



Conseil National des Centres Commerciaux  
 Délégué Général : Jean-Michel SILBERSTEIN  
 3, rue du Havre - 75008 PARIS  
 Tel : +33 (0) 1 53 43 82 60  
 Fax : +33 (0) 1 53 43 82 61  
[www.cncc.com](http://www.cncc.com)

© DR, Nicolas Peré, JICC et Gilbert Bazin, Emmanuel Ducoulombier, Morgan Lavelle, Kléopâtre Ségé, Didier Guy, Yves Forestier, Philippe Castano.

abécédaire  
 DES INSTITUTIONS  
 éditions

# Les centres commerciaux

## Acteurs engagés

### 7 propositions pour un commerce durable



## A PROPOS DU CNCC

Le CNCC, Conseil National des Centres Commerciaux, fédère l'ensemble des acteurs qui ont pour vocation d'intervenir pour et dans les espaces commerciaux structurés : centres commerciaux de centre-ville et de périphérie, centres à thèmes, nouveaux parcs d'activités commerciales.

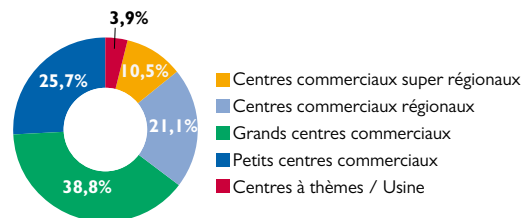
**Ses 350 adhérents** – promoteurs, investisseurs, gestionnaires, architectes, juristes, commerçants (succursalistes, franchisés, indépendants), associations de commerçants – lui confèrent une place privilégiée pour recueillir, représenter et promouvoir les attentes des professionnels du commerce.

### L'industrie des centres commerciaux en quelques chiffres :

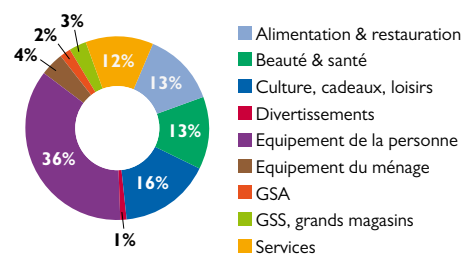
- **730** centres commerciaux.
- **33 000** commerces (dont 50% indépendants et franchisés).
- **420 000** emplois.
- **15 000** emplois nouveaux chaque année.
- **118 milliards d'euros** de chiffre d'affaires.

L'industrie des centres commerciaux représente à elle seule plus de 25% des emplois et du chiffre d'affaires du commerce de détail.

#### Répartition des centres commerciaux par catégorie en m<sup>2</sup> en 2011



#### Répartition des magasins des centres commerciaux par secteur d'activité en 2011



L'industrie des centres commerciaux a fêté récemment ses quarante années d'existence et de développement.

La période électorale est l'occasion de rappeler aux pouvoirs publics notre rôle majeur dans l'aménagement du territoire, l'économie, l'investissement et la création d'emplois ; mais aussi de prendre un certain nombre d'engagements et de formuler des propositions pour faire évoluer le paysage économique, social et sociétal afin de contribuer, à notre échelle, au redressement économique de la France.

Outre son rôle d'animation urbaine et sa contribution à la création de richesse, l'industrie des centres commerciaux peut se parer de nombreuses vertus :

- Véritable lieu de mixité sociale (tous milieux, toutes catégories socioprofessionnelles et toutes origines) tant au niveau du public qu'ils accueillent que du personnel qu'ils recrutent.

- Un des derniers ascenseurs sociaux par l'emploi d'une population peu ou pas qualifiée, jeune et principalement féminine, profil particulièrement exposé au sous-emploi.

Tous ces éléments expliquent pourquoi nous avons décidé de développer ce pacte à l'intention des équipes de campagne des différents candidats, de nos parlementaires actuels et futurs et des maires de moyennes et grandes villes, afin que nous fassions mieux connaître notre réalité, nos engagements et nos propositions pour un commerce durable.

Je vous en souhaite une bonne lecture.

Eric Ranjard  
Président du Conseil National des Centres Commerciaux

# 7 propositions pour un commerce durable

## SOMMAIRE

<b>Editorial</b>	p. 1
<b>1   Les centres commerciaux : partenaires des élus dans l'aménagement du territoire</b>	p. 4
1.1   Créateurs de qualité de vie et de lien social	p. 5
1.2   Aménageurs du territoire et générateurs d'attractivité urbaine	p. 6
<b>2   Les centres commerciaux : acteurs essentiels de l'économie</b>	p. 8
2.1   Une contribution forte à l'économie	p. 9
2.2   L'industrie des centres commerciaux : un des derniers ascenseurs sociaux?	p. 11
2.3   Pression fiscale : la cote d'alerte	p. 14
2.4   Les recours abusifs : un frein au développement des projets	p. 15
<b>3   Les centres commerciaux : promoteurs de développement durable</b>	p. 16
3.1   Une industrie à la pointe du Grenelle	p. 17
3.2   Une démarche éco-responsable au quotidien	p. 17
3.3   Les engagements de long terme en faveur du développement durable	p. 21
<b>7 propositions pour un commerce durable</b>	p. 22

Editions L'Abécédaire des Institutions - 4, avenue Victor Hugo - 75016 Paris - [www.labecedaire.fr](http://www.labecedaire.fr)

Rédaction : CNCC

Conception graphique et réalisation : Caroline Dosseville, Estelle Menou

Couverture : Polygone Béziers - Socri - Trophée CNCC 2011 : Création de Centre Commercial  
Visuels de 4<sup>e</sup> de couverture : 1. Les Allées Provençales - Aix-en-Provence - Urbanisme et Commerce / Redevco - 2. Beaugrenelle - Paris - Apsys - 3. Val Semnoz à Annecy / Mercialis - ©Alexis Frespuech - [afstudio.fr](http://afstudio.fr) - 4. Carrousel du Louvre - Paris - Unibail-Rodamco - 5. Les Armoiries - Bry-sur-Marne - Inter Ikéa - 6. Espace Saint Christophe - Tourcoing - Altarea - 7. Grand Var - Toulon - Carrefour Property - 8. Centre Jaude - Clermont-Ferrand - Ségécé - 9. Marques Avenue - Troyes - Concept & Distribution - 10. Parly 2 - Parly - Unibail-Rodamco - 11. Les Passages de l'Hôtel de Ville - Boulogne - Ségécé

Imprimé sur papier recyclé par Espace Grafic



# 1 Les centres commerciaux : partenaires des élus dans l'aménagement du territoire

## 1.1 | Créateurs de qualité de vie et de lien social

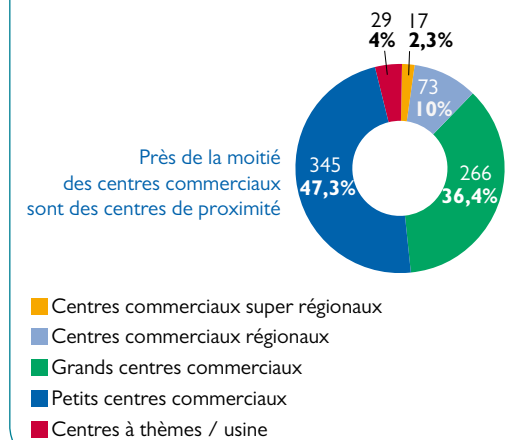
Le développement des centres commerciaux a accompagné les mutations de la société. Leur apparition dans les nouveaux quartiers correspond historiquement à une évolution sociale et démographique des territoires : l'usage de la voiture et la périurbanisation ont contribué au fait qu'aujourd'hui la majorité de la population réside en zone péri-urbaine.

Le déplacement des populations en a fait des centres proches des fortes densités d'habitat. Près de la moitié des 730 centres commerciaux sont des petits centres commerciaux répondant souvent aux besoins d'une clientèle très locale ou de quartier.

Véritables espaces de vie, au-delà d'être seulement des centres de commerce, ils proposent une large palette de services : garderies et espaces pour enfants, Wi-Fi, bornes SNCF, points de livraison Internet, points Poste, etc.

Ils sont également devenus des lieux de rencontre, d'échange et de mixité, remplissant ainsi **une véritable fonction sociale**. En témoignent aujourd'hui les nombreuses actions qui ponctuent régulièrement la vie des centres commerciaux avec la mise à disposition d'espaces dans les galeries marchandes, notamment pour des animations associatives locales.

Centres commerciaux par catégorie en nombre et % en 2011



### Les centres commerciaux super régionaux

Leur surface GLA est supérieure à 80 000 m<sup>2</sup> et/ou ils totalisent au moins 150 magasins et services.

### Les grands centres commerciaux

Leur surface GLA est supérieure à 20 000 m<sup>2</sup> et/ou ils totalisent au moins 40 magasins et services.

### Les petits centres commerciaux

Leur surface GLA est supérieure à 5 000 m<sup>2</sup> et/ou ils totalisent au moins 20 magasins et services.

### Les centres à thèmes

Ce sont des centres commerciaux spécialisés, par exemple dans l'équipement de la maison ou les boutiques de fabricants.

### Action sociale

Le centre commercial Hammerson Espace Saint-Quentin, à Saint-Quentin-en-Yvelines (78), soutient Emmaüs en organisant à chaque rentrée scolaire une opération exceptionnelle de récupération des anciens cartables pour les offrir aux plus démunis.

### Agir au cœur des territoires

La Fondation du groupe Casino a pour objectif prioritaire d'apporter aux enfants défavorisés la culture en héritage et la citoyenneté en partage. Elle a initié le programme « Artistes à l'école », visant en priorité les élèves de quartiers éloignés de la culture, en zone rurale ou en zone urbaine sensible.

## 1.2 Aménageurs du territoire et générateurs d'attractivité urbaine

Comme les opérateurs du logement, les acteurs du commerce répondent à un besoin et participent à la restructuration d'un quartier, d'une rue, d'une parcelle de ville. Leur implantation contribue à attirer d'autres entreprises, PME et services, dont l'activité globale et la présence d'emplois créent l'attractivité économique d'un territoire.

La complémentarité entre les différentes formes de commerce et de partenariat avec les acteurs concernés constitue le vecteur principal d'un aménagement dynamique et équilibré du territoire. Aussi, la préservation des centres-villes historiques repose sur leur fonction traditionnelle en matière de services et commerces.



Beaugrenelle - Paris  
- Apsys - ouverture 2013



Quatre Temps - La Défense  
- Unibail-Rodamco



Les Tanneurs - Centre-ville de Lille  
- Altarea

Photos : DR

Par ailleurs, dans de nombreux cas, les centres commerciaux sont également éléments structurants de grandes opérations d'urbanisme, à l'instar de Val d'Europe ou de Carré Sénart, qui permettent le développement accéléré de grands projets multifonctionnels (bâtiments institutionnels, offre hôtelière, bureaux, logements). Outre la garantie d'une grande qualité architecturale et environnementale, ces opérations génèrent des investissements de plusieurs centaines de millions d'euros et créent sur place entre 500 et 3 000 emplois directs, et ce partout en France.

Conscients des enjeux en matière d'urbanisme, les opérateurs de centres commerciaux ont initié des programmes ambitieux de modernisation de leur bâti, de renouvellement de l'offre commerciale et de restructuration de certains sites commerciaux, en partenariat avec les élus locaux.

A titre d'exemple, la réussite d'une reconversion de friche tient à la volonté commune de l'ensemble des parties prenantes à l'aménagement d'un territoire, tant ce type d'opération comporte des risques financiers et commerciaux. Afin d'adapter au mieux son offre commerciale, l'opérateur devra connaître les aménagements à venir, les besoins et la vision prospective des élus qui pourront, quant à eux, engager les démarches nécessaires à la réalisation de l'opération.

La présence des centres commerciaux de cœur de ville contribue à renforcer leur pouvoir d'attraction en proposant une offre complémentaire à la population de proximité. Plusieurs réalisations illustrent cette vocation, comme le centre commercial Les Tanneurs à Lille, les Allées Provençales à Aix-en-Provence, la Caserne de Bonne à Grenoble...

### L'effet vitrine des centres commerciaux attire de nouvelles enseignes en France

Les centres commerciaux anticipent l'évolution des modes de consommation. Désormais, les enseignes internationales dites premiums trouvent en France un marché naturel et dynamique : Apple, Hollister, Uniqlo, Forever 21, Prêt-à-manger, Marks & Spencer, Nespresso. Par exemple, Unibail-Rodamco installe pour la première fois en France une enseigne espagnole Suiteblanco dans le centre Confluence à Lyon.

### Hammerson booste le commerce

Grâce à son partenariat national avec l'association France Initiative, premier réseau de financement de la création d'entreprises, Hammerson a contribué en 2010 à la création de 679 entreprises dans le cadre de ses centres, dont 40% de commerces indépendants de centre-ville.



© Cyril Buneau

Centre commercial Espace Saint Quentin - Hammerson

### L'Epareca à la conquête des zones commerciales sensibles

L'Epareca, adhérent au CNCC et membre actif de la commission Cœur de Ville, a mené à bien de nombreuses réhabilitations, restructurations ou démolitions-reconstructions commerciales, comme l'espace des Nations à Metz, La Gravette à Floirac, le centre Kennedy à Rennes... Créée en 1998 en application de la loi sur le pacte de relance pour la ville, elle accompagne les collectivités locales dans la reconquête de leurs zones commerciales et artisanales de proximité au sein des quartiers en difficulté, afin d'apporter du confort de vie et de recréer durablement du lien social.

## Nos engagements

- Mener des actions de revitalisation commerciale.
- Favoriser l'intégration d'enseignes indépendantes dans les centres commerciaux, en soutenant l'adaptation de leur concept aux normes des centres commerciaux.

### L'Atelier des Talents : « une démarche d'ancrage local inédit »

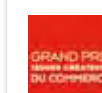


Casino Immobilier & Développement joue la carte de l'ancrage local comme atout de ses concepts commerciaux et crée son Atelier de dénicheurs de talents. L'Atelier s'attache à intégrer aux côtés de grandes enseignes nationales des commerçants indépendants, reconnus localement pour leur savoir-faire et libres d'adapter leur offre aux spécificités de la zone de chalandise.

Le groupe Casino leur donne ainsi les moyens de créer un concept unique, accélérateur de croissance et conforme aux attentes des consommateurs de demain.

- Objectif : repérer les commerçants locaux reconnus pour leur savoir-faire.
- But : construire ensemble un concept sur mesure grâce à l'Atelier.
- Résultats : faire coexister grandes enseignes nationales et commerçants indépendants.

### Le Grand Prix des jeunes créateurs du commerce



Créé en 2007 par Unibail-Rodamco, le Grand Prix des jeunes créateurs du commerce est un concours visant à stimuler, valoriser et soutenir l'innovation dans le commerce et la création d'entreprises en facilitant l'implantation de nouvelles enseignes dans les centres commerciaux du groupe. Les conditions, notamment financières, requises pour s'installer dans ces lieux de commerce et de vie très attractifs sont en effet souvent trop contraignantes pour de jeunes projets.

Le groupe attribue chaque année à trois concepts innovants de boutiques une dotation exceptionnelle d'une valeur globale de 1,35 million d'euros permettant aux entrepreneurs qui portent ces projets d'ouvrir un point de vente en centre commercial et de lancer ainsi leur entreprise. Les finalistes reçoivent des conseils en matière de marketing, de droit des entreprises et de gestion afin de les aider à parfaire leur business plan.

# 2 Les centres commerciaux : acteurs essentiels de l'économie



Place d'Armes - Valenciennes - Ségécé

## 2.1 | Une contribution forte à l'économie

- 730 centres commerciaux, un chiffre d'affaires de 118 milliards d'euros en 2011, représente 26%<sup>1</sup> du chiffre d'affaires du commerce de détail,
- 420 000 emplois en 2010, représente près de 26%<sup>2</sup> des emplois du commerce de détail,
- 33 000 commerces représentant 7,2%<sup>3</sup> du nombre d'entreprises de commerce de détail en France (hors artisanat commercial),
- 1 400 commerces<sup>4</sup> ouverts en 2010.

### Le commerce (gros et détail) en France :

- Deuxième secteur leader en termes de créations d'entreprises en France,
- 131 000 commerces créés en 2010,
- Représente 21 % des entreprises créées en France, second secteur le plus créateur d'entreprises juste derrière celui « du soutien aux entreprises ».

<sup>1</sup> Base : 445,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires TTC du commerce de détail hors artisanat commercial en 2010 - France - Source : Insee

<sup>2</sup> Base : 1 638 900 effectifs salariés hors artisanat commercial 2010 - France - Source : Insee

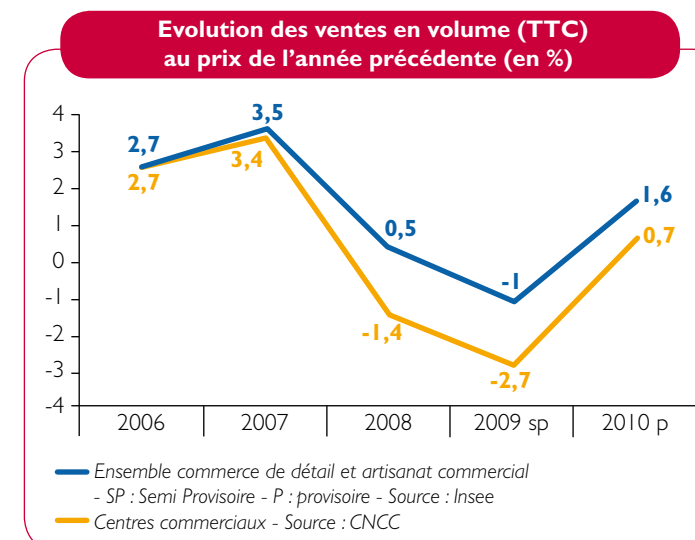
<sup>3</sup> Base : 459 400 commerces de détail hors artisanat commercial en 2010 - France - Source : Insee

<sup>4</sup> Source : CNCC

### Une conjoncture difficile et une concurrence accrue

Les centres commerciaux souffrent aujourd'hui d'un effet ciseau avec une industrie confrontée à la crise et à l'arrivée massive du e-commerce.

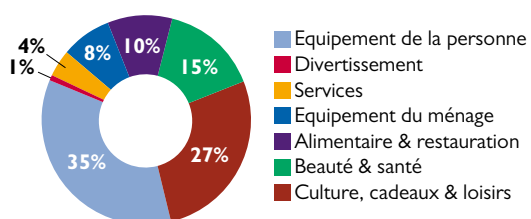
A l'image de l'évolution du chiffre d'affaires du commerce de détail, l'industrie des centres commerciaux a enregistré une rupture de rythme d'activité en 2008.



Le chiffre d'affaires de l'industrie des centres commerciaux enregistre une tendance similaire à celle du commerce de détail jusqu'en 2007. A compter de 2008, la crise s'est répercutée plus significativement sur l'industrie des centres commerciaux. En 2010, la reprise dans le commerce de détail s'observe également dans les centres commerciaux, mais à un rythme moins soutenu.

Ainsi, les données pour 2011 font apparaître une baisse de seulement 0,8% du chiffre d'affaires dans les centres commerciaux face à des dépenses de consommation annoncées à -1% par rapport à 2010, selon l'Institut français pour le développement des liens et services (IFLS).

### Répartition du chiffre d'affaires des centres commerciaux par secteur d'activités en 2011



Source : CNCC

La baisse du secteur de l'équipement de la personne (-1,8% par rapport à 2010, source IFLS) est particulièrement sensible pour l'activité des centres commerciaux, ce secteur représentant 35% du chiffre d'affaires des galeries.

Au-delà du contexte économique, la forte progression de l'e-commerce et la mutation des comportements d'achat qui en découle concourent à impacter la consommation dans le commerce traditionnel.

Alors qu'en 2003, le marché du e-commerce représentait 3,7 milliards d'euros, il a atteint 36,2 milliards en 2010, avec une progression moyenne estimée de l'ordre de 18% par an.

Si les marchés du tourisme, du livre et du disque ont été les premiers secteurs à voir leurs points de vente fermer en nombre, le processus s'étend désormais aux magasins de prêt-à-porter.

Selon le cabinet McKinsey «la part de l'e-commerce dans le commerce de détail serait portée de moins de 5% en 2010 à 24% en 2020», un transfert de consommation accentué par le développement du commerce sur smartphone: le m-commerce.

### L'ouverture du dimanche : une attente conjointe des consommateurs et des salariés et un élément de réponse au maintien de l'activité et de l'emploi

Selon le CREDOC<sup>1</sup>, 52,5% des Français sont favorables à l'idée «qu'il faudrait autoriser tous les commerces à ouvrir le dimanche s'ils le souhaitent». Cet engouement est double: côté consommateurs, l'aspect pratique est le facteur clef, côté salariés, la contrepartie salariale est valorisée.

39% des Français (actifs) seraient prêts à travailler régulièrement le dimanche. Ils représentent 61% des individus en quête d'un premier emploi, 55% de ceux qui sont à la recherche d'un nouvel emploi et 51% des étudiants.

Avec seulement cinq dimanches autorisés par an et quelques zones géographiques comme les PUCES<sup>2</sup> et les zones touristiques, dont le mitage n'est pas réellement efficace, la France apparaît comme l'un des pays européens les moins ouverts à cette demande des consommateurs.

<sup>1</sup> Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie

<sup>2</sup> Périmètre d'usage de consommation exceptionnelle

Ces phénomènes ne sont pas sans conséquences sur l'emploi, si l'on considère qu'à chiffre d'affaires équivalent, en moyenne, les centres commerciaux créent quatre fois plus d'emplois que le e-commerce.

Enfin, concernant l'impact fiscal du e-commerce, un rapport du cabinet Greenwich Consulting soumis au Sénat révèle que 400 millions d'euros de TVA auraient échappé au fisc en 2008 (chiffre incluant le commerce électronique, les places de marché et les jeux en ligne qui représentent à eux seuls 100 millions d'euros). En 2014, cette somme pourrait s'élever à 1 milliard d'euros, dont 600 millions pour le seul commerce électronique.

Ce contexte appelle le constat suivant : comment assurer une équité de service avec des sites Internet ouverts sept jours sur sept et vingt-quatre heures sur vingt-quatre alors que la législation n'autorise que cinq ouvertures dominicales par an, soumises de plus à l'approbation des maires ?

## 2.2 L'industrie des centres commerciaux : un des derniers ascenseurs sociaux ?

Avec 420 000 emplois pour 730 sites et une moyenne de 600 emplois par site, les centres commerciaux représentent un facteur d'intégration et de cohésion sociale. Leur mission va au-delà d'un simple lieu de consommation. Ils contribuent également à favoriser et à développer la vie et les échanges.

### Une réelle promotion sociale

Depuis plusieurs années, le commerce, comme le secteur des services, a pris le relais de l'industrie dans l'emploi de jeunes peu qualifiés. L'industrie des centres commerciaux joue en France un véritable rôle d'ascenseur social : d'abord employés en caisse ou en magasin, les jeunes professionnels peuvent ensuite évoluer à des postes de responsabilités (chef d'équipe, de magasin, de région, voire devenir créateurs de leur propre entreprise).

L'intégration des jeunes dans la vie professionnelle est d'autant plus cruciale que le taux de chômage des moins de 25 ans a atteint 21,6% au troisième trimestre 2011.

### Aujourd'hui, le commerce est :

- le premier employeur de jeunes,
- à l'origine de l'emploi d'un jeune actif (moins de 25 ans) sur quatre.



Centre commercial Fontaines des Clairions - Auxerre - Mercialis

Dans un contexte où le chômage touche plus particulièrement les femmes, les jeunes et les personnes peu qualifiées, les centres commerciaux font figure d'exemple en employant plus de 70% de femmes, 15% de moins de 25 ans (soit près de 65 000 jeunes) et en assurant une forte sécurité de l'emploi avec 84% des effectifs des centres embauchés en CDI.

Les centres commerciaux sont un formidable vivier d'emplois. Les commerces y accueillent une large population salariée peu ou pas qualifiée et y offrent des opportunités de formation et de promotion. Pour exemple, 97% des vendeurs dans les enseignes nationales ont au maximum un niveau bac; ils sont 82% chez les indépendants et franchisés (dont 79% sont sans formation ou avec un CAP/BEP).

### Impact de l'ouverture du centre Place d'Armes à Valenciennes sur l'emploi et le petit commerce

L'implantation du centre commercial Place d'Armes à Valenciennes par Ségécé a constitué un élément essentiel d'un projet d'ensemble Cœur de Ville visant à redynamiser le centre-ville.

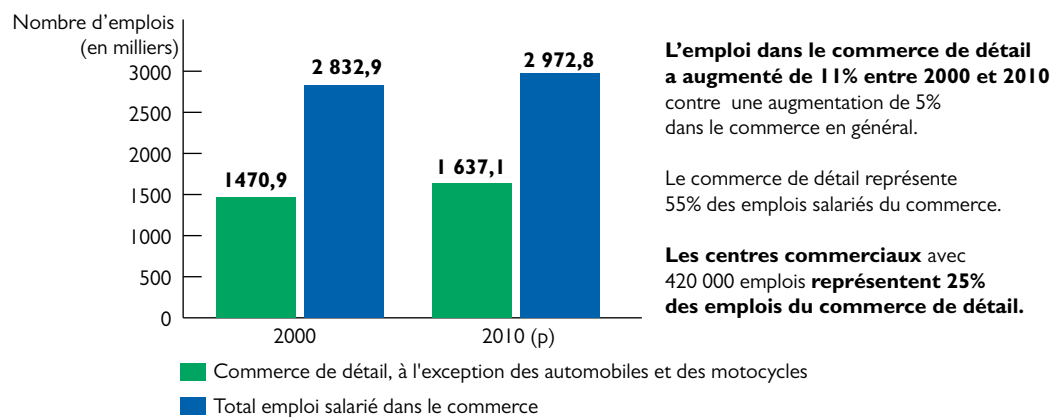
Il a permis la création de 418 emplois :

- Direction : 3 personnes à temps complet (1 directeur, 1 assistante de direction, 1 régisseur pour la supervision technique)
- Prestataires de service : 27 salariés (17 sécurité ; 6 nettoyage ; 1 maintenance ; 3 hôtesse d'accueil)
- Enseignes : 388 salariés
- 88% des salariés travaillent en contrat à durée indéterminée

### Impact sur le petit commerce

Guillaume Doye, responsable du commerce à la mairie de Valenciennes, explique : «Avant les travaux, il y avait 800 vitrines actives, après les travaux, 870 vitrines actives, dont 50 du centre commercial.»

## Evolution de l'emploi salarié dans le commerce entre 2000 et 2010



Source : Insee - (p) : données provisoires

Dans les centres commerciaux, les responsabilités sont également partagées : plus de 60% des responsables de rayons et d'équipe ont au maximum un niveau bac.

### Générateurs d'emplois indirects

Les centres commerciaux créent de nombreux emplois indirects et offrent une grande diversité de métiers.

De la construction et de la rénovation à la gestion ou l'entretien, de nombreux prestataires sont amenés à intervenir (architectes, ouvriers du bâtiment, prestataires de services, transport, logistique, fabrication, gestion, etc.). Ces marchés contribuent au dynamisme des entreprises et des PME locales.

La construction d'un site peut en effet générer jusqu'à 3 500 emplois indirects.



Les Terrasses du port - Marseille - Hammerson

### Les hypermarchés en tête des pourvoyeurs d'emplois induits

Pour 1 000 mètres carrés de surface, les hypermarchés sont ceux qui induisent le plus grand nombre d'emplois (6,6 emplois / 1 000 m<sup>2</sup>). Les grandes surfaces spécialisées arrivent en seconde position avec 2,2 emplois / 1 000 m<sup>2</sup>.

### Exemple d'intégration professionnelle des jeunes

Depuis plusieurs années, Unibail-Rodamco est partenaire de l'Ecole de la deuxième chance (E2C). Cette association, présidée par Edith Cresson, aide les jeunes de 18 à 25 ans sans qualification à accéder à la formation et au soutien dont ils ont besoin pour trouver un emploi. Dans ce cadre, Unibail-Rodamco leur offre l'opportunité d'obtenir un travail ou une expérience de travail dans les actifs du groupe. En 2010, par exemple, 200 étudiants ont accédé à un travail grâce au partenariat E2C/Unibail-Rodamco.

Les emplois saisonniers sont également un impératif pour le bon fonctionnement du commerce. Selon l'étude réalisée par SAD, en moyenne, 60% des commerçants des centres commerciaux font appel à des renforts à certaines périodes clés de l'année (Noël, rentrée des classes...).

### Acteurs dans l'apprentissage et la professionnalisation

Une enseigne sur cinq intègre de manière régulière des personnes en contrat d'apprentissage ou en professionnalisation de contrat. Les services et le secteur de la beauté sont les plus actifs avec respectivement 40% et 36% des points de vente à faire appel à ce type de contrat. En outre, 45% des commerces des centres commerciaux accueillent couramment des stagiaires (CAP, Bac-Pro, BTS).



Centre Jaude - Clermont-Ferrand - Ségécé

### Un gisement d'emplois à exploiter

Enfin, trois enseignes sur quatre rencontrent des difficultés de recrutement, essentiellement par manque de candidats, alors que le taux de chômage est en augmentation régulière. Ainsi, la mobilisation pour l'emploi est une grande préoccupation des centres commerciaux. Pour ce faire, les gestionnaires et les directeurs de centres établissent des partenariats avec Pôle Emploi et les missions locales pour créer de véritables plateformes de l'emploi.

## Nos engagements

- Mettre en place un pacte pour l'emploi entre le CNCC et le ministère du Travail, de l'Emploi et de la Santé visant à favoriser la formation et l'emploi des jeunes à faible qualification initiale.
- Informer, promouvoir et inciter les commerçants des centres commerciaux à faire appel à des structures de groupements d'employeurs afin de mutualiser l'embauche des salariés et leur donner ainsi l'opportunité d'accéder à un temps complet et d'assurer une pérennité d'emploi.

### Intégration des personnes handicapées

Immochan sollicite les centres d'aide par le travail (CAT) pour l'entretien des espaces verts de ses centres commerciaux.

### Partenariat avec Pôle Emploi

La restructuration du centre commercial Beaugrenelle (XV<sup>e</sup> arrondissement de Paris) s'inscrit dans le cadre plus vaste de la redéfinition du quartier avec la construction de bâtiments d'habitation sur le front de Seine, dans le quartier de la Dalle. La SCI Beaugrenelle, propriétaire du centre, a signé avec la ville de Paris une convention d'engagement en faveur de l'emploi des jeunes.

Le projet s'est déroulé en trois phases : démarrage des phases une et deux avec 500 emplois pour les travaux, commercialisation du centre s'accompagnant de la création de 1 200 emplois en phase trois.



## 2.3 | Pression fiscale : la cote d'alerte

**Les centres commerciaux sont de forts contributeurs au budget de l'Etat mais connaissent des impôts et une fiscalité en augmentation exponentielle.**

En 2007, le commerce représentait 23,1% des impôts versés par l'ensemble des entreprises du secteur marchand (hors services financiers).

En effet, malgré une conjoncture difficile, l'industrie des centres commerciaux, comme celle du commerce en général, est soumise à une hausse exponentielle des charges et des taxes, fragilisant le secteur dans son ensemble ; la tendance consistant, pour les pouvoirs publics, à transférer la fiscalité locale sur des acteurs non délocalisables.

D'ailleurs, selon le CDCF<sup>1</sup>, « depuis 2003, les impôts sur le commerce augmentent à un rythme bien supérieur à l'évolution des chiffres d'affaires et de la valeur ajoutée... ». Entre 2000 et 2007, le total des impôts (hors IS<sup>2</sup>) a augmenté de 66%, alors que la valeur ajoutée et le chiffre d'affaires ont augmenté respectivement de 40% et 31% pendant la même période.

**Une industrie doublement taxée au titre de l'impôt de droit commun et des impôts et taxes liés au commerce.**

Le commerce, à l'image de toute entreprise en France, est soumis aux impôts de droit commun, qu'il s'agisse de l'impôt sur les sociétés, de la contribution sociale sur les bénéficiaires (CSB) ou de la taxe additionnelle à l'IS.



Carré de Soie - Vaulx-en-Velin - Altarea

Impôts auxquels il faut ajouter l'ensemble des taxes spécifiques liées au commerce :

- TASCOM (taxe sur les surfaces commerciales)
- CET (contribution économique territoriale)
- TLPE (taxe sur la publicité extérieure)
- Contributions environnementales (écotaxes)
- TFPB (taxe foncière sur la propriété bâtie)
- TEOM (taxes d'enlèvement des ordures ménagères)
- Taxe sur les bureaux et surfaces commerciales en région parisienne
- SPRE - SACEM

Jusqu'à huit taxations différentes pouvant représenter plus de 6% du chiffre d'affaires hors taxes, soit le montant moyen des loyers pratiqués.

Le constat est le suivant :

- Une montée des prélèvements locaux. TASCOM, TLPE et TFPB concentrent l'essentiel des augmentations du secteur ;
- Une augmentation des éco-contributions et des taxes sectorielles.

Or, il existe une absence d'équité fiscale entre commerce traditionnel et e-commerce sanctionnant la création d'emplois et de richesse nationale. En moyenne, le CNCC a calculé qu'il existait un différentiel de 10% à 20% de taxation pour un produit acheté en magasin et acheté sur Internet.

Pour un magasin qui serait imposé en France pour un CA HT de 3 600 000 euros et qui réaliserait un résultat courant avant impôt de 4%, l'IS représenterait un montant de 48 000 euros, soit 1,3% du CA HT. En comparaison, un site localisé en Irlande ayant un même montant de résultat courant avant impôt serait taxé à hauteur de 0,5% du CA HT.

<sup>1</sup> Conseil du Commerce de France

<sup>2</sup> Impôt sur les sociétés

## 2.4 | Les recours abusifs : un frein au développement des projets

La multiplication des recours engendre un impact économique considérable : **près de 6 milliards d'euros d'investissements et 22 000 emplois sont actuellement différés ou annulés en raison des recours engagés** contre des projets autorisés et financés.

L'utilisation systématique des recours contre des décisions d'autorisation ou des permis de construire, afin de retarder la réalisation de projets concurrents ou, à l'extrême, pour pratiquer un chantage, **pollue gravement et depuis de longues années l'activité de nos entreprises.**

Par les artifices de procédure qu'ils permettent, ces recours retardent pour de très longues périodes les projets approuvés par les élus locaux et diffèrent ainsi des investissements importants qui pourraient contribuer de manière plus rapide à la relance de la croissance.

De nombreux parlementaires conviennent de l'impact négatif de ces pratiques sur le développement et l'économie. Plusieurs d'entre eux ont pris l'initiative de déposer des propositions de lois et/ou des amendements qui, malheureusement, n'ont pas abouti jusqu'à présent.



© Depeorter

- La création d'un centre commercial implique des investissements lourds en amont de la création.
- Le coût des études préliminaires et des prestataires peut largement dépasser 1 million d'euros.
- En moyenne, sur vingt projets étudiés, un seul aboutit à une création.
- Le coût de construction d'un centre commercial peut varier de 80 à 400 millions d'euros.

Les contentieux de l'urbanisme comptent parmi les plus représentés au sein des juridictions administratives (environ 8% devant les tribunaux administratifs et les cours administratives d'appel représentant environ 10 000 recours par an).

Or, le délai de traitement des contentieux est incompatible avec celui de l'activité économique (deux ans minimum devant le tribunal administratif et deux ans supplémentaires devant les cours administratives d'appel, soit près de six ans entre le dépôt de la demande initiale et la décision prise en dernier ressort par le Conseil d'Etat).

Sur ce sujet délicat, mettant en jeu des principes fondamentaux du droit, **l'industrie des centres commerciaux pense qu'une réflexion d'envergure devrait être rapidement menée** pour mettre fin à cette insécurité juridique dont les effets sont dommageables aussi bien pour nos entreprises que pour l'activité économique du pays.

Le CNCC souhaite qu'une proposition de loi conduise à un dispositif pérenne, qui assure à la fois la sécurité juridique et la maîtrise urbaine souhaitée par les parlementaires ainsi que le développement de nos entreprises dont l'activité est un élément important pour la croissance.

# 3 Les centres commerciaux : promoteurs de développement durable



## 3.1 | Une industrie à la pointe du Grenelle

L'action des centres commerciaux en faveur du développement durable est avant tout prospective et innovante, avec **la volonté d'intégrer et de concilier les attentes de l'ensemble des parties prenantes.**

Soucieux de contribuer à la réalisation des objectifs du Grenelle de l'environnement, notamment en matière de réduction des consommations énergétiques, le CNCC s'est impliqué activement au sein de plusieurs groupes de travail du Plan bâtiment Grenelle dès 2008. Ainsi, ont été formulées de nombreuses recommandations et propositions concernant notamment le diagnostic de performance énergétique (DPE), la réglementation thermique 2012, les certificats d'économie d'énergie et le bail vert.

S'agissant de ce dernier, en amont de l'obligation légale, le CNCC a travaillé avec le Procos (fédération d'enseignes) à l'élaboration d'un modèle cadre d'annexe environnementale permettant de guider les acteurs qui souhaitent se lancer dans la démarche.

Au-delà de ces initiatives nationales, **les centres commerciaux s'engagent localement en matière d'emploi et de développement** en association étroite avec leurs locataires-commerçants.

Par ailleurs, une étude du cabinet Deloitte de décembre 2011 a souligné le caractère structuré des politiques de développement durable des principales

sociétés foncières de l'immobilier commercial. En effet, ces politiques s'organisent autour d'engagements, d'objectifs parfois chiffrés, de plans d'actions et d'indicateurs de suivi de la performance.

Depuis 2010, tous les centres commerciaux créés engagent une procédure systématique de certification ou de labellisation. Les foncières mènent conjointement une politique active pour certifier les centres commerciaux existants.

### Unibail-Rodamco a mis en place :

- les premiers Bilans Carbone en 2008,
- un suivi de la performance environnementale des actifs via 15 indicateurs, depuis 2006,
- la signature de 2 600 annexes environnementales en trois ans,
- la réduction de 18% de l'intensité énergétique de ses centres commerciaux.

**GreenYellow**, la filiale énergétique **greenyellow** du groupe Casino créée en 2007, a pour objectif de réduire de 30% la consommation énergétique du patrimoine immobilier du groupe. Pour ce faire, des contrats de performance énergétique seront notamment signés avec les exploitants des centres commerciaux.

## 3.2 | Une démarche éco-responsable au quotidien

Soucieux du respect de l'environnement, les centres commerciaux mettent en place de nombreuses actions au quotidien, qui s'articulent autour des axes suivants :

### Réduction des consommations liées à l'éclairage

L'éclairage représente à lui seul plus de 60% de la consommation énergétique totale d'un centre. Conscient de cet enjeu, le CNCC a organisé sur ce thème un groupe de travail spécifique au sein de sa commission Développement durable, afin de

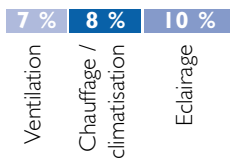
réaliser un guide de bonnes pratiques. Il paraîtra courant 2012 à destination des exploitants et des gestionnaires de centres commerciaux.

### Réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) et Bilan Carbone

L'ADEME a publié en 2004 une méthodologie de quantification des émissions de gaz à effet de serre, dénommée Bilan Carbone®, destinée à permettre la réalisation d'une évaluation globale des émissions de gaz à effet de serre.

## La répartition de la consommation d'énergie entre les acteurs

### Parties communes



### Parties privatives



Source : BET Barbanel

Le mode de calcul de cette méthode étant difficilement applicable en l'état à l'industrie des centres commerciaux, le CNCC a mis en place un groupe de travail chargé d'élaborer en 2012 un guide de recommandations sectoriel pour la comptabilité des émissions carbone des centres commerciaux.

A titre d'exemple, **Mercialys** adosse à tous ses grands projets (pour lesquels l'impact carbone est significatif) la réalisation d'un **Bilan Carbone de chantier**, en vue de réduire cette empreinte.

### Focus sur les Bilans Carbone chantier

Le Bilan Carbone de chantier permet d'évaluer tout au long d'un chantier les émissions de gaz à effet de serre liées aux différentes opérations : celles du fret, des matériaux, des consommations d'énergie et de gaz, des déchets, etc. Il comprend un plan d'actions visant à améliorer l'impact carbone du chantier.

**Mercialys** a élaboré une charte, annexée aux contrats des entreprises participant aux chantiers, qui leur impose contractuellement de procéder à une gestion sélective des déchets de chantier et de nommer un responsable environnemental de chantier chargé notamment de former et de sensibiliser les équipes au tri sélectif.

Le **Clos du Chêne**, qui a ouvert en 2008 à Marne-la-Vallée, est un prototype de nouveau concept de centres commerciaux verts, développés par l'Immobilière Frey. Il est équipé d'une machine à recycler les déchets avec une capacité de 200 tonnes par an permettant de chauffer 2 000 m<sup>2</sup> de la surface globale du site.

### Zoom sur...



Carré Sénart, Lieusaint (77), livré en 2002 - Unibail-Rodamco

- 96 000 m<sup>2</sup> GLA
- 135 boutiques et moyennes surfaces
- 1<sup>er</sup> BREEAM In-Use Very Good en Europe (Retail)
- Intensité énergétique [kWh/visite] : -22% depuis 2006
- Intensité carbone [CO<sub>2</sub>/visite] : -26% depuis 2006
- Déchets : 35% des déchets recyclés en 2010 (26% en 2007)
- Contrat de performance énergétique (CPE) depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2009
- Bail vert, comités développement durable et fascicule environnemental
- Participation à l'agenda 21 de Lieusaint, mise en place des éco-ambassadeurs de Carré Sénart

### Le recyclage

Les centres commerciaux s'engagent au quotidien en faveur de la réduction et de la valorisation des déchets, notamment à travers la mise en place du tri sélectif sur les centres commerciaux (poubelles dédiées, notamment). A ce jour, une première estimation réalisée sur un échantillon de 54 centres commerciaux (représentant 400 000 m<sup>2</sup> GLA) évalue **le taux annuel moyen de recyclage à près de 30%**, soit près de 43 000 tonnes de déchets recyclés chaque année.

Le CNCC et le Procos ont défini dans le protocole **bail vert, annexe environnementale**, les modalités d'un engagement réciproque en la matière entre bailleurs et locataires.

### La récupération des eaux pluviales

Des cuves de récupération des eaux pluviales sont de plus en plus souvent installées dans les centres

commerciaux. Cette eau de pluie peut être utilisée pour l'arrosage des espaces verts et l'alimentation des sanitaires, permettant ainsi de réduire la consommation en eau potable du centre.

### L'engagement citoyen et la sensibilisation du public

La majorité de nos centres commerciaux mène des actions de sensibilisation à destination des clients, notamment en faveur de l'utilisation des modes de transports « doux » (vélo, transports en commun...). La mise en place, sur les centres commerciaux, d'abris vélos, de places dédiées au covoiturage et de bornes de recharge pour les véhicules électriques se généralise.

### Tri des déchets



#### Benne à carton

Tout type de produit cartonné  
Le carton devra être plié avant d'être mis dans la trémie de compactage. Pensez à appuyer sur le bouton de compactage pour éviter toute accumulation.



#### Big bag pour cintres

- Tout en plastique  
- Avec un anneau métallique  
Cintres tout en métal interdits



#### Benne à papier

- Journaux  
- Magazines / brochures  
- Affiches / flyers / prospectus  
- Enveloppes  
- Boîtes d'archives

Interdiction de déposer du papier dans des sacs plastiques



#### Presse à balles à plastiques

Sacs plastique, housses en plastique



#### Tri des déchets



#### Poubelles bleues

- Déchets non recyclables (nouritures,...)  
- Etiquettes promotion/solde,...  
- Papier de soie / Chaussures,...

Ne pas mettre de mobilier, de palettes, et surtout pas d'éléments métalliques (portants, cintres,...)



#### Poubelles jaunes

- Bouteilles en plastique  
- Boîtes / bouteilles / canettes en métal  
Les emballages ayant contenu un produit toxique ne sont pas recyclables.



#### Cuboverres

Bouteilles en verre



#### Collecte des piles

### Sensibiliser tous les acteurs concernés

- Fin 2011 à **Carré Sénart**, une opération de sensibilisation aux enjeux et actions autour du développement durable a été menée auprès de 90 enfants de l'école primaire de Lieusaint, via un parcours pédagogique structuré avec les enseignants, la direction du centre et les prestataires.
- Mise en place en 2010 sur tous les centres commerciaux Unibail-Rodamco de comités développement durable avec les locataires, pour échanger sur les performances et engager des réflexions sur les sujets communs (déchets, énergie, communication, etc.)

### Le covoiturage à la portée de tous

- Mercialis s'engage en faveur du covoiturage, en relayant sur les sites Internet des centres commerciaux un site gratuit de covoiturage que le groupe Casino et ses différents partenaires ont développé depuis deux ans.
- Unibail-Rodamco, tout comme Hamneron, a mis en place en 2010 et 2011 des actions de covoiturage sur les sites de Carré Sénart, Vélizy 2, Espace Saint-Quentin.

### Les certifications



Le **BREEAM** (BRE Environmental Assessment Method) est une certification britannique développée par l'organisme de recherche BRE (Building Research Establishment). C'est la plus ancienne certification et la plus répandue à travers le monde.



**HQE** (Haute Qualité Environnementale) est un label français créé en 1990. Le référentiel est basé sur quatorze cibles visant à améliorer la conception ou la rénovation de bâtiments dans le but de limiter leur impact environnemental.

### Les labels



Afin de revaloriser l'image de l'immobilier commercial de périphérie et des entrées de ville, le CNCC a créé en novembre 2004 un label de qualité des parcs d'activités commerciales appelé **Valorpark®**.

Les critères sont regroupés sous plusieurs rubriques : accessibilité, signalisation, lisibilité, convivialité, environnement. Douze sites ont été labellisés Valorpark® par une commission représentative.



Le « **Label V** » créé par Mercialis en 2010 vise à assurer l'intégration urbaine, paysagère et architecturale des centres commerciaux dans le paysage local, à renforcer leur rôle social et à assurer la maîtrise et la réduction de leurs impacts environnementaux. Un audit du centre, selon un référentiel comprenant une centaine de critères, est réalisé par Ecocert Environnement avant d'être soumis à un comité de labellisation indépendant composé d'experts. Fin 2011, cinq centres Mercialis ont reçu le « Label V ».

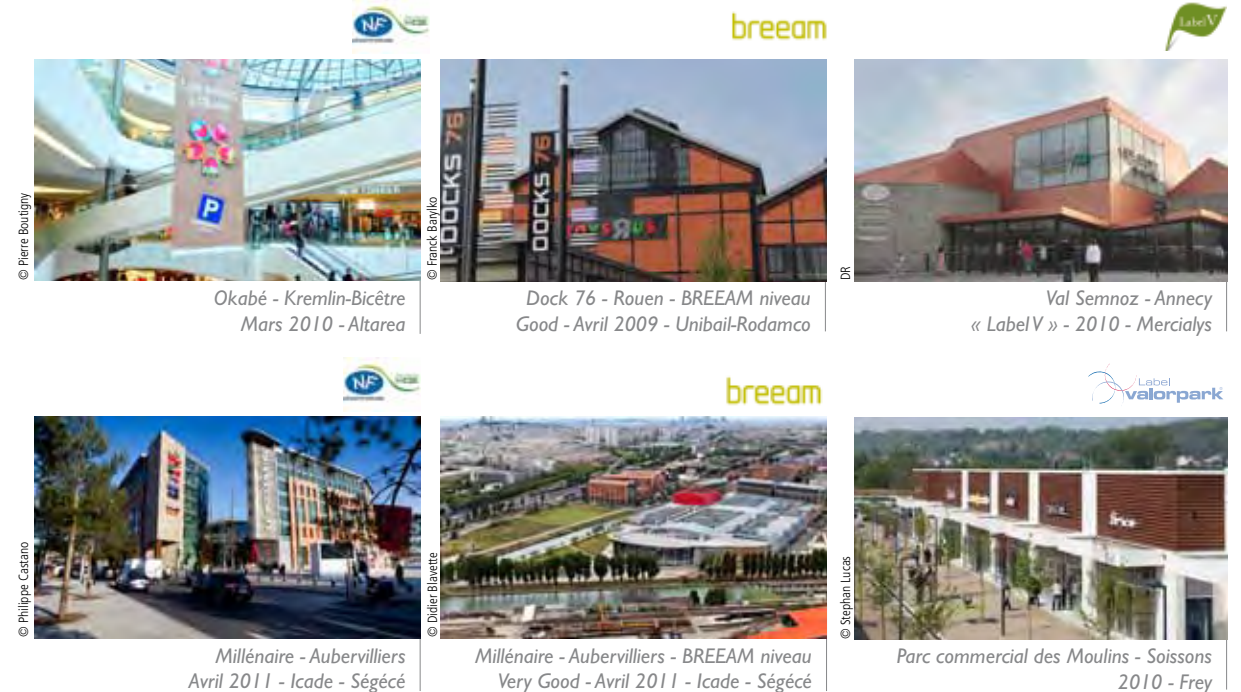
## 3.3 Les engagements de long terme en faveur du développement durable

### Un acteur investi dans la recherche de solutions durables

L'industrie des centres commerciaux s'implique activement dans la qualité environnementale des centres commerciaux, consciente de l'impact de tels actifs sur le long terme. C'est ainsi qu'elle a pu se distinguer depuis quelques années par des démarches de certification environnementale

et de labellisation, illustrées par les certifications HQE et BREEAM, les labels Valorpark® (CNCC) et « Label V » (Mercialis).

**Ainsi plus de 1 million de mètres carrés GLA devraient être certifiés d'ici 2015.** (60 % des projets recensés seront certifiés selon le référentiel BREEAM).



### Nos engagements

- Privilégier une démarche généralisée de reconnaissance et de promotion des bonnes pratiques en développement durable, via des mécanismes d'incitation.
- Poursuivre une politique systématique de certification ou labellisation des centres commerciaux en s'appuyant sur des outils de mesure spécifiques.

# 7 propositions pour un commerce durable



## 1 Garantir des règles stables à l'urbanisme commercial

Au gré des corporatismes et des interventions politiques, l'urbanisme commercial n'a cessé au cours de ces dernières années d'être amendé, modifié, réformé, sans qu'un temps suffisant ne soit laissé pour évaluer les effets réels de ces changements.

Depuis la loi Royer de 1973 se sont ainsi succédé les lois Doubin (1989), Sapin (1992) et Raffarin (1996). Plus récemment, la loi SRU (2000) et surtout la loi de modernisation de l'économie (LME, 2008) ont réformé le cadre et les critères d'autorisation des projets commerciaux, dans une double logique de respect accru de l'environnement et de dynamisation économique.

Alors que les dispositions de la LME commencent à peine à produire leurs effets et les nouvelles CDAC et CNAC à fonctionner correctement, une nouvelle proposition de loi « relative à l'urbanisme commercial » a été votée par l'Assemblée nationale en juin 2010 ; le Sénat a approuvé en mars 2011 une version profondément remaniée de ce texte en le transformant en une véritable loi de régulation économique.

Cette accumulation d'interventions législatives crée une forte instabilité juridique qui freine l'investissement et les créations d'emplois induites. Or, eu égard à l'importance des investissements et à la durée de montage (entre dix et quinze ans) de projets commerciaux complexes et structurants, notre secteur a un besoin crucial de stabilité juridique et de visibilité à long terme.

Le CNCC tient à réaffirmer la nécessité d'une réelle stabilité du cadre légal issu de la LME (notamment, le maintien du seuil de 1000 mètres carrés soumis à autorisation). La réglementation actuelle est particulièrement contraignante concernant les impacts des projets, et les parlementaires ne semblent pas avoir pris en considération tous les efforts accomplis depuis de nombreuses années pour améliorer l'intégration urbaine des centres commerciaux afin de continuer de jouer leur rôle de moteur de l'économie nationale.

Dans cet esprit de cadre légal clair et de dynamisme économique, le CNCC propose de :

- **Confirmer le principe fondamental de liberté d'établissement** dans les centres commerciaux en activité ; toute politique de quotas des surfaces commerciales, notamment par la fixation de plafonds maximum dans certaines zones, y est contraire.
- **Maintenir la distinction actuelle entre commerce alimentaire et non alimentaire**, en renonçant à multiplier les typologies au mépris du principe de libre concurrence et portant atteinte à la libre cession des fonds de commerce (notamment pour les enseignes en difficulté).
- **Garantir la libre concurrence et les grands équilibres d'aménagement**, à l'opposé de mécanismes qui, sous couvert de régulation, empêcheraient l'implantation de nouvelles surfaces commerciales au seul profit des commerces déjà en place et au détriment d'une concurrence accrue et du pouvoir d'achat des Français.
- **Rendre obligatoire la concertation avec les acteurs commerciaux** lors de l'élaboration des volets commerciaux des documents d'urbanisme.

## 2 Renforcer la sécurité juridique des projets et accélérer la procédure contentieuse

### 2.1 Renforcer la sécurité juridique

Le CNCC a émis ces dernières années plusieurs propositions – qui peuvent être mises en œuvre à budget constant par le ministère de la Justice – visant à renforcer l'encadrement du droit au recours, afin de trouver un juste équilibre entre le respect de ce droit essentiel et la sécurisation des autorisations d'urbanisme.

Il n'est en effet pas de meilleur exemple de frein au dynamisme de l'économie française et de la création d'emplois que ces nombreux recours qui ne visent souvent qu'une contrepartie financière ou la défense d'intérêts particuliers. Toutes les entreprises membres du CNCC peuvent témoigner

de projets qui ont perdu de nombreuses années avant d'aboutir, avec l'assentiment final de leurs opposants les plus virulents.

Afin de restaurer un cadre plus équilibré dans l'utilisation des recours, le CNCC propose plusieurs mesures :

#### Mesures d'ordre législatif :

- **Cristalliser les moyens d'annulation trois mois après l'expiration du délai de recours contentieux.** Passé ce délai, le requérant ne pourra plus produire de nouveaux moyens (sauf d'ordre public) « au fil de l'eau » à des fins volontairement dilatoires.
- **Permettre aux tribunaux de se prononcer sur demande à propos du caractère abusif d'un recours.** Le pétitionnaire aura la possibilité de demander au juge administratif de constater ce caractère abusif, permettant l'introduction d'une action indemnitaire devant les tribunaux civils.

#### Mesure d'ordre réglementaire :

- **Réévaluer le plafond de l'amende pour recours abusifs.** Le montant maximum de l'amende pour sanctionner l'auteur d'un recours abusif s'élève actuellement à 3 000 euros ; fixé en 1990, ce seuil n'est pas dissuasif au regard des intérêts en jeu et devrait être porté à 50 000 euros.

#### Mesure relevant d'instructions aux juridictions administratives :

- **Sensibiliser les juges au prononcé d'amendes pour recours abusifs.** Il a été constaté souvent que les recours abusifs pourtant avérés ne sont pas suffisamment pris en compte.

## 2.2 Accélérer les procédures contentieuses

La durée des procédures incombe tant aux juridictions qu'aux parties elles-mêmes. Dès lors, toute mesure contraignante pour la juridiction doit s'accompagner de mesures contraignantes pour les parties à l'instance.

Le CNCC émet trois propositions d'ordres législatif et réglementaire :

#### Mesure d'ordre législatif :

- **Instaurer un référé sur demande du défendeur.** En cours de contentieux contre une autorisation d'urbanisme, le pétitionnaire pourra saisir le juge des référés afin qu'il se prononce sur l'absence d'un doute sérieux quant à la légalité de l'autorisation litigieuse, sous condition de justifier de l'urgence et, plus particulièrement, de l'importance ou de la complexité du projet.

#### Mesures d'ordre réglementaire :

- **Fixer un calendrier impératif de procédure dès l'introduction de la requête, opposable aux parties et intangible.** Dès l'enregistrement de la requête, la juridiction administrative devra fixer un calendrier impératif de procédure indiquant les délais d'échange des mémoires, la date de clôture de l'instruction et la date de l'audience publique. En cas de non-respect, le demandeur sera réputé s'être désisté ou, s'il s'agit du défendeur, avoir acquiescé aux faits.
- **Instituer un délai limite dans lequel le juge administratif doit se prononcer en premier ressort.** Pour les opérations les plus importantes (permis de construire soumis à enquête publique), la juridiction administrative saisie d'un recours en annulation d'une autorisation d'urbanisme aura l'obligation de rendre sa décision dans un délai maximal fixé par le Code de justice administrative.

## 3 Adapter la fiscalité à l'évolution du commerce

L'augmentation de la pression fiscale et le manque d'équité fiscale entre les différents modes de commerce pèsent fortement sur la capacité de créer de l'emploi. Sous couvert d'une industrie non délocalisable, le commerce et les centres commerciaux ne peuvent pas continuer à voir leurs prélèvements augmenter plus rapidement que leur chiffre d'affaires et leur valeur ajoutée.

**Le CNCC s'associe au souhait du CDCF de voir s'ouvrir un débat sur la fiscalité du commerce et son impact sur l'économie, le social et l'aménagement du territoire.**

Dans ce cadre, le CNCC propose de :

- **Poser pour principe légal que les prélèvements ne doivent pas augmenter plus rapidement que la valeur ajoutée et le chiffre d'affaires des entreprises.**
- **Etablir une équité fiscale entre les différentes formes de commerce physique et e-commerce.**
- **Accompagner toutes les augmentations d'impôts et taxes significatives d'un mécanisme de lissage dans le temps.**
- **Mesurer les incidences de la réévaluation de la révision des valeurs locatives foncières sur l'ensemble des impôts assis sur la valeur foncière** (taxe foncière sur les propriétés bâties, contribution foncière des entreprises, taxe d'enlèvement des ordures ménagères...) et prévoir un mécanisme rendant progressive l'application de la réforme.

- **Transférer l'établissement et le recouvrement de la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) à la Direction générale des finances publiques (DGFIP) sans priver les collectivités locales des ressources.**
- **Rattacher les modalités de contrôle et de contentieux de la TLPE à celles des impôts directs locaux.**
- **Permettre à chaque entreprise de bénéficier d'une franchise de taxe locale sur la publicité extérieure pour les 7 premiers mètres carrés.**
- **Ne pas taxer au titre du financement de la collecte et du traitement des déchets les entreprises qui prennent elles-mêmes en charge cette collecte.**
- **Créer un observatoire de la fiscalité du commerce.**

## 4 Améliorer la réglementation du travail

Le commerce dans son ensemble est le dernier ascenseur social qui fonctionne réellement en France, permettant à une personne de progresser d'un poste modeste à la direction d'un grand magasin, voire à la création de sa propre entreprise. Le CNCC est particulièrement sensible à toutes les questions concernant l'emploi dans les centres commerciaux. Le travail à temps partiel doit être un choix du salarié, qui permette à terme à ceux qui le souhaitent une évolution vers un emploi à temps plein.

Le CDCF estime ainsi qu'il « est légitime que le secteur du commerce, surtout le commerce de détail, bénéficie de dispositifs d'allègement de charges sur les salaires. Ils sont la contrepartie d'une forte capacité à créer et pérenniser des emplois accessibles à un large public. La remise en cause, à partir de 2011, des allègements de charges sur les salaires (désormais calculés sur une base salariale annuelle et non plus mensuelle) est de ce point de vue un signal très négatif adressé au commerce. »

Dans cet esprit, le CNCC formule plusieurs propositions :

- **Favoriser les conditions de création de groupes d'employeurs au sein d'un centre commercial**, afin de créer un temps complet à l'aide de temps partiels dans la même entité physique.
- **Aménagement du temps partiel afin de faciliter l'embauche**, en contrepartie de garantie d'évolution à moyen terme du salarié vers le temps complet.
- **Allègement de charges sur les salaires**. Pour 100 000 euros de valeur ajoutée, le commerce emploie 2,11 personnes, contre 1,35 pour l'industrie. En termes de prélèvements sociaux, le poids de la contribution sociale de solidarité des sociétés et contribution additionnelle (C3S) est particulièrement pénalisant, car elle est assise sur le chiffre d'affaires – et non la richesse créée – au taux de 0,16% (0,13% de contribution sociale de solidarité des sociétés et 0,03% de contribution additionnelle), ce qui constitue pour les entreprises du commerce l'un des impôts les plus lourds.

## 5 Homogénéiser la législation sur le travail dominical

Deux ans après l'entrée en vigueur de la loi Mallié, adaptant le droit du travail concernant le repos hebdomadaire des salariés afin de permettre l'activité dominicale des pôles commerciaux le justifiant, force est de constater que la situation n'est satisfaisante pour personne, tant salariés ou commerçants que clients. Cette loi a créé des situations de déséquilibre concurrentiel, en particulier en Île-de-France, et elle ne permet pas de statuer au cas par cas dans les grandes agglomérations françaises, principales concernées par ces mesures qui répondent aux contraintes de la vie urbaine.

Les rigidités actuelles sont d'autant plus injustes pour les centres commerciaux que le e-commerce, pour sa part, connaît une croissance très forte de son chiffre d'affaires, en fonctionnant sept jours sur sept et vingt-quatre heures sur vingt-quatre.

Afin de permettre aux centres commerciaux de poursuivre leur politique d'emploi et de recru-

tement et d'amorcer un début d'équité entre le commerce physique et le e-commerce, le CNCC propose :

- **L'assouplissement du régime du travail des étudiants** pour leur permettre de travailler le dimanche (compatibilité avec la semaine de cours, rémunération doublée).
- **Une dérogation mensuelle pour tous les commerces**, soit douze dimanches par an (contre cinq aujourd'hui), en laissant au maire la possibilité de réguler les dates les plus adaptées localement, en lien avec tous les acteurs du commerce local.
- **Une dérogation permanente dans les grandes agglomérations sous les conditions suivantes** :
  - Accord d'au moins 75% des commerçants de la zone concernée.
  - Seuls les salariés volontaires travailleront le dimanche.
  - Paiement double des salariés et repos compensatoire.
  - Période probatoire d'un an.

## 6 Adapter la loi Grenelle 2 aux centres commerciaux

La loi Grenelle 2 a marqué une nouvelle avancée dans le respect du développement durable dans toutes les activités économiques. Les centres commerciaux sont directement concernés, avec des mesures parmi les plus contraignantes, notamment en matière de consommation énergétique. Le CNCC confirme son accord avec les objectifs de la loi et agit avec ses adhérents pour une mise en œuvre efficace de ces mesures.

Ainsi, afin de faciliter cette mise en œuvre et corriger certains effets pervers, le CNCC formule plusieurs propositions :

- **Systématiser l'adaptation des mesures du Grenelle aux centres commerciaux**.  
Par exemple : adapter la méthodologie du Bilan Carbone aux centres commerciaux et prévoir un DPE location tertiaire adapté aux spécificités de l'immobilier commercial (une partie de l'énergie est partagée et la rotation des preneurs est à l'origine de niveaux de consommation très variables).
- **Œuvrer pour une harmonisation européenne des certifications environnementales** (HQE, BREEAM, LEED) adaptées à la France et à toute typologie de site commercial.
- **Instaurer un cadre favorable à la récupération et à la consolidation des données environnementales à l'échelle d'un centre commercial**.  
Par exemple : accord avec EDF/ERDF pour avoir accès aux consommations énergétiques des preneurs avec leur accord, accord-cadre avec les gestionnaires de réseaux d'eau, les prestataires de déchets...
- **Aménagement de la taxe pour la gestion des eaux pluviales urbaines, par exemple** :
  - Adapter les dégrèvements possibles en fonction des techniques de gestion des eaux pluviales mises en œuvre sur les sites et entreprendre une négociation des taux de dégrèvement potentiellement acceptables par les collectivités.
  - Sortir de l'assiette de la taxe toutes les surfaces revêtues non totalement imperméables.
  - Acter que toutes les installations des sites conformes à la réglementation (nationale ou locale) leur ayant imposé un débit de fuite puissent bénéficier du dégrèvement maximal.
- **Assurer la cohérence entre les différents outils réglementant la performance énergétique** du bâtiment en termes de niveau d'exigence, de périmètre considéré et d'obligations de moyens (DPE, réglementation thermique 2012, annexe environnementale au bail, réglementation thermique pour l'existant...).

## 7 Créer une instance permanente de concertation multipartite

Le CNCC est solidaire de la proposition récente du CDCF : « à l'instar des commissions de concertation qui existent pour l'industrie (CPCI) et les services (CPCS), le commerce propose la création d'une Commission permanente de concertation sur le commerce. **Présidée par le ministre chargé du Commerce, celle-ci rassemblerait des représentants de l'administration et du commerce français, mais aussi des élus locaux et nationaux.** Elle aurait pour mission d'éclairer les pouvoirs publics et l'opinion sur la situation du commerce en France et sur sa contribution au développement de l'économie et de l'emploi. Elle organiserait la concertation entre les acteurs publics et privés dans tous les domaines concernant le développement du commerce et devra être force de propositions.

Constituée de différentes sections techniques (innovation, environnement, sécurité, commerce de proximité, fiscalité, emploi et formation, prospective), elle pourrait en outre intervenir sur tous les thèmes spécifiques au commerce :

- en réalisant des analyses sur la législation et la réglementation, nationale ou communautaire ;
- en produisant des études d'impact ;
- en proposant des actions concrètes en matière de politique commerciale et d'innovation. »

## NOS ENGAGEMENTS

- **Mener** des actions énergiques de revitalisation commerciale dans les quartiers.
- **Favoriser** l'intégration d'enseignes indépendantes et innovantes dans les centres commerciaux.
- **Mettre** en place un pacte pour l'emploi des jeunes entre le CNCC et le ministère du Travail, de l'Emploi et de la Santé.
- **Informier**, promouvoir et inciter les commerçants des centres commerciaux à faire appel à des structures de groupement d'employeurs afin de minimiser l'utilisation du temps partiel subi.
- **Privilégier** une démarche pédagogique généralisée de reconnaissance et de promotion des bonnes pratiques en matière de développement durable.
- **Poursuivre** une politique systématique de certification ou de labellisation environnementale des centres commerciaux neufs ou existants.

## NOS PROPOSITIONS

- **Garantir** des règles stables à l'urbanisme commercial.
- **Renforcer** la sécurité juridique des projets et accélérer la procédure contentieuse.
- **Adapter** la fiscalité à l'évolution du commerce.
- **Améliorer** la réglementation du travail.
- **Homogénéiser** la législation sur le travail dominical.
- **Adapter** la loi Grenelle 2 aux centres commerciaux.
- **Créer** une instance permanente de concertation multipartite sur le commerce.