

## À LA UNE

# Aménagement du territoire et mobilités : deux paramètres majeurs pour imaginer la géographie future du commerce



© [www.degaulleflurance.com](http://www.degaulleflurance.com)

**Imaginer l'avenir du commerce physique dans les territoires n'est pas chose aisée car il ne s'agit de s'appuyer sur le passé mais d'imaginer le futur** alors que de très nombreux paramètres vont influencer sur celui-ci. Des éléments touchant la consommation, bien entendu, mais également la concurrence (les canaux de vente sont multiples et dépassent le cadre des seuls magasins), le poids futur des services dans les prestations rendues par ce que l'on appelle aujourd'hui les commerçants...

**Or lorsque l'on travaille sur le territoire de demain, il convient de faire des hypothèses, de fixer un cadre, un chemin vers le territoire futur.**

Une ambition difficile tant les choses sont instables et les certitudes peu nombreuses.

**Le paradoxe** est que, pour survivre, **les agents économiques doivent être capables de se transformer de plus en plus vite** alors qu'au contraire, **sur le plan politique, surtout en France, on voudrait tout encadrer, tout maîtriser, tout prévoir.**

**C'est forcément dans la collaboration permanente entre acteurs publics et privés que l'on a une chance d'agir au mieux**, de s'adapter plus vite aux adaptations nécessaires pour éviter d'être durablement dans l'erreur et de se donner une chance de réagir à temps.

Il en va ainsi de deux sujets importants :

- **La conception des autorisations relatives au commerce** et le sort réservé aux activités de commerce au sein des documents d'urbanisme et autre DACLL.
- **La manière d'appréhender la manière de mettre en place les mobilités futures** (produits et personnes) dans les territoires.

Ces deux enjeux en effet peuvent, s'ils sont mal appréhendés, avoir de très importantes conséquences en matière de commerce physique dans les territoires, voire, à l'extrême, de dé-commercialisation de certaines parties de ceux-ci. Car agir sur le commerce physique, sur les lieux, ne peut plus se faire en faisant abstraction de l'existence d'autres façons de répondre aux attentes des citoyens, notamment internet, les réseaux sociaux, la réalité augmentée à distance...

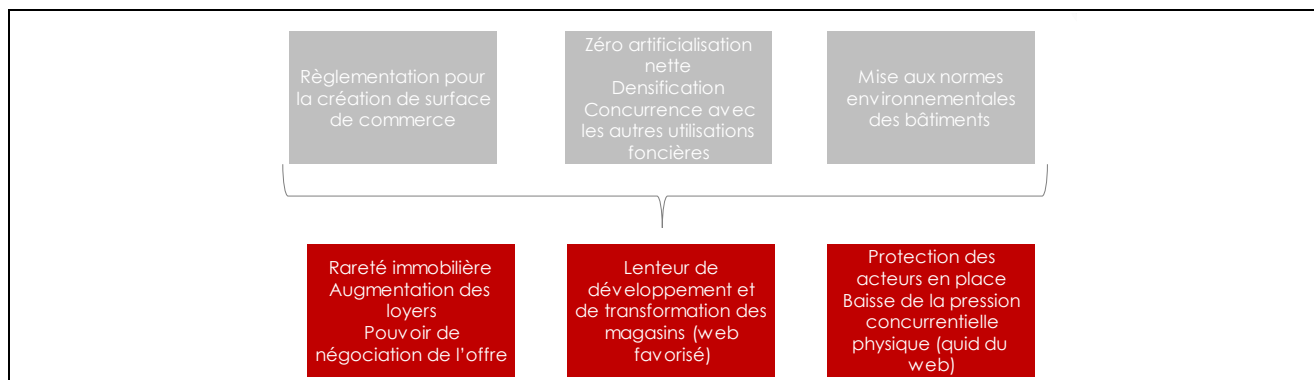
**Plus l'univers des possibles pour le commerce physique est restreint et rigide, plus les autres formes de satisfaction des besoins sont performantes et peuvent être privilégiées par les acteurs économiques comme par les consommateurs.**

**Un contexte de développement du commerce physique qui se complexifie toujours davantage.**

Lois Elan, Climat et résilience sont autant de cadres réglementaires qui viennent rigidifier et complexifier l'implantation du commerce dans les territoires.

Les grands ensembles commerciaux sont depuis longtemps la cible des réflexions et des politiques de régulation mais les derniers mois ont mis en œuvre des règles beaucoup plus contraignantes.

**Un contexte de développement des magasins qui se complexifie de tous les côtés : de plus en plus administré ; la rareté et la rente**



Il est évidemment souhaitable de reconstruire la ville sur la ville et de réguler fortement l'artificialisation mais force est de constater que le commerce reste la première cible de ces réflexions alors qu'il n'est qu'un des acteurs.

La difficulté est que cela risque de donner encore plus de pouvoir aux acteurs de l'immobilier commercial face à ceux de l'exploitation de commerce qui sont deux mondes qui travaillent ensemble mais dont les paradigmes économiques ne sont pas du tout identiques.

Le commerce aurait besoin de réduire l'impact des coûts immobiliers sur son modèle mais tout concourt à l'augmentation de ces coûts.

De même, le commerce a besoin de se transformer plus vite pour s'adapter aux évolutions concurrentielles (notamment e-commerce) et sociétales, or, tout concourt à créer de la difficulté, de la tension et de la lenteur.

Ce faisant, attention de ne pas trop encadrer les capacités de transformation et d'innovation de ces secteurs totalement vitaux pour l'activité économique locale.

**Attention également de ne pas entrer dans une politique administrée dans laquelle les élus voudraient tout contrôler, tout prévoir, avec des risques très forts de se tromper et d'obtenir l'inverse du résultat souhaité, la paupérisation de l'activité dans leur territoire en y décourageant l'investissement.**

**L'issue passe par la gouvernance partagée, par la co-construction, mais pas par la volonté de tout régir et tout planifier. Le monde bouge trop vite et trop violemment, il faut pouvoir s'adapter plus vite que par le passé et non le contraire.**

## L'organisation de la mobilité des produits et des hommes au cœur des formes de commerce dans les territoires.

### Le commerce de détail vit de flux, de produits et de personnes.

Les réflexions sociétales et territoriales actuelles tendent à modifier ceux-ci profondément.

Or sans approvisionnement pas de commerce, sans clients et collaborateurs, pas de magasins.

ZFE, piétonnisation, plan de circulation ... sont autant de projets et/ou de réglementations qui viennent modifier l'exercice de l'activité des commerçants, avec plus ou moins de conséquences mais si on n'y prend garde les conséquences peuvent être rapides.

### Le schéma ci-dessous montre combien les impacts d'une organisation différente des mobilités peuvent être nombreux et profonds sur les modèles de commerce.

C'est pourquoi il est fondamental, pour toute réflexion, projet de réglementation, travaux, stationnement, venant modifier ces flux, que des études d'impacts soient réalisés en amont avec les professions du commerce et leurs prestataires (impacts sur le chiffre d'affaires, sur les coûts d'exploitation, sur la capacité à recruter des salariés).

**En effet, lorsqu'ils ne sont plus aussi accessibles, les lieux de commerce, quels qu'ils soient, perdent de leur attractivité et mettent en danger des acteurs.** De même, la complexification des flux logistiques peut augmenter jusqu'à l'insupportable matériellement ou financièrement les conditions d'exploitation d'un point de vente.

**Ne croyons pas, par exemple, que la grande partie des magasins de demain sera des show-rooms** desquels les clients repartiraient systématiquement sans produit pour se livrer à domicile ce qui, évidemment, laisse imaginer que les zones de commerce poseraient moins d'obligation de logistique d'approvisionnement.

Ce serait très risqué de raisonner ainsi car, dans ce cas, il y a fort à parier qu'une partie croissante de consommateurs ne feront plus l'effort de se déplacer vers les magasins pour commander par internet et se faire livrer.

La coordination, la concertation, le travail en commun des acteurs publics et privés, nationaux et locaux sont donc des impératifs pour protéger un bien commun qu'est le commerce dans les territoires.

### Respecter les commerces en place et les intégrer en amont des réflexions et la gouvernance sur le temps long

La période actuelle ne marque pas la fin du commerce physique mais les contraintes de mobilité des produits et des personnes, d'une part, et les coûts immobiliers croissants, d'autre part, peuvent fragiliser demain de nombreux commerçants qu'ils soient urbains ou dans la périphérie des villes.

Le plus gros enjeu est sans doute celui de la gouvernance locale public/privé qui permette à la fois de transformer le territoire pour que son fonctionnement soit plus économe en ressources tout en étant le plus efficient possible sur le plan social, en assurant la mise en place d'une activité de commerce qui réponde à la fois à un objectif sociétal plus vertueux, mais qui soit économiquement rentable et assure la réponse aux besoins des citoyens consommateurs. Et, ceci en s'adaptant toujours aux évolutions de la société.

Cela suppose de toujours mieux imaginer des gouvernances locales de projets et de territoire, une co-construction et une collaboration qui abolissent les silos et permettent à chacun, notamment le politique et l'entreprise de commerce, de comprendre les objectifs et univers des possibles de l'autre afin de se respecter et de définir des trajectoires acceptables et motivantes pour les deux parties. ■

### Mobilité des produits et des personnes au cœur des évolutions territoriales futures du commerce

