**COLLOQUE**

**Le commerce innovant au service du renouveau rural**

**Clermont-Ferrand – 13 mars 2025**

**9h00 – DISCOURS D’OUVERTURE**

Mot d’accueil par les représentants des structures organisatrices

Co-organisateur du colloque, l’établissement public foncier (EPF) Auvergne existe depuis 50 ans. **Jérémy Mendes**, son directeur introduit la journéeen rappelant le rôle des EPF et insiste sur la nécessaire prise en compte des maillons faibles en milieu rural, dont le commerce.

**Unir nos forces**

« Je suis agriculteur de métier et élu rural, se présente **Philippe Alpy**,président de la fédération des EPFL, maire de Frasne (2 000 habitants, Doubs, 25) et vice-président du département en charge du développement territorial, des affaires européennes et transfrontalières. Il n’y a pas de territoire vivant sans producteur, pas de bourg vivant sans commerce. Il faut unir nos forces et multiplier nos savoirs. L’EPFL de Franche-Comté est sollicité toutes les semaines pour racheter ici un restaurant, là un bar, ailleurs une boutique. Tous les partenaires sont nécessaires pour réunir nos forces vives afin de répondre à cette demande. »

**La ruralité, terreau de l’innovation ?**

**Fabienne Gomant**, présidente de l’Institut pour la ville et le commerce (IVC)**,** rappelle que l’Institut s’est donné pour mission d’étudier l’évolution du commerce et des consommations dans tous les territoires et à toutes les échelles, afin de multiplier les points de vue : ceux des enseignes, des promoteurs, des aménageurs, des chercheurs, etc. « Notre volonté est de faire se rencontrer les parties prenantes. Notre hypothèse est que c’est dans la ruralité que le commerce est le plus innovant. Les habitants des communes rurales se montrent particulièrement attentifs à l’humanité des commerces : c’est là qu’ils sont le moins favorables aux distributeurs automatiques ou à l’ouverture le dimanche. À l’heure de réfléchir au commerce innovant, il faut garder cela à l’esprit. Nous avons fixé deux objectifs à étudier lors de cette journée : comment le commerce rural a évolué au cours du temps, et comment il évoluera. Apporter des clés et des outils pour l’accompagner et le réguler. »

**Soutenir une dynamique frémissante**

Vice-président de l’Association des maires ruraux de France (AMRF) quicompte 13 000 communes adhérentes, **Sébastien Gouttebel** note un regain d’attractivité du monde rural. « Pour nous, il s’agit de trouver une synergie entre les commerces. Nous attendons des aides pour nos commerçants, aide à l’installation et exonérations fiscales car les trois à cinq premières années d’activité sont les plus difficiles à franchir. C’est un combat de fond au nom du partage de solutions multiples. Comment dupliquer un modèle qui marche ailleurs ? »

**Penser la vie quotidienne des citoyens ruraux**

*Think tank* créé il y a une dizaine d’années pour corriger les déséquilibres territoriaux, le Parlement rural français (PRF) défend la souveraineté alimentaire et la cohésion sociale. Comme l’exprime **Jean-Yves Vif**, son délégué général : « La vie dans la ruralité se pense dans une approche globale public-privé. Les commerces de proximité, de même que les équipements de proximité, sont essentiels pour une vie digne. Il ne faut pas oublier la vie quotidienne des citoyens ruraux pour qui une boulangerie, un magasin d’alimentation, une école, une gendarmerie, qui ont nettement régressé entre 1980 et 2020, sont indispensables, comme l’a mis en lumière les cahiers de doléances des gilets jaunes.

Les 200 mesures actées par le Gouvernement dans le cadre de l’Agenda rural en 2019 apportent des réponses pour améliorer la vie quotidienne dans les territoires ruraux. Si l’État redevient souvent plus présent, son ingénierie opérationnelle avait progressivement disparu, parfois compensée en partie par les départements. L’Agence nationale de cohésion des territoires (ANCT) et ses équipes portent de nombreuses initiatives pour lier et relier les acteurs et les projets. Pour réussir cette cohésion, élus, associations et responsables divers œuvrent souvent dans l’ombre.

Dans les constats partagés par tous, y compris les services de l’État, des programmes spécifiques comme Action cœur de ville (ACV), Petites villes de demain (PVD) et Villages d’avenir ont été mis en place pour remédier à un sentiment de déclassement des populations qui n’est pas sans effet sur la crise sociale. Ces dispositifs de reconquête des centres-bourgs sont des outils opérationnels déterminants au service des citoyens et des commerçants notamment.

Au PRF nous estimons que l’on doit repenser le portage et la maîtrise d’ouvrage de ces projets de reconquête avec une vision globale des partenariats élargis et consensuels et une participation active des acteurs locaux et des habitants. »

**Relever ensemble les défis de la ruralité**

Via un enregistrement vidéo, la ministre de la Ruralité, **Françoise Gatel** l’affirme : « le commerce rural est source d’innovations et de solutions. Pourtant 62 % des communes n'ont pas de commerce, soit 21 000. C’est un défi pour répondre au développement économique, pour la création d’emplois et de destins. C’est aussi un défi pour la transition écologique par les circuits courts, la consommation responsable, etc. C’est un défi démographique et de cohésion sociale pour la vie des villages, car les commerces sont aussi des lieux de rencontre et de convivialité.

On constate l’émergence et la structuration de commerces innovants. Des associations telles que Mon p’tit Camion, les épiceries participatives, des associations telles que Mille Cafés ou Bouge ton coq contribuent à ce renouveau.

L’État est mobilisé sur tous les fronts pour accompagner ces initiatives par un fonds de soutien qui a déjà profité à plus de 500 communes. Il agit aussi à travers l’accompagnement de tiers-lieux qui ont bénéficié de 150 M€. Par ailleurs, aujourd’hui 99,9 % du pays bénéficie de la 4G. Le commerce itinérant a également connu de grands progrès. Il faut favoriser l’itinérance et la modernisation du commerce rural. Ensemble continuons ! »

**9h30 – CONFÉRENCE INTRODUCTIVE**

**Les mutations du commerce dans les territoires ruraux**

« Alors que la moitié des communes françaises n’ont plus de commerce, que de nombreux territoires en marge se dépeuplent, comment revisiter et nuancer cette vision du commerce en ruralité ? interroge d’emblée **Pascal Madry**, directeur de l’IVC. Le renouveau du commerce comme vecteur de cohésion sociale est ébranlé par le développement du commerce automatique (distributeurs). »

Deux géographes spécialisés dans la ruralité et le commerce sont invités à répondre aux deux questions suivantes :

– comment définir la ruralité ?

– quelles sont les évolutions du commerce en milieu rural, entre sursaut et sursis ? Pour le meilleur ou pour le pire ?

Professeur de géographie à l’université de Clermont-Auvergne, **Laurent Rieutort** est président de la commission de géographie rurale du Comité national français de géographie. Spécialiste de la ruralité, ou plutôt « des ruralités » comme il le précise, il propose trois définitions de la ruralité :

– par opposition à la ville ;

– par ses spécificités propres : la ruralité est marquée par une faible densité démographique ;

– par ses relations avec les différentes composantes du territoire, des métropoles, des villes, ces relations qui s’établissent entre ville et ruralité et qui posent la question des flux, des échanges.

**Cartes du powerpoint** [[si publication des cartes]]

**Deux représentations de la diversité des ruralités**

**Carte 1 page 6 du ppt**La première carte met en lumière quatre dimensions de la ruralité qui présentent un enjeu de conciliation entre elles :

– base arrière économique (comme l’agriculture, l’industrie ou le post industriel, des activités qui exportent) ;

– résidentielle ; une étape de la vie des personnes ;

– alternative au mode de vie dominant ;

– dimension environnementale.

**Carte 2 page 7 du ppt  
 Cette carte présente quatre types de ruralité :**

**–** densément peuplées, résidentielles et touristiques ;

– para-urbaines, là où il y a création de commerces ;

– densité intermédiaire et des petites centralités ;

– ruralités de l’éloignement (diagonale du vide) avec des enjeux très spécifiques.

« Il faut accepter qu’il y ait des spécificités à traiter de manière différenciée », commente Laurent Rieutort, qui souligne lebesoin d’un récit pour ces ruralités, d’une pensée presque philosophique pour les territoires… qu’il illustre avec la formule « le bonheur est dans le PRES », ce dernier étant vu comme un acronyme pour Proximité, Ressources (circuits courts par exemple), Expérimentation, Sobriété ou Soin apporté aux personnes et aux environnements.

**Intégrer photos de Pascal Madry [[à cet endroit du texte ou ailleurs, selon maquette]] : Diversité des formes de commerce rural**

[[légende photos]]

Comment problématiser ces émergences de commerce ? La diversité de la ruralité *versus* la diversité des commerces, avec de nouveaux enjeux qui sont tout à la fois économiques, sociaux, humains et liés aux mobilités.

En complément de cet état des lieux, **Michaël Pouzenc**, professeur de géographie, université de Toulouse 2 et directeur du laboratoire interdisciplinaire Solidarités, Sociétés, Territoires (LISST), présente son diagnostic sur l’évolution du commerce rural à travers deux cartes. Il souligne cependant un déficit de données, appelant à la prudence et ajoutant que les données *Open Street Map* sont parfois plus précises.

**Carte BPE 2015 et BPE 2023** (BPE = Base permanente des équipements ? = insee)

**Territoires ruraux, déserts commerciaux ?**

**La France des communes sans commerce**

[[légende cartes]]

Le maillage commercial dans les territoires ruraux s’est légèrement amélioré, principalement dans les zones de faible densité. Ce qui s’explique en partie par les fusions de commune. En 2015, 48 % des communes ne disposaient pas de commerce, contre 41 % en 2023.

Il relève les actions positives d’élus ruraux, comme en Normandie où ils ont démontré une forte persévérance pour implanter des commerces dans leur village.

Les commerces qui s’en tirent le mieux sont situés dans les centres-bourgs. L’augmentation du nombre de points de vente en périurbain, alors que l’activité dans les hypermarchés est en baisse, confirme un émiettement récent du commerce alimentaire au profit du commerce du « quart d’heure » : quand il y a trop de congestion routière, les habitants privilégieraient le commerce de proximité, plus accessible. On note cependant des attentes contradictoires de la part des consommateurs locaux qui sont à la fois tentés par les robots et les achats en ligne, mais veulent des commerces de proximité pour la convivialité.

Le renouveau du commerce rural est ainsi porté par le foisonnement des circuits courts : Amap, produits à la ferme, multiplication des Carrefour contact. Michaël Pouzenc soulève la question de l’intégration locale — souvent difficile — des porteurs de projet, parfois étrangers au terroir. Le chercheur rappelle un entretien qu’il a eu avec un gérant de commerce dans la vallée de La Barousse (Hautes-Pyrénées, 65). Afin de se faire accepter par la population, il a commencé par passer son permis de chasse ! Dans la clientèle du petit supermarché local, tout le monde est cousin. Pourtant la population est très hétérogène avec 50 % de résidences secondaires…

**[[image du Clip de Kamini sur Marly-Gomont ??]]**

Il faut prendre en compte la diversité sociale et culturelle qui arrive avec les nouveaux habitants, les néo-ruraux.

[[inter ou titre]]

**Distributeurs automatiques / lieux de convivialité**

Le maire d’une commune normande de 950 habitants prend l’exemple de ces opérateurs tels Amazon qui proposent l’installation d’une place de recharge de véhicule électrique associée à celle de boxes de livraison. Et dénonce une forme de chantage. Il pointe le dilemme : tuer une humanité ou apporter un service. En Normandie nous avons mené un travail sur le sujet et observé que les boxes de distribution peuvent faire perdurer un commerce, à l’instar d’un boulanger qui consolide son chiffre d’affaires grâce à des distributeurs relais de pain. Mais, dans d’autres cas, ils peuvent faire péricliter les commerces avoisinants. Se pose alors la question de la cohérence. Par ailleurs, un relais-colis n’est-il pas préférable à une boîte Amazon ?

**Pascal Madry**renchérit sur l’émergence dedeux doctrines : celle d’élus qui soutiennent les distributeurs automatiques, et celle d’élus qui soutiennent les commerçants de proximité et voient d’un mauvais œil l’arrivée de ces distributeurs.

Interrogé sur la réalité du commerce itinérant, **Michaël Pouzenc** reconnaît la quasi-inexistence de données, pas plus que sur les marchés de plein air, et note que la rentabilité des tournées a été mise à mal par la hausse du carburant. Par ailleurs, l’apparition de « grappes de distributeurs automatiques » en milieu rural montre l’intérêt d’un certain nombre de clients pour des services adaptés à tous les horaires.

Dans un tout autre état d’esprit, dans le supermarché de La Barousse, il y a une file d’attente aux caisses car les gens prennent le temps d’échanger.

**Philippe Alpy, maire de Frasne et vice-président du département du Doubs**, dénonce quant à lui l’installation sauvage de distributeurs automatiques sur des terrains privés de sa commune : une société loue 3 m2 à un particulier et branche sa machine chez lui pour vendre ses produits, échappant ainsi aux taxes et autres redevances. La collectivité se retrouve démunie, et en colère, face à cette pratique qui ne lui apporte aucune ressource ni aucun bénéfice, mais représente une concurrence déloyale et un réel danger de sécurité publique. Cette clientèle de routiers qui empruntent des routes départementales pour ne pas payer l’autoroute s’arrête n’importe où et n’importe comment pour acheter des pizzas. Cela donne envie de renverser la machine ! s’emporte le maire.