

Frédéric DOUËB

Lauréat de l'Université de Paris Panthéon-Assas
Docteur en Droit

Avocat à la Cour - C.1272

90. Avenue Niel - 75017 PARIS

Tél. 01.56.21.13.13

Tél. 01.56.21.13.18 (ligne directe)

Télécopie 01.56.21.13.14



Mairie de LOUVIERS

A l'attention de Monsieur le Maire

11 rue Pierre Mendès France

27400 LOUVIERS

-> SG/BD
Finances

CLIENT : Commune de LOUVIERS

AFF. : Commune de LOUVIERS C/ MAC ARTHUR GLEIN

N/Réf. : NRF9028

(Référence à rappeler dans toute correspondance)

Monsieur le Maire,

Je vous adresse par la présente copie du recours adressé à la Commission Nationale d'Aménagement Commercial accompagné de son accusé de réception, dans l'affaire référencée en marge.

Par ailleurs, je vous demande de bien vouloir régler, à votre plus prochaine convenance, ma note d'honoraires, frais et débours que vous trouverez sous ce pli.

Avec mes remerciements et restant à votre disposition pour tout renseignement que vous jugeriez utile,

Croyez, Monsieur le Maire, en l'assurance de mes sentiments distingués.

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'F' followed by a horizontal line.

REQUETE INTRODUCTIVE D'INSTANCE DEVANT LA COMMISSION NATIONALE D'AMENAGEMENT COMMERCIAL

Pour :

- 1°) **La Commune D'EVREUX** représentée par son Maire
 - 2°) **La Commune de LOUVIERS** représentée par son Maire
 - 3°) **La Communauté d'Agglomération SEINE-EURE** représentée par son Président
 - 4°) **Le Grand EVREUX Agglomération**, représentée par son Président
 - 5°) **Monsieur Jean Pierre NICOLAS, Député de l'EURE**
 - 6°) **L'Association Famille de France**, association agréée de consommateur, domiciliée 23 rue Saint Pierre – 27000 EVREUX, représentée par son Président
 - 7°) **L'Association « DEMAIN VIVRE NOS VILLES ET NOS VILLAGES »**, Association loi de 1901, domiciliée 299 rue René Panthard - 27000 EVREUX Cedex II, représentée par son Président.
- Représentées par Maître Frédéric DOUEB, Avocat au Barreau de PARIS, domicilié à (75017) PARIS, 90 avenue Niel - Tél. : 01.56.21.13.13. - Fax. : 01.56.21.13.14. - Vestiaire : C. 1272

Objet :

Recours en annulation et en réformation de l'autorisation commerciale accordée le 21 juin 2011 par la Commission Départementale d'Aménagement Commercial de l'EURE à la Société SNC MGE NORMANDIE pour la création d'un centre de marques à l'enseigne "MAC ARHUR GLEN" d'une surface de 19.000 m² sur la Commune de DOUAINS (PIECE N° 1)

PLAISE A LA COMMISSION

Les Communes de D'EVREUX, LOUVIERS, la Communauté d'agglomération Seine-Eure, le Grand EVREUX Agglomération, Monsieur Jean-Pierre NICOLAS, l'Association agréée de consommateur « Famille de France » et l'Association « DEMAIN VIVRE NOS VILLES ET NOS VILLAGES » demandent à la Commission Nationale d'Aménagement Commercial d'annuler et de réformer l'autorisation d'urbanisme commerciale accordée le 21 juin 2011 par la Commission Départementale d'Aménagement Commercial de l'EURE à la Société SNC MGE NORMANDIE pour la création d'un centre de marques à l enseigne "MAC ARHUR GLEN" d'une surface de 19.000 m² sur la Commune de DOUAINS.

I]- FAITS ET PROCEDURE

1.1. Le 12 mai 2011, la Société SNC MGE NORMANDIE a présenté aux services de la Préfecture de l'EURE une demande d'autorisation commerciale pour la création d'un centre de marques à l'enseigne MAC ATHUR GLEN d'une surface de vente de 19.000 m² sur la Commune rurale de DOUAINS.

1.2. Conformément aux dispositions du Code du Commerce, les services de la Préfecture de l'Eure ont, suivant arrêté du 21 juin 2011, nommé les 20 membres composant la Commission Départementale d'Aménagement Commercial en prenant en considération la zone de chalandise du projet estimée à un temps trajet voiture de 1 heure 30.

1.3. Préalablement à la réunion de la Commission Départementale d'Aménagement Commercial (CDAC), de nombreux opposants à ce projet ont demandé à être entendus par la Commission.

1.4. Le 21 juin 2011, trois membres de la Commission n'ont pas pu siéger et les 17 autres membres de la Commission ont de manière pour le moins étrange décidé de n'entendre personne.

A ce titre, la Commission ne manquera pas de constater que :

- Avaient demandé à être auditionnées des personnes morales de droit public (Communes), des commerçants (Associations et personnes physiques) et le Collectif National de Contrôle des Centres de Marques qui pouvaient chacun apporter à la CDAC des informations nécessaires à sa prise de décision.
- L'annonce de ce projet a créé dans la région un vif émoi ainsi qu'en atteste la copie des pétitions signées par 5.000 commerçants et des habitants de la zone de chalandise exprimant leur opposition à ce projet. **(PIECE N° 2)**

1.5. Le 21 juin 2011 l'autorisation a été accordée à une courte majorité, 10 voix pour et 7 contre.

Cette autorisation a été motivée de la manière suivante :

« Considérant que le Schéma Départemental Commercial de l'Eure a déterminé deux pôles commerciaux majeurs sur le territoire de la Communauté d'Agglomération des Portes de l'Eure (CAPE) : VERNON et PACY SUR EURE, que selon l'analyse de ce schéma, "l'attraction du pôle est plutôt faible et non-alimentaire" (...) Ces deux pôles souffrent de la proximité de pôle majeur situé hors du Département. Concernant le pôle PACY SUR EURE, l'attraction de MANTES LA JOLIE est très forte et ne permet pas à ce pôle de développer une offre non-alimentaire qui limiterait l'évasion (l'évasion vers les Yvelines représente 46 % du phénomène d'évasion hors zone d'enquête générée par les ménages de la zone de chalandise de PACY SUR EURE)",

Considérant entre autres objectifs définis par le Schéma Départemental Commercial de l'Eure, qu'il a été retenu de "renforcer l'attractivité de ces pôles".

Considérant en conséquence qu'au regard du Schéma, la création du village de marque "MC Arthur Glen Designer Outlet Vernon" dans la ZAC "le Normandie Parc" apporte

une réponse au déficit de l'offrant produit et non-alimentaire sur les deux pôles commerciaux VERNON/SAINT MARCEL et PACY SUR EURE et permettrait de limiter les évasions commerciales, recentrant les capacités d'achat sur le territoire de la CAPE et sur le territoire du Département de l'Eure,

Considérant que le projet de village des marques "MC Arthur Glen Designer Outlet Vernon" se développant dans la ZAC "Le Normandie Parc" est située sur l'axe routier RD 181 qui joue pleinement un rôle de lien entre les deux pôles VERNON/SAINT MARCEL et PACY SUR EURE, peut être compris comme s'intégrant dans un ensemble commercial compact géographiquement,

Considérant que le Document d'Orientation Générales (DOG) du projet de SCOT élaboré par la CAPE, prescrit, qu'il faut "renforcer l'activité commerciale sur les principaux axes que sont l'autoroute A 13 et la RN 13" et que le village des marques sera implanté le long de l'autoroute A 13,

Considérant que le projet de village des marques "MC Arthur Glen Designer Outlet Vernon" s'inscrit à la fois dans les objectifs du Projet d'Aménagement et de Développement Durable (PADD) du PLU de la Commune de DOUAINS et dans ceux du règlement de ce même PLU,

Considérant que le projet présenté par la Société en Nom Collectif MGE Normandie pour la création d'un village des marques "MC Arthur Glen Designer Outlet Vernon" est donc cohérent avec les orientations d'aménagement du territoire tant pour le Département de l'Eure, pour le territoire de la CAPE que pour la Commune de DOUAINS,

Considérant que le projet de village des marques "MC Arthur Glen Designer Outlet Vernon" est à haute qualité environnementale,

Considérant qu'une étude produite par le pétitionnaire indique, que le réseau routier est suffisamment dimensionné pour absorber le trafic supplémentaire généré par le projet à l'horizon 2015,

Considérant que le projet prévoit différents aménagements favorisant les déplacements plus bénéfiques à l'environnement, par la réalisation d'abris à vélos et sécurisés proches de l'entrée de l'ensemble des boutiques, l'installation de bornes de recharge au niveau des emplacements réservés aux véhicules électriques et d'un arrêt de bus à l'entrée du fauve commercial, la mise en service de navette entre les communes avoisinantes et le pôle commercial lors d'événements culturels ou touristiques, l'aménagement des places de stationnement dédié au co-voiturage.

Considérant la volonté du pétitionnaire de réaliser, en entrée du territoire Normand, un projet particulièrement soigné dans le respect de l'architecture traditionnelle normande,

Considérant ce qui concerne le traitement des eaux pluviales, que l'eau de pluie des toitures sera récupérée pour alimenter les toilettes, les blocs sanitaires publics, les engins de nettoyage et pour l'arrosage des espaces verts,

Considérant que la valorisation des déchets de chantier se fera par un tri sélectif pour retraitement en filière, qu'un compacteur sera utilisé pour réduire le volume des déchets cartons et que le cahier des charges sera fourni au preneur pour le tri sélectif,

Considérant que le projet utilisera différentes formes d'énergies renouvelables, comme l'utilisation de chaudière à bois pour le chauffage du circuit d'eau collective, avec une

installation individualisée de pompes à chaleur ; des panneaux solaires produiront l'eau chaude sanitaire des restaurants ; la ventilation sera assurée par une ventilation double flux avec récupération de chaleur sur échanges rotatifs d'efficacité supérieure à 90 % ; un système intégré détectant les dérives de consommation, l'encrassement des filtres des centrales de traitement d'air, des fuites pour les systèmes de gestion de l'eau sera mis en place, pour maîtriser la consommation d'énergie,

Différents niveaux de la protection de l'environnement, que les éclairages extérieurs seront contrôlés par un système d'horloge ou de détecteurs crépusculaires, qu'un couvre-feu (hors éclairage de sécurité) sera imposé au minimum entre 23 h et 6 h du matin dans le cahier des charges des preneur et que les emplacements de stationnement des voitures seront engazonnés. » (PIECE N° 1)

C'est cette décision qui est contestée car elle ne respecte pas les 3 critères édictés par l'article L. 752-6 du Code de Commerce, à savoir :

- L'aménagement du territoire **(II)**
- Le développement durable **(III)**
- Et la protection du Consommateur. **(IV)**

En outre, cette décision est contraire à l'arrêt rendu le 16 février 2011 par le Conseil d'Etat dans une affaire en tout point similaire. **(V)**

II]- Sur l'absence d'insertion du projet en termes d'aménagement du territoire

L'article L. 752-6 du Code de Commerce impose d'examiner l'effet du projet sur l'animation de la vie urbaine et sur les flux de transport.

La Commission constatera que la CDAC de l'EURE a commis une erreur manifeste d'appréciation, car ce projet aura un effet excessivement négatif sur l'animation urbaine. **(2.1.1)**

En outre, pour apprécier les effets du projet sur les accès routiers, la CDAC s'est contentée de se référer à l'étude produite par le pétitionnaire qui était manifestement insuffisante. **(2.1.2)**

2.1. Sur l'effet négatif du projet sur l'animation de la vie urbaine

2.1.1. A titre liminaire

La Commission de céans ne manquera pas de relever que la décision querellée n'évalue pas l'impact du projet sur l'animation de la vie urbaine sur l'ensemble des Communes de la zone de chalandise. **(2.1.1.1)**

Elle se contente de prétendre qu'elle serait conforme au Schéma Départemental de Développement Commercial du Département de l'Eure (SDC) et au projet de SCOT.

Or, ces documents n'ont aucun effet normatif **(2.1.1.2)** et n'ont pas le sens que prétend lui conférer la CDAC. **(2.1.1.3)**

2.1.1.1. Sur l'absence de prise en compte de l'impact du projet sur l'ensemble de la zone de chalandise

Il est rappelé que la zone de chalandise a été estimée à un temps trajet de 1 h 30 alors que **la décision n'apprécie son impact que sur la zone VERNON/PACY SUR EURE.**

Manifestement la décision querellée n'a pas pris en compte la question de l'implantation du projet au regard des autres pôles commerciaux comme ceux de TOURVILLE-LA-RIVIERE, LOUVIERS et d'EVREUX et plus généralement, sur l'ensemble des commerces Communes situés dans la zone de chalandise.

Elle n'a, donc pas apprécié l'impact réel du projet autorisé sur l'animation de la vie urbaine de l'ensemble des Communes de la zone de chalandise.

L'absence de prise en compte de l'impact du projet en termes d'aménagement du territoire sur l'ensemble de la zone de chalandise entache de nullité la décision querellée.

2.1.1.2. Sur l'absence d'effet normatif du SDC et du projet de SCOT

2.1.1.1.1. Tout d'abord un Schéma Départemental de Développement Commercial n'a aucune valeur normative.

Ainsi, l'article 1^{er} du décret du 20 novembre 2002 précise que c'est :

*« Un document qui rassemble les informations disponibles sur l'activité commerciale et l'environnement économique du département. Il comporte une analyse prospective qui **indique les orientations** en matière de développement commercial et les secteurs d'activité à privilégier ».*

2.1.1.1.2. En outre, s'agissant plus particulièrement du Schéma Départemental de Développement Commercial du Département de l'Eure, la Commission de céans ne manquera pas de relever qu'il s'agit d'un document périmé.

En effet, ce document a été approuvé en 2004 et aux termes de sa page 5 il est précisé qu'il a été :

« Établi pour une durée de six ans, à compter de la publication de la décision d'approbation de l'ODEC au recueil des actes administratifs de l'État ». **(PIECE N° 3)**

Dès lors, ce document était caduc au plus tard le 31 décembre 2010, alors que la décision contestée a été édictée 6 mois plus tard, soit le 21 juin 2011.

La Commission de céans appréciera à sa juste valeur la décision querellée qui se fonde sur un document non normatif et caduc.

2.1.1.1.3. Ensuite, concernant le projet de SCOT, il s'agit d'un document en cour d'élaboration qui n'a pas été approuvé, c'est-à-dire d'un document préparatoire qui n'a aucun effet juridique.

2.1.1.3. Sur la contradiction entre le projet de centre commercial avec les documents d'urbanisme

La décision contestée prétend que le projet serait compatible le SDC et le projet de SCOT, la Commission de céans constatera qu'une lecture attentive et globale de ces deux documents attestent de leur incompatibilité avec ce projet.

Les membres de la Commission Départementale d'Aménagement Commercial ont procédé à une lecture sélective de ces documents en ne considérant que la zone directement concernée par le projet contesté.

Ils n'ont examiné si ce projet était en contradiction avec les objectifs et préconisations fixées par ces deux documents à propos des autres pôles commerciaux situés à proximité.

2.1.1.2.1. S'agissant du Schéma Départemental de Développement Commercial du Département de l'Eure il prévoit :

« 1°) *Optimiser le maillage commercial du département éveillé d'une part à la bonne répartition de l'offre et d'autre part à l'équilibre entre les différentes formes de distribution*

2°) *Coordonner le développement commercial des pays et agglomérations avec ceux des territoires limitrophes (en termes de développement des pôles commerciaux et au regard du maintien des commerces de proximité).*

(...)

4°) *Veiller à une implantation équilibrée et maîtriser des grandes surfaces en zone périurbaine*

5°) *Assurer et renforcer une armature de proximité commerciale et de services dans les centres bourgs, les villages, les quartiers (éviter la désertification commerciale).*

6°) *Faire face à la paupérisation de l'offre et à la baisse de l'attractivité commerciale des centres-villes. » (PIECE N° 4)*

Ainsi, à titre d'exemple concernant :

- La zone d'Évreux il est préconisé de : « *favoriser la venue de nouvelles enseignes attractives dans les secteurs de l'alimentaire (moyennes surfaces), équipement de la personne équipement du foyer* » **(PIECE N° 5)**
- Les principaux bourgs-centre du sud de l'Eure : « *Commerces traditionnels : diversifier l'offre (choix)* » **(PIECE N° 6)**
- Et la zone de Vernon/Pacy sur Eure : « *Renforcer l'attractivité du site "Vernon Centre Ville" : densification et diversification de l'offre (équipement de la personne, culture_loisirs, services, ...)* » **(PIECE N° 7)**

Manifestement, l'implantation d'un projet de centre de marques d'une surface de vente de 19.000 m² est en contradiction avec les objectifs fixés par le du Schéma Départemental de Développement Commercial du Département de l'Eure préconisant le renforcement de l'armature du commerce de proximité.

2.1.1.2.2. De même, s'agissant du projet de SCOT, la Commission ne pourra que constater que ce projet est en contradiction avec ses orientations générales en matière de commerce qui prévoit de :

« * *Conforter le commerce de centre-ville*

(...)

* *Conforter développer des commerces et services de proximité*

En dehors des deux pôles commerciaux de Vernon/Saint-Marcel/Saint-Just et Pacy/Saint Aquilin, les moyennes surfaces commerciales et les petits commerces de proximité, principalement dans les villages et centres bourgs ruraux, devront être maintenu et conforter afin de permettre aux habitants de disposer, à proximité de leur domicile, de produits de première nécessité. L'enjeu est également de maintenir une certaine activité et une animation dans les bourgs ruraux ». (PIÈCE N° 8)

Force est de constater que ce projet est contraire aux prescriptions du SCOT en cours d'élaboration.

EN RESUME, de part ses caractéristiques et sa taille, ce projet est en totale contradiction avec l'ensemble des documents d'urbanisme qui recommandent de renforcer les commerces de proximité.

A toute fin, il est précisé que ce projet est également en contradiction avec la proposition de loi relative à l'urbanisme commercial du 1^{er} avril 2011. Ce n'est pas certes pas le texte définitif, mais il exprime une tendance irréversible, celle de mieux prendre en compte les besoins du territoire, vers laquelle devront tendre les projets à venir :

« Aux exigences d'aménagement du territoire en matière de revitalisation des centres-villes, de diversité commerciale, de maintien du commerce de proximité, de cohérence entre la localisation des équipements commerciaux, la desserte en transports, notamment collectifs, et la maîtrise des flux de personnes et de marchandises, de consommation économe de l'espace et de protection de l'environnement, des paysages et de l'architecture. » (Art. 1^{er})

2.1.2. Sur l'effet négatif du projet sur l'animation de la vie urbaine

Les centres-villes sont composés à 50 % d'établissements distribuant des articles d'équipement de la personne. S'ils disparaissent, c'est l'attraction des centres-villes qui est en péril.

Dès lors, afin d'apprécier le critère de l'animation urbaine, il faut déterminer l'impact des centres de marques sur les commerces de proximité et de centre-ville.

2.1.2.1. Sur la Concurrence directe du projet avec les commerces de proximité existants

La décision contestée se fondant sur les affirmations erronées du pétitionnaire a totalement ignoré la concurrence qu'exercera le projet sur les commerces de proximité. Et, par voie de conséquence a totalement ignoré les conséquences du projet sur l'animation de la vie urbaine des Communes de la zone de chalandise.

La Commission de céans constatera que contrairement à ce qu'a prétendu le pétitionnaire son projet n'a pas pour objet la création d'un magasin d'usine, **(2.1.2.1.1)** et que les commerces qui y seront implantés commercialiseront principalement des articles moyen haut de gamme et non du haut de gamme. **(2.1.2.1.2)**

Enfin, le projet contesté ne constituera pas une destination touristique spécifique générant un nouvel afflux de clients autonomes. **(2.1.2.1.3)**

2.1.2.1.1. Le projet autorisé ne sera pas un magasin d'usine

Dans sa demande d'autorisation (p. 21), le pétitionnaire prétend que son projet sera un magasin d'usine.

Or, cette affirmation est erronée.

En effet, aux termes de l'article L.310-4 du Code de Commerce :

« La dénomination de magasin ou de dépôt d'usine ne peut être utilisée que par les producteurs vendant directement au public la partie de leur production non écoulée dans le circuit de distribution ou faisant l'objet de retours. Les ventes directes concernent exclusivement des productions de la saison antérieure de commercialisation, justifiant ainsi une vente à prix minoré. »

Le projet contesté ne vise pas à la création d'un centre de magasins d'usine mais à un centre commercial soumis au droit commun.

En effet, le pétitionnaire louera ses cellules à des commerçants indépendants - et non à des producteurs.

En outre, les locataires-commerçants proposeront à la vente des articles de la **collection précédente**, c'est-à-dire de la **saison en cours**, étant précisé que chacune des deux saisons (printemps/été et autonome/hiver) comprend, en moyenne, quatre à six collections.

Ce projet est, donc, soumis aux règles de droit commun relatif aux centres commerciaux classiques. Ils doivent, notamment, respecter les règles édictées par l'arrêté du 31 décembre 2008 relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur. **(PIÈCE N° 9)**

Commercialisant des articles de la même saison, ils concurrenceront, donc, nécessairement, les commerçants traditionnels, déjà existants.

Toutefois, à la différence de ces derniers, ils annonceront une diminution permanente de prix comprise entre 30 et 70 % pour les mêmes produits... et bénéficieront ainsi de la préférence des consommateurs, **(Sur les risques de tromperie des consommateurs, cf. : § IV)**, ce qui explique l'impact négatif sur les commerces de proximité et de centre-ville. **(cf. : § 2.1.2.2)**

EN CONSEQUENCE, le projet autorisé ne sera pas un magasin d'usine distribuant avec un décalage saisonnier des articles d'équipement de la personne. Il commercialisera des articles de la saison en cour et concurrencera, donc, directement les commerces de proximité de la zone de chalandise.

2.1.2.1.2. Sur le positionnement moyen-haut de gamme des articles commercialisés

Dans sa demande d'autorisation (p. 22), le pétitionnaire prétend que son projet n'exercera pas de concurrence sur les commerces de proximité au motif qu'il distribuera des articles hauts de gamme et qu'en conséquence, il sera complémentaire aux commerces existants.

Outre la circonstance que cette allégation est erronée car de nombreux magasins de la zone de chalandise commercialisent des articles hauts de gamme, la Commission de céans constatera que dans les centres de marques proposent à la vente principalement des articles haut de gamme.

L'ensemble des Centres Marques prétendent lorsqu'ils déposent une demande d'autorisation commerciale qu'ils distribueront des marques haut de gamme afin de limiter leur impact sur les commerces de centre-ville et de proximité. **(PIECE N° 10)**

Or, la réalité est toute autre.

Il suffit de consulter les sites Internet de Centre de Marque français pour constater qu'ils distribuent, principalement, des articles moyen haut de gamme.

Plus précisément concernant les deux Centres de Marques à l'enseigne MARC ARTHUR GLEN implantés en France à TROYES et à ROUBAIX, la Commission constatera qu'ils sont positionnés sur le segment moyen haut de gamme. **(PIECE N° 11)**

La raison en est simple : le déstockage est aux antipodes de la politique commerciale des grandes **marques, dites haut de gamme**. Elles entendent vendre des **produits qui sont marqués par le sceau de l'excellence et qui, par conséquent, ne sont pas à "brader"**.

Ces marques haut de gamme préfèrent écouler leurs invendus au moyen de ventes privées pour leurs clients privilégiés.

Par exemple, les marques DIOR, CHANEL, LOUIS VUITTON, HERMES, YVES SAINT-LAURENT n'écoulent pas leurs surstocks dans les Centres de Marques, cela ruinerait leur image de marque.

De plus, il n'existe qu'un nombre très limité de marques que l'on peut qualifier de haut de gamme, (luxe), alors qu'il est annoncé la création dans un premier temps de 125 magasins et dans un second temps de 200.

Comment concevoir que la quasi-totalité de ces boutiques distribueront des articles haut de gamme, alors qu'il n'existe qu'un nombre limité de marques haut de gamme ?

La Commission constatera que **le pétitionnaire ne fournit aucune garantie sur le fait que ces locataires distribueront à la vente que des marques haut de gamme.**

La Commission appréciera à sa juste valeur le silence du pétitionnaire !

À toutes fins, il est précisé que le dernier centre de marques créé par MARC ARTHUR GLEN à MESSANCY:

- Ne propose à la vente qu'une minorité de marque "haut de gamme"
- Connaît des difficultés de commercialisation, car seulement 60 % de son centre commercial d'une surface totale de vente de 16.500 mètres carrés ont été commercialisés... **(PIECE N° 12)**

EN CONSEQUENCE, il faut considérer que contrairement à ce qu'affirme le pétitionnaire, le positionnement des produits distribués dans son projet de centre de marque sera du moyen haut de gamme et non du haut de gamme.

Le Centre de Marques concurrencera, donc, de très nombreux commerces de centre-ville et de proximité exploitants leurs fonds dans la zone de chalandise qui sont spécialisés dans la vente d'articles d'équipement de la personne moyen haut de gamme.

2.1.2.1.3. Sur le détournement de la clientèle touristique par le projet

Si le pétitionnaire a décidé d'implanter son projet dans cette région, c'est pour profiter de l'important flux touristique généré par cette région.

En effet, de part son objet - ce n'est pas un parc de loisirs à thème - et sa surface de vente, ce projet est dans l'incapacité de générer un apport autonome de touristes permettant de réaliser une part importante de son chiffre d'affaires.

Ce n'est pas une destination touristique autonome, comme les jardins de GIVERNY.

Au contraire, ce centre de marque va profiter du flux touristique existant, attiré par les destinations touristiques attrayantes de la région.

EN CONSEQUENCE, il y aura captation de la clientèle touristique qui se fera nécessairement au détriment des commerces de proximité qui vendent leurs marchandises aux touristes et aux habitants de la zone de chalandise.

EN RESUME, contrairement à ce que prétend le pétitionnaire son projet ne proposera pas une offre « *complémentaire, différentiante* » des commerces de proximité implantés dans la zone de chalandise. Il entrera en concurrence directe avec ces derniers.

Il distribuera les mêmes articles que les commerces de proximité et en raison de la promesse faite aux consommateurs d'être 30 à 50 % moins cher qu'eux, il captera leur clientèle, ce qui, à terme les entraînera la disparition des commerces de proximité et aura un impact hautement négatif pour l'animation urbaine des Communes de la zone de chalandise.

2.1.2.2. Sur l'impact négatif du projet sur l'animation de la vie urbaine

2.1.2.2.1. En premier lieu, la création de Centres de Marques a, sur les commerces indépendants de l'équipement de la personne et des arts de la table, un effet désastreux.

Ainsi, en 1993, **le Département de l'AUBE comptait 395 commerces de prêt-à-porter, textile et en 1996, après l'installation d'un centre de marques à TROYES d'une surface comparable à celui du projet, il n'en restait plus que 224, c'est-à-dire qu'en trois années, il y a eu 171 fermetures de magasins d'équipement de la personne dans le seul Département de l'Aube. (PIÈCE N° 13)**

Soit une **disparition de plus de 43 % de l'ensemble des magasins d'équipement de la personne de ce Département en seulement trois ans...**

2.1.2.2.2. En second lieu, les études de la C.C.I. de TROYES ont démontré que la disparition des commerces indépendants dans les domaines de l'équipement de la personne et des arts de la table a des répercussions importantes sur l'ensemble des commerces de centre-ville.

Ainsi, l'Observatoire National du Commerce a, dans son Rapport 2000-2001, constaté qu'à TROYES, « Entre 1993 et 1998, le nombre de commerces d'habillement a ainsi chuté de 40 % dans cette ville » (PIECE N° 14)

De même, en « 1998, l'Observatoire de la C.C.I. de TROYES a signalé un déficit structurel de 30 % des boutiques (tout type de commerce) en centre-ville par rapport à des villes comparables » (PIECE N° 15).

Ces fermetures affaiblissent l'ensemble des activités économiques liées au commerce et à l'artisanat.

L'activité des autres commerces des artisans et du secteur tertiaire des villes impactées (coiffeurs, restaurateurs, bouchers, traiteur, boulangers, pâtisseries, cordonniers, blanchisseurs, banques, comptables et autres services...) est tributaire de l'attractivité générale du centre-ville.

Ils subiront, donc, eux aussi, une perte de chiffre d'affaires les amenant à licencier leurs employés, puis à cesser leur activité.

2.1.2.2.3. En troisième lieu, le segment de marché sur lequel interviendra le Centre de Marques est en décroissance. Ainsi, selon l'INSEE, la vente de vêtements en valeur, a baissé de 2,6 % sur l'année 2009.

2.1.2.2.4. En quatrième lieu, l'accroissement de la population du Département de l'Eure (Département ou l'effet sur les commerces de centre-ville et de proximité sera le plus important) est faible. Ainsi, selon les chiffres de l'INSSE, entre 1999 et 2006, la population ne s'est accrue que de 3,26 %.

Manifestement l'accroissement de la population ne permettra pas d'absorber le centre de marques sans causer la faillite de commerces de proximité.

2.1.2.2.5. En cinquième lieu, le tissu commercial des commerces d'équipement de la personne dans la zone de chalandise n'est pas très dense.

Ainsi, à titre d'exemple, le nombre de commerce spécialisé dans le domaine de l'équipement de la personne de la Ville de :

- Gaillon est de 5
- Les Andelys est de 7
- Saint André de L'Eure est de 6
- Le Vaudreuil est de 3
- Val de Reuil est de 3
- Pont de l'Arche est de 4
- Pont St Pierre est de 3
- Fleury Sur Andelle est de 3

- Gasny est de 3
- Conches en Ouche est de 5
- Breteuil sur Iton est de 4
- Bonnière sur seine est de 7
- Ezy Sur Eure est de 2
- Houdan est de 4

Les magasins de ces Communes ne sont pas armés pour résister à l'implantation d'un centre commercial d'une surface de vente de 19.000 m².

De très nombreux centres-villes situés dans la zone de chalandise ne disposant que d'un nombre très limité de commerce d'équipement de la personne ne résisteront pas à l'attractivité de ce projet de centre de marque regroupant 125 commerces et proposant à la vente des centaines de marques. Et ce, avec une promesse de réduction de prix de 30 à 70 %. **(Cf. : § IV)**

2.1.2.2.6. En sixième lieu, le projet s'insère dans un contexte très défavorable aux commerces d'équipement de la personne dans la région.

En effet, ce Centre de Marques s'intercale entre :

- Le pôle de la région Île-de-France de Centres de marques, représentant à lui seul une surface de vente totale de 96.000 m², auxquels, il convient d'ajouter une surface de 18.000 m² autorisée à CLAYES-SOUS-BOIS, ainsi que les projets à l'étude à PLAISIR et à POISSY.
- Et le pôle de la côte Normande où il a été autorisée l'ouverture de 41.215 m² (HAVRE : 13.000 m², HONFLEUR : 15.215 m², BOULLEVILLE : 13.000 m²) ; étant précisé que le centre de marques de BOULLEVILLE est déjà en construction... **(PIÈCES N° 16 & 17)**

Les commerces de proximité spécialisés dans la vente d'équipement de la personne et de la maison sont et seront très fragilisés par l'existence de ces deux pôles commerciaux de centre de marques.

L'implantation d'un nouveau centre de marques aura pour effet la fermeture de très nombreux commerces de proximité anéantissant ainsi la vie urbaine de très nombreuses Communes.

2.1.2.2.8. En septième lieu, la Commission de céans constatera que **le tissu commercial de la région était déjà très fragile et que la création de ce projet aboutira à un gaspillage de l'argent public.**

En effet, dès 2009 la Communauté d'Agglomération Seine Eure, consciente de la vulnérabilité de ses commerces de proximité, avait initié une demande de subvention FISAC pour une étude préalable à une opération collective de modernisation en milieu rural.

Cette subvention d'un montant de **12.750 Euros** a été attribuée par le ministre du Commerce suivant décision du 8 décembre 2009. **(PIÈCE N° 18)**

Après la réalisation de cette étude, la Communauté d'Agglomération Seine Eure a, suivant de délibération du 16 décembre 2010 procédé à la mise en place du Dispositif Opération Collective de Modernisation :

- Sur 27 Communes du territoire (hors LOUVIERS et VAL-DE-REUIL) pour un montant de **1.210.020 Euros HT. (PIÈCE N° 19)**
- Sur LOUVIERS et VAL-DE-REUIL pour un montant de **1.295.450 Euros HT (PIÈCE N° 20)**

Ces deux opérations possèdent un volet stratégique avec des actions collectives pour la mise en place d'un réseau « *commerce de proximité* » et des actions individuelles d'aides directes aux entreprises pour la « *modernisation des points devant des commerces de produits anormaux (équipement de la personne et de la maison)* ».

L'implantation du projet de centre de marque aura pour effet d'anéantir ces deux opérations "FISAC" car elle détruira de très nombreux commerces de proximité et aura, par voie de conséquence un impact négatif sur l'animation urbaine de très nombreuse commune de la zone de chalandise.

Ce projet, s'il venait à être réalisé se traduirait par un gaspillage de **2.518.220 Euros HT** d'argent public dépensé pour redynamiser le commerce de proximité et l'animation urbaine des Communes de la zone de chalandise...

Manifestement ce projet est en totale contradiction avec les décisions prises par les pouvoirs publics de la région en matière d'aménagement du territoire, car il détruira les commerces qu'ils avaient décidé de préserver.

2.1.2.2.7. En septième lieu, le nombre de magasins détruits a manifestement été sous-estimé.

En effet, il a été annoncé que le nombre de magasins détruits serait compris entre 25 à 40 magasins.

Afin d'obtenir ce chiffre, le Pétitionnaire a estimé que le montant du chiffre d'affaires prélevé sur les commerces de proximité serait de 5.900.000 Euros (chiffre qui a été nettement sous-estimé en raison de la surestimation du chiffre d'affaires généré par un prétendu flux autonome de touristes cf. § 2.1.2.13), puis il a divisé ce montant par le chiffre d'affaires moyen des commerces d'équipement de la personne du Département de l'Eure, soit 210.000 Euros.

Or, ce raisonnement est totalement déconnecté des réalités économiques, car un magasin est en situation de faillite, dès lors qu'il ne dégage plus de marge.

En effet, ce n'est pas lorsqu'un magasin ne réalise plus de chiffre d'affaires qu'il disparaît, mais dès qu'il devient déficitaire de manière chronique.

Selon l'INSEE, l'excédent brut d'exploitation des magasins exploitant leurs fonds de commerce dans le Département de l'Eure est en moyenne de 17 %.

En conséquence, **à partir de 33.000 Euros de baisse de chiffre d'affaires, un magasin est en danger, car il ne peut plus assumer ses engagements.**

Ce sont au minimum 179 commerces de proximité et de centre-ville qui seront fermés dans le seul Département de l'Eure (5.900.000 / 33.000), ce qui aura un impact hautement négatif sur l'animation urbaine des Communes de la zone de chalandise.

A ces 179 commerces de proximité perdus dans le seul Département de l'Eure, il faut ajouter ceux des départements voisins que l'on peut estimer à au moins 55 magasins...

Ces chiffres sont confirmés par le Procès-verbal de constat du 15 octobre 2007 dressé par la SCP CALLENS, DANDRE LISON Huissier de Justice à **ROUBAIX** qui a constaté que dans seulement **cinq rues du centre ville de ROUBAIX** (rue Viel Abreuvoir, rue du Curé, rue Grande Rue, rue du Maréchal Foch), **ce sont 63 locaux commerciaux qui sont fermés et inexploités (PIÈCE N° 21)**

2.1.2.2.9. Enfin en neuvième lieu, la Commission constatera qu'en raison des conséquences catastrophiques pour l'animation de la vie urbaine de la région, se sont prononcées contre ce projet :

- La Commune de NEUBOURG (**PIÈCE N° 22**)
- La Chambre de Commerce et d'Industrie de ROUEN (**PIÈCE N° 23**)
- La FDSEA (**PIÈCE N° 24**)
- La Chambre de Commerce et d'Industrie d'EURE-ET-LOIR (**PIÈCE N° 25**)

EN CONSEQUENCE, le projet aura des conséquences néfastes pour l'animation de la vie urbaine des Communes de la zone de chalandise du projet, car il entraînera la fermeture de très nombreux commerces de proximité exploitant leurs fonds dans la zone de chalandise.

L'autorisation querellée ayant commis une erreur d'appréciation sur les conséquences du projet sur l'animation urbaine sur des Communes de la zone de chalandise, ne pourra qu'être annulée.

2.2. Sur l'absence d'appréciation réaliste du projet sur les flux routier

2.2.1. La décision contestée se contente de se référer à l'étude produite par le pétitionnaire pour prétendre que les accès routiers du projet, à savoir l'autoroute A 13 et la D 181, seraient suffisamment dimensionnés.

Or, cette étude (Annexe 3 de la demande d'autorisation) sous-estime de manière flagrante le trafic sur ces deux axes de circulations.

Pour calculer l'incidence du projet sur les flux routiers la **société mandatée par le pétitionnaire** se fonde sur un **comptage de véhicules qu'elle a réalisé au mois de février 2010**, c'est-à-dire :

- Le mois le plus froid de l'année et pour lequel le trafic routier est le plus faible de l'année
- Et à moment où les jardins de Giverny sont fermés (**PIECE N° 26**), ce qui conduit à une sous-estimation manifeste du trafic routier de la route D 181 ; alors que selon le pétitionnaire, son projet captera une part significative des touristes visitant les jardins de Giverny.

Manifestement cette étude a, volontairement, sous-estimé le trafic routier existant et ne permet pas d'apprécier réellement l'impact du projet sur le trafic routier des axes le desservant.

2.2.1. En outre, il ne saurait échapper à la Commission de céans que l'étude produite par le pétitionnaire est insuffisante.

Elle n'étudie pas les pics de circulation pour déterminer si les axes routiers permettront d'absorber la circulation générée par le projet.

Il n'est notamment pas démontré que le vendredi en fin d'après-midi et le samedi matin (notamment au printemps, en été ou pendant les périodes de soldes) que les accès routiers menant à ce centre commercial ne seront pas saturés par l'affluence générée par le million de véhicules attendus.

A ce titre la Commission de céans constatera que les sorties de l'autoroute A13 pour aller au Centre Commercial TOURVILLE et pour aller à ELBEF qui présentent une configuration analogue à celle du projet sont régulièrement embouteillées les vendredis en fin d'après-midi et les samedis matin. (**PIECE N° 27**)

Enfin, la Commission de céans ne manquera pas de relever que **l'insuffisance des accès routiers a été souligné dans l'avis de la DDTM qui avait, notamment, constaté le risque de bouchon au niveau de la sortie de l'autoroute A 13 générant des remontées de file pouvant provoquer des accidents.**

La DDTM avait préconisée d'approfondir l'étude, notamment, sur les points suivants:

- *« Explication de l'hypothèse prise pour le trafic généré par le projet, par exemple en référence à des projets similaires et en tenant compte des pics d'influence ;*
- *appréciation de l'incident des trafics qui pourraient générer par les autres projets sur la ZAC*
- *appréciation des risques de ralentissement à l'intérieur même de la ZAC susceptibles ; d'interférer avec le fonctionnement du giratoire Nord ;*
- *analyse de la situation à plus long terme, par exemple à l'horizon 2025 ;*
- *si nécessaire à l'issue de ces analyses, aménagements complémentaires envisageables pour réduire les risques de remontée de file. »*

Elle précise en outre, que : « Cette (nouvelle) étude devrait soumis à l'examen des gestionnaires routiers concernés, la SAPN et le Conseil Général de l'Eure. »

2.2.2. En outre, il ne saurait échapper à la Commission de constatera que la route D 181 reliant DOUAINS à GIVERNY est en sens unique et qu'elle comporte un pont.

Manifestement, cette route qui ne sera que difficilement doublée du fait de la présence de ce pont, sera engorgée par le flux de voitures et d'autocars qui l'emprunteront pour se rendre au projet contesté.

La Commission appréciera à sa juste valeur le silence du pétitionnaire sur les difficultés de circulation générées par ce pont.

EN RESUME, l'autorisation querellée s'est fondée sur une étude de trafic sous-estimant manifestement l'impact du projet sur les axes routier le desservant, ce qui l'entache de nullité.

III]- Sur les effets négatifs du projet en matière de développement durable

Ainsi que le souligne la décision querellée, le projet présente certaines spécificités positives en matière de développement durable qui tiennent essentiellement aux caractéristiques internes des bâtiments à construire. Mais il s'agit là d'une appréciation partielle des conséquences environnementales du projet.

En effet, outre la circonstance que les équipements listés dans la décision querellée permettront d'abaisser les charges de l'exploitant et des commerçants (utilisation d'énergies renouvelables, d'une chaudière à bois, limitation de la durée des éclairages extérieurs...), ils ne pourront compenser les conséquences désastreuses du projet en termes de polluants atmosphériques, car ce centre commercial sera déconnecté des réseaux de transport collectif **(3.1)** et ne sera accessible qu'en voiture ou en autocar. **(3.2.)**

3.1. L'absence d'insertion du projet dans les réseaux de transports collectifs

La Commune de DOUAINS n'est pas desservie par le réseau ferré.

Certes la décision querellée prévoit la construction d'un abri de bus mais il n'est ni précisé quel sera son itinéraire ni ses fréquences et, en tout état de cause, il ne pourra que transporter un nombre restreint de clients.

De même, s'agissant des accès prévus par voie piétonne et cyclable, ils ne peuvent générer qu'une fréquentation insignifiante au regard des 3 millions de client attendus. En effet, ce projet est implanté sur une Commune de moins de 500 habitants...

Dès lors, il faut considérer que plus 99 % des clients et employés de ce centre commercial devront emprunter leur voiture pour s'y rendre.

Dès lors, le bilan carbone de centre commercial sera désastreux.

En effet, accessible uniquement en voiture, ce centre commercial sera la cause de longs trajets et congestionnera la circulation.

En moyenne, le bilan carbone d'un centre de marques est de 17.200 tonnes de CO²/an, soit l'équivalent de 900 grand prix de *Formule 1* tenus sur la commune de DOUAINS ! (source, Etude d'incidence sur les travaux de rénovation du circuit de Spa, Belgique).

EN RESUME, l'absence de desserte par des équipements de transports collectifs peu polluants de ce centre commercial est en totale contradiction avec le critère de développement durable prescrit par l'article L. 752-6 du Code de Commerce.

3.2. Un projet excessivement polluant

3.2.1. A Titre liminaire, sur la violation de l'article R. 752-7 du Code du Commerce

3.2.1.1. Aux termes de l'article L. 752-7 -II du Code du Commerce :

« II.-La demande est également accompagnée d'une étude destinée à permettre à la commission d'apprécier les effets prévisibles du projet au regard des critères prévus par l'article L. 752-6. Celle-ci comporte les éléments permettant d'apprécier les effets du projet sur :

1° L'accessibilité de l'offre commerciale ;

2° Les flux de voitures particulières et de véhicules de livraison ainsi que sur les accès sécurisés à la voie publique ;

3° La gestion de l'espace ;

4° Les consommations énergétiques et la pollution ;

5° Les paysages et les écosystèmes. »

Le Conseil d'Etat a récemment annulé une décision d'une CNAC au motif que les informations fournies relatives aux consommations d'énergie, à la pollution et l'impact sur les paysages et les écosystèmes visées par les articles 4 et 5 de l'article R. 752-7 du code de commerce n'étaient pas suffisantes pour apprécier l'impact prévisible du projet (CE 26 mai 2010 n°325576 Société Montludis) :

*« Considérant qu'il résulte des pièces du dossier que la société Carrefour Property a soumis, à l'appui de son recours devant la Commission Nationale, un dossier de demande d'autorisation identique à celui qu'elle avait précédemment présenté à la Commission Départementale ; qu'en réponse à une sollicitation des services de la commission, elle a produit, le 24 novembre 2008, une fiche technique récapitulant sommairement, sous forme d'un tableau, les données correspondant à des questions liées aux critères posés par la loi de modernisation de l'économie et par les dispositions du nouveau décret ; que **les informations ainsi fournies étaient, dans leur majorité, imprécises et insuffisantes, en particulier en ce qui concerne les consommations d'énergie, la pollution et l'impact sur les paysages et les écosystèmes visés par les 4° et 5° précités du I de l'article R. 752-7 ; qu'en accordant l'autorisation litigieuse sans disposer d'éléments suffisants lui permettant d'apprécier l'impact prévisible du projet au regard de ces critères, la commission a entaché sa décision d'illégalité ; que, par suite, la SOCIETE MONTLUDIS est fondée à demander l'annulation de la décision du 9 décembre 2008 » (PIECE N° 28)***

Cet arrêt reflète l'importance majeure que le Juge administratif réserve à ce critère et au contrôle qu'elle opère à ce titre sur les décisions de la CNAC.

3.2.1.1. En l'espèce, la simple lecture des paragraphes de la demande d'autorisation d'urbanisme commercial relatifs à la consommation énergétique et à la pollution atteste que les consommations énergétiques n'ont pas estimées – aucun chiffre n'est avancé - et que la pollution atmosphérique générée par les véhicules se rendant au centre de marques (employés, livraisons, clients) n'est même pas abordée.

EN CONSEQUENCE, au regard de la jurisprudence du Conseil d'Etat précitée, ces imprécisions et absence d'évaluation entachent la décision contestée d'illégalité.

3.2.2. Un projet engendrant un accroissement significatif de la pollution atmosphérique

La Commission de céans constatera que :

- La décision querellée ne prend pas en considération la pollution atmosphérique que ce projet générera. Elle ne s'est attachée qu'à des éléments anecdotiques environnementaux qui, en réalité, ne servent qu'à abaisser les coûts d'exploitation du centre commercial et qui aux termes de l'article L. 125-9 du Code de l'environnement pourrait lui être imposé en qualité de bailleur.
- Et que le pétionnaire a ignoré totalement les conséquences de son projet en termes de polluants atmosphériques.

Or, ce projet engendrera nécessairement un accroissement significatif de la pollution atmosphérique en raison de :

- **L'absence de desserte en transports en commun** de ce centre commercial, les clients devront s'y rendre en voiture et/ou en autocars.
- La destruction des commerces de proximité qu'il engendrera (Cf. § : 2.1.2.2), qui aura pour conséquence de rallonger le temps de trajet des habitants de la zone de chalandise pour acheter des articles d'équipement de la personne et de la maison.
- Et les embouteillages que ne manqueront pas de générer ce projet en raison du sous-dimensionnement des infrastructures routières desservant le projet (Cf. § : 2.2)

3.2.3. Un projet très polluant s'insérant dans un environnement déjà fortement pollué

Le projet de SCOT a analysé les polluants atmosphériques du Département.

Or, il appert de ce document que POUR LES POLLUANTS LIES AUX TRANSPORTS AUTOMOBILES, LES TAUX ACTUELS SONT DEJA SUPERIEURS AU SEUIL MAXIMUM. (PIÈCE N° 29)

Manifestement, ce projet qui générera une pollution atmosphérique très importante dans un contexte dépassant les taux maximum en la matière, ne peut être considéré comme favorisant le développement durable.

3.2.4. Un accroissement des polluants atmosphériques en contradiction avec l'ensemble des documents d'urbanisme de la région

L'accès de ce centre commercial au moyen de véhicules est en totale contradiction avec :

- Les enjeux de développement durable identifié par le projet de SCOT :

« Les enjeux de protection et de valorisation de l'environnement :

** Rapprocher les lieux d'habitation des pôles d'emplois et de services, pour réduire les déplacements induits*

(...)

** Permettre une accessibilité au pôle d'emploi, de commerces de services par d'autres modes que l'automobile (transports en commun, liaisons piétonnes et cyclables). » (PIÈCE N° 8)*

- Les objectifs du SCOT en matière de polluants atmosphériques **qui sont d'émettre quatre fois moins de carbone à l'horizon 2050 ; ce qui est en totale contradiction avec la création d'un centre de marque et générera une influence d'au moins 1 million de véhicules** (et, si sa deuxième tranche venait à être autorisée, 1,8 millions de véhicules). (PIÈCE N° 30)
- Le plan Climat Énergie de la Région Haute-Normandie adopté en juin 2007.
- Le plan Climat Départementale de l'Eure adopté en juin 2007, prévoyant notamment de favoriser les déplacements les moins polluants.

EN CONSEQUENCE, il est impossible de concilier l'implantation de ce centre commercial avec les objectifs de développement durable relatif à la qualité de l'air.

Ce projet ne s'inscrit manifestement pas dans une perspective de développement durable et de respect de l'environnement, tant il accroîtra la pollution atmosphérique, qui, rappelons-le, atteint déjà des taux maximum concernant les polluants relatifs à la circulation automobile.

Cette erreur manifeste d'appréciation entache de nullité la décision entreprise.

IV]- Sur les risques de tromperie des consommateurs

4.1. Les centres de marques sont le plus souvent dans l'incapacité de prouver le prix de référence sur lequel est calculé l'annonce de réduction de prix, ce qui constitutif du délit de publicité trompeuse incriminée à l'article L. 121-1 du Code de la Consommation et une contravention du fait du non-respect des dispositions de l'arrêté du 31 décembre 2008 relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur.

Ainsi, suivant Jugement rendu le 20 décembre 2007, le Tribunal Correctionnel d'ANGERS a sanctionné un commerce du centre de marques de CHOLET pour ce motif (**PIÈCE N° 31**)

4.2. Plus précisément s'agissant du pétitionnaire, la Commission de céans ne se laissera pas abusée par son allégation selon laquelle il ferait contrôler la réalité des engagements de réduction de prix de ses boutiques par un organisme indépendant.

Les faits ont démontré le contraire !

En effet, à l'occasion du *1^{er} Colloque national C.C.I. de Troyes et de l'Aube* dédié aux centres de déstockage, le Président de la Fédération Nationale de l'Habillement a dénoncé les publicités mensongères ou de nature à induire en erreur le consommateur effectuées par le magasins du Centre de marques MAC ARTUR GLEN à ROUBAIX :

« Nous avons fait acheter à Roubaix, par huissier, la même paire de chaussures Ted Lapidus dans le centre Mac Arthur Glen, qui annonce - 30%, et dans le centre-ville. Et bien, les prix de vente sont identiques ! » (« Magasins d'usine : un colloque pour s'interroger sur leur avenir », *L'Est-Eclair*, n° 1270, 5 oct. 2003, p.3).

4.3. La production actuelle est à flux tendu. Or, on assiste ces dernières années à une explosion des projets de centres de marques (entre 2002 et 2010 il a été créé plus de 64.000 m²), comment expliquer ce surcroît de surstock ? En réalité, il s'agit d'un aménagement volontaire des marques de la surproduction et/ou de fabrication de séries spéciales de moindre qualité...

En réalité, il s'agit d'un aménagement volontaire des marques de la surproduction et/ou de fabrication de séries spéciales de moindre qualité... le reportage diffusé dans l'émission « Docs du dimanche » sur France 5 le 29 mai 2011 à 20h35 explique sans ambiguïté que les articles vendus sont en majeure partie des second choix dont le prix de référence est celui du 1^{er} choix vendu dans les boutiques officielles des marques. (Pour revoir l'émission : http://www.dailymotion.com/video/xizo3x_ventes-privées-un-marché-de-dupe-reportage-diffusé-sur-france-5-le-29-mai-2011_tech).

En Résumé, le projet querellé ne présente pas de garantie suffisante pour protéger les consommateurs contre la mise en œuvre de pratiques trompeuse, ce qui entache la dérogation querellée de nullité.

V]- Sur une décision contraire à la jurisprudence du Conseil d'État

La Commission constatera que **dans une affaire en tout point similaire, le Conseil d'État a dans son arrêt rendu le 16 février 2011, confirmé le rejet d'une demande d'autorisation d'un centre commercial d'une surface de 15.998 m² situé à Saint-Just, soit à peine 10 km de la Commune de DOUAINS, principalement aux motifs que ce projet serait de nature à nuire à l'animation urbaine et induirait une pollution atmosphérique importante en raison de la forte augmentation des flux routiers :**

« Considérant, en premier lieu, que pour apprécier la conformité du projet litigieux avec les dispositions précitées, la commission nationale a relevé que ce projet s'inscrirait dans une zone de chalandise accueillant déjà de nombreux pôles commerciaux témoignant d'une offre commerciale importante dans les secteurs d'activités envisagés et que, dans ces conditions, ce projet serait susceptible de détourner la clientèle du centre-ville de Vernon en nuisant ainsi à l'animation urbaine de celui-ci ; qu'en retenant un tel motif, la Commission Nationale n'a pas fait une inexacte appréciation des critères posés par le législateur ;

Considérant, en deuxième lieu, que la Commission n'a pas commis d'erreur d'appréciation en estimant que le projet contesté induirait une forte augmentation des flux routiers et aurait des conséquences négatives en termes de pollution » (PIÈCE N° 32)

Manifestement, la décision entreprise est entachée d'une erreur manifeste d'appréciation en estimant que le projet contesté serait conforme aux dispositions du Code du Commerce régissant l'urbanisme commercial.

En effet, il est incontestable que ce projet dont la zone de chalandise est analogue à celui refusé par la Commission de céans (décision confirmée par le Conseil d'Etat) sera plus nuisible pour les commerces (il possèdera une surface de vente supérieur de 3.002 m² et, de part son concept, il sera plus déstabilisant (Cf. § : 2.1.2.2))- et génèra plus de polluants atmosphérique.

C'EST POURQUOI, la Commune d'EVREUX, la Commune de LOUVIERS, la Communauté d'agglomération Seine-Eure, le Grand EVREUX Agglomération, Monsieur Jean-Pierre NICOLAS, l'Association agréée de consommateur « Famille de France » et l'Association « DEMAIN VIVRE NOS VILLES ET NOS VILLAGES », demandent aux membres de la Commission Nationale d'Aménagement Commercial d'annuler l'autorisation d'urbanisme commerciale accordée le 21 juin 2011 à la Société SNC MGE NORMANDIE pour la création d'un centre de marques à l'enseigne "MAC ARHUR GLEN" d'une surface de 19.000 m² sur la Commune de DOUAINS.

PIÈCES JOINTES

1. Autorisation du 21 juin 2011
2. Pétition
3. Extrait du Schéma Départemental de Développement Commercial du Département de l'Eure, p. 5
4. Extrait du Schéma Départemental de Développement Commercial du Département de l'Eure, p. 7
5. Extrait du Schéma Départemental de Développement Commercial du Département de l'Eure, p. 51 & 60
6. Extrait du Schéma Départemental de Développement Commercial du Département de l'Eure, p. 67
7. Extrait du Schéma Départemental de Développement Commercial du Département de l'Eure, p. 69 & 84
8. Extrait du projet de SCOT, p. 29 (14)
9. Extrait du site Internet Magdus (4)
10. Extrait des projets des Centres de Marques de CLAYES-SOUS-BOIS et SAINT ANDRE DE CUBZAC
11. Extrait des sites Internet des centres de Marques Français MARRC ARTHUR GLEN (1)
12. Extrait du Journal Textile (2)
13. Extrait des conclusions du Commissaire Enquêteur de la ville de TROYES (5)
14. Extrait du Rapport 2000 – 2001 de l'Observatoire National du Commerce (7)
15. Extrait du deuxième colloque européen des magasins d'usines et centres de marques - 29 et 30 septembre 2005, Atelier numéro 6 "La cohabitation des formes de commerce sur un territoire : comment en assurer l'équilibre ?", intervention de Monsieur, Didier MORET appartenant à l'Observatoire Économique de la CCI de Troyes) (6)
16. Extrait du site Internet Magdus (Projet 2011) (8)
17. Plaquette de présentation du Centre de Marques de CLAYES-SOUS-BOIS (8 bis)
18. Procès-verbal
19. Décision du Ministre du Commerce du 8 décembre 2009
20. Décision de la Communauté d'Agglomération Seine Eure du 16 décembre 2010
21. Décision de la Communauté d'Agglomération Seine Eure du 16 décembre 2010

22. **Motion de la Commune de NEAUBOURG**
23. **Motion de la CCI de ROUEN**
24. **Motion de la FDSEA**
25. **Motion de la CCI d'Eure-et-Loir**
26. **Extrait du site internet des Jardins de Giverny**
27. **Plan des sorties d'autoroute embouteillées**
28. **CE 26 mai 2010, n° 325576**
29. **Extrait du projet de SCOT, p. 199**
30. **Extrait du projet de SCOT, p. 70**
31. **Trib. Cor. ANGERS, 20 décembre 2007**
32. **CE, 16 février 2011, n° 332884**
33. **Statuts de l'Association « DEMAIN VIVRE NOS VILLES ET NOS VILLAGES »**
34. **Pouvoir de la Mairie de LOUVIERS**
35. **Pouvoir de la Communauté d'Agglomération de SEINE-EURE**
36. **Pouvoir de la Mairie d'EVREUX et de la Communauté d'Agglomération d'EVREUX**
37. **Courrier de Monsieur le Député Jean-Pierre NICOLAS**
38. **Courrier de recours en CNAC de l'Association agréée de consommateur « Famille de France »**

COMMISSION NATIONALE
D'AMÉNAGEMENT COMMERCIAL

SECRETARIAT

PARIS, le 28 JUIL 2011

Télédoc 121
Bâtiment SIEYES
61 Boulevard Vincent Auriol
75703 PARIS CEDEX 13
Tél : 01 44 97 27 27
Fax : 01 44 97 25 89

Objet : recours n° 1057T (à rappeler dans toute correspondance)

Maître,

Par lettre adressée le 15 juillet 2011 et enregistrée sous le numéro 1057T, vous avez exercé un recours contre la décision du 21 juin 2011 de la Commission départementale d'aménagement commercial de l'Eure autorisant la création d'un village de marques à DOUAINS.

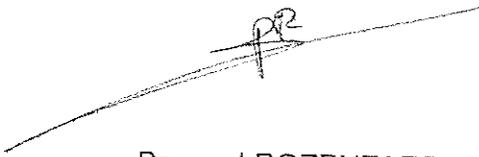
Vous pourrez, si vous le jugez opportun, être entendu par la Commission nationale d'aménagement commercial lorsque votre dossier lui sera soumis. Une convocation vous sera adressée en temps utile.

En application des dispositions de l'article L 752-17 du code de commerce, le délai d'instruction des recours est fixé à quatre mois à compter de la date de réception du recours ; le silence gardé sur cette réclamation vaut rejet tacite du recours au terme de ce délai.

Je vous prie d'agréer, Maître, l'expression de ma considération distinguée.

Maître Frédéric DOUEB
AVOCAT
90 avenue Niel
75017 PARIS

Le Secrétaire


Bernard ROZENFARB

Frédéric DOUËB

Lauréat de l'Université de Paris Panthéon-Assas

Docteur en Droit

Avocat à la Cour – C.1272

90. Avenue Niel – 75017 PARIS

Tél. 01.56.21.13.13

Tél. 01.56.21.13.18 (ligne directe)

Télécopie 01.56.21.13.14

Mairie de LOUVIERS

A l'attention de Monsieur le Maire

11 rue Pierre Mendès France

27400 LOUVIERS

N° SIRET : 481 497 626 000 12

N° TVA Intra communautaire : FR 27 481 497 626 000 12

FACTURE n° 2011/08/23

NOTE DE FRAIS ET HONORAIRES

CLIENT : Commune de LOUVIERS

AFF. : Commune de LOUVIERS C/ MAC ARTHUR GLEIN

N/Réf. : NRF9028

(Référence à rappeler dans toute correspondance)

Honoraires :

Analyse de la décision de la CDAC

Recherche Documentaire

Rédaction d'un mémoire en intervention volontaire

Frais de reprographie

750 €

T.V.A. à 19,6 %

149,25 €

Total à payer :

899,28 €

