



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

petit commerce

Question écrite n° 30168

Texte de la question

M. Bernard Perrut appelle l'attention de M. le secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services sur les conditions prévues dans le projet de loi de modernisation de l'économie modifiant les règles d'urbanisme commercial, en relevant notamment de 300 m² à 1 000 m² le niveau de déclenchement de la procédure d'autorisation spéciale. Une telle mesure ne va-t-elle pas encore favoriser les moyennes et grandes surfaces au détriment des commerces de proximité, et notamment des commerces d'alimentation établis dans les quartiers au service des populations locales ? Il lui demande donc si les mesures nécessaires sont prévues pour soutenir ces catégories de commerce très appréciées par les consommateurs qui n'ont pas la possibilité de se déplacer.

Texte de la réponse

Le Gouvernement a proposé une réforme des règles d'équipement commercial sur la base d'un constat d'échec des législations successives dans ce domaine. Comme l'a montré le récent débat au Parlement, ces législations n'ont pas conduit à un bon équilibre concurrentiel ni préservé la diversité du commerce. Elles n'ont pas non plus enrayer l'érosion du petit commerce, qui n'a pas été significativement ralentie par rapport à nos voisins européens. Mais elles ont freiné l'arrivée de nouveaux magasins, permettant ainsi à certains groupes de distribution de consolider leurs positions de marché. Aussi le Parlement vient-il d'adopter, sur proposition du Gouvernement, une réforme en profondeur, qui rénove la composition des commissions départementales, allège la procédure en portant à 1 000 m² le seuil d'autorisation (avec la possibilité toutefois pour les maires des communes de moins de 20 000 habitants de saisir la commission départementale d'aménagement commercial pour les projets de 300 à 1 000 m²), et consacre de nouveaux critères permettant de mieux prendre en compte l'insertion des magasins dans leur environnement. Parallèlement, le Conseil de la concurrence a été doté du pouvoir de prononcer des injonctions structurelles à l'encontre des enseignes de distribution en cas d'abus de position dominante réitéré et de contrôler les concentrations dans le secteur du commerce de détail dès lors que le seuil de 15 millions d'euros de chiffre d'affaires aura été dépassé. Enfin, le Gouvernement s'est engagé à proposer dans les meilleurs délais un projet de loi intégrant les règles d'urbanisme commercial dans le code de l'urbanisme. Le Gouvernement ne mésestime pas l'importance du rôle d'animation joué par le commerce de proximité. C'est la raison pour laquelle, outre la réforme du dispositif de l'équipement commercial, il a prévu différentes mesures de soutien de ce commerce. C'est ainsi que le droit de préemption des baux commerciaux conféré aux maires par le décret du 26 décembre 2007 pour agir en faveur du commerce de proximité, est étendu à l'intérieur d'un périmètre de sauvegarde aux cessions de terrains destinés à accueillir des magasins d'une surface de vente comprise entre 300 et 1 000 m². Cette mesure accompagnera la réforme de la taxe d'aide au commerce et à l'artisanat (TACA), qui réduit la pression fiscale sur les commerces de proximité et le renforcement du fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC) qui concentrera ses interventions sur le maintien de l'activité en milieu rural, les halles et marchés, ainsi que les quartiers prioritaires de la politique de la ville. Par ailleurs, dans ce contexte, les pouvoirs publics sont déterminés à favoriser le développement du commerce de proximité dans le souci de préserver l'équilibre des offres commerciales et leur

capacité de développement. À cette fin, le secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services a présenté, le 10 juin dernier, un plan d'actions en faveur du développement du commerce de proximité, qui met en place une démarche volontariste destinée à adapter les commerces de proximité aux attentes des consommateurs, à entretenir leur diversité dans les villes et les zones rurales, à les préserver là où ils sont menacés de disparition ou d'affaiblissement et, enfin, à les valoriser en mettant en évidence le rôle incontestable qu'ils jouent dans la vie économique et sociale. Les dix mesures que comporte ce plan s'articulent autour de trois objectifs forts : améliorer la connaissance du commerce de proximité pour identifier les bonnes pratiques et assurer leur diffusion aux plans local et national avec, notamment, la mise en place d'une instance nationale dédiée au commerce de proximité. Réformer les outils de soutien aux projets innovants pour le commerce de proximité avec, notamment, le lancement de quatre appels à projets nationaux (commerce et nouvelles technologies de l'information, commerce et services connexes, commerce et environnement et commerce et accessibilité) et le renforcement des moyens dévolus au fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC) dont la dotation passera de 80 MEUR à 100 MEUR. Les critères d'éligibilité de ce fonds seront élargis et ses taux d'intervention majorés. Il pourra également prendre en charge une partie des intérêts des emprunts contractés par les communes pour l'acquisition de fonds de commerce. Il pourra, enfin, accompagner des actions collectives de redynamisation d'une rue ou d'un quartier qui aurait été durablement affecté par des travaux publics. Ce renforcement du FISAC sera complété par les mesures suivantes : fixation à 1 MEUR du plafond de chiffre d'affaires annuel hors taxes des entreprises éligibles à ce fonds, majoration des aides directes à ces entreprises au moyen d'un relèvement, d'une part, de leurs dépenses d'investissement subventionnables qui passeront de 50 000 EUR à 75 000 EUR et, d'autre part, du taux d'intervention qui sera porté à 30 % ou à 40 % selon les investissements projetés ; le seuil de population des communes rurales est porté à 3 000 habitants ; éligibilité des commerçants non sédentaires et des restaurants ayant une activité de proximité aux aides du FISAC. Valoriser le commerce de proximité : une campagne de communication sur trois ans va être lancée prochainement pour donner un nouvel élan à ces activités, à l'instar de celle qui avait été organisée en 2005 et dont les sondages réalisés a posteriori avaient mis en évidence l'impact positif. Cette nouvelle campagne s'attachera à montrer ce qu'est réellement le commerce de proximité, la fonction essentielle qu'il joue dans la vie quotidienne des Français ainsi que sa réelle compétitivité et sa complémentarité avec les autres formes de commerce. Elle s'articulera autour de trois volets : accompagner le dynamisme des commerçants ; souligner l'excellence et la modernité de l'offre proposée ; valoriser les métiers de ce secteur pour susciter des vocations et soutenir l'attractivité de ce secteur auprès des créateurs et des repreneurs d'entreprises. La mobilisation de l'ensemble des acteurs professionnels et institutionnels autour de ces trois objectifs contribuera à redynamiser le commerce de proximité et à créer des conditions optimales pour un meilleur exercice des activités commerciales et artisanales dans les villes et dans les communes rurales.

Données clés

Auteur : [M. Bernard Perrut](#)

Circonscription : Rhône (9^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 30168

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : Commerce, artisanat, petites et moyennes entreprises, tourisme et services

Ministère attributaire : Commerce, artisanat, petites et moyennes entreprises, tourisme et services

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 9 septembre 2008, page 7686

Réponse publiée le : 21 octobre 2008, page 9019