

Communiqué

Les acteurs du commerce et de la distribution, de la mobilité et du stationnement attaquent le décret article 40 de la loi APER sur la solarisation des parkings existants

Paris, 13 janvier 2025 – Bien que pleinement impliqués dans le déploiement des énergies renouvelables et engagés à y contribuer activement, les acteurs du commerce et de la distribution, de la mobilité et du stationnement sont cependant inquiets d'un cadre réglementaire qu'ils jugent irréaliste. L'Alliance du Commerce, le CdCF, la FACT, la FCA, la FCD, la FFF, la FMB, la FNMS, Mobilians, Perifem et Procos se mobilisent à nouveau et remettent en cause le décret article 40 pris par le gouvernement dans le cadre de la loi APER pour l'installation d'ombrières photovoltaïques sur les parkings existants. Ce nouveau recours contentieux devant le Conseil d'État vise à dénoncer une définition non conforme à l'esprit de la loi et une mise en application déconnectée de la faisabilité locale.

Pour rappel, la loi Climat impose l'installation de panneaux photovoltaïques sur les parkings et les toitures de plus de 500 m² pour les nouveaux bâtiments ou ceux faisant l'objet d'une rénovation lourde. La loi APER étend cette obligation aux sites existants avec une couverture de 50 % des parkings de plus de 1.500 m² et des toitures. Les deux décrets d'application contenant des dispositions similaires posent quatre problèmes principaux.

Une définition extensive de la surface à couvrir sur les parkings

Le décret propose en effet une définition qui englobe l'ensemble des surfaces des places de stationnement et des allées de circulation. Dans les faits, un parc de stationnement est pour moitié composé d'allées de circulation. Utilisées par les véhicules de secours, la logistique, voire pour l'accès à des équipements techniques, ces voies ne peuvent pas être couvertes. Ainsi, pour se conformer à l'objectif fixé par les lois Climat et APER, il faudra la plupart du temps couvrir l'intégralité des places de stationnement du parking. Les conséquences de cette définition extensive sont énormes. La couverture totale des places de parkings figera leur surface foncière pour plus de 20 ans interdisant notamment le renouvellement urbain, comme l'implantation de logements par exemple. De plus, cette couverture extensive conduira à produire plus d'électricité que nécessaire pour le site, sans tarif de rachat en dépassant le seuil du guichet unique.

Un décret ne permettant pas de faire coexister d'autres sources d'énergies renouvelables

Si ce décret autorise une production équivalente d'énergies renouvelables, il ne permet pas de faire coexister plusieurs sources d'énergies renouvelables, comme la géothermie. Or, la géothermie est une solution particulièrement pertinente, en l'occurrence une des rares solutions qui permette de stocker l'énergie produite.

Des délais d'application intenable

La loi APER prévoit un délai très court. Les enseignes et les propriétaires ne disposent que d'un délai irréaliste de 2 ou 4 ans, en fonction de la taille du parking pour couvrir 70 millions de mètres carrés de parc de stationnement. Les sites dont les parkings sont supérieurs à plus de 10.000 mètres carrés (soit les deux tiers de la surface totale des panneaux photovoltaïques à mettre en oeuvre) devraient se mettre en conformité d'ici 2026. Le décret tant attendu par la filière depuis plus de 18 mois n'a pas pris en compte ce report de publication pour proroger la mise en oeuvre de l'obligation. Or, imposer des délais courts tend le marché au bénéfice des produits asiatiques dans un contexte d'inflation des prix. L'administration définissant une obligation qu'une majorité d'entreprises ne pourra pas respecter et la mettant ainsi hors la loi malgré sa bonne volonté. Une attitude décalée de la politique de simplification brandie par les différents gouvernements.

Un impact négatif sur la biodiversité

L'obligation de couvrir les parkings entre en conflit avec les mesures de restauration de la biodiversité et de végétalisation, notamment celles prévoyant la présence d'arbres pour ombrager les places et le déploiement des solutions d'adaptation fondées sur la nature plébiscitées dans le cadre du PNACC-3. En effet, le décret ne permet pas la mixité des solutions ombrières photovoltaïques et ombrage végétalisé. Dans de nombreux cas, les parkings devront sacrifier leur végétalisation pour permettre l'installation des panneaux. Ces mesures créent également des îlots de chaleur et aggravent les problèmes d'infiltration de l'eau dans les sols, avec des effets négatifs sur la biodiversité.

Un nouveau décret qui réitère les erreurs du premier malgré les alertes des acteurs

Alors que particulièrement volontaristes, réaffirmant leur engagement, leur adhésion et leur contribution à l'objectif de production d'énergies renouvelables, les acteurs du commerce et de la distribution, de la mobilité et du stationnement sont déroutés par les décrets d'application des lois Climat (parkings neufs) et APER (parkings existants). Le second décret publié mi-novembre par le gouvernement réitère les erreurs du premier décret, déjà remis en cause par un recours gracieux puis contentieux en juillet dernier. **Les requérants déplorent l'absence totale de concertation afin de défendre le principe d'une couverture photovoltaïque raisonnée et pragmatique tout en permettant de maintenir les engagements en faveur de la biodiversité visant à lutter contre les îlots de chaleur.**

Face à ces mesures inapplicables et devant l'absence de concertation, les fédérations signataires se trouvent ainsi dans l'obligation d'intenter un recours contentieux devant le Conseil d'Etat. Elles sollicitent une fois de plus le gouvernement pour une reprise urgente des discussions afin de prendre en compte les contraintes opérationnelles, une mise en oeuvre réaliste et les injonctions contradictoires relevant également des dernières politiques publiques de transformation des zones commerciales.

À propos de l'Alliance du Commerce :

L'Alliance du Commerce rassemble l'Union du grand commerce de centre-ville, la Fédération des enseignes de l'habillement et la Fédération des enseignes de la chaussure. Elle représente plus de 26000 magasins et plus de 160000 salariés dans le secteur de l'équipement de la personne. Pour en savoir plus : <https://alliancecommerce.org/>

Contact presse : Hélène Baratte : hbaratte@alliancecommerce.org – 06 29 61 88 90

À propos du Conseil du Commerce de France :

Le [Conseil du Commerce de France](#) est une association qui regroupe une trentaine de [fédérations professionnelles](#) : Commerces de détail non alimentaires - Fédération des acteurs du commerce et des territoires -DLR la Fédération des matériels - Fédération du commerce coopératif et associé - Fédération du commerce et de la distribution - Fédération des commerces spécialistes des jouets et des produits de l'enfant - Fédération des enseignes de la chaussure - Fédération de l'Épicerie et du Commerce de Proximité - Fédération de l'horlogerie - Syndicat de groupements et d'enseignes de pharmacies d'officine - Fédération des enseignes de l'habillement - Fédération e-commerce et vente à distance - Fédération française de l'équipement du foyer - Fédération française de la franchise - Fédération française de la parfumerie sélective - Fédération des entreprises internationales de la mécanique et de l'électronique -Fédération des magasins de bricolage et de l'aménagement de la maison - Fédération nationale de l'habillement -Fédération nationale de la photographie - Les jardineries et animaleries de France - Prococos, La Fédération pour la promotion du commerce spécialisé - L'Union de la bijouterie horlogerie - Union du grand commerce de centre-ville - Ufip Énergies et mobilités - Union professionnelle des entreprises du commerce à distance - Union sport & cycle - Alliance France cuir- Fespa France - FFAC - Mercatel - Picom

Il représente le commerce dans toute sa diversité et rassemble aussi bien les commerces indépendants ou franchisés, que le commerce coopératif et associé ou la grande distribution intégrée, de tous secteurs : équipement de la personne, équipement de la maison, alimentation... Il est l'expression de toutes les formes de distribution : commerce de proximité, centres commerciaux, e-commerce. Il représente 70% des emplois d'un secteur dans lequel travaillent 3,6 millions de personnes. Le CdCF est présidé depuis le 9 juin 2022 par Yves Audo.

À propos de la FCA :

La Fédération du Commerce Coopératif et Associé réunit et représente la plupart des enseignes du commerce sous le modèle de groupement coopératif ou associé. Ce modèle couvre plus de 30 secteurs d'activité pour la vente de produits ou la fourniture de services, notamment la distribution alimentaire ou spécialisée, la pharmacie, l'optique, l'hôtellerie, l'immobilier, le sport, le jouet, le bricolage, l'installation d'équipement, l'ameublement. Avec 36 000 entrepreneurs indépendants, 52 000 points de vente, agences ou hôtels et 600 000 salariés, ce modèle coopératif et associé réalise un volume d'affaires de plus de 200 milliards d'euros TTC. Avec ses groupements adhérents, pour la plupart des coopératives de commerçants détaillants, la FCA intervient dans l'élaboration des lois et des normes qui régissent ce modèle économique, dans sa promotion et son développement, ainsi que dans les domaines clés pour le commerce de produits et de services tels que les transitions énergétique et numérique, la consommation, les relations commerciales, la concurrence, la fiscalité, la transmission-reprise, les moyens de paiement, l'urbanisme commercial et les baux commerciaux.

www.commerce-associe.fr

Contact presse : Oscar Dassetto – Responsable de la Communication Institutionnelle : odassetto@fca-commerce-associe.fr - 01 53 95 15 61

À propos de la FACT :

La Fédération des Acteurs du Commerce dans les Territoires (FACT - Ex-CNCC) réunit plus de 300 adhérents, spécialistes de l'immobilier commercial, principalement des propriétaires et des gestionnaires de sites commerciaux de tous types : commerces de centre-ville, centres commerciaux, retail parks, villages de marques, gares...

La Fédération a pour mission de promouvoir tous les lieux de commerce, de transformer et animer la ville et d'accompagner leurs adhérents dans la transition écologique.

Elle propose depuis 2023, en partenariat avec des acteurs majeurs de l'analyse des flux et des données, un panel d'indicateurs uniques pour évaluer les flux de fréquentation, l'activité dans les centres commerciaux et l'évolution des dépenses de consommation des Français.

À propos de la FCD :

La Fédération du Commerce et de la Distribution regroupe la plupart des enseignes de la grande distribution, qu'il s'agisse de distribution alimentaire ou distribution spécialisée. Ce secteur compte 750 000 emplois, plus de 10 millions de clients par jour, 2 300 hypermarchés, 5 875 supermarchés, 3 435 supermarchés à dominante marques propres (ex maxidiscomptes), près de 6 200 drives, environ 20 000 magasins de proximité, plus de 30 000 points de vente pour un volume d'affaires d'environ 225 milliards d'euros HT. La FCD intervient notamment dans les domaines de la sécurité alimentaire, du développement durable, des relations économiques (PME, industriels, filières agricoles), des relations avec les partenaires sociaux et sur les sujets liés à l'aménagement du territoire et d'urbanisme commercial. Plus d'information sur : www.fcd.fr

Contact presse FCD – Caroline Simon : caroline.simon@image7.fr - +33 (0)6 89 87 61 24 ou

Thomas Dutriez : tdutriez@image7.fr - +33 (0)7 07 81 37 31 28

À propos de la Fédération Française de la Franchise :

Acteur majeur du dynamisme de l'économie française, la Fédération française de la franchise est la fédération professionnelle des franchiseurs et de leurs franchisés depuis 1971. Elle représente le modèle de la franchise, un modèle d'entrepreneuriat fondé sur le transfert du savoir-faire et le partage de valeur. Son rôle est de promouvoir, défendre et pérenniser le modèle de la franchise, mais également de fédérer son écosystème et de créer les outils et l'environnement propice au développement et à la performance des réseaux de franchise. La Fédération française de la franchise a créé en 1981 le Salon Franchise Expo Paris, devenu depuis un rendez-vous annuel international majeur de la franchise. La franchise représente en France 2 035 réseaux, 92 132 points de vente franchisés, pour plus de 88,49 milliards d'euros de chiffre d'affaires. L'activité génère 951 620 emplois (directs et indirects). En 2009, la FFF a créé L'Académie de la franchise, premier organisme de formation aux métiers de la franchise, dont l'offre est dédiée aux futurs franchisés, mais aussi aux futurs et actuels franchiseurs.

En savoir plus : franchise-fff.com

À propos de la FMB :

La Fédération des magasins de bricolage et de l'aménagement de la maison (FMB) est l'organisation professionnelle représentative du secteur du bricolage en France. Elle rassemble ainsi les grandes surfaces de bricolage avec près de 2000 points de vente et près de 80 000 collaborateurs. Nos entreprises adhérentes sont spécialisées dans la distribution des produits de bricolage, de l'aménagement de la maison, du jardin et de l'animalerie.

Contact presse : Michelle Kamar - Source RP : michelle@source-rp.com

À propos de la FNMS :

La Fédération nationale des métiers du stationnement représente toute la diversité de la filière du stationnement sur voirie et en ouvrage : exploitants privés et semi-publics, prestataires de services, fabricants et distributeurs de matériels, éditeurs de solutions logicielles, bureaux d'étude, architectes et cabinets de conseil.

Contact presse : Edouard Lecomte : e.lecomte@fnms.fr - +33 (0)6 77 17 91 99

À propos de Mobilians :

Mobilians est le premier mouvement des chefs d'entreprises du commerce et de la réparation automobile et des services de mobilité : voitures, motos, vélos, véhicules industriels, trottinettes, etc. Notre organisation professionnelle représente près de 180 000 entreprises de proximité et 560 000 emplois non délocalisables partout en France. Mobilians défend les intérêts individuels et collectifs des professionnels de la mobilité par la route et les accompagne dans les évolutions de leurs métiers. Il déploie une action prospective de développement durable et de promotion d'une mobilité individuelle ou partagée en lien avec toutes les parties prenantes.

Contact : Dorothée Dayraut, Directrice des Affaires publiques et de la Communication – 06.16.95.31.35

À propos de Perifem :

Interlocuteur reconnu des pouvoirs publics, Perifem œuvre pour embarquer l'ensemble des acteurs de la distribution afin de créer un écosystème commercial plus responsable. Depuis plus de 40 ans Perifem fédère l'ensemble des acteurs de la distribution : intégrés, indépendants, dans le secteur alimentaire et du commerce spécialisé, centres commerciaux, ainsi que leurs fournisseurs, autour des préoccupations d'environnement, d'énergie, de sécurité et d'innovation technologique. Sur ces sujets, Perifem représente aujourd'hui 80% du Top 50 des enseignes de la distribution physique et les 4 leaders des centres commerciaux soit un total de 300 milliards € de CA, 35.000 magasins, 400 centres commerciaux et 70 millions m² de surface commerciale. Tous ensemble, notre mission est de décrypter les réglementations, favoriser le développement et le déploiement de solutions technologiques dédiées, impulser et contribuer à l'élaboration des lois qui régissent ce commerce responsable. Plus d'infos sur www.perifem.com et www.magasinresponsable.com.

Contact presse : Émilie Delozanne : emilie.delozanne@plegma.fr - +33 (0)6 30 60 87 35



À propos de Procos :

Procos accompagne les enseignes du commerce spécialisé dans la gestion et le développement de leur réseau. Ses 310 enseignes adhérentes, 60 000 magasins, la fédération étudie le marché et ses évolutions et les relations entre commerce et territoires, anime des clubs d'échanges, contribue au partage d'informations et à la réflexion de ses membres sur l'avenir du commerce et la transformation des acteurs dans le cadre d'une ambition collective « Agir pour un commerce qui donne envie ». En savoir plus : www.procos.org

Contact presse : Sophie Madignier, Directrice Relations Extérieures et Marketing - sophie.madignier@procos.org

- Tél : 01 44 88 95 60