

Les ensembles commerciaux

Table des matières

I. Zones commerciales et ensembles commerciaux	2
1) Différence entre la notion de zone commerciale et d'ensemble commercial	2
2) Notion d'ensemble commercial	2
II. Le raisonnement par « faisceau d'indices » du juge	3
1) Le même site	3
2) Les 4 critères alternatifs	5
Même opération d'aménagement foncier	5
Aménagements conçus pour permettre à une même clientèle l'accès des divers établissements	5
Une gestion commune de certains éléments de leur exploitation	6
Une structure juridique commune	6
III. Notion d'ensemble commercial dans le cadre de l'autosaisine de la CNAC	6
IV. Les cas particuliers	8
1) Traitement des « drive »	8
2) Cas particulier des ZAC de centre urbain	8

*Fiche d'information rédigée par le bureau de l'aménagement commercial
de la direction générale des entreprises*

Mise à jour le 10 décembre 2015

I. Zones commerciales et ensembles commerciaux

1) Différence entre la notion de zone commerciale et d'ensemble commercial

Le droit de l'urbanisme et de la planification urbaine prévoit de nombreux zonages qui permettent l'application de certaines règles particulières et adaptées au développement économique (commerces, artisanats, industries et services).

A titre d'exemple, les collectivités identifient fréquemment des « Zones d'activités » (ZA), des « zones d'aménagement concertés » (ZAC) ou des « Zones artisanales et commerciales » (ZACOM) destinées à concentrer dans un espace délimité des activités spécifiques. Ces espaces font généralement l'objet d'une concertation locale et d'aménagements routiers concertés, soit pris en charge par un aménageur soit directement par une collectivité. Ces espaces peuvent être très étendus et ne pas concentrer d'activité commerciale en un même lieu.

Ces zones qui trouvent leur origine dans des textes urbanistiques ne sont pas à confondre avec les ensembles commerciaux¹ dont la définition, relevant du code de commerce, est plus restrictive puisqu'elle tend à isoler un ensemble économiquement cohérent et articulé autour d'une logique commune.

2) Notion d'ensemble commercial

Dans la législation actuelle, sont soumises à autorisation d'exploitation commerciale, la création d'un ensemble commercial d'une surface de vente supérieure à 1 000 m² ou l'extension d'un ensemble commercial ayant déjà atteint le seuil de 1 000 m² ou devant le dépasser par la réalisation du projet (article L. 752-1).

Cette notion permet d'éviter que le pétitionnaire ne s'affranchisse de l'obligation de demander une autorisation d'exploitation commerciale en morcelant des projets composés de commerces d'une surface de vente inférieure à 1 000 m² de surface de vente mais formant un ensemble économiquement cohérent. L'objectif de la législation de l'aménagement commercial est d'analyser le développement de ces ensembles constituant une unité économique et non des commerces isolés les constituant.

Ainsi la législation dispose d'une définition de l'**ensemble commercial** au I de l'article L. 752-3 du code de commerce que la loi n°2014-626 du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises n'a pas modifié :

I. - Sont regardés comme faisant partie d'un même ensemble commercial, qu'ils soient ou non situés dans des bâtiments distincts et qu'une même personne en soit ou non le propriétaire ou l'exploitant, les magasins qui sont réunis sur un même site et qui :

1° Soit ont été conçus dans le cadre d'une même opération d'aménagement foncier, que celle-ci soit réalisée en une ou en plusieurs tranches ;

2° Soit bénéficient d'aménagements conçus pour permettre à une même clientèle l'accès des divers établissements ;

3° Soit font l'objet d'une gestion commune de certains éléments de leur exploitation, notamment par la création de services collectifs ou l'utilisation habituelle de pratiques et de publicités commerciales communes ;

4° Soit sont réunis par une structure juridique commune, contrôlée directement ou indirectement par au moins un associé, exerçant sur elle une influence au sens de l'article L. 233-16 ou ayant un dirigeant de droit ou de fait commun.[...]

¹ CE 23 décembre 2010 n°335303

II. Le raisonnement par « faisceau d'indices » du juge

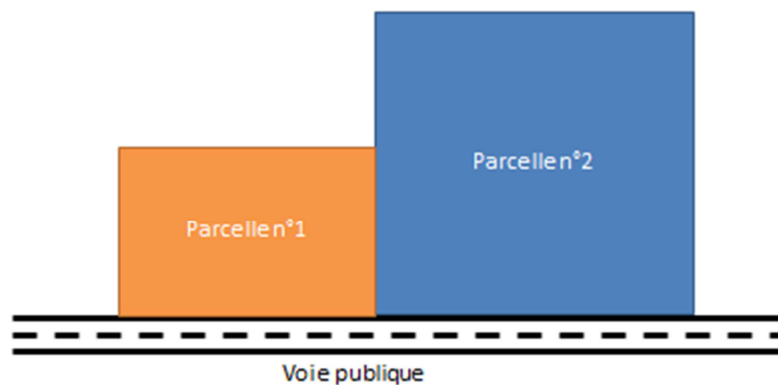
Pour caractériser un ensemble commercial au sens de l'article L. 752-3 du code de commerce, la loi retient deux conditions : l'une tenant au site et l'autre au choix parmi les 4 critères énoncés.

1) Le même site

La première condition nécessaire pour délimiter un ensemble commercial est d'être en présence d'un « même lieu », c'est à dire d'une « unité de lieu »² entre les différentes composantes de l'ensemble commercial.

Par exemple, l'implantation sur une parcelle voisine fait regarder l'ensemble des magasins comme appartenant à « une unité de lieu ».

Exemple d'unité de lieu par contiguïté :



De même, le simple fait qu'une voie de circulation sépare les deux parcelles n'empêche pas de considérer une unité de lieu³. Dans le même esprit, la jurisprudence considère que la séparation de deux magasins par un giratoire⁴ ou une voie de 7 mètres de large n'est pas suffisante, en soi, pour écarter la notion d'unité de lieu⁵.

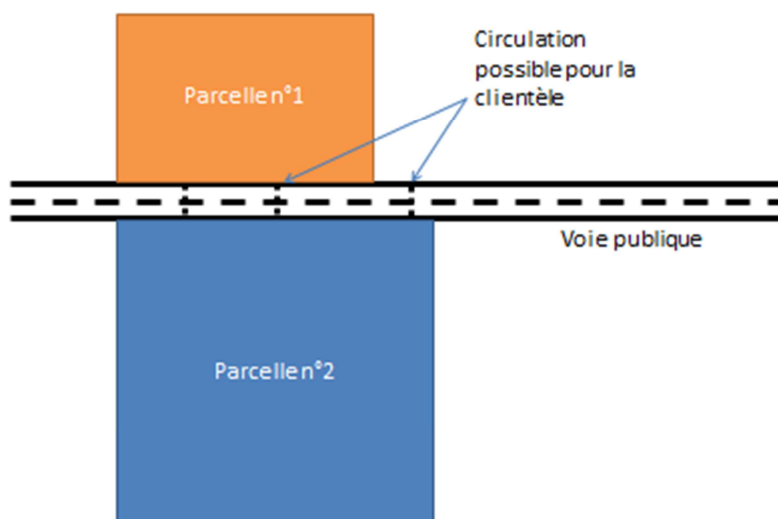
² Ccass, Crim., 98-80286 du 07 avril 1999

³ CAA Bordeaux 18 mai 1995, 93BX00935. CE 03 octobre 2003 n°248499, Cass. Crim. 7 avril 1999 n°98-80286

⁴ CA Caen, 3 novembre 1998 n°981139

⁵ CE 03 octobre 2003 n°248499

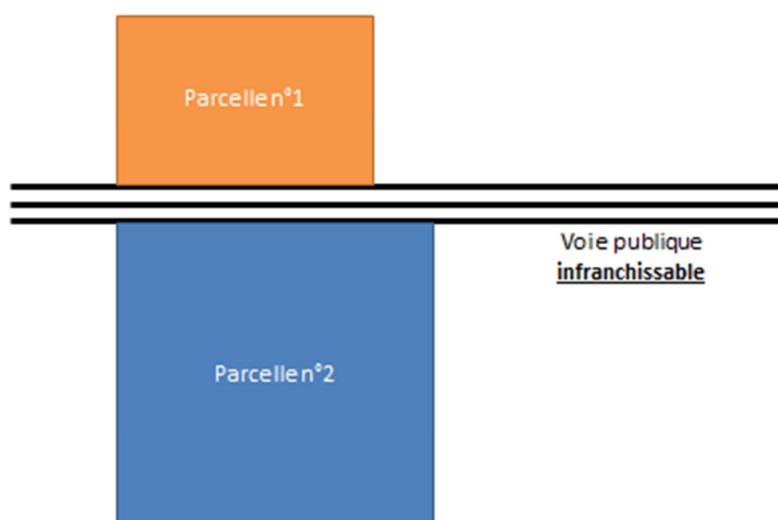
Exemple d'unité de lieu malgré une voie publique séparative :



La jurisprudence pose cependant des limites à l'unité de lieu. Elle considère ainsi que, dès lors que la voie publique ou tout autre cheminement direct est infranchissable pour la clientèle, on n'est pas en présence d'une unité de lieu⁶.



Exemple d'absence d'unité de lieu en raison d'une voie publique séparative infranchissable :

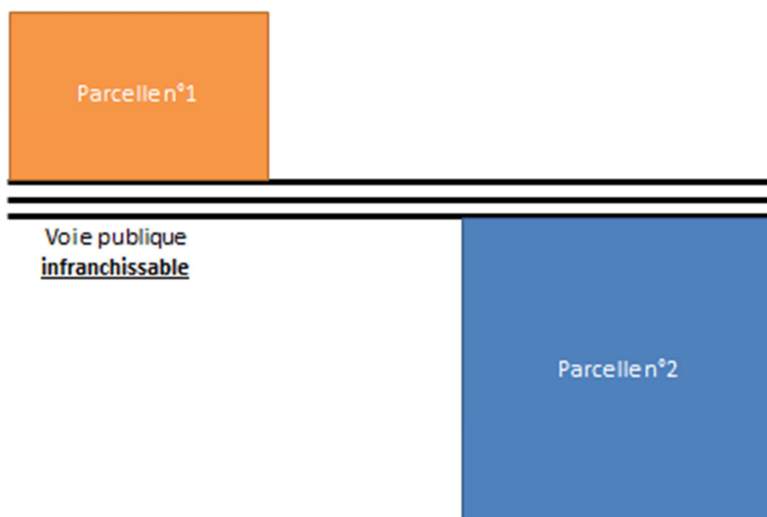


La jurisprudence prend également en compte la distance entre les magasins couplés aux obstacles pour y parvenir pour établir l'unité de lieu ou non. Ainsi, deux magasins séparés de 300 mètres accessibles l'un par rapport à l'autre par une succession de giratoires doivent être regardés comme ne faisant pas partie d'une même unité de lieu.

⁶ Cass. Com. 19 juin 2001, pourvoi, n°99-15411.



Exemple d'absence d'unité de lieu en raison d'une voie publique séparative infranchissable et d'un éloignement des parcelles :



2) Les 4 critères alternatifs

La deuxième condition à remplir doit correspondre à l'un des 4 critères énoncés à l'article L. 752-3. Une seule de ces conditions, couplée à l'unité de lieu, est nécessaire pour caractériser l'ensemble commercial.

Même opération d'aménagement foncier

Les opérations d'aménagement foncier sont décrites au titre Ier du livre III du code de l'urbanisme. Il s'agit notamment des zones d'aménagement concerté (ZAC).

La jurisprudence considère que le 1° de l'article L. 752-3 du code de commerce peut s'appliquer à plusieurs magasins dès lors que **leur conception** est commune⁷, même en plusieurs tranches.

Par exemple, même si le pétitionnaire ne mentionne pas l'existence d'une même opération d'aménagement foncier de lui-même, les circonstances peuvent conduire à l'identifier. Ainsi, plusieurs projets situés sur les mêmes parcelles et présentés le même jour relèvent d'une même opération d'aménagement foncier⁸.

Aménagements conçus pour permettre à une même clientèle l'accès des divers établissements

L'existence d'un parking commun est l'aménagement le plus souvent cité par le juge pour identifier un « aménagement conçu pour permettre à une même clientèle l'accès des divers établissements »⁹. A contrario, la séparation matérielle des parcs de stationnement par une clôture ou l'obligation pour le piéton de passer par la voirie de desserte pour accéder à un autre magasin semble exclure la notion d'ensemble commercial même pour des magasins proches.

⁷ CAA Lyon 12 décembre 2000, Société SOFIVA, n°96LY00270

⁸ CE 16 avril 2010, n°319714

⁹ CE 16 avril 2010, n°319714. CE 25 février 2015, n°374181

Une voie publique de desserte du secteur ne peut pas être considérée comme un « aménagement conçu pour permettre à une même clientèle l'accès des divers établissements »¹⁰. En effet, de telles voies ont vocation à desservir l'ensemble du secteur et non les seuls commerces concernés ainsi, il n'y a pas d'ensemble commercial dès lors qu'aucune voirie publique ou privée n'assure pas **une circulation interne** entre les magasins concernés.

A contrario, des voies publiques ou privées ayant principalement pour vocation d'assurer **la circulation interne** entre les commerces concernés constituent des aménagements spécifiques à l'ensemble commercial. On entend par circulation interne d'un magasin, **les voiries qui donnent directement accès aux seules aires de stationnement et magasins.**

Une gestion commune de certains éléments de leur exploitation

La gestion commune doit porter sur l'exploitation concrète des magasins. La mise en commun des aires de stationnement est un indice d'une gestion commune de ces éléments¹¹.

De même :

- le fait de se fournir à la même centrale d'achat¹² ;
- le fait d'avoir recours au même service de comptabilité¹³ ;
- le fait de mettre en place un service après-vente commun¹⁴ ;
- le fait de mettre en commun la gestion des caisses des magasins¹⁵ ;
- le fait de mettre en place des promotions commerciales communes¹⁶ ;

Une structure juridique commune

Cette condition est remplie dès lors que les magasins sont contrôlés, soit par la même entité, soit par des entités liées juridiquement (par ex. des filiales). Par ailleurs, des contrats de franchise entre les magasins ayant pour effet de les soumettre au même groupe est regardé comme formant une structure juridique commune¹⁷.

III. Notion d'ensemble commercial dans le cadre de l'autosaisine de la CNAC

En vertu du V de l'article L. 752-17 du code de commerce, la Commission nationale d'aménagement commercial peut se saisir de tout projet mentionné à l'article L. 752-1 dont la surface de vente atteint au moins 20 000 mètres carrés dans le délai d'un mois suivant l'avis émis par la commission départementale d'aménagement commercial.

Dans ce cadre, les projets de création ou d'extension concernent des ensembles commerciaux au sens de l'article L. 752-3 du code de commerce. Les critères permettant de caractériser ou non un ensemble commercial sont les mêmes que ceux rappelés ci-dessus.

¹⁰ CAA Lyon, 19 décembre 1995, Société ISOMA, n°93LY01899

¹¹ CE 25 mai 1988 n°80335

¹² Cass. Crim. 19 mars 1997 n°96-80853

¹³ Cass. Crim. 19 mars 1997 n°96-80853

¹⁴ Cass. Crim. 19 mars 1997 n°96-80853

¹⁵ CE 1^{er} mars 1989 n°76055

¹⁶ CE 03 octobre 2003 n°248499

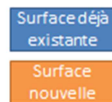
¹⁷ CE 03 octobre 2003 n°248499

On distingue ainsi 3 situations :



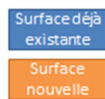
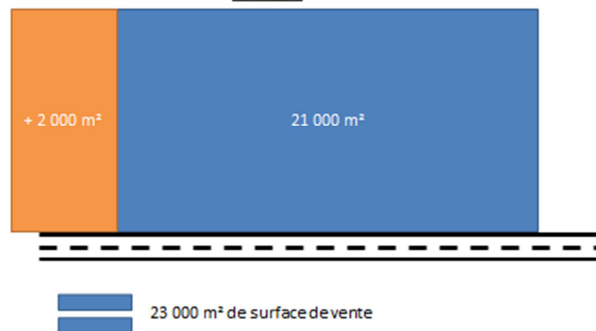
1. Création d'un magasin ou d'un ensemble commercial d'au moins 20 000 m² de SdV

Exemple :



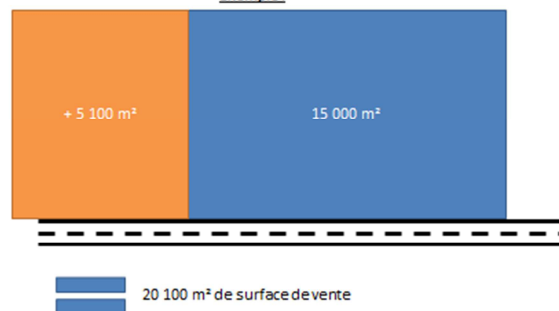
2. Extension dans un magasin ou un ensemble commercial ayant déjà atteint au moins 20 000 m² de SdV

Exemple :



3. Extension d'un magasin ou d'un ensemble commercial dont la réalisation aura pour effet de dépasser le seuil de 20 000 m² de SdV

Exemple :



IV. Les cas particuliers

1) Traitement des « drive »¹⁸

Les « Drive » ne sont pas des magasins de commerce de détails et n'ont pas de surface de vente. Aussi, alors même qu'ils sont soumis en tant que « Drive » à la réglementation des AEC, ils ne constituent pas avec d'autres magasins des ensembles commerciaux.

2) Cas particulier des ZAC de centre urbain

Le II de l'article L. 752-3 du code de commerce prévoit que « *Toutefois, les dispositions du présent article ne sont pas applicables aux zones d'aménagement concerté créées dans un centre urbain, en vertu de l'article L. 311-1 du code de l'urbanisme.* »

Cette disposition a pour objectif de favoriser le développement des commerces dans les centres urbains. Elle permet la réalisation en centre ville, sans autorisation de la CDAC, d'un ensemble commercial composé de plusieurs magasins dont la surface de vente de chacun est inférieure au seuil d'autorisation (300 m² de surface de vente selon la législation en vigueur dans l'espèce en cause, aujourd'hui 1 000 m² de surface de vente) mais dont la surface totale dépasserait ce seuil et serait ainsi soumis, selon le droit commun, à une autorisation au titre de l'ensemble commercial.

Aucun texte n'est venu préciser la notion de « ZAC de centre urbain »¹⁹.

La Cour Administrative d'Appel de Versailles a apporté, dans un arrêt du 29 décembre 2011, des éléments de réponse quant à la notion de ZAC de centre urbain, en jugeant que :

« Considérant qu'il ressort des pièces du dossier que la ZAC Centre Ville est située dans une partie excentrée et non encore urbanisée du territoire de la commune de Grigny, séparée du quartier de La grande Borne par l'autoroute A6, et n'a pas vocation à renforcer l'attractivité des centres urbains existant mais à se substituer au centre-ville actuel par création d'un nouveau centre urbain équidistant des quartiers de Grigny II, Le village et La Grande Borne ; qu'il n'est ni allégué ni établi que les projets de la requérante permettraient une revitalisation ou une restructuration du tissu commercial existant dans ces différents centres urbains, alors que le rapport d'instruction de la chambre de commerce et d'industrie de l'Essonne du 21 décembre 2006 relève au contraire que le chiffre d'affaire réalisé par cet ensemble commercial sera majoritairement prélevé sur les commerçants déjà présents et que sa réalisation induit un risque de création de friches commerciales ; qu'ainsi, compte tenu de sa localisation, de sa destination et de son effet prévisible sur les centres urbains existant, le projet litigieux ne peut être regardé comme situé dans une ZAC créée dans un centre urbain au sens des

¹⁸ Nom juridique littéral : « points permanents de retrait par la clientèle d'achats au détail commandés par voie télématique, organisés pour l'accès en automobile »

¹⁹ Une circulaire du 16 janvier 1997 (abrogée) tentait de préciser : « Cette notion de ZAC de centre urbain doit être appliquée très strictement compte tenu de l'importance des conséquences qui en découlent. [...] Elle suppose tout d'abord que la ZAC soit envisagée dans une commune urbaine, c'est-à-dire au sens de l'INSEE dans une commune qui : soit compte plus de 2 000 habitants agglomérés ; soit appartient à une agglomération multi-communale de plus de 2 000 habitants. Il ressort en outre des débats parlementaires que cette disposition est destinée à ne pas pénaliser des opérations de restructuration commerciale ou de revitalisation des centres-villes au profit du commerce indépendant de proximité. En conséquence, toute ZAC destinée, directement ou indirectement, à renforcer ou compléter l'attraction des rues commerçantes de centre-ville d'une commune urbaine ou à restructurer l'appareil commercial d'un centre-ville, peut être considérée comme une ZAC de centre urbain. L'autorité chargée de délivrer le permis de construire devra donc apprécier au cas par cas si une ZAC peut être qualifiée de centre urbain et bénéficier de la dérogation législative. Néanmoins, dans le cadre du contrôle de légalité des permis de construire le préfet pourra saisir le tribunal administratif s'il estime qu'il a été fait un usage exagéré de cette dérogation ».

dispositions précitées du II de l'article L. 752-3 du code de commerce et devait être soumis à enquête publique »²⁰.

Ainsi, il résulte de la jurisprudence que la qualification de ZAC de centre urbain suppose que cette zone remplisse les conditions suivantes :

- ne pas être située dans une partie excentrée de la commune ;
- être située dans une partie urbanisée de la commune ;
- avoir vocation à renforcer l'attractivité du ou des centres urbains existants et non pas de créer un nouveau centre urbain se substituant au centre-ville actuel.

²⁰ Cour Administrative d'Appel de Versailles, 29 décembre 2011, n° 10VE00763