

Paris, le - 3 OCT. 2011

Le Secrétaire d'Etat chargé du Commerce, de l'Artisanat,
des petites et moyennes Entreprises,
du Tourisme, des Services, des Professions libérales
et de la Consommation

à

Monsieur le Chef du Service du Contrôle Général
Economique et Financier

Objet : Lettre de mission sur les villages de marque

N/Réf : 2011/58736/TR-FI

Les centres ou villages de marques sont apparus dans les années 80 en France en s'inspirant du modèle américain. Ils sont actuellement au nombre de 19 conçus comme de véritables villages. Ils peuvent regrouper en leur sein entre 15 à 150 boutiques. Ils sont astreints en matière d'aménagement commercial aux mêmes règles de droit que le reste du commerce de plus de 1 000 m² (dossier soumis à la commission départementale d'aménagement commercial et, en cas de recours, à la commission nationale d'aménagement commercial).

Les projets relatifs à l'implantation de village de marques suscitent de fréquentes oppositions au niveau local : les élus et les commerçants de la zone de chalandise de ces projets en redoutent l'effet déstabilisateur sur les activités commerciales traditionnelles et sur l'animation de la vie urbaine. A contrario, les élus des collectivités devant accueillir ces complexes commerciaux les soutiennent en général vivement compte tenu du potentiel de développement local qu'ils représentent. Il est par ailleurs souvent reproché à ces projets d'être implantés en périphérie des agglomérations, sans que des synergies particulières aient été prévues avec les centres urbains (notamment en termes de desserte par les transports en commun) alors que la zone de chalandise de ces magasins dépasse systématiquement le seul cadre local pour couvrir au moins le territoire régional.

Se pose également la question des possibilités de déstockage offertes aux magasins de marques ou multimarques des centres villes dans les villages de marques.

C'est la raison pour laquelle il apparaît important de mesurer les implications du développement de ce nouveau concept tant en matière de chalandise, d'animation urbaine des agglomérations ou des régions, d'intérêt pour les consommateurs que des effets potentiels sur le commerce dit traditionnel.

Cette mission que je souhaite confier au service que vous dirigez pourrait notamment s'attacher à l'examen des intentions qu'avaient mises en avant les opérateurs au moment de leur dépôt de projet et le résultat obtenu. Cette approche pourrait permettre de mettre en exergue la pérennité d'un tel modèle et d'examiner en fonction de la réglementation actuelle si des corrections pourraient être apportées par l'inclusion de certaines mesures dans les documents d'urbanisme ou de mesures spécifiques à l'instar des ensembles commerciaux pour la délivrance des autorisations d'exploitation commerciale.

Compte tenu des spécificités que vous aurez mises en exergue dans votre analyse, vous me présenterez les propositions d'adaptation de la réglementation qui paraîtraient utiles pour assurer un traitement satisfaisant de ce type de projets commerciaux au regard des autres formes de commerces. Ce rapport me sera remis pour le 2 novembre 2011.



Frédéric LEFEBVRE