

Julien BATAILLE
Collectivité de Saint-Martin
97150

Certification de spécialisation
Développeur économique territorial
Année universitaire 2024-2025

réinventer la centralité commerciale à Marigot



REMERCIEMENTS

Je remercie la CCI SAINT-MARTIN qui m'a permis de suivre ce Certificat de Spécialisation dans des conditions à la fois particulières et inédites. Tout au long de ces 9 derniers mois, j'ai pu compter sur la confiance tant de mes élus et que de mes équipes afin que nos activités ne soient pas ralenties pendant cette période.

Je remercie la Collectivité de Saint-Martin et ses différentes directions, dont la Délégation Attractivité Economie et Emploi et surtout l'Institut Territorial des Statistiques et des Etudes Economiques, dont les travaux collaboratifs et les productions documentaires ont grandement aidé à contextualiser mon propos.

Mes remerciements vont aussi au CNAM, pour ce programme monté sur mesure pour les développeurs économiques, pour la qualité des enseignements et le professionnalisme des intervenants, et pour m'avoir permis de rencontrer mes camarades de promotion. Nous avons formé un vrai groupe qui restera pour moi une source infinie d'inspiration et de soutien.

Je remercie enfin mon épouse qui m'a soutenu constamment, en acceptant mes absences et ma fatigue. Elle m'a relu, elle m'a entraîné et m'a écouté avec bienveillance et rigueur. Je n'aurai pas été en mesure d'achever ce cycle sans elle.

SOMMAIRE

Remerciements	2
Introduction	4
I- Un modèle touristique/social/public à renouveler	5
a. Cadre légal de l'action économique	5
b. Une offre locale obsolète et une dégradation des indicateurs	6
II- Les leviers de la relance marchande en centre-ville à optimiser	8
a. Les leviers réglementaires	8
i- La planification urbaine à différentes échelles	8
ii- La fiscalité coercitive et incitative	9
b. Les leviers économiques	9
i- <i>La nouvelle expérience d'achat</i>	10
ii- La lutte contre la vacance commerciale	10
Conclusion	12
Liste des annexes	13
Bibliographie	14

INTRODUCTION

La Collectivité d’Outre-Mer de Saint-Martin est située au nord des Antilles. Territoire français et région ultrapériphérique de l’Union Européenne, elle partage son territoire avec le pays Sint Maarten (Antilles néerlandaises) qui a le statut de Pays et Territoire d’Outre-Mer (PTOM), hors zone euro, hors espace Schengen, alors que la frontière est ouverte et que la circulation des biens et des personnes est libre depuis le milieu du 17^{ème} siècle organisé par le Traité de Concordia (1648). La population recensée est d’un peu plus de 35 000 habitants, le taux de chômage de 26%, il dépasse 40% chez les jeunes ; la population vieillit ; 10 000 entreprises sont en activité, principalement dans les services directement ou indirectement liés au secteur touristique, principal pourvoyeur d’emplois, avec le secteur public. Toute la vie se passe dans un territoire du 54 km².

Petit marché, petit territoire, Saint-Martin est extrêmement exposé aux chocs extérieurs avec un important risque de déstabilisation des équilibres sociaux internes : cyclone, pandémie, crise énergétique, transport, matières premières et agricoles, pour une économie dont tous les « carburants » sont pour l’heure massivement importés. Les fluctuations monétaires ou politiques américaines ont également un impact direct sur nos moteurs de croissance touristiques, le tourisme nord-américain restant encore prépondérant.

Doté de nombreuses compétences à la suite de l’évolution institutionnelle de 2007, volonté issue du référendum de 2003, Saint-Martin a normalement en main tous les leviers pour piloter ses transitions énergétiques, numériques et écologiques, dans un projet de territoire qui doit d’abord servir sa population : jeunes, demandeurs d’emplois, entreprises, investisseurs, Près de 20 ans « après le statut », Saint-Martin cherche pourtant son modèle et sa trajectoire ainsi que les moteurs de son développement.

Le diagnostic de territoire révèle le modèle touristique, social et public. Triptyque inconfortable dès lors que les revenus du tourisme ne sont pas tous captés et redistribués aux agents économiques locaux (cf. taux de chômage et prédominance des revenus de transferts sociaux dans le « PIB » local, s’établissant autour de 20k€/hab/an). L’activité marchande doit se réapproprier le terrain du développement économique local. Les acteurs privés, dont notamment les entreprises, y compris celles pouvant relever de l’ESS, doivent être au premier plan de cette reconquête économique pour un retour à la croissance et à la redistribution locale des revenus. La recherche d’effets multiplicateurs se fait par l’exploration de la fiscalité locale (incitative et protectrice), la création de pouvoir d’achat (nouvelle monétisation), la réactivation des équipements commerciaux abandonnés (marinas) et la redistribution équilibrée des espaces urbains, naturels, tout comme les mobilités.

Le périmètre de la réflexion est celui du centre-ville de Marigot, chef-lieu du territoire, concentrant habitat, commerces, zones d’intérêt touristique, pôle administratif, d’éducation et de santé et carrefour géant de circulation routière. Le taux de vacance

commerciale y est élevé (plus de 25%, selon une observation empirique réalisée par la CCI en 2024, décompte mis à jour annuellement), l'habitat y est de qualité faible à moyenne, l'activité économique et marchande devient faible voire inexistante le soir et le week-end. Disposant d'une façade maritime qui constitue un atout considérable d'attractivité, le plan de déplacement de Marigot est évitant, excluant et rejette les usagers vers les sorties du centre-ville plutôt que de favoriser l'entrée dans le centre.

Le projet de territoire doit faire émerger le nouveau pouvoir de centralité de Marigot dont l'offre de services publics et marchands s'appuiera sur un plan de déplacement et de mobilités qui autorisera à nouveau la circulation, y compris par modes plus doux que la voiture particulière, en centre-ville, ainsi que la promenade à pied à but de loisir ou de shopping, l'habitat résidentiel de meilleure qualité et les affaires avec une offre hôtelière de centre-ville adaptée et des services aux entreprises davantage développés. Les résultats devront porter sur une plus grande circulation de la richesse et des revenus à l'échelle du centre-ville ; une plus grande redistribution des revenus profitant d'abord à ses habitants puis à ceux des quartiers périphériques ; une meilleure communication entre la façade littorale et le cœur de ville pour inciter aux mobilités et aux échanges et favoriser l'insertion dans l'environnement naturel formé d'un côté par le littoral et de l'autre par la montagne et la forêt.

I- Un modèle touristique/social/public à renouveler

a. Cadre légal de l'action économique

La loi organique qui fonde la Collectivité de Saint-Martin en 2007¹ apporte de nombreuses modifications au Code Général des Collectivités Territoriales en créant une collectivité nouvelle qui exerce avec une grande autonomie les compétences des communes, des départements, des régions et quelques compétences de l'Etat. L'action économique est entièrement pilotée par la Collectivité, en même temps que l'éducation, le social, l'urbanisme, ... L'exercice de ces compétences est assez inégal et dépend principalement des moyens financiers qui peuvent y être alloués. C'est dans ce cadre particulier tout le produit fiscal local, mais uniquement celui-ci, qui permet de financer toutes les politiques publiques locales, dont l'économie. Quelques transferts sont maintenus pour tout ce qui relève du social et de l'éducation nationale, mais l'essentiel des moyens que la Collectivité peut mobiliser sont ceux qu'elle peut prélever sur les acteurs économiques résidents.

En tant que Région Ultrapériphérique (RUP) de l'Union Européenne, Saint-Martin reste éligible aux instruments financiers européens structurels et transversaux qui peuvent aider à l'émergence de projets de grands projets qui auront, sur du plus ou moins long

¹ [Loi organique n° 2007-223 du 21 février 2007 portant dispositions statutaires et institutionnelles relatives à l'outre-mer \(1\) - Légifrance](#)

terme, des impacts dans l'économie locale. D'autant que certaines « enveloppes » sont directement instruites par la Collectivité tandis que d'autres sont gérées par les services déconcentrés de l'Etat installés à Saint-Martin. A ce dernier sujet, Saint-Martin est depuis mars 2025 une préfecture de plein exercice (elle était une préfecture déléguée de la Guadeloupe jusqu'alors) ; il est permis de penser que les services dédiés au développement économique (Direction des Entreprises, de l'Emploi, du Travail et des Solidarités – DEETS – par exemple) seront renforcés et soutiendront, par de l'ingénierie principalement mais aussi parfois par des crédits territorialisés, les politiques économiques publiques.

L'action économique ne manque donc pas, a priori, de carburants ou de moteurs pour prospérer. Pour l'heure, le constat montre pourtant que le développement économique durable local, le soutien à l'initiative économique privée, le renforcement de l'économie réelle dans son rôle de création de valeur et d'emploi n'apparaissent pas suffisamment comme des sujets prioritaires. Alors qu'à l'échelle nationale l'on expose justement une forme d'état d'urgence pour le commerce de centre-ville², et qu'on parle pour certaines villes d'un « plan social de 50 000 personnes », la relance économique par le soutien au commerce de proximité semble l'alternative la plus « à la main » de la collectivité, compte tenu de la concentration de nombreuses compétences au niveau local : fiscalité bien sûr, mais aussi mobilités, transports et stationnement, aides aux entreprises, dont l'immobilier d'entreprises, schéma territorial de développement économique, d'innovation et d'internationalisation (STDEII) en cours de rédaction, urbanisme commercial ou encore droit de préemption.

b. Une offre locale obsolète et une dégradation des indicateurs

Le modèle économique touristique/social/public affiche une quasi mono-dépendance au premier de ces 3 piliers. Le tourisme, donc l'importation de revenus, s'est rapidement imposé comme moteur de l'économie locale, à fois propulsé par la défiscalisation des années 80/90, qui a d'ailleurs davantage profité aux acteurs économiques non présents sur le territoire, et par l'installation massive de marques de luxe, du fait du cadre fiscal déjà très favorable à cette époque qui faisait de Saint-Martin un port franc. Cet essor rapide s'est accompagné d'une part d'un quadruplement³ de la population locale en moins de 10 ans (de 8 000 habitants en 1 980 à 32 000 habitants en 1990) qui s'est aujourd'hui stabilisée à 35 000 ; et d'autre part d'une transformation de l'occupation des espaces avec l'émergence de nouveaux pôles urbains ainsi que d'attractivité touristique et marchande. Par exemple, Marigot était un marais et un port avant de devenir le chef-lieu de Saint-Martin et son cœur administratif et marchand ; le secteur de la Baie Orientale était un marécage et abritait des salines avant de devenir la principale zone touristique « balnéaire » du territoire.

² ["L'urgence d'une politique volontariste pour sauver les commerces de nos villes"](#)

³ INSEE, Banque mondiale

Ces dynamiques ont profité au territoire de manière indiscutable avec une progression de la richesse produite, des emplois nouveaux et pourvus sans difficultés et une offre de commerces et de loisirs (hôtels, restaurants, plages aménagées) se développant de manière exponentielle. Mais tout cela étant principalement alimenté par des liquidités provenant d'abord de l'extérieur, le pilier touristique du modèle est tout aussi fort que fragile ; le rôle d'amortisseur des autres piliers (social et public) étant marginal, car nous l'avons vu, le PIB par habitant reste faible et le chômage toujours élevé.

Ainsi, les chocs à répétition : 1995 (cyclone), 2001 (attentats du World Trade Center), 2008 (éclatement de la bulle immobilière et des fonds spéculatifs), 2017 (cyclone), 2020 (pandémie) ont été, pour leurs effets respectifs, autant de coups violents portés au pilier sur lequel l'économie pensait pouvoir se reposer exclusivement. Les conséquences sur le commerce de centre-ville sont multiples : désertion progressive des marques de luxe, augmentation importante de la vacance commerciale (jusqu'à 25% en 2024), associée à des disparitions de commerce qui ont pour certains changé de secteur, dégradation des cheminements, voies de circulation, dégradation des façades d'immeubles abritant habitations, bureaux, commerces, dégradation forte des infrastructures de plaisance directement connectées au centre-ville. A l'inverse, de nouveaux commerces moyenne gamme, voire bas de gamme, offrent désormais textiles et accessoires à bas coût ; d'autres se spécialisent en transfert international d'argent. Quelques restaurants et boutiques haut de gamme restent en activité mais la clientèle a changé.

A l'été 2024, la CCI lançait une enquête auprès des clients du centre-ville⁴ tandis que l'Institut Territorial des Statistiques déployait une enquête auprès des commerçants du centre-ville⁵. Les données sont un peu récentes pour en tirer des conclusions de long terme mais elles démontrent que le centre-ville est, du point de vue des clients, un lieu de shopping par défaut, l'acte d'achat ou de promenade n'est pas la première intention pour s'y déplacer. Les consommateurs relèvent une faible diversité de commerces, une offre de stationnement inadaptée, un environnement d'achat fortement dégradé et donc en même temps trop peu équipé. De son côté le baromètre des commerçants fait remonter une forte de stabilité basse du chiffre d'affaires et un certain pessimisme pour l'avenir si aucune politique de relance du commerce de centre-ville n'est entreprise.

Le triptyque touristique/public/social n'a pas survécu aux différents aléas, qu'ils soient climatiques, sociaux ou sanitaires. La volonté populaire et politique d'autonomiser la Collectivité de Saint-Martin n'a pas encore répondu totalement aux attentes de la population et des entreprises.

Le développement économique exogène n'est plus durable. Tenir compte des évolutions mondiales, et pour Saint-Martin celles qui ont bouleversé la consommation des produits touristiques, reste essentiel. Mais cela doit susciter un développement plus endogène,

⁴ Cf. annexe n°1 : Questionnaire sur les habitudes de consommation des clients du centre-ville – Résultats – CCISM – été 2024

⁵ Baromètre du commerce [Calaméo - Commerce de Détail Baro'itsee 03 Mai 2025](#)

fondé sur des leviers de résilience, propres au territoire, à son économie et à ses habitants.

II- Les leviers de la relance marchande en centre-ville à optimiser

a. Les leviers réglementaires

Nous l'avons vu, même si la Collectivité de Saint-Martin jouit d'un statut particulier, elle n'en exerce pas moins les compétences traditionnelles et normales de n'importe quelle autre collectivité française, avec certes quelques adaptations si l'on s'en tient aux modalités de leur mise en œuvre. Pour ce qui concerne le commerce de centre-ville, deux familles d'outils réglementaires peuvent être identifiés comme de puissants leviers pour inverser la tendance constatée. L'une tient à la planification, l'autre à la fiscalité.

i- La planification urbaine et commerciale

Les documents de planification urbaine et commerciale organisent les modes d'occupation des sols et des espaces dans le but de répondre à un projet de développement. De ces documents cadres sont déclinés des documents de programmation et d'opération spécifiques, dont l'activité commerciale. La Collectivité de Saint-Martin n'a pas encore achevé la rédaction de son STDEII ou de son PADD. Il est donc difficile de rendre le schéma d'aménagement commercial conforme à ces documents. Pour autant, la commission d'aménagement commercial fonctionne mais elle est insuffisamment saisie alors qu'elle doit normalement soumettre l'implantation de commerces à des conditions répondant à des objectifs de centralité urbaine. Cela évite, sans enfreindre la liberté d'entreprendre et du commerce, de voir se développer une forme de mono-offre dans le centre-ville ; et, dans le même temps, cela permet de choisir la vocation générale du centre-ville. En l'espèce, un centre-ville historiquement attractif par ses boutiques de luxe et ses lieux de fête pour les touristes ne devrait pas accueillir des magasins bas de gamme ou de transferts d'argent.

Ainsi, doter la Collectivité d'un Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC)⁶ crée un cadre légal et donc opposable des conditions d'implantation d'activité commerciale. Il aura aussi l'avantage de tracer les limites de la centralité urbaine qui aura été choisie pour le centre-ville. En miroir et considérant la taille du territoire, ce document permet de prévoir, en toute cohérence, le développement des autres zones marchandes du territoire, sur lesquelles l'on a tendance à faire peser l'échec de Marigot. En effet, ces zones se développer selon des logiques de spéculation immobilière et non pour servir des orientations économiques, l'exemple emblématique étant la zone de chalandise de

⁶ Cf. annexe n°2 : Conditionner l'implantation des équipements commerciaux – Fiche outil du CEREMA – janvier 2020.

l'aéroport régional. Ce document organise enfin la mixité économique dans le centre-ville et le reconnecte à son environnement naturel, en l'espèce l'eau d'un côté et la montagne de l'autre. La planification rend les différents espaces interdépendants et non concurrents.

ii- La fiscalité coercitive et incitative

L'outil de la fiscalité, dans une Collectivité exerçant largement et exclusivement cette compétence, est assurément l'arme la plus efficace pour rétablir la centralité choisie pour Marigot. La fiscalité coercitive vient contraindre les propriétaires, dès lors qu'ils sont connus, à entretenir leurs biens, qu'ils abritent logements, bureaux ou commerces. Elle vient également conditionner la vacance de ces biens à une contribution supplémentaire montrant que laisser un local vide en centre-ville est contraire aux modalités d'usage de ce dernier. L'instauration de la taxe sur les friches commerciales (TFC)⁷, option à la main des collectivités, permet de majorer l'imposition des cellules vides tant qu'elles n'auront pas été remises sur le marché.

A l'inverse, la Collectivité doit instaurer une fiscalité incitative, via des exonérations partielles ou totales d'impôts, en vue de favoriser l'implantation d'entreprises et de commerces dont elle aura choisi ou privilégié le secteur d'activité dès lors qu'elles s'implantent dans la zone ciblée pour la revitalisation. Typiquement, le centre-ville qui, aujourd'hui est occupé par des commerces dont on a vu la faible valeur ajoutée pour l'économie, parce qu'aucune orientation ni aucun outil d'incitation n'ont été choisis, doit bénéficier d'un régime fiscal spécifique, éventuellement inclus dans le cadre plus large d'une opération de revitalisation de territoire (ORT) qui associe à la thématique commerciale, les sujets du logement et de l'aménagement urbain.

Enfin, et dans la mesure où la Collectivité de Saint-Martin est pleinement compétente en matière de fiscalité, elle n'a, par principe, pas de limite, que ce soit au niveau de l'assiette ou au niveau des taux, pour innover dans des dispositifs qui auront d'abord un effet levier sur le développement économique local plutôt qu'un effet revenu pour ses propres caisses ou un effet d'aubaine pour les bénéficiaires les plus stratégiques. Cet effet levier recherché est d'autant plus facile à atteindre dès lors qu'il est aussi soutenu par des mesures économiques.

b. Les leviers économiques

L'intérêt croissant pour le commerce de centre-ville s'est matérialisé par une multitude de mouvements associatifs comme Centre-Ville en Mouvement, Plein Centre, Petites Villes de France ; ou de programmes comme Action Cœur de Ville, Petites Villes de Demain et plus récemment Quartier 2030 ; ou encore par la création de nouveaux métiers comme le manager de centre-ville ou bien le manager de commerce. Toutes les

⁷ Cf. annexe n°3 : La taxe sur les friches commerciales (TFC) – Fiche outil du CEREMA – novembre 2020

politiques publiques qui sont actionnées à travers eux sont aujourd'hui évaluées. Saint-Martin, par sa spécificité législative, reste pour l'instant hors de leur scope, ce qui peut poser certaines difficultés de mise en œuvre. Pour autant les opérateurs de l'Etat impliqués dans les programmes nationaux, comme la Banque des Territoires, l'ANCT ou la BPI, peuvent intervenir dans ces domaines. Ainsi, parmi les leviers économiques, deux séries d'outils semblent les mieux à même de soutenir la dynamique de centralité.

i. La nouvelle expérience d'achat

L'enquête menée par la CCI SAINT-MARTIN citée plus haut révèle un panier moyen d'achats allant de 50,00 € à 100,00 €. Dans le même temps, le baromètre réalisé auprès des commerçants affiche un chiffre d'affaires bas et stable dans le temps. L'introduction d'une forme de monétisation, par le déploiement d'un programme de cartes cadeaux, est de nature à augmenter le pouvoir d'achat des clients des commerces de centre-ville, et donc, par effet induit, à augmenter le chiffre d'affaires de ces mêmes commerces. Ce dernier peut être en théorie doublé grâce à la carte cadeau. Au-delà, cette monétisation permet de rassembler les commerçants sur une ambition partagée d'attractivité, elle encourage la consommation locale car elle cible les lieux de la dépense, elle crée une communauté de consommateurs capable d'en attirer de nouveaux. C'est pourquoi le déploiement de ce type de programme nécessite d'associer les différentes fédérations de commerçants représentatives (commerce de détail, restauration, activités de loisirs, ...) et la CCI reste l'organe le plus représentatif dans ce but.

Cette même enquête révèle que le centre-ville peut être un lieu de shopping mais il est avant tout un lieu où l'on accomplit des démarches administratives. L'acte d'achat est secondaire voire optionnel. Les pouvoirs publics de Saint-Martin, CCI en tête, s'engagent dans un programme de refonte de l'environnement du centre-ville de Marigot en renforçant l'attractivité visuelle, voire ergonomique, des rues et des espaces qui le composent. Il s'agit de recréer un parcours marchand à l'aide des techniques du design actif qui amènent, de manière à la fois ludique, esthétique et intuitive, les visiteurs du centre-ville à arpenter les rues, découvrir des œuvres d'art, apprendre l'histoire de la ville et de l'île, se reposer à l'ombre. Cette expérience de la ville fixe les visiteurs plus longtemps et favorise l'acte d'achat. Elle consiste en un marquage simple que ce soit sur les trottoirs ou les murs, couplé à des applications digitales qui renseignent le consommateur sur sa position, sa direction et les lieux ou activités remarquables autour de lui.

ii. La réduction de la vacance commerciale

Pour soutenir l'offre marchande en centre-ville, il convient aussi de réduire la vacance commerciale, très importante à Marigot, car son taux évalué à 25%, contre entre 7% et 12% au niveau national⁸. Il faut pour cela se donner les moyens d'agir au plus près des

⁸ Bilan ACV 2018-2022 par CODATA et la FACT (Fédération des Acteurs du Commerce dans les Territoires)

propriétaires, voire de les contraindre à abandonner certains droits sur leurs biens. En plus des mesures fiscales vues à la section précédente, et pouvant constituer un autre versant d'une possible opération de revitalisation transcrit dans le code de la construction, le Bail Réel Solidaire d'Activité⁹ est un outil à la main de la Collectivité et de ses partenaires économique qui doit être privilégié car il peut produire deux séries d'effets positifs sur le centre-ville.

D'une part, il apporte une réponse aux propriétaires qui peuvent avoir des difficultés à louer leurs cellules commerciales en faisant intervenir un établissement public foncier et un opérateur économique, comme la CCI. Les différents acteurs de l'immobilier d'entreprises à Saint-Martin expriment tous la même tendance forte du refus croissant des propriétaires à louer et, dans le même temps, de leur préférence pour la vente. Or, ces mêmes propriétaires peuvent exiger des prix trop élevés par rapport à la réalité du marché (en moyenne près de 4 000,00 € le mètre carré), et ne trouvent donc pas d'acheteur. Certaines cellules sont ainsi vacantes depuis plusieurs décennies, elles deviennent des squats, des dépôts d'ordure et créent de nombreuses nuisances et des dangers importants pour la santé et la sécurité publiques. En intervenant directement, mais temporairement, sur le marché privé, les pouvoirs publics se positionnent comme des preneurs solvables en tant qu'intermédiaires entre le propriétaire et l'entreprise qui occupera les lieux.

D'autre part, il apporte une réponse aux entreprises et commerçants qui, parce qu'ils sont en phase de création, en phase d'innovation ou parce qu'ils font face à des difficultés, ne peuvent pas supporter la charge totale d'un bail commercial en centre-ville (jusqu'à 50,00 € le mètre carré en bail commercial). L'intermédiaire public (Etablissement Public Foncier – EPF – à vocation solidaire avec l'aide de la CCI par exemple), en sécurisant le bail pour le propriétaire, donne accès aux cellules commerciales à ces entreprises, sous forme de boutiques éphémères, concept stores, boutiques à l'essai, boutiques partagées, qui, à leur tour, doivent respecter un cahier des charges imposé par cet intermédiaire. Ce cahier des charges prévoit notamment les activités qui seront éligibles et, précisément dans le cas du centre-ville, il privilégiera les secteurs attractifs pour un centre-ville toujours à vocation touristique, mais s'appuyant sur ses atouts historiques et culturels. Ce cahier des charges doit ainsi viser le retour d'artisans d'art, de restaurants traditionnels, de résidences d'artistes. Cette nouvelle recomposition de l'offre commerciale sera elle-même propice au retour de marques de luxe qui avaient progressivement disparu à partir du début des années 2000.

⁹ Cf. annexe n°4 : Fiche outil – Banque des Territoires – Mars 2025 – le BRSA.

CONCLUSION

La reconquête commerciale du centre-ville est aujourd'hui identifiée comme un enjeu majeur pour les collectivités si elles veulent renouveler leur modèle de développement et continuer à garder des activités et des habitants. Les modes de consommation, qui avaient, jusqu'aux années 2000, fait naître les grandes zones commerciales périphériques, incitent aujourd'hui les pouvoirs publics à relocaliser l'offre au plus près des consommateurs, là où ils travaillent et là où ils vivent. S'ajoutent à cela les nouvelles contraintes réglementaires ou climatiques.

Bien que la Collectivité de Saint-Martin soit parfois éloignée de certaines de ces considérations, le mouvement d'éviction commerciale observé dans le centre-ville depuis au moins vingt ans, interroge les pouvoirs publics et appelle à une réaction proportionnée à l'enjeu : refaire de Marigot une centralité commerciale en tenant compte des nouveaux modèles mondiaux de tourisme et de consommation. Les outils de planification, les leviers fiscaux et les incursions de la puissance publique dans l'économie de marché, constituent des réponses efficaces pour créer de nouvelles conditions favorisant l'installation de nouvelles activités et au retour des enseignes qui ont fait la prospérité du centre-ville de Marigot.

Le commerce reste le cœur battant du centre-ville, s'il n'y a plus de commerce il n'y a plus de ville. Ce constat a motivé la Collectivité de Saint-Martin et ses partenaires à lancer une série d'opérations à l'été 2025 visant non seulement le commerce et c'est l'objet de la présente note, mais aussi tout à la fois la réhabilitation du logement, l'aménagement urbain, le plan de circulation et de stationnement ou encore le verdissement des rues et des places. La dynamique commerciale ne peut en effet être l'unique objet des politiques publiques. Elle contribue néanmoins à redonner une vocation au centre-ville et du sens à celles et ceux qui y habitent et y travaillent. Dans cette approche globale, la pluridisciplinarité, telle qu'on peut la voir dans le secteur médical, est la clé : urbanistes, paysagistes, économistes, géographes ou encore climatologues, autour des développeurs économiques apportent ensemble les remèdes aux maux du centre-ville.

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 : Questionnaire des habitudes de consommation en centre-ville – CCISM – 2024.

Annexe 2 : Conditionner l’implantation des équipements commerciaux – Fiche outil du CEREMA – janvier 2020.

Annexe 3 : La taxe sur les friches commerciales (TFC) – Fiche outil du CEREMA – novembre 2020.

Annexe 4 : Fiche outil – Banque des Territoires – Mars 2025 – le BRSA.

BIBLIOGRAPHIE

Baromètre IPSOS 2024 – PVD – Le regard des Français sur les petites villes en 2024.

Baromètre PROCOS sur le commerce de détail – février 2025.

Baromètre ITSEE Saint-Martin – trimestriel.

Cartographie des commerces de Marigot réalisée par la CCISM – deuxième semestre 2024.

Les outils mobilisables pour redynamiser le commerce de centre-ville – Banque des Territoires – mars 2025.

Comment agir sur le commerce pour redynamiser son centre-ville – Hub des Territoires – mars 2025.

Manager de commerce, bilan et perspectives – Hub des Territoires – mars 2024.

Mission de revitalisation de Marigot, Saint-Martin – Cabinet EGIS – 2^{ème} trimestre 2025.

**ANNEXE 1 : Questionnaire des habitudes de consommation en centre-ville – CCISM – été
2024**



Analyse des Résultats
Questionnaire Habitude de
Consommation à Marigot
enquête réalisée entre juillet et août 2024

Table of Contents

Analyse des Résultats du Questionnaire sur les Habitudes de Consommation à Marigot 3

Introduction 3

Méthodologie 3

Profil des Répondants..... 3

 Répartition Géographique et Statut..... 3

 Répartition par Quartier 4

Habitudes de Consommation..... 4

 Fréquence et Types d’Achats 4

 Facteurs Déterminants pour le Choix des Commerces 4

Suggestions pour Améliorer l'Expérience à Marigot 5

 Accessibilité et Mobilité 5

 Propreté et Sécurité 5

 Diversité de l'Offre Commerciale 5

 Activités Culturelles et Loisirs 5

Synthèse des Enjeux Clés 6

Conclusion..... 6

Analyse Visuelle des Résultats 7

Analyse des Résultats du Questionnaire sur les Habitudes de Consommation à Marigot

Introduction

Cette enquête visait à mieux comprendre les habitudes de consommation des résidents et visiteurs de Marigot, afin de guider les initiatives de redynamisation du centre-ville. Les résultats de l'enquête révèlent des informations cruciales sur le profil des consommateurs, leurs besoins et les défis auxquels ils sont confrontés. Cela permettra de définir des priorités claires pour améliorer l'attractivité de Marigot et répondre aux attentes de la population locale.

Méthodologie

L'analyse repose sur un échantillon de **128 participants**, comprenant majoritairement des résidents de Saint-Martin. Les résultats sont à la fois quantitatifs, avec des réponses chiffrées sur les préférences et comportements d'achat, et qualitatifs, avec des commentaires qui apportent des insights complémentaires. L'enquête est structurée autour de questions sur le profil démographique, les habitudes de consommation et les attentes en matière d'infrastructures et de services.

Profil des Répondants

Répartition Géographique et Statut

La majorité des répondants sont des **résidents de Saint-Martin (84,38%)**, confirmant que les principales actions de revitalisation doivent être orientées vers cette population. En revanche, une petite portion de **5,47%** représente les résidents de Sint-Maarten, tandis que **1,56%** des répondants étaient en visite auprès de leur famille ou amis. Seulement **0,78%** étaient des touristes sans attache locale, ce qui indique que cette enquête reflète principalement les attentes des résidents permanents.

Répartition par Quartier

Les réponses montrent que les quartiers les plus représentés sont **Concordia (17,97%)**, suivi de **Frias Bay (6,25%)** et **Agrément (5,47%)**. Cela indique une concentration des répondants dans les quartiers résidentiels proches de Marigot. Ces zones devraient être des cibles privilégiées pour les efforts de redynamisation, avec des initiatives spécifiques adaptées à la densité et aux besoins de ces populations. D'autres quartiers, tels que **Baie Nettle** et **Baie Orientale**, bien que moins représentés, ne doivent pas être négligés, car ils pourraient bénéficier d'actions plus spécifiques.

Habitudes de Consommation

Fréquence et Types d'Achats

La majorité des consommateurs préfèrent faire leurs achats dans les **commerces locaux**, et plus particulièrement dans les commerces de proximité. Les produits de première nécessité, tels que les produits alimentaires, dominent les achats quotidiens. Cependant, les participants expriment un manque de **diversité commerciale** à Marigot, notamment dans les secteurs de la mode, des loisirs, et de la restauration.

Les consommateurs se rendent parfois dans d'autres zones pour trouver des produits qu'ils ne trouvent pas à Marigot, ce qui laisse entrevoir une opportunité d'élargir l'offre commerciale. Le développement de magasins spécialisés et de lieux de restauration variés serait une stratégie gagnante pour attirer plus de consommateurs locaux et les retenir à Marigot.

Facteurs Déterminants pour le Choix des Commerces

L'accessibilité et la proximité des commerces sont des critères déterminants dans les habitudes de consommation. Cependant, deux préoccupations majeures émergent :

1. **Le manque de stationnement** : Les répondants soulignent la difficulté à se garer à proximité des commerces, ce qui décourage parfois la fréquentation des boutiques de Marigot.
2. **La sécurité** : La perception d'un manque de sécurité, surtout en soirée, dissuade certains habitants de fréquenter Marigot plus souvent.

Suggestions pour Améliorer l'Expérience à Marigot

Accessibilité et Mobilité

L'une des suggestions les plus fréquentes est la **réintroduction des places de stationnement bleues**. Ce système, en limitant la durée des stationnements, permettrait une rotation accrue des véhicules et une meilleure gestion de la disponibilité des places. Cela contribuerait à réduire la congestion due aux véhicules stationnés sur de longues périodes, offrant ainsi une meilleure accessibilité aux commerces de Marigot. De plus, les répondants ont exprimé le souhait de voir la mise en place d'un **service de transport public gratuit** dans Marigot, permettant aux habitants de se déplacer facilement sans avoir à se soucier du stationnement.

Propreté et Sécurité

La **propreté des rues** et la **sécurité** sont deux axes essentiels pour redynamiser Marigot. Une meilleure gestion des déchets et des infrastructures publiques, ainsi qu'une présence policière accrue, notamment dans les zones commerçantes, sont perçues comme des éléments essentiels pour rendre Marigot plus accueillant. Les participants suggèrent des **campagnes de sensibilisation** pour encourager les comportements responsables en matière de propreté, ainsi que l'installation de dispositifs de sécurité supplémentaires.

Diversité de l'Offre Commerciale

Une **diversification de l'offre** est fortement demandée, notamment dans les secteurs de la mode, des loisirs, et des produits culturels. Les habitants de Marigot souhaiteraient voir plus de commerces spécialisés et d'enseignes offrant une plus grande variété de produits. Par ailleurs, l'absence de **lieux de détente** tels que des cafés, bars ou restaurants proposant des expériences uniques est considérée comme un frein à la fréquentation.

Activités Culturelles et Loisirs

Outre les commerces, la **culture** et les **loisirs** sont des domaines dans lesquels les habitants aimeraient voir des améliorations. Plusieurs participants ont suggéré la création d'événements réguliers, tels que des marchés artisanaux, des festivals ou des expositions temporaires, qui mettraient en valeur l'art et la culture locale, tout en attirant à la fois les habitants et les touristes.

Synthèse des Enjeux Clés

1. **Accessibilité** : Le manque de stationnement est un défi majeur. La suggestion de réintroduire les places bleues et d'implémenter un système de transport public gratuit pourrait considérablement améliorer la fluidité et l'accès au centre-ville.
2. **Propreté et sécurité** : Ces deux facteurs doivent être améliorés pour rendre Marigot plus attractif aux yeux des résidents.
3. **Diversité commerciale** : L'offre actuelle de Marigot est perçue comme insuffisante, particulièrement dans certains secteurs clés comme la mode, la restauration, et les loisirs.
4. **Offre culturelle** : Il existe une demande pour des événements et activités qui reflètent la richesse culturelle de Saint-Martin, et qui créeraient un lien entre les habitants et leur ville.

Conclusion

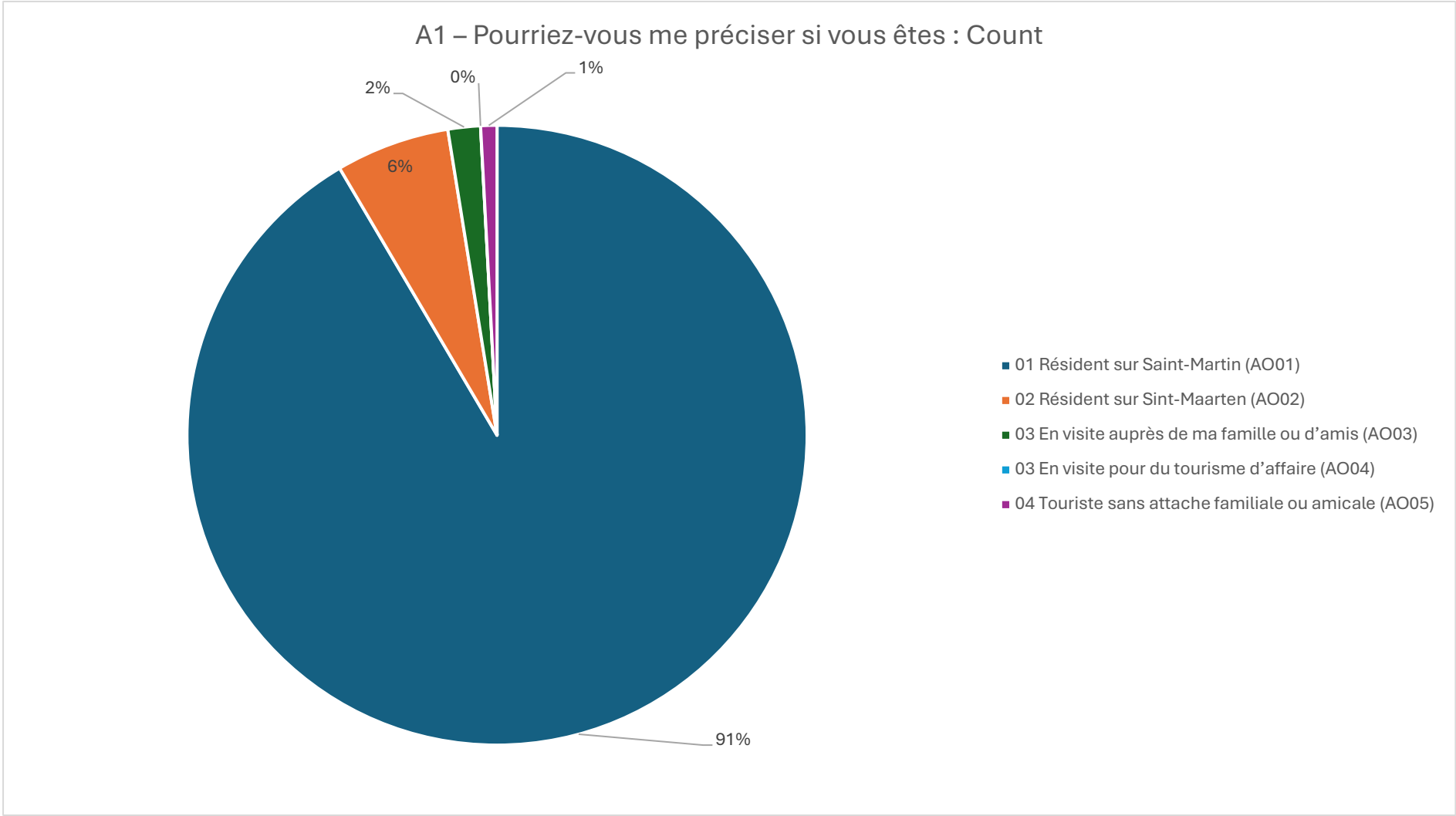
Les résultats de cette enquête fournissent une vue claire des attentes des habitants de Marigot. La majorité des répondants souhaitent voir des améliorations dans les infrastructures (stationnement, sécurité) et une diversification de l'offre commerciale. En répondant à ces préoccupations, Marigot pourrait redevenir un centre commercial et culturel vibrant, attirant non seulement les résidents locaux, mais aussi les visiteurs de l'extérieur.

La revitalisation de Marigot devrait donc être basée sur trois axes principaux :

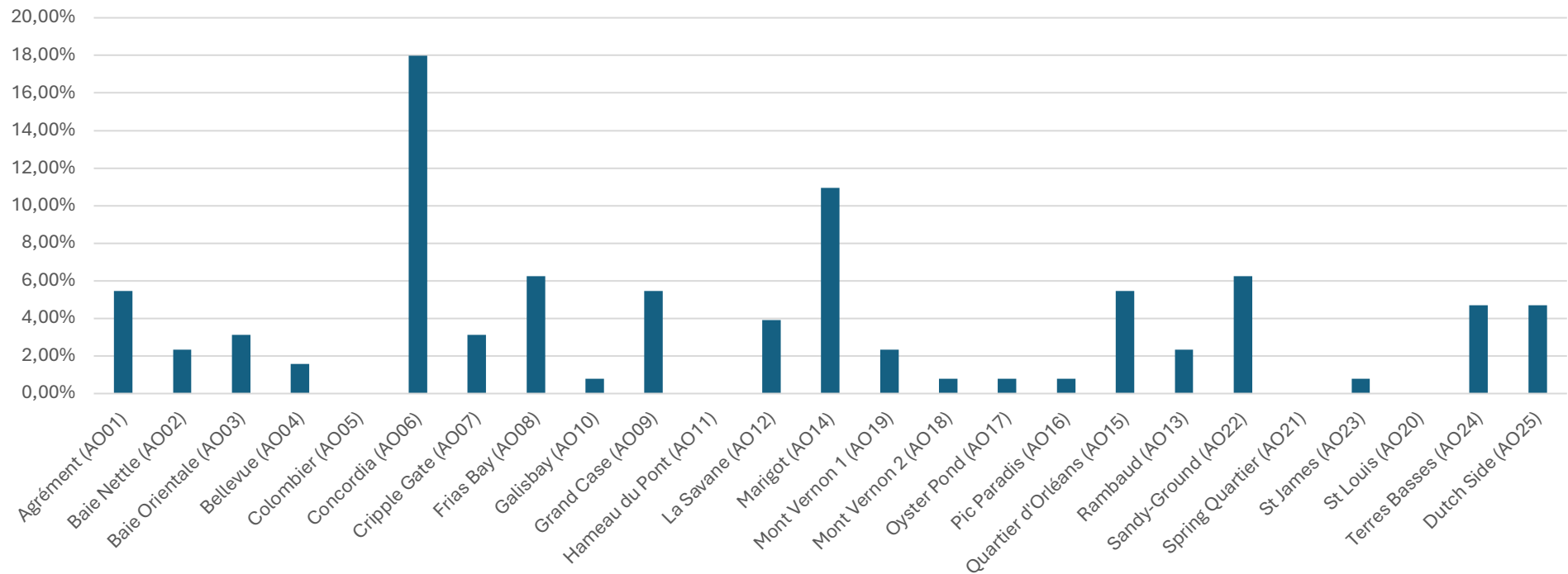
1. **Amélioration de l'accessibilité** : Réintroduction des places de stationnement bleues, mise en place d'un service de transport public gratuit et une meilleure gestion de la mobilité pour les transports en commun.
2. **Renforcement de la propreté et de la sécurité** : Investir dans l'amélioration des infrastructures urbaines pour rendre la ville plus accueillante et sécurisée.
3. **Diversification des commerces et des activités** : Attirer de nouvelles enseignes, soutenir les commerces locaux, et développer des activités culturelles pour dynamiser le centre-ville.

Avec ces actions, Marigot pourra retrouver sa vitalité et répondre aux attentes croissantes de ses habitants, tout en offrant une expérience unique à ses visiteurs.

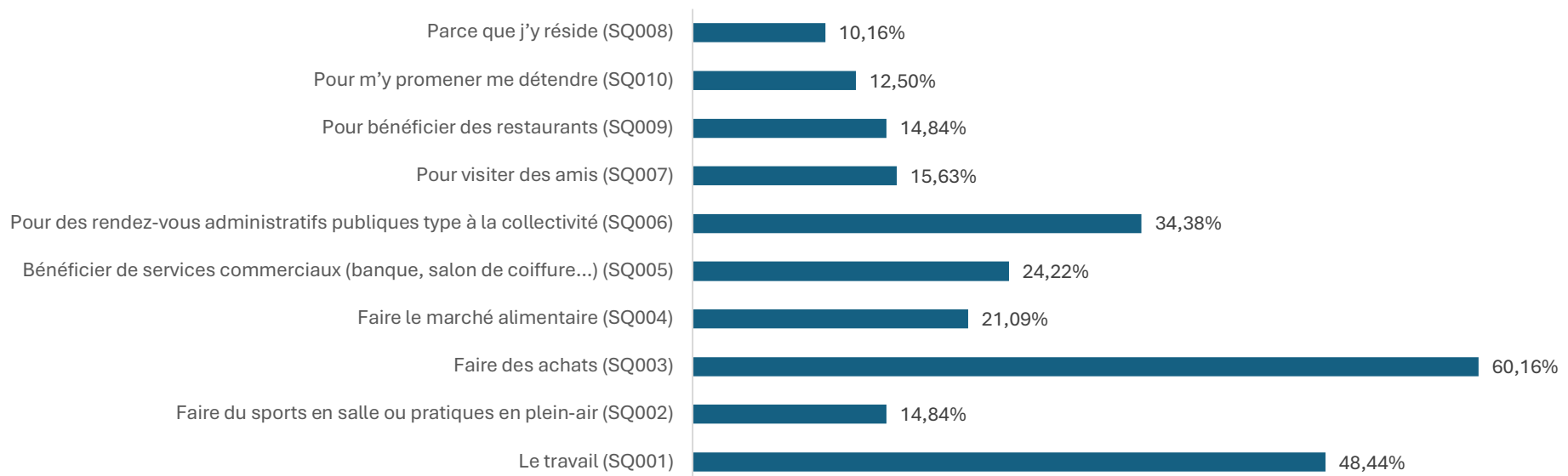
Analyse Visuelle des Résultats



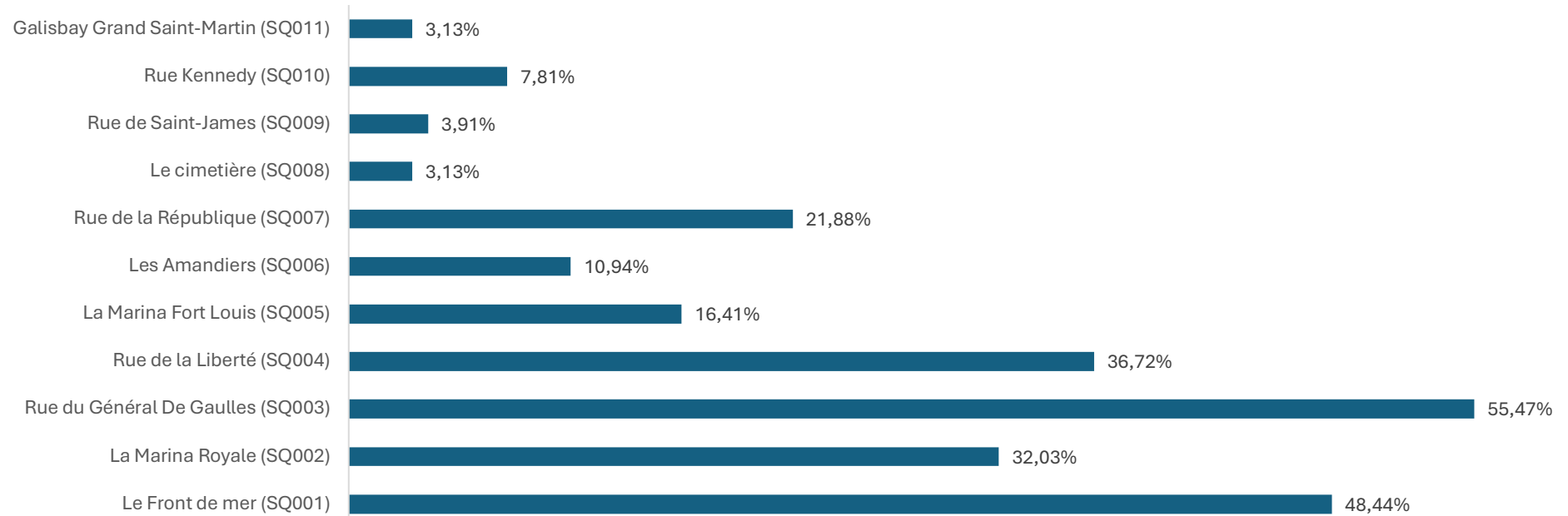
A2 - Pourriez-vous me préciser votre quartier de résidence ? Pourcentage



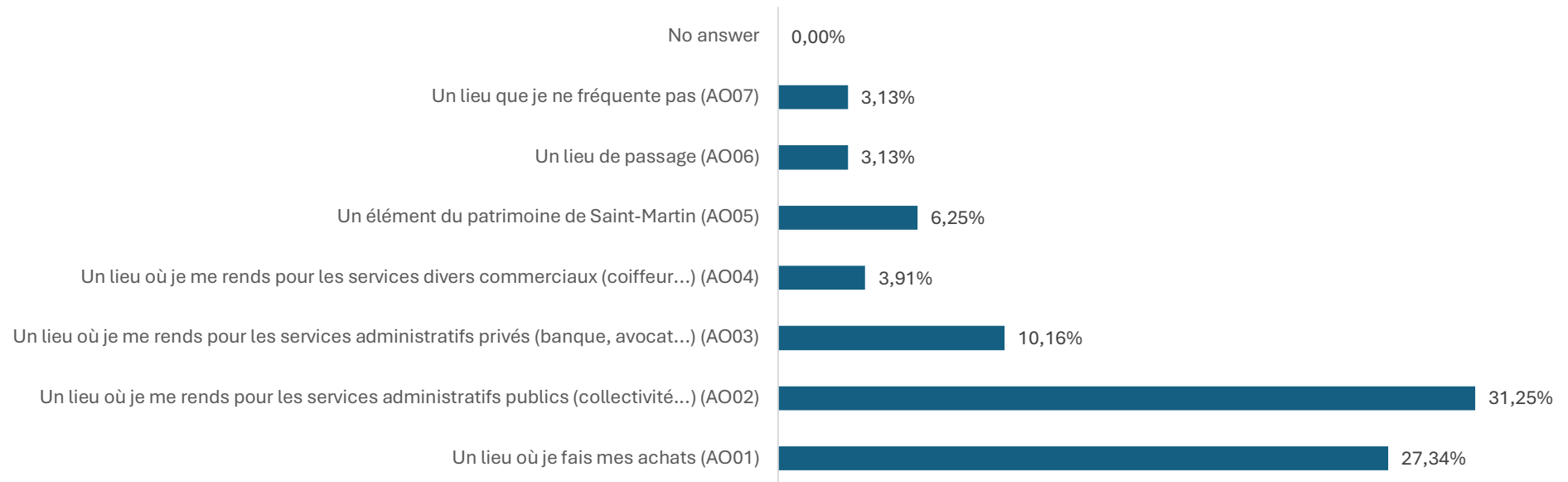
C1 - Habituellement, pourriez-vous me préciser, 3 justifications de votre fréquentation de Marigot ? 3 REPONSES OBLIGATOIRES Pourcentage



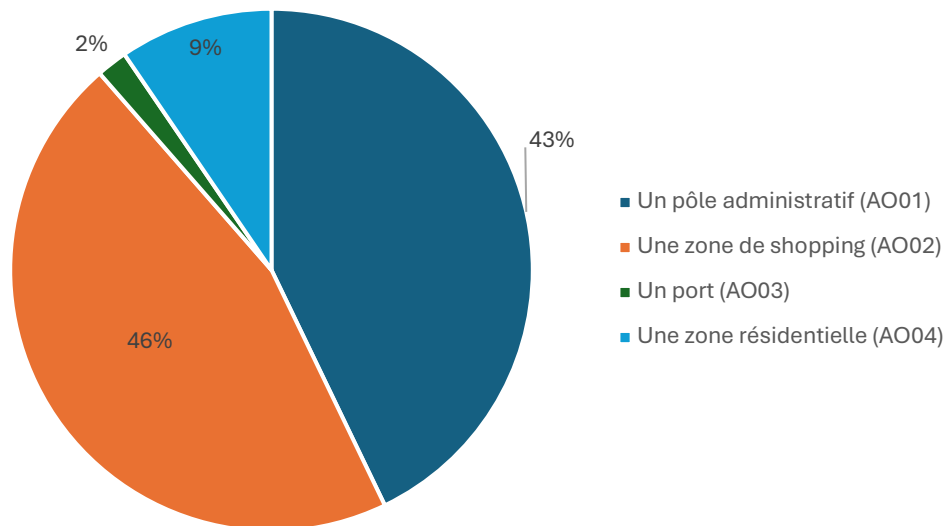
C2 - Que considérez-vous comme le centre ville de Marigot ? PLUSIEURS REPONSES POSSIBLE Percentage



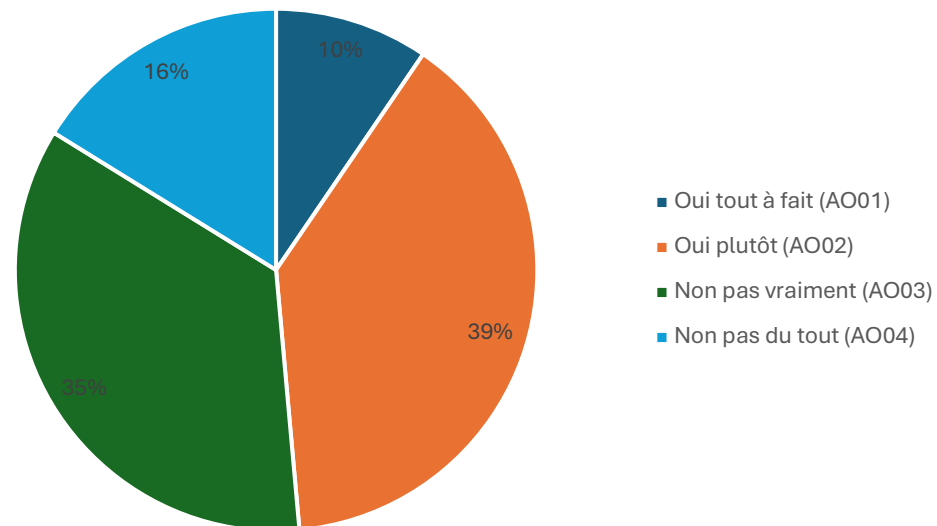
C3 - Comment considérez-vous Marigot ? Percentage



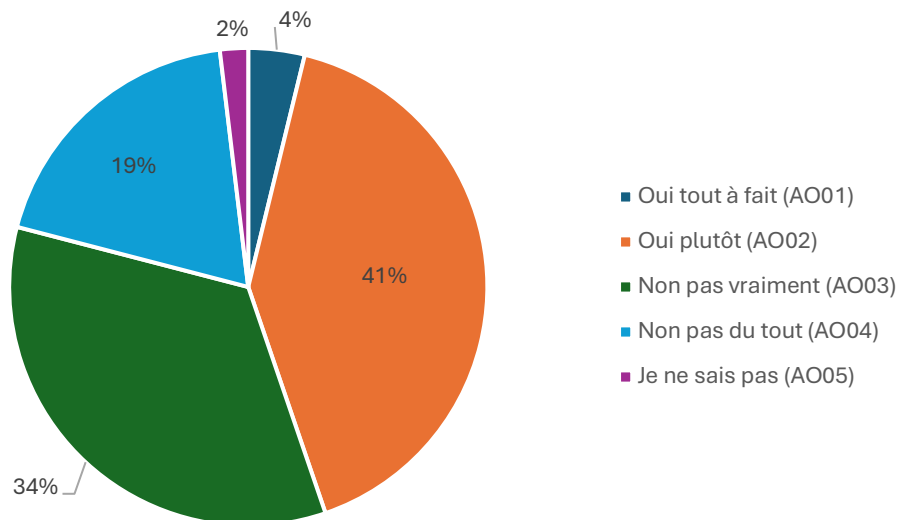
C3 bis - Pourquoi venez-vous à Marigot ?
 Percentage



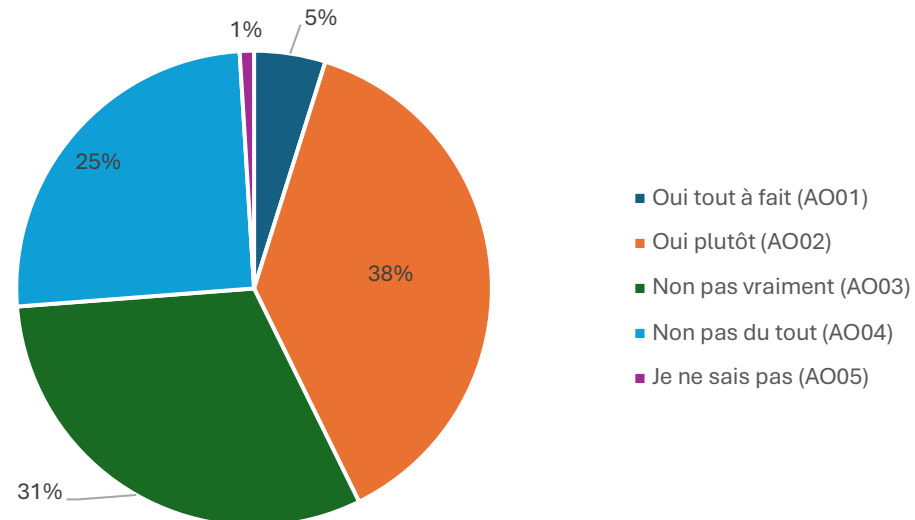
C4-1 - Aujourd'hui diriez-vous que ce centre-ville de Marigot est accueillant : Count



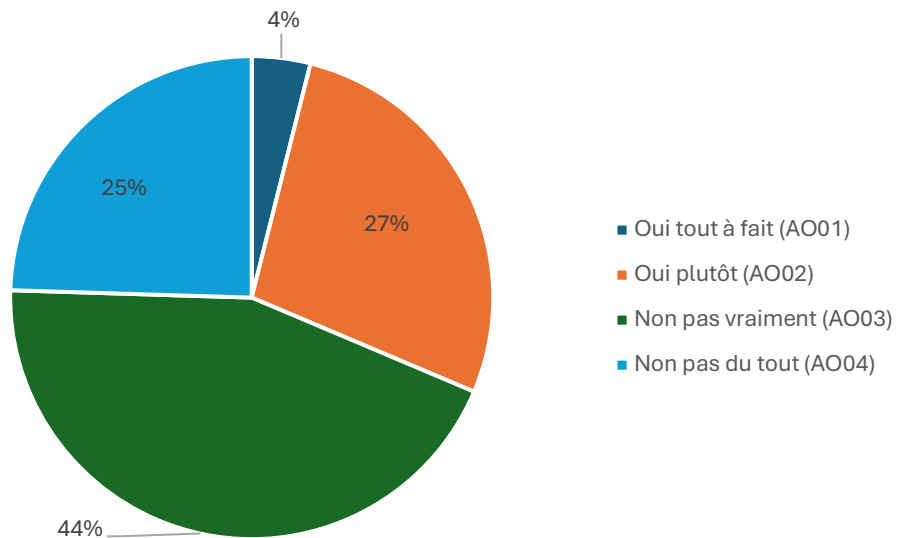
C4-2 - Aujourd'hui diriez-vous que ce centre-ville de Marigot est Dynamique : Count



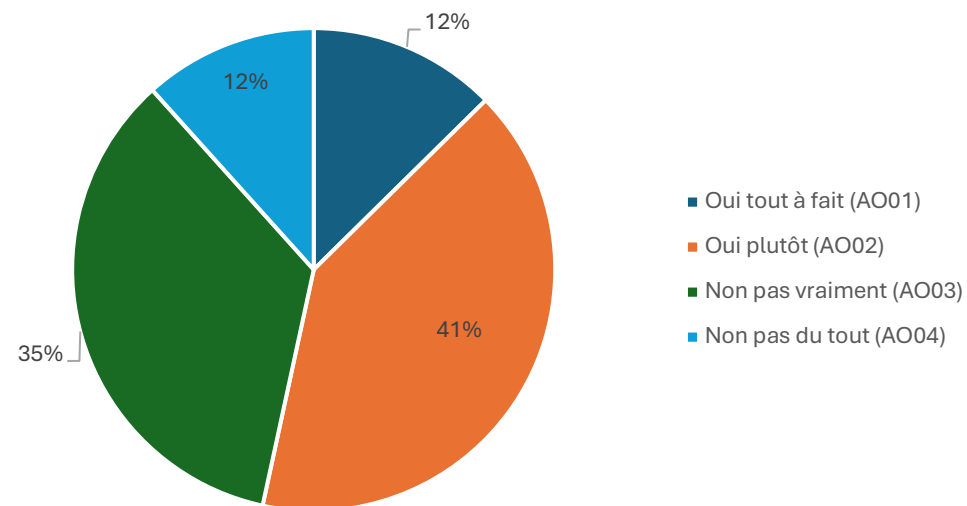
C4-3 - Aujourd'hui diriez-vous que ce centre-ville de Marigot est Sécurisant : Count



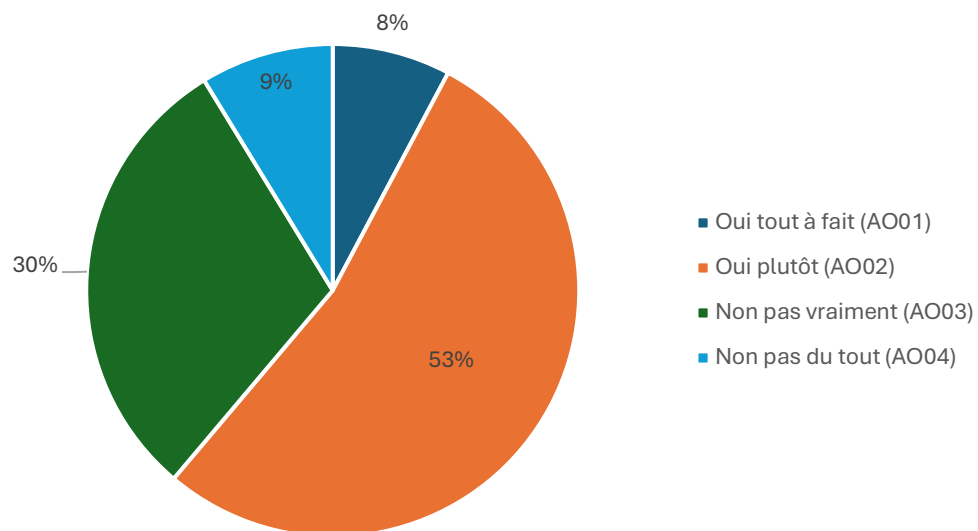
C4-4 - Aujourd'hui diriez-vous que ce centre-ville de Marigot est Végétal : Count



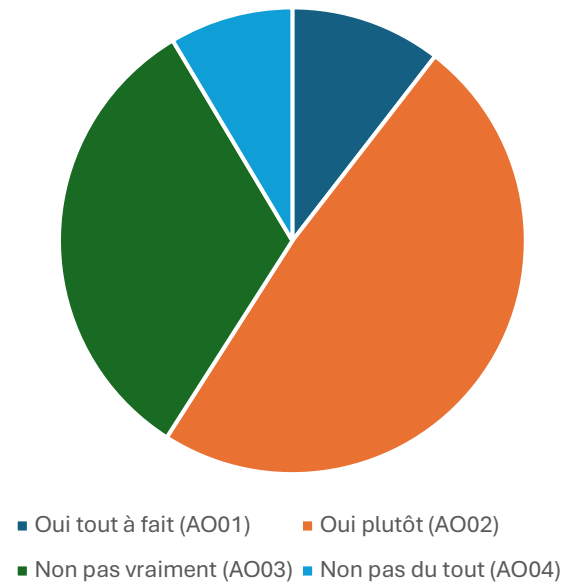
C4-5 - Aujourd'hui diriez-vous que ce centre-ville de Marigot est Historique : Count



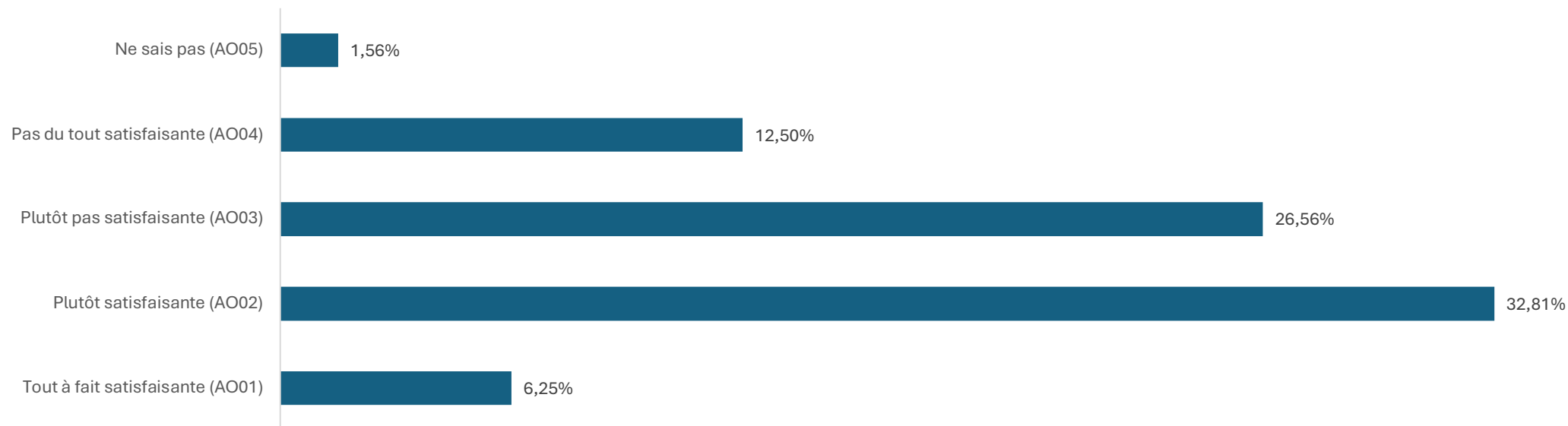
C4-6 - Aujourd'hui diriez-vous que ce centre-ville de Marigot est Propre : Count



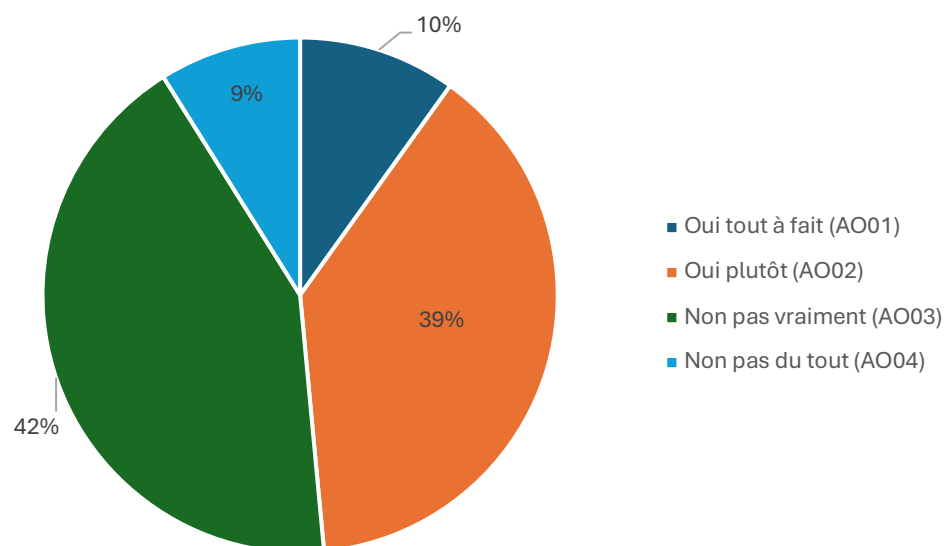
C4-7 - Aujourd'hui diriez-vous que ce centre-ville de Marigot est beau : Count



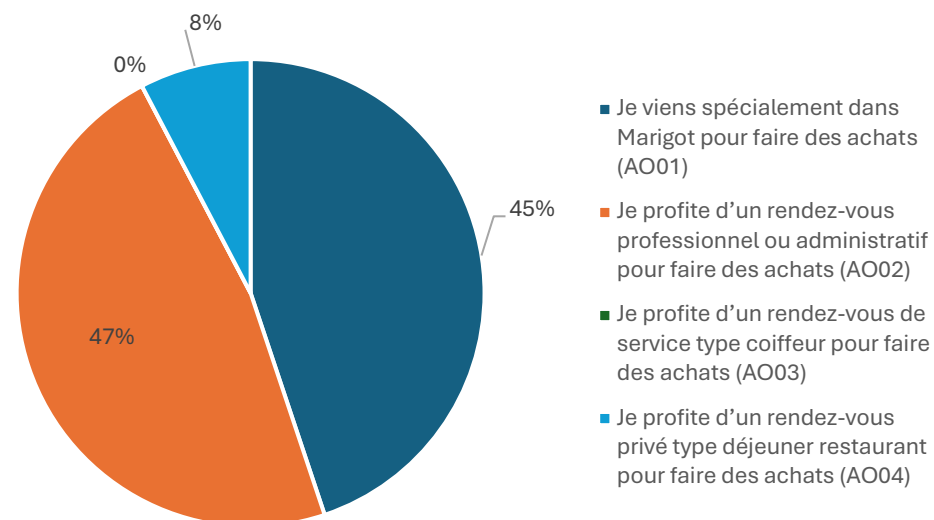
D1 - Diriez-vous que l'offre de commerce actuelle est ? Pourcentage



D1 bis - Diriez-vous que l'offre de commerce actuelle correspond à vos besoins ? Pourcentage



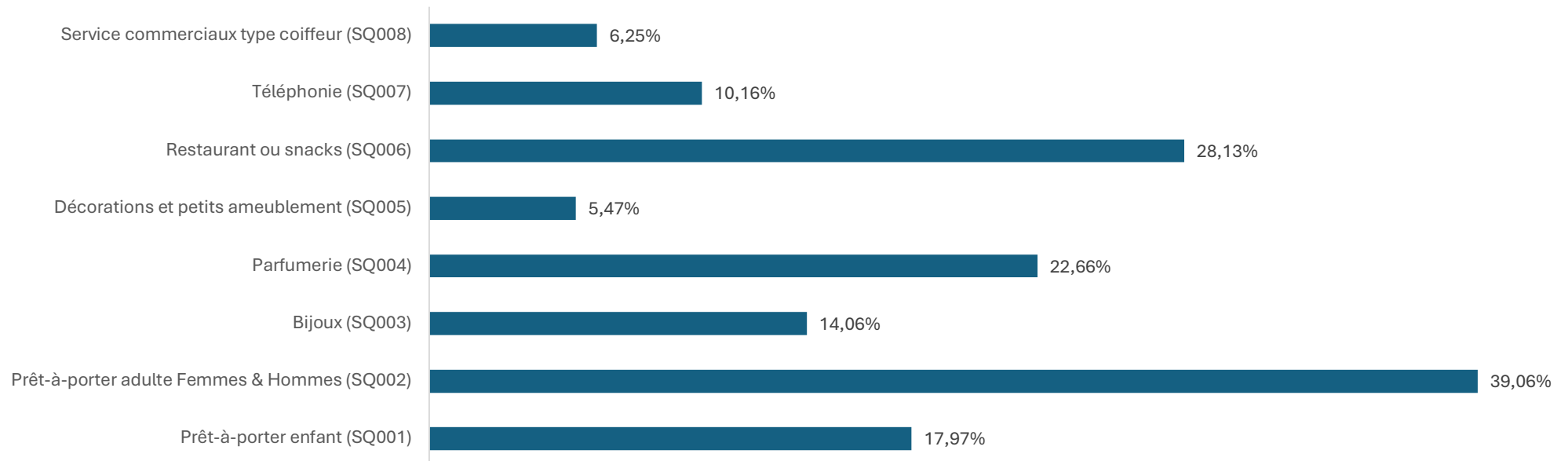
D3 - Quelle proposition correspond le mieux à vos habitudes de consommation dans Marigot ? Pourcentage



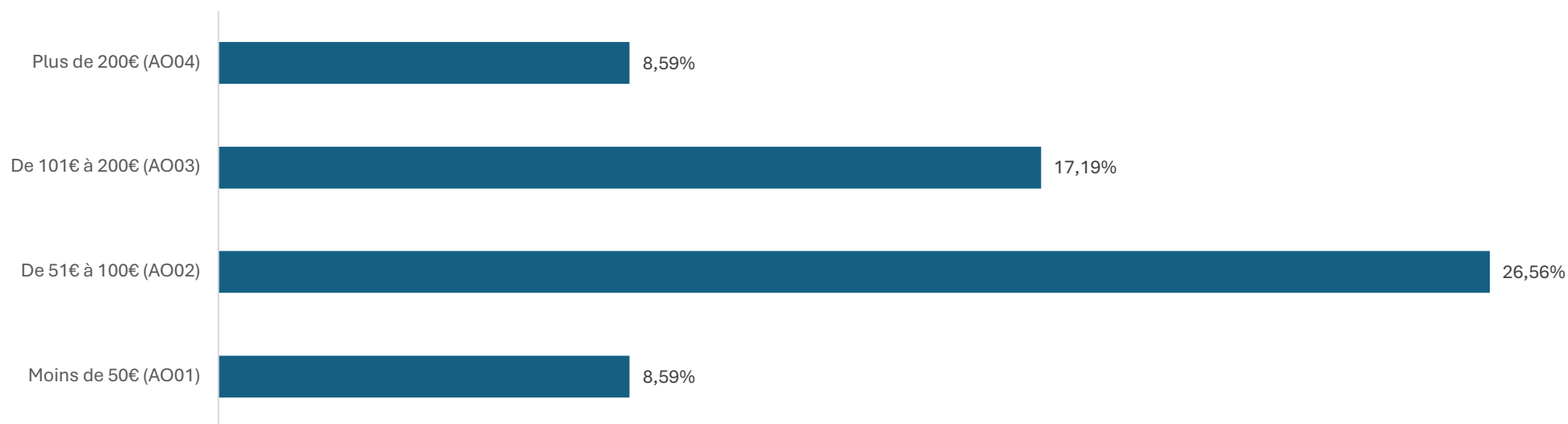
D4 - Quelle proposition correspond le mieux à vos habitudes de consommation dans Marigot ?
? Pourcentage



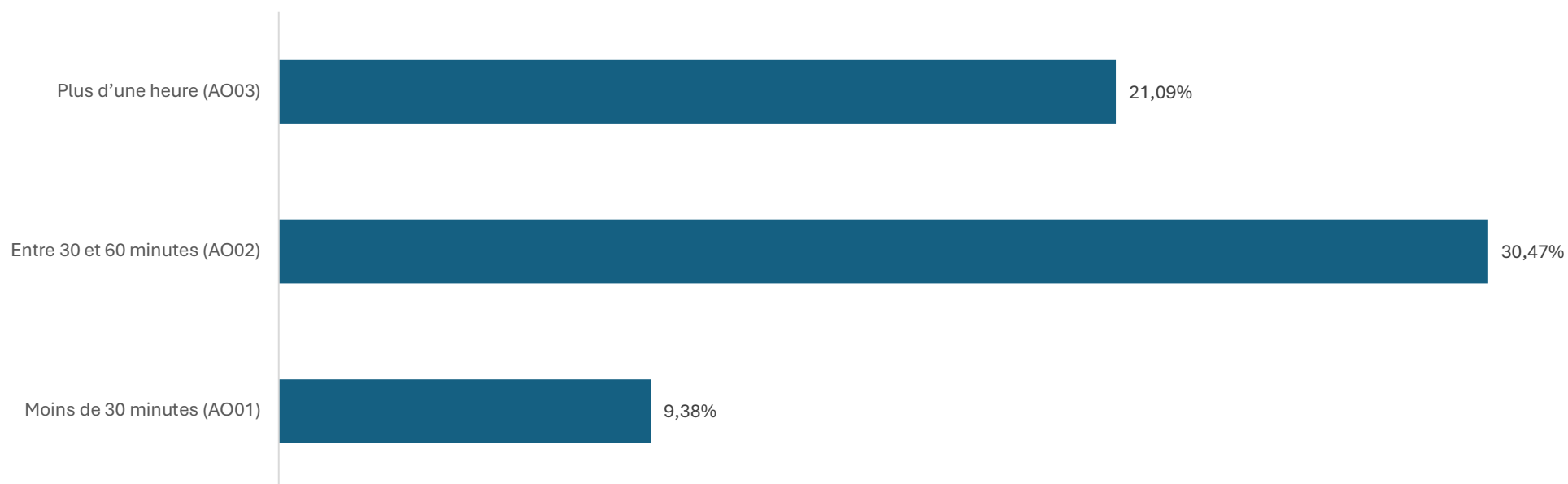
D5 - De manière générale, habituellement, lorsque vous faites des achats dans le Centre-ville de Marigot, dans quel type de magasin faites-vous des achats ? Pourcentage



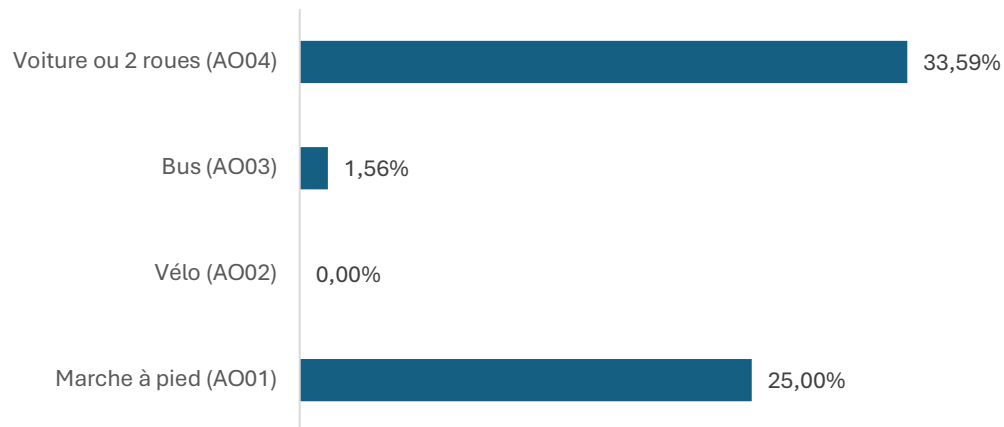
D6 - De manière générale, habituellement, lorsque vous faites des achats dans le Centre-ville de Marigot, quel est votre montant de dépense total ? Pourcentage



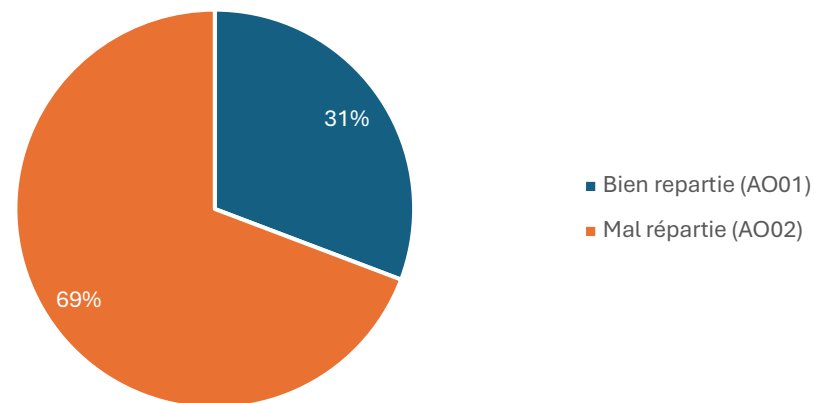
D7 - De manière générale, habituellement, lorsque vous faites des achats dans le Centre-ville de Marigot, combien de temps restez-vous dans la zone ? Pourcentage



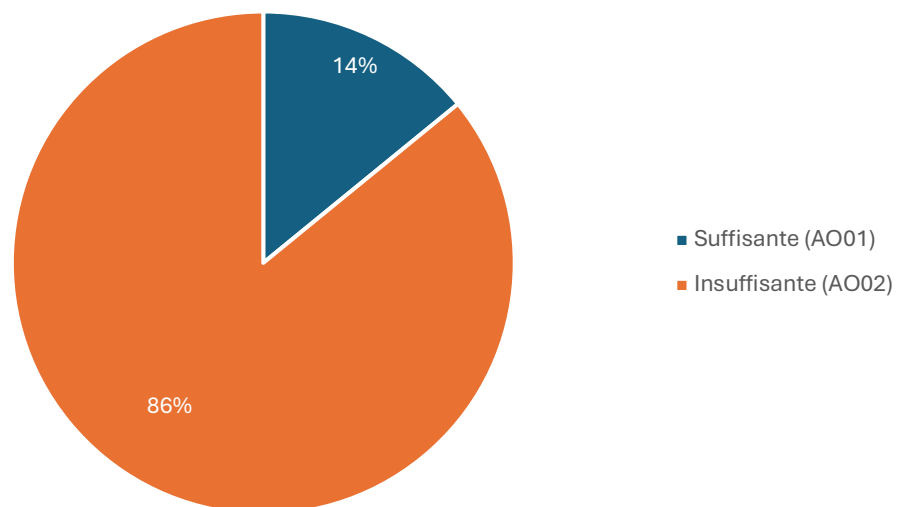
D8 - De manière générale, habituellement, lorsque vous faites des achats dans le Centre-ville de Marigot, quel est votre mode de déplacement ? Pourcentage



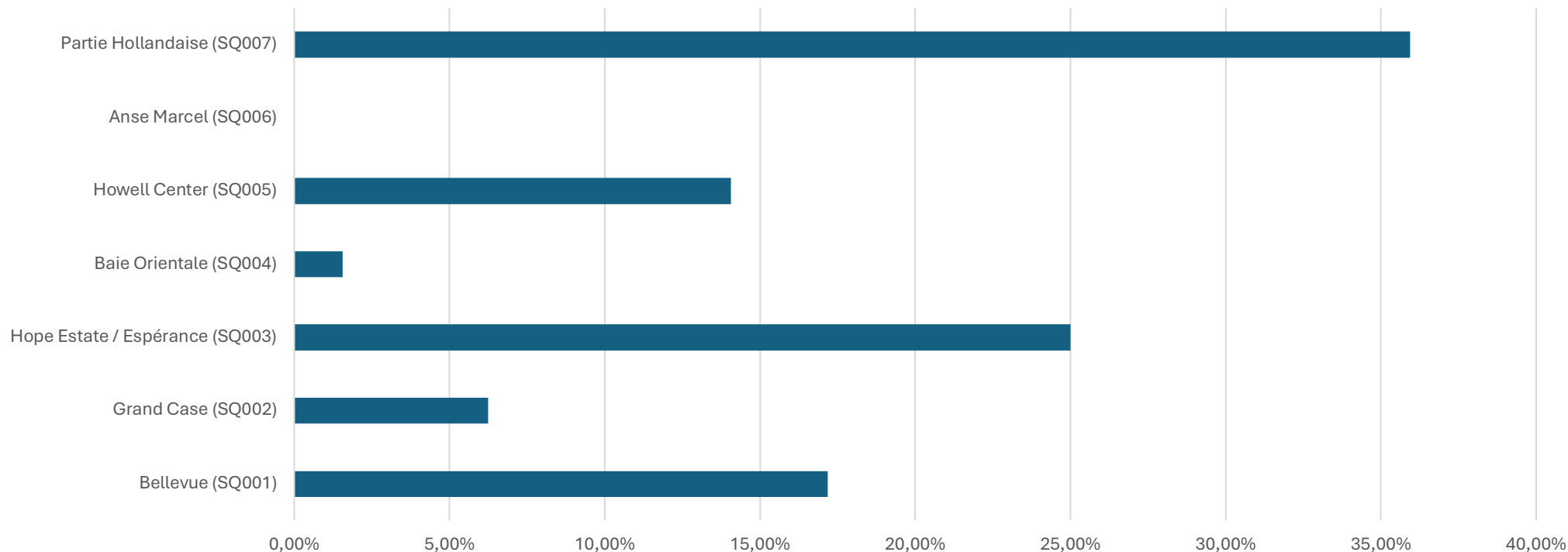
D9 - Pour votre mode de déplacement, diriez-vous que l'offre de stationnement est : Pourcentage



D9 bis - Pour votre mode de déplacement, diriez-vous que l'offre de stationnement est : Pourcentage



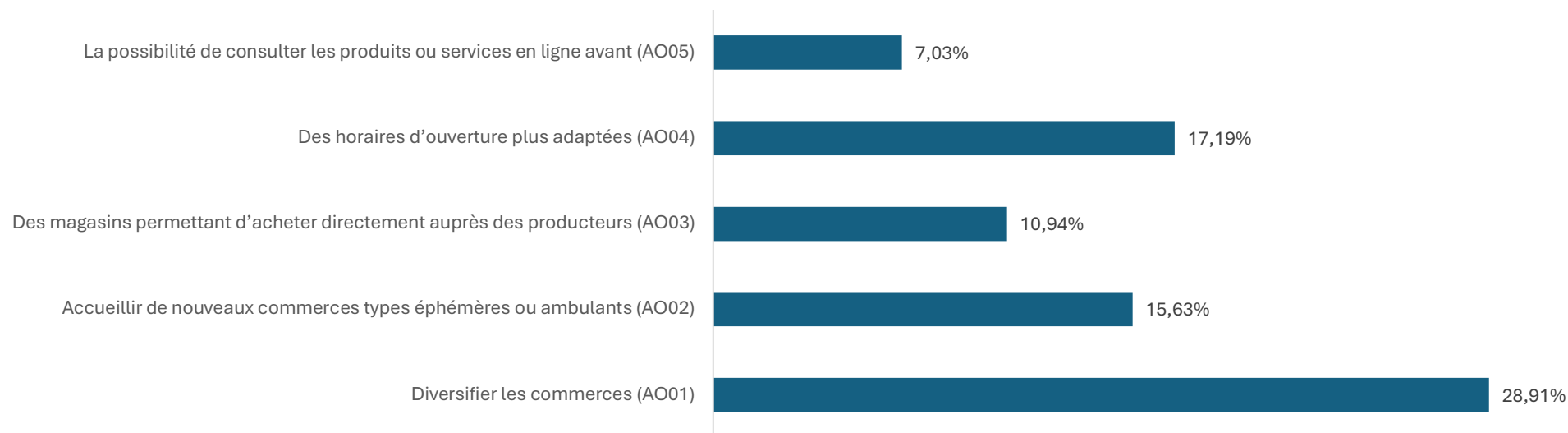
D10 - Dans quel autres zones de l'île avez-vous l'habitude de faire du shopping ? Percentage



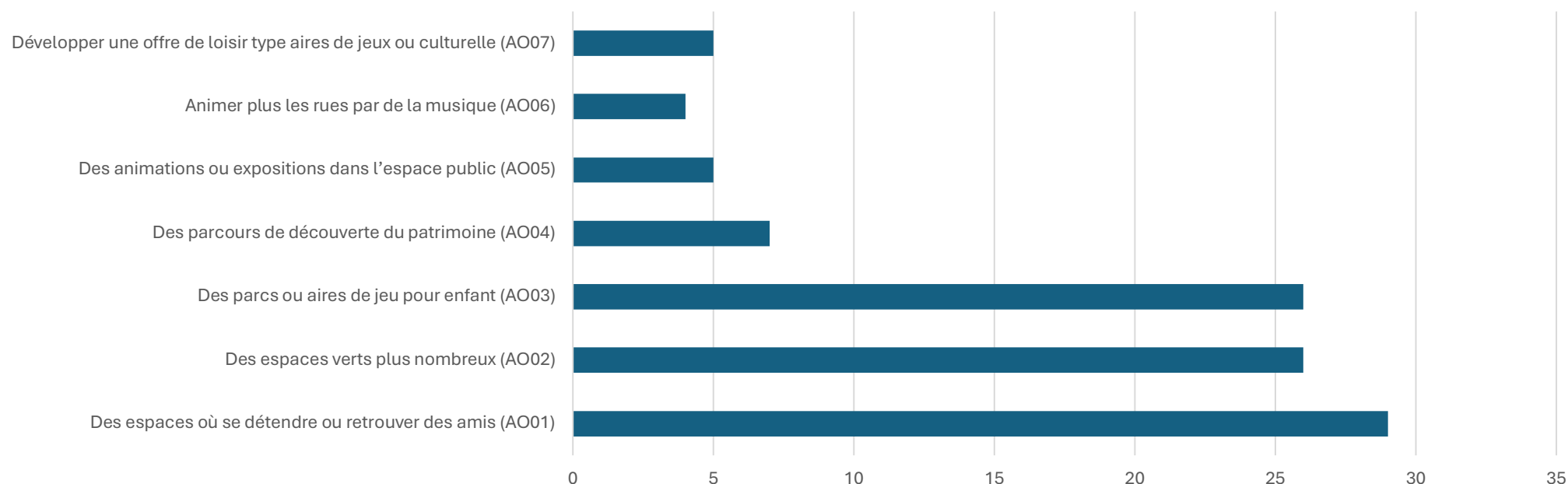
F1 – Selon-vous, que faudrait-il privilégier pour le futur centre-ville ?[Ranking 1] Percentage



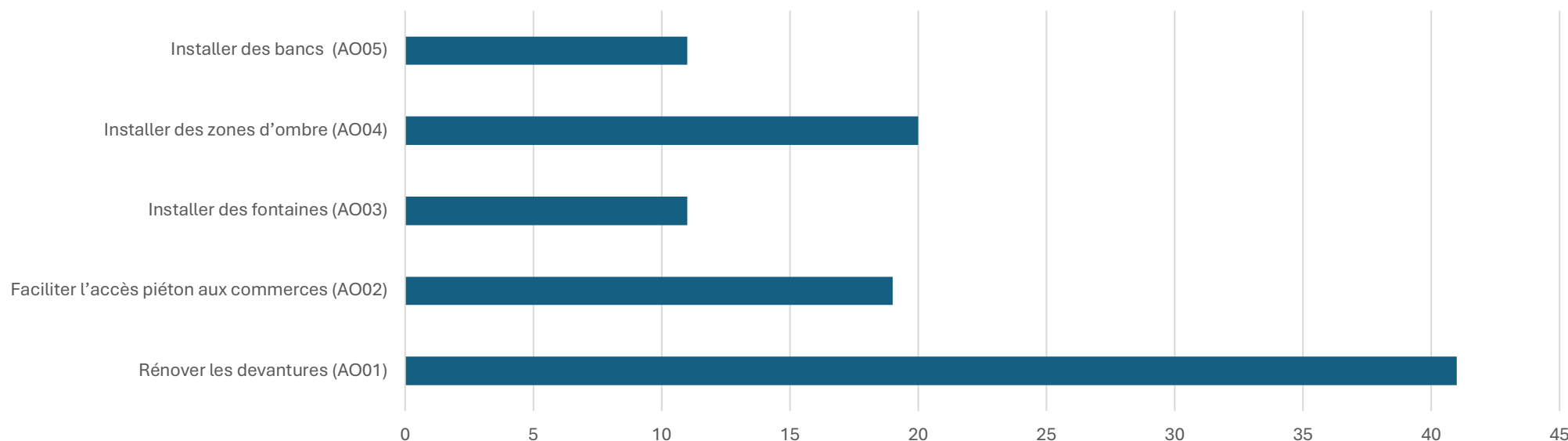
F2 – Concernant l’offre de commerce, selon-vous, que faudrait-il privilégier pour favoriser l’attractivité du centre-ville ?[Ranking 1] Percentage



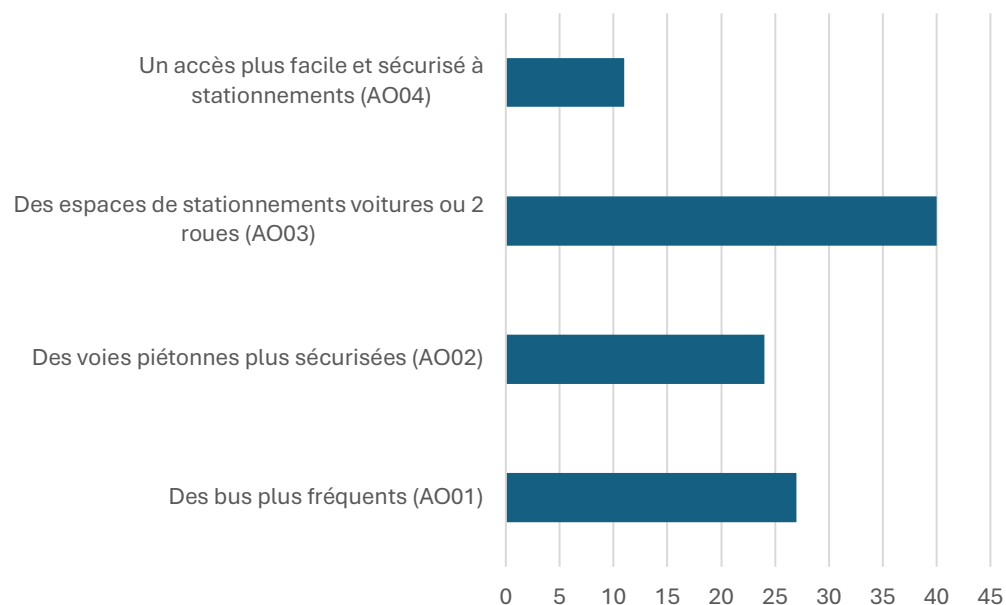
F3 – Concernant l’offre de loisir, selon-vous, que faudrait-il privilégier pour favoriser l’attractivité du centre-ville ?[Ranking 1] Count



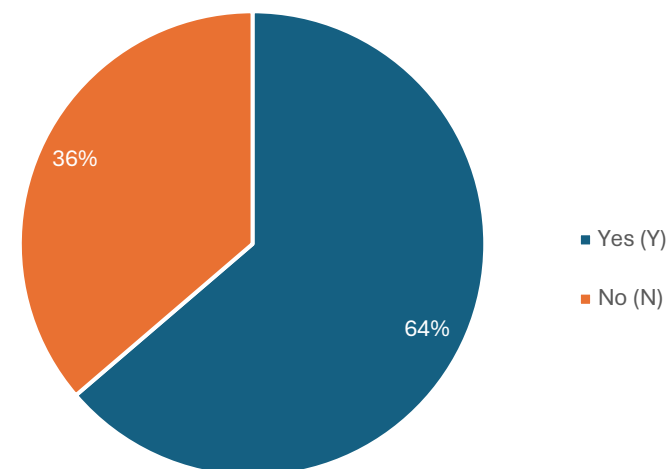
Summary for G06Q41 [1] F4 – Concernant l'aménagement urbain, selon-vous, que faudrait-il privilégier pour favoriser l'attractivité du centre-ville ?[Ranking 1] Count



F5 – Selon-vous, que faudrait-il privilégier pour faciliter l'accès du centre-ville ?[Ranking 1] Count



F6 – Si des stationnements sécurisés étaient faciles d'accès, seriez-vous prêt à payer pour y stationner ? Count



ANNEXE n°2 : Conditionner l'implantation des équipements commerciaux – Fiche outil du CEREMA – janvier 2020

Conditionner l'implantation des équipements commerciaux

Le Document d'Aménagement Artisanal et commercial (DAAC)

Le site outils de l'aménagement a vocation à présenter de manière synthétique les acteurs, les procédures et les outils de l'aménagement.

La rédaction et l'actualisation de ces fiches sont assurées par le Cerema avec l'appui des ministères chargés du logement, de l'aménagement et de l'environnement.



Le schéma de cohérence territoriale (SCoT) est un document de planification territoriale qui facilite la mise en cohérence des politiques sectorielles à l'échelle de son territoire, notamment en matière d'habitat, de mobilités, d'environnement et d'aménagement commercial. Dans ce domaine, les choix des auteurs du SCoT sont traduits dans le DAAC, qui définit les conditions d'implantation des équipements commerciaux et peut fixer des prescriptions différenciées par secteur géographique.

Ce document, qui constitue l'un des rares outils donnés aux élus pour influencer l'aménagement commercial de leur territoire, a subi de nombreuses évolutions législatives, jusqu'à parvenir à une rédaction ambitieuse avec la loi n° 2018-1021 du 23 novembre 2018 portant évolution du logement, de l'aménagement et du numérique (ELAN). L'ordonnance n° 2020-744 du 17 juin 2020 relative à la modernisation des SCoT, qui entre en vigueur au 1er avril 2021 mais que les porteurs de SCoT peuvent dans certains cas appliquer à leurs projets en cours, ne remet pas en cause l'apport général de la loi ELAN tout en prévoyant quelques évolutions.

Fiche outils - janvier 2020



MINISTÈRE
DE LA COHÉSION
DES TERRITOIRES
ET DES RELATIONS
AVEC LES
COLLECTIVITÉS
TERRITORIALES

Définition

Place et rôle du DAAC dans le SCoT

Aux termes de l'article L. 141-2 du code de l'urbanisme, le SCoT comprend trois documents :

- Le projet d'aménagement et de développement durables (PADD), qui expose les grandes orientations du SCoT dans certaines politiques sectorielles : logement, transports et déplacements, implantation commerciale, etc.
- Le document d'orientations et d'objectifs (DOO), partie opposable du SCoT, qui décline ces objectifs ;
- Le rapport de présentation, qui expose le diagnostic du territoire, explique les choix retenus par les auteurs du SCoT pour élaborer le PADD et le DOO, prévoit la façon dont la mise en oeuvre du SCoT va être suivie.

Les évolutions apportées par l'ordonnance n° 2020-744 du 17 juin 2020 sur la modernisation des SCoT (application différée)

Les éléments du rapport de présentation sont transférés en annexes, pour mettre davantage en avant les parties du document qui expriment et précisent le projet.

L'ordonnance change le PADD en un projet d'aménagement stratégique (PAS) plus souple sur la liste des thématiques à aborder, avec pour mission de définir les objectifs de développement et d'aménagement du territoire à un horizon de vingt ans. Ces objectifs doivent favoriser notamment un équilibre et une complémentarité des polarités urbaines et rurales, une gestion économe de l'espace limitant l'artificialisation des sols, les transitions écologique, énergétique et climatique...

Le contenu du DOO est plus souple et contient toujours le DAAC.

Le DAAC, qui est prévu à l'article L. 141-17 (et à terme, à l'article L. 141-6) du code de l'urbanisme, est un document compris dans le DOO, mais qui dispose d'une place particulière. En effet, alors que

le DOO a d'abord pour objet de fixer des « orientations » et des « objectifs » (ainsi que sa dénomination l'indique), le DAAC détermine les conditions d'implantations des équipements commerciaux, ce qui traduit une dimension nettement plus précise que la plupart des prescriptions du DOO. En outre, comme il a vocation à traiter du commerce, l'atteinte qu'il est susceptible de porter à la liberté d'entreprendre l'expose au risque contentieux. C'est cette sensibilité stratégique du DAAC qui a d'ailleurs conduit le législateur à préciser expressément que « *l'annulation du document d'aménagement artisanal et commercial est sans incidence sur les autres documents du schéma de cohérence territoriale* ».

Un document soumis à plusieurs évolutions législatives

Le DAAC a connu plusieurs évolutions législatives majeures. Créé par la loi SRU (loi n° 2000-1208 du 13 décembre 2000 relative à la solidarité et au renouvellement urbains), le document d'aménagement commercial (DAC) permettait aux auteurs de SCoT de définir des zones d'aménagement commerciales (ZACOM) afin de réglementer l'implantation des commerces, avec une précision pouvant aller jusqu'au tracé à la parcelle. Les règles fixées dans les ZACOM devaient se fonder sur des critères d'aménagement et de développement durable, à l'exclusion des critères économiques et concurrentiels, exclus par la jurisprudence européenne.

Avec la loi Grenelle II (loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement), le DAC est devenu obligatoire, avant d'être supprimé par la loi ALUR (loi n° 2014-366 du 24 mars 2014 pour l'accès au logement et un urbanisme rénové), puis rétabli trois mois plus tard par la loi ACTPE (loi n° 2014-626 du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises) sous la forme d'un document d'aménagement artisanal et commercial (DAAC). Si les ZACOM n'ont pas été formellement réintroduites par le législateur, c'est bien un dispositif similaire qui a été créé avec notamment des « secteurs d'implantation périphérique » et des « centralités urbaines » pouvant être soumises à

des règles spécifiques de conditions d'implantation commerciale.

La loi ELAN (précitée) a considérablement renforcé ce dispositif en permettant aux auteurs de SCoT, outre de fixer des conditions d'implantation, de déterminer le « *type d'activité et la surface de vente maximale des équipements commerciaux spécifiques aux secteurs ainsi identifiés* ».

Les évolutions apportées par l'ordonnance n° 2020-744 du 17 juin 2020

relative à la modernisation des SCoT sont quant à elles présentées au fil de cette fiche. Cette ordonnance, qui entre en vigueur au 1er avril 2021, ne s'applique pas aux procédures d'élaboration ou de révision des SCoT en cours à cette date. Certaines possibilités d'application anticipée des dispositions de cette ordonnance sont toutefois prévues à l'article 7 de ce texte.

Champ d'application

Les équipements commerciaux

■ L'absence de définition législative

L'article L. 141-17 (et à terme, à l'article L. 141-6) du code de l'urbanisme indique que le DAAC détermine les « *conditions d'implantation des équipements commerciaux* », en distinguant :

- les conditions concernant le territoire dans son ensemble, et qui ne visent alors que les équipements « susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'aménagement du territoire, le commerce de centre-ville et le développement durable »,
- et les conditions propres aux secteurs géographiques identifiés dans le DAAC, qui concernent tous les équipements commerciaux.

Par ailleurs, aucune définition législative ou réglementaire ne précise la nature des équipements commerciaux concernés par le DAAC. Ce « silence » textuel soulève des difficultés pratiques pour la rédaction du document, mais peut être compensé par d'autres sources juridiques provenant de l'urbanisme commercial. Plus précisément, deux réglementations peuvent permettre d'éclaircir la nature des activités réglementées par le DAAC : les dispositions relatives aux autorisations d'exploitation commerciale (AEC), d'une part, et celles relatives aux « *destinations* », d'autre part. Ces dispositions permettent de préciser les notions de commerce et d'artisanat du DAAC.

■ Les notions de commerce et d'artisanat

Les autorisations d'exploitation commerciale sont prévues par l'article L. 752-1 du code de commerce et concernent « *les magasins de commerce de détail* ». Le « *commerce de détail* » s'entend de tout magasin où s'effectue la vente de marchandises à des consommateurs pour un usage domestique (faute de définition législative, il demeure pertinent de continuer à se référer à la circulaire 16 janvier 1997. En effet, bien qu'elle modifie les lois Royer/Raffarin, la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008 n'a pas modifié la notion de commerce de détail ; il en va de même pour la circulaire n°3107 du 13 juillet 2001 portant application des dispositions du code de commerce en matière d'équipement commercial). Il s'agit donc des magasins de vente, y compris les commerces spécifiques, tels que les jardineries, les animaleries, les magasins d'usine, les commerces d'objet d'occasion. Sont également assimilées au commerce de détail les activités de production ou de service à caractère artisanal. Il s'agit par exemple des activités de teinturerie, serrurerie, cordonnerie, photographie, les salons de coiffure, les salons d'esthétique, les pressings etc.

En revanche, sont expressément exclus du champ du régime des autorisations les pharmacies, les commerces de véhicules automobiles ou de motocycles et les installations de distribution de carburants. Sont également exclus le commerce de gros, les activités de prestations de service à caractère immatériel ou intellectuel comme les banques,

les agences de voyage, les compagnies d'assurance, les établissements de remise en forme... De même, les cafétérias et les restaurants ne sont pas des magasins de commerce de détail. Il en va différemment en revanche des « points-chauds » qui réalisent la majorité de leur chiffre d'affaires dans la vente à emporter.

Ces précisions sur le « commerce de détail » dans le cadre des AEC renvoient aux notions utilisées pour les « destinations » et « sous-destinations » des constructions au sens des articles R. 151-27 et R. 151-28 du code de l'urbanisme. Certes, ces deux articles ne concernent pas les SCoT mais les plans locaux d'urbanisme (PLU). Néanmoins, les précisions données sont utiles pour saisir les contours des équipements commerciaux.

Ainsi, la notion de « commerce et activité de service » prévue au 3° de l'article R. 151-27 du code de l'urbanisme comprend six sous-destinations : artisanat et commerce de détail, restauration, commerce de gros, activités de services où s'effectue l'accueil d'une clientèle, hébergement hôtelier et touristique, cinéma. La sous-destination « artisanat et commerce de détail » est précisée par un arrêté du 10 novembre 2016, qui indique qu'elle « recouvre les constructions commerciales destinées à la présentation et vente de bien directe à une clientèle ainsi que les constructions artisanales destinées principalement à la vente de biens ou services » (article 3 de l'arrêté du 10 novembre 2016 définissant les destinations et sous-destinations de constructions pouvant être réglementées par le règlement national d'urbanisme et les règlements des plans locaux d'urbanisme ou les documents en tenant lieu). Une fiche technique ministérielle (retirée depuis de la publication) donne des exemples : elle « recouvre tous les commerces de détail, notamment les épiceries, les supermarchés, les hypermarchés, les points permanents de retrait par la clientèle, d'achats au détail commandés par voie télématique, ou organisés pour l'accès en automobile. Cette sous-destination inclut également l'artisanat avec une activité commerciale de vente de biens, tels que les boulangeries, les charcuteries, les poissonneries ainsi que l'artisanat avec une activité commerciale de vente de services : cordonnerie, salon de coiffure... ».

Cette sous-destination recouvre donc un contenu similaire sinon identique à celui des commerces de détails des AEC ; et ces précisions peuvent dès

lors nourrir utilement les auteurs du SCoT lorsqu'ils précisent le champ d'application du DAAC (ces précisions devant être réalisées dans le rapport de présentation du SCoT ou dans le DAAC lui-même).

■ Les projets soumis à autorisation d'exploitation commerciale

L'article L. 142-1 (8°) du code de l'urbanisme impose aux autorisations d'exploitation commerciale (listées à l'article L. 752-1 du code de commerce) d'être compatibles avec le DOO du SCoT. Ainsi, à titre d'illustration, la création d'un magasin de commerce de détail d'une surface de vente supérieure à 1 000 m², résultant soit d'une construction nouvelle, soit de la transformation d'un immeuble existant, devra être compatible avec les prescriptions du DOO (donc notamment avec le DAAC). Ce rapport de compatibilité sera apprécié par l'autorité compétente pour se prononcer favorablement ou, au contraire, défavorablement sur un dossier de demande d'AEC (Cf. voir la fiche outils sur la CDAC sur notre site Internet « Outils de l'aménagement »).

L'objet du DAAC

■ Déterminer les conditions d'implantation des équipements commerciaux

Comme exposé au point 2.1 ci-avant, le DAAC détermine les « conditions d'implantation des équipements commerciaux », qui doivent être distinguées selon qu'elles concernent le territoire du SCoT de manière générale (et ne concernent alors que les équipements susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'aménagement du territoire, le commerce de centre-ville et le développement durable) ou les secteurs géographiques auxquels peuvent s'appliquer des conditions supplémentaires (applicables à tous les équipements commerciaux).

Les conditions d'implantation commerciale sur l'ensemble du territoire du SCoT.

Les conditions d'implantation sont énumérées au deuxième alinéa de l'article L. 141-17 (et à terme, de l'article L. 141-6) du code de l'urbanisme. Il s'agit de conditions de nature foncière, en premier lieu, correspondant plus précisément à la « consommation économe de l'espace, notamment en entrée de ville, par la compacité des formes bâties, l'utilisation prioritaire des surfaces commerciales vacantes et l'optimisation des surfaces dédiées au stationnement ».

Cette condition traduit ainsi l'un des principaux objectifs du SCoT en tant qu'outil de planification territoriale : la « *densification* », y compris pour le commerce. Il s'agit ainsi de lutter contre l'étalement urbain et de circonscrire l'essor des commerces en périphérie, afin de préserver aussi bien l'activité des centres-villes que de préserver l'environnement (qualité de l'air...).

En deuxième lieu, ces conditions portent sur la desserte des équipements commerciaux par les transports collectifs et leur accessibilité aux piétons et aux cyclistes. Il s'agit là d'une autre préoccupation du législateur, tenant à limiter le 'tout automobile' par la diversification des modes d'accès aux commerces, tout particulièrement ceux qui s'implantent en périphérie et dans les zones d'activités.

En troisième lieu, les conditions portent sur la « *qualité environnementale, architecturale et paysagère, notamment au regard de la performance énergétique et de la gestion des eaux* » des équipements commerciaux. Il s'agit donc ici de conditions environnementales au sens large, liées à l'insertion du projet dans son environnement. Il est aussi particulièrement notable que le code de l'urbanisme mentionne expressément la « *performance énergétique* », qui concerne aussi bien la production d'énergie renouvelable sur site (photovoltaïque...) que les mesures tenant à limiter la consommation d'énergie (isolation...). Il en va de même pour ce qui concerne la « *gestion des eaux* », qui permet de traiter la problématique du petit cycle de l'eau et du recueil des eaux de pluie.

Les conditions d'implantation commerciale dans les secteurs géographiques.

Le DAAC localise des secteurs géographiques où s'appliquent des conditions d'implantations spécifiques. Sur ce point, on relèvera la forte évolution du dispositif depuis la loi ELAN. Avant cette loi en effet, l'article L. 141-17 du code de l'urbanisme se bornait à énoncer que le DAAC peut prévoir des « *conditions d'implantation des équipements commerciaux spécifiques aux secteurs ainsi identifiés* ». La loi ELAN a démultiplié les conditions que les auteurs du SCoT peuvent (ou dans certains cas, doivent) instaurer dans le DAAC.

Le DAAC prévoit ainsi les conditions d'implantation, le type d'activité et la surface de vente maximale des équipements commerciaux spécifiques aux secteurs ainsi identifiés. Si la notion de surfaces de ventes maximales ne soulève pas de difficulté d'interprétation, il en va différemment de celle relative au « *type d'activité* », puisque cette notion n'a à ce jour été précisée ni par le législateur ni par la jurisprudence. Dans ces conditions, il est conseillé de les définir dans le SCoT (soit dans le DAAC directement, soit dans le rapport de présentation), le cas échéant en s'appuyant sur la nature des commerces la nomenclature d'activités française¹.

■ Les possibilités complémentaires prévues par le Législateur

Enfin, l'article L. 141-17 (et à terme, de l'article L. 141-6) du code de l'urbanisme prévoit d'autres conditions, qui s'avèrent d'ailleurs sur le fond en partie redondantes avec celles exposées précédemment. Les auteurs du SCoT peuvent ainsi :

- Définir les conditions permettant le développement ou le maintien du commerce de proximité dans les centralités urbaines et au plus près de l'habitat et de l'emploi, en limitant son développement dans les zones périphériques ;
- Prévoir les conditions permettant le développement ou le maintien de la logistique commerciale de proximité dans les centralités urbaines afin de limiter les flux de marchandises des zones périphériques vers les centralités urbaines ;
- Déterminer les conditions d'implantation des constructions commerciales et de constructions logistiques commerciales en fonction de leur surface, de leur impact sur les équilibres territoriaux, de la fréquence d'achat ou des flux générés par les personnes ou les marchandises ;
- Conditionner l'implantation d'une construction à vocation artisanale ou commerciale en fonction de l'existence d'une desserte par les transports collectifs et à son accessibilité aux piétons et aux cyclistes ;
- Conditionner l'implantation d'une construction logistique commerciale à la capacité des voiries existantes ou en projet à gérer les flux de marchandises.

1. Par exemple : NAF 47.11 Commerce de détail en magasin non spécialisé à prédominance alimentaire (47.11 D supermarchés, 47.11 F hypermarchés) – 47.6 Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé – 47.7 Autres commerces de détail en magasin spécialisé (tel que le commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé ou les commerces d'optique etc).

Le législateur a par ailleurs rappelé au cours des débats parlementaires que les conditions d'implantation devront, conformément à la jurisprudence européenne, être strictement justifiées et proportionnées au regard du motif impérieux d'intérêt général qu'est la préservation d'une activité commerciale de centre-ville. Une vigilance toute particulière doit être apportée aux conditions relatives aux types d'activités, très exposées au risque contentieux, parce qu'elles sont particulièrement restrictives pour la liberté d'établissement et les plus susceptibles de porter atteinte au principe de liberté de commerce et d'industrie.

■ **La détermination des localisations géographiques**

S'agissant de déterminer les localisations géographiques dans lesquelles le DAAC peut fixer des conditions spécifiques d'implantation commerciale, l'article L. 141-17 précité précise que les secteurs peuvent concerner des secteurs d'implantation périphérique comme des centralités urbaines, ces dernières pouvant notamment correspondre à un centre-ville ou à un centre de quartier, caractérisé par un bâti dense présentant une diversité des fonctions urbaines et dans lequel se pose des enjeux particuliers en matière de revitalisation, de maintien d'une offre commerciale diversifiée de proximité permettant de répondre aux besoins courants de la population tout en limitant les obligations de déplacement et les émissions de gaz à effet de serre, de cohérence entre la localisation des équipements commerciaux et la maîtrise des flux de personnes et de marchandises, de consommation économe de l'espace et enfin de préservation de l'environnement, des paysages et de l'architecture.

Les évolutions apportées par l'ordonnance n° 2020-744 du 17 juin 2020 sur la modernisation des SCoT *(application différée -voir point 1 ci-avant)*

L'ordonnance du 17 juin 2020 fait évoluer à terme les enjeux spécifiques à prendre en considération pour ces secteurs. En renvoyant au 3° de l'article L. 141-5 du code de l'urbanisme (renuméroté et modifié par l'ordonnance), l'ordonnance vise les enjeux de «localisations préférentielles des commerces dans les polarités existantes et à proximité des lieux de vie, des secteurs de revitalisation des centres-villes, des transports et préservation environnementale, paysagère et architecturale des entrées de villes. »

C'est donc aux auteurs de SCoT de déterminer les contours de ces secteurs géographiques. Néanmoins, il ressort des travaux parlementaires que le tracé à la parcelle de ces secteurs est exclu. Sur ce point, le DAAC se distingue des anciens DAC et de leur ZACOM.

Prescriptions et rapport de compatibilité

Il ressort des travaux parlementaires relatifs à la loi ELAN que l'intégration de nouvelles conditions d'implantations dans le DAAC a pour objet de renforcer son caractère « *prescriptif* ». Néanmoins, cette dimension prescriptive ne doit pas induire en erreur : le DAAC faisant partie intégrante du D00, il n'impose qu'un rapport de compatibilité, et non pas un rapport de conformité.

S'agissant de la définition du rapport de compatibilité, une réponse ministérielle du 5 septembre 2002 rappelle qu'elle laisse aux autorités compétentes une réelle marge de manœuvre pour élaborer les documents d'urbanisme locaux (plans locaux d'urbanisme, documents en tenant lieu et cartes communales). Ainsi, un document ou un projet est compatible avec un document de portée supérieure lorsqu'il n'est pas contraire aux orientations ou principes fondamentaux de ce document, qu'il s'inscrit dans l'esprit de ce document supérieur. La notion de compatibilité se distingue donc de la notion de conformité en ce que la seconde implique un rapport de stricte identité, alors que la première se satisfait d'une non-contrariété. S'il n'autorise pas une contrariété flagrante, il permet néanmoins la non-concordance entre certaines dispositions.

Dans ses conclusions sur la décision *Davalex* (Conseil d'État, 12 décembre 2012, *Société Davalex*, req. n° 353496), le rapporteur public rappelait que « *la caractéristique majeure du contrôle de compatibilité, du moins en droit de l'urbanisme, est qu'il doit être effectué à un niveau global. Il faut, pour reprendre l'expression du Président Bonichot, « changer de focale », se placer à l'échelle de l'ensemble du territoire couvert et de l'ensemble des prescriptions du document, pour pouvoir mesurer si l'acte contrôlé est ou non compatible* ».

Dans ces conditions, les projets soumis à autorisation d'exploitation commerciale seront, comme on l'a vu précédemment, soumis à ce rapport de compatibilité et non de conformité. Un projet

pourra donc dépasser légèrement les seuils des surfaces maximales ou ne pas entrer parfaitement dans la typologie de commerce prévu par le DAAC, sans pour autant être nécessairement irrégulier : c'est l'appréciation *in concreto* du projet avec le D00 du SCoT (qui comprend le DAAC) qui permettra de déterminer s'il est ou non compatible avec ce dernier. Il en va de même pour les plans et programmes soumis au rapport de compatibilité avec le SCoT (voir *infra*).

L'articulation du DAAC avec les autres prescriptions du D00 en matière d'aménagement commercial

Toutes les prescriptions relatives à l'aménagement commercial du territoire du SCoT ne relèvent pas du DAAC. En effet, l'article L. 141-16 du code de l'urbanisme dispose par ailleurs que le D00, d'une part, « précise les orientations relatives à l'équipement commercial et artisanal » et, d'autre part, « *définit les localisations préférentielles des commerces* ».

La localisation préférentielle ne peut valoir localisation exclusive : en l'état, la jurisprudence se montre vigilante sur les D00 qui interdiraient toute création d'activités en dehors des localisations préférentielles. En outre, ces localisations préférentielles sont fixées en prenant en compte les objectifs de revitalisation des centres-villes et de maintien d'une offre commerciale diversifiée de proximité, afin de « *répondre aux besoins courants de la population tout en limitant les obligations de déplacement et les émissions de gaz à effet de serre, de cohérence entre la localisation des équipements commerciaux et la maîtrise des flux de personnes et de marchandises, de consommation économe de l'espace et de préservation de l'environnement, des paysages et de l'architecture* ».

**Les évolutions apportées par
l'ordonnance n° 2020-744 du 17 juin
2020 sur la modernisation des SCoT
(application différée -voir point 1 ci-avant)**

L'ordonnance du 17 juin 2020 fait évoluer à terme la numérotation et le contenu de cet article L. 141-16. La rédaction à terme de l'article L. 141-5 dispose ainsi que, « dans un principe de gestion économe du sol », le DOO « fixe les orientations et les objectifs en matière de [...] développement économique et d'activités, en intégrant les enjeux d'économie circulaire et en visant une répartition équilibrée entre les territoires » ou encore en matière de « localisations préférentielles des commerces dans les polarités existantes et à proximité des lieux de vie, des secteurs de revitalisation des centres-villes, des transports et préservation environnementale, paysagère et architecturale des entrées de villes »...

De manière plus globale, cette ordonnance ambitionne une meilleure articulation entre les différentes thématiques abordées par le SCoT. Elle fait notamment évoluer l'article L. 141-4 du code de l'urbanisme afin d'inscrire l'ensemble des orientations du DOO dans une recherche de « complémentarité entre :

- Les activités économiques, artisanales, commerciales, agricoles et forestières ;
- Une offre de logement et d'habitat renouvelée, l'implantation des grands équipements et services qui structurent le territoire, ainsi que l'organisation des mobilités assurant le lien et la desserte de celui-ci ;
- Les transitions écologique et énergétique, qui impliquent la lutte contre l'étalement urbain et le réchauffement climatique, l'adaptation et l'atténuation des effets de ce dernier, le développement des énergies renouvelables, ainsi que la prévention des risques naturels, technologiques et miniers, la préservation et la valorisation des paysages, de la biodiversité, des ressources naturelles, des espaces naturels, agricoles et forestiers ».

Ces localisations préférentielles doivent être distinguées des secteurs géographiques du DAAC, seul ce document ayant pour objet de fixer des conditions d'implantation. En pratique cependant, concevoir des prescriptions du DOO correspondant au DAAC et de celles correspondant à l'article L. 141-16 précité. Ainsi, lorsqu'il s'agit par exemple d'encourager le commerce de proximité, celui-ci peut en théorie aussi bien être encadré par un secteur géographique du DAAC (avec des conditions d'implantation en matière de type d'activité et de surface maximale qui favorisent l'implantation de cette catégorie de commerce), que par la création d'une localisation préférentielle où les commerces de proximités seraient encouragés.

L'articulation avec les plans et programmes en matière d'urbanisme

■ DAAC et Plan local d'urbanisme (PLU, PLUi)

L'articulation du PLU(i) à l'égard du DAAC est double :

- En premier lieu, en application de l'article L. 131-4 du code de l'urbanisme, le PLU(i) est soumis à un rapport de compatibilité avec le SCoT (qui comprend le DAAC). Dès lors, si les auteurs du PLU(i) disposent d'une marge d'appréciation par rapport aux prescriptions du SCoT, celle-ci ne saurait remettre en cause ses orientations et principes fondamentaux (voir *infra*) ;
- En second lieu, le PLU(i) complète le DAAC, puisqu'il intervient sur une échelle plus précise. Pour reprendre l'exemple du tracé à la parcelle, interdit en ce qui concerne le DAAC, celui-ci est possible dans le PLU(i).

L'attention des auteurs du PLU(i) dans son articulation avec le DOO du SCoT (dont le DAAC) concerne particulièrement les parties opposables du PLU(i), par exemple :

- lorsque des orientations d'aménagement et de programmation (OAP) imposent la présence de commerces dans des opérations d'aménagement pour favoriser la mixité fonctionnelle,
- dans le règlement (écrit et/ou zonage), à travers la fixation des destinations et sous-destinations des sols (articles L. 151-9, R. 151-27, R. 151-28 et

R. 151-37 du code de l'urbanisme), la délimitation de quartiers, ilots et voies dans lesquels est préservée ou développée la diversité commerciale (article L. 151-16 de ce même code).

En cas d'incompatibilité du PLU(i) par rapport au SCoT, le PLU(i) est mis en compatibilité.

■ **DAAC et cartes communales**

De la même façon que les PLU(i), en application de l'article L. 131-4 du code de l'urbanisme, les cartes communales doivent être compatibles avec le SCoT (qui comprend le DAAC). Ce point ne saurait être négligé, notamment au regard de la capacité des cartes communales à délimiter et réserver des secteurs constructibles à l'implantation d'activités (article R. 161-5 de ce même code).

■ **DAAC et opérations foncières ou d'aménagement**

En application de l'article L. 142-1 du code de l'urbanisme, certaines opérations foncières ou d'aménagement sont également soumises à ce rapport de compatibilité avec le SCoT :

- Les zones d'aménagement différé (ZAD) et les périmètres provisoires de ZAD ;
- Les zones d'aménagement concerté (ZAC) ;
- Les lotissements, les remembrements réalisés par des associations foncières urbaines et les constructions soumises à autorisations, lorsque ces opérations ou constructions portent sur une surface de plancher de plus de 5 000 mètres carrés ;
- La constitution, par des collectivités et établissements publics, de réserves foncières de plus de 5 hectares d'un seul tenant.

Là encore, leur programmation impose donc d'examiner préalablement les prescriptions du SCoT (notamment du DAAC) pour s'assurer que ces opérations seront compatibles avec ces prescriptions.

■ **DAAC et opérations de revitalisation du territoire (ORT)**

Instaurées par l'article 157 de la loi ELAN et régies par l'article L. 303-2 du code de la construction et de l'habitation, les opérations de revitalisation du territoire (ORT) traitent du commerce comme de l'habitat. Elles reposent sur des conventions conclues entre l'Etat, ses établissements publics intéressés, un établissement public de coopération

intercommunale à fiscalité propre et tout ou partie de ses communes membres. Une ORT comprend notamment des actions ou opérations d'aménagement, au sens de l'article L. 300-1 du code de l'urbanisme, des actions destinées à moderniser ou à créer des activités ou des animations économiques, commerciales, artisanales, touristiques ou culturelles, ou encore, des actions ou opérations favorisant, en particulier en centre-ville, la création, l'extension, la transformation ou la reconversion de surfaces commerciales ou artisanales.

Ce dispositif permet en outre d'exonérer d'autorisation d'exploitation commerciale les commerces s'implantant dans un secteur d'intervention incluant un centre-ville, à l'exception des projets que la convention ORT aura prévu de soumettre à autorisation s'ils dépassent un seuil qu'elle détermine, mais qui ne saurait être inférieur à 2 500 m² pour les commerces à prédominance alimentaire, et 5 000 m² pour les autres. A relever également, la possibilité offerte au Préfet de suspendre les procédures de demandes d'autorisations commerciales réalisées en dehors du périmètre de l'ORT (cf. décret n° 2019-795 du 26 juillet 2019).

Les ORT sont donc susceptibles d'avoir une incidence directe sur le DAAC, puisqu'elles peuvent en neutraliser les effets. Cette interférence pose donc la question de l'articulation entre les deux documents, articulation qui n'a pas été prévue ni anticipée par le législateur. En effet, les ORT ne figurent pas dans la liste des documents, autorisations et opérations devant être compatibles avec le DDO du SCoT (ni donc avec le DAAC). Néanmoins, une disposition identifie bien à la fois les ORT et le SCoT, à savoir la procédure intégrée prévue à l'article L. 300-6-1 du code de l'urbanisme. Dès lors, une ORT peut fonder une mise en compatibilité du SCoT et, a fortiori, du DAAC. Au vu des régimes juridiques et des objets distincts de ces deux normes, un SCoT n'a vraisemblablement pas à être rédigé en considération des actions de l'ORT, mais les ORT peuvent avoir pour effet de neutraliser certains de ses effets juridiques, particulièrement en matière d'autorisations commerciales. Par ailleurs, si les ORT ne sont pas soumises en elle-même à un rapport de compatibilité avec le SCoT, certaines de leurs actions correspondent en revanche à des opérations d'aménagement, soumises par conséquent à ce rapport. Il paraît donc important de bien articuler ORT et SCoT (notamment au niveau du DAAC).

Intérêts et points de vigilance

Intérêts du DAAC

- Le DAAC est l'un des rares outils permettant aux élus d'orienter l'aménagement commercial de leur territoire.
- Le DAAC permet d'influer finement l'implantation des équipements commerciaux des programmes proposés par les porteurs de projet, grâce à des critères pertinents : compacité des formes bâties, desserte par les transports en commun et les mobilités douces, insertion paysagère et architecturale, performance énergétique et gestion durable des ressources en eau.
- Le SCoT a vocation à couvrir un bassin de vie et d'emploi cohérent, mais confronté à des enjeux différents selon les parties de son territoire. En matière commerciale, le DAAC permet d'appréhender et de réglementer le territoire du SCoT dans sa diversité, grâce à des conditions d'implantations fixées par des secteurs géographiques spécialement identifiés.

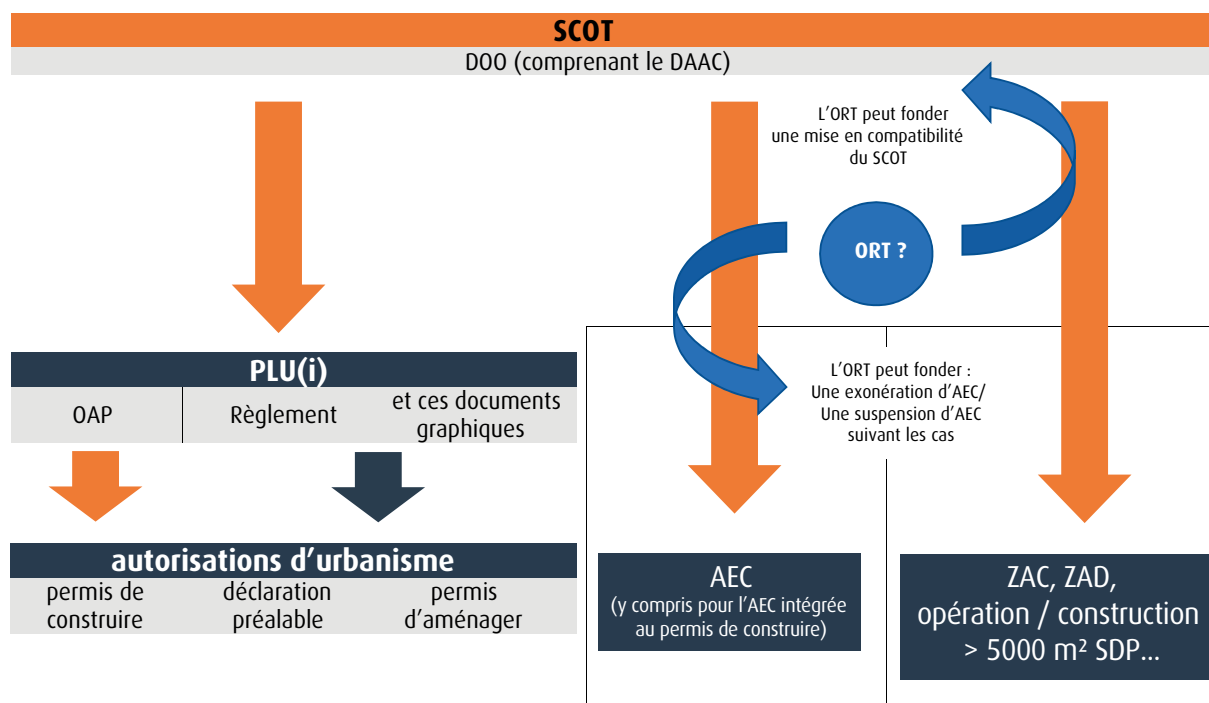
Points de vigilance

- Il importe de veiller à la cohérence entre le DAAC et le reste du SCoT : le DAAC doit répondre à des enjeux identifiés dans le rapport de présentation (et, à terme, dans les annexes), ainsi qu'à des objectifs prévus dans le PADD (futur projet d'aménagement stratégique).
- Le DAAC étant un outil de régulation du commerce, il est exposé au contentieux, avec d'autant plus de sensibilité qu'il peut constituer une limite à la liberté d'établissement et donc, à la liberté d'entreprendre : il est essentiel de proportionner les prescriptions aux enjeux du territoire, et de les justifier par des motifs impérieux d'intérêt général. Afin de limiter les conséquences du risque contentieux, le législateur a prévu que son annulation serait sans incidence sur le reste du SCoT.
- Les DAAC version loi ELAN s'appliquent aux SCoT dont l'élaboration ou la révision a été prescrite par une délibération postérieure à l'entrée en vigueur de la loi ELAN (article 169). Autrement dit, les SCoT dont l'élaboration ou la modification a été prescrite avant le 24 novembre 2018 comprennent un DAAC fondé sur l'ancienne version de l'article L. 141-17 du code de l'urbanisme.

Textes de référence

- Code de l'urbanisme : articles L. 131-4, L. 141-1 et suivants (notamment les articles L. 141-16 et L. 141-17 et, à terme, les articles L. 141-5 et L. 141-6), L. 142-1, R. 142-1, L. 300-6-1...
- Code de commerce : article L. 752-1.
- Code de la construction et de l'habitation : article L. 303-2.
- Ordonnance n° 2020-744 du 17 juin 2020 relative à la modernisation des schémas de cohérence territoriale (application différée)
- Ordonnance n° 2020-745 du 17 juin 2020 relative à la rationalisation de la hiérarchie des normes applicable aux documents d'urbanisme (application différée)
- Loi n° 2018-1021 du 23 novembre 2018 portant évolution du logement, de l'aménagement et du numérique (ELAN).
- Loi n° 2000-1208 du 13 décembre 2000 relative à la solidarité et au renouvellement urbains
- Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
- Loi n° 2014-366 du 24 mars 2014 pour l'accès au logement et un urbanisme rénové
- Loi n° 2014-626 du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises, sous la forme d'un document d'aménagement artisanal et commercial.

- Décret n° 2019-795 du 26 juillet 2019.
- Arrêté du 10 novembre 2016 définissant les destinations et sous-destinations de constructions pouvant être réglementées par le règlement national d'urbanisme et les règlements des plans locaux d'urbanisme ou les documents en tenant lieu.
- Circulaire n°247 du 16 janvier 1997 portant application des dispositions de la loi du 27 décembre 1973 relative aux équipements commerciaux.
- Circulaire n°3107 du 13 juillet 2001 portant application des dispositions du code de commerce en matière d'équipement commercial.
- CJUE 30 janvier 2018 *Visser Vastgoed Beleggingen BV c/ Raad van de gemeente Appingedam*, aff. C-31/16.
- Réponse ministérielle du 5 septembre 2002 à question n°00419, JO Sénat.



Légende de la couleur des flèches :

Le document s'impose dans un rapport de COMPATIBILITE - Le document s'impose dans un rapport de CONFORMITE

Sources : articles L. 131-4, L. 142-1, L. 151-1, L. 152-1, L. 300-6-1 du code de l'urbanisme, article L. 752-6 du code du commerce

+ Pour aller plus loin ●●●

Site Outils de l'aménagement : <http://outil2amenagement.cerema.fr>, notamment ses rubriques :

- « Commerce et activités » : <http://outil2amenagement.cerema.fr/commerces-et-activites-r733.html>, dont la présentation des CDAC, complétée par une fiche outils sur les CDAC : <http://outil2amenagement.cerema.fr/la-commission-departementale-d-amenagement-r409.html>
- « Foncier » : <http://outil2amenagement.cerema.fr/foncier-r7.html>,
- « Aménagement opérationnel », notamment la présentation :
 - des opérations de revitalisation du territoire (ORT) : <http://outil2amenagement.cerema.fr/l-operation-de-revitalisation-territoriale-ort-r782.html>
 - des zones d'aménagement concerté (ZAC) : <http://outil2amenagement.cerema.fr/la-zone-d-amenagement-concerte-zac-r311.html>
 - des zones d'aménagement différé (ZAD) : <http://outil2amenagement.cerema.fr/la-zone-d-amenagement-differe-zad-r339.html>
- Rubrique « planification stratégique et urbaine », dont les présentations :
 - du schéma de cohérence territoriale (SCoT), dont sa fiche thématique sur 'SCoT, commerce et artisanat' : <http://outil2amenagement.cerema.fr/le-schema-de-coherence-territoriale-scot-r402.html>
 - de l'ordonnance du 17 juin 2020 sur la modernisation des SCoT : <http://outil2amenagement.cerema.fr/le-scot-modernise-ordonnance-du-17-juin-2020-r973.html>
 - du plan local d'urbanisme (PLU, PLUi), dont sa fiche thématique sur 'PLU(i) et activités (autres qu'agricoles)' : <http://outil2amenagement.cerema.fr/le-plan-local-d-urbanisme-plu-plui-r37.html>
 - de la carte communale : <http://outil2amenagement.cerema.fr/la-carte-communale-cc-r13.html>

Réseau Commerce, Ville et Territoires :

<https://cohesion-territoires.gouv.fr/reseau-commerce-ville-et-territoire>
(présentation des mesures de la loi ELAN)

ADCF : <https://www.adcf.org/articles-urbanisme-commercial-le-cadre-legal---2019-4644>

✍ Rédacteurs ●●●

Audrey Lebeau, Adden avocats · Auvergne-Rhône-Alpes, pour le Cerema
Encarts sur l'ordonnance SCoT n° 2020-744 du 17 juin 2020 (précitée) : Sarah Olei, Cerema

✉ Contacts ●●●

Cerema Territoires et Ville :

<http://outil2amenagement.cerema.fr/contact-a642.html>

Sarah Olei, Raphaële Ratto, Guillaume Fauvet

Commerces et activités - Nicolas Gillio

Photo de couverture
David Desaleux

Maquettage
www.laurentmathieu.fr

Date de publication
Juin 2020

© 2020 - Cerema
La reproduction totale ou
partielle du document doit
être soumise à l'accord
préalable du Cerema.

Commander ou télécharger nos ouvrages sur
www.cerema.fr

Aménagement et cohésion des territoires - Ville et stratégies urbaines - Transition énergétique et climat - Environnement et ressources naturelles - Prévention des risques - Bien-être et réduction des nuisances - Mobilité et transport - Infrastructures de transport - Habitat et bâtiment

Annexe n°3 : La taxe sur les friches commerciales (TFC) – Fiche outil du CEREMA – novembre 2020

Lutter contre la vacance commerciale

La Taxe sur les friches commerciales (TFC)

Le site outils de l'aménagement a vocation à présenter de manière synthétique les acteurs, les procédures et les outils de l'aménagement.

La rédaction et l'actualisation de ces fiches sont assurées par le Cerema avec l'appui des ministères chargés du logement, de l'aménagement et de l'environnement.



Depuis presque une vingtaine d'années, la vacance commerciale¹ préoccupe de façon croissante les collectivités publiques et les acteurs de l'aménagement et de l'immobilier commercial, eu égard à ses incidences économiques et sociales mais également à ses incidences en termes d'aménagement équilibré et durable des territoires. C'est pour répondre à ce phénomène que la taxe sur les friches commerciales (TFC) a été instituée par la loi de finances rectificative pour 2006 (loi n°2006-1771 du 30 décembre 2006).

Fiche outils - novembre 2020



MINISTÈRE
DE LA COHÉSION
DES TERRITOIRES
ET DES RELATIONS
AVEC LES
COLLECTIVITÉS
TERRITORIALES

Cette taxe vise à inciter les propriétaires à exploiter eux-mêmes ou à louer leur(s) bien(s) vacants. La TFC, entrée en vigueur le 1er janvier 2008, est donc un outil au service des communes et des établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) à fiscalité propre dans le cadre d'une stratégie cohérente d'aménagement des territoires et de développement économique. Il s'agit d'un impôt local facultatif. Depuis sa création,

de plus en plus de collectivités ont recours à la TFC comme solution de revitalisation des centres-villes. En 2016, 54 collectivités avaient instauré la TFC pour 417 locaux imposés et un montant total de 326 704 euros mis en recouvrement. En 2017, 112 communes ont voté l'application d'une TFC sur leur territoire pour un total de 1 197 locaux imposés et un montant total d'environ 2 400 000 euros mis en recouvrement.

Définition

La taxe sur les friches commerciales (ou TFC) est un **impôt local facultatif** prévu à l'article 1530 du Code général des impôts (CGI). **Les communes** peuvent, par une **délibération prise avant le 1er octobre de l'année précédant celle de la première application**, instituer une taxe annuelle sur les friches commerciales situées sur leur territoire. Toutefois, **les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) à fiscalité propre (communautés de communes,**

communautés d'agglomération, communautés urbaines et Métropoles) compétents en matière d'aménagement des zones d'activités commerciales peuvent instituer la TFC, **en lieu et place des communes membres**. Dès lors, les communes membres qui, le cas échéant, percevaient la taxe ne la perçoivent plus à compter de l'année à laquelle l'imposition est établie au profit de l'EPCI à fiscalité propre.

Champ d'application

Plusieurs conditions doivent être remplies pour être assujetti à la TFC : des conditions tenant à la nature des locaux et une condition tenant à l'inexploitation et à l'inoccupation de ces locaux.

Conditions tenant à la nature des locaux

La TFC frappe les biens évalués en application de l'article 1498 du code général des impôts (CGI), à l'exception de ceux visées à l'article 1500, qui ne sont plus affectés à une activité entrant dans le champ de la cotisation foncière des entreprises défini à l'article 1447 du CGI.

Les biens qui font l'objet d'une évaluation selon l'article 1498 du CGI sont **toutes les propriétés ou fractions de propriétés qui ne sont ni des locaux d'habitation ou à usage professionnel**

ordinaires, ni des établissements industriels (au sens de l'article 1499 du CGI).

En d'autres termes, sont donc concernés par la TFC :

- Les locaux à usage **commercial**, y compris à usage de **bureaux**,
- Les **parkings** de **centres commerciaux**,
- Les **lieux de dépôt et de stockage**,
- Les **éléments isolés ou les dépendances des établissements industriels** situés en dehors de l'enceinte de ces établissements qui ne présentent pas en eux-mêmes un caractère industriel (**sièges sociaux, bureaux etc.**).

En revanche, en sont exclus les locaux industriels à proprement parler, les locaux d'habitation et les locaux professionnels ordinaires.

1. Pour une définition de la vacance commerciale, voir Institut pour la Ville et le Commerce, 2020, « Penser la vacance commerciale, avant et après le Covid-19... » avril 2020. REPAIR n°3.

Ainsi, en touchant les biens soumis à la TFPB, la TFC est due, dans la majorité des cas, par le **propriétaire** du bien, **l'usufruitier** mais également par le **preneur à bail à construction ou à réhabilitation, l'emphytéote, le titulaire de l'autorisation d'occupation temporaire** du domaine public constitutive de droits réels ou encore le **fiduciaire** portant sur un bien imposable. La personne disposant de plusieurs biens laissés en friches est imposable sur chacun d'entre eux.

Conditions tenant à l'inexploitation et l'inoccupation des biens

La TFC est applicable **aux biens qui ne sont plus affectés à une activité entrant dans le champ de la cotisation foncière des entreprises (CFE)** défini à l'article 1447 du CGI **depuis au moins deux ans au 1er janvier de l'année d'imposition et qui sont restés inoccupés au cours de la même période.**

Les biens qui étaient affectés à une activité non soumise à CFE ne sont donc pas concernés par la TFC. Pour les autres biens affectés à une activité soumise à CFE (c'est-à-dire une **activité professionnelle, non salariée, exercée à titre habituel en France**), l'absence d'exploitation doit durer depuis au moins **deux ans au 1er janvier de l'année d'imposition** (cette durée était, à l'origine du dispositif, fixée à cinq ans).

L'inoccupation doit avoir été **ininterrompue pendant cette période**. L'inoccupation s'entend, selon le Bulletin Officiel des Finances Publiques (BOFIP), du « *bien qui n'est plus affecté à une*

activité quelconque ou à l'habitation » depuis au moins deux ans à compter du 1^{er} janvier de l'année d'imposition. Dès lors, l'affectation à un usage entrant dans le champ d'application de la taxe d'habitation ou à une activité non professionnelle durant les deux années suivantes celle d'une imposition à la CFE exclut lesdits locaux de l'imposition à la TFC.

La taxe n'est pas due lorsque l'absence d'exploitation du bien est indépendante de la volonté du contribuable. L'inexploitation doit être imputable à une **cause étrangère à sa volonté faisant obstacle à l'exploitation du bien dans des conditions normales**. L'appréciation de cette condition (laquelle permet d'échapper à la TFC) relève essentiellement de circonstances de fait, qui doivent être établies par le contribuable de façon précise. Le BOFIP requiert l'établissement d'une « *circonstance indépendante de sa volonté* » faisant « *obstacle de manière inéluctable* » à la poursuite de l'exploitation ou qu'il a effectué « *toutes les démarches pour vendre ou louer son bien* ».

Sont donc exclus de la TFC :

- Les biens ayant vocation, dans un délai proche, à disparaître ou à faire l'objet de travaux (notamment de réhabilitation). A ce titre, selon le BOFIP, un délai d'un an peut être retenu,
- Les biens mis en location ou en vente à un prix n'excédant pas celui du marché et ne trouvant pas preneur ou acquéreur,
- Ou encore, les biens faisant l'objet d'une procédure contentieuse.

Mise en œuvre

Assiette et taux de la TFC

L'assiette de la TFC est constituée par le **revenu net servant de base à la taxe foncière sur les propriétés bâties**.

Depuis 2014, **le taux de la taxe est fixé à 10 % la première année d'imposition, 15 % la deuxième année et 20 % à partir de la troisième année**. Ces taux peuvent être **majorés dans la limite du double** par délibération du conseil municipal ou de l'organe délibération de l'EPCI à fiscalité propre.

La délibération majorant le taux doit intervenir avant le 1^{er} octobre d'une année pour être applicable l'année suivante.

La TFC est due par le redevable (personne physique ou morale, de droit privé ou de droit public, propriétaire, usufruitière, preneur à bail à construction ou à réhabilitation, emphytéote d'un bien imposable, titulaire d'une AOT du domaine public constitutive de droits réels portant sur un bien imposable ou fiduciaire) **au 1^{er} janvier de l'année de l'imposition de la TFPB**.

Méthode de calcul de la TFC

La TFC est égale au produit de l'assiette (c'est-à-dire, à la valeur locative cadastrale correspondant à la même base que celle de la TFPB) par le taux d'imposition, majoré des frais de gestion de la fiscalité directe locale de 8 % perçus par l'Etat : **Assiette x taux x 0,08.**

Déclaration, paiement et recouvrement de la taxe

Le redevable n'a pas de déclaration annuelle à faire. Les conseils municipaux et les organes délibérants des EPCI à fiscalité propre compétents qui ont institué la TFC communiquent, chaque année, à l'administration des finances publiques, avant le 1^{er} octobre de l'année qui précède l'année d'imposition, la liste des adresses des biens susceptibles d'entrer dans le champ d'application de la TFC.

En conséquence, il appartient à l'administration d'identifier, à partir de cette liste d'adresses, les biens qui ne sont plus affectés à une activité entrant dans le champ de la CFE depuis au moins deux ans au 1^{er} janvier de l'année d'imposition et qui sont

restés inoccupés au cours de cette même période. **Depuis 2017, les collectivités peuvent obtenir de la DGFIP la liste des locaux passibles de la CFE et qui n'ont pas fait l'objet d'une imposition l'année précédente.**

S'il ne souhaite pas être taxé, **il appartient au contribuable de prouver que l'absence d'exploitation des biens concernés est indépendante de sa volonté** (contentieux, redressement judiciaire, biens mis en location ou en vente à un prix n'excédant pas celui du marché et ne trouvant pas preneur ou acquéreur, etc.). Si le redevable n'est pas en mesure de produire les justificatifs nécessaires auprès du service des impôts des entreprises (SIE), il reçoit directement son avis d'imposition, si la TFC lui est applicable. La TFC est alors due au 1^{er} janvier de l'année d'imposition. Le contrôle, le recouvrement, le contentieux de la taxe sont régis comme en matière de taxe foncière sur les propriétés bâties.

Les dégrèvements accordés lorsque l'absence d'exploitation est indépendante de la volonté du contribuable ou à la suite d'une imposition établie à tort sont à la charge de la commune ou de l'EPCI à fiscalité propre.

Intérêts et points de vigilance

- Les collectivités territoriales et les EPCI à fiscalité propre peuvent obtenir de la Direction Générale des Finances Publiques (DGFIP), en application de l'article L. 135-B du Livre des Procédures fiscales (LPF), **la liste des locaux commerciaux et professionnels vacants qui n'ont pas fait l'objet d'une imposition à la CFE l'année précédente.** Ainsi, depuis 2017, la DGFIP communique sur le **portail internet de la gestion publique (PIGP)** les fichiers LOCOMVAC recensant les locaux commerciaux et professionnels vacants au titre de la CFE de l'année précédente.
- Comme le souligne la DGFIP, les données des fichiers requièrent néanmoins **un examen et un retraitement** par les collectivités avant toute transmission aux services des finances publiques des informations nécessaires à l'établissement de la TFC dès lors qu'un local qualifié de vacant par ce recensement peut s'avérer, en réalité, être occupé

par un usager professionnel dont l'activité se situe hors champs d'application de la CFE ou exonérée de cette cotisation à titre permanent.

- L'Association des Maires de France et des Présidents d'intercommunalités (AMF), dans une note publiée en avril 2018, estime que la TFC est un outil efficace sur les **territoires attractifs**, ayant une « *grande proximité avec le monde commercial* ». Selon l'AMF, ses effets sont directs sur la baisse des loyers en centre-ville, sur la recherche active de locataire, sur la sollicitation des propriétaires à être mis en relation avec des porteurs de projets ainsi que sur la réhabilitation des locaux ou leur maintien en bon état. Dans ces territoires, la TFC permet d'instaurer un dialogue avec les propriétaires, répond aux problématiques des commerces de centre-ville et évite la lourdeur financière de l'outil droit de préemption.

- Cela étant, l'AMF pointe également l'inefficacité de la TFC dans des territoires catégorisés comme **non-attractifs** (notamment dans les terrains en périphérie). La TFC accentuerait alors les difficultés financières des propriétaires et serait susceptible de faire fuir les potentiels investisseurs. L'association ajoute que la mise en place de la TFC représente une charge de travail non négligeable pour les collectivités liée au retraitement du fichier de la DGFIP « très volumineux » et aux moyens à mettre en œuvre en vue d'acquérir une connaissance approfondie du territoire communal ou intercommunal en la matière.

- En 2018, 235 communes avaient institué la TFC, 31 EPCI à leur bénéfice englobant 920 communes. Le succès relatif de cet impôt local a conduit, à l'occasion de l'adoption du projet de loi de finances pour 2019, à la proposition d'un amendement sollicitant sa suppression, lequel a néanmoins été rejeté. Sans aller jusque-là, et comme le souligne l'AMF, c'est sur la perfectibilité de l'outil qu'il pourrait convenir de travailler, par exemple, en le restreignant à certains types de locaux ou à certaines parties du territoire délimitées par la collectivité dans le cadre de son plan d'actions en faveur du commerce.

À savoir

Depuis 2009, le Cerema retraite, géolocalise et enrichit les Fichiers fonciers de la Direction Générale des Finances Publiques (DGFIP) pour le compte du ministère en charge du Logement, des services de la Direction Générale de l'Aménagement, du Logement et de la Nature (DGALN), afin de permettre aux **acteurs publics de réaliser facilement des analyses fines** et comparables sur leur territoire.

Les nouvelles politiques publiques et les stratégies d'aménagement foncier amènent de nombreux acteurs publics à se saisir de cette base de données nationale et complète.

Les Fichiers fonciers décrivent de manière détaillée le foncier, les locaux ainsi que les différents droits de propriété qui leur sont liés. Ils sont aujourd'hui devenus essentiels dans de nombreux domaines tels que **l'occupation du sol, l'aménagement, le logement, le risque et l'énergie**.

A ce titre, le Cerema propose une méthodologie de traitement de la table des locaux commerciaux et artisanaux. Cette méthode permet d'identifier les locaux commerciaux vacants à l'échelle de la rue et jusqu'à l'échelle nationale. Ces données sont fournies exclusivement aux collectivités territoriales sur demande. Le Cerema peut également effectuer des traitements spécifiques pour visualiser sur une carte les informations souhaitées. Le taux de vacance commerciale peut alors être reconstitué sur plusieurs années (entre 2012 et 2019) et selon des critères de surfaces commerciales ou de nombre de cellules commerciales. Cette méthode pourra être utilisée par les collectivités territoriales qui souhaitent développer une observation fine de la vacance des locaux commerciaux sur leur territoire et analyser le développement ou la résorption du phénomène des friches commerciales.

Textes de référence

- Loi n°2006-1771 du 30 décembre 2006 de finances rectificative pour 2006, art. 126
- Loi n° 2012-1509 du 29 décembre 2012 de finances pour 2013, art. 83
- Loi n° 2016-1918 du 29 décembre 2016 de finances rectificative pour 2016
- Code général des impôts, art. 138
- 0, 1381, 1388, 1498, 1499, 1500, 1530, 1639-A-bis 1°, 1609-nonies-C,
- Livre des procédures fiscales : art. 135 B
- Question écrite AN n° 13880, 18/12/2012, Impôts locaux, taxe sur les friches commerciales, champ d'application – Réponse du Ministère du budget publié au JO AN du 5/11/2013
- Question écrite AN n° 3985, 19/12/2017, Impôts locaux – réponse du Ministère de l'Action et des Comptes Publics publiée au JO AN du 24/07/2018
- Ministère du Budget, question écrite avec réponse n° 13880, 18 décembre 2012 – Taxe sur les friches commerciales – Champ d'application
- Association des Maires de France et des Présidents d'intercommunalité – Rapport avril 2018 – note 36
- Brochure pratique des impôts locaux de la Direction Générale des Finances publiques (2017) – page 217
- BOFIP : BOI-IF-AUT-110

Pour aller plus loin ●●●

Site outils de l'aménagement : <http://outil2amenagement.cerema.fr/>

Rubrique «Commerce et activités» du site outils de l'aménagement :
<http://outil2amenagement.cerema.fr/commerces-et-activites-r733.html>

Rubrique « foncier » du site outils de l'aménagement :
<http://outil2amenagement.cerema.fr/foncier-r7.html>

Réseau Commerce, Ville et Territoires :
<https://cohesion-territoires.gouv.fr/reseau-commerce-ville-et-territoire>
(présentation des mesures de la loi ELAN)

ADCF : <https://www.adcf.org/articles-urbanisme-commercial-le-cadre-legal--2019-4644>

«Cartofriches» une application conçue pour recenser les friches (industrielles, commerciales, d'habitat...) mise en ligne par le Cerema à la demande du ministère de la Transition écologique, elle a pour objectif d'aider les collectivités et l'ensemble des porteurs de projets à les réutiliser et ainsi réduire l'artificialisation des sols : <https://dataviz.cerema.fr/cartofriches/>

Sur les fichiers fonciers : <https://datafoncier.cerema.fr/donnees/fichiers-fonciers>

Rédacteurs ●●●

Audrey Lebeau, Adden avocats pour le Cerema

Contacts ●●●

Cerema Territoires et Ville :

<http://outil2amenagement.cerema.fr/contact-a642.html>

Sarah Olei, Raphaële Ratto

Commerces et activités - Nicolas Gillio

Photo de couverture

David Desaleux

Maquettage

www.laurentmathieu.fr

Date de publication

Décembre 2020

© 2020 - Cerema

La reproduction totale ou partielle du document doit être soumise à l'accord préalable du Cerema.

Commander ou télécharger nos ouvrages sur
www.cerema.fr

Aménagement et cohésion des territoires - Ville et stratégies urbaines - Transition énergétique et climat - Environnement et ressources naturelles - Prévention des risques - Bien-être et réduction des nuisances - Mobilité et transport - Infrastructures de transport - Habitat et bâtiment

Annexe n°4 : Fiche outil – Banque des Territoires – mars 2025 – le BSRA

Bail réel solidaire d'activité

LUTTER CONTRE LA VACANCE

- DIVERSIFIER SON OFFRE COMMERCIALE

ARTICULER LES CENTRALITÉS ET LA PÉRIPHÉRIE

EMBEILLIR LES COMMERCES

Dans quelle situation les mettre en place et pourquoi ?

Vous avez identifié :

- Des prix fonciers élevés qui empêchent des microentreprises de s'implanter
- Une surreprésentation du commerce franchisé dans votre tissu commercial

Vous souhaitez :

- Favoriser l'implanter de microentreprise en limitant le coût de la cellule commerciale

Cet outil vous permettra :

- Via l'intervention d'un Organisme foncier solidaire, de proposer à la location ou à l'accession à la propriété d'un local à usage professionnel ou commercial à moindre coût. La réduction du coût est permise grâce à l'intervention de l'OFS qui a la capacité de dissocier la propriété foncière, que conserve l'OFS, de la propriété bâtie.



RÉGLEMENTATION

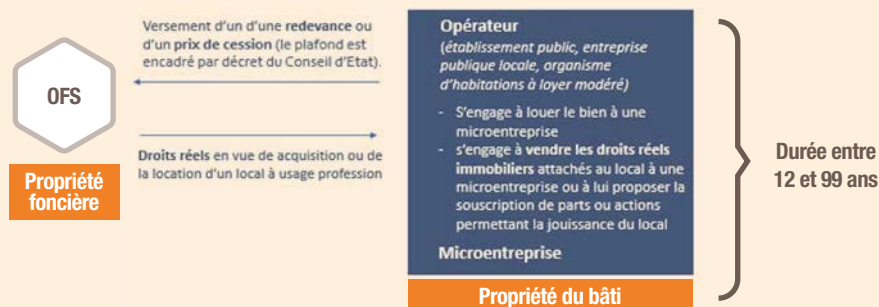
Comment la mettre en place ?

Le bail réel solidaire est un **nouvel outil juridique** créé par l'ordonnance n° 2023-80 du 8 février 2023. Il se fonde sur le modèle du bail réel solidaire (BRS), en reprenant le principe de **dissociation de la propriété foncière et de la propriété bâtie**, en échange d'un versement de redevance foncière à l'OFS et avec la faculté de pouvoir céder les droits réels à tout moment sous réserve d'un encadrement des prix de cessions. L'OFS reste propriétaire du terrain et consent au preneur la propriété du bâti.

Toute intention de proposer la conclusion d'un bail réel et solidaire doit faire l'objet d'une **publicité préalable**, ce qui permet en particulier d'assurer une forme de transparence quant à la mise en œuvre de ce dispositif par les OFS et/ou les éventuels opérateurs intervenant après l'OFS (art. L. 256-5 CCH).

Les **collectivités peuvent solliciter un OFS** pour appuyer l'implantation de microentreprises sur leur territoire. L'intervention de l'OFS et la conclusion d'un BRSA permettent de proposer un bail à moindre coût pour le preneur.

Ce dispositif est récent et est toujours en phase d'appropriation pour les bailleurs.



ATOUTS

- La dissociation de la propriété foncière et de la propriété bâtie permet de proposer un **bail à moindre coût**. Un prix de cession plafond est encadré par décret du Conseil d'Etat.
- Il permet de **lutter contre les spéculations foncières**. Au terme du bail, les droits réels immobiliers du preneur deviennent la propriété de l'OFS après indemnisation du preneur de la valeur de ses droits réels immobiliers.



LIMITES

- Les **collectivités ne peuvent être directement parties prenantes du BRSA**. Elles peuvent intervenir en tant qu'opérateur via des établissements publics ou des entreprises publiques locales



QUI PEUT CONCLURE UN BAIL ?

- Organisme foncier solidaire (OFS)



RÉFÉRENCES / articles L256-1 à L256-21 du code de construction et de l'habitation