**COLLOQUE**

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

**Clermont-Ferrand – 13 mars 2025**

**10h30 – PLENIÈRE 1**

**Les nouveaux enjeux d’aménagement et de développement commercial**

Objectifs :

Table ronde visant à relever les nouveaux enjeux d’aménagement du territoire et de politique locale de commerce posés par les dynamiques du commerce rural

**Les leviers d’action de l’État pour une approche globale et intégrée**

Directrice de programmes à l’Agence nationale pour la cohésion des territoires (ANCT), **Dominique Consille** souligne que l’ANCT a été créée pour apporter un soutien et de l’ingénierie aux élus, en sollicitant les préfets, pour définir, concevoir et réaliser des projets.

Elle rappelle que la prolifération de centres commerciaux en France depuis 1963 a dévitalisé progressivement les centres-bourgs et que c’est la prise de conscience de ce phénomène qui a déclenché le signal d’alarme : Action cœur de ville a été lancé en 2018 pour y répondre, suivi en 2020 par Petites villes de demain. La ruralité ce sont des villages et des réseaux de villes petites et moyennes qui structurent le territoire.

Encadré ( ?) :

**Action cœur de ville, fin 2024, c’est :**

* Lancé en 2018
* 245 communes, soit 7,8 millions d’habitants
* 77 % des villes ACV ont entre 15 000 et 75 000 habitants
* 71 % des projets ACV sont livrés ou en cours
* 10,5 milliards d’euros au troisième trimestre 2024
* 529 commerces et locaux d’activités restructurés par les foncières

**Petites villes de demain, fin 2024, c’est :**

* Lancé en 2020
* Communes de moins de 20 000 habitants
* 1 646 communes, soit 7,3 millions d’habitants
* Financement à 75 % d’un chef de projet jusqu’en 2026 (6 M€ pour l’ANCT)
* 900 postes de chef de projet
* 73 % sont des communes rurales au sens de l’INSEE
* En moyenne, 34 actions par convention-cadre
* 3, 467 milliards d’euros de financements cumulés.

Aujourd’hui, les zones commerciales de périphérie connaissent, elles aussi, de la vacance actant la transformation profonde du secteur lié au développement du commerce en ligne. Selon La Poste, un quart des colis livrés proviennent des enseignes Temu et Shein, Vinted arrivant en troisième position. Ce qui pose la question : que voulons-nous pour nos territoires demain ? Des casiers autour des ronds-points ou des commerces qui sont aussi des lieux de convivialité et d’échange ?

66 % des Français font leurs courses alimentaires dans des hypermarchés et centres commerciaux, 11 % par Internet, 11 % inaudible, 11 % dans des commerces de proximité.

On ne peut pas parler du commerce de manière isolée, il faut une approche globale et intégrée : pour qu’il y ait commerce, il faut aussi des logements, des espaces publics, des équipements, des mobilités, etc. Le programme PVD se déploie partout, sur tous les territoires et offre un effet de levier. Le fonds de soutien au commerce rural, qui concerne aussi le commerce itinérant, a été conforté par la Ministre. S’y ajoute le Fonds de restructuration des locaux d’activité (FRLA) géré par l’ANCT et la direction générale des entreprises (DGE), souvent sollicité par les collectivités et les porteurs de projets.

Dominique Consille évoque aussi les opérations de revitalisation territoriale (ORT) qui devraient permettre de limiter l’installation de nouvelles zones commerciales de périphérie supérieures ou égales à 1 000 m2. « Beaucoup de structures commerciales présentent des projets d’une surface inférieure, passant ainsi sous les radars, reconnaît-elle, des progrès restent à faire en termes d’outils. »

**Il faut s’adapter au consommateur**

« Carrefour c’est 6 500 magasins en France et 15 000 dans le monde pour des surfaces de 30 à 20 000 m2, expose **Dan Ohnona**, responsable de l’expansion du groupe Carrefour qui décline différents formats dans les territoires ruraux : 1 800 m2, market, contact, montagne, proxi, etc. auxquels s’ajoutent les contrats d’approvisionnement fournisseurs.

En France, le secteur de la grande distribution est très fragmenté avec de nombreux acteurs : indépendants ou franchisés (Intermarché, Super U, Leclerc), dont le nombre augmente, qui sont propriétaires de leur fonds de commerce à la différence des succursalistes (Auchan, Casino) et les discounters (Aldi, Lidl). En 2024, 450 points de vente du groupe Casino ont été repris par d’autres enseignes dont Carrefour.

Il y a des zones blanches en France que Carrefour voudrait conquérir avec du ralliement, des contrats avec des indépendants. Toutes les enseignes souhaitent conquérir des parts de marché avec les élus et les développeurs. En milieu rural, il y a un fort enjeu autour des circuits courts et des producteurs locaux. Le commerce est devenu hybride depuis vingt ans avec de l’Internet, du *drive*, de la livraison à domicile, etc. qui créent de la concurrence. Plutôt que qu’opposer les différentes formes de commerce, il s’agit de suivre les consommateurs et de s’adapter en permanence. Il s’agit aussi de proposer des contrats d’approvisionnement à des commerces de proximité dans les petites bourgades.

**Un commerce multiservices pour Neuvy-en-Sullias**

« Nous avons décidé de créer un commerce multiservices en centre-bourg en réunissant l'ancien bar-tabac, fermé depuis quelques mois, et l'épicerie, fermée depuis des années, en un seul grand commerce », explique **Hubert Fournier**, maire de Neuvy-en-Sullias (1 500 habitants, Loiret, 45). Pour financer ce projet, qui comprend une épicerie, un bar, une salle de jeux (belote, poker ou karaoké), un service de relais postal, de presse, la Ville a été aidée par l'EPFLI Foncier Cœur de France (Établissement public foncier local interdépartemental), ce qui a permis de réaliser d’importants travaux de réhabilitation. Nous avons également bénéficié de subventions du pôle d’équilibre territorial et rural (PETR) pour l’isolation et la mise aux normes du bâtiment. Afin de renforcer la revitalisation du centre-bourg, la mairie et la bibliothèque y ont été implantés. Nous avons par exemple organisé des ateliers-lecture sur la terrasse du bar qui a été repris par un jeune du cru. Ce dynamisme retrouvé bénéficie aux commerces alentours, notamment à la boulangerie dont le chiffre d’affaires a augmenté de 15 % à 20 %.

**La soutenabilité plutôt que la rentabilité**

**Sylvaine Védère,** directrice générale de l’EPFLi Foncier Cœur de France, témoigne de l’action des EPFL locaux dans la revitalisation des centres-bourg. « Notre EPF vient au secours des collectivités et des exploitants. Nous menons des travaux de réhabilitation avec les propriétaires de commerce et travaillons à ceux des logements au-dessus. Notre *process* : mener une concertation pour évaluer la faisabilité et le coût des travaux afin de permettre à la collectivité qui va piloter le projet de chercher des financements. Nous assurons un portage à 15 ans. Notre modèle n’est pas la rentabilité mais la soutenabilité car le reste à charge est de l’ordre de 50 % pour la commune. Nous proposons des loyers modiques de 400 à 500 euros par mois, une manière de soutenir et de pérenniser ces commerces. »

**«**L’investissement moyen sur ce type d’opération est de 500 000 euros avec un déficit de 50 %, précise Pascal Madry. On voit que la distribution est très agile en venant s’immiscer dans des murs commerciaux municipalisés par la collectivité publique ». Ce à quoi réagitDan Ohnona : **«**Nous aussi sommes souvent sollicités par les maires pour investir y compris dans les murs. Souvent, l’arrivée d’un opérateur en attire d’autres ».

**Villages vivants, le modèle coopératif**

**Raphaël Boutin-Kuhlmann**, co-directeur général de Villages vivants, présente la coopérative immobilière rurale et solidaire Villages vivants, créée en 2017. Implantée à Crest dans la Drôme, elle intervient dans le quart sud-est de la France. Son principe : acheter, rénover et louer des locaux d’activité à la demande du porteur de projet. Elle a déjà permis la création de 29 lieux et 7 sont actuellement en projet. Il insiste sur le fait qu’en milieu rural, les travaux de réhabilitation sont souvent plus lourds qu’en milieu urbain : une charpente en chêne et un toit de lauze à restaurer avec des matériaux locaux n’est finançable que grâce aux fonds de l’ANCT.

Il cite l’exemple d’un lieu où des commerçants se sont succédés tous les deux ans sans trouver de rentabilité malgré leur important investissement (plus de 60 heures par semaine) épuisant les bonnes volontés. Des habitants se sont mobilisés pour monter une association locale qui emploie aujourd’hui quatre équivalent temps plein, affiche un chiffre d’affaires en hausse et travaille sur les circuits courts. Villages vivants installe des projets portés par des associations ou des coopératives en milieu rural, afin d’attirer des commerces pour attirer des habitants. Loin d’être en concurrence avec les autres formes de commerce, ce sont des lieux de convivialité et de solidarité, portés collectivement et ancrés sur une communauté. Tout le monde a intérêt à ce qu’ils fonctionnent. Ils sont plus résilients et robustes. Sur nos 29 projets, aucun n’a fermé. D’une manière générale, 89 % des commerces coopératifs perdurent contre 62 % pour des commerces *lambda*. À noter néanmoins, que la question du fonds de commerce est sortie de ce modèle : la valeur créée reste à la coopérative et/ou est distribuée aux salariés. Les coopérateurs vivent une aventure humaine sur une durée limitée de deux à cinq ans.

À la remarque de Pascal Madry, qui relève une forme de contradiction entre ce modèle et le fait qu’il dépende de subventions publiques, Raphaël Boutin-Kuhlmann rétorque que les mécanismes d’attribution de ces subventions sont issus du marché de l’immobilier classique. Il plaide pour des prêts immobiliers de long terme que la Banque des territoires pourrait leur accorder.

**Dominique Consille** rappelle que l’ANCT agit soit en tant qu’investisseur et porteur de projet en acquérant le lieu, en réhabilitant à l’aide du fonds de restructuration du commerce ; soit en finançant l’opération dans le cadre d’un plan de transformation de zone commerciale (PTZC).

S’adressant à Dan Ohnona, elle l’interroge sur les 2 millions de mètres carrés excédentaires dans les zones commerciales : comment concilier stratégie de conquête commerciale avec sobriété foncière et le vieillissement de la population ?

« La politique de Carrefour ne consiste pas à créer de nouveaux mètres carrés en milieu rural, répond t-il. Aujourd’hui nous sommes inscrits dans le ZAN en participants à la requalification de 74 sites Carrefour déjà urbanisés avec Nexity. Il faut multiplier les points de contact une clientèle qui vieillit. »

Comment passer du Caddy, au cabas et à la souris ? conclut Pascal Madry.