

Paris, le 22 mars 2021

Eric Plat, Président de la Fédération du Commerce Coopératif et Associé (FCA)

Loi Climat et Résilience

L'article 7 qui prévoit que les règlements locaux de publicité pourront réglementer les publicités et enseignes situées à l'intérieur des vitrines constitue une atteinte au droit de propriété et à la liberté d'entreprendre des commerçants.

Les commerçants indépendants organisés en groupement coopératifs ou associés que nous représentons sont particulièrement préoccupés par l'article 7 du projet de Loi « Climat et Résilience » dont nous souhaitons la suppression.

Cet article, qui fait débat depuis déjà plusieurs semaines au sein des différentes fédérations représentatives du commerce, prévoit que les règlements locaux de publicité (RLP) pourront réglementer les publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial. Une telle mesure aura une incidence certaine pour de nombreux commerçants, déjà fortement impactés depuis maintenant plus d'un an par les différents confinements et mesures restrictives successives.

Une telle décision serait susceptible de porter une atteinte disproportionnée au droit de propriété et à la liberté d'entreprendre des commerçants, alors que certains d'entre eux ont déjà du mal à se projeter à moyen terme.

De lourds investissements déjà réalisés pour moderniser les vitrines dans le cadre de la revitalisation souhaitée des centres villes

Nous soulignons que de nombreux réseaux, les agences immobilières, les pharmacies et les opticiens par exemple, ont réalisé des investissements importants pour moderniser leurs vitrines en les équipant notamment d'écrans lumineux par nature peu consommateurs d'énergie et programmés pour respecter les obligations d'extinction nocturne.

La vitrine est pour le commerçant un outil d'attractivité de son enseigne et de ses marques, conçu de manière homogène à l'échelle nationale. La mise en place de règlements locaux de publicité sur les vitrines conduirait à une situation hétérogène rendant impossible cette démarche essentielle aux nombreux commerces organisés en réseau.

Cet article 7 s'avère totalement contradictoire à l'objectif de transformation numérique des commerces que l'Etat appelle de ses vœux, alors que différents plans de numérisation des commerces ont été initiés et que les commerçants sont depuis des mois fortement encouragés à développer des actions numériques et se réinventer.

Cet article est aussi en contradiction avec l'objectif non moins crucial de revitalisation des centres villes, une des priorités du Gouvernement au travers du Programme Action Cœur de Ville. Il est demandé aux commerces d'apporter du dynamisme et de la modernité pour rendre les centres villes plus vivants et attractifs, et ces vitrines tendent naturellement vers cet objectif.

En parallèle, le principe de non-artificialisation des sols inscrit à l'article 52 du même projet de loi connaît d'ailleurs une exception en cas d'insertion du projet dans le secteur d'intervention d'une opération de revitalisation du territoire (ORT). En limitant la possibilité de commercer par une immixtion du maire dans la sphère opérationnelle à chaque fois qu'une vitrine est visible de la voie publique (ce qui est sa nature), nous craignons qu'une telle mesure encourage les commerces à se déplacer dans les galeries marchandes a priori moins impactées.

Enfin, la technologie des vitrines évolue vers une numérisation de la relation client au travers des écrans dynamiques. Dans toute la sphère de la société civile, gares, administrations, associations... nous observons une augmentation du nombre d'écrans pour faciliter la diffusion, l'accessibilité et la mise à jour de l'information. Nous nous inscrivons en faux contre cette mesure qui va à l'encontre du progrès.

A cet effet, nous souhaitons la suppression de l'article 7 du projet de loi « Climat et Résilience » afin de maintenir la liberté d'entreprendre et de communiquer des commerces, déjà confrontés à de multiples difficultés ces derniers mois, des commerces obligés de s'adapter et se réinventer en permanence pour survivre et faire face à cette situation sans précédent.

CARTE D'IDENTITÉ DU COMMERCE COOPÉRATIF ET ASSOCIÉ



À propos :

Le Commerce Coopératif et Associé est le leader du commerce indépendant en France. Cette forme de commerce en réseau (points de vente, services, etc.) permet à des entrepreneurs indépendants de se regrouper et de mutualiser leurs moyens et leurs savoir-faire dans le but de mettre en place des actions et des outils communs. Propriétaires de leurs affaires ainsi que de leur réseau/enseigne, les chefs d'entreprise du Commerce Coopératif et Associé en sont les acteurs et les décideurs. En grande majorité, ces groupements sont organisés sous forme coopérative.

La Fédération du Commerce Coopératif et Associé (FCA) est l'instance représentative du Commerce Coopératif et Associé en France. Elle a pour mission de représenter, de développer et de promouvoir les groupements de commerçants, notamment auprès des pouvoirs publics. La FCA conseille ses adhérents, leur permet de développer des échanges d'expériences inter-groupements et accompagne également les réseaux/enseignes en création.

CONTACT PRESSE :

Jonathan Castagna // Responsable communication externe // tél : 01 53 95 15 61 // mail : jcastagna@fca-commerce-associe.fr