

EXTRAIT DU REGISTRE
DES

2011-459

PUBLIÉ LE :

01 JUIL 2011

**DELIBERATIONS DU CONSEIL
MUNICIPAL**

DE LA
COMMUNE de SALON-de-PROVENCE

Objet :

Mise en place du droit de préemption
sur les fonds de commerce,
les fonds artisanaux et
les baux commerciaux

Séance du 14 juin 2011

L'an DEUX MILLE ONZE et le quatorze juin à 17 h 00.

Le Conseil Municipal de la Commune, régulièrement convoqué, s'est réuni, au nombre prescrit par la loi, salle du Conseil Municipal, en l'Hôtel de Ville, sous la présidence de Monsieur Michel TONON, Maire.

01 JUIL 2011

SECRETARE DE SEANCE : Monsieur AIM

PRESENTS : MM. TONON – AIM – Mme FLOUPIN – M. DIOULOUFET – Mme JULLIAN-LATARD – M. CHAVE – Mme ZARKA-LABRUNIE – MM. MITRIDATI – FABRE – VIRILLI – CREON – Mmes BLANC-PARDIGON – GUEY – M. FRAUDIN – Mmes DUFAUX – MOUTET – BILGER – CHOU – SURLES – VELLA – MM. CARTIER – RICHARD – PROREL – Mme ABELS – M. GUIGUES – Mlle DAUTA-GAXOTTE – M. REMIGNON – Mmes SOURD – BONFILLON – Mlle BAGNIS.

Date convocation et
affichage :

6 juin 2011

POUVOIRS :

- Madame JULLIEN avait donné pouvoir à Madame GUEY
- Monsieur SIBILLI avait donné pouvoir à Monsieur RICHARD
- Madame STAALI avait donné pouvoir à Madame BLANC-PARDIGON
- Monsieur SANTIAGO avait donné pouvoir à Madame BILGER
- Monsieur PEREZ avait donné pouvoir à Monsieur REMIGNON
- Monsieur ISNARD avait donné pouvoir à Madame BONFILLON

EXCUSES :

- Madame DREZET
- Monsieur ROUX
- Monsieur STEINBACH

NOMBRE DE MEMBRES		
Du Conseil Municipal	En exercice	Ayant pris part à la délibération
39	39	36

Mise en place du droit de préemption
sur les fonds de commerce,
les fonds artisanaux et
les baux commerciaux

Conformément à la loi n° 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises, notamment l'article 58, et à son décret d'application n° 2007-1827 du 26 décembre 2007, le Conseil Municipal d'une commune peut, par délibération motivée, délimiter un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité, à l'intérieur duquel sont soumises au droit de préemption les cessions de fonds artisanaux, de fonds de commerce ou de baux commerciaux. A l'intérieur de ce périmètre, sont également soumises au droit de préemption les cessions de terrains portant ou destinés à porter des commerces d'une surface de vente comprise entre 300 et 1 000 m².

Concernant la délimitation du périmètre, les dispositions en vigueur précisent que, lorsqu'une commune envisage d'instituer le droit de préemption sur les fonds artisanaux et les fonds de commerce et les baux commerciaux, le Maire soumet pour avis le projet de délibération du Conseil Municipal, le périmètre ainsi que l'étude à la Chambre de Commerce et d'Industrie et à la Chambre des Métiers et de l'Artisanat dans le ressort desquelles se trouve la commune.

Concernant le droit de préemption, il est prévu qu'il peut s'exercer sur les cessions de terrains portant ou destinés à porter des commerces d'une surface de vente comprise entre 300 et 1000 m² ainsi que sur les fonds artisanaux, les fonds de commerce ou les baux commerciaux lorsqu'ils sont aliénés à titre onéreux, à l'exception de ceux compris dans la cession d'une ou plusieurs activités prévues à l'article L 626-1 du Code du Commerce ou dans le plan de cession arrêté en application de l'article L 631-22 ou des articles L 642-1 à L 642-17 du Code du Commerce.

VU le Code de l'Urbanisme et notamment ses articles L 214.1 à L 214.3 et R 214.1 à R 214.16, relatifs au droit de préemption des communes sur les fonds artisanaux, les fonds de commerce et les baux commerciaux,

VU le Code des Collectivités Territoriales et notamment l'article L. 2122-22, relatif au droit du maire d'exercer au nom de la commune les droits de préemption définis par le Code de l'Urbanisme,

VU le Code de l'Urbanisme et notamment ses articles L 211-1, L 213-2, L 213-3, L 213-14, L 213-15, L 321-1 et R 213-1, relatif au droit de préemption urbain de biens immobiliers,

VU l'arrêté ministériel du 29 février 2008 relatif à la déclaration préalable, chaque cession est subordonnée, sous peine de nullité, à une déclaration préalable faite par le cédant à la Commune, cette déclaration précise le prix et les conditions de cession,

VU l'étude préalable à l'instauration du droit de préemption sur les fonds de commerce, les fonds artisanaux et les baux commerciaux, réalisée par la Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille Provence pour la commune de Salon de Provence,

VU le périmètre choisi, qui concerne les principaux axes commerciaux du centre-ville :

Cours Gimon,
Cours Victor Hugo,
Rue des Frères Kennedy,
Cours Carnot,
Boulevard Jean Jaurès,
Boulevard Maréchal Joffre,
Cours Camille Pelletan,
Rue de l'Horloge,
Rue Lafayette,
Rue Reynaud d'Ursule,
Boulevard Nostradamus et allées de Craponne,

VU l'avis favorable de la Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille Provence en date du 26 janvier 2011,

VU l'avis favorable de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat en date du 4 janvier 2011,

CONSIDERANT qu'il est indispensable de sauvegarder le commerce de proximité et de préserver la diversité de l'activité commerciale sur la commune de Salon de Provence,

La présente délibération est accompagnée :

- du plan délimitant le périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité ;
- du rapport analysant la situation du commerce et de l'artisanat de proximité à l'intérieur de ce périmètre et les menaces pesant sur la diversité commerciale et artisanale ;

Le rapporteur entendu et après en avoir délibéré,

Le Conseil Municipal,

APPROUVE le périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité,

DECIDE d'appliquer le droit de préemption sur les fonds artisanaux, les fonds de commerce ou les baux commerciaux ainsi que sur les cessions de terrains portant ou destinés à porter des commerces d'une surface de vente comprise entre 300 et 1 000 m², à l'intérieur de ce périmètre,

DIT que la présente délibération fera l'objet de mesures de publicité, à savoir un affichage en Mairie durant un mois et une insertion dans deux journaux diffusés dans le département,

DIT que la présente délibération ainsi que le périmètre délimité seront annexés au Plan Local d'Urbanisme,

DIT que la délibération sera transmise au Directeur départemental des services fiscaux, au Conseil supérieur du notariat, à la Chambre départementale des notaires, au barreau près du greffe du Tribunal de Grande Instance d'Aix en Provence,

AUTORISE Monsieur le Maire, ou l'Adjoint délégué, à signer tous documents ou actes et permettant l'application de ce droit de préemption ;

SE PRONONCE comme suit :

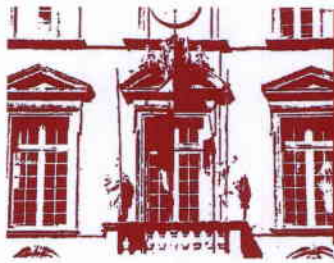
POUR : 36

CONTRE : 0

ABSTENTION : 0



Pour copie conforme
du Maire
Yveline DUDAUX
Conseillère Municipale
déléguée au Commerce et à l'Artisanat



VILLE DE
Salon de Provence

un nouvel **art de vivre** en Provence

VILLE DE SALON DE PROVENCE

RAPPORT D'ANALYSE DE LA SITUATION DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT

DELIMITATION DU PERIMETRE DU DROIT DE PREEMPTION
SUR LES FONDS DE COMMERCE, LES FONDS ARTISANAUX
ET LES BAUX COMMERCIAUX

3 enjeux majeurs sur le périmètre retenus :

- L'appareil commercial du centre-ville se structure surtout le long des cours, partie du centre-ville sur laquelle il est essentiel de **préserver la continuité commerciale**.
- La moitié sud-ouest du cœur de ville est contrainte par l'emprise du Château de l'Empéri, elle **apparaît beaucoup moins vivante commercialement**, ce qui en fait une zone à fort enjeu compte tenu de sa position stratégique par rapport au projet de la place Morgan. La problématique cruciale de liaison commerciale et urbaine entre le projet et le cœur de ville historique se matérialise dans cet espace qui doit donc faire l'objet d'une attention toute particulière.
- La structure de la zone de chalandise et le niveau important d'évasion commerciale, la dynamique sociodémographique observée sur la commune ; autant d'éléments qui justifient **à minima le maintien et le développement d'un équipement commercial de proximité suffisamment diversifié et attractif pour répondre à la demande émanant des habitants**.

INTRODUCTION

ELEMENTS CONTEXTUELS

Un projet volontariste d'aménagement du centre ville:

La commune de Salon de Provence a connu un vaste chantier de requalification de son centre ville de 2004 à 2007.

8 millions d'euros ont été investis dans des travaux d'embellissement et de revitalisation des artères principales de la ville

L'aménagement des centres villes revêt une importance majeure dans la perspective du maintien et du développement de la vie économique et sociale, dans la mesure où il constitue un préalable indispensable à la sauvegarde du commerce de proximité.

Ainsi, la volonté de l'équipe municipale entre 2001 et aujourd'hui a été de créer les conditions favorables au maintien du dynamisme de l'activité commerciale, au travers d'un projet ambitieux :

Le projet d'aménagements urbains commercial et de loisir de la place Morgan s'intègre dans une stratégie globale de la municipalité d'étoffer et d'élargir le centre-ville de Salon-de-Provence afin d'encourager les ménages salonais à revenir vers le centre-ville et donc de limiter l'évasion d'achats (vers Vitrolles notamment). La municipalité souhaite donner toutes ses chances à ce projet en insistant sur la mixité entre commerce, loisirs et activités économiques.

Dans le cadre des études de maîtrise d'œuvre déjà menées, il a été mis en évidence l'opportunité non seulement de requalifier l'espace public et d'optimiser l'offre de stationnement et le contexte du marché couvert, mais également d'y accueillir une nouvelle polarité commerciale et économique centrée sur la thématique des loisirs.

Cette thématique, qui s'appuie notamment sur la création d'un multiplexe cinémas (et le transfert de l'activité du pôle de cinémas implanté aux abords de la place Gambetta) et d'un bowling, viendrait compléter le tissu actuel du centre-ville et conforter le dynamisme et la diversité de l'offre de restauration du centre-ville.

Parallèlement, le transfert de l'ancien cinéma libèrera un ensemble immobilier et foncier important dont la localisation au contact de l'hypercentre commercial garantit dès à présent sa forte commercialité et son caractère stratégique au sein du commerce du centre-ville.

Dans le prolongement des réflexions engagées en 2006 et 2007, la Ville de Salon-de-Provence a engagé diverses études et consultations complémentaires en vue de finaliser le contenu du programme économique et d'engager rapidement la phase opérationnelle du projet.

L'objectif fondamental de la requalification du centre ville de Salon de Provence repose donc bien sur la volonté d'une part, de maintenir et d'attirer la population en centre ville, et d'autre part, de préserver le commerce de proximité, véritable vecteur du lien social et du sentiment de « vivre ensemble », essentiel au maintien des traditions et de l'âme d'une cité.

En juin 2003, le Conseil Municipal a, par délibération, ouvert la concertation préalable à la création d'une ZAC à vocation commerciale qui pourrait développer 20 000 m² de SHON sur un terrain de 10 hectares situé en bordure de la RN 113 Sud (en face de l'hypermarché Géant et juste derrière le concessionnaire Citroën).

L'accueil des enseignes sera ciblé sur l'équipement de la maison, en complémentarité avec les commerces du centre ville tournés vers l'équipement de la personne.

Ce projet a pour but de lutter contre l'évasion commerciale estimée à 42% dans le domaine de l'équipement de la maison

un recours contre la zone commerciale des Gabins et l'enseigne Décathlon a été déposé au Tribunal Administratif en 2006

En 2009, le Tribunal Administratif a débouté les associations

le projet ancien de 7 ans doit être redéfini et solliciter une nouvelle autorisation; en effet le paysage économique a changé : certaines enseignes qui s'étaient engagées dans le projet ne sont plus présentes.

Le dossier doit être représenté en CDAC fin 2010; les permis restent valides

Un dispositif de soutien: le FISAC

Préalablement puis parallèlement à ces efforts d'investissements, la commune de Salon de Provence a bénéficié du Fonds d'Intervention pour les Services, l'Artisanat et le Commerce (FISAC) depuis

Ce dispositif partenarial entre l'État et la Commune vise principalement à favoriser la création, la modernisation et l'adaptation des entreprises de proximité, commerces sédentaires et non sédentaires.

Signé en 2005, il se décompose en trois tranches. Ces fonds ont permis notamment de soutenir l'activité des 2 associations des commerçants et des artisans de Salon de Provence, particulièrement dynamiques, d'aider des entreprises individuelles dans leurs travaux de rénovation et de modernisation, et de subventionner des investissements en centre ville.

1 - La zone de chalandise des commerces salonais :

Selon les données de l'INSEE la population de la zone de chalandise au 01/01/2009 atteint 143.263 habitants soit 54.615 ménages. La population s'est accrue de 21,8% entre 1999 et 2009 soit environ de +2% par an contre 0,67% par an pour les Bouches-du-Rhône (BDR).

ZONE PRIMAIRE	Population au 01/01/2009
Aurons	540
La Barben	718
Pelissanne	9 277
Salon-de-Provence	40 849
TOTAL	51 384
ZONE SECONDAIRE	
Alleins	2414
Cornillon Confoux	1332
Eyguières	6 409
Grans	4 119
Lamanon	1776
Lançon-Provence	7 634
Miramas	24 876
Saint Chamas	7 392
Vemègues	1348
TOTAL	57 300
ZONE TERTIAIRE	
Charleval	2371
La Fare-Ies-Oliviers	6 577
Lambesc	8 399
Mallermort	5 687
Saint Cannat	5 294
Sénas	6 251
TOTAL	34 579
TOTAL Zone de Chalandise	143 263

La zone de chalandise se caractérise par :

- Un fort dynamisme démographique (voir supra),
- Une population jeune (indice de jeunesse de 1,34 sur Agglopoie Provence contre 1,13 pour les BDR et 1,15 au niveau national),
- Un taux de chômage inférieur à celui des BDR (16,8% sur Agglopoie Provence contre 19,6% dans les BDR).

Mais:

- Des ménages plutôt modestes (16.485 € de revenu annuel par foyer fiscal contre 16.640 pour PACA et 17.165 en moyenne nationale; plus de la moitié des foyers de la Communauté d'Agglomération est concernée par une allocation CAF),
- Un taux d'activité inférieur à celui du département en particulier dans le secteur tertiaire (respectivement 73 et 80% d'actifs)
- Une offre commerciale d'attraction intercommunale (source: Observatoire du Commerce CCIMP - janvier 2007)

Population future

Sur la base d'une hypothèse moyenne de taux de croissance de 1,5% par an, d'ici à 2015, la zone d'étude est susceptible de compter 156.650 habitants soit 59.718 ménages.

2 - L'offre commerciale

L'offre commerciale en place (852 commerces et services annexes en activité et 81 locaux vacants sur l'ensemble de la commune, en Octobre 2009) répond principalement à une demande issue de la population de Salon de Provence et des communes environnantes. Le centre ville, qui concentre le plus de commerces de détail est particulièrement concerné par l'enjeu de la sauvegarde du commerce de proximité et la préservation de la disparité.

Sur l'ensemble de la commune, on note:

- La présence de 5 pôles commerçants importants :
 - Centre ville : 510 commerces
 - Les Aires de la Dîmes autour de GEANT CASINO : 49 commerces
 - Parc d'Activités de la Gandonne et du Quintin : 43 commerces
 - Zone commerciale Les Viougues autour du Supermarché E. LECLERC : 20 commerces
 - Centre commercial Les Canourgues autour de CARREFOUR MARKET : 19 commerces
- La présence de marchés forains attractifs : 10,5 % des achats alimentaires des habitants de la zone de chalandise sont effectués dans le commerce non sédentaire, contre 8,3 % sur l'ensemble du département.

	Nombre de commerces			Surface de vente en m ²		
	2004	2007	2009	2004	2007	2009
ALIMENTAIRE	42	38	40	1620	1480	1510
GRANDES SURFACES DESPECIALISEES	1	1	1	1300	1300	1300
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	101	115	115	5875	6275	6945
CULTURE LOISIRS	50	49	45	3180	2310	2080
EQUIPEMENT DE LA MAISON	61	45	35	3755	3140	2795
HYGIENE SOINS	77	83	89	3325	3870	4270
AUTO CYCLES	27	24	18	2400	2170	2030
SERVICES DIVERS	71	79	72	1935	2130	2005
CAFES HOTELS RESTAURANTS	96	101	109	0	0	0
TOTAL LOCAUX EN ACTIVITE	526	535	524	23390	22675	22935
LOCAUX VACANTS	48	44	54	0	0	0
TOTAL COMMERCES	574	579	578	23390	22675	22935

Toutefois entre 2004 et 2009, l'appareil commercial du centre ville montre des signes de fragilités :
Alimentaire : - 2 commerces,
En culture loisirs : - 5 commerces,

En équipement de la maison : - 26 commerces
Locaux vacants : + 6 locaux commerciaux inoccupés

ELEMENTS REGLEMENTAIRES

– Création du Droit de Préemption sur les fonds de commerce, les fonds artisanaux et les baux commerciaux:

L'article 58 de la loi du 2 août 2005 en faveur des PME instaure la possibilité pour les communes d'exercer un droit de préemption sur les fonds de commerce, les fonds artisanaux et les baux commerciaux, dans le cadre d'un périmètre de sauvegarde du commerce de proximité.

Le décret du 26 décembre 2007 relatif au Droit de préemption sur les fonds de commerce, les fonds artisanaux et les baux commerciaux en précise les modalités d'exercice.

Désormais les communes peuvent se porter acquéreurs, à l'occasion de leur cession, de ces fonds de commerce, artisanaux et baux commerciaux, dans des conditions bien encadrées.

– Les enjeux du Droit de Préemption sur les fonds de commerce, les fonds artisanaux et les baux commerciaux:

Cette nouvelle possibilité offerte aux communes, repose sur l'idée fondamentale de préserver et défendre le commerce de proximité et l'artisanat, dans leur nombre et leur diversité, menacés par la concurrence des grandes surfaces, la capacité d'investir du secteur tertiaire, l'habitat dispersé et « l'abandon » des centres villes par la population, la pression du marché foncier...

Il ne s'agit donc bien de sauvegarder le commerce de proximité, en lui permettant de s'implanter et de se pérenniser dans les centres villes, en favorisant la diversification de l'offre commerciale. Dans le contexte du centre ville de Salon, il s'agit de répondre à une demande des habitants de Salon de Provence, mais également des communes alentours.

L'est du département est sous-équipé en zones commerciales (cf cartes des pôles commerciaux). L'évasion, hors alimentaire est donc très forte. Cette évasion peut encore demain être plus importante avec la création des Terrasses du Port à Marseille, l'extension du centre commercial Avant Cap à Plan de Campagne...

La loi de modernisation de l'Économie adoptée en juillet 2008 est venue ajouter à ces objectifs, celui de promotion au sens large des centres villes.

Si les motifs de l'instauration de ce Droit de préemption relèvent d'un consensus des pouvoirs publics et des acteurs économiques, il n'en demeure pas moins que ses conditions de mise en œuvre soulèvent un certain nombre de questions, quant à la liberté du commerce, aux capacités des communes à financer ces acquisitions et à trouver des repreneurs dans le délai d'un an imparti, et aux risques contentieux avec les acquéreurs évincés.

POINT METHODOLOGIQUE

La réalisation d'une étude portant diagnostic de la situation du commerce et de l'artisanat à Salon de Provence:

La Chambre de Commerce et d'Industrie de Marseille Provence a réalisé en mai 2010 une étude sur l'état du commerce et de l'artisanat, sur le même modèle que l'étude réalisée en 2004 et 2009, permettant ainsi une analyse comparative intéressante en termes d'évolutions.

Cette étude s'est déroulée en plusieurs étapes:

- analyse du tissu commercial
- analyse de l'environnement commercial
- analyse de la demande
- puis des critères d'analyse des objectifs de sauvegarde du commerce et de préservation de la diversité ont été définis

Une démarche de concertation et de réflexion commune a été initiée par la commune avec les chambres consulaires et les associations des commerçants, afin d'aboutir à un diagnostic partagé, de bénéficier de l'expertise et de la connaissance du secteur de chacun, et d'envisager une méthode d'exercice de ce droit de préemption, notamment au niveau de la recherche de repreneurs.

DIAGNOSTIC DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT SUR LA COMMUNE DE SALON DE PROVENCE

SYNTHESE DE L'ETUDE

I Les critères d'aides à la délimitation du périmètre

1- Le tissu commercial

- Un appareil commercial communal organisé autour de 5 polarités (le centre-ville, le pôle des Aires de la Dime/Géant Casino, le Parc d'activités de la Gandonne et du Quintin, la zone commerciale des Viougues et le centre commercial Carrefour Market des Canourgues); une offre de centre-ville concentrée sur les cours au détriment de zones plus vides (moitié sud ouest du cœur de ville) mais pourtant à enjeux compte tenu du projet de la place Morgan.
- Un bon dynamisme socio-démographique qui justifie le maintien d'un équipement commercial de proximité suffisamment diversifié et attractif pour répondre aux besoins des habitants.
- Un équipement commercial diversifié bénéficiant de la présence de marchés fréquents et importants notamment en centre-ville.
- Une offre commerciale qui s'est globalement renforcée sur la commune mais qui **tend à s'affaiblir en centre ville** et ce en raison d'une tendance croissante de suppressions définitives et fermetures de commerces.
- Une menace de fragilisation du dynamisme commercial avec:
 - **des suppressions définitives et fermetures de commerces** nombreuses et pas du tout compensées par les créations/réouvertures (solde négatif);
 - **des mouvements de suppressions/fermetures** particulièrement notables en centre-ville et sur son secteur nord-est;

2- L'environnement commercial

- Des aménagements impactant en terme d'accessibilité, de stationnement et d'offre commerciale: Pôle d'échange du quartier de la Gare, Programme d'aménagements urbains, commercial et de loisir de la place Morgan
- Des acteurs du commerce très présents via 2 principales associations de commerçants dont le nombre d'adhérents est en croissance. La mise en place d'une politique de redynamisation du commerce est facilitée dans la mesure où la municipalité peut bénéficier de la présence d'interlocuteurs représentatifs d'une majorité de commerçants.
- Des pôles commerciaux qui ont bénéficié de programmes de redynamisation commerciale à travers la démarche FISAC. Une seconde phase orientée à Salon-de-Provence vers des actions d'accompagnement des commerces en centre-ville dans le cadre du projet de la place Morgan, prolongera cette opération de dynamisation et de soutien.

3- La demande

- Une zone de chalandise large qui regroupe 143.000 habitants.
- Une évansion commerciale contenue en l'alimentaire : 19% des ménages résidant dans la zone de chalandise effectuent leurs dépenses de consommation en dehors de cette zone.
- Mais une forte évansion en non alimentaire et notamment en équipement de la maison (47%)
- Cette évansion s'effectue principalement au profit de Vitrolles (Pôle commercial Grand Vitrolles) et Plan-de-Campagne pour la Ville de Salon, et au profit d'Avignon et Cavaillon pour les communes du nord de la zone de chalandise.
- La grande distribution est majoritaire avec près de 67% de part de marché, mais reste légèrement inférieure à la moyenne du Département.

4- Le tissu artisanal

REPRISE D'ENTREPRISE : DES DIRIGEANTS EN AGE DE TRANSMETTRE

Le maintien et la valorisation du tissu économique local passent par l'anticipation des départs à la retraite et l'accompagnement aux projets de transmission. La reprise d'une entreprise artisanale est un acte complexe que peu de cédants et de repreneurs arrivent à passer : manque d'anticipation des cédants, informations opaques, problèmes de levée de fonds financiers... Dans l'artisanat, la personnalisation des relations et la structure organisationnelle constituent un frein supplémentaire.

1/3 DES ENTREPRISES CONCERNEES

Sur les 97 entreprises artisanales concernées dans le périmètre droit de préemption commerce du centre-ville de Salon de Provence, 38 entreprises sont gérées par des dirigeants de plus de 50 ans : soit 39% contre 33,4% à l'échelle du département. Ce sont donc 38 dirigeants d'entreprises qui vont être confrontés à court ou moyen terme à la problématique de la transmission.

97 SALARIES EN SURSIS

Sur ces 38 entreprises recensées, ce sont 97 emplois salariés qui sont en sursis sur le territoire.

Ce critère est un indicateur supplémentaire permettant d'analyser les commerces et les activités artisanales de proximité, fragiles pour beaucoup d'entre elles, et ont plus que jamais besoin d'être soutenus et encouragés, en utilisant de manière rationnelle les outils mis à la disposition des acteurs publics.

II) Les critères d'analyse des objectifs de sauvegarde du commerce et de préservation de la diversité

1- La taille des surfaces

- Plus de 9 commerces sur 10 ont une surface de vente inférieure à 300 m².
- Le nombre de grandes surfaces de 300 m² stagne depuis 2004.
- En 5 ans, la taille moyenne des commerces en activité est passée de 141 à 147 m² (de 54 à 55 m² en centre ville).
- La taille des commerces sur Salon-de-Provence reste plutôt restreinte comparativement aux communes de même importance.
- 6 commerces sur 10 sur la commune et 3/4 des points de vente en centre-ville n'excèdent pas 50 m². Ce type de surface concerne en premier lieux les commerces de la branche alimentaire.

2- La nature des activités

- On distingue les commerces de première nécessité ou d'achats courants, proposant des biens banaux (alimentaire, hygiène-soins et services divers), des commerces de biens anomaux dont l'achat et la consommation sont exceptionnels (branches équipement de la personne, culture-loisirs, équipement de la maison, auto-cycles et cafés/hôtels /restaurants).
- L'offre en place est essentiellement composée de commerces de biens anomaux que ce soit en centre-ville ou sur la commune. Il s'agit d'un atout pour Salon-de-Provence qui s'explique par la structure de sa zone de chalandise.

Pour autant, étant donnée l'importante évvasion commerciale sur ce type de produits (jusqu'à 47% en équipement de la maison), Salon-de-Provence doit poursuivre le renforcement de son attractivité car il existe encore un potentiel à conquérir pour satisfaire les besoins des ménages de sa zone d'attraction.

- L'offre en biens anomaux a légèrement reculé entre 2004 et 2009 au profit des commerces de proximité.

CONCLUSION

Les atouts du commerce salonais

- L'appareil commercial de la commune de Salon-de-Provence est organisé essentiellement autour de 5 pôles. Le centre ville constitue l'un des pôles majeurs de la commune.
- Avec la structure de la zone de chalandise et le niveau important d'évasion commerciale, la dynamique sociodémographique positive observée sur la commune, justifient à minima le maintien et le développement d'un équipement commercial de proximité suffisamment diversifié et attractif pour répondre à la demande émanant des habitants.

Les secteurs commerciaux à enjeux

- Le centre-ville, qui concentre le plus de commerces de détail, est particulièrement concerné par l'enjeu de la sauvegarde du commerce de proximité et de la préservation de la diversité.
- Son appareil commercial se structure surtout le long des cours, partie du centre-ville sur laquelle il est essentiel de préserver la continuité commerciale.
- Assurer la sauvegarde du commerce du centre-ville revient également à maintenir et renforcer l'offre en cœur de ville à l'intérieur des cours.
- Quant à la moitié sud-ouest du cœur de ville contrainte par l'emprise du Château de l'Empéri, elle apparaît beaucoup moins vivante commercialement, ce qui en fait une zone à fort enjeu compte tenu de sa position stratégique par rapport au projet de la place Morgan. La problématique cruciale de liaison commerciale et urbaine entre le projet et le cœur de ville historique se matérialise dans cet espace qui doit donc faire l'objet d'une attention toute particulière.

DEUXIEME PARTIE

DELIMITATION DU PERIMETRE DE SAUVEGARDE DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT DE LA COMMUNE DE SALON DE PROVENCE

I) Une structure commerciale commerciale permettant de préserver le commerce de proximité

Mettre en œuvre le Droit de préemption sur les Fonds de commerce, les fonds artisanaux et les baux commerciaux répond à la préoccupation de la commune de Salon de Provence de lutter contre les menaces qui pèsent aujourd'hui sur le commerce de proximité.

Il s'agit de définir les intentions et les résultats à atteindre qui justifieront, au cas par cas, la décision ou non d'utiliser ce droit de préemption.

1 - La taille des surfaces

Les commerces de moins de 300 m² constituent l'essentiel de l'appareil commercial de Salon-de-Provence (92% des commerces entre 2004 et 2009).

- Sur la commune, 8 commerces sur 10 ont une surface de vente inférieure à 100 m². Ce ratio s'élève à 9 sur 10 en centre ville.
- Hormis les branches équipement de la maison et auto-cycles, 90% des commerces du reste des branches ont une surface inférieure à ce niveau.
- Par comparaison, les villes de même taille présentent en moyenne une proportion équivalente de commerces de moins de 100 m² au niveau communal et en centre-ville.
- Les commerces ayant une surface inférieure à 50m² représentent près de 3/4 des points de vente en centre-ville et un peu plus de 6 points de vente sur 10 sur la commune. Cela caractérise particulièrement la branche alimentaire qui conjugue le plus fort poids de commerces de moins de 50 m² (de 80% au global à 87% sur le centre-ville) et la surface moyenne de vente la plus faible (38 m² en centre-ville et 54 m² sur la commune).
- Les villes de même taille se caractérisent par un poids similaire de commerces de moins de 50 m² (67%) au niveau communal; cette proportion est légèrement plus forte sur les centres-villes comparés (80%).

2 - La nature des activités

Définir la nature des activités présentes à Salon-de-Provence revient à définir le type de besoin de consommation auquel ces activités répondent.

- On distingue les commerces de première nécessité ou d'achats courants (alimentaire, hygiène-soins et services divers), des commerces de biens anomaux dont l'achat et la consommation sont exceptionnels (branches équipement de la personne, culture-loisirs, équipement de la maison, auto-cycles et cafés/hôtels /restaurants).
- Si les commerces en hygiène-soins de première nécessité (coiffeurs) arrive en première position (15% des points de vente), cette branche est suivi de très près (14,5%) par l'équipement de la personne qui correspond à des commerces de biens anomaux (habillement/chaussures/bijoux).
- Les branches alimentaire, culture-loisirs, équipement de la maison sont représentées de façon équivalente (9%). La restauration, regroupe plus de 18% des établissements présents sur la commune (22% à Aix en Provence).
- En centre-ville, la branche équipement de la personne arrive quant à elle en première position (22%). Elle est suivie de la branche hygiène-soins (coiffure, esthétique) puis des

services aux particuliers (banques, agences immobilières) qui représentent respectivement 17 et 13,7% des commerces du centre-ville. Le poids de la restauration s'élève à plus de 20% (23% en centre-ville d'Aix-en-Provence).

Salon-de-Provence doit poursuivre le renforcement de son attractivité car il existe encore un potentiel à conquérir pour satisfaire les besoins des ménages de sa zone d'attraction.

II) CHOIX DU PERIMETRE D'EXERCICE DU DROIT DE PREEMPTION URBAIN SUR LES FONDS DE COMMERCE, LES FONDS ARTISANAUX, ET LES BAUX COMMERCIAUX:

1 - Définition du périmètre:

Le périmètre de sauvegarde du commerce de proximité et de la préservation de la diversité choisi concerne le centre ville.

Il rassemble 61% du nombre total des points de vente et 22% de la surface de vente (23.000 m²) de la commune.

Les principaux axes commerciaux du centre-ville sont les suivants : Gimon, V. Hugo, Kennedy, Carnot, Jaurès, Maréchal Joffre, Pelletan, Horloge, Lafayette, Reynaud d'Ursule, le début de Nostradamus et la fin de Craponne, la Place Morgan

Mais l'appareil commercial se structure surtout le long des cours Gimon, V. Hugo, Carnot ainsi que sur le début de la rue Kennedy. Ainsi, la moitié sud ouest du cœur de ville, contrainte par l'emprise du Château de l'Empéri, est beaucoup moins vivante commercialement. Il s'agit d'un élément sur lequel il faut rester vigilant compte tenu de sa position stratégique par rapport au projet de la place Morgan (liaison commerciale et urbaine).

2 - Motivation:

Le périmètre choisi correspond au noyau commercial de la ville et s'appuie sur trois critères:

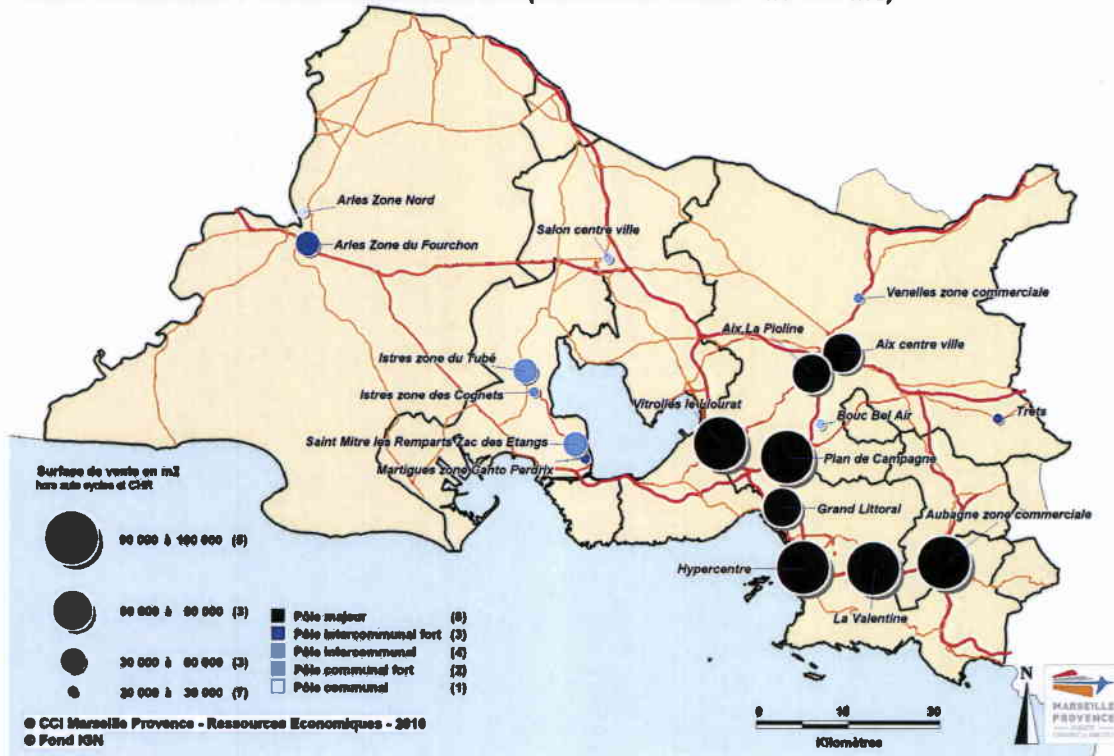
- Existence d'une continuité commerciale visible
- Investissements de la commune: cet espace a bénéficié entre 2004 et 2006 (et prochainement avec le projet Place Morgan) puis d'aménagements urbains dans le but de revaloriser l'espace public du centre ville et faciliter la circulation automobile, piétonne, ainsi que le stationnement (nouvelle politique de stationnement mise en place en septembre 2010)
- Présence en limite du périmètre d'aires de stationnement idéalement réparties.

Conclusion:

La Ville de Salon de Provence souhaite poursuivre sa politique en faveur des commerces du centre ville : requalification des cours, mise en place d'un Fisac et définition du périmètre de préemption;

Ce périmètre de sauvegarde du commerce de proximité doit permettre à la commune d'exercer son droit de préemption, en tenant compte du nécessaire équilibre entre l'intérêt général de la commune et les intérêts financiers des candidats à la cession. L'enjeu est bien de protéger la diversité du commerce et de l'artisanat du centre ville.

LES PRINCIPAUX POLES COMMERCIAUX (Surface de vente > 20 000 m2)

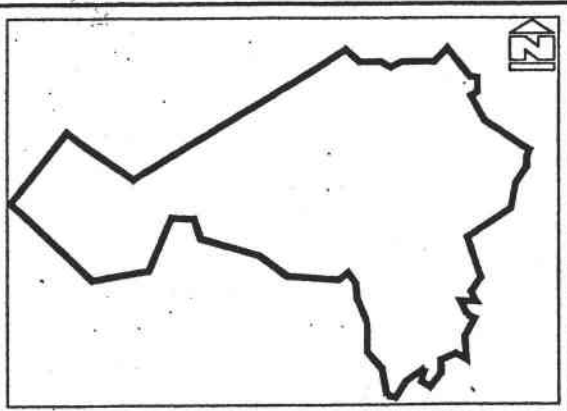


APPAREIL COMMERCIAL DU CENTRE VILLE DE SALON DE PROVENCE



© CCI Marseille Provence - Ressources Economiques - 2009
© Fond IGN

DROIT DE PREEMPTION



Droit de préemption commercial

plan échelle 1/10000e

Vu pour être annexé à la Délibération du Conseil Municipal du :

P/ Michel TONON
Maire de Salon-de-Provence
Mme DUFAUX

LÉGENDE ——— périmètre du Droit de Préemption sur les fonds artisanaux,
fonds de commerce, baux commerciaux
et les terrains faisant l'objet de projets
d'aménagement commercial
(surface de vente entre 300 et 1000m²)

Direction de
l'Urbanisme et
de l'Aménagement

