

Revitalisation commerciale des territoires

Nos propositions

Nos priorités

- **Garantir une équité fiscale entre tous les acteurs du commerce**, en remplaçant la fiscalité locale assise sur les surfaces de vente par une taxe applicable à toutes les formes de commerce et assise sur l'activité
- **Instaurer un crédit d'impôt investissement numérique ou un mécanisme de suramortissement**, applicable à tous les commerçants, indépendamment de leur structure juridique
- **Créer des périmètres de modernisation et de restructuration urbaine**, prévoyant des allègements d'obligations légales et réglementaires
- **Créer pour les locaux commerciaux de centre-ville un dispositif similaire à celui de la loi PINEL** sur les locaux d'habitation

Depuis plusieurs mois, la question de la revitalisation des commerces de centre-ville revient en force dans le débat public. Il est en effet urgent d'agir. La vacance commerciale, qui dépasse les 15 % dans de nombreuses villes françaises, est un signe parmi d'autres du décrochage de certains territoires, qui exige une action résolue des pouvoirs publics.

Les chiffres de la croissance annuelle du commerce confirment ce délitement : si elle est toujours positive (+1 % par an), elle est surtout tirée par la croissance du e-commerce (+ 14 % par an)¹, dont le chiffre d'affaires a dépassé la barre des 80 milliards d'euros en 2017.

Pour autant, gardons-nous des idées reçues : si la vacance commerciale moyenne en centre-ville est estimée à 11,7 %², elle atteint la même proportion en périphérie³. C'est donc l'ensemble des commerces, sur tout le territoire, qui est touché, et pas uniquement celui du centre-ville.

Il faut également rappeler la multiplicité des causes qui expliquent la désertification de nos centres villes : niveau trop élevé des loyers, fiscalité croissante, problèmes d'accès et de stationnement, logements vacants, faible préservation du patrimoine et du bâti, fuite des services publics et des professionnels de santé vers la périphérie, paupérisation...

De nombreuses villes petites et moyennes ont ainsi perdu leur attractivité, et la population qui y habitait s'est déplacée vers les métropoles, où se trouvent les emplois, ou vers les pôles périurbains, où elle peut se loger au confort attendu et à meilleur coût⁴.

¹ Fevad, [Bilan 2017 du e-commerce en France](#)

² Procos, http://abonnes.lemonde.fr/economie/article/2017/12/08/la-france-se-transforme-en-friche-commerciale_5226609_3234.html

³ Selon l'observatoire du commerce de CODATA, le [taux de vacance commerciale dans les centres commerciaux s'élève à 10% en 2016](#) alors qu'il est de 8,1 % en pieds d'immeuble

⁴ Insee, 2012, [Où vivent les familles en France ?](#)

La vitalité du commerce de centre-ville est ainsi souvent limitée aux grandes villes et aux zones touristiques, au détriment des villes moyennes non touristiques ou des bourgs plus isolés, moins dotés en termes de patrimoine, de tourisme et de niveau de vie de la population⁵. De même, selon une étude du cabinet de conseil Arthur Loyd⁶ (octobre 2017), **82 % des emplois créés entre 2009 et 2015 l'ont été dans les principales métropoles**. La fragilisation du commerce, en centre-ville comme en périphérie, peut en partie s'expliquer par cette fracture territoriale.

Si l'on souhaite agir pour nos commerces et nos territoires, il faut donc sortir des oppositions stériles et réfléchir aux véritables enjeux. Ce document propose ainsi des mesures adaptées à chaque situation, en fonction des besoins et des circonstances locales.

I. Revitaliser le commerce sur l'ensemble du territoire

Secteur majeur de l'économie, **le commerce représente aujourd'hui plus de 3,5 millions d'emplois, dont 3,1 millions de salariés, 885 000 entreprises et 1 443 milliards d'euros de chiffre d'affaires**. Indispensable à la société, il est présent partout, au cœur de nos territoires, des grandes métropoles aux centres-bourgs, en centre-ville comme en périphérie.

La révolution technologique en cours (e-commerce, numérisation des données, robotisation) et l'évolution des modes de consommation menacent cet équilibre et nécessitent des mesures appropriées pour favoriser le maintien du commerce dans nos territoires et son adaptation aux nouveaux besoins des clients.

1. Garantir une égalité des conditions de concurrence entre tous les acteurs du commerce

Depuis les années 1970, le nombre d'emplois dans le commerce physique n'a cessé d'augmenter (1,4 millions d'emplois salariés en plus entre 1970 et 2016), mais ces emplois sont aujourd'hui menacés par des acteurs qui profitent des marchés établis, des infrastructures et des biens communs tout en échappant en partie aux contraintes fiscales et réglementaires de ce système.

En effet, alors que le e-commerce connaît une croissance de 15 % par an et représente désormais près de 8 % des ventes de détail en France, il ne paye quasiment pas d'impôts locaux, contrairement au commerce physique qui, bien qu'il représente 3 à 5 fois plus de salariés à chiffre d'affaires équivalent, reste soumis à une fiscalité très lourde, assise principalement sur le foncier (taxe foncière sur les propriétés bâties, taxe d'enlèvement des ordures ménagères, contribution foncière des entreprises, taxe sur les surfaces commerciales, taxe locale sur la publicité extérieure...).

À titre d'exemple, depuis 2011, la taxe sur les surfaces commerciales (TASCOM), qui pèse sur l'ensemble des commerces de plus de 400 m², mais également sur les boutiques de moins de 400 m² appartenant à une même entreprise, a augmenté de 60 %, passant de 612 millions d'euros à 977 millions d'euros.

Mesures proposées

- **Garantir une égalité des conditions de concurrence entre tous les acteurs du commerce** en remplaçant la fiscalité locale assise sur les surfaces de vente par une taxe applicable à toutes les formes de commerce et assise sur l'activité, dont le produit serait réparti entre les collectivités locales en tenant compte notamment de la présence des commerces sur le territoire.
- **Mettre en place un dispositif permettant de garantir que tous les produits vendus sur les marketplaces** (espaces de ventes en ligne gérés par une plateforme d'e-commerce) **aux consommateurs français soient vendus TTC**.

⁵ Insee, 2016, *Le commerce de centre-ville : une vitalité souvent limitée aux grandes villes et aux zones touristiques*

⁶ <https://www.arthur-loyd.com/telecharger-livre-blanc/?livre=6&h=d6686c17932b04b8c512ce49ad38a662>

Les *marketplaces* collectent actuellement la TVA uniquement sur les produits dont elles sont propriétaires. Elles ne sont pas responsables des milliers de transactions effectuées par des vendeurs indépendants sur leur plateforme, ce qui entraîne de multiples fraudes à la TVA, avec une déperdition pour les finances de l'État et une distorsion de concurrence entre e-commerçants français et e-commerçants extra-communautaires. En effet, les vendeurs étrangers ne s'acquittent que des frais de douanes, contrairement aux vendeurs français qui s'acquittent de la TVA.

Deux mécanismes pourraient être envisagés :

- Soit obliger les *marketplaces* à collecter la TVA due par les e-commerçants étrangers opérant sur leurs plateformes. La collecte de la TVA devrait se faire sur l'ensemble des transactions ayant lieu sur la plateforme des *marketplaces*. Ces dernières se chargeraient ensuite elles-mêmes de refacturer la TVA aux marchands utilisant leur plateforme.
- Soit obliger les *marketplaces* à s'assurer que l'ensemble des produits proposés sur leurs plateformes soient vendus TTC, et mettre en place un mécanisme de sanctions en cas de non-respect de cette obligation, pouvant aller jusqu'au déréférencement automatique des vendeurs tiers ne respectant pas l'obligation de vendre leurs produits TTC.

➤ **Supprimer le coefficient multiplicateur pour le calcul de la TLPE appliquée aux enseignes.**

S'agissant des dispositifs non numériques, les enseignes peuvent – à surface et commune ou EPCI équivalents – être davantage taxées que les publicités, du fait de l'application d'un coefficient multiplicateur plus important (jusqu'à 4 x, alors qu'il n'est que de 2 x pour les publicités).

Les seuils sont également discriminatoires (pas de coefficient multiplicateur pour les publicités de moins de 50 m² alors qu'il est applicable pour les enseignes dès 12 m²). Par ailleurs, cette distinction enseignes/publicité ne se justifie pas du point de vue de la protection du cadre de vie.

2. Encourager l'omnicanalité du commerce pour lui permettre de s'adapter aux attentes des clients

À l'heure du numérique, les commerces physiques doivent s'adapter aux nouvelles attentes des consommateurs, qui veulent de plus en plus recevoir leurs produits et utilisent de plus en plus leur smartphone pour faire leurs achats à toute heure. Aujourd'hui, près de 80 % des clients, avant de se rendre en boutique, se renseignent sur Internet pour connaître les prix, les horaires, les promotions et autres⁷. Le commerce physique doit ainsi devenir omnicanal, c'est-à-dire être capable d'utiliser et de mobiliser tous les canaux de contact et de vente possibles entre lui et ses clients.

Il est donc aujourd'hui indispensable que les commerçants soient présents sur Internet et visibles par leur clientèle, que ce soit *via* les réseaux sociaux (Facebook, Instagram...) ou *via* un site Internet, précisant au minimum l'adresse et les horaires d'ouverture du magasin, et présentant l'activité et si possible les produits proposés.

Cette adaptation demande un investissement en temps et une montée en compétence, mais aussi des investissements financiers importants, notamment pour les commerçants indépendants.

Par ailleurs, alors que les clients peuvent acheter en ligne 24h/24 et 7 jours/7 et se faire livrer chez eux, parfois en moins d'une heure, les commerçants ne peuvent ouvrir librement leurs magasins le dimanche ou en soirée, sauf s'ils bénéficient d'un régime dérogatoire de droit ou géographique (zones touristiques internationales, zones touristiques, zones commerciales, gares...).

Enfin, le parc commercial français est vieillissant : de nombreuses zones d'activité commerciale situées en périphérie ont vu le jour il y a plus de trente ans. La plupart des magasins ont besoin d'être modernisés pour améliorer l'expérience shopping des clients. Or les opérations de modernisation nécessitent bien

⁷ Sondage IFOP, 2015 : http://www.ifop.com/media/poll/2968-1-study_file.pdf

souvent un agrandissement de la surface commerciale, ce qui nécessite de saisir la CDAC et d'appliquer aux bâtiments existants les contraintes de construction, notamment environnementales, imposées aux constructions nouvelles. Le coût administratif et financier du passage en CDAC décourage aujourd'hui la rénovation des magasins.

Mesures proposées

- **Instaurer un crédit d'impôt investissement numérique ou un mécanisme de suramortissement, applicable à tous les commerçants, indépendamment de leur structure juridique.**

Le commerce est de plus en plus connecté et omnicanal. Les commerçants doivent être visibles sur la toile pour faire venir les clients dans leurs points de vente. Pourtant de nombreux commerçants, surtout les indépendants, hésitent encore à investir dans le numérique, jugeant le retour sur investissement peu convaincant.

À l'instar du crédit d'impôt recherche qui a favorisé les investissements en faveur de l'innovation, ou encore la déduction exceptionnelle en faveur de l'investissement en vigueur entre avril 2015 et avril 2017, il est ainsi proposé de créer un effet levier pour les investissements en faveur de la digitalisation du commerce.

- **Assouplir les conditions de délimitation des zones commerciales (article R. 3132-20-1 du code du travail) permettant l'ouverture dominicale des commerces lorsque cela correspond à la demande des commerçants.**

Aujourd'hui, pour être qualifiée de zone commerciale, la zone faisant l'objet d'une demande de délimitation doit remplir les critères cumulatifs suivants :

- 1° Constituer un ensemble commercial au sens de l'article L. 752-3 du code de commerce d'une surface de vente totale supérieure à 20 000 m² ;
- 2° Avoir un nombre annuel de clients supérieur à 2 millions ;
- 3° Être dotée des infrastructures adaptées et accessibles par les moyens de transport individuels et collectifs.

La mesure proposée consisterait à assouplir cette réglementation.

D'une part rendre les critères alternatifs et non plus cumulatifs et remplacer la notion de surface de vente par celle de surface commerciale accessible au public afin de faire rentrer dans le champ les surfaces de restauration, de loisirs...

Ces assouplissements permettraient aux commerçants situés dans les centres commerciaux de grande taille de bénéficier de la possibilité de pouvoir ouvrir le dimanche si cela répond à leur demande et leurs besoins pour se développer.

D'autre part **de ne pas limiter le classement en zone commerciale aux seuls ensembles commerciaux**. Les centres villes non éligibles au classement en zone touristique pourraient bénéficier du classement en zone commerciale (au sens de l'article R. 3132-20-1) sous réserve du respect d'un nombre suffisant de cellules commerciales et d'un nombre annuel de clients. Cette mesure pourrait constituer un axe de travail dans le cadre de la revitalisation commerciale des centres villes.

Cette mesure contribuerait à maintenir des territoires commerciaux dynamiques, à l'heure du développement du e-commerce et de la livraison à domicile y compris le dimanche, en permettant aux commerces situés dans ces bassins de vie de bénéficier de la même flexibilité d'ouverture que les commerces situés dans des zones commerciales, et donc de pouvoir s'adapter aux flux de clientèle et aux attentes de la population locale.

- **Autoriser les commerçants à déroger à la limitation de l'ouverture dominicale jusqu'à 13h sur la base d'un accord collectif conclu avec les partenaires sociaux ou d'une décision unilatérale du chef d'entreprise approuvée par les salariés.**

Cette mesure donnerait une plus grande flexibilité d'ouverture aux commerçants afin de leur permettre de s'adapter aux attentes des clients. L'autorisation serait accordée sous réserve de conclusion d'un accord collectif ou d'une décision unilatérale de l'employeur sur les contreparties accordées aux salariés. Elle pourrait s'appliquer dans un premier temps à certaines zones géographiques (Métropoles et région parisienne).

- **Distinguer dans la réglementation applicable à la construction et à l'urbanisme les obligations pesant sur un cadre bâti existant et celles pesant sur un cadre bâti neuf, à l'instar de ce qui a été fait en matière d'accessibilité des ERP (établissements recevant du public) aux personnes handicapées.**
- **En cas de rénovation d'un commerce existant, autoriser l'extension de la surface de vente sans passage en CDAC, dans la limite d'un plafond de 15 % de la surface de vente précédemment autorisée.**
- **Supprimer dans la loi les règles relatives à la limitation des surfaces de stationnement en renvoyant aux documents locaux d'urbanisme ou à la CDAC (Commission départementale d'aménagement commercial) la fixation de ces obligations.**

L'article L. 111-19 du code de l'urbanisme, issu de la loi ALUR, stipule que la surface du stationnement des équipements commerciaux (dont les permis de construire ont été déposés après le 1^{er} janvier 2016) ne doit pas dépasser les trois quarts de la surface du bâti, avec des modulations possibles de ce ratio détaillées ci-après.

Cette limitation des surfaces de stationnement impacte particulièrement les commerçants dont l'activité ne peut s'exercer sans stationnement de proximité pour leurs clients.

Si la loi permet que le règlement du PLU impose un ratio différent, ce dernier ne peut dépasser un ratio de 1, soit une emprise de stationnement égale à l'emprise de la surface de plancher du commerce. La mesure proposée consisterait à laisser aux élus locaux ou à la CDAC la libre appréciation de ce ratio, qui pourrait ainsi dépasser le plafond actuel afin notamment de pouvoir tenir compte des contraintes locales de construction.

3. Favoriser la reprise et la transmission des commerces

Entre 2011 et 2015, près de 390 000 entreprises du commerce, hors défaillances, ont disparu, notamment faute de transmission. Ce phénomène touche en particulier les centres villes des villes moyennes, où de nombreuses boutiques restent vides, suite à la cessation d'activité des commerçants qui les exploitaient. Or une boutique qui reste vide pendant plusieurs années finit par perdre tout intérêt commercial et donc devenir inexploitable.

Mesures proposées

- **Étendre à la reprise d'entreprise les aides accordées aux créateurs d'entreprises**

Aujourd'hui, un certain nombre d'aides à la création d'entreprise peuvent s'appliquer à la reprise d'entreprise, mais ces aides ne sont possibles que si le repreneur crée une entreprise. À titre d'exemple, elles ne s'appliquent pas si le repreneur rachète la totalité des parts sociales de l'entreprise cédée.

Cette mesure permettrait de neutraliser la nature juridique de l'opération de reprise de l'entreprise pour faciliter l'accès aux aides et permettre ainsi au repreneur de bénéficier de sources de financement complémentaires pour son projet entrepreneurial.

➤ **Mettre en place un dispositif PME ascenseur social**

Ce dispositif viserait à encourager la reprise d'une entreprise par un salarié :

- incitation de l'entreprise à céder à un salarié via un abattement sur la plus-value de cession (comme pour les transmissions dans le cercle familial)
- incitation à investir dans une PME reprise par un salarié via un amortissement fiscal de cet investissement (comme pour les investissements dans les PME innovantes).

Le salarié en place est une personne compétente, qui a envie et intérêt à la poursuite de l'activité de l'entreprise, parfois plus que les héritiers eux-mêmes. Il est une personne de confiance vis-à-vis des interlocuteurs de l'entreprise (groupement ou société du même réseau de commerce, fournisseur, etc.). La reprise par ce salarié qui accède au statut d'entrepreneur peut être réfléchie, anticipée très tôt au moment de son recrutement comme un plan de carrière possible. Cette reprise assure non seulement la pérennité de la PME mais aussi le maintien de sa présence sur le territoire local.

Ce dispositif serait donc particulièrement utile dans les zones rurales, centres villes et centres-bourgs, marquées par une accélération de la vacance commerciale. Le coût de mise en place de ce dispositif pourrait être compensé par la disparition du dispositif ISF/PME, autre dispositif incitant à investir dans toute PME, même non reprise par un salarié.

➤ **Pérenniser les dispositions du Pacte Dutreil, en clarifiant notamment certaines dispositions sur l'engagement de conservation des titres.**

➤ **Étaler dans le temps le paiement des droits de mutation à titre onéreux ou gratuit dus par le repreneur d'un commerce**

Lors de la cession d'un commerce, l'acheteur doit régler des droits de mutation qui peuvent représenter jusqu'à 10 % du prix. Il est proposé d'étaler sur plusieurs années (entre 3 et 5 ans) le paiement de ces droits.

Cette mesure permettrait de libérer de la trésorerie pour répondre aux besoins de financements immédiats nécessaires au développement de l'activité au moment de la reprise du commerce et la mettre en adéquation avec les nouveaux usages des clients (digitalisation du point de vente, visibilité sur Internet, formation du personnel...).

II. Privilégier la revitalisation commerciale dans les zones fragilisées et les centres villes

La vacance commerciale est un phénomène global qui ne se limite pas aux centres villes, mais ces derniers ont la particularité de concentrer la plupart des maux : vacance de logements, dégradation du bâti, paupérisation de la population, carence de services publics, fuite des médecins, infrastructures inadaptées...

Parmi ces difficultés, le délitement du commerce reste le signe le plus visible de la dévitalisation des centralités urbaines, le nombre de boutiques vides atteignant dans certains territoires des chiffres alarmants, en hausse constante depuis quelques années, marquant un phénomène structurel durable voire irréversible.

Ces territoires particulièrement fragilisés nécessitent une action résolue des pouvoirs publics, justifiant des mesures spécifiques, ciblées et de mise en œuvre rapide, permettant sinon de résorber du moins de limiter ce phénomène, dans l'objectif de leur redonner avant tout une attractivité susceptible de faire revenir un flux de clients réguliers, préalable à une reprise effective.

Mesures proposées

➤ Créer des périmètres de modernisation et de restructuration urbaine

Le plan « Action cœur de ville », présenté en décembre 2017 par le ministre de la cohésion des territoires, prévoit la mise en place d'opérations de revitalisation de territoire (ORT), qui bénéficieront à une vingtaine de villes par an pendant cinq ans.

Le CdCF soutient cette mesure qui devrait permettre de répondre à de réels besoins en matière de financement, d'ingénierie et d'accompagnement de projet. Cependant ce plan, qui mobilisera 5 milliards d'euros de fonds publics, ne concernera qu'un panel limité et ciblé de centres villes de villes moyennes, alors que la dévitalisation touche l'ensemble du territoire, comme l'a rappelé une récente étude de l'Insee⁸.

Pour répondre aux besoins de revitalisation de certains territoires fragilisés économiquement et socialement, le CdCF propose ainsi de permettre aux collectivités territoriales la mise en œuvre de périmètres de modernisation et de restructuration urbaines, qui seraient complémentaires des ORT prévues par le plan « Action cœur de ville ».

Créés au niveau intercommunal, ils conduiraient à l'adoption d'un plan d'action élaboré et mis en œuvre en concertation avec l'ensemble des parties prenantes (acteurs publics et privés) du territoire concerné.

Ces périmètres ne seraient **pas limités aux centres villes des villes moyennes**, mais tiendraient compte des « bassins de vie ou d'emplois », dans lesquels a été identifié un besoin de revitalisation en matière de commerces mais aussi de services publics, de logement, de voirie... **Certaines mesures pourraient toutefois être mises en œuvre prioritairement dans les centres villes.**

Dans ces périmètres, **certaines obligations légales et réglementaires pourraient être allégées pour faciliter l'opération de revitalisation :**

- Droit de l'urbanisme et de la construction notamment au regard des contraintes imposées par la protection des monuments historiques ou de la mise en accessibilité des ERP.
- Urbanisme commercial. Dans ces périmètres, les projets d'implantation en centre-ville pourraient être exonérés de passage en CDAC ou alors uniquement ceux n'excédant pas un certain seuil de surface de vente (2 500 m²).
- Charges fiscales et sociales. **Les commerces situés et créés dans ces périmètres pourraient bénéficier d'allègements fiscaux**, tels que des exonérations ou des abattements de taxe foncière, de contribution économique territoriale, de taxe sur les surfaces commerciales, de droits de mutations, de taxe locale sur la publicité extérieure..., **et d'allègements sociaux pendant une durée limitée, afin d'accroître leur capacité d'investissement.**

À l'instar des « Lab » et autres pépinières d'entreprises en matière d'innovation, ces périmètres devraient **être des territoires d'expérimentation** permettant de tester des mesures spécifiques sur un périmètre, avant de les étendre à d'autres territoires.

Le cadre de ce dispositif serait défini par la loi qui préciserait :

- **Les conditions de création des périmètres.** Ces périmètres devraient être justifiés par un motif d'intérêt général et l'existence de circonstances locales, sur la base d'un diagnostic du bassin de vie portant notamment sur le tissu économique et social, le logement, les mobilités... et d'un programme d'actions réalisé au niveau de l'intercommunalité en concertation avec l'ensemble des parties prenantes, dont les commerçants.

⁸ Insee, *Commerces et inégalités territoriales*, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3152795?sommaire=3152833>

- **La gouvernance du plan d'actions.** La mise en œuvre de ces périmètres serait confiée à une structure exécutive intercommunale composée d'élus locaux et des représentants du commerce et du foncier (managers, promoteurs, associations de commerçants, bailleurs...) du territoire concerné.

➤ **Relever le seuil d'exonération d'autorisation d'exploitation commerciale pour les regroupements de surfaces sans création de m² supplémentaires.**

Actuellement, les regroupements de surfaces de vente de magasins voisins, sans création de surfaces supplémentaires, n'excédant pas 2 500 m² de surface de vente, ou 1 000 m² de surface de vente lorsque l'activité nouvelle est à prédominance alimentaire, ne sont pas soumis à une autorisation d'exploitation commerciale. Ces seuils pourraient être relevés pour faciliter la restructuration de l'appareil commercial et permettre ainsi la densification de l'offre.

➤ **Assouplir les règles relatives à la sécurité et à l'accessibilité des ERP pour les locaux commerciaux utilisés pour les boutiques éphémères destinées à tester une activité, en attachant le respect de ces règles au local et non à l'entreprise exploitant ce dernier.**

Cette mesure permettrait une remise à disposition du local plus rapidement. Elle se justifierait d'autant plus que ce type de local vise surtout à tester la viabilité économique d'un projet, ce qui implique des modifications moins importantes de structures. Seules les modifications substantielles dans l'aménagement du point de vente susceptibles de modifier les conditions d'accessibilité ou de sécurité devraient nécessiter une autorisation spécifique.

➤ **Créer pour les locaux commerciaux de centre-ville un dispositif similaire à celui de la loi PINEL sur les locaux d'habitation.**

L'une des difficultés des commerçants est de devoir faire face à des loyers très élevés. Cette mesure conduirait à disposer de locaux commerciaux à loyers inférieurs au marché et pourrait contribuer à revitaliser des zones commerciales fragilisées dans les centralités urbaines. Des exonérations d'impôts seraient accordées aux propriétaires qui investiraient en faveur de la construction de locaux commerciaux ou de rénovation de locaux commerciaux existants, en contrepartie d'un engagement de location à prix modéré.

➤ **Instaurer un dispositif de suramortissement pour les propriétaires réalisant des travaux de mise en conformité avec les règles d'accessibilité et de sécurité dans un local vacant ou devant être prochainement transmis dans le cadre d'une cessation d'activité pour cause de départ à la retraite de l'exploitant.**

Ce dispositif permettrait de déduire rapidement du résultat le coût des travaux de mise en conformité dans un local vacant, c'est-à-dire fermé au public depuis au moins deux ans.

Cette mesure serait de nature à permettre de lutter contre la vacance des locaux commerciaux dans les centralités urbaines et aussi à réduire les loyers commerciaux en développant l'offre de locaux disponibles. Dans le cas d'une cessation d'activité pour cause de départ à la retraite de l'exploitant, cela inciterait les commerçants à faire les travaux indispensables à la poursuite de l'activité, ce qui faciliterait la reprise du commerce et donc son maintien en activité.

➤ **Relever le seuil de déclenchement de la procédure d'AEC (autorisation d'exploitation commerciale) pour la réouverture au public d'un local commercial de centre-ville non exploité depuis 3 ans.**

La réouverture au public d'un local commercial de plus de 1 000 m² fermé depuis plus de 3 ans nécessite d'obtenir un avis favorable de la CDAC. Relever ce seuil (fixé actuellement à 1 000 m² de surface de vente) permettrait de répondre au besoin de revitalisation commerciale de certains territoires, en simplifiant et en accélérant la procédure de réouverture des cellules vides. Cette mesure contribuerait également à réduire l'artificialisation des sols en encourageant la réutilisation d'espaces existants.

➤ **Instaurer un régime fiscal de micro-foncière locale pour encourager l'investissement privé dans des locaux commerciaux en centre-ville**

Ces micro-foncières, dont le périmètre d'intervention serait limité aux opérations de revitalisation de territoire (ORT) du plan « Action cœur de ville » et aux « périmètres de modernisation et de restructuration urbaines », bénéficieraient d'un avantage fiscal de type PINEL ou d'une exonération d'IFI (impôt sur la fortune immobilière).

Cette mesure encouragerait ainsi les particuliers, attachés au développement économique de leurs communes, à investir des fonds propres dans des projets commerciaux de centre-ville.

➤ **Exclure du champ décisionnel de l'assemblée générale des copropriétaires les modifications apportées au local commercial (à l'intérieur ou à l'extérieur du local) ou à l'activité exercée dans les locaux situés en pied d'immeuble et nécessitant aujourd'hui un accord de la copropriété.**