

Redonner vie aux commerces de proximité

Les CCI engagées dans la reconquête des cœurs de ville



Lors de la Conférence nationale des territoires organisée le 17 juillet dernier au Sénat, le Président de la République a rappelé l'urgence du chantier de la revitalisation des cœurs de ville en annonçant la mise en place d'une politique globale d'intervention sur cette question. **Parmi les enjeux de reconquête des cœurs de villes, celui de la revitalisation commerciale est essentiel : la vacance commerciale dans les centres des petites villes et villes moyennes s'est fortement accentuée depuis 10 ans.** Les causes de ce phénomène sont connues : le rapport de l'Inspection Générale des Finances (IGF) et du Conseil Général de l'Environnement et du Développement Durable (CGEDD) du 20 octobre 2016 pointe l'augmentation des loyers commerciaux et des prix au mètre carré lors de changements de propriétaire, les problèmes d'accessibilité du centre-ville, la concurrence du e-commerce et surtout l'augmentation du parc de surfaces commerciales dans les zones périphériques et la surproduction de surfaces de vente.

Face à ce constat partagé, il s'agit désormais de faire émerger des solutions concrètes qui pourront être déclinées dans les territoires. Les CCI sont depuis fin 2015 parties-prenantes des travaux pour la mise en œuvre du rapport de l'IGF dans le cadre de la Commission de Concertation du Commerce. Elles sont également associées au portail « Cœur de ville » de la DGE, sur lequel est valorisée Ouikicommerce.fr, la plateforme collaborative d'échanges de bonnes pratiques sur le commerce lancée par CCI France. **Les CCI entendent poursuivre leur engagement en faveur de la revitalisation commerciale, en partenariat étroit avec les associations d'élus locaux et les acteurs publics et privés du commerce dans les territoires. Au contact quotidien des commerçants, elles attirent l'attention des pouvoirs publics sur leurs propositions.**



10,4%
c'est le taux moyen de vacance commerciale dans les centres des villes moyennes en 2015, contre 6,1% en 2001
Rapport 2016 de l'IGF et du CGEDD

➔ Anticiper les risques de vacance commerciale

Le réseau des CCI recommande de renforcer l'observation du commerce grâce aux actions suivantes :

- **Créer un observatoire national de la vacance commerciale agréant des données locales qualifiées sur les locaux commerciaux vacants (issues de relevés terrain, informations recueillies auprès des propriétaires...)** afin d'analyser les raisons de la vacance commerciale, de réaliser des comparaisons territoriales, d'orienter les politiques en matière d'aménagement et de développement commercial.
- **Réaliser un recensement des loyers commerciaux et des prix de vente en partenariat avec les agences immobilières au service de la revitalisation commerciale :** une charte de l'immobilier est à l'étude au sein de la Fédération nationale de l'immobilier (FNAIM) en partenariat avec le CMCV (Club des Managers de Centre-Ville). Celle-ci comprend un travail de recensement des prix pratiqués en achat et en location.

Les actions des CCI en faveur de la revitalisation commerciale

- **Observation du commerce, notamment de la vacance commerciale** via des données recueillies sur le terrain et également l'analyse de fichiers (fichiers consulaires, fonciers...).
- **Bourses de l'immobilier d'entreprises :** identification des offres de locaux d'activités, locaux commerciaux etc. afin de favoriser la mise en relation de l'offre et la demande via une plateforme.
- **Etudes et conseils pour faciliter la prise en compte des équilibres commerciaux entre le centre et la périphérie :** en tant que personnes publiques associées, les CCI aident les collectivités dans l'élaboration des volets « commerce » de leurs documents d'urbanisme (réalisation de diagnostics commerciaux, études d'impact, études de programmation commerciale...).
- **Aide à la création et au développement d'unions commerciales :** les CCI apportent un appui juridique et technique (parfois financier).
- **Accompagnement des commerçants :** les CCI les aident dans le montage de dossiers et demandes d'aides financières ; elles les accompagnent dans l'amélioration de leur performance commerciale ainsi que leur digitalisation.
- **Accompagnement des cédants et repreneurs pour faciliter la reprise des commerces.**

72 observatoires du commerce dans les CCI
indispensables pour comprendre les mutations et les évolutions du commerce et de la consommation

➤ Valoriser le métier de manager de centre-ville et du commerce

Les managers du commerce/ de centre-ville /de territoire jouent un rôle essentiel de coordination des acteurs du territoire : ils contribuent à la création d'une dynamique partenariale public-privé et créent du lien entre le commerce de centre-ville et de périphérie. Les CCI proposent de renforcer cette profession, en faisant évoluer le référentiel métier existant (« Manager du commerce ») réalisé par CCI France en 2009, en proposant une offre de formation diplômante nationale universitaire (ou VAE) et en favorisant le déploiement et le financement de plateformes régionales de professionnalisation des managers à l'instar de MANACOM.

Les CCI aident les managers de centre-ville à se professionnaliser et à se structurer en réseau. Par exemple, le réseau MANACOM en Nouvelle Aquitaine, porté par la CCI de Bordeaux, réunit 35 managers du commerce de la Région. Ce réseau accompagne les managers dans la pratique de leur métier en proposant différentes prestations : séminaire d'intégration « 3 jours pour le commerce », « coaching individuel », événement annuel... et permet l'échange de bonnes pratiques entre ces professionnels et les élus en charge du commerce. MANACOM s'appuie sur une stratégie d'alliance avec les collectivités territoriales disposant d'un manager du commerce.

➤ Réintégrer les enjeux de revitalisation commerciale dans les stratégies d'urbanisme

Les CCI proposent aussi de mieux prendre en compte le commerce dans les stratégies locales d'urbanisme :

- **Assurer une cohérence entre les documents d'urbanisme et la réglementation Commerce :** le volet commerce des documents d'urbanisme est souvent peu investi par les collectivités bien qu'ayant des incidences sur le développement du commerce. Par ailleurs, il est nécessaire que les autorisations d'exploitation commerciale soient compatibles avec les SCOT. Dans le cadre des Plans locaux d'urbanisme intercommunaux dits PLU(i), la préservation des linéaires commerciaux peut permettre de ralentir dans certains centres villes la transformation des rez-de-chaussée en logement (objectif de diversité fonctionnelle). Les CCI proposent d'annexer systématiquement les périmètres de sauvegarde délimités au titre de la préemption commerciale aux PLU(i), d'assurer la bonne coordination entre la préservation des linéaires commerciaux et les périmètres de sauvegarde, de

mettre systématiquement en avant le commerce dans le cadre d'une réflexion urbaine globale et de souligner les interactions avec les autres règlements affectant le commerce (TLPE, préemption, éventuellement charte promoteur...).

- **Améliorer le dispositif actuel des Commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC) :** alors que la vacance commerciale en centre-ville et parfois en zone périurbaine est en forte augmentation, le taux d'acceptation des autorisations d'implantations commerciales en CDAC varie entre 80% et 90% pour la création de surfaces commerciales de plus de 1000 m², en très grande majorité en périphérie des villes. Dans ce contexte, revoir le dispositif actuel des autorisations semble urgent : les CDAC ne peuvent plus être « des machines à dire oui ». Par ailleurs, la suppression d'études d'impact économique nuit considérablement à l'éclairage des CDAC devant se prononcer sur les projets qui leur sont soumis.

➤ Réformer les outils financiers et fiscaux

Les CCI proposent de développer les aides fiscales et financières :

- **Inciter les collectivités territoriales à créer des fonds locaux de soutien à l'immobilier commercial et artisanal lors d'une installation en centre-ville :** les aides peuvent désormais prendre la forme de prêt, d'avance remboursable ou de crédit-bail à des conditions plus favorables que celles du marché. Ces aides, prévues au nouvel article L.1511-3, peuvent être versées soit à l'entreprise bénéficiaire, soit au maître d'ouvrage, public ou privé, qui en fait alors bénéficier intégralement l'entreprise. Il s'agit de faire désormais la promotion de cette faculté ouverte aux collectivités territoriales et à leurs groupements. Les CCI peuvent apporter un appui technique aux communes pour la création et la mise en œuvre de ce fonds.
- **Réaffecter la TASCOM pour la modernisation des centres villes :** au lieu d'être versé au budget général de l'Etat, le produit de cette taxe pourrait alimenter le fonds FISAC pour favoriser l'investissement public et privé en faveur de la modernisation des centres-villes et des points de vente. Par exemple, le produit de cette taxe, pour partie, pourrait être consacré à un fonds des SEM ou SPL à l'échelle de l'intercommunalité, du département ou de la Région qui investirait dans les centres-villes (pour préserver le patrimoine, rénover l'habitat, dynamiser le commerce de centre-ville...).

3 propositions pour réformer le FISAC

Seul instrument national dédié au financement du commerce de proximité, le FISAC doit encore être réformé, la refonte opérée par la loi Pinel (ACTPE) du 18 juin 2014 n'ayant pas permis de répondre à l'ensemble des besoins. Les CCI recommandent les évolutions suivantes :

- **Organiser la régionalisation du fonds :** après concertation entre les différents acteurs, cette régionalisation aurait pour avantage de remplacer le système actuel trop contraignant par une procédure allégée et plus rapide.
- **Flécher la réserve nationale sur le commerce :** la réserve nationale doit bénéficier à l'ensemble des entreprises de proximité, qu'elles soient artisanales, commerciales ou de services.
- **Revoir l'abondement du FISAC par une fraction de la TASCOM** pour rétablir la solidarité financière entre les TPE/PME commerciales et artisanales et la grande distribution.

➤ Pour aller plus loin contacts CCI France :

Direction des relations institutionnelles : Laure Prévot - l.prevot@ccifrance.fr - 01 40 69 37 79

Direction Développement durable et Proximité territoriale : Fabienne Etchemendy - f.etchemendy@ccifrance.fr - 01 40 69 38 77

www.cci.fr

