

Ville de
Guérande

Service instructeur : Direction de l'Urbanisme et de l'Aménagement Urbain/Manager de centre-ville
Rapporteur : Nicolas CRIAUD

Délibération du conseil municipal – DEL2019/141 Séance du 23 septembre 2019

L'an deux mille dix-neuf, le vingt-trois septembre, à 18 heures 30. Le Conseil Municipal, légalement convoqué le 17 septembre 2019 s'est réuni à l'Hôtel de ville sous la présidence de Nicolas CRIAUD, Maire.

Étaient présents : Pascal LOIRAT - Françoise JOUNIER - Marie-Annick DURAND - Luc PORTET - Bernard MACÉ – Anouk PAOLOZZI-DABO - Frédéric DUNET - Jacques GUIHÉNEUF - Laurent BOULO - Nadège VÉRON - Chantal DEMY Marie-Claude BARRET - Laurence GEFFRAY - Laurent CHASSAING - Patrice GUIHARD - Joseph GAULTIER - Gwénaëlle MORVAN – Fabrice GUILLET - Joëlle URVOIS - Anne-Martine GUILLOUX - Marie-Line MOREAU - Hervé NAËL - Emmanuelle SOALHAT - Frédéric MICHÉ - François PAGEAU

Étaient excusés : Catherine LACROIX donne pouvoir à Anouk PAOLOZZI-DABO - Thierry de LORGERIL donne pouvoir à Nicolas CRIAUD - Laurence LÉPINE donne pouvoir à Bernard MACÉ - Hélène CHALLIER donne pouvoir à Emmanuelle SOALHAT - Dominique MIGAULT donne pouvoir à Hervé NAËL - Anne-Gaëlle RÉVAULT donne pouvoir à Frédéric MICHÉ Valérie SAUVIAT.

Secrétaire de Séance : Anne-Martine GUILLOUX

Objet : Droit de préemption sur les fonds artisanaux, les fonds de commerce, les baux commerciaux et les terrains faisant l'objet de projets d'aménagement commercial

Monsieur le Maire rappelle que par délibération du 13 novembre 2017 a été approuvée la révision du plan local d'urbanisme (PLU).

Afin de conserver l'identité de la commune et le dynamisme du centre-ville, un des choix retenus dans le plan d'aménagement et de développement durables (PADD) est le soutien au commerce de proximité en lien avec la revitalisation du centre-ville et l'accessibilité aux commerces pour tous les publics.

Le plan de sauvegarde et de mise en valeur (PSMV), dont la révision a été approuvée par le conseil municipal en séance de ce jour, s'inscrit en cohérence et dans le respect des orientations du PADD, en accord avec les différents documents de planification à l'échelle communautaire. Ces documents tendent notamment vers une protection de la fonction de centralité avec un maintien et un renforcement des commerces de proximité.

Cette ambition se traduit dans le règlement du PSMV par quatre obligations :

- l'instauration d'un droit de préemption de la collectivité sur les fonds de commerce, artisanaux et les baux commerciaux, au titre de la sauvegarde du commerce de proximité sur l'ensemble du périmètre d'application du PSMV
- la protection de la fonction commerciale des Halles de la place Saint-Aubin (au-delà de sa forme architecturale)
- la protection de la diversité des activités commerciales sur tout projet de création ou de réhabilitation
- la protection des rez-de-chaussée commerciaux (ciblés graphiquement) pour garantir l'animation des rez-de-chaussée sur l'espace public.

Compte tenu de ce qui précède, et face à un risque d'appauvrissement quantitatif et qualitatif de l'offre commerciale de proximité dans le centre-ville et l'offre commerciale de proximité nécessitant d'être mieux diversifiée, Monsieur le Maire propose au conseil municipal d'instaurer un droit de préemption de la collectivité sur les fonds artisanaux, les fonds de commerce, les baux commerciaux et les terrains faisant l'objet de projets d'aménagement commercial, au titre de la sauvegarde du commerce de proximité. Le périmètre d'application du droit de préemption correspond au périmètre d'application du PSMV.

Ledit droit de préemption présente deux intérêts : le premier est d'imposer une déclaration préalable avant chaque vente de fonds ou cession de bail avec notamment l'indication de l'activité envisagée par l'acquéreur pressenti, le second est de donner aux pouvoirs publics les moyens d'agir en cas de disparition d'un commerce structurant pour la ville close.

Il est précisé que toute préemption devra faire l'objet d'une rétrocession, dans le délai de deux ans, à une entreprise immatriculée au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers, en vue d'une exploitation destinée à préserver la diversité et à promouvoir le développement de l'activité commerciale et artisanale dans le périmètre concerné.

Vu le Code général des collectivités territoriales, et notamment l'article L.2121-29,
Vu le Code de l'urbanisme, et notamment les articles L.214-1 et suivants, et R.214-1 et suivants,
Vu l'avis de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Loire-Atlantique en date du 04 septembre 2019, et l'avis de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat de Loire-Atlantique en date du 06 septembre 2019, sur le projet de délibération accompagné du périmètre et du rapport analysant la situation du commerce et de l'artisanat de proximité à l'intérieur du périmètre et les menaces pesant sur la diversité commerciale et artisanale (annexés à la présente délibération),
Vu les observations formulées par la commission aménagement du territoire, environnement et agriculture en date du 2 septembre 2019,
Vu les observations formulées par la commission finances en date du 13 septembre 2019,

Le conseil municipal décide :

- D'instaurer, au sein du périmètre d'application du PSMV, un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité au sein duquel la Ville pourra exercer son droit de préemption sur les fonds artisanaux, les fonds de commerce, les baux commerciaux et les terrains faisant l'objet de projets d'aménagement commercial d'une surface de vente comprise entre 300 et 1 000 m²
- D'annexer la présente délibération au plan de sauvegarde et de mise en valeur
- D'autoriser Monsieur le Maire à signer tout acte ou document et accomplir toutes formalités nécessaires à l'exécution de cette décision et à la mise en œuvre du droit de préemption précité.

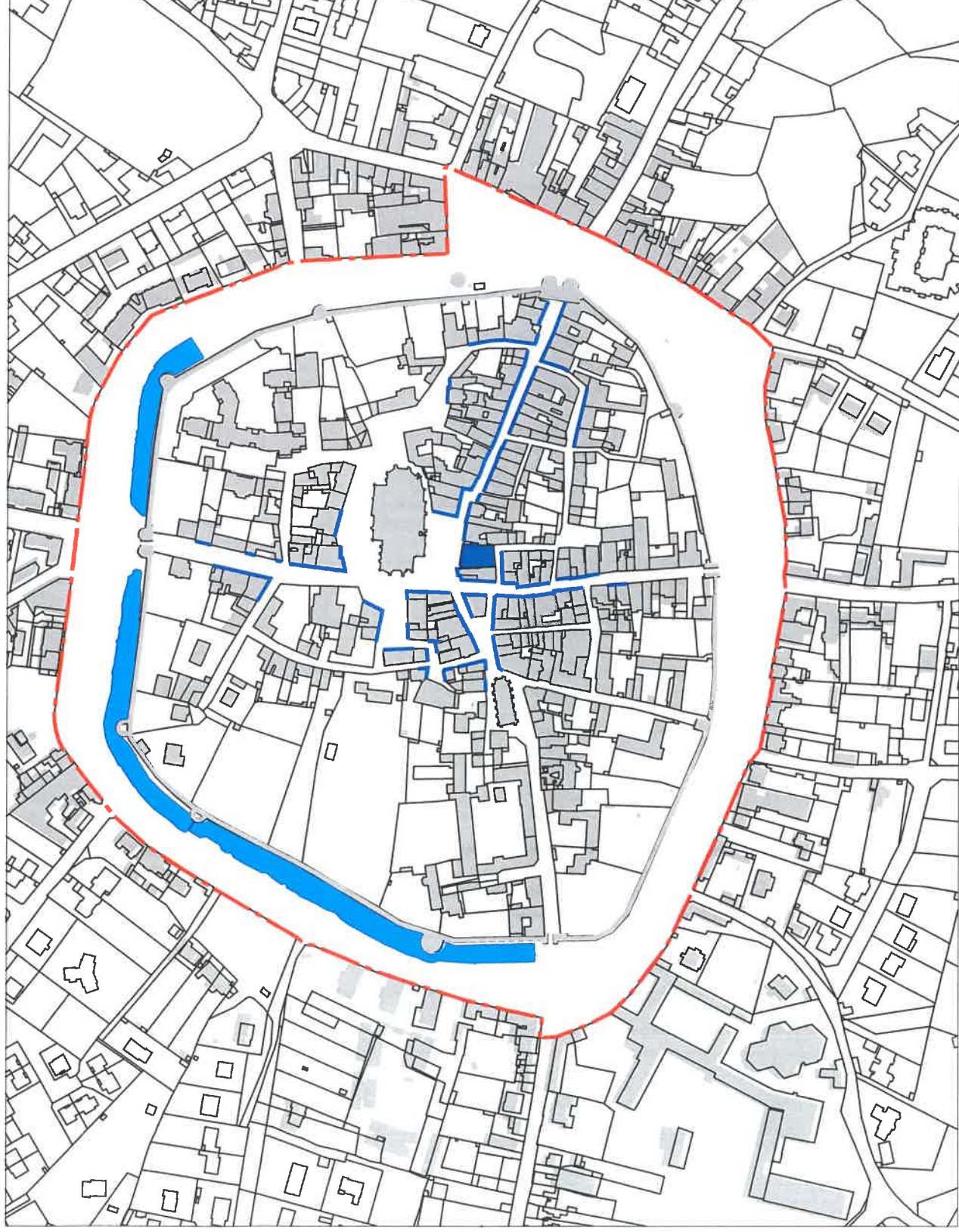
La présente délibération fera l'objet d'un affichage en Mairie pendant un mois, une mention sera insérée dans deux journaux diffusés dans le département, et ampliation en sera faite auprès de la Direction régionale des finances publiques, de la Chambre des notaires de la Loire-Atlantique, du barreau et du greffe du Tribunal de Grande Instance de Saint-Nazaire.

VOTE : Unanimité

Nicolas CRIAUD
MAIRE



Dispositions du PSMV en matière de commerces



Périmètre de sauvegarde du commerce de proximité instituant un droit de préemption sur les fonds de commerce, artisanaux et les baux commerciaux



Rez-de-chaussée commercial à maintenir



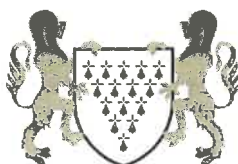
Halles de la place saint-Aubin dont la destination commerciale est protégée par le règlement



**RAPPORT D'ANALYSE SUR LA SITUATION
DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT DE
PROXIMITÉ SUR LE TERRITOIRE**

**Motivation pour l'instauration du droit de
préemption sur les fonds artisanaux, les
fonds de commerces, les baux
commerciaux et les terrains faisant l'objet
de projets d'aménagement commercial,**

Juin 2019



Ville de
Guérande

www.ville-guerande.fr

SOMMAIRE

OBJET	3
CONTEXTE COMMERCIAL	3
GENERALITES.....	3
A L'ECHELLE DE CAP ATLANTIQUE.....	5
A L'ECHELLE COMMUNALE	7
ZOOM SUR L'INTRA MUROS ET SON POURTOUR.....	10
POURQUOI INSTAURER UN DROIT DE PREEMPTION DES FONDS DE COMMERCE ET BAUX COMMERCIAUX ?	12
DEFINITIONS	12
FORMALITES.....	12
MOTIVATIONS.....	13

Annexe 1 : Plan du PSMV indiquant le périmètre au sein duquel ce droit de préemption s'appliquera

Annexe 2 : Projet de délibération du Conseil Municipal

OBJET

Le Secteur patrimonial remarquable est une démarche qualitative dont l'objectif est autant de conserver le cadre urbain et l'architecture ancienne que d'en permettre l'évolution harmonieuse au regard des fonctions urbaines contemporaines.

En 1993, un secteur sauvegardé de Guérande a été approuvé par arrêté ministériel. Il couvre l'ensemble de l'intra-muros et les boulevards qui ceinturent la cité médiévale (cf. Annexe 1).

Son règlement, appelé Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur (PSMV), définit les possibilités d'évolution de l'urbanisme sous la responsabilité de l'Architecte des Bâtiments de France.

Les Services de l'Etat et de la Commune révisent actuellement ce PSMV afin de protéger le patrimoine, d'accompagner la modification du centre-ville et de s'accorder à l'évolution des modes de vies à horizon de 30 ans.

Ce document présente le contexte du commerce du territoire et plus spécifiquement du cœur de Ville ainsi que les motivations de la Commune à instaurer un droit de préemption sur les fonds artisanaux, les fonds de commerce, les baux commerciaux et les terrains faisant l'objet de projets d'aménagement commercial, sur l'ensemble du périmètre d'application du PSMV.

CONTEXTE DU COMMERCE

GENERALITES

D'une manière générale, le commerce est en pleine mutation.

LE MAGASIN	UN CONCEPT SOCIAL
LES CLIENTS	LA COMMUNAUTE
LE COMMERCANT	L'ANIMATEUR
L'EXPLOITATION	L'OUVERTURE

Le comportement du consommateur tend à évoluer vers une consommation citoyenne et collaborative (une attente de sens - un achat d'une ambiance plus que d'un produit). Toutefois, le consommateur est pluriel, il oscille entre un comportement rationnel (croissance des dépenses contraintes) et un comportement hédoniste (croissance des achats plaisirs), cela a des conséquences sur les pratiques d'achat et donc sur les lieux de commerce. La recherche de proximité, de simplicité, de qualité et de convivialité tend à repositionner les centres-villes

comme lieu d'achat privilégié particulièrement pour les achats plaisirs. C'est ici aussi que l'offre commerciale doit innover et amener le client vers de nouveaux concepts.

A l'inverse, le consommateur veut optimiser et gagner du temps sur ses achats courants : l'essor du drive (la fin des « courses corvées ») et le développement des commerces « d'itinéraires » en sont les révélateurs. On observe ainsi un décentrage des lieux d'achat sur les lieux de transit et une reconversion de certains espaces périphériques pour des achats courants et de proximité.

Si certains centres-villes regagnent de l'intérêt, l'accessibilité et le stationnement restent des facteurs prégnants pour les implantations commerciales et donnent la prime aux espaces de périphérie. Les facilités d'accès et d'aménagement (foncier disponible, parkings, accessibilité PMR, taille de cellules suffisante, moindres nuisances pour l'environnement urbain...) et les coûts d'accès au foncier/immobilier y ont largement contribué.

Les nouvelles façons de consommer (optimisation du temps et des trajets, e-commerce...) et l'étalement urbain (augmentation des distances domicile-travail) impactent aussi les activités de proximité (développement de pharmacies et boulangeries drives, drives fermiers implantés en zone commerciale et sur les itinéraires de passage...).

L'essor fulgurant du e-commerce a également modifié en profondeur les pratiques des consommateurs mais aussi de la physionomie des espaces marchands et celle de la ville. Désormais, le magasin n'est plus le seul lieu de commerce. Le commerce de demain, devra être connecté et multi-canal.

La visibilité et l'attractivité du point de vente, mais aussi l'ambiance d'achat et l'accueil client seront des facteurs importants de la vitalité du commerce et donc de son territoire.

Aussi, nous observons que le modèle des grandes surfaces en périphérie commence à connaître des limites.

Enfin, le vieillissement de la population se traduit par une restructuration profonde de la consommation. La Silver économie devient un paramètre incontournable du commerce.

L'enjeu principal des communes pour conserver une centralité attractive s'articule autour de 4 fonctions :



A L'ECHELLE DE CAP ATLANTIQUE

Le commerce de Cap Atlantique se structure géographiquement principalement :

- dans les pôles de La Baule et Guérande,
- ainsi que, dans une moindre échelle, dans ceux d'Herbignac, Le Pouliguen, La Turballe et Le Croisic.

C'est notamment dans les pôles de périphérie des communes de la Baule et de Guérande que les surfaces de vente sont les plus importantes, particulièrement à Villejames (Guérande), où se concentre une large part (37 %) des commerces de plus de 300 m² du territoire.

La géographie commerciale du territoire apparaît néanmoins très différente en considérant le nombre de points de vente. Si ce sont les mêmes communes qui ressortent, ce sont en revanche les pôles commerciaux en centralités urbaines qui s'imposent par leur ampleur, notamment les centres-villes de La Baule (242 commerces, soit 24 % de l'ensemble des commerces de Cap) et de Guérande (135 points de vente, soit 13 % du total).

Chiffres clés du commerce sur Cap Atlantique

Au 31 août 2014, le commerce physique sédentaire à Cap Atlantique, c'est :

- **1019** points de vente (11 % du total départemental), soit un nombre équivalent à celui de la CARENE, de l'ensemble des pôles de Vannes, ou encore de l'hypercentre de Nantes, et presque deux fois le total du littoral sud de la Loire-Atlantique (CC de Pornic et de Sud Estuaire) ;
- **163 000 m²** de surface de vente (8,2 % du total départemental), un chiffre nettement inférieur à la CARENE et à l'ensemble des pôles de Vannes (environ 250 000 m² chacun environ), en reflet de la part importante des petits commerces du territoire ;
- **Une densité commerciale forte** (2 250 m²/1 000 habitants), supérieure à la moyenne de Loire-Atlantique (1 510 m² pour 1 000), même en prenant en compte la population touristique (1 530 m²/1 000 habitants contre 1 450 m² de moyenne départementale) ;
- Une forte concentration des **points de vente sur le littoral sud**, et des **surfaces de vente dans la zone centre** (selon la sectorisation géographique issue du SCOT en vigueur) ;
- **3 407 emplois ETP** (8,5 % du total départemental) ;
- **92 % des commerces ont une surface de vente inférieure à 300 m²**, contre 89 % en Loire-Atlantique ;
- **Le tiers (32 %) des commerçants ont plus de 55 ans** (contre environ le quart en moyenne en Loire-Atlantique (24 %), dans la CARENE (25 %) et sur le littoral sud du département (22 %)).
- **Presque 450 restaurants** (12,5 % du total de Loire-Atlantique).

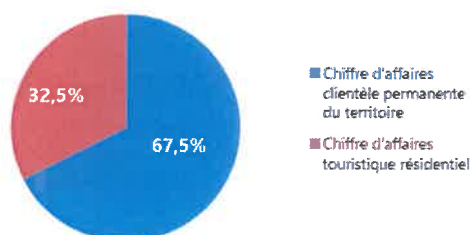
- 5 hypermarchés dont 4 disposant d'un service de drive alimentaire.

L'attractivité touristique est un gisement majeur de demande supplémentaire. Les atouts touristiques du territoire génèrent des flux touristiques importants, évalués, selon les années (entre 2011 et 2014) entre 12,2 et 12,7 millions de nuitées pour l'ensemble de la presqu'île Guérandaise.

Ces flux sont concentrés à hauteur d'environ 85 % entre mai et octobre (et 58 % en juillet et août) mais les effets sur les dépenses commercialisables captables par le territoire sont importants : lissés sur l'année, ces flux représentent l'équivalent de 23 500 à 24 500 habitants, soit une augmentation de la population par rapport à la population permanente de l'ordre de 33 %. Pourtant, la tendance de plus long terme est celle d'une sensible érosion, qui recoupe des évolutions structurelles dans le comportement des vacanciers (séjours plus courts, plus variés...) ; et l'apport que représentent les flux touristiques pour les commerces du territoire n'est a priori pas appelé, à moyen terme, à augmenter de façon significative pour l'activité commerciale.

Aux flux touristiques générant des nuitées (séjours), viennent s'ajouter ceux des excursionnistes (arrivée et départ le même jour). Si on ne sait pas encore les mesurer, on sait qu'ils atteignent plusieurs milliers de personnes en très haute saison et qu'ils génèrent des retombées économiques considérables dans les commerces et restaurants du territoire.

Poids de la clientèle touristique sur Cap Atlantique

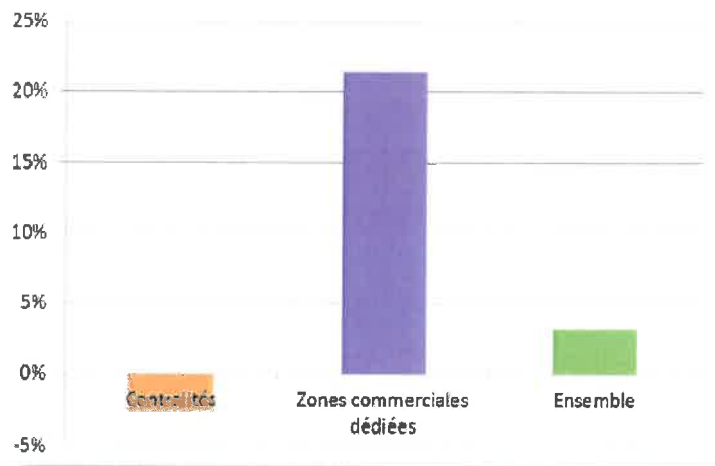


Autre phénomène, les problématiques dues au vieillissement sont fortes sur Cap Atlantique et interpellent la structure commerciale dans sa typologie comme dans sa localisation. Les contraintes à la mobilité et le desserrement de la contrainte temps qui accompagnent le vieillissement interrogent notamment la place relative des pôles commerciaux de centre-ville et de périphérie. La diversité d'âge, de structure familiale et de rapport à l'emploi, occasionnent néanmoins des attentes et des besoins divers à l'échelle du territoire et qui n'appellent pas à une seule interprétation.

On observe une croissance du nombre de commerces de proximité dans les zones commerciales.

**Evolutions 2010 – 2014 du nombre de commerces de proximité
selon la localisation**

(Sources : OLC44, CCI Nantes St-Nazaire)



⁵ Sont considérés comme commerce de proximité les activités qui apparaissent de façon régulière dans les communes de moins de 8000 habitants, soit : tabac-presse, alimentation générale, boulangerie – pâtisserie, coiffure, pharmacie, fleuriste-jardinerie, soins de beauté, boucherie-charcuterie, opticiens, caviste.

Entre 2010 et 2014, l'évolution du nombre de points de vente est d'autant plus remarquable qu'elle est dans sa quasi-intégralité localisée sur la commune de Guérande (+ 42 points de vente et + 21 000 m² de surfaces de vente), et, principalement à Villejames. La centralité connaît néanmoins elle aussi une croissance globale modérée (+ 3% de points de vente). Parallèlement, sur les 35 nouveaux commerces de Villejames, 24 d'entre eux ont une surface inférieure à 300 m².

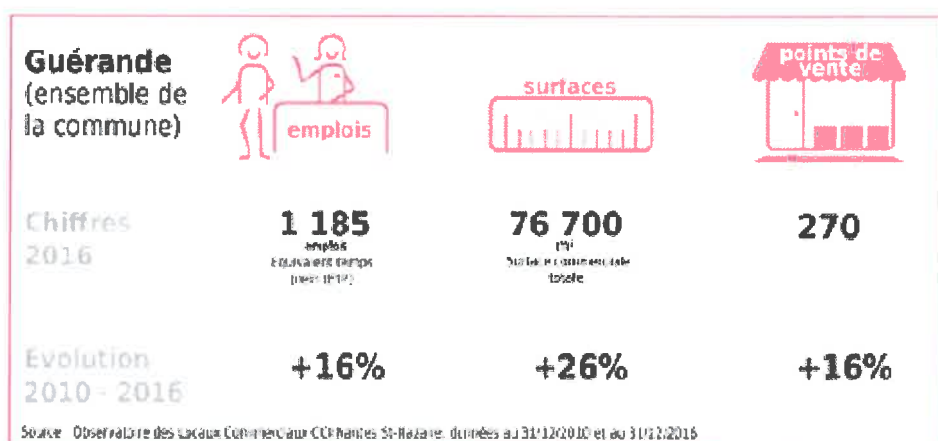
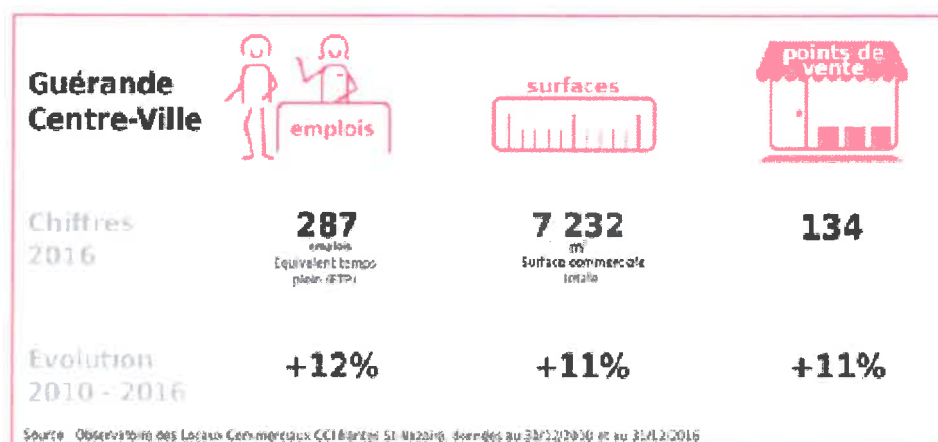
La part importante de petits commerces constitue un marqueur fort du territoire et est source de diversité commerciale, notamment dans l'alimentaire spécialisé et l'équipement de la personne. La vocation touristique du territoire (avec notamment une clientèle à pouvoir d'achat élevé et plus encline à faire des achats plaisirs) explique en partie ce positionnement. Parallèlement, les grandes surfaces, concentrées pour une large part à Guérande, sont aussi présentes.

A L'ECHELLE COMMUNALE

La commune de Guérande est organisée de manière multipolaire. Ainsi sa population est répartie entre :

- Une polarité centrale organisée autour de la cité médiévale,
- Plusieurs villages tels que Clis, Saillé ou Careil et un grand nombre de hameaux,
- Des « fragments » urbains en continuité de l'agglomération de La Baule,
- Un bourg transcommunal de la Madeleine situé entre Guérande et Saint-Lyphard.

Avec un peu plus d'un emploi par actif occupé et plus de 2000 entreprises implantées, la Ville de Guérande possède une économie dynamique et diversifiée.

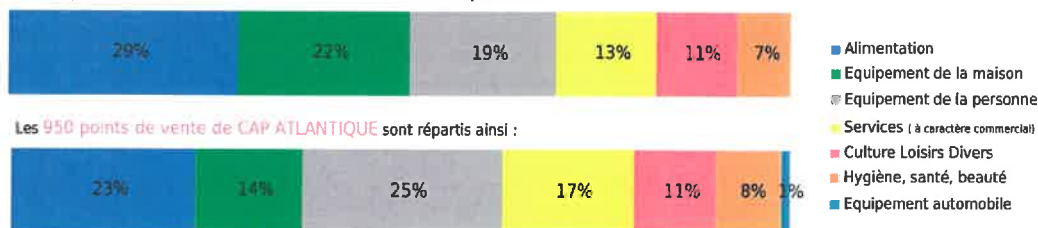


Guérande bénéficie de nombreuses grandes surfaces, les zones commerciales sont pour la plupart adjacentes à des parcs d'activités et permettent de répondre à la demande des résidents (zone de Villejames, le Parc des Salines...).

L'offre commerciale du centre-ville se distingue assez nettement de ce que l'on observe au niveau de Cap Atlantique avec une nette prédominance de l'alimentaire et de l'équipement de la maison et une « relative faiblesse » de l'équipement de la personne (très développé sur la Baule). L'offre alimentaire assez variée est là pour répondre à la demande locale mais aussi à la clientèle touristique (produits locaux ou régionaux, sel, ...). C'est aussi vrai des magasins d'équipement de la maison, très orientés cadeaux, décoration, produits de l'artisanat, de la création.

La typologie des commerces de moins de 300m² de surface de vente :

Les 133 points de vente GUÉRANDE CENTRE-VILLE sont répartis ainsi :



Les 950 points de vente de CAP ATLANTIQUE sont répartis ainsi :



Avec 133 commerces, le centre de Guérande est, en nombre de commerces, le 4^{ème} pôle commercial de Loire-Atlantique (derrière La Baule et devant Châteaubriant).

C'est un pôle stable : depuis 4 ans, le nombre de commerces n'a pas évolué, alors qu'il tend à diminuer dans les grandes centralités urbaines (- 3% entre 2010 et 2014). Le centre compte également une quarantaine de bars et restaurants, un chiffre également stable depuis 4 ans. Si les commerces de proximités sont encore majoritaires (35,6 %) avec notamment un magasin alimentaire de proximité (Carrefour City), les boutiques à destination touristique se montrent très présentes (24 %), elles se localisent sur les axes les plus fréquentés de la ville close. Le faubourg Sainte-Anne et une portion du boulevard du Général de Gaulle (à proximité immédiate de l'intra-muros), constituent une polarité intéressante en matière de commerce de proximité. Néanmoins, le PLU prévoit une limitation du commerce autour d'un noyau commercial existant afin de limiter l'étalement du commerce sur cette voie et préserver l'équilibre de l'hypercentre.

Pour soutenir un commerce de proximité en lien avec la revitalisation du centre-ville et l'accessibilité aux commerces pour tous les publics, le Projet d'Aménagement et de Développement Durables du Plan Local d'Urbanisme, pointe les enjeux suivants :

- Soutenir un commerce de proximité pour des centralités vivantes et dynamiques et pour l'accessibilité aux commerces pour tous les publics
- Demander la création de rez-de-chaussée commerciaux dans les lieux stratégiques de l'agglomération, en particulier dans les rues commerçantes du centre-ville.

- Réserver des zones commerciales aux grandes et moyennes surfaces adaptées par leur échelle à l'architecture et au mode de desserte de ces sites.
- Limiter la dispersion des noyaux commerciaux au sein de l'agglomération.

UN ZOOM SUR L'INTRA-MUROS ET SON POURTOUR

L'attractivité touristique de la Commune oriente sensiblement la nature des types de commerces qui se sont implantés dans l'intra-muros. On y trouve majoritairement des commerces ciblant une population non locale de passage (commerces de souvenirs, produits régionaux...), ainsi que quelques commerces de proximité (boulangerie, cordonnier...). On constate une fragilité sur ce type de commerce de proximité lors de cession du fait des contraintes patrimoniales et du bâti pour les mises aux normes nécessaires à ces activités.

L'orientation touristique des commerces génère un phénomène de saisonnalité (50 % des activités ne sont ouvertes qu'en saison), qui par conséquent influence la nature du public (clientèle) et la nature de commerce. Toutefois, l'activité touristique permet le maintien d'un tissu artisanal tel que les bijoux, tourneur sur bois, l'artisanat d'art...

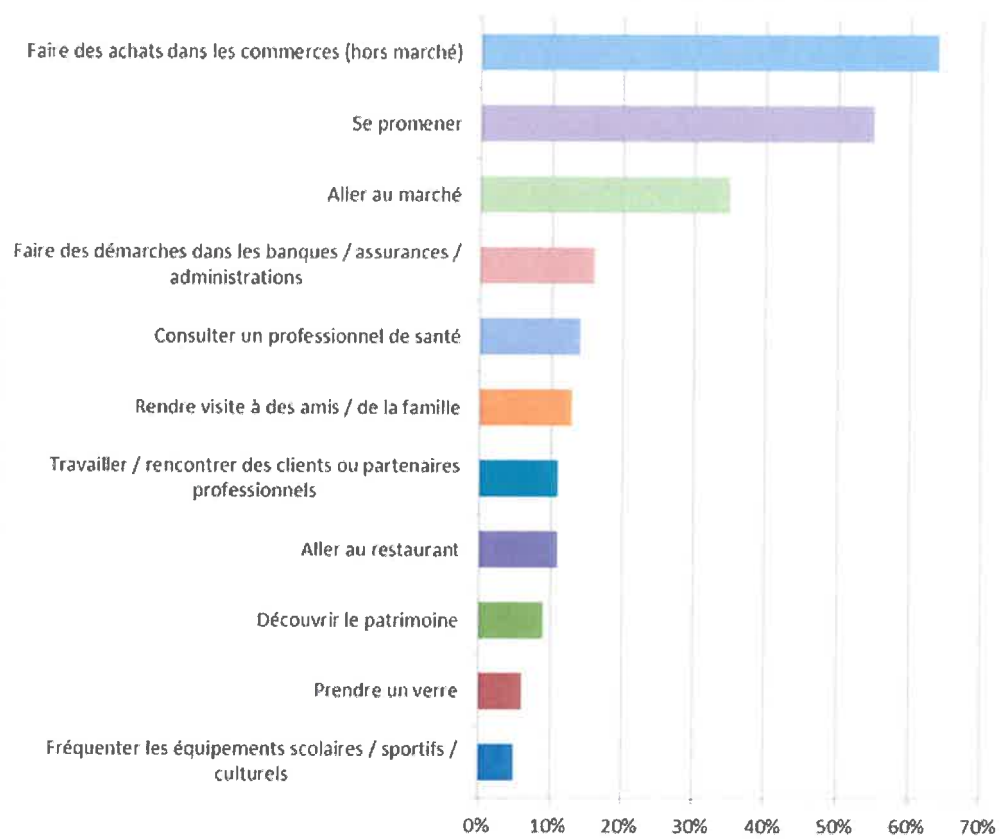
Autre phénomène dû à la saisonnalité, l'emballement des loyers pratiqués qui freine l'installation de commerçant indépendant pour une activité de proximité à l'année ;

Les commerces à destination touristique se concentrent en particulier le long de la rue Saint-Michel, place du Pilori et de la rue de Saillé, tandis que les services et commerces de proximité se trouvent quant à eux plutôt sur l'axe nord-sud (rue Vannetaise, place Saint-Aubin, rue de Saillé) et les artisans se localisent dans les rues secondaires (carrefour de la Psalette, rue de la Juiverie).

Les touristes sont globalement satisfaits de l'offre commerciale à leur disposition (80 %) ; toutefois, la diversité de l'offre est considérée par les résidents comme trop tournée vers le tourisme, et déconnectée du territoire, avec un taux d'insatisfaction très élevé (63 % - contre 33 % à Pornic, 5 % à La Baule).

Seuls 31 % de la population qui fréquentent le centre l'identifient comme un des lieux principaux de sa consommation non-alimentaire.

Les raisons de venue dans le centre de Guérande (parmi les résidents principaux) :



Au sein de l'intra-muros, les Halles du marché sont un équipement commercial majeur. Pour répondre à la demande de la population, elles sont ouvertes quatre matinées par semaine depuis le 5 mai 2019. La présence du marché hebdomadaire deux fois par semaine et les halles intra-muros peuvent pallier en partie le manque de commerce de bouche et rétablir l'équilibre dans l'offre par rapport au reste du territoire communal. Le PSMV maintient l'activité commerciale ou un service de proximité en protégeant la surface de vente des Halles de la place Saint-Aubin.

Les autres commerces de proximité installés dans l'intra-muros doivent composer avec les contraintes liées à la configuration du tissu bâti et du bâti ancien (mise aux normes, sécurité ...).

POURQUOI INSTAURER UN DROIT DE PREEMPTION SUR LES FONDS ARTISANAUX, LES FONDS DE COMMERCE, LES BAUX COMMERCIAUX ET LES TERRAINS FAISANT L'OBJET DE PROJETS D'AMENAGEMENT COMMERCIAL ?

DEFINITIONS

- **Droit de préemption** : droit reconnu à l'administration, et à certains organismes de droit privé accomplissant une mission de service public, d'acquérir la propriété d'un bien lors de son aliénation par préférence à tout autre acheteur.
- **Fonds de commerce** : ensemble des éléments mobiliers corporels (matériel, outillage, marchandises) et incorporels (droit au bail, nom, enseigne) qu'un commerçant ou un industriel groupe et organise en vue de la recherche d'une clientèle, et qui constitue une entité juridique distincte des éléments qui le composent.
- **Bail commercial** : bail d'un immeuble dans lequel le locataire exploite un fonds commercial ou artisanal dont il est propriétaire.

Toute cession de fonds artisanaux, de fonds de commerce ou de baux commerciaux intervenant dans le périmètre de sauvegarde du commerce de proximité, délimité par délibération du Conseil municipal, peut faire l'objet d'un droit de préemption de la commune ou d'un établissement public de coopération intercommunale (EPCI), c'est-à-dire du droit de l'acheter en priorité pour le rétrocéder à un commerçant ou un artisan. Il ne concerne pas les murs attachés au fonds de commerce (droit de préemption urbain). Il exclut aussi la licence d'exploitation pour un débit de boissons ou restaurant (bien meuble).

FORMALITES

Avant de vendre un fonds artisanal, un fonds de commerce ou de céder un bail commercial, situé dans le périmètre de sauvegarde des commerces de proximité, le cédant doit en faire la déclaration à la commune.

Cette déclaration, accompagnée du bail commercial, doit mentionner les informations suivantes :

- le prix et les conditions de la cession envisagée ;
- l'activité de l'acquéreur pressenti ;
- le nombre de salariés du cédant et la nature de leur contrat de travail ;
- le chiffre d'affaires réalisé par le cédant ;
- le bail commercial, le cas échéant.

La déclaration préalable est obligatoire sous peine de nullité de la vente. Dans un délai de 2 mois à compter de la réception de la déclaration, la Commune peut :

- Renoncer à exercer son droit de préemption (silence de la commune = renonciation) ; liberté de vente du cédant au prix et aux conditions de la déclaration
- Décider d'acquérir aux prix et conditions de la déclaration
- Décider d'acquérir aux prix et conditions fixés par le juge de l'expropriation (TGI)

La Commune a un délai de 2 ans à compter de la prise d'effet de la cession. Pendant ce délai de revente la commune peut mettre le fonds en location-gérance afin de le maintenir en activité.

Un appel à candidatures est organisé par le maire (affichage en mairie d'un avis pendant 15 jours, délai de dépôt des candidatures, consultation cahier des charges en mairie...).

La rétrocession à un repreneur, un commerçant ou un artisan selon un cahier des charges relatif à la diversité commerciale et artisanale, doit être approuvé par le Conseil municipal.

MOTIVATION DE LA COMMUNE

En tenant compte des documents d'urbanisme et de leurs préconisations, la Municipalité pense son cœur de Ville à 360° en activant les 4 fonctions d'une centralité pour sa population (économique, identité, habitat et services) dans le but de maintenir la dynamique du centre-ville. Elle souhaite notamment que la population du territoire trouve la réponse à ses besoins marchands tout au long de l'année.

Le rapport de présentation du PSMV pointe l'enjeu majeur pour les décennies à venir de définir la complémentarité du cœur de ville par rapport aux zones commerciales, notamment Villejames, en générant une offre commerciale diversifiée et de qualité à travers le commerce et le service de proximité pour garder animé le centre-ville et limiter l'effet de saisonnalité, et en conservant les activités artisanales notamment celles qui sont un atout touristique. Un des enjeux du PLU et du projet du PSMV est de limiter la dispersion des noyaux commerciaux au sein de l'agglomération pour soutenir la revitalisation du centre-ville.

Face à un risque d'appauvrissement quantitatif et qualitatif de l'offre commerciale de proximité dans le centre-ville et l'offre commerciale de proximité nécessitant d'être mieux diversifiée, instaurer un droit de préemption sur les fonds artisanaux, les fonds de commerces, les baux commerciaux et les terrains faisant l'objet de projets d'aménagement commercial, permettra à la Municipalité d'avoir une visibilité sur les transmissions et les cessions, lui donnant ainsi la possibilité de préserver la diversité commerciale et artisanale de l'intra-muros et son pourtour, lieu de vie et de centralité pour la Commune.

SOURCES

- Panorama de l'appareil commercial Loire-Atlantique, septembre 2018
- Etude réalisée par la CCI, Diagnostic économique prospectif de l'appareil commercial de Cap Atlantique », 2015
- Etudes des cabinets KPMG et LESTOUX & ASSOCIES, mars 2018
- Observatoire des locaux commerciaux, CCI Nantes St-Nazaire, 2014-2017
- Extraits du PLU de Guérande (cabinet Cittanova), 2017
- Projet de révision du PSMV (cabinet AUP)
- Etudes réalisées par la CCI pour la Ville :
 - Guérande Visiocommerce, 2017
 - Enquête de perception du centre-ville, 2015
 - Enquête des consommateurs sur l'offre alimentaire dans le cœur de ville de Guérande, 2017
- Documentations internes de la Mairie
- Sites internet :
 - <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises>
 - <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT0000056343>

79

<http://www.centre-ville.org/>