qualité
- des centres bâtis autour de l'univers de la "jeunesse"
- des pôles culturels autour du déplacement ou de l'implantation d'infrastructures ambitieuses (opéra, cinémathèque, musée ...)

❖ PROPOSTION N° 26 : AFFECTER UNE PARTIE DE LA TACA DIRECTEMENT AUX PROJETS DE REVITALISATION COMMERCIALE DANS LES QUARTIERS FRAGILES ET DANS LES VIEUX CENTRES DEGRADES

La Commission Régionale de l'équipement commerciale (proposition n° 10) pourrait gérer la réception des appels à projet et leur sélection.

❖ PROPOSITION N° 27 : AMPLIFIER LE COMMERCE FORAIN DE PLEIN AIR ET DEVELOPPER LES AUTRES FORMES DE COMMERCE MOBILE ET INTERMITTENT

Dans tous les quartiers de la ville, les consommateurs plébiscitent le commerce forain. Il est un lieu apprécié de grande convivialité. Il réconcilie "les courses" et le plaisir. Mais pour les quartiers fragiles, le commerce forain présente un avantage supplémentaire: proposer des produits alimentaires et non alimentaires à des prix souvent très accessibles. Nous pensons aussi qu'il peut être efficace d'encourager d'autres formes de commerce mobile et intermittent, comme les véhicules commerciaux itinérants.

❖ PROPOSITION N° 28 : ASSURER LA SECURITE DANS TOUTES LES ZONES COMMERCIALES

Le FISAC permet déjà d'attribuer des subventions pour financer des équipements individuels de sécurisation des vitrines. Mais il convient d'aller bien plus loin dans l'effort et pour cela :

- Installer de la vidéo surveillance
- Organiser une présence policière auprès des commerçants
- Rendre non dégradable le mobilier urbain et l'éclairage public.

- Redessiner si nécessaire les accès aux commerces.
- Tester l'implantation de bornes d'appel immédiat.

❖ PROPOSITION N° 29 : RENFORCER L'EPARECA TOUT EN LE RAPPROCHANT DE L'ANRU

Les moyens de l'EPARECA sont trop limités pour l'ampleur de la tâche qui lui est assignée. Il est absurde que sur le territoire, à quelques centaines de mètres les uns des autres, des actions de revitalisation commerciale soient sous l'égide de l'EPARECA et d'autres de l'ANRU. La convention de partenariat établie récemment est un bon début, mais il faut envisager davantage d'actions intégrées entre les deux structures.

❖ PROPOSITION N°30 : METTRE EN PLACE UN DISPOSITIF "EPARECA ALLEGE" POUR LES VIEUX CENTRES URBAINS DEGRADEES

La restructuration des commerces dans les quartiers centraux dégradés appelle des compétences en matière d'ingénierie commerciale, tout comme c'est le cas pour les centres gérés par l'EPARECA. L'établissement public pourrait jouer le rôle de consultant, à disposition des collectivités territoriales et de leurs SEM, afin de restructurer certaines zones commerciales.

❖ PROPOSITION N° 32 : EXONERER D'IMPOT SUR LES PLUS-VALUES LA CESSION DES COMMERCES DANS LES CENTRES URBAINS DEGRADEES LORSQU'ILS PERMETTENT LE REGROUPEMENT DE PLUSIEURS BOUTIQUES

Dans les centres urbains dégradés, l'étroitesse des surfaces de vente rend souvent très difficile leur modernisation. Le regroupement de plusieurs espaces mitoyens pour créer une boutique unique plus spacieuse est une solution intéressante qui doit être favorisée.