

**commerce
& ville
territoire**



**Observer la vacance et les
dynamiques commerciales pour
faire face à la crise**



Les essentiels du
webinaire du 24 juin 2020



Cet évènement qui a réuni 220 participants, était organisé à l'initiative de la Direction générale de l'aménagement, du logement et de la nature (DGALN) du Ministère de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales (MCT-RCT), qui pilote le réseau Commerce, ville & territoire depuis sa création en 2017, avec la Direction générale des Entreprises (DGE) du Ministère de l'Economie et des Finances et l'Agence nationale de la cohésion des territoires (ANCT) qui porte le programme Action Cœur de Ville.

Les constats : fin 2019, la vacance commerciale s'élevait à 12,5% dans les centres-villes et les centres commerciaux et 8,5% dans les zones commerciales en France. **Dans un contexte de crise sanitaire où la vacance commerciale devrait augmenter de 4 points et où un tiers des commerces seraient fragilisés, ce webinaire a confirmé l'importance de l'observation des dynamiques commerciales, à l'échelle nationale - au-delà de la vacance commerciale, et de la capitalisation des actions et des innovations menées dans les territoires.** Dans ce contexte, et pour lutter contre l'artificialisation des sols, l'enjeu de **revitalisation des centre-bourgs et centres-villes mais aussi de transformation des périphéries commerciales** a été rappelé par la DGALN. Pour la DGE, **les défis du commerce ne sont pas nés avec cette crise et des transformations structurelles seront à engager.**

▲ **Table ronde 1 : les impacts de la crise sanitaire sur les commerces et les territoires.**

Les impacts sur les commerces s'analysent à l'aune du chiffre d'affaire réalisé, avec de fortes disparités entre les commerces « essentiels » restés ouverts, ceux qui ont pratiqué la vente à distance et ceux qui sont restés fermés pendant le confinement, a rappelé **Fanny FAVOREL-PIGE, Secrétaire générale du Conseil du Commerce de France (CdCF).**

- ▲ D'après une enquête réalisée auprès des adhérents, près de 30% des entreprises seraient fragilisées à court terme.
- ▲ La question de l'évolution des commerces se pose : la crise a amplifié l'importance d'investir dans le numérique et de proposer de nouveaux services aux clients.
- ▲ Par ailleurs, la fiscalité locale, aujourd'hui essentiellement assise sur l'emprise foncière des magasins, est à réinterroger.

La crise actuelle se traduira également par des impacts dont l'intensité sera géographiquement contrastée et très différente de la dernière crise de 2008-2009, selon **Philippe SCHMIT, Secrétaire général de l'Association des communautés de France (AdCF)** : nombre de territoires « abrités » de 2008, très tributaires du tourisme, du bâtiment et de l'économie résidentielle marchande vont fortement subir la crise actuelle. Alors que le commerce était un angle mort des politiques publiques il y a encore quelques années, l'AdCF se félicite de la capacité de mobilisation politique du tandem intercommunalité et communes sur ce sujet, rappelant toutefois que les collectivités devront bien identifier leurs capacités d'action et opérer des choix.

- ▲ Pendant le confinement, les collectivités ont accompagné les commerces à travers différents types d'initiatives, pour encourager la consommation solidaire et locale : organisation de réseaux locaux de distribution, ou encore mobilisation sur les plans financier et fiscal.
- ▲ Si les intercommunalités peuvent agir sur l'immobilier d'entreprise, l'aide aux entreprises est une compétence de l'Etat et des Régions, qui peut toutefois être déléguée par ces dernières au bloc local par le biais de conventions.
- ▲ Les effets de la crise se feront aussi sentir sur les finances locales.
- ▲ Ils révèlent également de nouveaux enjeux auxquels les collectivités doivent répondre : relocalisation des activités productives, stratégies alimentaires, circuits courts et valorisation des productions locales en matière d'agriculture, logistique du dernier km...

Pour **David LESTOUX, Directeur et fondateur de Lestoux et associés**, la crise se traduit par une accélération de changements déjà latents et notables sur les territoires, avec des reports de consommation vers le commerce digital, les circuits courts et le terroir, ou encore un affaiblissement des hypermarchés.

- ▲ La croissance des m² commerciaux, décorrélée de la croissance de la consommation des ménages, a conduit à une situation de suroffre, fragilisant l'activité commerciale. Les commerces étaient déjà marqués par une profonde mutation de l'offre avant-crise, le besoin d'innovation est encore plus fort aujourd'hui pour s'adapter aux nouveaux modes de consommation. L'automne 2020 sera une période particulièrement critique et stratégique pour les commerces, avec les reports de charge.
- ▲ Cinq grandes transformations seront à travailler pour trouver des relais de croissance : sociétale, territoriale, digitale, servicielle, durable et écologique. Il s'agit de ne pas regarder uniquement l'offre, mais aussi les usages, et de retrouver de l'affectif dans les centres-villes en les repositionnant comme des lieux de convivialité.

▲ **Table ronde 2 : les méthodes d'observation de la vacance commerciale, présentation de plusieurs dispositifs expérimentaux.**

Au préalable, quatre questions méthodologiques complexes se posent, a rappelé **Pascal Madry, Directeur de l'Institut pour la Ville et le Commerce** : la définition même du phénomène, la délimitation des périmètres d'observation (qui peut faire varier du simple au quadruple les indicateurs), sa mesure dans le temps et notamment le temps long, et enfin la nature du phénomène (conjoncturel, structurel...).

- ▲ **Une méthode d'analyse des fichiers fonciers** a été élaborée **par le Cerema**, pour estimer la vacance commerciale dans le tissu urbain, en centre-ville comme en périphérie, à des échelles territoriales multiples (polarités, EPCI, communes, périmètre ORT, quartier...). Cette base de données, qui recense 3 millions de locaux commerciaux en France, est exhaustive et homogène sur l'ensemble du territoire national, avec des informations uniques sur les parcelles, les locaux et les propriétaires. Ces fichiers sont fondés sur les déclarations des occupants et des propriétaires fonciers qui remplissent un formulaire chaque année pour le calcul et le règlement de la taxe foncière sur les locaux d'activités. Ils ont été mis à jour en 2017 dans le cadre de la réforme de l'impôt foncier. Ces données de l'année N-1 sont transmises et retraitées par le Cerema chaque année et disponibles à partir du mois de septembre de l'année N. Il est également possible d'établir des évolutions pour la période 2012-2017. Ces données sont accessibles pour les collectivités sur leur territoire, à partir de formations courtes proposées par le Cerema.
- ▲ **Un guide d'autodiagnostic ANCT-DGE à destination des collectivités et en priorités des villes ACV, a été élaboré par AID Observatoire, pour comprendre la situation du commerce local**, sur la base de données facilement accessibles et d'observations de terrain. Ce, à partir de 40 sous-thématiques à explorer, regroupées en grands thèmes : l'analyse de la demande, l'analyse de l'offre, le contexte concurrentiel en termes d'offre commerciale mais aussi d'offre locative ou encore de fiscalité, les dynamiques collectives. En effet, la vacance commerciale qui est un indicateur sensible pour les territoires, n'est pas l'alpha et l'omega pour mesurer la vitalité des centres-villes : d'autres indicateurs liés à l'habitat et plus largement aux cinq grands axes du programme Action Cœur de ville sont à prendre en compte. Face à la vacance des rez-de-ville, le commerce n'est pas non plus nécessairement la réponse idéale : dans des territoires où la vacance est de l'ordre de 15 à 20%, la stratégie de resserrement du périmètre commercial du centre-ville de demain est à explorer avec lucidité et sans nostalgie, en identifiant les rues et places où concentrer les fonctions commerciales mais aussi les nouveaux usages possibles, en lien avec l'habitat.
- ▲ **Avec sa filiale La Poste, la Banque des territoires expérimente une méthode d'observation de la vacance commerciale**, testée à Douai et à Angoulême, pour identifier les locaux vacants à partir des données Siren et des services de La Poste (notamment en mobilisant les facteurs pour des relevés de terrain). La Banque des territoires propose également aux villes lauréates du programme ACV un service de datavisualisation (Dataviz), permettant d'accéder à une multitude de données pour produire un diagnostic territorial rapide, en se comparant avec d'autres territoires. L'indicateur de la vacance commerciale est toutefois complété par les collectivités.

Illustrations : l'importance du dialogue entre acteurs publics et privés de l'aménagement et du commerce, ADN du réseau Commerce, ville & territoires, a également été réaffirmée à travers les politiques menées par deux collectivités lauréates du programme Action Cœur de Ville pour lutter contre la vacance commerciale.

- ▲ Pour lutter contre la vacance commerciale, **la ville de Dax combine outils d'observation et outils réglementaires : droit de préemption commercial** (via les déclarations d'intention d'aliéner qui permettent d'établir une cartographie des prix de cession et des propriétaires) **et taxe sur les friches commerciales**, conçue de façon incitative pour entrer en contact avec les propriétaires et les accompagner pour identifier des porteurs de projets potentiels pour leurs locaux commerciaux vides, en les invitant notamment à réviser les valeurs locatives. Sur la rue commerçante n°1 de Dax, la baisse des loyers est de l'ordre de 30% à 50%. Les rencontres « Dax invest dating » visent également à lutter contre la vacance de l'habitat qui est une des causes structurelles de la désertification des villes moyennes, pour mettre en relation les propriétaires avec les acteurs financiers du programme Action Cœur de ville (Banque des territoires, ANAH, Action Logement) et les services urbanisme et développement économique du territoire, pour faire connaître aux propriétaires et investisseurs les leviers pour rénover les logements et les cellules commerciales.
- ▲ **La ville de Moulins** a déployé **un outil de connaissance en temps réel du tissu commercial du centre-ville**, crucial pour dialoguer avec les porteurs de projet qui cherchent à s'implanter. Cet outil SIG a été élaboré par le manager de centre-ville, par un recensement sur le terrain, rue par rue, carte et stylo en main, de l'ensemble des commerces et de leur occupation, puis par l'identification de la surface et du montant des loyers pour chaque commerce, via une prise de contact auprès de tous les propriétaires. La municipalité a également mis en place des subventions de 5 000 à 15 000€ à destination des porteurs de projets pour le réaménagement des locaux. Le périmètre du centre-ville, qui comprenait initialement entre 450 et 500 commerces, a été resserré sur un périmètre marchand stratégique de 368 locaux. En dehors de ce périmètre marchand, des subventions permettent d'accompagner le changement de destination de locaux commerciaux en locaux d'habitation par exemple. Environ 30 nouveaux commerces s'installent chaque année.



Envie de devenir acteur du réseau ?

Inscrivez-vous à :

commerce-ville-territoire@developpement-durable.gouv.fr

Plus d'information sur :

<https://www.cohesion-territoires.gouv.fr/reseau-commerce-ville-et-territoire>



GOVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*