



LES IMPLANTATIONS COMMERCIALES: BILAN, PERSPECTIVES ET PROPOSITIONS

Avis du Conseil d'administration de l'Union des Villes et Communes de Wallonie du 10 juin 2008

A. Contexte légal

Pour faire face à l'évolution de la distribution en Belgique et tenter de canaliser au mieux le développement anarchique des centres commerciaux en périphérie des centres urbains, la loi du 29 juin 1975 relative aux implantations commerciales fut révisée en 2004.

Cette nouvelle législation, datée du 13 août 2004¹, continue de soumettre les implantations commerciales d'une certaine taille à autorisation tout en simplifiant les procédures d'obtention et en conférant une plus grande autonomie aux pouvoirs locaux.

Le collège communal dispose d'une compétence importante en cette matière. Il se doit d'assurer l'exercice de cette police spéciale en tant qu'autorité compétente pour la délivrance des autorisations concernées.

Les implantations commerciales entrant dans le champ d'application de la loi, c'est-à-dire présentant une surface commerciale nette d'au moins 400 m², sont réparties en quatre catégories, chacune régie par une procédure propre. Les trois premières sont soumises à permis; dans ce cas, un recours particulier², auprès du comité interministériel est prévu à l'encontre de la décision du collège. La dernière catégorie ne requiert qu'une déclaration.

- Pour les implantations commerciales d'une surface commerciale nette de 400 à 1.000 m², le collège communal est seul compétent, sans avis préalable du Comité socio-économique. Il dispose d'un délai de 50 jours à dater de l'accusé de réception d'un dossier complet pour prendre sa décision.
- Pour les implantations commerciales d'une surface commerciale nette de 1.000 à 2.000 m², le dossier est déposé auprès du collège qui notifie la demande au Comité socio-économique national pour avis³. Il dispose d'un délai de 70 jours à dater de l'accusé de réception d'un dossier complet pour prendre sa décision.

¹ Décret relatif à l'autorisation d'implantations commerciales (M.B. 5.10.2004).

² Ce recours peut être introduit par le demandeur, le Comité socio-économique national ou au moins 7 de ses 18 membres.

³ Cet avis n'est plus conforme depuis 2004.

- Pour les implantations commerciales d'une surface commerciale nette de plus 2.000 m², la procédure est identique mais le collège devra avertir les communes limitrophes qui disposent d'un droit d'avis auprès du Comité socio-économique.
- Pour les extensions d'implantations commerciales avec un maximum d'augmentation de 20 % de la surface existante et de 300 m² ou pour les déménagements d'implantations commerciales à la double condition que l'établissement reste implanté sur le territoire de la même commune et soit distant de sa localisation initiale de maximum 1.000 m, une simple déclaration auprès du collège communal suffit.

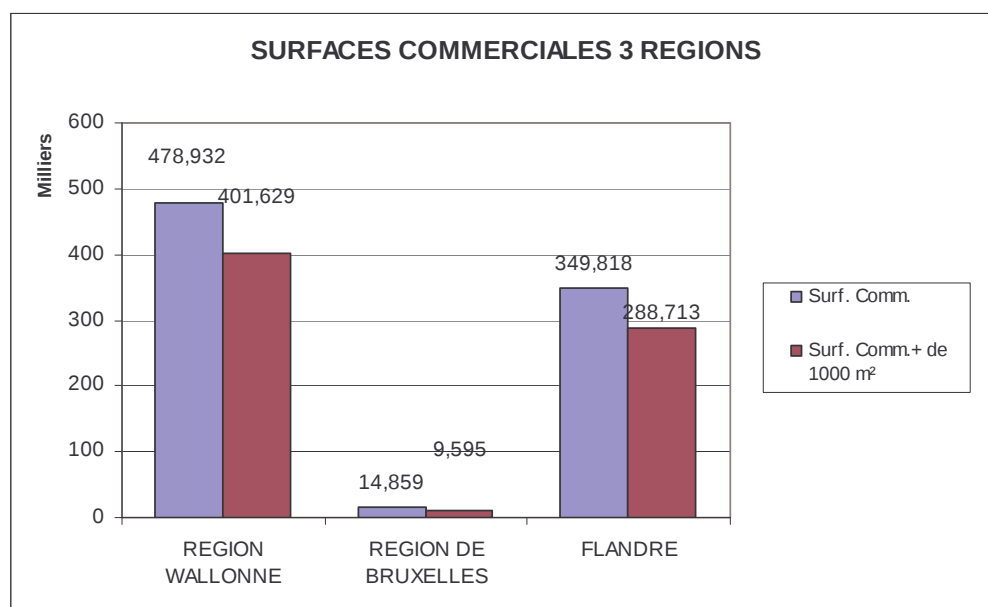
Différentes sanctions ont été prévues en cas de non-respect des prescriptions légales: ordre d'interruption des travaux, suspension ou retrait du permis, etc.

B. Bilan⁴

Malgré la relative jeunesse de la loi, qui tend vers sa troisième année d'application, ***un premier bilan peut être dressé.***

En 2006, 140 m²/1000 habitants ont été attribués en Wallonie, 58 m²/1000 habitants en Flandre et 15 m²/1000 habitants en Région de Bruxelles-Capitale⁵ pour une moyenne nationale s'élevant à 78 m²/1000 habitants. Par comparaison, la France a attribué 53 m²/1000 habitants en 2006.

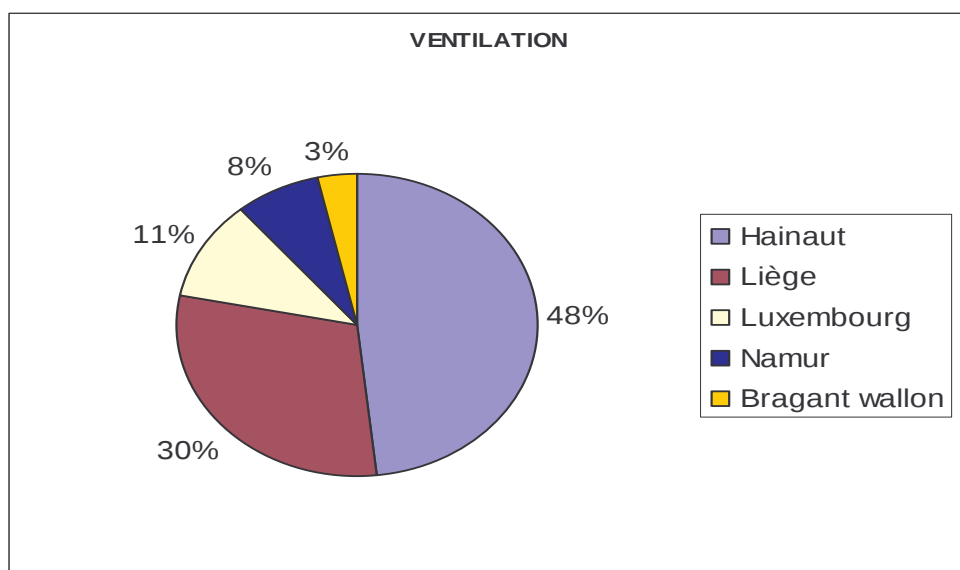
En termes de superficie, ***cela représente pour la Région wallonne quelque 478.932 m², dont 401.629 m² concernent les implantations commerciales d'une surface commerciale nette de plus de 1000 m².*** En Flandre 349.818 m² ont été attribués dont 288.713 m² pour les surfaces commerciales nettes de plus de 1000 m². Enfin, à Bruxelles, l'attribution totalise 14.859 m² dont 9.595 m² de surfaces commerciales supérieures à 1000 m².



Au sein de la Région wallonne, la ventilation peut se chiffrer comme suit: 232.478 m² pour le Hainaut, 143.453 m² pour Liège, 51.540 m² pour le Luxembourg, 36.895 m² pour Namur et 16.736 m² pour le Brabant wallon.

⁴ Le présent dossier a été réalisé avec la collaboration active d'Inter-Environnement Wallonie (IEW) et de l'Association du Management de Centre-Ville (AMCV).

⁵ En raison notamment du peu d'espaces périphériques disponibles, la Région de Bruxelles-Capitale est moins concernée par ce phénomène.



Au total, sur tout le territoire belge, 843.609 m² ont été attribués. Cette superficie représente près du double de celle attribuée en 2005, première année d'application de la nouvelle législation de 2004, qui "ne s'élevait qu'à" 482.943 m².

Sans pour autant disposer des chiffres de 2007, il paraît évident au vu des projets déposés – dont le cumul des superficies dépasse le million de m² (près des 2/3 sont localisés en Wallonie) – que l'évolution n'est pas près de s'arrêter... Selon les prévisions en effet d'ici la fin 2008, l'augmentation de l'offre devrait faire un bond de 32 %.

Cette évolution se réalise clairement au détriment d'autres mètres carrés commerciaux ou de la rentabilité de certains points de vente concurrents. On observe en effet, au cours du temps, une diminution sensible au niveau des dépenses "commerciales" des ménages avec, en parallèle, une trop légère croissance des revenus pour générer un pouvoir d'achat suffisant pour absorber tous les nouveaux mètres carrés créés.

On estime aujourd'hui que la Région wallonne serait capable d'absorber et de gérer tout au plus 23.000 m² de centres commerciaux par an⁶. Ce chiffre ne représente pourtant que 3 % des projets annoncés pour 2008!

Ces chiffres parlent d'eux-mêmes et posent la question de la pertinence de la loi et ses conséquences à terme sur le paysage commercial belge; développement des périphéries au détriment des centres, déclin du commerce de proximité, répartition inappropriée des offres, apparition de friches commerciales tant en centre ville qu'en périphérie, etc.

Avant d'amorcer certaines propositions, il importe de revenir brièvement sur les raisons de ce développement avant d'en aborder les conséquences sur, notamment, le développement territorial des communes.

⁶ Chiffre dégagé par une étude de l'AMCV.

1. Les causes de cette évolution

Le développement exponentiel du nombre de projets concernant des surfaces commerciales localisées principalement en périphérie des centres urbains trouve ses fondements dans une pluralité de causes qui doivent se comprendre comme complémentaires.

a. L'évolution de l'offre commerciale

A l'évidence, la première raison réside dans l'évolution des formes de commerce. Si cette évolution n'explique pas en soi l'essor du nombre de demandes, il permet de comprendre pour partie la périphérisation de ces nouvelles implantations.

Quatre grandes phases d'évolution peuvent être mentionnées⁷:

La première phase (années 50-60) se caractérise par ***l'opposition entre le commerce traditionnel et le libre service*** sur la base d'une compétition par les prix. Cette période fut marquée par le développement des supermarchés et hypermarchés dans une logique de consommation de masse faite de prix bas et de rapidité de rotation achat-vente.

La deuxième phase (années 70-80) se caractérise par une ***compétition entre formules de distribution libre service***, toujours sur la base d'une compétition par le prix. La concurrence est donc totale. Les stratégies des distributeurs privilégient les implantations en périphérie sur des terrains vastes et peu coûteux situés sur des grands axes de circulation. Les centres sont "intégrés", ce qui permet aux clients de s'y rendre en voiture et de concentrer les achats. Les grands magasins du centre-ville ne peuvent plus rivaliser sur les coûts. C'est dans le cadre de cette seconde évolution que fut adoptée la "loi-cadenas" du 29 juin 1975 qui se voulait un instrument de contrôle des implantations commerciales⁸.

La troisième phase (années 80-90) connaît du ***retour de la compétition par différenciation tout en poursuivant la lutte par les prix***. De nouvelles formules discount apparaissent sous forme de moyennes surfaces spécialisées et se révèlent plus compétitives que les hypermarchés existants. Par leur offre axée essentiellement sur le qualificatif, les commerces des centres-villes, connaissent un regain d'intérêt.

La dernière phase (période actuelle) se caractérise par ***la segmentation et la différenciation à outrance***. Il s'agit d'une modification structurelle en rupture avec l'évolution du secteur qui se caractérise par l'apparition sur le marché de nouveaux concepts commerciaux basés sur une segmentation clientèle beaucoup plus fine. En d'autres termes, on passe à un positionnement plus précis qui peut être assimilé à du "sur-mesure de masse".

b. Une pluralité d'acteurs privés aux intérêts propres

Les acteurs de ce marché sont multiples et ne sont pas nécessairement mus par un intérêt convergent. L'intérêt exclusivement financier poursuivi par ces acteurs peut s'avérer contraire au développement commercial durable du territoire communal; la recherche du profit se souciant peu de l'aménagement cohérent du territoire.

⁷ Cette évolution constitue un résumé de l'article de J-L Calonger, *l'appareil commercial en Belgique*.

⁸ Le contrôle exercé était assez rigide: procédure relativement longue, délais d'ordre, avis conforme du comité socio-économique national pour la distribution, avis d'un comité provincial, etc. v. infra pour un commentaire.

Six acteurs essentiels peuvent ainsi être relevés:

- **Les développeurs:** développent un projet, recherchent les terrains, s'assurent d'obtenir les permis socio-économiques;
- **Les promoteurs:** se chargent de la conception du projet et de sa commercialisation (avec des enseignes aux loyers les plus élevés possibles) ainsi que de sa vente (avant ou après sa réalisation) à des investisseurs. Ils restent rarement propriétaires. Le prix de vente du projet est calculé sur la base du volume des loyers du projet (somme des intérêts annuels) et d'un taux d'intérêt qui est fixé en fonction des taux d'intérêt sur les marchés. Si les taux sont bas, le prix sera élevé. Si les taux sont hauts, le prix sera plus faible.

Les projets sont généralement des relocalisations de commerces et d'enseignes existants. Ce type d'investissement vise à s'approprier des loyers situés ailleurs. Il s'agit d'investissement ciblés: le promoteur a bien identifié où il allait aller chercher les chiffres d'affaires et les loyers.

Certains projets peuvent viser le renforcement d'une offre existante, pour créer des loyers et du chiffre d'affaire supplémentaires. Pour atteindre cet objectif, il doit être bien dimensionné, positionné commercialement, localisé de manière optimale et "liaisonné" avec le centre-ville. Il pourra alors répondre à la demande ou à la surchauffe immobilière qui est présente (augmentation des loyers et des pas de porte).

- **Les courtiers:** ils se chargent de commercialiser le projet pour le compte des promoteurs;
- **Les investisseurs:** ils achètent les projets aux promoteurs. Ils sont a priori propriétaires mais peuvent revendre;
- **Les enseignes:** elles occupent un espace de vente et exercent leur activité commerciale. Elles vont parfois faire leur propre développement et introduire des demandes de permis socio-économique. L'intérêt sera essentiellement commercial ou de positionnement par rapport à des concurrents;
- **Les gestionnaires:** gèrent le centre commercial au quotidien sur le plan pratique: charges, entretiens, réparations, surveillances, animations,

Ces rôles peuvent être tenus par un seul opérateur. Développeur, promoteur et investisseur peuvent ainsi être réunis en une seule et même société, **ce qui permet la conception d'un projet plus viable sur le long terme** car il existe un intérêt partagé. **Si par contre, l'opérateur n'est que développeur, seule la rentabilité à court terme sera prise en compte**⁹. Ce qui posera clairement des problèmes sur le développement territorial de la commune. De même, si le courtier intervient pour le compte du promoteur et des enseignes, le processus de commercialisation du centre sera certes accéléré, mais sans pour autant que la cohérence soit assurée.

Les acteurs les plus imprévisibles sont ceux qui développent des projets d'investissement d'opportunité ou de spéculation et qui ne sont motivés que par des perspectives de rendement intéressant. Il ne s'agit pas d'acteurs traditionnels du marché. Ils laissent d'ailleurs bien

⁹ Ainsi, par exemple, le retour sur investissement d'un retail-park est de 10 à 15 ans. L'objectif de l'opérateur sera donc de "tenir" cette période, sans se soucier de la pérennité de l'infrastructure dans le temps.

souvent perplexes ceux-ci devant la localisation, la taille ou le mix commercial proposé. Le risque pour les pouvoirs publics de devoir ensuite gérer des friches commerciales est encore plus grand dans ce cas.

La multiplicité des acteurs rend par ailleurs difficile le suivi des dossiers et la négociation de leur bonne mise en œuvre. Bien souvent en effet les communes se retrouvent face à des promoteurs qui ne seront là que le temps de réaliser le projet. Les engagements et collaborations qui seront négociés ne lient que rarement l'investisseur qui achète le projet une fois ce dernier développé. Dans de très rares cas, certains promoteurs sont également investisseurs. Parfois, pour une courte durée, ils restent propriétaires d'une faible part, pour rassurer les pouvoirs publics. Le promoteur sera prêt à négocier des compensations pour obtenir ses autorisations (prise en charge d'aménagements publics, sponsoring,...) ou à modifier son projet, en évitant d'y implanter certains commerces. Toutefois, ces "arrangements" n'engagent que rarement l'investisseur, qui pourra toujours par la suite modifier l'offre commerciale dans les limites de son permis socio-économique, très large (par secteur de vente). Ainsi, un magasin d'équipement de la personne très bas de gamme peut être remplacé par un magasin multimarque de moyen/haut de gamme, qui n'aura pas le même impact sur l'offre commerciale existante. La délocalisation d'un commerce locomotive d'un noyau existant pourra également se produire quelques années après la réalisation du centre commercial.

c. Les contraintes et opportunités financières

Le développement et la localisation des commerces dépendent ensuite des opportunités et contraintes financières qui s'imposent tant aux promoteurs qu'aux pouvoirs publics.

Pour les promoteurs d'une part, il est évident que le coût et les contraintes pour le développement d'un projet commercial en périphérie est moindre qu'en centre-ville. En centre-ville en effet:

- le coût du foncier et des travaux est en effet plus élevé;
- le projet plus difficile à monter (remembrement de propriétés, réglementation urbanistique et patrimoniale plus stricte, acquisition foncière difficile, ...);
- l'accessibilité du site souvent plus difficile (localisation des parkings, tailles, ...);
- de plus, le projet devra s'intégrer dans un ensemble de fonctions et veiller à réduire ses nuisances (livraison, accessibilité,...).

Avec la réglementation socio-économique actuelle, ces contraintes poussent les promoteurs à développer en premier lieu les projets les plus faciles et les plus rapides qui sont bien évidemment ceux de périphérie (coût du foncier faible, facilité d'acquisition de plus grands espaces, terrains vierges, accès aisé, normes urbanistiques plus faibles, absence de riverains, etc.).

Pour les pouvoirs publics, d'autre part, l'opportunité de disposer de nouveaux centres commerciaux permet d'envisager, dans un premier temps du moins, de nouvelles rentrées financières.

Les promoteurs présentent généralement leur projet comme un projet d'investissement au même titre qu'un investissement industriel. Les éléments avancés sont souvent:

- la création d'emplois (souvent délocalisés, ou au détriment du commerce indépendant),

- des recettes supplémentaires (augmentation des taxes qui ne va pas toujours compenser les pertes dans les 3 à 4 ans),
- l'attractivité de la commune qui va se renforcer (les nouveaux pôles créés ne modifient que rarement l'attractivité d'une commune au mieux s'ils sont bien positionnés, ils réduiront son évasion commerciale),
- et quelques fois la réhabilitation d'une friche industrielle.

Le commerce ne crée pourtant pas de la valeur mais la consomme. Par ailleurs, la création d'un pôle commercial avec un grand nombre d'enseignes internationales accélère encore plus cette mécanique car les valeurs captées sont exportées (les tiroirs-caisses étant directement transférés à l'étranger).

d. Les modifications législatives

La loi de 2004 fut adoptée pour résoudre un certain nombre de problèmes découlant de l'application de la loi de 1975 tout en assurant une simplification des procédures d'implantation des grandes surfaces. Trois points essentiels de cette simplification, qui ont chacun participé à l'évolution étudiée, peuvent être mentionnés.

Tout d'abord, l'autonomie des communes fut accentuée. Entre 400 et 1000 m², ***l'avis du Comité socio-économique national pour la distribution (CSEND) fut supprimé et au-dessus de 1000 m², l'avis conforme de ce comité fut transformé en avis simple.***

Outre ce remodelage, cette autonomie fut renforcée par la ***suppression de l'avis simple de la commission provinciale.***

Les délais furent ensuite considérablement réduits, en passant de maximum 165 à maximum 70 jours. Le traitement des dossiers ne pouvait donc qu'être différent. Par ailleurs, l'avis du CSEND passa de 90 jours à 30 jours.

Enfin, ***la loi de 2004 consacra le permis tacite.*** En l'absence de réponse du collège communal dans les délais imposés, la décision est en effet réputée favorable. Cette modification n'est pas sans conséquences ***puisque'entre 2005 et 2007 près de 25 % des permis socio-économiques furent attribués par défaut de décision.***

Ces modifications ont clairement influencé le développement de l'offre commerciale en Belgique. Elles ont par ailleurs ***facilité la mise sous pression des élus et la concurrence entre les communes.*** Ce constat constitue clairement une cause de l'évolution commerciale de ces dernières années mais n'est avant tout qu'une conséquence de l'adoption de la loi du 13 août 2004.

La tension créée par les projets d'implantation de centres commerciaux est manifeste. La concurrence commerciale inhérente aux intérêts privés en jeu, conduit à une concurrence entre les communes désireuses de bénéficier des éventuelles retombées financières des projets. La cohésion territoriale est mise à mal par ce type de concurrence qui résulte d'une absence de coordination des implantations.

Sur la base des arguments précités (création d'emplois, valeur ajoutée, attractivité communale, etc.), le promoteur se chargera d'accroître et d'exploiter la concurrence entre les communes pour accélérer la décision et mettre la pression sur les élus locaux. Quelle commune peut

raisonnablement refuser des emplois, de nouvelles rentrées fiscales, une nouvelle offre commerciale et des friches industrielles réhabilitées?

Il ne semble pas nécessaire de revenir ici sur certains exemples caractéristiques de l'année 2007 qui ont mis en exergue cette conséquence sur le développement territorial cohérent des territoires locaux et du territoire régional.

2. Les conséquences de cette évolution

Ce développement commercial a des conséquences non seulement sur la structuration du territoire des communes et de la Wallonie mais a aussi des implications financières sur le long terme pour les pouvoirs publics.

a. Sur le développement territorial

L'évolution des surfaces commerciales actuellement de rigueur en Wallonie est clairement génératrice d'implications négatives sur le développement territorial lorsqu'elle n'est pas maîtrisée. Les principales implications peuvent ainsi être citées:

- ***Un impact sur l'aménagement du territoire***

La périphérisation des centres commerciaux implique une consommation accrue du territoire et s'avère incompatible à l'objectif de densification et de préservation d'une ressource quantitativement et qualitativement limitée.

- ***Un impact en termes de mobilité***

Cette périphérisation entraîne de surcroît un accroissement de la demande de déplacement et de la dépendance à la voiture. Très peu de nouvelles implantations prévoient en effet un plan de mobilité convaincant permettant une substitution des transports en commun au transport individuel; même si, il faut en convenir, le type de bien commercialisé ne permet pas toujours l'utilisation de transports en commun.

- ***Un impact sur les centres urbains***

La concurrence entre les commerces de la périphérie entraîne une spirale de déclin des centres urbains. A ce déclin est couplé un appauvrissement de leur attractivité et de leur vitalité. L'impact ne doit donc pas se mesurer qu'en terme commercial mais aussi au niveau de l'attractivité des logements, des espaces publics, etc.

- ***Un impact sur la diversification de l'offre commerciale***

La disparition progressive du commerce indépendant risque de banaliser les espaces commerciaux tant de centre-ville que de périphérie. On observe déjà un net appauvrissement de l'offre et des produits dans l'ensemble des espaces commerciaux.

- ***Un impact architectural et urbanistique***

Le développement reste rarement intéressant sur ce point de vue.

- ***Un impact sur l'environnement***

De manière plus générale, la consommation du territoire, le recours à la voiture, la dégradation des centres, etc., génèrent des implications conséquentes et négatives sur la préservation de l'environnement wallon et les objectifs de Kyoto.

b. Sur les charges financières

Les conséquences citées au point précédent (mobilité, dégradations des centres urbains, consommation du territoire, etc.) ***constituent clairement les premières charges financières***, sans doute plus indirectes et plus difficilement chiffrables, qui s'imposent aux pouvoirs publics. Il n'est plus rare de devoir faire recours à la rénovation ou à la revitalisation urbaine pour faire face au déclin de certains centres urbains.

Si dans un premier temps, les bénéfices d'une nouvelle implantation commerciale peuvent se faire sentir sur le territoire communal, un projet mal encadré ou réalisé, en raison notamment de la recherche d'intérêt purement financier sur le court terme, pourra clairement grever le budget communal (exode des petits commerces, des centres urbains, etc.). Ces projets sont par ailleurs générateurs de friches commerciales dont il ne faut pas négliger les impacts.

Depuis peu, ***les pouvoirs locaux doivent en effet faire face aux premières friches commerciales***. Ces friches commerciales – résultat généralement d'une délocalisation ou d'une concurrence exacerbée – constituent aujourd'hui une réalité. Malgré l'absence de chiffre disponible sur ce point, une simple expérience empirique, par une descente sur le terrain, permet de constater cette évolution.

Si jusqu'à aujourd'hui les friches apparaissaient essentiellement dans le tissu urbain, il n'est plus rare de voir des complexes de moyennes surfaces ou des moyennes surfaces isolées vides en périphérie des villes. Le développement des "Retail-parks" a complètement modifié la donne. Ils concurrencent à la fois la périphérie et le centre-ville, une grande part de leur commercialisation se fait en effet avec des commerces délocalisés. Dans certain cas, ce sont les projets périphériques eux-mêmes qui deviennent des friches. Le débat centre-ville – périphérie s'estompe et la prolifération des mètres carrés commerciaux amène une concurrence croissante entre tous les pôles commerciaux, qu'ils soient en centre-ville ou en périphérie.

A défaut de prescriptions contraires, la responsabilité de la gestion de ces friches incombe aux pouvoirs publics. Communes et régions se devront de trouver des solutions à cette tâche lourde, coûteuse et dont la réaffectation n'est pas évidente.

C. Perspectives

Ce premier bilan impose une nécessaire réflexion sur le devenir de la loi du 13 août 2004 relative aux implantations commerciales.

Les premières réactions politiques ne se sont pas fait attendre.

La création de schémas de développement commercial constitue les premières réponses apportées d'initiative par certaines communes ou, par la Région, au niveau supra-communal. L'objectif sous-tendu par cet outil, qui ne connaît à l'heure actuelle d'aucun encadrement législatif ou incitatif spécifique, est d'assurer une maîtrise durable et prospective du développement commercial sur le territoire concerné. Il constitue ainsi une ligne de conduite permettant aux communes de juger de l'opportunité de certaines implantations commerciales et de les guider dans leurs décisions.

Ces schémas comportent généralement trois phases:

- une description de la situation existante (offre commerciale, attractivités des pôles, ...);
- un diagnostic de cette situation (comportement d'achat, flux d'achat, ...);
- une étude prospective et stratégique du développement commercial du territoire (par type de pôle, de secteur d'activité, par la création de nouveaux pôles, ...).

A titre d'exemple, on peut faire état de l'initiative de la DGATLP et du Ministre du Logement, des Transports et du Développement territorial prônant la réalisation d'une étude méthodologique relative à la planification des implantations commerciales appliquées au territoire de l'agglomération de Charleroi¹⁰. Un projet similaire est envisagé pour l'agglomération de Namur.

Plusieurs communes se sont par ailleurs lancées dans la rédaction d'un tel schéma. La finalisation des premières initiatives arrive aussi à son terme.

Nous reviendrons plus en profondeur sur ces schémas dans la dernière partie de cette note.

Un autre projet – qui, à l'heure où nous écrivons ces lignes, peut être qualifié de pilote – placé sous la coordination du Ministre régional de l'Economie et développé par le Bureau économique de la Province de Namur avec le soutien scientifique du SEGEFA de l'Université de Liège, fut lancé fin de l'année 2007 pour atténuer les effets négatifs de la législation. *Ce projet, qui prend la forme d'un programme informatique, permet, par le biais de différentes questions relatives à la demande et par l'informatisation de cartes relatives notamment aux zones de chalandise, d'aider les communes à objectiver leurs décisions.*

Dans une première période de 6 mois, une phase pilote a été lancée dans le Province de Namur. A la fin de cette période, une première évaluation sera effectuée et, le cas échéant, certains réajustements seront appliqués au programme. Fin 2008, l'ensemble des communes wallonnes devrait pouvoir disposer d'un accès à cet instrument.

Cet outil tend essentiellement à rencontrer deux objectifs: permettre aux communes de s'assurer, d'une part, que l'information donnée par le promoteur est objective et que la demande n'élude pas ou n'oriente pas un critère de décision, et d'autre part, d'assurer la mise à

¹⁰ Schéma rédigé par l'Association du Management de Centre-Ville (AMCV) et est en cours de finalisation

disposition d'informations permettant de confirmer que les critères définis dans la législation sont bien respectés et rencontrés.

Pour rappel, la décision relative à l'octroi ou au refus d'un permis socio-économique doit être motivée sur la base de quatre critères définis à l'article 7 de la loi. L'arrêté royal du 22 février 2005 complète et précise ces critères¹¹.

1. la localisation spatiale de l'implantation commerciale

- l'insertion de l'implantation commerciale dans les projets locaux de développement ou dans le cadre du modèle urbain;
- l'incidence de l'implantation en matière de mobilité durable, notamment l'utilisation de l'espace et de la sécurité routière.

2. les intérêts des consommateurs

- la dynamique démographique;
- la description de l'apport de la nouvelle implantation en termes d'assortiment et de niveau de prix;
- la zone de chalandise ciblée par l'implantation commerciale par rapport aux zones de chalandise des noyaux commerciaux existant à proximité;
- l'accessibilité de la nouvelle implantation par les transports en commun existants et par les moyens de transport individuels;
- l'influence durable de l'implantation commerciale sur les prix;
- l'élargissement du choix du consommateur.

3. l'influence du projet sur l'emploi

- les prévisions de création brute d'emploi de la nouvelle implantation commerciale, par catégorie, à court, moyen et long terme;
- le rapport entre la création d'emploi brute ainsi que le solde net de l'emploi à court terme;
- la présentation des politiques de la nouvelle implantation commerciale en terme de qualité d'emploi;
- le ou les comités paritaires concernés dans le cadre de la qualité des emplois.

4. les répercussions du projet sur le commerce existant.

- la position sur le marché en termes de zones de chalandise;
- la perte ou le renforcement de l'attractivité du noyau urbain;
- l'effet éventuellement structurant ou déstructurant pour les noyaux commerciaux existants à proximité;
- l'équilibre et la complémentarité entre la petite et la grande distribution.

Ce projet permettra à l'évidence de donner des informations objectives sur ces critères et d'orienter les communes dans leur prise de décision. Cet encadrement, et l'aide à la décision qu'il sous-tend, permettra aux communes de mieux cerner le projet concerné et de prendre

¹¹ Arrêté royal du 22 février 2005 précisant les critères à prendre en considération lors de l'examen de projets d'implantation commerciale et de la composition du dossier socio-économique (M.B. 28.2.2005).

ainsi une décision en toute connaissance de cause. *Une maîtrise plus objective du développement des implantations commerciales semble donc à venir.*

Cette maîtrise, dans les formes actuelles du moins, ne sera hélas que de courte durée.

D'ici le 28 décembre 2009 en effet, la législation belge va devoir être adaptée à la Directive européenne 2006/123/CE, dite "directive services", dont la première version était connue sous le nom de "**directive Bolkestein**".

Cette directive interdit aux pouvoirs publics de lier l'octroi d'un permis socio-économique à une étude, un test économique. Ainsi, il ne sera plus question, par exemple, de lier l'octroi de l'autorisation pour un projet d'implantation commerciale à une étude de marché.

Pour l'exercice de ce contrôle deux exceptions sont cependant prévues: *la mobilité et l'aménagement du territoire restent en dehors du champ d'application de la directive.* Des contrôles de compatibilité resteront donc possibles dans ces domaines.

Concrètement, *sur les quatre critères précités et définis dans la législation actuelle* (la localisation spatiale de l'implantation commerciale, les intérêts des consommateurs, l'influence du projet sur l'emploi et les répercussions du projet sur le commerce existant) seul, *le premier pourra persister.* Les trois derniers¹² n'auront plus la possibilité d'être appliqués. Ainsi, il ne sera plus par exemple possible de refuser une implantation commerciale sur la base de son impact au niveau de l'emploi dans les commerces du centre-ville ou en raison d'une offre déjà trop importante du type de produit concerné sur le territoire communal.

Il importe donc dès aujourd'hui de trouver une alternative permettant de garder un certain contrôle et maintenir la possibilité d'assurer un développement cohérent des implantations commerciales sur le territoire belge. Tout permis socio-économique qui serait délivré à partir du 29 décembre 2009 pourra en effet être déclaré illégal¹³. A moins de 2 ans de l'échéance, le temps est compté.

D. Propositions

Pour répondre aux impératifs de la directive "service", *il convient donc de trouver dans les plus brefs délais un mécanisme suffisamment souple et dynamique pour assurer la gestion de l'évolution et de l'implantation des surfaces commerciales;* en sachant que le recours aux autorisations spécifiques basées sur une analyse économique ne peut être conservé.

Le contrôle de la concurrence entre communes, exacerbée dans certains dossiers par la législation actuelle, constitue un autre objectif auquel il advient de tendre.

Il importe par ailleurs de prendre en considération les spécificités institutionnelles belges. Si, à l'heure où nous écrivons ces lignes, les compétences liées aux implantations commerciales

¹² Il n'est pas encore certain d'un point de vue juridique que le critère relatif à la protection du consommateur ne pourra plus être pris en compte dans les critères d'évaluation d'un projet d'implantation commerciale.

¹³ Par analogie à cette problématique, et pour en déceler les conséquences, il est possible de faire référence aux permis d'urbanisme qui ont dû être annulés en raison de la non-mise en œuvre des dispositions européennes relatives aux évaluations sur les incidences environnementales.

semblent vouloir être régionalisées, nous ne pouvons préjuger des suites qui seront données au dossier¹⁴. ***Les propositions qui seront faites ne préjugent donc en aucun cas des solutions qui seront actées lors des négociations fédérales.***

A. Les options de la proposition

Une approche intégrée: l'utilisation d'instruments existants

La présente proposition ne tente pas de "sauver" ce qui pourrait rester des autorisations d'implantation commerciale telles que nous les connaissons. Comme nous l'avons mentionné, sur les quatre critères, seul celui relatif à la localisation spatiale des implantations commerciales trouvera encore à s'appliquer. ***Il nous paraît donc plus opportun, au vu de ce critère, de réfléchir à une possible intégration de la politique des implantations commerciales dans celle de l'aménagement du territoire.***

Il est en effet possible d'envisager à court et moyen terme une politique intégrée de ces problématiques par l'utilisation cohérente des outils existants et définis notamment dans le Cwatup. Cette perspective de gestion intégrée permettrait de rationaliser les coûts et de faciliter les modalités d'actions des communes en la matière, par le biais notamment d'une simplification des procédures existantes.

Le mécanisme s'axerait sur ***deux instruments complémentaires: la création de schémas de développements commerciaux et la gestion intégrée des autorisations urbanistiques.***

Résumé des options fondatrices de la proposition

Le mécanisme proposé trouverait ses fondements dans ***deux postulats complémentaires:***

- L'intégration de la politique des implantations commerciales dans une politique plus large: l'aménagement du territoire.
- L'utilisation cohérente d'outils existants.

Ce double postulat ***se traduirait par deux mécanismes:***

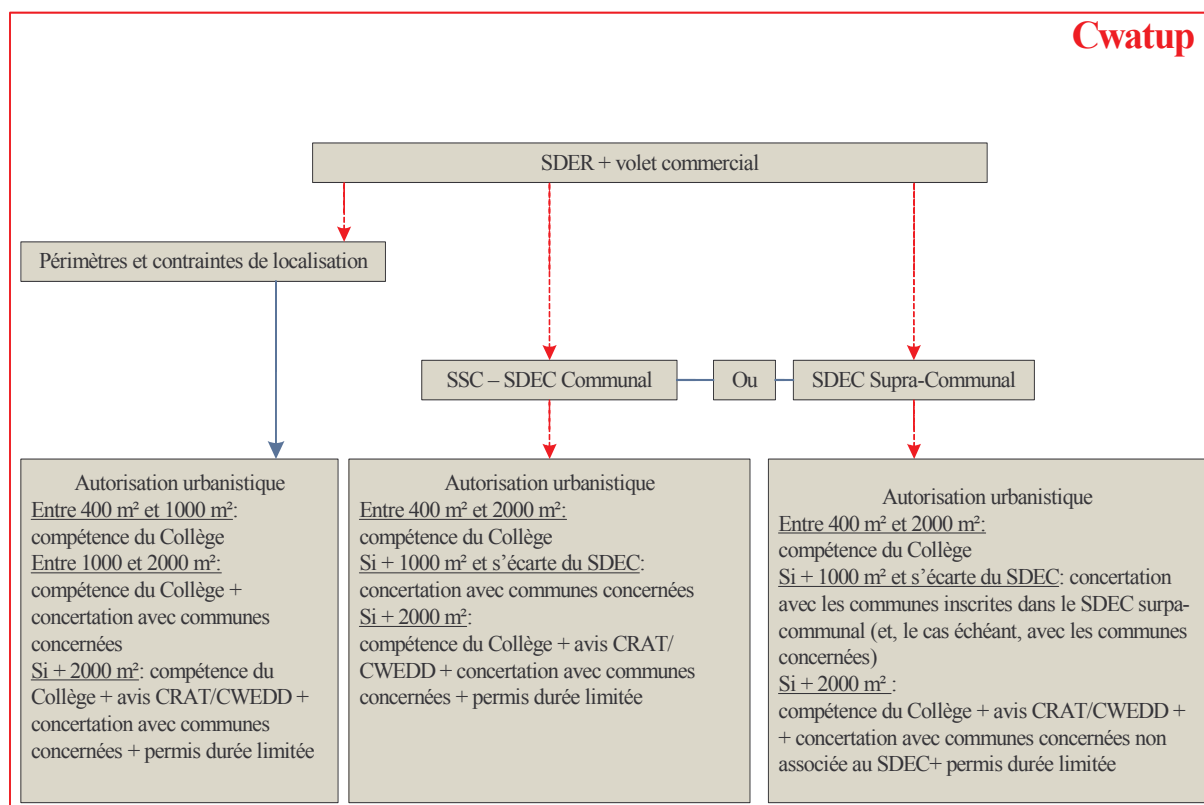
- La création de schémas spécifiquement dédiés au développement commercial.
- Une gestion intégrée des autorisations urbanistiques.

¹⁴ Proposition de loi spéciale du 5 mars 2008 portant des mesures institutionnelles.

B. L'analyse concrète de la proposition

Une approche planifiée et contrôlée

Le mécanisme proposé peut se *schématiser* comme suit:



A. L'approche planifiée: la réalisation de schémas de développement commercial

Si la directive prohibe l'analyse préalable de la pertinence économique d'un projet commercial, elle n'interdit pas aux autorités publiques d'en analyser sa pertinence en termes de localisation.

Il reste donc possible d'adopter des instruments d'orientation qui permettraient de définir la localisation optimum – en se basant notamment sur des critères urbanistiques, de mobilités, environnementaux, énergétiques, etc. – tant au niveau régional qu'au niveau communal.

Le niveau régional

Une localisation des commerces au niveau communal passe avant tout par une organisation cohérente de l'espace régional. Il importe donc de **réaliser à ce niveau un cadre de référence clair permettant de guider les politiques régionales et locales**.

Ce cadre de référence pourrait se composer de deux instruments complémentaires et indissociables.

Premier instrument

Il serait tout d'abord nécessaire de ***procéder à une définition et une localisation des pôles commerciaux, en définissant les critères généraux relatifs à l'implantation des commerces en lien avec l'aménagement du territoire.***

Cette "planification" pourrait légitimement trouver sa place dans le Schéma de Développement de l'Espace régional (SDER). Cet outil permettra de guider les politiques régionales et locales dans leur développement commercial. Sa nature non contraignante assurera la nécessaire souplesse qu'il importe de garder pour permettre notamment la prise en compte du développement de la Région et des opportunités économiques qui pourraient s'y présenter¹⁵.

Le volet commercial du SDER pourrait ainsi définir les grands pôles de développement commerciaux ainsi que leur contenu:

- Les pôles régionaux (toute implantation commerciale, en ce compris les grandes enseignes);
- Les pôles complémentaires (développement complémentaire et en soutien aux pôles régionaux);
- Les pôles relais (pôle de proximité complété par les équipements de la personne, de la maison, ...);
- Les pôles de proximité (services, alimentaires,...).

Cette catégorisation reste exemplative; le nombre de pôles, leurs dénominations, leurs contenus, leurs implications, ... devant être approfondie.

L'inscription de cette planification¹⁶ dans le schéma régional ***imposerait une révision globale de ce dernier ce qui permettrait de rencontrer et de renforcer le souhait du Conseil d'administration de l'Union des Villes et Communes de Wallonie.*** Cette révision devrait se faire en collaboration avec l'ensemble des communes wallonnes.

Second instrument

Le premier instrument devrait pouvoir ***s'accompagner de critères permettant de hiérarchiser les noyaux urbains et d'édicter les principes directeurs régulant l'implantation des commerces*** dans chaque type de noyaux en fonction de son statut.

Il serait dans ce cadre nécessaire de réaliser, pour chaque commune, une définition du ou des périmètres concrétisant les noyaux urbains dans lesquels il serait nécessaire de privilégier l'implantation de commerces. Ces périmètres pourraient se définir selon des critères tels que l'armature commerciale existante, la densité de la population, l'accessibilité multimodale, la mixité de fonction, le niveau d'équipement, etc. Dans le cadre d'un développement cohérent du territoire communal et d'une maîtrise de la périphérisation de ce développement, calquer ces périmètres sur les centres urbains semblerait opportun.

¹⁵ A l'instar de ce qui se propose pour les schémas de développements commerciaux communaux (v. infra), il peut être envisagé que pour les projets qui s'écartent d'un SDER et qui le remettraient en cause de manière significative, un financement soit débloqué par le demandeur pour assurer une réévaluation de ce schéma.

¹⁶ Des critères précis devraient compléter les notes d'intention générales du SDER actuel.

La consécration de ces périmètres – actée par la Région en concertation avec la commune concernée – aurait deux conséquences.

D'une part, il constituerait ***une certaine contrainte de localisation***; les implantations commerciales devant s'implanter de préférence dans ces périmètres. Une localisation en dehors de ceux-ci est complexifiée par l'obligation de respecter certains critères.

A titre purement exemplatif il est possible ici de présenter des contraintes de localisation.

"A défaut de pouvoir s'inscrire dans les périmètres concrétisant les noyaux urbains, les implantations commerciales peuvent s'inscrire en périphérie moyennant soit:

- a. la revitalisation de friches commerciales localisées dans ces périmètres,*
- b. la réaffectation de friches commerciales localisées dans ces périmètres ou en périphérie.*

La revitalisation et la réaffectation sont définies en termes de superficie. Cette superficie doit équivaloir à 10 % au moins de la superficie de l'implantation commerciale créée.

Ces critères ne sont pas d'application dans les communes disposant d'un schéma de développement commercial".

Pour s'assurer de l'application de ces critères, il devrait leur être conféré ***valeur impérative***¹⁷. Dans une approche intégrée de la politique de l'aménagement du territoire, ces contraintes pourraient ***s'inscrire dans le Cwatup***.

D'autre part, en complément de ces critères, et pour assurer une maîtrise opérationnelle du développement territorial, ***les instruments déjà existant en terme d'aménagement du territoire*** – notamment le droit d'expropriation ou de préemption – ***devraient logiquement trouver à s'appliquer pour favoriser l'implantation de commerce dans ces périmètres***. En complément à ces outils, d'autres politiques, non spécifiques aux implantations commerciales, devraient aussi pouvoir être développées: la politique de taxation, de prime, de rénovation des étages commerciaux, etc.

Une réflexion sur la définition de ces noyaux urbains ainsi que sur les critères et les politiques les plus opportuns mériterait d'être réalisée.

Le niveau communal

A l'instar du niveau régional, ***un schéma de développement commercial communal (SDECC) pourrait être adopté par les communes***.

Cette proposition n'est pas en soi innovante. Plusieurs communes ont en effet, d'initiative et en dehors de tout prescrit législatif, décidés de procéder à la rédaction d'un tel instrument. L'objectif est donc ici de se baser sur ces premiers projets pour garantir leur intégration dans un cadre régional équilibré tout en assurant leurs cohérences et l'encadrement de leurs effets au regard des autres schémas de développement commercial.

¹⁷ Sous réserve des atténuations mentionnées au point suivant relatif au niveau communal.

Cet instrument permettrait de définir une politique claire et prospective de l'implantation des commerces au sein du territoire communal. ***Il pourrait s'inscrire soit dans un schéma de structure communal (SSC) et bénéficier, partant, des subsides s'y rapportant, soit être élaboré distinctement.***

Dans la première hypothèse, pour assurer une certaine souplesse, le schéma devrait pouvoir bénéficier d'un traitement autonome; notamment au regard de son adoption ou de sa révision. Des développements et des opportunités économiques peuvent en effet pousser la commune à rédiger ou réviser un SDECC sans nécessairement avoir besoin d'adopter ou de revoir un SSC. Des subsides spécifiques devraient alors être prévus.

Dans la seconde hypothèse, des subsides propres devraient aussi être envisagés pour s'assurer d'une application effective du mécanisme.

A titre exemplatif, voici ce que pourrait comprendre, en résumé, un schéma de développement commercial:

- une description de la situation existante (offre commerciale, attractivités des pôles, ...);
- un diagnostic de cette situation (comportement d'achat, flux d'achat, ...);
- une étude prospective et stratégique du développement commercial du territoire (par type de pôle, de secteur d'activité, par la création de nouveaux pôles, ...).

A l'instar de ce qui a été développé pour les périmètres de localisation, les **stratégies définies dans le SDECC devraient pouvoir bénéficier de moyens opérationnels** nécessaires à leur réalisation. Pourrait ainsi intervenir dans cet aménagement actif:

- l'utilisation d'outils fonciers: droit d'expropriation, de préemption, ...;
- l'utilisation d'outils facilitant le remembrement urbain, l'accès au logement pour les étages des commerces, ...;
- l'utilisation d'outils financiers: taxation, primes, etc.

Les principes déjà d'application dans le Cwatup pourraient trouver à s'appliquer pour ce nouveau schéma sectoriel:

- les principes de hiérarchie des plans et schémas (le SDECC devrait respecter le SDER et sa partie liée au développement commercial);
- la tutelle d'approbation par le Gouvernement;
- le recours à un auteur agréé;
- les nécessaires consultations et informations (citoyens, communes limitrophes, ...);
- ...

Constituant un outil d'orientation, le **SDECC garderait une valeur purement indicative**, à l'instar du SSC et du SDER. Il y aurait donc possibilité de s'en écarter moyennant due motivation. Il faut cependant constater que si une implantation commerciale s'inscrit en contradiction du SDECC, les options et perspectives de ce dernier risquent d'être fondamentalement modifiées. Il est donc proposé que, pour les **projets qui s'écarteraient d'un SDECC et le remettent en cause de manière significative, l'autorisation ne soit octroyée que moyennant le financement par le demandeur d'une réévaluation de ce schéma.**

L'adoption d'un SDECC aurait deux implications positives sur l'autonomie communale:

- ***Les périmètres précités concernant les noyaux urbains et les contraintes de localisation ne trouveraient plus à s'appliquer.***

Il paraît juste de considérer que les communes qui ont fait l'effort d'adopter un SDECC et de procéder à une réflexion prospective sur leur développement commercial puissent inscrire les futures implantations conformément aux orientations prises, sans être contraint par les obligations régionales, qui pourraient de surcroît s'avérer contraires à la politique communale.

- Les communes pourront ***délivrer elles-mêmes l'ensemble des permis d'urbanisme liés aux implantations commerciales (même ceux dépassant 2000m²)***¹⁸.

Il semble cependant cohérent de prévoir que pour les projets compris entre 1000 et 2000 m² s'écartant d'un SDECC, l'autorisation soit au préalable soumise à une concertation avec les communes concernées; ces dernières ayant été consultées dans le cadre de l'adoption du SDECC. De même, en raison de l'impact supra-communal des projets dépassant 2000 m², une concertation avec les communes concernées devrait être réalisée préalablement à la délivrance du permis.

A côté du SDECC, ***le contrôle des implantations commerciales pourrait être renforcé par l'adoption de règlement communal d'urbanisme (RCU) partiel.*** Ce RCU permettrait de définir les gabarits, les implantations, l'esthétique, la problématique du parking, des logements, etc., des implantations commerciales localisées sur le territoire communal.

Le niveau supra-communal

Pour une approche cohérente de la gestion des implantations commerciales, il peut être envisagé que plusieurs communes décident de s'associer pour réaliser ensemble un schéma de développement. ***Ces schémas de développements commerciaux supra-communaux*** reprendraient des principes similaires à ceux énoncés pour le schéma de développement commercial communal.

Il est proposé d'avoir sur une même commune, ***soit une SDEC communal, soit un SDEC supra-communal.***

L'adoption d'un SDEC supra-communal aurait des implications similaires à celles d'un SDEC communal:

- ***Les périmètres précités concernant les noyaux urbains et les contraintes de localisation ne trouveraient plus à s'appliquer.***

- Les communes pourront ***délivrer elles-mêmes l'ensemble des permis d'urbanisme liés aux implantations commerciales (même ceux dépassant 2000m²)***¹⁹.

Cependant, en raison de la portée de ces schémas, il semble légitime de considérer que pour les projets dépassant 1000 m² et s'écartant du SDEC, une concertation préalable soit réalisée avec l'ensemble des communes associées au SDEC supra-communal. Le cas échéant, les communes concernées par le projet, non situées dans le SDEC devraient pouvoir être associées à cette concertation. De même, en raison de l'impact supra-communal des projets dépassant 2000 m², une concertation avec les communes

¹⁸ V. infra, point B. une approche contrôlée.

¹⁹ V. infra, point B. une approche contrôlée.

concernées devrait, dans tous les cas, être réalisée préalablement à la délivrance du permis.

B. L'approche contrôlée: la gestion d'autorisations urbanistiques intégrées

Dans la suite logique d'une suppression des autorisations spécifiquement dédiées aux implantations commerciales, ***la gestion de ces projets relèverait exclusivement du Cwatup et, partant, des permis d'urbanisme***²⁰. Les procédures d'octroi des permis telles que prévues à l'heure actuelle ne seraient pas modifiées²¹.

Seul l'ensemble des implantations commerciales de plus de 400 m² serait visé par la présente proposition²².

A notre sens cette ***compétence devrait incomber de base au collège communal***.

En raison de l'impact de certains projets commerciaux sur les communes limitrophes, voire sur la Région, les conditions à respecter devraient être modulées en fonction des superficies.

➡ ***Un tableau récapitulatif*** résumant ces modalités peut être trouvé en fin de cette note

Jusqu'à 1000 m² la compétence du collège ne connaîtrait aucune modification substantielle. Mis à part l'obligation pour les communes ne disposant pas de SDEC de respecter les périmètres de localisation²³.

Entre 1000 m² et 2000 m², une différenciation devrait être organisée entre les communes disposant d'un SDEC et les autres.

- *pour les communes ne disposant pas de SDEC*, l'obligation de respecter les périmètres de localisation resterait mais, en raison de l'impact du projet sur le développement territorial de certaines communes notamment, une concertation devrait de surcroît être organisée avec les communes concernées.
- *Pour les communes disposant d'un SDEC*, cette concertation avec les communes concernées²⁴ serait nécessaire lorsque le projet s'écarte des orientations prédéfinies²⁵.

Lorsque la taille de l'implantation ***dépasse 2000 m²***, la délivrance des autorisations urbanistiques resterait de la compétence du collège communal²⁶. En raison de l'ampleur de ces

²⁰ Sans préjudice bien entendu d'autres législations, à l'instar de celle relative au permis d'environnement.

²¹ Ainsi, les délais, l'évaluation environnementale, les avis, etc., resteraient de rigueur.

²² Par soucis de simplification, nous proposons, dans un premier temps, de conserver les seuils existants actuellement. Une étude des évolutions en matière de commerce pourrait conduire à un ajustement de ceux-ci.

²³ Ces périmètres constituent une priorité de localisation (les implantations commerciales ne pouvant s'inscrire en dehors de ceux-ci que moyennant le respect de contraintes strictes) et un catalyseur permettant d'assurer une maîtrise opérationnelle du développement commercial du territoire (droit d'expropriation, de préemption, taxations, primes, ...). V. supra p. 18.

²⁴ La définition des communes concernées mérite d'être approfondie. Une solution serait de prendre en considération la zone de chalandise pour déterminer ces communes. Par zone de chalandise on entend la zone habituelle ou théorique de provenance des clients d'un point de vente; le contour de cette zone étant influencé par la distance et le temps d'accès.

²⁵ Pour les SDEC supra-communaux, il est proposé que la concertation se fasse aussi avec l'ensemble des communes associées au SDEC; la concrétisation d'un projet qui s'écarte du schéma pouvant remettre en cause ce dernier.

²⁶ Notons cependant que la proposition de loi spéciale du 5 mars 2008 portant des mesures institutionnelles prévoit un mécanisme particulier pour les implantations commerciales de plus de 2000 m² situées sur le territoire

projets il y aurait cependant l'obligation, d'une part, de procéder, dans tous les cas, à une concertation avec les communes concernées²⁷, et d'autre part, de soumettre le projet à l'avis de la CRAT et du CWEDD.

Comme nous l'avons vu, à défaut de prescriptions contraires, la responsabilité de la gestion des friches commerciales incombe aux pouvoirs publics. Pour faire face à cette nouvelle charge financière, qui risque de s'accroître dans les années qui arrivent, communes et régions se devront de trouver des solutions à une tâche qui peut s'avérer lourde, coûteuse et dont la réaffectation n'est pas évidente. Il est donc proposé que l'octroi des permis d'urbanisme concernant des projets de plus de 2000 m² soit réalisé pour une durée limitée; conformément à l'article 88 du Cwatup²⁸. Cet article prévoit dans ce cadre qu'*"au terme du délai autorisé, le bénéficiaire du permis est tenu de remettre les lieux en l'état où ils se trouvaient avant la mise en œuvre du permis. Le collègue des bourgmestre et échevins, le fonctionnaire délégué ou le gouvernement peut exiger la fourniture des garanties nécessaires à l'exécution des obligations de remise en l'état des lieux"*.

Il est enfin proposé de **dissoudre le Comité socio-économique national pour la distribution (CSEND)**, dont la pertinence de l'avis deviendra sans objet suite à l'implémentation de la directive services. L'adoption de schémas de développements commerciaux devrait permettre de suppléer à la suppression de l'avis du Comité socio-économique national. Cette proposition se comprenant sans préjudice de l'ensemble des avis qui peuvent être demandés en cours de procédure lors de l'octroi d'un permis d'urbanisme.

d'une commune limitrophe à une autre région. Le gouvernement de la région dans laquelle cette commune est située notifie cette demande au gouvernement de la région limitrophe à cette commune. Dans ce cas, une concertation peut être demandée par cette dernière région.

²⁷ A l'instar de ce qui est prévu pour les projets compris entre 1000 et 2000 m², si le projet s'écarte du SDEC supra-communal, une concertation avec les communes associées devra être organisée.

²⁸ Cette limitation dans le temps se comprend d'autant plus facilement que ces projets feront, plus la plupart, l'objet d'un permis unique, dont la partie environnementale relative à l'exploitation est par essence limitée dans le temps. Une correspondance entre les deux délais serait donc préconisée.

TABLEAU RECAPITULATIF DES COMPETENCES ET CONTRAINTES

	< 400 m ²	Entre 400 et 1000 m ²	Entre 1000 et 2000 m ²	> 2000 m ² ²⁹
	RESPECT ORIENTATIONS DU SDEC			
Pas de SDEC communal ou supra-communal, pas volet commercial dans SSC	Collège communal	Collège communal dans le respect : ▪ des périmètres de localisation³⁰	Collège communal dans le respect: ▪ des périmètres de localisation ▪ d'une concertation avec communes concernées	Collège communal dans le respect: ▪ des périmètres de localisation ▪ de l'avis de la CRAT/CWEDD ▪ d'une concertation avec communes concernées
SDEC communal Ou volet commercial dans SSC	Collège communal	Collège communal	Collège communal dans le respect: ▪ d'une concertation avec communes concernées si s'écarte du SDEC	Collège communal dans le respect: ▪ de l'avis de la CRAT/CWEDD ▪ d'une concertation avec communes concernées
SDEC supra-communal	Collège communal	Collège communal	Collège communal dans le respect: ▪ d'une concertation avec communes concernées et associées si s'écarte du SDEC	Collège communal dans le respect: ▪ concertation avec communes concernées non associées au SDEC (et associées si s'écarte du SDEC)
				Permis durée limitée

²⁹ La proposition de loi spéciale du 5 mars 2008 portant des mesures institutionnelles prévoit un mécanisme particulier pour les implantations commerciales de plus de 2000 m² situées sur le territoire d'une commune limitrophe à une autre région. Le gouvernement de la région dans laquelle cette commune est située notifie cette demande au gouvernement de la région limitrophe à cette commune. Dans ce cas, une concertation peut être demandée par cette dernière région.

³⁰ Ces périmètres constituent une priorité de localisation (les implantations commerciales ne pouvant s'inscrire en dehors de ceux-ci que moyennant le respect de contraintes strictes) et un catalyseur permettant d'assurer une maîtrise opérationnelle du développement commercial du territoire (droit d'expropriation, de préemption, taxations, primes, ...).