

Paris, le 23/02/2023

Programme de reconquête du commerce rural
Un diagnostic évident, une réponse partielle.

Le gouvernement a annoncé aujourd'hui le lancement d'un programme de reconquête du commerce rural. Départements de France se réjouit de cette prise de conscience, mais prévient : afin d'éviter le saupoudrage, il vaudrait mieux laisser la gestion de l'économie de proximité aux Départements.

Les crises que nous vivons touchent encore plus durement le monde rural, parce qu'on y a besoin de sa voiture pour se déplacer, pour travailler, faire ses courses, se soigner. Un rapport publié hier par l'OFCE démontre, sans surprise, qu'un ménage en zone rurale subirait une inflation "supérieure de 1 point à la moyenne tandis qu'elle serait inférieure de 0,8 point en agglomération parisienne".

*« Nous nous félicitons évidemment que le Gouvernement ait décidé d'apporter un soutien à l'installation de commerces dans les zones rurales. **Mais est-ce bien là son rôle ?** », s'interroge François SAUVADET, Présidents de Départements de France. « L'État doit rester un stratège, responsable des intérêts vitaux de la Nation. Dans son communiqué, la ministre déclare que le Gouvernement souhaite être au plus près des besoins du terrain... Mais nous, Départements, y sommes déjà. Que l'État laisse la gestion de la vie quotidienne des Français aux échelons locaux pertinents, dont nous faisons partie ! ».*

Dans de nombreux territoires ruraux, le Département est en effet, avec la Commune, la collectivité « du dernier kilomètre », qui met encore à disposition des habitants des interlocuteurs à qui parler et des services publics adaptés. Les Départements sont en outre les garants du développement équilibré de leurs territoires. Ils sont le bouclier du monde rural.

Ils ne peuvent cependant plus, depuis la loi NOTRe de 2015, soutenir directement les entreprises. *« Nous avons pourtant la connaissance du terrain, des populations... **Il est surprenant que le Gouvernement n'ait pas jugé bon de nous consulter sur cette initiative louable, que nous aurions pu aider à concevoir et amplifier en fonction des besoins effectifs du monde rural et des réalités du terrain** », ajoute François SAUVADET.*

Départements de France partage l'analyse de l'AMRF sur ce projet. Le vrai problème est de mesurer, avec précision, la pertinence du projet commercial afin de s'assurer de sa viabilité dans le temps. Seuls les Maires en coopération avec les Départements sont capables de poser ce diagnostic.

De plus, asseoir ces aides sur des mesures dans l'air du temps comme le développement durable, le caractère innovant du modèle économique ou la collecte mutualisée des

commandes numériques, pour ne citer que quelques exemples, complexifiera considérablement la tâche des personnes souhaitant se lancer dans l'aventure.

Enfin, le montant de 12 millions d'euros annoncé par le gouvernement paraît en outre bien modeste au regard tant des enjeux que de l'ambition de déployer ce dispositif dans 1000 communes. Départements de France pose la question de la pertinence de cette enveloppe globale : plutôt que de diluer encore une fois ces aides, au risque d'affaiblir leur efficacité, n'aurait-il pas mieux valu la réserver à des Départements ciblés, identifiés pour connaître de réelles difficultés budgétaires et permettre aux autres de mettre en place leurs propres dispositifs d'aide à l'économie de proximité ?

Sans remettre en cause la compétence reconnue aux Régions en matière de stratégie de développement économique, permettre aux Départements volontaires de réinvestir le champ de l'économie de proximité conduirait à une revitalisation du commerce en zone rurale réfléchi à partir de critères parfaitement maîtrisés par les communes et les Départements concernés.

« S'appuyer sur les Départements pour démultiplier et accompagner les projets commerciaux de proximité en zone rurale, aurait été un meilleur moyen de redonner confiance à nos concitoyens dans la capacité des décideurs publics à changer efficacement et concrètement leurs vies » a conclu François SAUVADET.