



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Politique et réglementation

Question écrite n° 18497

Texte de la question

M. Daniel Arata attire l'attention de M. le ministre des entreprises et du développement économique, chargé des petites et moyennes entreprises et du commerce et de l'artisanat, sur les conditions de création de grandes et moyennes surfaces. En effet, au mois d'avril 1993, le Gouvernement a décidé de suspendre pendant une période de six mois toute nouvelle implantation de grande surface, et cette mesure avait été accueillie avec satisfaction, en particulier par tous les commerçants du monde rural. Au terme de ces six premiers mois, le Gouvernement a confirmé sa position en renouvelant le moratoire pour une deuxième période de six mois, cela en particulier pour permettre de mettre en œuvre les nouvelles procédures d'examen des demandes d'extension ou de création. Après un an d'application, les chambres de commerce sont nombreuses à souligner les limites du nouveau dispositif qui, en tout état de cause, n'est pas de nature à compléter la loi actuelle pour un certain type de magasins. Ainsi, plus de 350 magasins « hard discount » de moins de 1 000 mètres carrés s'installent chaque année en France. Il lui demande quelles mesures il entend prendre pour maintenir le petit commerce traditionnel.

Texte de la réponse

Le régime d'autorisation préalable institué par la loi d'orientation du commerce et de l'artisanat du 27 décembre 1973 concerne la création ou l'extension de commerces de détail, quelles que soient leurs conditions d'exploitation ou leurs méthodes de distribution, qui dépassent les seuils fixés par la loi. Ces seuils sont de 1 000 mètres carrés de surface de vente et 2 000 mètres carrés de surface hors œuvre lorsque les projets sont envisagés dans des communes de moins de 40 000 habitants ; ils sont portés respectivement à 1 500 mètres carrés et 3 000 mètres carrés dans les communes de plus de 40 000 habitants. Par conséquent, l'implantation de « maxi-discounters » sur des surfaces inférieures à ces seuils n'est soumise qu'aux règles de l'urbanisme proprement dit et la délivrance des permis de construire relève de la responsabilité des élus locaux. Toutefois, lorsque la construction de magasins de ce type est prévue dans le cadre d'ensembles commerciaux existants, constitués de commerces dont les surfaces globalisées dépassent les seuils, leur création nécessite une autorisation d'urbanisme commercial, conformément aux dispositions de la loi n° 90-1260 du 31 décembre 1990. Lorsque ces « maxi-discounters » sont installés dans les locaux commerciaux déjà existants, quelle que soit la surface concernée, ce changement d'activité n'entre pas dans le champ d'application de la loi du 27 décembre 1973, en vertu du principe de liberté qui constitue le fondement des activités commerciales et artisanales. Instaurer un contrôle de tels changements reviendrait à contrôler les cessions de fonds de commerce, ce à quoi le Gouvernement se refuse, si ce n'est le contrôle éventuellement exercé dans la procédure relative aux concentrations. Abaisser les seuils actuels bloquerait la modernisation du commerce traditionnel et du commerce de proximité. En effet, les surfaces comprises entre 400 et 1 000 mètres carrés sont à 80 p. 100 implantées par des indépendants et non par des filiales de grands groupes. En outre, on enregistre, d'une façon générale, une certaine évolution des goûts des consommateurs, qui souhaitent aujourd'hui des magasins plus confortables, plus spacieux. À cet égard, le critère de surface n'est pas toujours le plus pertinent, il en est d'autres comme le chiffre d'affaires, le nombre de références ou le mètre linéaire. Enfin, les situations peuvent être extrêmement variables, depuis l'horticulteur ou le marchand de meubles, qui ont besoin d'une certaine surface, jusqu'à l'épicier. Les « maxi-discounters » disposent souvent de surfaces inférieures à 400

metres carres. Pour ne citer que ce seul exemple, l'epicier ED a des surfaces de vente parfois inferieures a 200 metres carres. Par ailleurs, le « maxi-discompteur » est parfois considere par certains commercants eux-memes comme un facteur de revalorisation des centres-villes. Ce sont les grandes surfaces peripheriques qui craignent le plus cette concurrence qui va fixer les consommateurs en centre-ville, les empechant de se rendre a la peripherie. Tout cela montre la complexite du dossier. Il n'est pas certain que le « maxi-discompteur » soit une menace pour le commerce independant. Il serait plutot ressenti comme telle par les grandes surfaces. En effet, le commerce traditionnel peut lutter, car la gamme proposee par le « maxi-discompteur » est limitee, le service inexistant et la qualite pour le moins moyenne. Le ministre des entreprises et du developpement economique mene une politique visant d'une part, a assurer une desserte commerciale de base pour l'ensemble de la population, notamment dans les zones sensibles en declin demographique et economique, d'autre part, a accompagner la modernisation de l'appareil commercial et en particulier a encourager l'adaptation du commerce independant face aux mutations en cours, afin de preserver un equilibre entre les differentes formes de distribution et maintenir un commerce et des services de proximite dans les bourgs, les centres-villes et les quartiers. C'est ainsi que dans le cadre des operations urbaines de developpement du commerce et de l'artisanat (OUDCA), des interventions visant a renforcer le commerce traditionnel en centre-ville, en l'aidant a s'adapter aux changements de son environnement economique et urbain par des interventions en faveur d'operations collectives d'animation, de restructuration, de transmission ou d'equipement, ont ete ou sont actuellement menees dans une centaine de localites. Parallelement, des actions ont ete et sont entreprises dans les quartiers pericentraux en liaison avec la delegation interministerielle a la ville. Tout veritable projet urbain qui comporte un volet d'aide au commerce repondant a certaines caracteristiques, notamment l'existence d'une etude de diagnostic des difficultes, peut recevoir une subvention du FISAC. Les chambres de commerce et d'industrie et les delegations regionales au commerce et a l'artisanat sont competentes pour aider les municipalites a monter leurs dossiers. Par ailleurs, l'equilibre en centre-ville et peripherie necessite une organisation du commerce passant par une collaboration etroite entre les unions commerciales, les chambres consulaires et les collectivites locales. Dans cette perspective, le ministere souhaite mettre rapidement au point un nouvel instrument, sous forme de charte entre les differents partenaires du commerce, appelee « Centre 2000 ». Cette defense du commerce urbain de proximite ne sous-entend toutefois pas un abandon du commerce rural. Les operations de restructuration de l'artisanat et du commerce (ORAC), dont l'objectif est de dynamiser les activites economiques d'un bassin d'emploi rural, comprenant un ou plusieurs cantons, en intervenant sur le tissu des petites entreprises commerciales et artisanales (etude prealable, animation, formation, conseil, promotion et rehabilitation des locaux) comme l'operation « 1 000 villages », dont l'objectif, au-dela du maintien ou de la creation d'un commerce de produits de base dans la commune, est de favoriser la mise a disposition de la population, et notamment de ses elements les plus ages, de services minimaux, tant publics que prives, permettant de satisfaire leurs besoins les plus elementaires, temoignent de cette volonte. Enfin le projet de loi d'orientation relative au developpement du territoire comporte aussi des orientations favorables a un developpement du commerce mieux integre a la ville. Il renforce en effet l'intercommunalite, la cooperation entre les villes. Il propose que le lieu privilegie de l'action menee par l'Etat en liaison avec les collectivites territoriales et les partenaires socio-professionnels en faveur du developpement economique local et de l'organisation des services publics soit le bassin de pays. Ces espaces seront delimites notamment a partir des inventaires communaux de l'INSEE qui definissent, departement par departement, les zones d'influence des marches de detail et, plus generalement, les villes et les bourgs attractifs. Ce recentrage des politiques de developpement local ne saurait etre sans influence sur les strategies d'entreprises ni sur les decisions d'implantation de grandes surfaces, ni sur les politiques de developpement du commerce menees par les maires, des decisions, qui, des lors qu'elles s'inscriront dans un espace de developpement local integre, devraient gagner en coherence.

Données clés

Auteur : [M. Arata Daniel](#)

Circonscription : - RPR

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 18497

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : entreprises et développement économique, chargé des petites et moyennes e

Ministère attributaire : entreprises et développement économique, chargé des petites et moyennes e

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 26 septembre 1994, page 4730

Réponse publiée le : 31 octobre 1994, page 5438