



INSTALLATION D'UN PERIMETRE DE SAUVEGARDE DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT DANS LE CŒUR DE VILLE DE DOLE

DIAGNOSTIC TERRITORIAL PRELIMINAIRE

SEPTEMBRE 2015

I. LE CONTEXTE	2
II. PROBLEMATIQUE GENERALE	3
Données commerciales	3
Enjeux	4
III. OBJECTIFS ET APPLICATION DU DROIT DE PREEMPTION COMMERCIAL	5
Application du droit de préemption.....	5
Rétrocession du commerce	6
IV. LEVIERS ET OUTILS EXISTANTS OU EN COURS D'INSTALLATION POUR LE DEVELOPPEMENT ET MAINTIEN DE L'OFFRE COMMERCIALE	6
a) FISAC Cœur de Ville	7
b) instauration de la taxe sur les friches commerciales.....	7
c) création d'une pépinière commerciale.....	7
V. LE PERIMETRE RETENU	7

I. LE CONTEXTE

Les commerces et l'artisanat sont aujourd'hui confrontés à un environnement en constante mutation. La prise en compte des enjeux liés à l'apparition de nouvelles formes de concurrence et de nouveaux comportements des consommateurs, à la dynamique des centres urbains et de leur périphérie et à l'évolution sociodémographique des commerçants (transmission des commerces) devient déterminante pour le maintien et le développement de la diversité commerciale sur les territoires.

Les dix dernières années sont marquées par une évolution importante des modes de vie, de nouvelles pratiques de consommation et de déplacement en constant renouvellement sous l'impulsion notamment des technologies de l'information et de la communication.

Le maintien du commerce et de l'artisanat de proximité, surtout en centre urbain, constitue un enjeu fort, tant pour des raisons économiques que sociales. Si ce commerce peut avoir une fonction économique importante, il est aussi générateur de dynamique urbaine, de convivialité, d'animation économique et sociale de la ville et des quartiers.

Au regard de ce constat, la loi du 2 août 2005 et les décrets d'application parus les 27 décembre 2007 et 22 juin 2009, qui offrent aux communes la possibilité d'exercer un droit de préemption lors de la cession de fonds artisanaux, de fonds de commerce ou de baux commerciaux et sur les terrains destinés à accueillir des commerces entre 300 et 1 000 m² de surface de vente, apparaissent comme un outil pertinent pour tenter de maintenir une diversité du commerce et de l'artisanat de proximité

La loi Pinel du 19 juin 2014 a prévu une modernisation du droit de préemption sur les fonds de commerces :

- en laissant à la commune la possibilité de déléguer le droit de préemption, pour qu'un opérateur de type société d'économie mixte ou une intercommunalité assure l'acquisition et la gestion des fonds acquis ;
- en allongeant de 2 à 3 ans le délai dont dispose la commune pour rétrocéder le fonds à un commerçant afin de lui permettre d'identifier plus facilement un repreneur, à condition de le placer en location-gérance.

Pour la Ville de Dole, la mise en place d'un périmètre de préemption des fonds de commerce sur le centre ville répond à la volonté de préserver la diversité du tissu commercial du centre ville et de freiner la tendance au développement des activités de service sur certains axes stratégiques.

Ce projet s'inscrit dans une politique menée depuis plusieurs mois par la Ville de Dole et ses partenaires en vue de préserver la diversité de son appareil commercial et d'assurer son développement.

Peuvent être pris par exemple, les différents outils développés ou en cours de développement :

- dispositif FISAC :
 - accompagnement des professionnels à la mise en accessibilité et à la rédaction d'AD'Ap
 - aides directes aux professionnels pour la réhabilitation des devantures et la mise en accessibilité
 - étude de programmation pour la redynamisation et l'animation des marchés
- aides incitatives à la rénovation des façades
- mission de prospection d'enseignes
- instauration de la taxe sur les friches commerciales
- création d'une pépinière commerciale

La délimitation du périmètre de sauvegarde est un préalable indispensable à la mise en œuvre de ce dispositif. Il fait l'objet du présent diagnostic, qui sera soumis pour avis à la Chambre de Commerce et d'Industrie et à la Chambre de Métiers et de l'Artisanat du Jura après validation du conseil municipal.

II. PROBLEMATIQUE GENERALE

La commune de Dole se situe dans le nord du département du Jura, en région Franche-Comté, à proximité des départements de la Côte-d'Or, du Doubs, de la Haute-Saône et de la Saône-et-Loire. Elle s'insère dans le maillon urbain de l'est français, à mi-chemin entre Dijon et Besançon.

Au 1^{er} janvier 2008, la ville de Dole comptait 25 384 habitants, se classant ainsi comme la plus grande ville du Jura et la 4^{ème} au niveau régional, juste derrière Montbéliard (26 207 habitants) mais loin derrière Belfort (50 346 habitants) et Besançon (117 600 habitants).

Après une hausse de la population sur la ville de Dole jusque dans les années 90 puis une baisse entre 1990 et 1999, la tendance démographique est repartie à la hausse pour d'ailleurs atteindre ces dernières années son niveau de 1990.

Le cœur de ville de Dole est apprécié pour la qualité de ses aménagements urbains, mais aussi pour l'image qu'il renvoie.

En effet, il est jugé comme accueillant, diversifié et attractif. La qualité du patrimoine urbain et architectural est un atout majeur qui permet d'attirer une population éloignée, notamment touristique. Si le cœur de ville était moderne dans les années 1980 avec notamment la mise en place des zones piétonnes, il n'est plus considéré comme tel aujourd'hui.

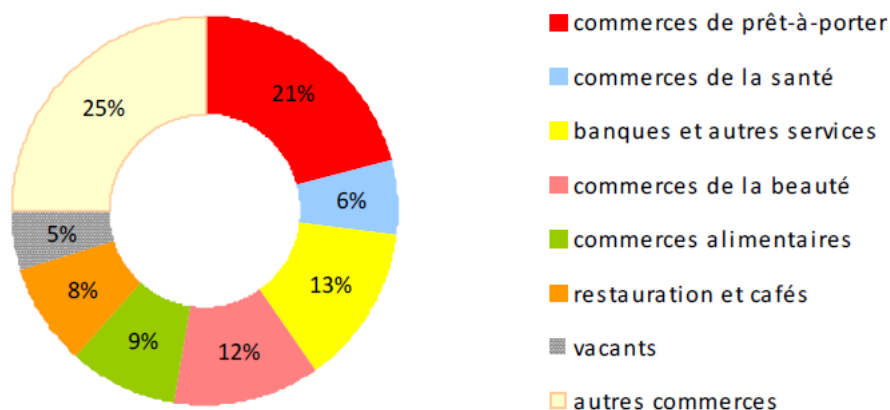
Les contraintes liées au Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur (PSMV) limitent les possibilités d'évolution rapides, originales ou innovantes. Au contraire, selon les professionnels et les personnes interrogées en sortie de magasin, le cœur de ville subit des dégradations ponctuelles au fil des années entraînant une perte d'attractivité et de confort des espaces publics.

Données commerciales

On dénombre 191 commerces sur les 600 mètres de rues commerciales que sont la rue des Arènes, la rue de Besançon et la Grande Rue.

21% du parc commercial est occupé par des enseignes n'intégrant pas une catégorie spécifique.

Les commerces de prêt-à-porter représentent 23% des commerces, les banques et autres services au nombre de 32 (17%) et les « commerces de la beauté » au nombre de 15 (8%).



Les magasins d'équipement de la maison ne sont pas, au niveau de ces trois rues, très représentés, ainsi que les enseignes dites « loisirs-culture ».

Même si l'on trouve quelques grandes chaînes (Camaïeu, Jennyfer, Promod, Devred), la plupart des magasins de prêt-à-porter sont des indépendants.

C'est un peu moins le cas des commerces de la catégorie « beauté » avec la présence de groupes comme Yves Rocher, Nocibé, Douglas.

→ Rue des Arènes :

Les banques et autres services sont prédominants (18 enseignes). Suivent les commerces de prêt à porter et ceux de la catégorie « autres ».

Avec la proximité des institutions que sont le Musée des Beaux-Arts, l'Hôtel de Ville et l'Hôtel d'Agglomération, et la présence de nombreuses banques, mutuelles, agences immobilières et sociétés d'assurances, la rue des Arènes se présente comme la « rue des services ».

→ Rue de Besançon :

Les commerces de prêt-à-porter et de chaussures sont au nombre de 20, soit 29% du commerce de la rue.

Les commerces alimentaires, de la santé et de la beauté et les banques et services sont ex-æquo avec 12% de la part de présence commerciale, soit 24 enseignes à eux quatre.

La rue de Besançon reliant la Place Grévy, la sous-préfecture, le centre piétonnier, la Collégiale et les Halles, elle présente de nombreux commerces dits de proximité et dispose de nombreuses places de stationnement sur les places et rues la jouxtant.

→ Grande rue :

La catégorie 'autres' représente 21% des commerces (ex. Culture et Collections, Auto-école, Voix du Jura...) ; 23% de la présence commerciale est assurée par le prêt-à-porter et enfin 9% par la restauration et les cafés.

Les commerces de prêt-à-porter se trouvent principalement dans la partie piétonne de la rue, contigüe à la place nationale et au carrefour des trois voies.

La partie basse de la rue, plus touchée par la vacance, accueille davantage de lieux de restauration (de par la proximité du lycée Nodier et du port).

Enjeux

Si les aménagements urbains du centre ville sont jugés de qualité et les efforts de la collectivité appréciés par les consommateurs, les touristes et les professionnels, ceux-ci regrettent fortement le manque d'attractivité et de modernité.

Lors d'une enquête consommateurs réalisée en juin 2015, des attentes ont été également exprimés sur un renforcement et une augmentation de la diversité de l'offre commerciale, artisanale et de service.

Il apparait en effet que le centre-ville souffre d'un déficit d'image, qu'il est perçu comme vieillissant, soulevant ainsi la question d'une modernisation et de l'implantation d'une ou plusieurs locomotives commerciales pour générer du flux.

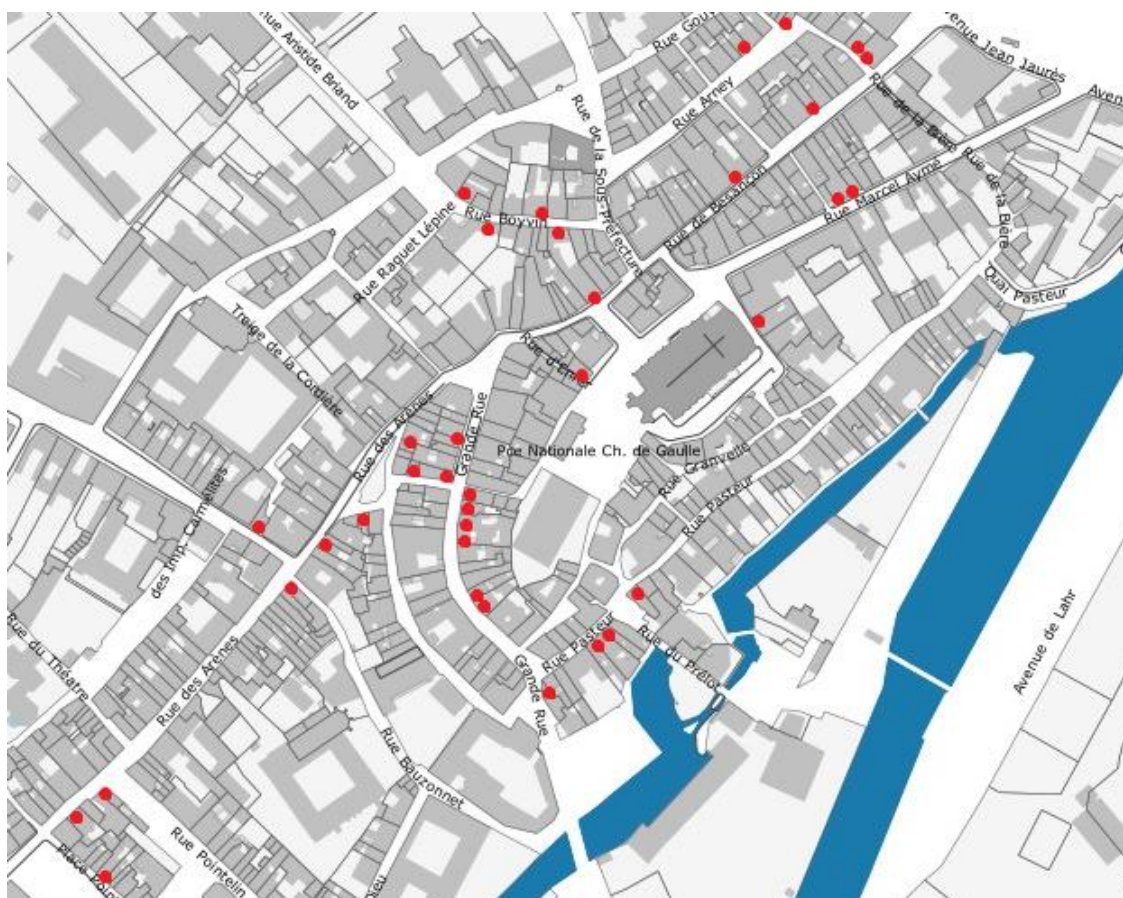
Un autre point à améliorer est le nombre et la diversité des magasins présents au coeur de ville. Une attente forte est exprimée pour voir s'installer une ou plusieurs enseignes de renommée nationale. Mais la population insuffisante de l'agglomération doloise et la quasi-absence de locaux à la superficie suffisante (supérieure à 300 m²) rendent très difficile l'implantation de ce type de commerce, malgré les efforts fournis par les institutions du type chambres consulaires.

Le coeur de ville subit également une forte vacance qui participe indéniablement à sa dévalorisation et au desserrement commercial donnant la sensation de vide.

Cette sensation est d'autant plus forte dès que le chaland s'éloigne des trois rues commerciales principales.

Selon une étude réalisée par les services au cours du 1^{er} semestre 2015, il ressort en effet que 36 commerces sont vacants au centre-ville de Dole et 5 sont en voie de le devenir.

En outre, il apparaît que les 3 principales rues commerçantes (Rue des Arènes, Rue de Besançon et Grande Rue) dénombrent à elles trois 47% de la vacance commerciale totale, ce qui s'avère préjudiciable à la dynamique commerciale du cœur de ville.



Enfin, il convient de reconnaître que tout centre ville connaît de nouvelles problématiques, auxquelles il doit s'adapter :

- une population de plus en plus vieillissante,
- des jeunes consommateurs de plus en plus exigeants,
- des nouveaux modes de consommation par les centres commerciaux,
- des achats accrus sur internet,
- des nouvelles normes d'accessibilité.

III. OBJECTIFS ET APPLICATION DU DROIT DE PREEMPTION COMMERCIAL

Le droit de préemption sur les fonds de commerce permet aux communes de disposer d'un moyen d'intervention efficace pour sauvegarder les services de proximité en maintenant la diversité commerciale et artisanale des centres-villes et des quartiers.

Par la réalisation d'un diagnostic et le recueil régulier d'informations, sur un périmètre précis, sur les évolutions commerciales, le droit de préemption peut être perçu comme outil d'observation et de veille.

Application du droit de préemption

Etape 1 :

Le Conseil Municipal définit un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat à l'intérieur duquel la commune pourra, en vue d'une rétrocession à un artisan ou à un commerçant, exercer un droit de préemption lors de la cession de baux ou de fonds de commerce/artisanaux et terrains portants ou destinés à porter des commerces d'une surface de vente comprise entre 300 et 1000 m².

Etape 2 :

Le commerçant cédant interroge la Mairie pour savoir si son fonds se situe dans le périmètre d'intervention. Le cas échéant, il envoie à la mairie une déclaration indiquant le prix et les conditions de la cession.

Le commerçant a l'obligation de déclarer la cession auprès de la Mairie, sous peine de nullité de l'acte de vente pendant une période de 5 ans.

Etape 3 :

Au plus tard dans les 2 mois suivant la réception de la déclaration, la Mairie notifie sa décision.

Trois cas sont possibles :

- La Mairie renonce à l'exercice de son droit, la transaction s'effectue normalement.
- La Mairie fait part de sa décision d'acquiescer aux prix et conditions du vendeur ; la transaction s'effectue dans un délai de 3 mois.
- La Mairie fait part de sa décision mais conteste le prix mentionné : la transaction se fait aux prix et conditions fixés par la juridiction judiciaire compétente en matière d'expropriation.

Etape 4 :

Si la transaction s'effectue entre le vendeur et la Mairie, celle-ci devient propriétaire de locaux et dispose de deux ans pour trouver un repreneur. Le projet de reprise doit être validé par le bailleur.

Rétrocession du commerce

Le maire qui a mis en œuvre son droit de préemption doit, dans un délai de 2 ans, effectuer la rétrocession au profit d'un commerçant ou d'un artisan exerçant une activité préservant la diversité ou le développement des activités dans le périmètre concerné.

Pendant ce délai, la commune peut mettre le fonds en location-gérance afin de le maintenir en activité.

Avant toute décision de rétrocession, le maire doit afficher pendant 15 jours, un avis de rétrocession : appel à candidatures, description du fonds, du bail ou du terrain, prix proposé et cahier des charges...

La rétrocession est autorisée par délibération du conseil municipal qui en fixe les conditions et justifie le choix du cessionnaire.

En cas de préemption d'un bail commercial, le bailleur, dont l'accord est obligatoire, peut s'opposer au projet de rétrocession en saisissant en référé le président du tribunal de grande instance.

Si la rétrocession n'a pas été faite au bout des 2 années, l'acquéreur évincé dispose d'un droit de priorité pour l'acquisition du fonds, du bail ou du terrain.

IV. LEVIERS ET OUTILS EXISTANTS OU EN COURS D'INSTAURATION POUR LE DEVELOPPEMENT ET MAINTIEN DE L'OFFRE COMMERCIALE

Dans le cadre de son projet de redynamisation du cœur de ville et en complément d'actions incitatives en direction des commerçants et propriétaires immobiliers (accompagnement à la mise en accessibilité et à la rédaction d'Ad'AP, aides directes FISAC, aides à la rénovation des façades), la Ville de Dole souhaite mettre en œuvre une intervention volontariste et ambitieuse en faveur du développement commercial, reposant sur les leviers suivants :

- FISAC Cœur de Ville
- l'instauration du droit de préemption commerciale
- l'instauration de la taxe sur les friches commerciales
- la création de pépinière commerciale

a) FISAC Cœur de Ville

Dans la perspective d'améliorer l'attractivité générale du commerce dolois, les partenaires FISAC ont décidé la mise en place d'aides directes intitulées "travaux de mise en accessibilité des locaux professionnels" et "accompagnement des professionnels dans la réhabilitation des devantures".

Dans ce sens, les commerçants ou artisans du cœur de ville, propriétaires de murs ou de baux qui désirent rendre accessibles ou revaloriser l'image et la qualité esthétique de leur local, peuvent aspirer à une aide directe pour financer des travaux de mise en accessibilité et de réhabilitation de devantures.

b) instauration de la taxe sur les friches commerciales

La taxe sur les friches commerciales a pour but la limitation des surfaces commerciales à l'abandon et le renouvellement de ces sites.

Mise en place sur décision de la commune ou de l'EPCI, elle peut être imposée annuellement aux biens concernés par la taxe foncière sur les propriétés bâties (immeubles de bureaux ou utilisés pour une activité commerciale, parkings de centres commerciaux, lieux de dépôt ou de stockage).

Cette taxe intéresse ainsi tous les biens qui ne sont plus dévolus à une activité soumise à cotisation foncière depuis au moins 2 ans au 1er janvier de l'année d'imposition et qui sont restés inoccupés pendant cette période.

c) création d'une pépinière commerciale

Pour revitaliser des centres-villes en déshérence, certaines collectivités ont mis en place le dispositif de « pépinière commerciale » qui consiste en la mise à disposition de locaux à tarifs préférentiels et pendant une période limitée, à des commerçants souhaitant ouvrir une boutique.

Ce dispositif permet :

- de réimplanter des activités commerciales à des emplacements stratégiques du centre ville ;
- de procéder à des travaux de modernisation, voire de remembrement, afin de pouvoir rendre plus attractives des cellules commerciales délabrées ;
- de pourvoir à la demande des consommateurs par la création d'une offre commerciale de proximité limitant l'évasion commerciale vers les grands pôles périphériques.

À l'image de la pépinière d'entreprises, la pépinière commerciale accueille de jeunes commerçants en leur offrant des conditions propices à favoriser leur bon développement, c'est-à-dire un loyer très compétitif, une absence de pas-de-porte ou droit au bail et éventuellement un accompagnement comptable et marketing.

En contrepartie, le commerçant s'engage sur ses horaires d'ouverture, ses services à la clientèle, son implication locale.

L'activité commerciale est soutenue ainsi pendant 1 à 3 ans, selon les dispositifs.

À l'issue de cette période, le commerçant signe un bail « ordinaire » avec le propriétaire du local ou achète sa boutique.

V. LE PERIMETRE RETENU

Le périmètre retenu intègre les principales rues commerçantes du centre ville ainsi que le secteur piétonnier. Ce sont les rues qui constituent le circuit commercial actuel et celles qui présentent un intérêt stratégique pour le développement commercial du centre ville.

Ce périmètre s'inscrit également en cohérence avec le périmètre du FISAC (Fonds d'Intervention pour les Services, l'Artisanat et le Commerce).

