

À LA UNE

Territoires, villes et commerce : mobilité, télétravail, transition énergétique, rareté foncière, démographie au cœur des préoccupations des enseignes pour l'avenir



© Asgeir Pedersen - Spots France

Le commerce, au cœur de nombreux changements dans les prochaines années, en subira les conséquences mais devra également être un acteur majeur des transformations territoriales.

La Covid, les réflexions sociétales actuelles (décarbonation, occupation de l'espace, nouveaux rapports au travail et à la consommation...) sont autant de sujets et d'axes qui ne peuvent que profondément impacter à la fois les besoins territoriaux, le comportement et les besoins des citoyens mais aussi les stratégies des acteurs.

Il ne s'agit pas ici de dresser de manière complète toutes ces problématiques si nombreuses, qu'elles interagissent et sont contradictoires.

Finalement, tout est question de choix de politique sociétale. Nous ne traiterons pas correctement tous ces sujets sans avoir défini les contours de la société, ou des sociétés auxquelles nous aspirons.

Bien entendu, dans ces réflexions, nous avons un prisme certain qui est celui de considérer que le commerce, ses activités, sa présence territoriale, ces

rôles de lien social et d'animation en particulier, sont fondamentaux pour une société où il sera agréable de vivre demain. Celui qui ne fait pas de ces éléments un fondamental du bien vivre en commun pour l'avenir pourra considérer que ce qui nous préoccupe ci-dessous n'a ni réelle portée ni intérêt. Nous assumons notre point de vue.

Nous ne traiterons pas ici d'un aspect essentiel qui mérite des réflexions spécifiques et à nos yeux, sous-estimé et insuffisamment appréhendé par les acteurs du commerce : le vieillissement de la population. Or, c'est un des aspects fondamentaux dans les transformations inéluctables et majeures qui changeront une société telle que la nôtre.

Nous aborderons seulement quatre de ces éléments :

- **Les rapports à la mobilité**, notamment au quotidien, et les modes de mobilité,
- **L'impact du télétravail**,
- **Les grands enjeux territoires et commerce**,
 - Le zéro artificialisation net (Zan) et ses conséquences potentielles sur les zones commerciales,
 - Les centres-villes,
 - La vacance commerciale et l'immobilier de commerce.
- **La démographie**, inégale sur le territoire français

La mobilité des personnes et des biens aux cœurs des futures transformations territoriales

L'aspect le plus modifié, voire en « danger » dans notre quotidien est celui de la mobilité combiné à la crise énergétique, aux nouvelles aspirations en termes d'équilibre vie privée/vie professionnelle mais aussi lieu de vie/lieu de travail.

Après deux années de forte « immobilité » contrainte, les questions de rapport à la voiture (prix du carburant mais également impacts sur la planète), la fréquence de déplacement pour aller au travail, de lieu de vie plus éloigné du travail (Paris vers la banlieue ou les régions, recherche d'espace), recours croissant au vélo, mise en place accélérée de ZFE, sont autant de phénomènes qui impacteront durablement les mobilités des Français et ce faisant, le rapport aux lieux en général, de commerce en particulier (bureaux, gares, commerces, loisirs, centres-villes, zones commerciales...).

Nous devons concevoir **de nouvelles clés de lecture et appréhender les changements que cela peut générer dans la stratégie des enseignes commerçantes : maillages de magasins, format, densification/proximité mais aussi les rapports à l'immobilier commercial et aux coûts de ce dernier.**

Nous ne sommes qu'au début d'une forte **volonté gouvernementale de limiter rapidement le recours à la voiture** à la fois pour des raisons de consommation d'énergie et de pacification des métropoles. Mais, il y a une différence entre moins de voitures et des véhicules propres.

Quel mode de substitution est proposé aux habitants, en particulier les plus modestes ? Quelles seront les conséquences ? Comment mettre en œuvre les transformations avec le plus de cohérence et en limitant les tensions sociales.

En premier lieu, la mise en place de ZFE sans véritables études d'impacts à la fois sur la population (Qui peut encore se déplacer ne serait-ce que pour aller travailler ?) mais également sur l'activité économique, en particulier les commerces, entraînera des conséquences importantes sur la transformation du commerce et des villes. Sera-t-elle favorable à la ville ou, au contraire, à sa périphérie, difficile et trop tôt pour le dire. Mais il n'est pas certain que ces contraintes croissantes de mobilité en voiture soient si favorables aux centres-villes de demain. Or, 43 ZFE sont prévues avant le 31 décembre 2024.

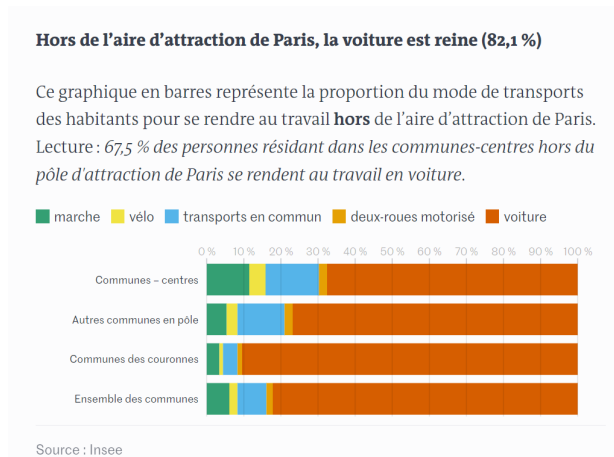
Ajoutons la problématique sociale : quelle solution est offerte aux populations qui ne peuvent plus se servir de la voiture ? Une telle décision n'a évidemment pas les mêmes conséquences sur les habitants des métropoles ou de l'hyper urbain et pour ceux qui habitent des périphéries ou des zones plus rurales.

Dans ce domaine délicat de l'automobile, les enjeux dépassent largement ceux du commerce car cela pose la question de l'accès à l'emploi. Contraindre fortement et très rapidement l'usage de certains types de véhicules partout en France est-il cohérent avec la volonté d'un retour maximum à l'emploi. Ne risque-t-on pas à l'inverse de le rendre inaccessible à une partie croissante de la population qui, par ailleurs, n'a pas les moyens de se loger à proximité de son lieu de travail !

Car, il est évident que de nombreux territoires n'ont pas la densité suffisante pour envisager le financement de transports en commun denses.

La voiture demeure fondamentale pour les déplacements dans la majorité des territoires

Paris reste un cas particulier puisque hors Paris, plus de 80 % des déplacements se font en voiture et davantage pour les habitants hors commune centre.



Il est évident que nous pouvons faire mieux et que les modes de transports se transformeront au fil des années au profit des modes doux tels que la marche et le vélo. Mais **ces évolutions ne pourront se faire de manière homogène sans tenir compte des spécificités territoriales et des distances à parcourir pour les trajets du quotidien.**

A défaut de prise en compte suffisante de ces spécificités, attention à la fréquentation des centres-villes et des lieux urbains dans de nombreux territoires en régions, **attention également aux effets pervers : dispersion/mitage des activités, fragilisation des acteurs...**

Dès que cette problématique de la voiture est abordée, les positions sont tranchées, d'un côté, ceux qui pensent qu'elles restent indispensables et de l'autre, ceux qui estiment qu'il faut en stopper au maximum l'usage. La question ne peut être traitée de manière caricaturale mais il est certain en tout cas que l'imiter l'accès en automobile à certains sites, mettre en place des contraintes trop lourdes (plan de circulation, restriction, stationnement...) **modifient les profils des personnes qui fréquentent les lieux et donc la fréquentation de certaines activités telles que les commerces.** Le nier est une négation de la réalité. Par ailleurs cela restreint de manière évidente la taille de la zone de chalandise accessible pour un point de vente donné, donc cela peut rendre le site inadapté à la pérennité de tel ou tel profil de commerce.

Un vrai sujet lorsqu'on a, par ailleurs, la volonté d'intégrer dans l'urbain un maximum de formes de commerce et de formats de magasins.

Par ailleurs, n'oublions pas que l'autre phénomène majeur précipité par la Covid est l'accélération de la numérisation de la société. Par voie de conséquence, chacun d'entre nous peut accéder à des nombreuses activités sans bouger de son domicile : travailler, jouer, consommer...

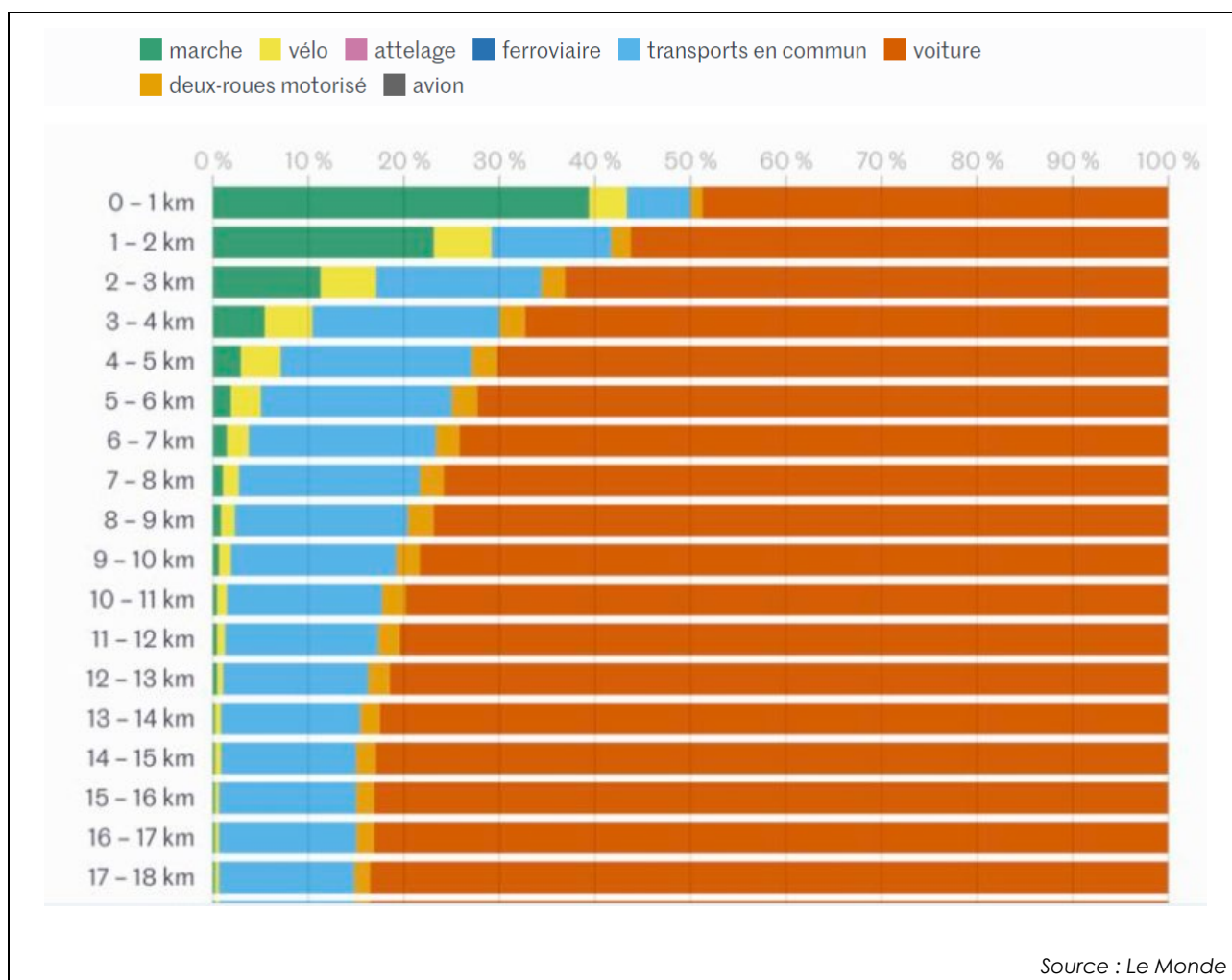
L'un des enjeux sociétaux des prochaines décennies sera de « faire sortir » le consommateur d'un domicile de plus en plus multiusage, et de plus en plus « protecteur ». Se déplacer devient un effort. Par ailleurs, le gain perçu par ce déplacement doit être supérieur au « coût » de l'effort à réaliser. Toute difficulté, tout irritant augmente le coût de déplacement. Or, c'est bien l'enjeu des centres-villes et lieux de loisir ou de commerce où qu'ils soient situés. **Pour fonctionner, les difficultés d'accès doivent être réduites au maximum.**

Certains raisonnent dans l'autre sens en estimant que la solution est la livraison à domicile, ou que les activités doivent se rapprocher de ces habitants (proximité, ville du quart d'heure). L'augmentation de la livraison à domicile ou dans des points de retrait ne fera que fragiliser les lieux, donc la question est sociétale. A-t-on besoin de lieux pour la qualité du lien social et du bien-être. Chacun devra donner sa réponse, en particulier le politique national ou local.

Pour ce qui est de la proximité sans déplacement, elle ne sera possible ni partout (densité) ni pour toutes les activités (fréquence de consommation pour faire vivre une exploitation), donc si ce raisonnement des contraintes d'accès est poussé trop loin localement, la seule solution « de proximité » sera la livraison à domicile. La fin des lieux !

Les restrictions d'accès (ZFE en particulier) sont des étapes fondamentales, de même que la piétonnisation de périmètre car, au-delà de l'accès de consommateurs, l'autre enjeu vital est celui des livraisons qui permettent le fonctionnement des activités.

Or des livraisons trop contraintes, qui en augmentent trop fortement le coût ou l'organisation, ne peuvent pousser qu'à rechercher d'autres solutions, lieu ou mode d'exploitation (s'éloigner de l'urbain, livrer à domicile...).



Pacifier l'espace public, réduire la pollution atmosphérique ou sonore est évidemment prioritaire, la question est de coconstruire des politiques et des modalités qui permettent, à la fois d'atteindre progressivement ces objectifs, tout en assurant l'animation urbaine, la pérennisation des activités économiques ...

Le télétravail

La Covid a profondément changé le rapport au travail, en particulier avec **un télétravail qui s'est installé** beaucoup plus rapidement que cela ne serait intervenu sans crise sanitaire.

Bien entendu, ce phénomène n'impacte pas tous les territoires, ni partout de façon comparable.

La région parisienne connaît les transformations les plus durables et les plus marquées avec d'indéniables changements dans les rapports entre domicile et lieux de travail tertiaire, dans la

fréquence des déplacements vers les bureaux et, par voie de conséquence, une partie des achats se reportent vers l'environnement proche du domicile. Les conséquences positives et négatives sur les lieux et les activités de ces phénomènes récents sont difficiles à mesurer tant il est complexe de tous les isoler mais ceux-ci seront durables.

Le télétravail facteur fondamental des fréquences de déplacement et des lieux de consommation

Selon une enquête de l'Institut Montaigne, le rapport au travail des Français ne s'est pas dégradé contrairement à ce que beaucoup d'analystes disent.

Les Français sont heureux au travail, dans leur grande majorité. Et l'épidémie de Covid-19, qui aurait selon certains entraîné une « épidémie de flemme », n'y a rien changé. Une étude de l'Institut Montaigne (janvier 2023) met en évidence certains points.

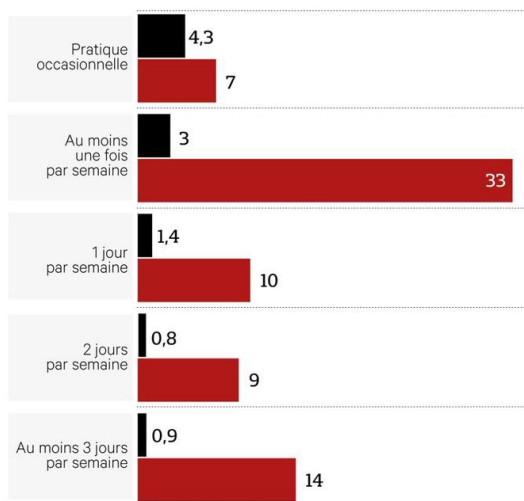
Plus de trois quarts (77 %) des plus de 5.000 actifs interrogés se disent satisfaits de leur travail - ils expriment un degré de satisfaction supérieur ou égal à 6/10 -, soit une proportion « remarquablement stable dans le temps » note l'étude. Les points de satisfaction sont également inchangés, que ce soit l'intérêt et le contenu des missions exécutées, la qualité des relations avec les collègues et le temps de travail.

40% des acteurs le pratiquent au moins occasionnellement fin 2022, contre seulement 7,4% en 2017, selon l'Insee.

Pour les 60 % n'ayant pas accès au télétravail, en majorité des professions pour lesquelles ce n'est pas possible, c'est un « motif de forte frustration », note l'Institut Montaigne.

Le temps de télétravail hebdomadaire en nette augmentation

En % ■ 2017* ■ 2022



* Enquête Sumer Insee
SOURCE : INSTITUT MONTAIGNE



Le zéro artificialisation net, l'avenir proche de l'aménagement des territoires et les zones commerciales

Autre enjeu fondamental des prochaines années, **l'adaptation de l'aménagement du territoire à une nouvelle approche foncière visant à aller vers le Zéro Artificialisation net (Zan).**

Le gouvernement a fixé dans un premier temps une réduction de 50 % de l'artificialisation nette des terres dans les territoires.

Cela concerne bien entendu toutes les activités, aussi bien le logement, que les activités économiques dont le commerce.

Ce dernier a d'ailleurs immédiatement bénéficié d'un « traitement de faveur » car la Loi Climat et Résilience lui interdit toute artificialisation sauf dérogations. Serait-ce la seule activité économique soumise à de nouvelles règles ?!

Peu importe, nous partageons tous l'idée qu'il n'y a pas besoin, sauf exception de construction de nouveaux grands lieux de commerce. Ce n'est pas pour autant qu'il ne doit pas s'adapter, se transformer, se renforcer.

Mais le débat a récemment changé de nature. Alors qu'elles n'ont intéressé personne depuis dizaines d'années, les entrées de ville et les zones commerciales deviennent d'un coup, très importantes puisque perçues comme des lieux de densification et donc comme la solution pour implanter d'autres besoins immobiliers dans la ville, y compris le logement et l'industrie.

Tous les urbanistes, les promoteurs, les villes, même le gouvernement se penchent maintenant sur ce dossier. Un dossier important pour le commerce puisqu'il s'agit de réfléchir à son attractivité pour les trente prochaines années, de son adaptation aux besoins d'un commerce transformé (décarbonation, isolation thermique des bâtiments, accès ...).

Rappelons que ces périphéries représentent globalement 70 % du chiffres d'affaires du commerce en France, qu'il y a environ 1500 zones commerciales de tailles très différentes et que très peu d'entre elles sont fortement touchées par la vacance commerciale.

Bien entendu, commencer à étudier ces territoires permet de s'apercevoir de la difficulté de vouloir intervenir dessus. Mitage foncier, multitude de propriétaires et d'exploitants. Comment s'y prendre ?

Certains promoteurs voire des élus sont, bien entendu, prioritairement intéressés par l'identification de fonciers sur lesquels construire le plus rapidement possible, en particulier pour répondre aux besoins de logements. C'est le cas en particulier des grandes villes. Dans certains territoires et selon certaines visions, si le commerce pouvait réduire drastiquement ses besoins immobiliers, où, mieux encore, s'il pouvait

« disparaître », cela faciliterait grandement la mise en œuvre des projets.

Le contexte global ne facilitera rien puisque tout ce qui est rare est cher.

Or la zéro artificialisation renchérit les biens immobiliers existants et les lieux en exploitation puisque les possibilités de transférer les activités existantes pour libérer de l'espace se raréfient.

Vers des modes de transformation des zones commerciales qui intègrent l'avis des commerçants dès l'origine

Seule solution crédible, et c'est celle que nous défendons partout en France, fixer la trajectoire des besoins du commerce à l'échelle de chaque territoire (et non seulement de la commune), se projeter, définir des projets de transformations, **tenir compte des besoins des commerçants et leur proposer des solutions viables commercialement (accès, livraison, visibilité...) et économiquement** (loyers, charges, coûts d'exploitation), des solutions en propriété s'ils le sont actuellement. Cette phase est impérative pour en faire des acteurs engagés dans ces transformations qui seront longues et complexes.

Cela suppose une gouvernance public/privé à l'échelle du projet de zones. Cela supposera également des transferts d'activités car la reconstruction de la ville sur la ville est extrêmement complexe avec des magasins en exploitation. Il faut donc des règles adaptées telles que les possibles transferts de surfaces de vente.

Bien entendu, chaque zone doit faire l'objet d'une réflexion locale pour concevoir des projets répondant vraiment aux spécificités et aux besoins de chaque territoire, à ses habitants, et non vouloir calquer des approches relevant des écoles de pensée urbanistique.

Par ailleurs, il va falloir assurer la cohérence avec d'autres décisions gouvernementales et parlementaires qui peuvent largement figer durablement le foncier. C'est le cas en particulier des conséquences de la loi ENR qui impose l'implantation rapide d'ombrières avec panneaux photovoltaïques sur les parkings de tous ces sites. Comment imagine-t-on faire muter rapidement certaines zones après mise en œuvre d'investissements ou de contrats de longue durée sur les aires de stationnement ?

Il est urgence d'analyser les zones qui doivent être transformées dans les vingt prochaines années pour y établir des dérogations. Sinon, les investissements ou les contrats portant sur les panneaux photovoltaïques rendront encore plus compliquée la modernisation/transformation/constructibilité de ces zones.

Dernier point, mais pas des moindres, si volonté politique réelle il y a de transformer ces zones commerciales, **des fonds publics devront venir compléter les fonds privés.** A défaut, les seuls territoires qui intéresseront les acteurs privés seront les métropoles et les très grandes villes, plus quelques territoires tendus dans l'ouest de la France. Tout le reste de la France et des territoires sera oublié. Or, le commerce doit s'y moderniser de même que ces zones constitutives de lieux de vie pour les habitants locaux. **Le gouvernement doit impérativement appuyer financièrement et techniquement les collectivités locales pour dynamiser cette politique si elle fait l'objet d'une volonté nationale.**

Bien entendu, ces tensions foncières, ces complexités dans la conception des lieux font porter des risques majeurs sur de nombreux modèles économiques du fait d'un renchérissement probable des coûts immobiliers pour les exploitants alors qu'il est identifié qu'il s'agit déjà aujourd'hui d'un des points majeurs de fragilisation.

Toute la question sera donc d'apporter des réponses de transformation qui permettent de conserver des coûts d'immobilier en phase avec la réalité économique de l'exploitant. Si ce sujet n'est pas pris en compte en amont de chaque projet dans les pré-bilans d'opérations ou s'il est sous-estimé, la pérennisation de nombreux acteurs sera mise en danger puisqu'une grande partie de l'efficacité du commerce de périphérie repose sur cet immobilier accessible et sa bonne adéquation avec le niveau d'activité réalisé sur ces zones.

Poursuivre les actions en faveur des centres-villes, et attention au développement de la vacance commerciale

La période actuelle est très dangereuse car elle peut générer de nombreuses fermetures de magasins partout en France et dans tous les types de territoires.

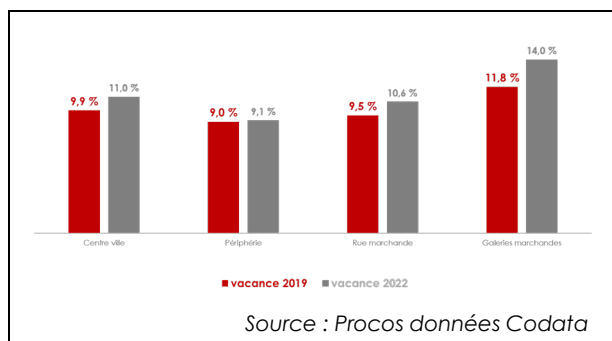
Il est évident que l'action publique (Action Cœur de Ville, Petite Ville de Demain) doit se poursuivre plus que jamais.

Il est malheureusement probable qu'il faille imaginer d'autres modes d'intervention dans les prochains mois et sur d'autres territoires (pas seulement les villes moyennes et les territoires ruraux) en fonction des impacts que pourraient avoir les tensions sur les modèles économiques du commerce (l'environnement économique actuel (effet ciseaux vu plus haut) avec une probable augmentation de la vacance commerciale dans les prochains mois.

À la suite de la Covid, il ne semble pas que la vacance commerciale ait subi une accélération forte dans les centres-villes des villes moyennes et c'est heureux.

Ce sont les centres commerciaux qui ont été les plus impactés.

Même s'il est certainement hétérogène entre les tailles et les emplacements des centres commerciaux, même si les bailleurs ont fait face à ces difficultés en mettant en œuvre des baux de courte durée en attendant des jours meilleurs, le nombre de locaux vides a augmenté dans les galeries. Peut-être n'est-ce pas le cas si l'on compte les surfaces totales libres mais ces données ne nous sont pas disponibles.



A date, la Covid a laissé plus de traces en matière de locaux vacants dans les centres commerciaux que dans les autres lieux de commerce avec une vacance qui est passée de 11,8 % en 2019 à 14 % en 2022 alors que les augmentations sont très légères, en moyenne, dans les centres-villes et encore plus dans les zones commerciales de périphérie.

A date, les conséquences majeures sur l'accroissement de la vacance commerciale consécutif au Covid sont prioritairement mesurées à Paris qui devrait être un périmètre d'intervention

spécifique tant les risques de « décommercialisation » de certaines rues sont notables.

La proximité des Jeux olympiques devrait constituer l'occasion d'une collaboration active de la municipalité et de l'Etat sur ce point important de l'image de Paris en 2024 mais encore faut-il considérer le commerce comme un acteur essentiel de l'animation de la rue.

Une démographie favorable à l'ouest et au sud de la France

Autre élément fondamental à prendre en compte dans la définition des stratégies de maillage des enseignes, le futur géographique de la démographie.

Les projections de l'INSEE montre combien l'avenir est hétérogène pour les différents territoires de la métropole.

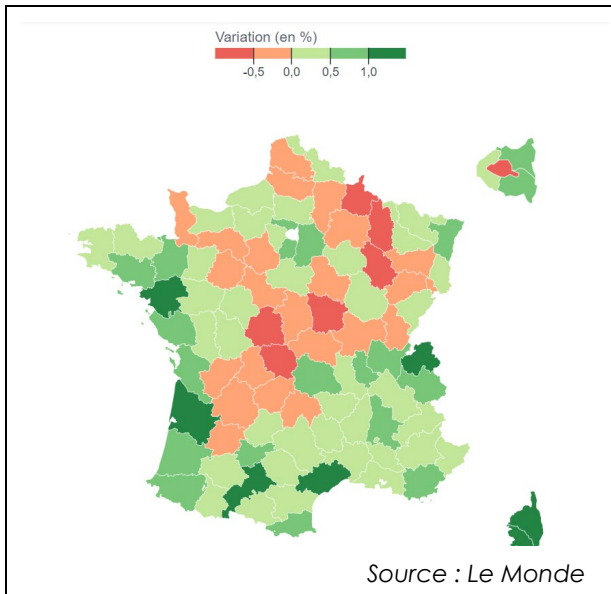
Les écarts d'évolution démographique vont accroître les différences entre les régions au profit des régions côtières du sud et de l'ouest tels que le montrent les hypothèses des cartes ci-dessous. Une tendance qui doit évidemment être prise en compte pour mener des hypothèses sur les besoins de consommation relatifs de chaque région dans les années à venir avec des conséquences sur la stratégie de maillage de magasins des enseignes.

La population baisse de plus de 0,2 %/an dans 21 départements entre 2014 et 2020.

Au-delà du vieillissement de la population qui sera forcément un sujet pour les formes de commerce et de services dans les prochaines années, la répartition de la population sur le territoire accentuera les phénomènes déjà mesurés à la suite de la désindustrialisation.

L'accélération du télétravail, l'attractivité des territoires littoraux, la mobilité en train entre métropole et ces régions vont accroître fortement les écarts entre l'attractivité des différentes régions. Un phénomène qui doit être anticipé en matière d'aménagement du territoire, d'hétérogénéité sur les réponses à apporter en fonction des spécificités territoriales, y compris en matière de services et de commerce envers les populations.

La ruée vers l'Ouest



La future répartition de la population française : plus la couleur est foncée plus tard interviendra le maximum de population dans le département. La déformation au profit de l'ouest et du sud est flagrante (cf. carte ci-dessous).

Il est bien évident que les besoins d'accompagnement de ces changements

démographiques sont importants dans tous les domaines, logements, activités économiques, infrastructures, écoles, santé, commerce... Avec de très sérieux problèmes de rareté foncière.

A l'inverse, malheureusement, cela posera des problèmes différents dans les territoires moins prisés qui risquent de subir des phénomènes d'enfrichement, de désertification, qui réclament d'autres mécanismes d'accompagnement, un aménagement du territoire fondamentalement différent.

Quelle que soit la situation, le commerce est concerné puisque, bien entendu, même dans les territoires moins denses il faut répondre aux besoins de la population avec des schémas de penser très différents.

Dans le domaine du commerce, les réponses sont et resteront locales c'est pourquoi, par définition, les enseignes doivent être des acteurs engagés dans ces transformations sociétales multiples et qu'elles sachent apporter des réponses moins standardisées que par le passé, plus locales, plus adaptées aux spécificités d'un territoire et/ou du profil d'une population et des besoins locaux. ■

