

À LA UNE

Moratoire, une très mauvaise idée pour impulser l'indispensable modernisation des périphéries. Donnons-nous plutôt une ambition !



© www.lesechos.fr

La Convention Citoyenne pour le Climat, à propos de la lutte contre l'artificialisation des sols écrit « prendre immédiatement des mesures coercitives pour stopper les aménagements des zones commerciales périurbaines très consommatrices d'espace » !

De quoi est-il question au juste ?

À la lecture de la circulaire de juillet du Premier ministre Jean Castex intimant aux préfets de mettre tout en œuvre pour faire d'éventuels recours contre les CDAC ou CNAC de projets artificialisant des sols, on voit combien le sujet est porté au plus haut niveau.

Car, en effet, les règles visant à privilégier les projets sur des friches existent déjà depuis la loi Elan, notamment la possibilité pour les préfets de bloquer l'instruction des dossiers de CDAC pendant trois voire quatre années.

En fait, il est étonnant de parler de commerce à propos de ce problème important de la réduction de l'artificialisation des sols qui est un objectif important pour réduire les impacts de l'urbanisation sur la planète.

Il est très surprenant, en effet, de ne parler que des zones commerciales.

En effet, alors que les activités de commerce impactent pour moins de 5 % l'artificialisation, l'habitat en génère plus de 50 %.

On parle de moratoire, mais le terme est impropre car, dans la démarche il ne s'agit pas de mécanismes ponctuels, ciblés et limités dans le temps mais bien d'inscrire une nouvelle règle dans le projet de loi qui doit être débattu début 2021.

Le commerce est en crise, chacun le sait. Il doit s'adapter à un environnement profondément modifié du fait de la concurrence de nouveaux acteurs, de plateformes internationales... Il doit construire un nouveau modèle omnicanal... et construire une trajectoire vers un commerce et une consommation plus responsables...

Tout le monde le comprend bien. Et, il ressort clairement, par exemple, du plan Relance que l'industrie doit se transformer, qu'elle doit être accompagnée, que les règles doivent être assouplies pour tenter d'aller plus vite dans ces adaptations sectorielles indispensables et urgentes. Chacun comprend également l'urgence des enjeux écologiques. **Alors, et le commerce ? !**

Le commerce semble bénéficier d'un traitement de faveur. La solution serait de bloquer certaines de ses transformations, de rigidifier les règles !

Sur le thème de l'artificialisation, les zones commerciales sont des victimes expiatoires car un tel mécanisme de blocage des zones aurait un impact marginal sur son bilan comme le soulignent les éléments d'impact présentés suite à l'analyse des propositions de la Convention Citoyenne pour la Climat.

De ce point de vue, il n'y a donc de sujets spécifiques concernant les zones commerciales, donc aucune raison objective d'imaginer un traitement particulier à leur encontre.

Bien entendu, il n'est pas question de poursuivre ce qui a été fait depuis des années en matière de commerce de périphérie. Personne ne le souhaite, ni les commerçants promoteurs ou propriétaires immobiliers ni les territoires.

En matière de commerce comme d'habitat, d'industrie, de logistique, il faut reconstruire au maximum sur l'existant, densifier, être plus vertueux sur le plan environnemental.



© www.rue89strasbourg.com

Il est nécessaire de fixer des objectifs ambitieux, privilégier le travail sur les friches à condition que l'emplacement de celles-ci s'inscrive dans un schéma de positionnement géographique cohérent à la fois avec la vision du commerce à quinze ans dans le territoire mais également avec les conditions de fonctionnement de l'activité commerciale. Car le commerce ne s'implante pas partout. Il faut aussi inciter les acteurs à densifier, mieux partager l'espace, réfléchir à la mixité de fonctions dès lors que cela a un sens localement... Tout ceci s'impose.

Mais bloquer le commerce ne résoudra en rien le problème de l'artificialisation galopante, alors ne mettons pas en place une mesure qui pourrait le laisser penser.

Il semble que nous soyons face au retour de vieux débats basés sur une croyance stérile selon laquelle bloquer la périphérie sauverait le commerce de centre-ville. Nous pensions ce raisonnement dépassé, que chacun avait compris que l'environnement du commerce a profondément changé et que celui-ci est confronté à des formes de concurrence très différentes, délocalisables, à travers les plateformes internet, les grands acteurs du numérique.

Pour la vente de produits et de services associés, un nouveau modèle omnicanal s'impose, combinant magasin et internet pour la grande majorité des acteurs.

Les commerçants originaires du physique y ont tout à fait leur place mais à condition de mener à bien rapidement leur transformation digitale, numérique et responsable.

On est loin du seul enjeu entre centre-ville et périphérie. Nombreux sont les territoires où le centre-ville est en difficulté et la périphérie également. Bien entendu, il faut continuer le travail engagé sur les centres-villes. Nous pensons même qu'il faut lui donner une dynamique et des moyens plus puissants. C'est essentiel pour la qualité de vie des habitants.

Mais, ce travail sur le centre-ville projet n'exclut aucunement l'impérative transformation et modernisation du commerce de périphérie, qu'il faut engager et accélérer. C'est de commerce sur les territoires qu'il faut traiter. L'Etat a lancé « Territoires d'Industrie », il faut engager « Territoire et commerce » en intégrant évidemment la périphérie et son intégration améliorée dans ces territoires.

Rappelons à nouveau, qu'en France, le commerce de périphérie réalise 70 % du chiffre d'affaires du commerce de détail contre 15 % en centre-ville.

Ce n'est pas en figeant la périphérie que les activités réintégreront le centre-ville, encore moins dans les villes moyennes ou petites. Le croire ou le faire croire serait une grosse responsabilité et une perte de temps. Le centre-ville doit créer autre chose, capitaliser sur une démarche globale ; donner envie d'habiter, de faire du tourisme, de vivre, et de consommer.

Nous savons tous que l'enjeu n'est pas de créer des millions de mètres carrés supplémentaires partout. Personne ne le souhaite.

En cumul, sur tout le territoire français, il y a sans doute assez, voire trop de mètres carrés de commerces existants compte tenu des évolutions démographiques et de consommation.

Mais un tel raisonnement n'a que peu de sens :

- **en premier lieu, parce que la moyenne sur la France ne prend pas en compte la réalité de chaque territoire, échelle sur laquelle, il nous faut raisonner.** Certains territoires, par leur dynamique démographique, réclameront de nouveaux équipements commerciaux.
- **en second lieu, et surtout, parce que le stock de mètres carrés de commerce existants ne prend aucunement compte de la qualité de ceux-ci et leur adaptation au commerce de demain.**

La France comprend 1500 zones commerciales. Certaines fonctionnent très bien. D'autres sont en déprise et la vacance commerciale y est déjà développée. Mais, toutes doivent se transformer et se moderniser pour rester attractives dans le monde de demain et mieux s'intégrer dans les évolutions de la ville et des territoires.

L'instauration d'un « moratoire » sur les zones commerciales comme dictat national serait un très mauvais coup porté à l'avenir du commerce dans les territoires. Pourquoi ?



© www.superprof.fr

Pour survivre, le commerce de toute taille doit se transformer, s'adapter au modèle omnicanal et s'engager vers un commerce plus responsable et investir sur la baisse de consommation d'énergie des bâtiments par exemple.

Or, les enjeux et les difficultés économiques et techniques sont énormes.

Un simple exemple ; reconstruire ou transformer un bâtiment intégrant un magasin en exploitation est très complexe, souvent impossible. Mais, le fermer pendant plusieurs mois suppose de financer des pertes d'exploitation importantes. Ce qui rend la plupart des bilans d'opérations irréalistes. Pour initier la modernisation d'une zone, il est le plus souvent impératif de déplacer des activités vers un autre espace, même si celui-ci était jusqu'ici non bâti.

Ces transferts permettent ensuite de supprimer des surfaces jusque-là commerciales pour y installer des logements, de l'activité, de la logistique en fonction de la nature et du potentiel de chaque territoire. Certaines emprises pourront même être redonnées à la nature si cela s'inscrit dans le projet territorial.

Rien ne sera possible si les règles sont trop strictes, s'il n'est pas possible de rechercher des adaptations locales, des compensations intelligentes pour le bien commun. Et, dans dix ans nous aurons pris dix ans de retard.

Les acteurs du commerce en souffriraient, prendraient un retard irratrapable dans un moment où il faut au contraire se transformer vite.

Mais les principaux perdants seraient les territoires et les habitants, en particulier dans les villes moyennes. En bloquant, en mettant en place des normes inadaptées au contexte local, les situations seront durablement bloquées. Or, vu des territoires, figer la situation de zones dont une partie est qualifiée de « France moche » ne fait rêver ni élus, ni habitants ou commerçants.

N'oublions pas que la proximité de millions de Français installés en périphérie de ville n'est pas le centre-ville mais les différentes formes de commerce exploitées en périphérie ou dans le périurbain.

Si le blocage reste le maître-mot, la dégradation sera palpable petit à petit, les lieux deviendront moins attractifs.

Persévérer dans de telles approches simplistes mais trop réductrices serait faire le lit du e-commerce. Pourquoi des habitants se déplaceraient demain vers des zones non modernisées alors que tout est accessible sur internet.

Plutôt que la perspective d'un blocage, **la politique publique, le cadre réglementaire et fiscal devraient chercher à donner aux acteurs l'envie de s'engager dans cette transformation positive.**

Le plus souvent cela passe par des approches public-privé, donc par un projet de territoire, une trajectoire clairement partagée et qui s'inscrit dans le temps. On ne parle pas ici de règles nationales. On peut travailler par objectif, inciter et diffuser les meilleures pratiques... Mais si l'on ne donne pas envie aux acteurs locaux de s'engager, si les obstacles sont infranchissables, alors seule compte la rente de situation, la vision de court terme, l'attentisme. La dynamique et la transformation ne passent pas par le blocage. Instaurer un « moratoire » serait un très mauvais signal. **L'enjeu doit être de fédérer pour transformer le commerce dans les territoires, d'engager tous les commerçants et de construire des lieux agréables pour les habitants. Simplifions et incitons.**

Nous sommes collectivement face à deux choix : bâtir une **France de lieux de vie** attractifs et agréables avec le commerce ou préparer une **France de l'excellence de la livraison à domicile.**

Cette modernisation de la périphérie est une ambition très complexe à mettre en œuvre. Les acteurs de chaque zone sont très divers et nombreux (propriétaires, exploitants ...). Les intérêts initiaux ne sont pas alignés, le partage d'un projet de transformation sur le moyen/long terme est la première étape. Sans volonté et souplesse dans les outils, rien ne pourra se faire. Les solutions et les acteurs sont différents en fonction des territoires (métropoles, villes moyennes, territoires ruraux...). Aucune règle nationale ne peut en tenir suffisamment compte.

Oublions cette très mauvaise idée de moratoire pour parler d'une ambition : transformer les acteurs du commerce et les intégrer mieux dans le projet territorial et la vie des habitants. ■