



Comprendre l'aménagement et l'urbanisme commercial

LES FICHES PRATIQUES

Fiche n°1



GOUVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Octobre 2020

commerce & ville & territoire

Le réseau Commerce, ville & territoire

Lancé en 2017, le réseau Commerce, ville & territoire est piloté par le Ministère de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales en lien avec le Ministère de l'Economie et des finances et l'Agence nationale de la cohésion des territoires.

L'intégration équilibrée des fonctions commerciales dans les villes et les bourgs, tant dans les centralités que dans les polarités secondaires, les franges ou les périphéries, constitue un défi pour les collectivités territoriales, les professionnels du commerce et de l'aménagement.

La transformation des périphéries commerciales et la revitalisation des centres sont des enjeux majeurs, face à l'augmentation de la vacance commerciale et dans un contexte de lutte contre l'artificialisation des sols.

Dans certains territoires, le développement commercial extensif peut entraîner une augmentation de la vacance commerciale, voire l'apparition de friches. Il contribue plus généralement à une surconsommation foncière, à une détérioration de la qualité des paysages et du cadre de vie.

Face à ces constats partagés, la nécessité de créer un lieu d'échange et de réflexion au niveau national s'est imposée.

Lieu de capitalisation, de réflexion et de diffusion de bonnes pratiques, ce réseau vise à faire dialoguer les acteurs opérationnels, privés et publics, de l'aménagement, de la ville et du commerce pour :

- ▲ construire une vision partagée de la place du commerce de demain dans l'aménagement des territoires ;
- ▲ ancrer des pratiques de travail porteuses d'innovation.

Le réseau Commerce, ville & territoire rassemble aujourd'hui plus de 950 membres, représentants de collectivités, d'enseignes, de foncières, de fédérations d'élus et d'acteurs du commerce, et de partenaires publics et privés de l'aménagement commercial.

Les fiches pratiques

Le réseau Commerce, ville & territoire est aussi un espace de ressources, à travers la production d'outils de connaissance à destination des collectivités et des professionnels de l'aménagement et du commerce.

Cette « fiche pratique » constitue la première d'un kit pédagogique à destination des acteurs de l'aménagement et du commerce, pour mieux comprendre les spécificités de l'aménagement et de l'urbanisme commercial, dans ses différentes dimensions : les enjeux du commerce dans l'aménagement des territoires, ses différentes composantes physiques (du foncier au local commercial jusqu'à l'occupation de l'espace public), l'ensemble de la chaîne d'acteurs, ainsi que les leviers d'action des collectivités dans un contexte de prise de conscience politique et d'une volonté d'agir pour mieux organiser et accompagner l'activité commerciale dans les territoires.

Cette première fiche pratique distingue les différentes composantes physiques d'un commerce : du foncier, à l'immobilier, en passant par le local commercial, l'enseigne, la vitrine, ou encore le stationnement et l'occupation du domaine public. L'ensemble de ces composantes physiques constituent autant de sujets de dialogue entre acteurs de l'urbanisme, de l'aménagement et du commerce, pour favoriser une insertion équilibrée des commerces dans les espaces urbains.

Le commerce dans l'économie

840 900 entreprises dont **517 400** dans le commerce de détail

3,55 millions d'emplois dont 74% en contrats longs (CDI, fonctionnaire)

1 420 milliards d'€ de chiffre d'affaire, 216 milliards de valeur ajoutée (hors taxe)

300 000 points de vente.

Le commerce emploie **20,1% des jeunes** de 15 à 24 ans

Le commerce dans les territoires

En 2017, **73 millions de mètres carrés** de surface commerciale en France, soit une densité commerciale de **1.09m²** par habitant

Taux de vacance en 2019 :
Centres commerciaux : **12,5%**
Zones commerciales : **8,5%**
Centre-Ville : **12,5%** (2012 : 7,2 % ; 2015 : 9,5 % ; 2018 : 11,9 %)

Une tendance à la concentration des commerces et au resserrement du tissu commercial. **Depuis 100 ans, la France a perdu la moitié de ses commerces**

L'urbanisme et l'aménagement commercial

910 projets examinés en Commission départementale d'aménagement commerciale (CDAC) en 2018, 786 ont donné lieu à des autorisations d'exploitation commerciale (**86%**)

Diminution de la surface moyenne par projet :

2 073m² en 2017, 1 850m² en 2018

65% des surfaces présentées en Commission nationale d'aménagement commerciale (CNAC) refusées

Les Français et le commerce : la crise du Covid 19, accélérateur de tendances à l'œuvre

Les personnes âgées d'au moins 65 ans représentent **20,5 %** de la population au 1^{er} janvier 2020, contre 20,1 % un an auparavant et 19,7 % deux ans auparavant.

Baisse du nombre de personnes par ménages : en moyenne 2,2 personnes en 2020, **23%** de familles monoparentales

Evolution des pratiques de consommation dans le secteur alimentaire :

En 2018, **70%** de la population a acheté au moins un produit issu de l'agriculture biologique au cours des 6 derniers mois, contre 44% en 1998. Marché des produits alimentaires biologiques : **+ 15,7%** en 2018 par rapport à 2017

Poids croissant du e-commerce par rapport aux magasins/à la vente physique : croissance des achats en ligne de plus de **10 à 15 % par an**, atteignant 92,6 milliards d'euros en 2018.

Baisse généralisée des CA des magasins selon le bilan annuel 2018 vs 2017. Centres-Villes : **-3.9%**, dont centres commerciaux de centres-villes : **5.1%** /// Périphérie **-3%**

Forte baisse de fréquentation des magasins : -2,5% en 2017 ; **-6,7% en 2018.**

Sources : DGE (2018) <https://www.entreprises.gouv.fr/fr/etudes-et-statistiques/chiffres-cles/chiffres-cles-du-commerce>

Procos (2017) <https://www.procos.org/images/procos/presse/2017/procos-conference-1017.pdf>

Insee (2020) <https://www.insee.fr/fr/statistiques/fichier/4318291/TEF2020.pdf>

AdCF (2019) Source 2019 : Procos https://www.adcf.org/files/NOTES-et-ETUDES/foncier_commercial_web.pdf

Institut pour la Ville et le Commerce (2017) : <https://www.institut-ville-commerce.fr/index.php/component/attachments/download/228>

CNAC (Rapport d'activité 2018) : https://cnac.entreprises.gouv.fr/files_cnac/files/cnac/rapport-activite-cnac-2018.pdf



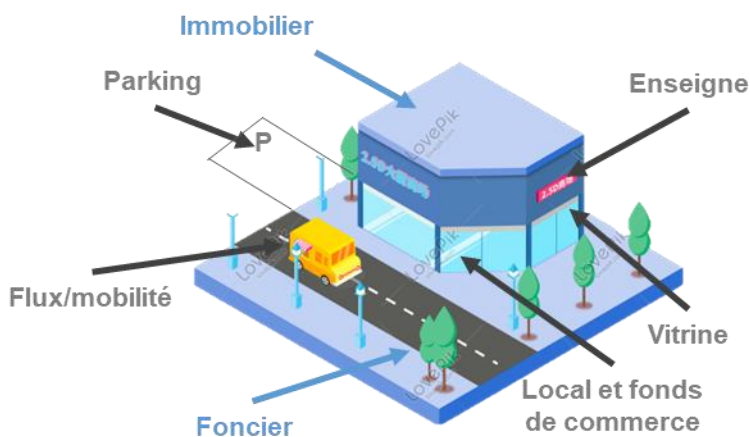


Du foncier au local commercial...

Les composantes physiques de l'aménagement et de l'urbanisme commercial

Pour agir sur l'aménagement et l'urbanisme commercial, bien comprendre les différentes composantes d'un commerce et ses spécificités est un préalable : le foncier (le sol), l'immobilier (les murs), les locaux commerciaux et le régime spécifique du bail commercial qui y est associé, mais aussi l'enseigne, le stationnement ou encore l'occupation du domaine public.

Du foncier au local commercial... Foncier et immobilier : de quoi parle-t-on ?



Le foncier (le sol) et **l'immobilier** (les murs), réglementés dans les documents d'urbanisme

Le **foncier** (les terrains constructibles, base de toute opération immobilière) et **l'immobilier** (immeuble, ou composé de biens immeubles) constituent des composantes phares de l'aménagement et de l'urbanisme et un levier stratégique pour les collectivités, par les règles qui s'y appliquent.

▲ **L'affectation des sols (zonage)** est réglementée dans les documents d'urbanisme qui relèvent de la compétence des communes ou intercommunalités, dans les plans locaux d'urbanisme (PLU/PLUi) et les schémas de cohérence territoriale (SCOT) qui définissent un projet pour le territoire. Les collectivités peuvent ainsi **favoriser ou au contraire limiter l'implantation de commerces dans certains secteurs urbains**, pour renforcer le commerce de proximité ou à l'inverse le limiter dans les secteurs résidentiels ou les secteurs productifs, en définissant des règles sur la **localisation** (polarités commerciales), les **surfaces de plancher maximales autorisées**.

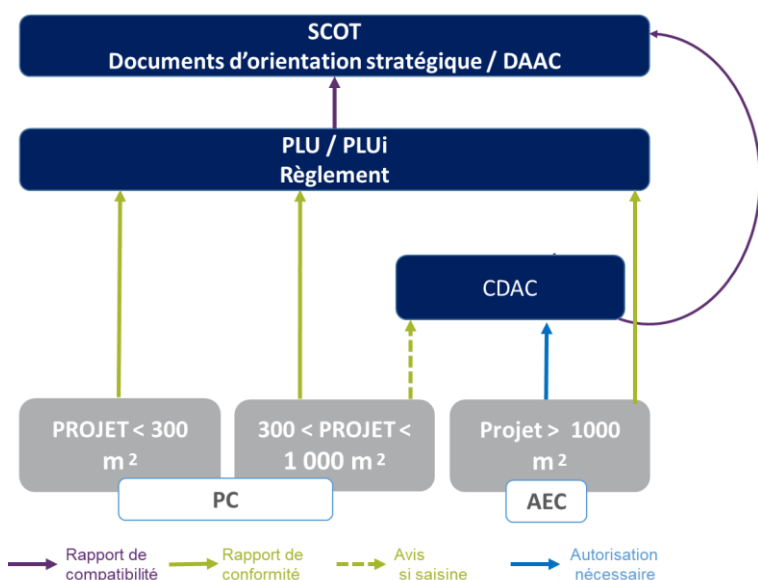
▲ **La destination des constructions (nature d'activité)** est également réglementée dans les PLUi. Pour le « **commerce et activités de services** », elle comprend **6 sous-destinations** : artisanat et commerce de détail, restauration, commerce de gros, activités de services où s'effectue l'accueil d'une clientèle, hébergement hôtelier et touristique, cinéma.

▲ **La qualité et l'insertion des constructions** peut également être favorisée dans les PLU et PLUi, à travers des règles sur la **volumétrie et l'implantation, la qualité urbaine, architecturale, environnementale et paysagère** (aspect des devantures, végétalisation), le **traitement environnemental et paysager** des espaces non bâtis et des abords des constructions ou encore le **stationnement**.

Zoom sur... LES SUP. Les bâtiments ou façades des commerces peuvent être soumis à des servitudes d'utilité publiques (SUP) relatives à la protection du patrimoine, à travers le plan de sauvegarde et de mise en valeur (PSMV) ou le plan de valorisation de l'architecture et du patrimoine (PVAP). Il s'agit par exemple de biens inscrits au patrimoine mondial (UNESCO), de monuments historiques inscrits ou classés, de sites patrimoniaux remarquables (SPR).

Ces règles s'appliquent lors de **l'instruction des demandes d'autorisation d'urbanisme** (permis de construire, déclaration préalable, permis de démolir), par les communes (sauf si la compétence a été déléguée aux intercommunalités).

Les projets de création ou d'extension de commerce de détail supérieurs à 1 000 m² de surface de vente sont également soumis à **une autorisation administrative d'exploitation commerciale** (article L752-1 du Code du commerce), qui fait l'objet d'un examen par les **Commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC)**, voire par la **Commission nationale d'aménagement commercial (CNAC) en cas de recours**. Lorsque le projet est soumis à permis de construire, le permis tient lieu d'autorisation d'exploitation commerciale dès lors que la demande a fait l'objet d'un avis favorable de la CDAC ou CNAC le cas échéant. En cas d'avis défavorable, le permis doit être refusé.

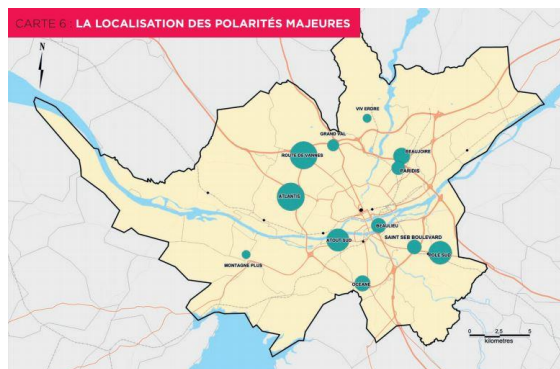


Selon l'article L 752-4 du Code du Commerce, la CDAC peut être saisie pour avis pour l'implantation d'un équipement commercial dont la surface de vente est comprise entre 300 et 1 000 m². Cette saisine est ouverte aux maires ou aux présidents des établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière d'urbanisme. La CDAC se prononce dans un délai d'un mois. En cas d'avis défavorable, le permis de construire ne peut être délivré.

La lutte contre l'artificialisation des sols et la préservation des espaces agricoles et naturels imposent une **gestion économe de l'espace**.

En matière de foncier commercial, l'optimisation, la mutabilité et le recyclage, ou encore la mutualisation constituent aujourd'hui des alternatives à la consommation d'espace à favoriser, notamment à travers les documents d'urbanisme.

Ces derniers permettent aux collectivités compétentes d'établir des règles pour **favoriser une implantation équilibrée des commerces tant en centre-ville qu'en périphérie, et au regard des autres fonctions, économique et productive notamment ou encore résidentielle**.



Le PLUm de Nantes limite le développement du commerce dans 12 polarités majeures entre 50 000 et 65 000 m² de surface de vente au total, dans le cadre d'une Orientation d'aménagement et de programmation (OAP).

Centre-périphérie, de fortes disparités des coûts fonciers et immobiliers

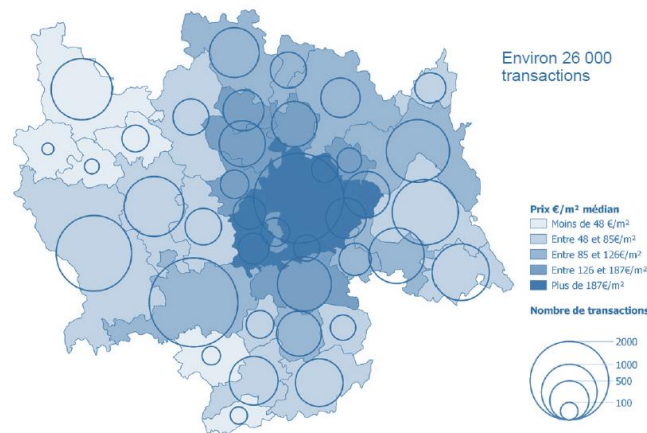
« **La vacance commerciale en centre-ville est liée aux choix d'implantation des entreprises et à des mécanismes fiscaux et fonciers.** » Jean GUIONY, ANCT, webinaire du réseau Commerce, ville & territoire, 24 juin 2020

Dans un contexte de gestion économe du foncier et de volonté de favoriser le renouvellement urbain de la ville sur elle-même, la réalisation d'un projet immobilier sur un foncier occupé est plus complexe et plus coûteuse.

En centre-ville, **l'inadaptation des locaux commerciaux** (morcellement propriété, taille inadéquate par rapport aux besoins), **la cherté du foncier et de l'immobilier**, ou encore **les contraintes réglementaires** (patrimoine) ou fonctionnelles (accessibilité) peuvent constituer des freins à l'implantation d'activités par rapport à la périphérie. **L'activation de leviers fiscaux peut permettre de soutenir le commerce de centre-ville**

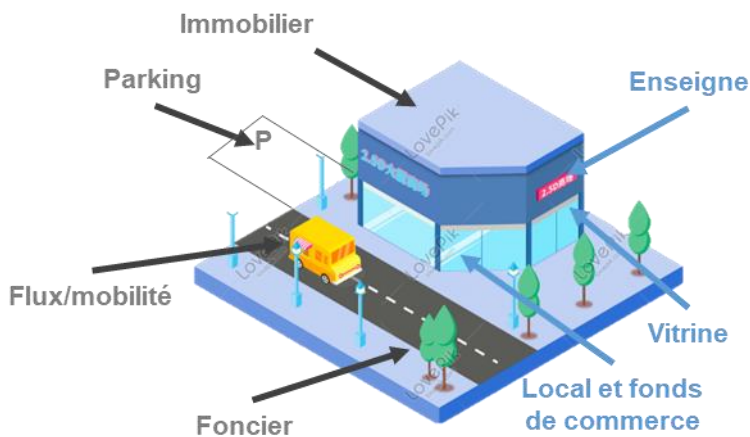
« **L'argent reste le nerf de la guerre : il faut une démarche globale et nationale d'incitation fiscale pour inviter les investisseurs à revenir en centre-ville, car il est toujours plus facile de développer un retail park en périphérie que d'acheter et de rénover un immeuble en centre-ville pour faire du logement et du commerce dans une ville patrimoniale** » Patricia YVORA, Directrice du développement économique et commercial, manager de centre-ville, Ville de Dax, webinaire du réseau Commerce, ville & territoire, 24 juin 2020

Volume et prix médian / m² des terrains à bâtir, par EPCI (2009-2015)



Source : DV3F, Cerema d'après DGFIP

« **La spéculation immobilière renchérit les loyers commerciaux et les charges, et favorise la constructibilité de terrains agricoles pour des activités ou des commerces périphériques : le coût de l'extension urbaine est moins élevé que le renouvellement urbain** » AdCF, Guide sur la revitalisation commerciale



Le local commercial est le local dans lequel s'exerce une activité commerciale et est exploité un fonds de commerce. **Le fonds de commerce**, qui peut appartenir à une personne morale ou physique, est constitué d'un ensemble d'éléments corporels (marchandises, matériel, mobilier, outillage, équipements...) et incorporels (clientèle, nom commercial, marque, droit au bail...).

- ▲ **Le bail commercial ou bail 3/6/9** : pour les locaux commerciaux, les baux sont soumis à un régime juridique protecteur particulier, relevant des articles L. 145-1 du Code de Commerce ainsi que des dispositions de Décret du 30 septembre 1953. Le contrat de bail est conclu pour 9 ans au minimum, avec la possibilité pour le locataire de donner congé à la fin d'une période de 3 ans. Si le montant initial du loyer n'est pas réglementé et est fixé librement, la révision du prix du loyer est soumise à des règles spécifiques. En cas de résiliation du bail, le bailleur doit payer une indemnité d'éviction au locataire.
- ▲ **Le bail dérogatoire, ou précaire**, prévu à l'article L. 145-5 du Code de commerce, est un contrat de courte durée (durée totale de 3 ans). Il permet au bailleur et au locataire de ne pas s'engager sur une longue période, alors que dans le cadre d'un bail commercial, la durée minimum d'engagement est de 3 ans. Ce bail n'est pas soumis aux règles applicables aux baux commerciaux. Le locataire ne bénéficie notamment pas du droit de renouvellement ou de l'indemnité d'éviction.
- ▲ **La convention d'occupation précaire** n'est pas soumise au régime des baux commerciaux, et permet qu'un droit d'occupation soit octroyé à un preneur par un propriétaire, en contrepartie d'une compensation financière modique. Elle a été consacrée par la loi Pinel, modifiant l'article L145-45-1 du Code de commerce. Elle doit être motivée par des circonstances exceptionnelles (cause objective fragilisant l'occupation des locaux).

Elle est particulièrement développée dans le cadre de l'urbanisme transitoire et permet l'accès à des locaux professionnels aux loyers très réduits, pour tester des activités commerciales, accueillir des activités productives (artisans), culturelles (artistes) ou relevant de l'économie sociale et solidaire, et qui ne peuvent pas accéder au marché immobilier classique.



Hôpital Saint Vincent de Paul - Dans l'attente des travaux de rénovation en futur quartier de la ville, les 3,4 hectares sont temporairement occupés par près de 150 associations.

Le domaine public peut également être occupé temporairement par un commerce, nécessitant une AOT (autorisation d'occupation temporaire).

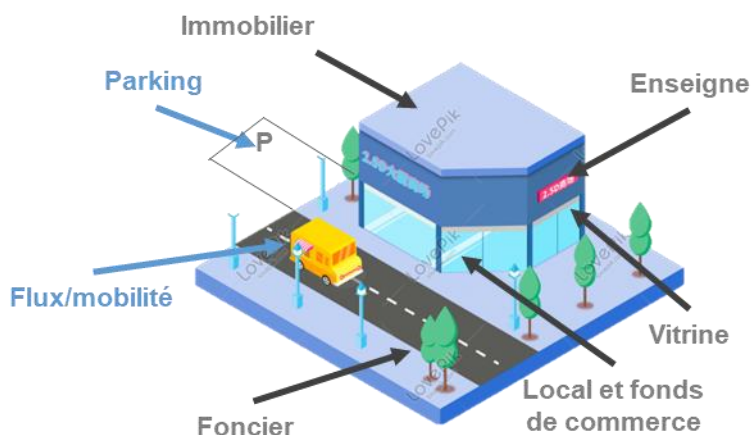
Le centre commercial, ou ensemble commercial selon l'article L752-3 du Code du Commerce, correspond à un ensemble de magasins réunis sur un même site, conçus dans le cadre d'une même opération d'aménagement foncier, bénéficiant d'aménagements pensés pour permettre à une même clientèle l'accès aux divers établissements, ou encore faisant l'objet d'une gestion commune pour certains éléments de leur exploitation. Ils peuvent être « situés ou non dans des bâtiments distincts », et « qu'une même personne en soit ou non le propriétaire ou l'exploitant »

L'enseigne identifie le local d'exploitation (boutique ou magasin), alors que le nom commercial identifie le fonds de commerce ou l'activité de la société, qui sert à l'immatriculation de l'entreprise au Registre du Commerce et des Sociétés (RCS).

Elle peut être installée en façade, sur une toiture, sur une clôture, sur un auvent ou une marquise, sur le garde-corps d'un balcon ou d'une fenêtre, scellée au sol ou directement sur le sol. Dans ces conditions, l'installation est libre. Une autorisation administrative préalable est nécessaire dans certaines zones où s'appliquent un règlement local de publicité (RLPi), ou des servitudes d'utilité publique (SUP). En l'absence de RLP(i), le Préfet est seul compétent pour l'ensemble des décisions individuelles en matière de publicités et d'enseignes.

Du foncier au local commercial...

Les mobilités : une composante physique majeure



Les commerces génèrent également des flux de mobilités des marchandises (logistique urbaine et livraisons) et des personnes (clients et salariés).

Le stationnement : pour répondre aux besoins de déplacement des clients, tout en limitant l'imperméabilisation des sols et en luttant contre la consommation d'espace, **l'encadrement de l'emprise au sol des surfaces de stationnement dédiées aux commerces dont les surfaces de vente dépassent 1000 m², a progressivement évolué.**

Depuis le 1^{er} janvier 2016 et suite à la loi Alur du 14 mars 2014, dans les permis de construire des bâtiments commerciaux, **la surface du stationnement ne doit pas dépasser les trois quarts de la surface du bâti** (pour 1,5 fois la surface bâti auparavant). L'objectif est de limiter les déplacements motorisés et de favoriser la compacité des parcs de stationnement (en ouvrage ou en souterrain).

Toutefois, les espaces paysagers en pleine terre, les surfaces réservées à l'autopartage et les places de stationnement destinées à l'alimentation des véhicules électriques ou hybrides rechargeables sont déduits de l'emprise au sol des surfaces affectées au stationnement. En outre, la surface des places de stationnement non imperméabilisées compte pour la moitié de leur surface. Les PLU et PLUi peuvent également augmenter ce plafond pour le fixer à un niveau compris entre les trois quarts et la totalité de la surface de plancher affectée au commerce.

Les constructions de nouveaux commerces de plus de 1000 m² soumises à une autorisation d'exploitation commerciale doivent par ailleurs intégrer « sur les aires de stationnement, des revêtements de surface, des aménagements hydrauliques ou des dispositifs végétalisés favorisant la perméabilité et l'infiltration des eaux pluviales ou leur évaporation et préservant les fonctions écologiques des sols » (art. L111-18-1 du Code de l'Urbanisme).

Les aires de livraison : L'aménagement des aires de livraison, destinées à effectuer des opérations de chargement et déchargement de marchandises ou de personnes, relève de la compétence stationnement des communes.

L'occupation du domaine public (trottoirs, places) répond à des conditions fixées par l'autorité administrative en charge de sa gestion, généralement la commune. Elle nécessite une **autorisation d'occupation temporaire (AOT) du domaine public**, qui prend la forme d'un arrêté, et entraîne le paiement d'une redevance : en effet, « toute occupation ou utilisation du domaine public d'une personne publique mentionnée à l'article L. 1 donne lieu au paiement d'une redevance » (CGPPP, 2125-1).

Zoom sur... Les mesures exceptionnelles et l'urbanisme tactique pendant l'épidémie de Covid-19 : diversifier l'usage des espaces publics et de stationnement

Depuis la fin du confinement, en vertu des mesures sanitaires imposées, les établissements de restauration et bars de leur territoire sont autorisés à **étendre leurs terrasses en profondeur, en largeur et/ou sous la forme d'une contreterrasse sur trottoir opposé** dans les rue piétonnes, dans une surface maximale du double de la surface initiale. Cet urbanisme tactique est une compétence de la Ville et toute extension doit faire l'objet d'un accord du service concerné, qui publiera un **arrêté municipal d'autorisation**. Les extensions peuvent être autorisées devant les commerces à compter de 19h le soir ainsi que les dimanches et jours fériés toute la journée si ceux-ci sont fermés.



Vacance commerciale

La vacance commerciale renvoie à l'**inexploitation d'un local commercial** (Insee : l'état d'un local commercial non exploité pour une durée indéterminée). C'est un sujet sensible et polémique, compte-tenu de l'absence de définition et de cadre.

Dans le rapport du Conseil général de l'environnement du développement durable (CGEDD) et de l'Inspection générale des finances (IFG) de 2016, elle est qualifiée comme un indicateur économique : « *la vacance commerciale évalue l'ajustement de l'offre de locaux d'un territoire à la demande* »

Comme le précise l'Institut pour la Ville et le commerce (IVC), la définition de la vacance commerciale varie d'un acteur à l'autre, selon le point de vue retenu (entrepreneurial, financier, aménagiste ou encore expérientiel), qui peut faire varier du simple au quadruple le taux selon la méthode de calcul retenu.

« *Il existe autant d'indicateurs de mesure de la vacance commerciale qu'il existe d'indicateurs de mesure du « poids » d'un point de vente* ». IVC, Repair Ville et commerce, mars 2020.

D'autres questions méthodologiques complexes s'ajoutent à ce problème de définition : la délimitation des périmètres d'observation (rue, ensemble commercial, centre-ville, hypercentre...), sa mesure dans le temps et notamment le temps long, ou encore la nature du phénomène de vacance (conjoncturel, structurel...).

Il s'agit d'une préoccupation croissante des acteurs de l'aménagement commercial et des collectivités, car au-delà des conséquences économiques, elles impactent l'équilibre des territoires.

Zoom sur... Les boutiques à l'essai

Lorsque l'on a un projet de commerce, il est parfois difficile de s'implanter : trouver un emplacement et solliciter des financements, s'engager sur un contrat de bail 3/6/9... Les boutiques à l'essai sont des initiatives permettant à des personnes souhaitant ouvrir un commerce de tester leur projet en dentition réelle pendant plusieurs mois, dans le cadre d'un aïl dérogatoire. Autre exemple, la SEMAEST a lancé un « testeur de commerce » à Paris depuis 2015. L'objectif est de permettre aux porteurs de projets de tester et de réajuster les projets si besoin, dans le but de le pérenniser. Ce « pop-up store » amélioré peut se louer entre quelques semaines et quelques mois, et accueille principalement des initiatives innovantes à impact positif.

Friche commerciale

Une friche commerciale correspond à une **vacance qui s'inscrit dans la durée**, qui varie dans la réglementation entre 2 et 3 ans.

« *Une friche est une destruction de valeur due au non-exercice de droits de propriété (mur, fond, sol). [Cela correspond à une perte d'actif pour le propriétaire, une perte d'activité pour l'exploitant, et une perte d'attractivité pour le territoire.]* » Pascal MADRY, Institut pour la Ville et le Commerce

Dans le cadre de la **taxe sur les friches commerciales que les collectivités peuvent choisir de mettre en place**, sont considérés comme friche comme « *les biens (...) qui ne sont plus affectés à une activité (...) depuis au moins deux ans au 1er janvier de l'année d'imposition et qui sont restés inoccupés au cours de la même période* » (Code général des impôts, art. 1530). Cette taxe à ces biens si « *l'absence d'exploitation des biens est indépendante de la volonté du contribuable* ».

Le **démantèlement d'une friche commerciale** est obligatoire après 3 ans de vacance : « *le propriétaire du site d'implantation bénéficiant de l'autorisation d'exploitation commerciale est responsable de l'organisation de son démantèlement et de la remise en état de ses terrains d'assiette s'il est mis fin à l'exploitation et qu'aucune réouverture au public n'intervient sur le même emplacement pendant un délai de trois ans.* » (Code de commerce, art. L752-1).

Dans les périmètres de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité, les commerçants et propriétaires ont l'obligation de déclarer la cession de baux et des fonds de commerce. La collectivité peut préempter sur ces périmètres.



Source : SEMAEST

Les grandes composantes physiques de l'aménagement commercial : aller plus loin

Cette page a vocation à proposer des ressources spécifiques pour chaque fiche pédagogique et plus largement les « fondamentaux » de l'aménagement et de l'urbanisme commercial.

Rapports et publications

- Le cadre légal de l'urbanisme commercial : Présentation des dispositifs juridiques, Mis à jour après promulgation de la loi ELAN, Assemblée des communautés de France (AdCF), avril 2019.
- Revitalisation commerciale : guide d'actions foncière à destination des collectivités, Assemblée des communautés de France (AdCF), en collaboration avec la SEMAEST et avec la contribution du réseau Commerce, ville & territoire (pages 66-70), octobre 2019. Analyser l'impact des projets commerciaux après la loi ELAN, Cerema, septembre 2020.
- Urbanisme commercial : une fiche sur les Commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC), Cerema, avril 2020.
- Les enseignements de l'appel à projets Repenser la périphérie commerciale, Ministère de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales, octobre 2020.
- Les dispositions de la loi ELAN dans l'urbanisme commercial, Ministère de l'Economie et des Finances et Ministère de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales, août 2019.
- Application des mesures issues de la loi ALUR en matière de limite des surfaces de stationnement des commerces, Ministère de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales, septembre 2018.

Sitographie

- Réseau Commerce, ville et territoire (CVT) : <https://www.cohesion-territoires.gouv.fr/reseau-commerce-ville-et-territoire>
- Agence nationale de cohésion des territoires (ANCT) : <https://agence-cohesion-territoires.gouv.fr/>
- Direction générale des entreprises (DGE) : <https://www.entreprises.gouv.fr/fr/la-direction-generale-des-entreprises-dge>
- Webinaire Observer la vacance et les dynamiques commerciales pour faire face à la crise, réseau Commerce, ville et territoire (CVT) : <https://www.dailymotion.com/video/x7vrpi3> (1/2), <https://www.dailymotion.com/video/x7vrpxk> (2/2)
- Institut pour la Ville et le commerce (IVC) : <https://www.institut-ville-commerce.fr/>

commerce & ville & territoire



GOUVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*