Remis lors de la permanence du 4 décembre 2019

Association LAISSEZ-NOUS VIVRE UN PEU
N° W442016331
16B rue Ribateau
BP 39502 VALLET
44195 CLISSON cedex

E-mail : laisseznousvivreunpeu44@gmail.com

Vu le commissaire enquêteur
Pierre BACHELLERIE

L02

Vallet, le 4 décembre 2019

A l'attention de Monsieur Pierre BACHELLERIE
Commissaire-Enquêteur sur le projet de Modification n°1 du SCoT du Pays du Vignoble Nantais.
Maison de Pays
5 allée du Chantre
BP 89133 – 44191 Clisson cedex

Objet: Enquête publique SCoT - DACOM

Monsieur le Commissaire Enquêteur,

Nous sommes une association de commerçants qui est opposée à la réalisation de la ZAC du Brochet car nous estimons que ce projet de 17 hectares est surdimensionné et menace les petits commerces des centres-villes de Vallet et des villes alentour. C'est un autre projet centré sur le développement durable que nous défendons sur le site du Brochet : une ZEN (zone d'économie novatrice) qui regroupe une régie agricole, une ferme solaire, un écovillage intergénérationnel ainsi qu'une pépinière d'entreprises spécialisées sur le développement des énergies renouvelables et de nouveaux matériaux. Le transfert du Hyper U en entrée de ville nous parait superflu puisqu'aucune optimisation du site de l'actuelle zone commerciale n'a été envisagée jusqu'ici. Il serait en particulier tout à fait possible de réaliser un parking aérien comme à Vertou ou à St-Philbert-de Grandlieu de manière à libérer du foncier pour que le Hyper U puisse se développer sans gaspiller 17 hectares de terres agricoles. D'autant plus que le transfert du pôle automobile semble déjà acté (permis de construire délivrés en février 2018), ce qui libère du foncier sur le site actuel de la zone commerciale et permet le réaménagement des surfaces occupées jusqu'ici par la station-service, la station de lavage et Norauto.

En février 2016 notre association avait déposé à la Préfecture une pétition pour dire NON au déplacement d'Hyper U et à la création de la ZAC du Brochet. Cette pétition comprend deux volets : d'une part les commerçants de Vallet et des communes voisines et d'autre part les consommateurs. Cette pétition avait alors recueilli les signatures de plus de 135 commerçants et 520 consommateurs. Ensuite, Bricomarché, Norauto et Gémo ont aussi lancé une pétition pour la ZAC du Brochet ayant recueilli 340 signataires dont 42% sont des employés d'Hyper U et 33% des associés de Système U (seuls 5% des signataires étaient des consommateurs). Sur ce point, nous voudrions aussi vous avertir que, lors de l'enquête publique pour la DUP, Hyper U a invité ses employés à aller remplir le registre d'enquête, ce qui a amené un nombre important de contributions en faveur de la ZAC où les employés avaient « oublié » de mentionner leur qualité d'intéressés au projet et se présentaient comme de « simple Valletais ». Cette anomalie a été détectée en comparant les signatures et noms sur le registre avec la pétition des employés d'Hyper U également produite lors de l'enquête.
Pour l'enquête actuelle sur le SCoT, nous espérons que les employés d'Hyper U feront preuve de plus de courage pour se déclarer comme partie prenante du projet et que le Commissaire Enquêteur pourra mieux identifier les contributions venant de Hyper U ou Système U visant à remplir le registre d'enquête avec des avis favorables.

Un comité de pilotage se réunit très régulièrement pour discuter des avancées du projet de ZAC du Brochet. Ce comité regroupe l'aménageur la SNC le Brochet, des représentants de la communauté de communes et de la commune de Vallet, des représentants de Hyper U et en particulier les avocats de

Hyper U et de la SNC le Brochet ainsi que les entreprises de conseil qui doivent monter le dossier pour obtenir les autorisations commerciales. Dans ce comité, il n'y a aucun représentant du commerce traditionnel de Vallet. Nous avons des difficultés pour obtenir les comptes-rendus complets des réunions de COPIL et nous n'avons malheureusement jamais réussi à obtenir le plan d'aménagement modifié qui est discuté par le COPIL.
Alors que nous avons interrogé le maire de Vallet sur les modalités de participation à ce COPIL, celui-ci nous a communiqué le refus de la communauté de communes et des conseils de voir notre association participer au COPIL, voir ci-joint les courriers des 12 avril et 7 mai 2019. Nous regrettons le manque de transparence autour de ce projet soi-disant public et le refus de faire participer notre association sous le prétexte que des informations d'ordre confidentiel ne doivent pas être divulguées.

Aujourd'hui, c'est le SCoT qui doit être mis en compatibilité avec la ZAC du Brochet, sans aucune réflexion sur le bien-fondé de ce retail-park à l'entrée de Vallet. Avec un site de 17 hectares et des surfaces de vente de 30000 m², ce projet ne correspond absolument pas au simple transfert de l'actuelle zone commerciale (seulement 6 hectares) et la création de ce retail-park dépasse largement les besoins sur la zone de chalandise (Vallet, Mouzillon, Le Pallet, la Chapelle-Heulin, le Landreau, la Remaudière, la Boissière du Doré et la Regrippière) qui compte à peine plus de 25000 habitants.

L'Hebdo de Sèvre et Maine a publié le 6 décembre 2018 un dossier intitulé « Enseignes : la course aux m² - 23000 m² de surfaces commerciales en plus en 7 ans » et a recensé les surfaces commerciales du Vignoble qui ont augmenté de plus 27% entre 2010 et 2017. Or, sur une période similaire de 7 ans, la population du Vignoble n'a augmenté que de 9% (voir chiffres de l'INSEE, annexe 3). Les surfaces commerciales augmentent donc beaucoup plus vite que la population et les 30000 m² de surface de vente prévus sur la ZAC du Brochet ne peuvent nullement être justifiés par l'évolution démographique. On observe d'ailleurs déjà une saturation du marché en terme de grandes et moyennes surfaces puisque le Hyper U de Vallet et l'aménageur des Allées Gestina à Gétigné ont fait récemment annuler l'autorisation commerciale obtenue par le Leclerc de Clisson.

Communes	Pôles	Nombre de locaux occupés	Surface totale (en m²) au 31/12/2010	Surface totale (en m²) au 31/12/2017	Projets à venir (en m²)
Gétigné	Toutes Joies	9	3 000	7 359	?
Agrefeuille-sur-Maine	Le Haut Coin	10	2 122	4 355	
Clisson	Calin	22	11 988	11 988	environ 8 000
Basse-Goulaine - Vertou	Pôle Sud	100	41 801	55 659	
St-Julien-de-Concelles	Aulnaie	6	3 661	3 661	3 000
Vallet	Les Dorices	14	13 987	13 987	30 000
La Chapelle-Basse-Mer	Val Fleuri	16	6 682	9 082	
TOTAL		177	83 241	106 091	41 000
Source : CCI Nantes St-Nazaire, Observatoire des Locaux Commerciaux (OLC), données au 31/12/2017					

Alors que le SCoT est censé planifier les emplacements commerciaux et servir de base à la régulation opérée par les commissions départementales et nationale d'aménagement commercial, il est absolument contre nature que ce document d'urbanisme soit modifié pour se mettre en compatibilité avec un projet qu'il est au contraire censé cadrer.

Il y avait jusqu'ici une limitation de la surface de plancher par équipement mais avec la modification du DACOM il n'y aura qu'une limitation de la surface de vente mais plus de limitation de surface de plancher par enseigne. Que signifie une telle suppression ? Pire encore, la surface totale de vente maximale de 30000 m² et la surface totale de plancher maximale de 90000 m² ne correspondent en rien aux chiffres mentionnés dans le tableau de la notice explicative page 21 qui ne prévoient « que » 23950 m² de surface de vente et 48994 m² de surface de plancher (qui n'a rien à voir avec la surface des terrains viabilisés de 96529 m²). Pourquoi le DACOM devrait-il permettre une surface de plancher deux fois plus grande que ce qui est envisagé actuellement ?

Le programme des commercialisations fait partie du traité de concession de 2014. Or il semble que ce programme ait évolué. La notice explicative (page 20) mentionne des études qui auraient apporté des

précisions sur le découpage et les échéances de réalisation du projet. De quelles études s'agit-il ? Pourquoi ne sont-elles pas jointes au dossier d'enquête ?

En comparant le programme de 2014 avec ce qui est prévu aujourd'hui (tableau page 21 de la notice explicative) on voit une augmentation de la zone tertiaire : de quoi s'agit-il exactement ? Pourquoi ces activités ne sont pas installées en centre-ville (l'argument du gabarit ne tient pas pour des surfaces tertiaires plus petites) ? Cette zone tertiaire ne va-t-elle pas éloigner la clientèle du centre-ville au profit de la ZAC du Brochet ? Et on voit aussi le doublement de la surface dédiée à l'équipement de la personne et alimentaire qui est justement l'activité qui concurrence le plus les petits commerces de centre-ville. Pourquoi doubler la surface dans le secteur commercial le plus sensible pour le centre-ville ?

Activité	Surface terrains viabilisés	Surface viabilisée prévue en 2014	Différence Surface viabilisée	Surface de vente	Surface de vente prévue en 2014	Différence surface de vente
Alimentaire	37.235	38.960	- 1.725	7.000	7.650	- 650
Equipement de la personne et alimentaire	13.667	7.548	6.119	6.500	3.000	3.500
Tertiaire/services	2.984	7.860	3.422			
Bureaux	8.298					
Station, lavage et location U	7.310	9.125	1.368	450	900	- 450
Pôle automobile	3.183					
Hôtellerie	3.533	5.262	1.771			
Restauration	3.500					
Equipement maison	16.819	21.593	- 4.774	10.000	11.000	- 1.000
Total	96.529	90.348	6.181	23.950	22.550	1.400

Concernant la zone tertiaire, rappelons que cette notion est très vague puisque ce secteur est défini par tout ce qui n'est ni du secteur primaire (agriculture, pêche, forêts et mines) ni du secteur secondaire (industrie et construction). Le secteur comprend bien évidemment le commerce, mais aussi tous les services, la restauration ou le conseil. Bref : tout ce qui se situe dans le centre-ville de Vallet fait partie du secteur tertiaire.

Voici par exemple à quoi ressemble la zone tertiaire de Boufféré :

Le type d'activités autorisées dans la zone tertiaire doit être précisé car c'est précisément cette zone tertiaire qui détournera la clientèle du centre-ville.

C'est avec beaucoup de scepticisme que nous accueillons la limite des 400 m² qui va soi-disant protéger les petits commerces de centre-ville. Nous vous invitons à consulter le rapport de juillet 2016 « La revitalisation commerciale des centres-villes » produit par l'IGF (Inspection Générale des Finances) et le CGEDD (Conseil Général de l'Environnement et du Développement Durable), consultable sur le site gouvernemental:
(https://www.economie.gouv.fr/files/files/PDF/Rapport_RevitalisationcentresvillesVdef_octobre2016.pdf).
Dans ce rapport (pages 13-14), c'est précisément le développement important de surfaces de plus de 400 m² qui est mis en lien avec l'augmentation de la concurrence commerciale entre centre-ville et périphérie. Et selon l'INSEE, la création d'une grande surface supplémentaire pour 10000 habitants

accroît le risque de sortie de petit commerce de proximité dans les deux ans qui suivent. Il est en effet bien évident qu'une petite surface de 50 m² ne peut pas lutter contre une enseigne de 400 m² et que c'est justement avec ces enseignes plus grandes et présentes sur les mêmes créneaux commerciaux (habillement, chaussures, équipement de la maison, petit électroménager, parapharmacie) que le risque de supplantation des petits commerces de centre-ville est le plus grand.

Ceci montre donc bien que l'inscription d'un minimum de 400 m² au SCoT, si elle part d'une bonne intention, est malheureusement totalement inefficace pour éviter la concurrence entre le futur retail-park du Brochet et les centres-villes autour. De plus, le fait de compléter l'offre du Hyper U avec d'autres offres complémentaires contribue à fixer une part essentielle de l'acte d'achat de biens de consommation courante sur le site de la ZAC du Brochet et d'ainsi détourner une bonne partie de la clientèle du centre-ville.

Pages 13-14 du rapport « La revitalisation commerciale des centres-villes » :

1.2.3. Il n'y a pas de commerce en centre-ville sans un bon équilibre des concurrences

Le bon équilibre entre l'offre commerciale en périphérie et celle du centre-ville est le troisième déterminant majeur pouvant avoir un effet sur la vitalité commerciale des cœurs de ville. Les données recueillies par la mission, montrent deux formes de concurrence touchant le commerce physique de cœur de ville :

- l'existence dans le temps d'une course au m², notamment en périphérie, qui a pu concurrencer dans certaines zones le commerce en centralité. Cela touche plus particulièrement les villes moyennes par rapport aux grandes-villes ;
- les changements de modes de consommation liés à l'essor du *e-commerce* qui peuvent engendrer une baisse du chiffre d'affaires des commerçants physiques.

Entre 1992 et 2009, selon la dernière enquête point de vente de l'Insee disponible, on constate une course aux mètres carrés avec le développement important de surfaces de plus de 400 m² et une contraction des petites surfaces sur l'ensemble du territoire, ce qui a pu avoir comme conséquence d'augmenter la concurrence commerciale entre centre-ville et périphérie. Au niveau national, la surface commerciale totale du commerce de détail a ainsi augmenté de 58 % sur la période, passant de 48 à 77 millions de m², soit +2,6 % par an. En parallèle, le nombre de points de vente a diminué de 6,3 % sur l'ensemble de la période. Cette augmentation de la surface commerciale au plan national est confirmée avec la hausse de celles autorisées par les commissions d'aménagement commercial (cf. graphique 5).

En se limitant au périmètre de la mission, cette tendance au m² se confirme entre 2012 et 2013 selon les estimations de surfaces de la DGE. Il s'agit de la seule source récente disponible pour estimer l'évolution des surfaces commerciales après 2009[27]. La surface commerciale moyenne pour l'ensemble des secteurs du commerce étudié croît plus vite pour les villes moyennes (+1,5 %) que pour les grandes villes (+0,8 %) entre 2012 et 2013. L'expansion des surfaces commerciales moyennes touche davantage les périphéries des villes centres moyennes.

L'accroissement de l'offre en périphérie s'explique aussi par un niveau de contraintes plus faible que dans les centres-villes (stationnement payant, surface des cellules commerciales disponible, horaires de livraison, normes architecturales et patrimoniales...). Le rééquilibrage entre le centre-ville et la périphérie ne peut s'opérer que si le cœur de ville redevient attractif.

Selon l'Insee[29], la création d'une grande surface peut concurrencer, pour certains secteurs, le commerce de proximité dans les villes isolées et périphériques. Cette étude montre que la création d'une grande surface supplémentaire pour 10 000 habitants accroît le risque de sortie d'un petit commerce de proximité deux ans après.

Nous vous invitons également à consulter le rapport de mars 2017 du CGEDD, intitulé « Inscrire les dynamiques du commerce dans la ville durable » et fait en collaboration avec le Ministère de l'environnement, de l'énergie et de la mer et avec le Ministère du logement et de l'habitat durable (http://cgedd.documentation.developpement-durable.gouv.fr/documents/cgedd/010468-01_rapport.pdf).
C'est tout le rapport qui est extrêmement intéressant (voir résumé en annexe) mais on voudrait attirer votre attention sur quelques points particulièrement pertinents dans le cadre de cette enquête publique.

a) Contradiction entre développement durable et artificialisation des sols

Tout d'abord le rapport pointe bien la contradiction entre d'un côté les impératifs de durabilité et de préservation des espaces naturels et agricoles (d'ailleurs traités dans le SCoT dont il est question) et d'un autre côté le fait de laisser proliférer les zones commerciales en dehors des périmètres urbains. Etalement urbain, destruction des paysages en entrées de ville, obligation d'utiliser sa voiture, déséquilibre entre centre et périphérie, gaspillage du foncier, artificialisation et imperméabilisation des sols : tout y est avec les 17 hectares de la ZAC du Brochet, et il n'y a aucune réflexion sur la compatibilité de ce projet surdimensionné avec les objectifs du SCoT en terme de développement durable.

Page 16 du rapport « Inscrire les dynamiques du commerce dans la ville durable »

> **1.1.2. Les impacts de cette prolifération sont considérables d'un point de vue qualitatif ou quantitatif**
>
> Ce processus qui se poursuit apparaît paradoxal à l'époque d'une prise en compte croissante et générale des impératifs de durabilité et de préservation des espaces naturels et agricoles. Depuis l'origine, il a en effet d'importantes répercussions sur l'environnement, contribuant notamment à l'étalement urbain, à la production de paysages urbains de faible qualité, à une organisation des flux marquée par un usage massif de la voiture individuelle. Comme l'expriment de nombreux observateurs et médias, on constate une banalisation des entrées de ville, des déséquilibres entre centre et périphérie, des flux de circulation mal maîtrisés, une standardisation de l'architecture commerciale, la constitution de blocs monofonctionnels mal articulés avec les autres espaces urbains, l'altération des paysages par la publicité, le gaspillage du foncier disponible par manque de rationalité, l'artificialisation et l'imperméabilisation des sols...

b) Découplage entre consommation et croissance des surfaces commerciales

Le rapport rappelle que les surfaces commerciales croissent plus vite que la consommation. C'est d'ailleurs tout à fait ce qu'on observe dans le Vignoble puisque que les zones commerciales ont augmenté trois fois plus vite que la population (27% d'augmentation des surfaces sur une période où la population n'augmentait que de 9%). La guerre commerciale qui se joue entre les enseignes U et Leclerc à Vallet, Clisson et Gétigné montre aussi les difficultés qu'ont les grandes surfaces à se partager le gâteau qui n'est pas assez gros.
Pour se rendre compte à quel point 30000 m² de surface de vente pour une zone de chalandise d'à peine 30000 habitants est surdimensionné, on peut citer l'article de LSA ci-joint: « Les 5 villes françaises les mieux dotées en centres commerciaux. Le Havre championne. » Le Havre championne de France des centres commerciaux avec 561 m² pour 1000 habitants. Alors que penser de Vallet qui aurait avec la ZAC du Brochet plus de 1000 m² de centres commerciaux pour 1000 habitants ? Vallet championne d'Europe ?
La ZAC du Brochet est tout simplement un parfait exemple de cette surproduction de surfaces commerciales, avec la double peine qui va avec: artificialisation de sols vierges et cannibalisation des commerces de centres-villes.

Pages 165-166 du rapport « Inscrire les dynamiques du commerce dans la ville durable »

> *3. L'effet induit sur le fonctionnement du territoire et du système urbain : une nouvelle polarité commerciale peut introduire un élément perturbateur tant pour l'équilibre de l'offre commerciale préexistante que dans le fonctionnement de la ville et de son centre*
>
> Le territoire français apparaît aujourd'hui comme bien équipé en offre commerciale, pourtant le nombre de surfaces commerciales autorisées chaque année reste élevée bien qu'on observe un réel ralentissement depuis 2008. En parallèle, la croissance des revenus et du pouvoir d'achat des ménages français reste faible. Cela se traduit par une dynamique atone de la consommation qui devrait être de 1,5% selon l'OCDE, alors que l'observatoire PROCOS remarque une croissance de 3% des surfaces commerciales.

Si elle répond à un besoin de consommation clairement identifié, une nouvelle polarité commerciale peut participer à la couverture commerciale du territoire et permettre d'endiguer l'évasion commerciale qui peut l'affecter. De même, en proposant une offre diversifiée, elle permet un meilleur équipement et la satisfaction des ménages. En revanche, dans un bassin de vie équipé et où le pouvoir d'achat des ménages n'augmente pas, le développement de nouvelles surfaces commerciales risque d'entraîner une fragilisation de celles qui préexistent et d'introduire un phénomène de concurrence entre les territoires qui semble insuffisamment pris en considération. Ainsi, un découplage entre les dynamiques de croissance de l'offre commerciale et de la capacité des ménages à consommer peut conduire à une hausse de la vacance commerciale dans un premier temps, puis à l'apparition de friches. Après les friches industrielles liées au XXème siècle à des modes de production dépassés, on voit dorénavant apparaître un nouveau type de friches dues à une mutation de l'appareil commercial et à une évolution des modes de consommation. Le phénomène est déjà fortement présent aux Etats-Unis.

Ainsi, l'implantation d'une nouvelle centralité commerciale et des fonctions qui la complètent peut avoir des conséquences à géométrie variable non seulement sur les commerces des centres-villes mais plus largement sur l'ensemble de l'appareil commercial et sur le système urbain. En dehors de la rentabilité et de l'équilibre économique du territoire, la surproduction de surfaces commerciales peut être assortie d'une double peine lorsqu'elle se développe sur des terres vierges de toute urbanisation tout en fragilisant l'existant.

c) Risque de « bulle »

Le rapport explique très bien comment cette surproduction de surfaces commerciales vient en fait de la financiarisation de l'immobilier commercial et est complètement déconnectée des besoins des territoires, d'où le risque de « bulle ». Mais qu'adviendra-t-il alors de la ZAC du Brochet si le marché de l'immobilier commercial venait à s'effondrer ? Non seulement l'attractivité de ce retail-park disparaîtrait mais ce serait surtout trop tard pour les commerces de centre-ville qui auront déjà été supplantés et trop tard pour les terres agricoles qui auront été artificialisés pour rien.

Sur ce point, on observe d'ailleurs que le SCoT ne prévoit aucun phasage pour la ZAC du Brochet (contrairement aux zones des autres communes) qui permettrait de limiter l'artificialisation dans un premier temps et de n'étendre les surfaces commerciales que si il y a vraiment un réel besoin et que la commercialisation est effectivement au rendez-vous (ce qui n'a pas été le cas par exemple à Gétigné avec les Allées Gestina). Pire, ce sont 90000 m² de surface de plancher qui doivent être inscrits au SCoT alors qu'aujourd'hui à peine 49000 m² sont programmés.

Il faut aussi ajouter que la reconversion de la friche commerciale en logements, si le Hyper U venait à être transféré au Brochet, se ferait aux frais de la Commune de Vallet qui rachète les terrains à 30 € (alors que Hyper U a acquis les terrains au Brochet à moins de 7€) et qui finance ce projet … par le crédit ! Dans son avis, le Département ne manque d'ailleurs pas de pointer du doigt le coût de cette réhabilitation (dépollution du site !), coût qui serait malheureusement porté par le contribuable pour une friche créée de toute pièce pour aller bétonner un autre site (trois fois grand !).

Pages 42-43 du rapport « Inscrire les dynamiques du commerce dans la ville durable »

2.2.1. De plus en plus financiarisé, l'immobilier commercial poursuit un développement soutenu qui n'est pas exempt d'un risque de « bulle »

La livraison de nouvelles surfaces commerciales se poursuit à un rythme soutenu (en baisse mais encore de 775 000 m² en 2015 uniquement pour les centres commerciaux et les *retail parks*, avec un rebond annoncé en 2016). Mais ces surfaces semblent faire face à une perte d'attractivité. En 2013, les analyses de PROCOS relevaient une baisse de 10 points de la fréquentation de ces équipements depuis 2007. Le Conseil national des

centres commerciaux (CNCC) a annoncé une baisse de 1% de cet indice sur l'année 2015. De même, selon une étude menée en octobre 2014 par PROCOS, la vacance dans les centres commerciaux est passée de 4,6 % à 7,6 % entre 2012 et 2014[77] avec des différences significatives selon le type, la taille et l'âge des structures. On assiste à une baisse de performance commerciale des centres, en raison d'une « surproduction » qui accélère l'obsolescence de l'existant et va jusqu'à la fragilisation de projets en cours de commercialisation. De fait, sur les vingt-cinq dernières années, le parc commercial a augmenté plus vite que la consommation[78]. En parallèle, les loyers ont cru de 3 % par an, alors que la rentabilité au m² a diminué d'un point par an. Dans ce contexte, la stratégie des enseignes se recentre sur les emplacements les plus attractifs, au lieu de vouloir systématiquement mailler finement le territoire.

Pourtant, les espaces commerciaux restent identifiés comme des placements attractifs par les marchés financiers : malgré une baisse en valeur de 32 % par rapport à 2014 (soit -7,7 Mds€), 5,2 Mds€ ont été investis en 2015, ce qui représente un volume d'investissement supérieur de 53 % à la moyenne des dix dernières années[79]. Ce type de placement, estimé plus sûr que celui de l'immobilier de bureaux, représente une part de plus en plus importante du marché de l'immobilier (de 10 % à 20-25 % entre 2008 et 2015)[80]. Des chercheurs comme Philippe Moati ou Pascal Madry mettent en évidence l'intérêt que présentent ces opérations pour des capitaux en recherche d'opérations aux retours d'investissement rapides et aux risques encore considérés comme limités.

On constate donc une contradiction de plus en plus forte entre une logique économique et une logique capitalistique liée à la financiarisation de l'immobilier commercial[81] qui se concrétise par la mondialisation des flux de capitaux et par l'arrivée dans les années 2000 d'investisseurs nord-américains et de nouvelles techniques de gestion financière. Alors que l'investissement était le plus souvent effectué en fonds propres, nombre d'opérateurs ont désormais recours aux marchés internationaux sur lesquels ils se financent via l'émission de titres de dette, De même, le modèle précédent, fondé sur la valorisation des murs à partir de leurs qualités propres (taille) et de leur commercialité (localisation, visibilité, accessibilité), évolue vers l'estimation de la valeur des actifs à partir des loyers et des revenus susceptibles d'être générés à l'avenir. Cette « manne » potentielle permet d'attirer les flux financiers et d'abonder de nouveaux projets.

Pages 44 du rapport « Inscrire les dynamiques du commerce dans la ville durable »

Certains chercheurs s'interrogent au vu de ce modèle, sur la possibilité de la formation d'une bulle immobilière avec un risque de fuite en avant dans la production de nouvelles surfaces, favorisée en outre par la faiblesse des taux d'intérêt. Faut-il laisser le marché exercer sa fonction régulatrice ou prévenir les difficultés en ajustant les dispositions fiscales ? En tout état de cause, le découplage croissant entre la performance financière des actifs commerciaux et leur performance effective conduit à s'interroger sur la pérennité de ce modèle économique, ce qui peut également poser la question de son impact sur le développement durable, notamment à travers un risque de prolifération des friches commerciales.

d) Les fameuses créations d'emplois

Si les élus sont favorables au développement des zones commerciales sur leur territoire, c'est en général parce qu'ils sont aveuglés par la promesse de créations d'emplois. Or le rapport rappelle bien que, si il y a création (ce qui n'est pas sûr vu l'automatisation croissante dans le secteur des grandes surfaces), c'est de toute façon au détriment des emplois dans les petits commerces de centre-ville. Un étude intéressante menée sur les magasins Wal-Mart montre qu'en fait les ouvertures de tels magasins réduisent globalement l'emploi dans le commerce de détail.

Dans la réflexion sur la ZAC du Brochet, non seulement il ne faut pas se laisser éblouir par une éventuelle création d'emplois (de toute façon limitée puisque les Hyper U, Bricomarché, Norauto et Gémo existent déjà à Vallet), mais il faut même s'interroger sur une éventuelle perte d'emplois avec l'arrivée de d'autres enseignes pour remplir les 17 hectares de ce retail-park.

Pages 167-168 du rapport « Inscrire les dynamiques du commerce dans la ville durable »

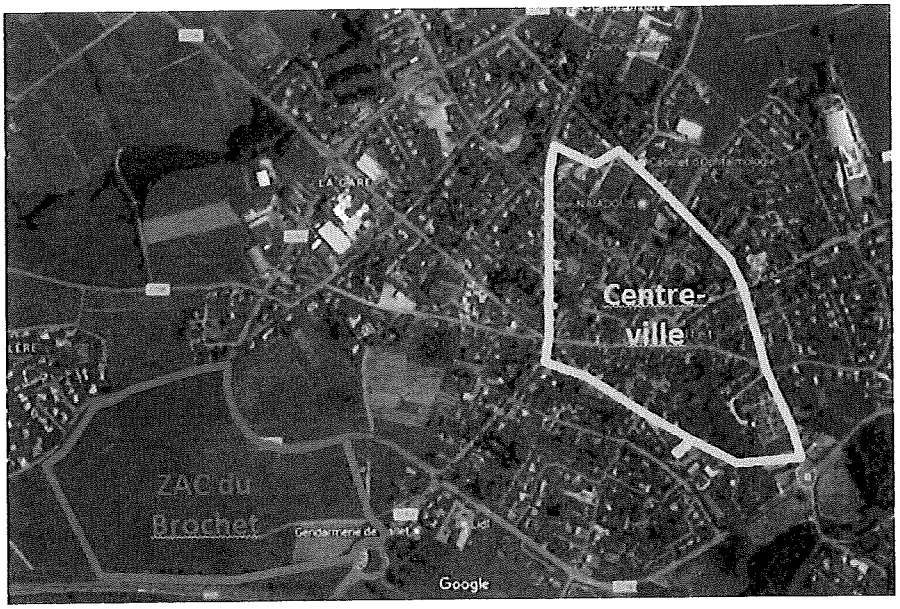
En période de chômage élevé et d'activité économique atone, l'argument de la création d'emplois est régulièrement mis en avant par les porteurs de nouveaux projets commerciaux. Dans des secteurs comme la construction et le BTP, ces chantiers sont bénéfiques, puisqu'ils permettent de pourvoir un certain nombre de postes pendant la durée des travaux.

Les conséquences vertueuses des implantations commerciales en matière d'emplois doivent cependant être nuancées. Tout d'abord, les distributeurs adoptent de plus en plus un mode de gestion basé sur une rationnalisation des procédés comme des effectifs qui rompt singulièrement avec le fonctionnement traditionnel du commerce indépendant. Comme le note Philippe Moati, "la grande distribution procède à la transposition dans le monde du commerce des leviers mis à l'oeuvre dans l'industrie : exploitation systématique des économies d'échelles (au niveau des points de vente comme à celui du réseau de magasins), substitution du capital au travail, déqualification du travail[265]". Ce mode d'organisation permet le remplacement de la main d'oeuvre par le client lui-même. On en voudra pour preuve le recours croissant aux caisses automatiques.

De plus, l'emploi doit être considéré à une échelle plus large que celle de l'équipement, par exemple à l'échelle du bassin de vie. Si une nouvelle implantation commerciale génère des emplois, cela ne doit pas occulter les conséquences qu'elle a en-dehors de l'opération. Ainsi, si la mise en exploitation d'un nouveau centre commercial ne s'accompagne pas d'une croissance de la consommation ou d'une diversification de l'offre, elle introduit un phénomène de concurrence qui peut fragiliser l'activité et l'offre préexistantes. Par un système de vases communicants les nouveaux emplois sont susceptibles d'être créés au détriment d'emplois préexistants. Il ne s'agit donc pas d'une création brut, mais d'un transfert ou de destructions d'emplois qu'il est difficile de mesurer. Cependant, en 2005, une équipe de recherche constituée de D. Neumark, J. Zhang et S. Ciccarella s'est intéressée à l'impact de l'implantation du géant de la grande distribution Wal-Mart sur le marché de l'emploi local. Leur étude conclut qu'en moyenne, les ouvertures de magasins Wal-Mart réduisent l'emploi dans le commerce de détail : chaque emploi salarié créé par le groupe engendre la destruction d'1,4 emplois en moyenne dans le reste du secteur !

e) Les difficultés à encadrer l'urbanisme commercial

Le rapport laisse une large place aux difficultés rencontrées pour contenir le développement commercial, en particulier avec l'inefficacité des SCoT dans un contexte de concurrence des territoires (ce qu'on observe entre Vallet et Clisson, en particulier pour le secteur commercial). Le fait que le DACOM (objet de cette enquête publique) soit censé limiter l'étalement urbain est tout simplement une blague si il définit une zone de 17 hectares (équivalent à la surface de tout le centre-ville de Vallet!!!) avec des règles inefficaces (400 m²) et des limites qui n'en sont pas (90000 m² de surface de plancher alors que „seuls“ 48994 m² sont prévus) pour limiter le développement de grandes zones commerciales !



On remarque une phrase très importante dans le rapport: „Il faut aussi indiquer que les grandes enseignes disposent de conseils juridiques avertis qui analysent les SCoT et en exploitent les failles“.

Pour le retail-park du Brochet, cela va même plus loin: c'est Hyper U qui initie les modifications du SCoT qui lui conviennent ! Car c'est bien l'aménageur de la ZAC du Brochet qui murmure à l'oreille de M. Perrouin quand celui-ce demande la mise en compatibilité du SCoT au projet du Brochet. Et qui est l'aménageur? C'est justement l'Hyper U (associé à Jeulin pour former la SNC le Brochet) qui par ailleurs empêche le Leclerc de Clisson de développer sa zone (voir ci-joint l'avis défavorable de la CNAC suite au recours déposé par le Hyper U de Vallet).

Pages 29-30 du rapport « Inscrire les dynamiques du commerce dans la ville durable »

Les difficultés à établir et maintenir une gouvernance locale forte

L'existence de structures intercommunales et d'outils de planification tels que SCoT et PLUi qui seront évoqués ci-après, aussi nécessaire soit-elle, ne suffit pas si les conditions d'une gouvernance forte et stable ne sont pas assurées pour gérer dans le temps long des évolutions urbaines souvent complexes et pour construire un dialogue et organiser un partenariat équilibré avec les opérateurs. Ce niveau de maîtrise des enjeux urbains est difficile à atteindre et à maintenir, non seulement pour les villes moyennes mais aussi, pour des villes plus importantes ; ces dernières peuvent être capables de réussir l'intégration d'un projet commercial donné mais rencontrent davantage de difficultés pour suivre une stratégie de long terme.

Le cas de Metz est intéressant, d'autant que cette ville bénéficie d'une politique urbaine et environnementale robuste. Elle a longtemps connu un centre-ville commerçant très animé dont le rayonnement a su se maintenir malgré la crise de la sidérurgie lorraine. Le cœur historique et commercial de la ville, bénéficiant de nombreux atouts urbains et patrimoniaux, reste dynamique mais manifeste pourtant des signes de plus en plus nets de fragilité, alors que les grandes zones commerciales périphériques voient encore l'arrivée de nouveaux projets. L'ouverture de Waves, un *retail park* de 40 000 m²[42] au bord de la vaste zone commerciale Actisud[43] a augmenté l'offre périphérique, au lieu d'être l'occasion du lancement d'un grand projet de restructuration et de requalification de ce secteur périphérique qui aurait pu intégrer la réutilisation d'une base militaire voisine désaffectée. On observe, dans ce cas, une difficulté de gouvernance de ce vaste territoire périphérique dépendant de plusieurs EPCI : l'intercommunalité messine n'a pas été en mesure d'initier une démarche globale impliquant la création d'une structure adaptée pour piloter le devenir d'Actisud avec l'intercommunalité voisine. Par ailleurs, le projet Muse[44] en cours de réalisation sur une friche proche de la gare et du centre Pompidou peut, quant à lui, être qualifié de plus central et cohérent avec le développement d'un grand quartier mixte sur une friche urbaine ; mais sa prochaine ouverture, alors que le programme du nouveau quartier n'en est qu'à ses débuts de réalisation, ne pourra être sans effet sur les commerces du centre historique de la ville.

1.4.2. Le dispositif de régulation demeure insuffisamment efficace en dépit des améliorations législatives récentes.

Le dispositif législatif a fait l'objet d'évolutions successives. La volonté de réguler l'offre commerciale en limitant le développement de grandes surfaces périphériques fragilisant les petits commerces des centres-villes a prévalu depuis la loi Royer (1973) jusqu'à la loi LME (2008)[45]. Mais la traduction concrète de cette volonté a été limitée par des pratiques locales, souvent marquées par la concurrence entre communes et l'émiettement des compétences d'urbanisme, alors que la planification territoriale était encore trop faiblement développée au travers des SCoT.

Pages 34-35 du rapport « Inscrire les dynamiques du commerce dans la ville durable »

1.4.3. La planification territoriale peine à intégrer et à encadrer effectivement l'urbanisme commercial

Les outils de planification constituent un ensemble référentiel fondamental mais qui comporte des limites liées notamment à des questions de gouvernance et de périmètre.

Les schémas de cohérence territoriale (SCoT) définissent des objectifs et des orientations portant sur l'aménagement des territoires et l'usage des sols. Les équipements commerciaux font normalement partie des thèmes à traiter dans ces documents, mais les modalités de cette prise en compte ont évolué au fil des textes successifs, en même temps que le régime des autorisations. Pour limiter l'étalement urbain, les lois « Grenelle » ont introduit dans le SCoT un document d'aménagement commercial (DAC) permettant de cadrer le développement des équipements commerciaux en les cantonnant dans des secteurs appelés zones d'aménagement commercial (ZACom). L'application de ce dispositif a été délicate, pouvant conduire, soit à des orientations trop floues et inopérantes, soit au contraire à des prescriptions trop précises et tout aussi inopérantes parce qu'attaquables en droit, comme l'a montré un contentieux concernant l'agglomération de Bordeaux (CE, 12 décembre 2012, *Société Davalex*) qui rappelle que la relation entre SCoT et PLU ou autorisation d'urbanisme est une relation de compatibilité, et non de conformité.

Cette jurisprudence fait partie, avec les risques d'infraction aux règles de libre concurrence, des éléments qui ont conduit le législateur à supprimer le DAC, puis à réintroduire dans les SCoT un document facultatif, le document d'aménagement artisanal et commercial (DAAC). L'examen de quelques SCoT d'élaboration ou de révision récente[53] révèle la diversité continue des interprétations et des pratiques qui n'est pas de nature à clarifier la doctrine et à stabiliser la méthodologie. Il faut aussi indiquer que les grandes enseignes disposent de conseils juridiques avertis qui analysent les SCoT et en exploitent les failles.

Ajoutons qu'une grande partie des SCoT existants couvrent des superficies insuffisantes et ont souvent donné lieu à des périmètres concurrentiels ou défensifs, opposant centre et périphérie ou des périphéries entre elles. De plus, au sein même de leur périmètre, des situations de concurrence entre communes peuvent persister. Dans la mesure où le SCOT ne repose pas toujours sur un périmètre de bassins de vie ou de bassins d'emploi mais résulte encore parfois de constructions politiques ou affinitaires, il lui est difficile, voire impossible de prendre en compte les conséquences de l'implantation d'un

équipement commercial à vocation plus large que la satisfaction des besoins des populations incluses dans le périmètre du SCOT.

Les plans locaux d'urbanisme (PLU) sont des documents opposables qui définissent des orientations mais aussi des prescriptions précises déterminant le droit des sols, y compris en matière de commerce. La prise en compte du commerce selon une approche différenciée n'est pas exempte de difficultés et de risques. Mais depuis le décret relatif au nouveau règlement type du PLU, entré en vigueur le 1er janvier 2016, la commune ou l'EPCI peuvent définir des prescriptions fines selon les secteurs, par exemple en privilégiant le commerce de détail plutôt que d'autres types d'occupation qui contribuent moins à la dynamique d'une centralité ; à l'inverse, les implantations commerciales peuvent être interdites dans d'autres zones du PLU.

Alors que les SCoT sont des documents de stratégie et d'orientation dont il apparaît difficile de faire des outils prescriptifs de niveau détaillé, il importe de trouver les moyens de les renforcer et de s'appuyer complémentairement sur les PLU pour encadrer précisément des périmètres d'implantation commerciale et, en partie au moins, la nature des commerces autorisés dans ces périmètres. Toutefois, seuls des plans locaux d'urbanisme intercommunaux (PLUi) intégrant, en compatibilité avec les ScoT, la problématique commerciale peuvent permettre un équilibre concerté du développement des équipements commerciaux entre les territoires d'un même bassin de vie, sous réserve d'un périmètre adapté. En effet, le périmètre des PLUi, voire de certains SCoT, peut être insuffisant pour prendre en compte la zone de chalandise, essentielle pour aborder la question du commerce, et nécessiter un cadrage à une échelle plus large.

A ce jour, les PLUi ne sont pas encore en vigueur dans une grande partie des territoires mais leur développement progresse. On relève donc les difficultés à produire rapidement et partout des documents pertinents et efficaces alors que les dynamiques commerciales évoluent vite. La complémentarité entre SCoT et PLUi est toutefois prometteuse, surtout si les documents d'urbanisme de différents niveaux et de territoires adjacents peuvent s'appuyer sur une vision stratégique cohérente et partagée à l'échelle des régions et des aires métropolitaines ou urbaines.

Vu les conséquences catastrophiques que de tels retail-parks ont sur les centres-villes avoisinants, il est inimaginable que le SCoT soit ainsi modifié sans plus de réflexion et pour seulement permettre aux enseignes de faire ce qu'elles veulent sur les 17 hectares sacrifiés.

C'est aussi le consommateur qui doit être inquiet de cette modification du DACOM puisque avec ce retail-park, le Hyper U de Vallet installe définitivement un monopole commercial qui n'est malheureusement pas à l'avantage du consommateur. Car il faut rappeler que c'est Hyper U, par l'intermédiaire de la société SNC le Brochet (aménageur de la ZAC), qui est propriétaire des 17 hectares de la ZAC et décidera quelles enseignes pourront s'installer … ou pas. Sur ce point, la notice explicative (page 29) mentionne que « la CCSL donne son avis sur la commercialisation de la zone et sur les projets qui sont présentés ». Ceci correspond effectivement à ce qui est prévu par le traité de concession mais :

- ceci concerne **uniquement les cessions de terrains et non pas les mises en location** : les terrains qui sont seulement loués (comme c'est le cas sur la zone commerciale actuelle pour Gémo, Bricomarché et Norauto) ne feront l'objet d'aucun contrôle de la CCSL

Communauté de Communes de VALLET — 20 février 2014
Concession d'aménagement ZAC du Brochet

ARTICLE 19 - MODALITES DE CESSION, DE CONCESSION OU DE LOCATION DES TERRAINS

Les biens immobiliers, bâtis ou non bâtis, acquis ou pris à bail par le *CONCESSIONNAIRE* font l'objet de cessions, de concessions d'usage, de locations ou de remises au profit soit des constructeurs, soit des collectivités publiques, des établissements publics groupant plusieurs communes ayant compétence pour en assurer la gestion, des concessionnaires de services publics ou des associations syndicales ou foncières intéressées.

19.1 Agrément de la Collectivité concédante

Afin de s'assurer du respect du programme prévisionnel des constructions, le *CONCESSIONNAIRE* devra notifier à la Communauté de Communes de VALLET en vue de recueillir son accord exprès :

- ✓ le nom de l'acquéreur
- ✓ le nom de l'enseigne pressentie
- ✓ une description du programme de construction
- ✓ le prix de cession

Cet accord sera valablement donné par écrit par le Président de la Communauté de Communes ou son délégué après consultation du comité de pilotage dans un délai de 45 jours à compter de la notification de la demande.

En cas de désaccord, la décision du Président ou de son délégué devra être motivée.

Chaque année, le *CONCESSIONNAIRE* informera le *CONCEDANT* des cessions intervenues pendant l'exercice écoulé et des conditions de cessions.

19.2 Cahier des Charges de cession de terrains

Les modalités de cession, de location ou de concession d'usage des terrains et immeubles bâtis aux constructeurs seront définies par un cahier des charges qui

- pour les cessions, **Hyper U doit d'abord donner son accord** (voir ci-dessous les statuts de la SNC le Brochet) et ce n'est qu'après que la CCSL donne son avis. En aucun cas, la CCSL ne peut demander à ce que telle ou telle enseigne achète un lot sur ce retail-park pour diversifier l'offre.

ARTICLE 2 – OBJET

La Société a pour objet l'aménagement et la commercialisation par tous moyens, directs ou indirects, de la Zone d'Aménagement Concertée dite ZAC du Brochet à VALLET (Loire Atlantique) et la participation, directe ou indirecte, à toutes activités ou opérations commerciales ou financières, mobilières ou immobilières, sous quelque forme que ce soit, dès lors que ces activités ou opérations peuvent se rattacher, directement ou indirectement, à cet objet social.

ARTICLE 3 – DENOMINATION

La dénomination sociale de la société est : LE BROCHET.

Dans tous les actes et documents émanant de la société et destinés aux tiers, cette dénomination doit être précédée ou suivie immédiatement des mots « Société en nom collectif ».

Dans tous actes et documents émanant de la société et destinés aux tiers, le nom commercial doit, une fois au moins, être précédé ou suivi de la dénomination sociale et des mots « Société en nom collectif ».

ARTICLE 6 – APPORTS

Les soussignés font à la Société les apports en numéraire suivants :

- la société JADCO INVEST apporte à la Société la somme de MILLE EUROS (1 000 €uros),
- la société CJV DISTRIBUTION apporte à la société la somme de MILLE EUROS (1 000 €uros),

soit au total une somme de DEUX MILLE EUROS (2 000 €uros), qu'ils verseront dans la caisse sociale de la société à la demande de la gérance.

16.2. POUVOIRS

Dans les rapports avec les tiers, les pouvoirs du ou des gérants sont les plus étendus pour agir en toute circonstance au nom de la Société, sous réserve des pouvoirs que la loi attribue expressément aux associés.

En cas de pluralité de gérants, chacun d'eux, pris séparément, est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir au nom de la Société.

Cependant, à titre de limitation de pouvoirs, le ou les gérant(s) ne pourra, sans y avoir été préalablement et expressément autorisé par décision collective ordinaire des associés conclure les actes ou prendre les décisions suivants :

* acquisition ou cession d'actifs immobiliers, de fonds de commerce ou d'éléments incorporels de fonds ;
* création de sociétés ou apports à des sociétés constituées ou à constituer ;
* adhésion à tout groupement d'intérêt économique ou à d'autres organismes pouvant entraîner la responsabilité solidaire et indéfinie ;
* acquisition ou cession de participations en capital dans toute société, que les titres donnent un accès immédiat ou différé au capital ;
* prise ou mise en location-gérance de fonds de commerce ;
* prise ou mise en location de biens immobiliers ;
* suspension ou arrêt d'une activité ;
* souscription d'emprunts supérieurs à 15 000 €uros ;
* constitution de sûretés réelles sur les actifs sociaux ;
* octroi de cautions, avals ou garanties;
* investissements non prévus au budget;

ARTICLE 20 – DECISIONS COLLECTIVES ORDINAIRES

Les décisions ordinaires sont toutes celles qui n'entrent pas dans le champ d'application des décisions extraordinaires, notamment les décisions sur l'approbation des comptes annuels et la fixation des dividendes à distribuer.

Sous réserve d'autres conditions prévues par la loi ou les statuts, les décisions ordinaires sont prises à la majorité en nombre des associés représentant plus de la moitié des parts sociales.

La stratégie d'Hyper U est d'ailleurs clairement retranscrite dans la notice explicative (page18) : « la création d'un nouvel établissement également à dominante alimentaire, risquerait de rompre l'équilibre commercial, et ne pourrait être acceptée dans le périmètre de la ZAC du Brochet ». Cette phrase, qui écarte tout concurrent de Hyper U et est contraire au principe de libre-concurrence, va-t-

elle aussi être inscrite au SCoT ? La modification du SCoT ne concerne-t-elle vraiment que le DACOM ? Ou le SCoT va-t-il aussi contenir cette interdiction de concurrence pour le Hyper U ?

Le projet de ZAC du Brochet est entièrement initié par le Hyper U de Vallet. Aucune étude indépendante n'a été faite pour vérifier en quelle mesure le site de la zone actuelle est véritablement saturée. Si l'hypermarché construit il y a plus de 30 ans ne répond plus aujourd'hui à l'attente des consommateurs, c'est au propriétaire de l'actuelle zone commerciale de faire les travaux nécessaires pour le moderniser La notice explicative (page 16) note que l'« impossibilité d'extension risque d'obliger certaines enseignes à disparaitre sans qu'aucune solution sur la commune ne s'offre pour les accueillir. » De quelles enseignes s'agit-il concrètement ?

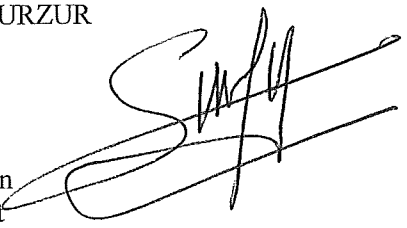
La notice explicative (page 16) reprend l'idée que « cette option de transfert est la seule permettant de garantir la pérennité de toutes ces enseignes sur le long-terme ».

- Tout d'abord ce n'est pas un transfert puisqu'il s'agit de multiplier par 6 la surface de plancher commerciale des GMS (90000 m² de surface au plancher inscrit au DACOM alors qu'il y a actuellement 15309 m² de plancher commercial à Vallet, voir carte page 29)
- Et surtout ce n'est pas la seule option puisque la construction d'un parking aérien permettrait tout autant de libérer la surface du parking actuel (environ la moitié du site actuel, voir vue satellite page 14) pour que les enseignes puissent s'agrandir si nécessaire.

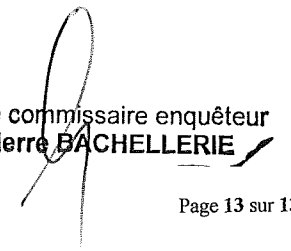
Ce parti pris d'aménagement serait beaucoup plus en phase avec l'objectif « zéro artificialisation » du département et de réduction des emprises foncières hors de l'enveloppe urbaine (voir avis de la Chambre d'agriculture). Ces deux avis montrent d'ailleurs bien toute l'ambigüité du problème d'artificialisation des sols : ils ne font aucune réserve sur l'artificialisation de 17 hectares de terres agricoles mais se disent vouloir être particulièrement attentifs sur la densification (voire même la renaturation ou la désartificialisation) de l'actuelle zone commerciale. On voit là qu'on prend le problème à l'envers et qu'il faut enfin poser des « actes forts pour la préservation des ressources naturelles et agricoles » (selon les mots du Département) : ne pas permettre l'installation d'un tel retail-park à l'entrée de Vallet et ne surtout pas laisser carte blanche à la grande distribution en modifiant le DACOM comme proposé lors de cette enquête. Le commerce de centre-ville sera très fortement impacté par ce projet qui fait de l'ombre à son développement. On le voit déjà aujourd'hui avec la frilosité des banques qui refusent des financements à cause du manque de visibilité sur l'avenir des commerces de centre-ville à cause de la ZAC du Brochet.

Veuillez recevoir, Monsieur le Commissaire Enquêteur, l'assurance de nos considérations distinguées.

Le Bureau de L'Association et son président. Monsieur Philippe SURZUR



Annexes :
1 – Courrier du 12 avril 2019 du maire de Vallet à notre association
2 – Réponse du 7 mai 2019 de notre association au maire de Vallet
3 – Chiffres du recensement de la population du Vignoble par l'INSEE
4 – Résumé du rapport de mars 2017 du CGEDD « Inscrire les dynamiques du commerce dans la ville durable »
5 – Article de LSA du 9 décembre 2014 « Les 5 villes françaises les mieux dotées en centres commerciaux selon CBRE. Le Havre championne. »
6 – Avis défavorable de la CNAC du 18 juillet 2019 suite au recours déposé par Hyper U de Vallet contre l'extension de la zone de Câlin (projet du Leclerc de Clisson)



Vu le commissaire enquêteur
Pierre BACHELLERIE