



ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

politique de l'urbanisme

Question écrite n° 12022

Texte de la question

M. Léonce Deprez appelle l'attention de Mme le secrétaire d'Etat aux petites et moyennes entreprises, au commerce et à l'artisanat sur le souhait des maires de France d'être associés à la réflexion sur le mode d'élaboration, le périmètre et la valeur juridique des schémas de développement commercial, prévus par la loi du 5 juillet 1996 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat.

Texte de la réponse

La réflexion selon laquelle la maîtrise de l'évolution des équipements commerciaux doit passer par l'élaboration de schémas de développement est une idée ancienne et récurrente. Elle a été reprise et développée lors des débats parlementaires concernant la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996, relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat. L'article 28 modifié de la loi n° 73-1193 d'orientation du commerce et de l'artisanat dispose que les commissions départementales d'équipement commercial (CDEC) doivent prendre en compte les travaux des observatoires départementaux d'équipement commercial (ODEC) pour statuer sur les demandes d'autorisations d'implantation ou d'extension de surfaces commerciales. Le même article dispose que les observatoires départementaux collectent les éléments nécessaires à l'élaboration des schémas de développement commercial qui, par ailleurs, sont élaborés et rendus publics dans les conditions fixées par décret en Conseil d'Etat. Une démarche expérimentale relative aux schémas de développement commercial a été décidée par le précédent gouvernement. Elle visait à en préciser le concept, le contenu, la portée, les conditions techniques et juridiques de faisabilité et la méthodologie d'élaboration, ainsi qu'à en évaluer la pertinence. L'expérimentation a été officiellement lancée fin mars 1997, à la suite d'une communication en Conseil des ministres le 20 mars 1997. Le Gouvernement issu des élections législatives de mai-juin 1997 a décidé de confirmer cette opération. Délibérément large afin de fonder son action sur des observations concrètes, l'expérimentation, portant sur 31 sites, a été mise en oeuvre selon deux modes opératoires distincts, coordonnés par la direction du commerce intérieur : une première démarche collective a été menée par la fédération nationale des agences d'urbanisme (F.N.A.U.). Elle regroupait 18 sites, pour la plupart de grandes agglomérations ; par ailleurs, des villes, des pays, des départements et une région ont souhaité participer à la réflexion nationale, 13 sites ont alors été retenus. Il s'agissait, sur un territoire donné et à partir d'un véritable bilan reposant sur des données locales concrètes et sur une analyse pragmatique du tissu commercial, de définir des objets précis d'évolution des équipements commerciaux. La conduite parallèle de deux types d'expérimentation se justifiait par le souci de conserver toute son originalité et son authenticité à cette démarche pragmatique qui devait demeurer exempte d'a priori conceptuels et qui devait s'appuyer sur les réalités concrètes du terrain. Cette opération a permis de stimuler un vaste effort de réflexion collective à partir d'éléments d'information objectifs relatifs à l'équipement commercial. Les élus locaux ont été largement associés à cette réflexion, dans le cadre des groupes de pilotage mis en place localement par les préfets. La direction du commerce intérieur, qui a piloté l'opération, a préparé le rapport de synthèse. Le rapport du Gouvernement a été déposé sur le bureau de chacune des assemblées le 12 février 1998. Ce rapport souligne la variété et la grande richesse des expériences locales, mais aussi la difficulté de dégager des concepts communs et des principes

d'action universels applicables à des situations changeantes parce que tributaires de flux économiques. Il convenait, en effet, de rapprocher une logique marchande représentée par les investisseurs privés avec une vision cohérente du fonctionnement de la ville. C'était tout l'intérêt de la démarche initiée au travers de l'expérience des schémas qui a démontré qu'il était possible de passer d'une logique d'affrontement à une logique de concertation et de complémentarité entre les différents acteurs du commerce. Les principales conclusions suivantes ont pu être dégagées : l'élaboration technique d'un schéma est une opération délicate dont le fondement est la connaissance des faits (recensement des équipements existants, analyse des flux de consommation, répartition de l'offre, adéquation de l'offre à la demande, etc.) ; le choix du périmètre du schéma de développement commercial - qui ne peut pas être un périmètre « standard » - doit être laissé à l'appréciation de l'échelon local ; les ressources financières à mobiliser sont conséquentes ; l'élaboration d'un schéma de développement commercial doit reposer sur une démarche pragmatique fondée sur le partenariat et le dialogue ; la portée du schéma de développement commercial doit préserver sa vocation d'outil d'aide à la décision, dans le cadre notamment des travaux de la commission locale chargée de délivrer les autorisations d'équipement commercial. L'élément fondamental de la mise en place de schémas de développement commercial tient dans l'existence d'une volonté de coopération intercommunale et de dialogue entre les différents acteurs du commerce. Les maires, comme les autres élus locaux, ont donc toute leur place dans l'élaboration des schémas.

Données clés

Auteur : [M. Léonce Deprez](#)

Circonscription : Pas-de-Calais (4^e circonscription) - Union pour la démocratie française

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 12022

Rubrique : Urbanisme

Ministère interrogé : PME, commerce et artisanat

Ministère attributaire : PME, commerce et artisanat

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 23 mars 1998, page 1595

Réponse publiée le : 22 juin 1998, page 3498