



## 7. Favoriser les soldes

L'article 98 de la LME permet depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2009 à chaque commerçant d'organiser deux semaines de soldes complémentaires, librement choisies.

Un an après la promulgation de la loi :

- 23 813 opérations de soldes « libres » ont été organisées
- plus de 50 % des grandes enseignes et 20 % des petits magasins ont déjà utilisé cette nouvelle possibilité
- la consommation des ménages en produits manufacturés a augmenté de 0,2 % au 1<sup>er</sup> trimestre, puis de 0,7 % au 2<sup>e</sup> trimestre 2009.



### LES MESURES D'ACCOMPAGNEMENT

#### > Mise en place d'une procédure de télédéclaration des soldes

Chaque commerçant qui effectue des soldes complémentaires (dits « libres ») doit faire une déclaration au moins un mois avant la date de commencement de l'opération. Afin de faciliter cette démarche, une procédure simple, rapide et gratuite a été mise en place depuis le 6 février 2009 : il s'agit de la déclaration par voie électronique, accessible à l'adresse : <http://telesoldes.dgccrf.bercy.gouv.fr> Le commerçant reçoit alors un accusé de réception électronique confirmant la déclaration.

#### LE SAVIEZ-VOUS ?

Au premier semestre, déjà 63 % des commerçants avaient opté pour la télédéclaration !

#### > Transparence sur les offres préférentielles

Gratuites ou payantes, les cartes de fidélité permettent de profiter de tarifs préférentiels ou de bons de réduction de l'ordre de 5 à 20 % auprès de l'enseigne émettrice et de ses partenaires. Encore faut-il le savoir au moment de ses achats.

L'article 6 de l'arrêté du 31 décembre 2008 relatif aux annonces de réduction de prix prévoit que chaque commerçant affiche en magasin la liste de toutes les conditions préférentielles auxquelles les clients peuvent avoir droit.

#### LE SAVIEZ-VOUS ?

Entre 50 % et 90 % des consommateurs disposent aujourd'hui d'au moins une carte de fidélité. Certaines études indiquent même que chaque consommateur en détiendrait quatre.



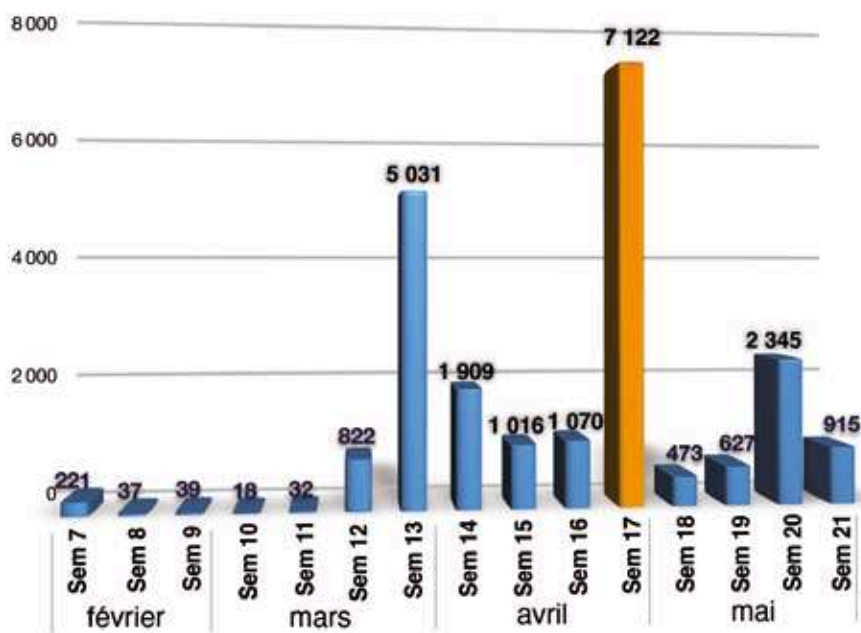
## PRINCIPAUX RÉSULTATS

### > Répartition des opérations de soldes « libres » par région



### > Répartition des opérations de soldes « libres » par semaine

Période la plus fréquemment posée : fin avril (33 % des déclarations)



### LE SAVIEZ-VOUS ?

23 813 opérations de soldes « libres » ont été déclarées au 1<sup>er</sup> semestre 2009 : plus de 50 % des grandes enseignes et 20 % des petits magasins ont déjà pratiqué des soldes « libres ».



### > Effets sur la consommation

La consommation des ménages résiste bien dans le contexte actuel, puisqu'elle a augmenté de 0,2 % sur l'ensemble du premier trimestre, puis de 0,7 % au deuxième trimestre.

Au mois d'avril 2009, durant lequel ont été positionnées le plus d'opérations de soldes «libres», les dépenses des ménages en textile-cuir étaient supérieures de 0,5 % à celles d'avril 2008.

Les ventes de textile-cuir sont repartiées à la hausse de 3,6 % en juin 2009, dopées par le début des soldes d'été.



### TÉMOIGNAGES

Rémy Lesguer, président du directoire de Vêt' Affaires : « Le consommateur profite de la nouvelle législation des soldes. Même si, pour nous, ça ravive la concurrence, cela nous convient. »

Philippe Houze, président du directoire du groupe Galeries Lafayette : « Les soldes «libres» donnent l'occasion de mener des opérations commerciales intéressantes en milieu de saison, qui permettent une meilleure accessibilité des consommateurs aux grandes marques. Les soldes de printemps 2009, organisées par les Grands Magasins des Galeries Lafayette du 22 au 28 avril, ont permis d'augmenter globalement le chiffre d'affaires de 5 %. Les commerçants d'une même ville et du même secteur ont intérêt à adopter une date commune pour donner davantage de visibilité à l'opération. »

Christiane Therry, déléguée générale de l'association de consommateurs Familles de France : « Les soldes «libres» sont une occasion supplémentaire de pouvoir faire des achats à moindre coût. En période de crise et de perte de pouvoir d'achat pour certaines familles, cela permet une certaine modulation des dépenses au cours de l'année. »



## 8. Renforcer les aides en faveur du commerce de proximité

L'article 100 a renforcé l'action du Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC) pour soutenir les commerçants et les artisans.

Un an après la promulgation de la loi :

- 418 subventions ont été attribuées (en hausse de 7 %)
- chaque projet aidé a reçu en moyenne 73 000 euros (en hausse de 16 %)



### LES MESURES D'ACCOMPAGNEMENT

#### > Des appels à projet

Un premier appel à projets national a été lancé le 5 juin dernier sur le thème « commerce et nouvelles technologies de l'information ». Suivront trois autres appels à projet dans les mois qui viennent, sur les thèmes « commerce et services connexes », « commerce et environnement » et « commerce et accessibilité ».

#### LE SAVIEZ-VOUS ?

Une nouvelle campagne de communication pour promouvoir les atouts du commerce de proximité auprès du grand public a été lancée en juillet.

Elle comprend deux axes :

- Accompagner le dynamisme des commerçants, au travers d'une série spéciale d'émissions TV « Consommag » (juillet à décembre 2009), de chroniques d'information sur les radios locales (septembre 2009), et d'un film destiné aux sites d'information vidéo (octobre 2009).
- Valoriser les métiers, les formations et les carrières du commerce auprès des jeunes, à travers la création d'un site Internet (début 2010) et des outils pédagogiques destinés aux enseignants.



### PRINCIPAUX RÉSULTATS

Au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2009, 418 subvention ont été attribuées (391 en 2008) pour un montant de 30,6 M€ (24,7 M€ en 2008).

Ces aides concernent notamment 63 opérations urbaines (12,5 M€) et 315 opérations en milieu rural (17,6 M€).

Le montant moyen d'aide par opération aidée s'élève à plus de 73 000€, soit une progression de 16 % par rapport à 2008.

## EXEMPLES CONCRETS

**La rénovation des halles d'Albi (Tarn)**, financée par le FISAC à hauteur de 244 263 euros. Grâce au FISAC, la rénovation de ces halles a notamment permis une mise aux normes européennes du marché couvert, une amélioration de l'accès des clients sur les deux rues, et la création d'un parking souterrain et d'une zone piétonne pour en faciliter l'accès. La modernisation de cet établissement permettra une augmentation du nombre de producteurs et de commerçants présents dans la halle. De même, les consommateurs bénéficieront d'un espace plus varié, mieux achalandé et plus attractif tout au long de la semaine. Au final, c'est l'ensemble du quartier concerné qui bénéficiera de cette dynamique.

**Une épicerie multiservices au Mesnil-Raoult (Manche)**, soutenue par le FISAC à hauteur de 17 435 euros (taux de 30 % - décision du 23 juin 2009).

Grâce à l'intervention du FISAC, le Mesnil-Raoult, commune rurale de 358 habitants, a pu financer l'acquisition et la modernisation d'une épicerie multiservices. L'épicerie risquait en effet de disparaître suite à la vente du bâtiment par l'ancien propriétaire. La commune, qui connaît un regain démographique avec une population en hausse de 12 %, a décidé d'acquérir les murs et de réhabiliter le local afin de maintenir cet unique commerce de proximité qui permet de répondre aux besoins courants de la population locale et en particulier des personnes âgées.







## 9. De nouvelles règles d'urbanisme commercial

L'article 102 de la LME a libéralisé l'implantation des surfaces commerciales.

Un an après la promulgation de la loi :

- le hard-discount en France a doublé ses projets de surfaces commerciales alimentaires
- au moins un magasin est venu animer la concurrence dans 40 % des villes les plus chères de France



### LES MESURES D'ACCOMPAGNEMENT

#### > Une précision législative

La loi n°2009-526 du 12 mai 2009 de simplification et de clarification du droit et d'allègement des procédures a levé toute ambiguïté sur le franchissement du seuil de 1 000 m<sup>2</sup>. Est désormais soumis à l'examen de la Commission départementale d'aménagement commercial (CDAC) tout projet d'extension d'un ensemble commercial dès lors que le seuil de 1 000 m<sup>2</sup> est dépassé ou que le projet en cause conduit à le dépasser.

#### LE SAVIEZ-VOUS ?

Une mission a été confiée au député Jean-Paul Charié afin d'intégrer le droit relatif à l'implantation des équipements commerciaux dans le droit commun de l'urbanisme. Il a remis son rapport le 20 mars 2009. Le Gouvernement a saisi le Conseil d'État d'une demande d'avis en vue de poser les bases de futurs travaux législatifs.



### PRINCIPAUX RÉSULTATS

#### > Le nouveau dispositif est pleinement opérationnel

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2009, 98 commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC) ont été constituées et se sont réunies près de 350 fois en tout. Elles ont émis un avis favorable pour 90 % des 568 demandes d'autorisation qui leurs ont été soumises (86 % en 2008). La Commission nationale d'aménagement commercial (CNAC) a été constituée et a siégé six fois. Elle a accepté 65 % des 80 projets sur lesquels elle a statué.



### > Une légère diminution des créations de surfaces de plus de 1 000 m<sup>2</sup>

Sur les six premiers mois de l'année, 359 créations de surfaces commerciales de plus de 1 000 m<sup>2</sup> ont été autorisées par les CDAC, pour une surface totale de 1 425 869 m<sup>2</sup>, en baisse de 8 % par rapport à 2008.

### > Mais beaucoup d'ouvertures de magasins de moins de 1 000 m<sup>2</sup>

Les enseignes de hard-discount alimentaire ont indiqué avoir multiplié les projets de création de surfaces commerciales inférieures à 1 000 m<sup>2</sup>.

### > Une diversification de la concurrence

Grâce à la suppression du critère économique et au relèvement du seuil, une diversification de l'offre commerciale dans les zones les moins concurrentielles est en cours.

#### LE SAVIEZ-VOUS ?

Au moins un projet d'enseigne concurrente est venu s'implanter durant les douze derniers mois :

- dans 40 % des dix villes les plus chères,
- dans 50 % des dix villes les plus inflationnistes.

Source : DGCCRF à partir de l'étude Nielsen parue dans le magazine LSA du 6 mars 2008



#### EXEMPLE CONCRET

Le projet de rénovation et d'extension du centre commercial de Clairà (au nord de Perpignan) par Carrefour Property a obtenu un avis favorable à l'unanimité lors de la CDAC du 27 avril 2009. Il s'inscrit dans une démarche de construction durable minimisant l'impact sur l'environnement : recours à des matériaux renouvelables et respectueux de l'environnement tout le long de leur cycle de vie ; limitation des apports en énergie par une isolation renforcée ; expérimentation des énergies solaire (10 000 m<sup>2</sup> de panneaux photovoltaïques) et éolienne. Par ailleurs, le site est spécialement aménagé pour faciliter l'accès des clients par des moyens alternatifs à la voiture individuelle.



#### TÉMOIGNAGES

Pascal Tromp, directeur général de Lidl France : « La réforme de l'urbanisme commercial mise en place par la LME a permis à Lidl de doubler ses projets de surfaces commerciales (en m<sup>2</sup>) par rapport à 2008. »

Bertrand Raimbault, directeur du développement de l'enseigne Leader Price : « Cette réforme a considérablement facilité l'implantation des magasins. Nous avons désormais un interlocuteur unique pour la délivrance du permis de construire. Nos perspectives d'ouvertures ont triplé. »