



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Autorisations d'ouverture

Question écrite n° 9795

Texte de la question

M. Gerard Tremège 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 l'urgente nécessité de réviser le seuil de superficie défini par la loi Royer pour soumettre tout projet d'urbanisme commercial à autorisation préalable. L'implantation déréglée de moyennes surfaces alimentaires ou spécialisées déséquilibre, notamment en milieu rural, tout le tissu commercial, y compris les grandes surfaces elles-mêmes. Par ailleurs, les prévisions pour les prochaines années laissent apparaître des implantations massives de « hard discounters » sur des surfaces de 600 à 1 400 mètres carrés et visant 15 à 20 p. 100 de parts de marché dans le secteur alimentaire. À titre d'exemple, de 1986 à 1993, le département des Hautes-Pyrénées a vu s'implanter 70 107 mètres carrés de surfaces supplémentaires dont 49 224 mètres carrés de surfaces de plus de 400 mètres carrés créées hors autorisation. Durant la même période, 544 commerces de moins de 10 salariés ont dû fermer leurs portes au cœur des villes et des bourgs ruraux. Selon le conseil économique et social, dans un avis adopté au cours de sa séance du 10 novembre 1993, « il n'est plus sur qu'actuellement les seuils (1 000 mètres carrés et 1 500 mètres carrés) soient bien adaptés aux évolutions récentes du commerce et tiennent compte des différences entre zones rurales, centres-villes et périphéries ». Il demande que le seuil d'autorisation de la loi Royer soit au plus tôt abaissé à 400 mètres carrés et que, dans l'intérêt du commerce de détail en milieu urbain et rural, le Gouvernement fasse connaître sa position à ce sujet.

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 oeuvre 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. 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

implantees par des independants, et non par des filiales de grands groupes. En outre, on enregistre, d'une facon generale, une certaine evolution des gouts des consommateurs, qui souhaitent aujourd'hui des magasins plus confortables, plus spacieux. A cet egard, le critere de surface n'est pas toujours le plus pertinent, il en est d'autres comme le chiffre d'affaires, le nombre de references ou le metre lineaire. Enfin, les situations peuvent etre extremement variables, depuis l'horticulteur ou le marchand de meubles, qui ont besoin d'une certaine surface, jusqu'a l'epicier. Les hard discounters disposent souvent de surfaces inferieures a 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 hard discount 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 hard discount 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 hard discount est limitee, le service inexistant et la qualite pour le moins moyenne.

Données clés

Auteur : [M. Tremege Gérard](#)

Circonscription : - UDF

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 9795

Rubrique : Grande distribution

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 : 3 janvier 1994, page 17

Réponse publiée le : 21 février 1994, page 907