



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

commerce de détail

Question écrite n° 19318

Texte de la question

M. Hervé Féron attire l'attention de Mme la ministre de l'artisanat, du commerce et du tourisme sur la baisse des autorisations de surfaces commerciales en 2012. En effet, si le nombre de m² autorisés est en baisse par rapport à 2011, il ne faut pas oublier le repositionnement de la grande distribution sur des formats qui ne nécessitent pas d'autorisation, à savoir les commerces de moins de 1 000 m² et les « drive ». Les surfaces des « drive » bâtis en 2012, représenteraient une surface totale comprise entre 0,8 et 1 million de m². Au regard de ces statistiques, il semble nécessaire que les surfaces construites sous forme de « drive » soient considérées véritablement comme des surfaces commerciales et soient donc soumises à autorisation. Aussi, il lui demande quelles sont ses intentions ainsi que celles du Gouvernement en matière de réforme sur ce sujet.

Texte de la réponse

Avec la généralisation de l'accès à internet, les enseignes de la grande distribution assurent aujourd'hui la promotion du concept de drive. Il s'agit, pour le consommateur, d'effectuer ses achats sur internet avant de procéder au retrait, dans un entrepôt aménagé à cet effet, des biens de consommation dont il s'est déjà porté acquéreur. Ce mode de consommation, à l'instar du « e-commerce », est assimilable, pour le secteur non alimentaire, à la vente par correspondance où la transaction s'effectue au domicile du client. Selon la législation actuelle, seules les activités commerciales donnant lieu à création de surface de vente sont soumises à l'obtention d'une autorisation d'exploitation commerciale délivrée par les commissions d'aménagement commercial. Compte tenu de ses caractéristiques, le concept commercial du drive ne donne pas lieu à création de surface de vente et n'entre pas actuellement dans le champ d'application du titre V du code de commerce. On distingue deux formes de drive : - ceux qui sont accolés à un hypermarché ou à un supermarché ; - ceux qui sont implantés isolément de tout autre point de vente à prédominance alimentaire (les solos). On dénombrait aujourd'hui plus de 2 000 drive sur le territoire, dont 206 solos. Cette absence de régulation des implantations de drive incite en effet la grande distribution à développer rapidement un maillage complet du territoire ce qui a bouleversé le paysage commercial. La multiplication, parfois désordonnée d'un point de vue urbanistique, des implantations de ce nouveau format de distribution a un impact réel sur l'aménagement du territoire et le tissu économique. Compte tenu de ce constat et conformément aux engagements pris devant la commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale le 17 octobre dernier, il est aujourd'hui étudié la faisabilité de faire entrer dans le champ de l'autorisation d'exploitation commerciale ces installations afin de mieux en contrôler les effets en termes d'aménagement du territoire, de développement durable et de protection des consommateurs.

Données clés

Auteur : [M. Hervé Féron](#)

Circonscription : Meurthe-et-Moselle (2^e circonscription) - Socialiste, écologiste et républicain

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 19318

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : Artisanat, commerce et tourisme

Ministère attributaire : Artisanat, commerce et tourisme

Date(s) clé(e)s

Question publiée au JO le : [26 février 2013](#), page 2033

Réponse publiée au JO le : [30 avril 2013](#), page 4726