



Hard discount

# PETITES MAGOUIL

## CHEZ LES HÉRAUTS DES PRIX C

**H**ard, vraiment *hard*, l'accident mortel qui a frappé ces derniers jours un commerce de la ville de Douai, dans le Nord. Alors qu'il voulait acheter des plaques de plâtre dans un magasin Brico-Dépôt, enseigne de bricolage à bas prix, un sexagénaire a été écrasé par trois palettes de marchandises, 1 500 kg au total... Instabilité du rayon ? Défaut de sécurité ? Imprudence de la victime ? Une enquête est en cours pour déterminer les causes du drame. Pourtant, une question brûle les lèvres : que faisait ce client dans une zone de stockage, au milieu de rayons hauts de plusieurs mètres ?

Dans un hard discount, bien malin celui qui, d'ailleurs, saura faire la différence entre surface de vente et entrepôt. Car ce « commerce du pauvre », qui se nourrit depuis quinze ans de la dégradation du pouvoir

Après un nouvel accident mortel, les hard discounters sont dans le collimateur des pouvoirs publics. Pour vendre toujours moins cher, certains n'hésitent pas à flirter avec le droit en trichant et en fraudant.

Par Benoît Deshayes

d'achat, néglige souvent les normes d'urbanisme commercial. La course effrénée au « toujours moins cher » pousse ces magasins dont le personnel est réduit, la présentation sommaire et le choix limité à adopter invariablement la même stratégie : ouvrir vite, en évitant les procédures coûteuses.

Leurs bêtes noires : les lois Royer (1973) et Raffarin (1996), censées tempérer la prolifération des supermarchés au détriment du petit commerce. Las. Le hard discount, espèce hybride de taille réduite, a immédiatement pris sa place dans les agglomérations. Et quand, pour s'implanter, contourner la loi ne suffit plus, on la viole, tout simplement ! Prédation de commerces voisins, implantations frauduleuses, mensonges sur les surfaces de vente, travaux sans permis de construire, camouflage des changements d'activité... tout est bon pour faire marcher le commerce au paradis des prix cassés !

Certains sont d'ailleurs passés maîtres dans l'art de l'implantation sauvage.



PHILIP SCHILLER / EDITINGMEDIA.COM

# LES ASSÈS

En janvier 2002, dans le quartier de la Madeleine, à Nice, un homme d'affaires souhaite installer un Leader Price (groupe Casino) dans une ancienne surface alimentaire, fermée depuis deux ans, mais officiellement destinée à la création d'une bibliothèque. Avant l'ouverture, il lance les travaux d'aménagement sans permis de construire ni déclaration de travaux – il n'a en réalité qu'une simple déclaration auprès de la commission de sécurité qui n'a pourtant aucune compétence sur les travaux de gros œuvre –, il modifie entièrement la structure du magasin. Les poutres maîtresses sont découpées, des Escalator installés et des façades ouvertes.

## La déferlante Leader Price

Malgré la colère des riverains et d'En toute franchise, une association d'ex-franchisés, révoltés du discount, qui ont fait de la traque des ouvertures illégales leur cheval de bataille pour « protéger le petit commerce

de la persécution des grandes surfaces », la mairie décide, en avril 2002, d'autoriser l'ouverture. « Quand nous nous sommes aperçus que les travaux touchaient à la structure du bâtiment, nous avons immédiatement demandé leur suspension, précise un adjoint du maire de Nice. Seul le rez-de-chaussée a été autorisé à ouvrir en mars. Pour le premier étage, il a fallu que l'entrepreneur se mette en règle. » Aujourd'hui, la totalité du magasin est ouverte et la vague Leader Price continue de déferler en ville.

Car dans le même temps, le promoteur niçois avait jeté son dévolu sur un ancien magasin de literie, rue Beaumont. Cette fois, c'est sur la surface de vente que le bât blesse. Pour tout changement d'activité dans un commerce de plus de 300 m<sup>2</sup>, un dossier doit être transmis à la CDEC (commission départementale d'équipement commercial). Mais notre homme n'aime pas perdre son temps en procédures. En septembre 2001, il ne déclare donc que 299 m<sup>2</sup> de surface de vente. Selon Martine Donnette, de En toute franchise, « son magasin en compte en réalité 475 » ! La Direction de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DCCRF) se saisit alors du dossier : 44 m<sup>2</sup> seront finalement déclarés frauduleux. Suite à l'infraction, la CDEC refuse de donner son autorisation. Qu'à cela ne tienne : en janvier 2005, l'impétueux soumet son dossier à une commission nationale (CNEC)... qui, elle, passe l'éponge !

Interrogé sur ces deux affaires, l'entrepreneur se défend d'être hors la loi, tout en reconnaissant « quelques erreurs de démarrage » : « J'ai une vingtaine de salariés dans chacun de mes magasins. L'enseigne Leader Price s'inscrit dans une dynamique de création d'emplois... » Moins loquace sur les questions plus pointues, il préfère insister sur l'effet locomotive de ses surfaces sur les commerces environnants.

Une chose est sûre, il n'abandonnera pas ses futurs projets d'implantation, du côté du boulevard Saint-Roch à Nice, mais aussi dans la commune du Cannet-des-Maures, près de Fréjus. La concurrence s'annonce rude...

Le cas niçois n'est pas isolé, loin s'en faut. Pour Claude Diot, de En toute franchise, « toutes les enseignes ou presque naviguent à la limite de la légalité ». Impliquée dans l'accident tragique de Douai, l'enseigne Brico-Dépôt n'échappe pas à la règle. A Martigues, son implantation dans un ancien Conforama a été pour le moins rocambolesque. Pour éviter de passer devant la CDEC, la SCI Martigues, acheteuse des murs, tente de profiter d'un ancien projet de commerce de gros. Son futur locataire, Brico-Dépôt, est pourtant

détaillant. Jusqu'au bout, la société maintiendra ce subterfuge de vente en gros, lançant même une campagne de publicité sur ce thème, quelques jours avant l'inauguration.

## Des surfaces cachées

Mais surtout, après ouverture, une expertise démontre qu'en plus de sa surface de vente « officielle » de 2 950 m<sup>2</sup> d'autres surfaces, camouflées, sont utilisées par l'enseigne. Le personnel et la clientèle circulent dans un « espace menuiserie » qui comporte une caisse indépendante (824 m<sup>2</sup> déclarés sur le permis de construire comme « non accessibles au public »). A l'extérieur du magasin, un Bâti-Center, de 4 843 m<sup>2</sup>, réservé aux matériaux de construction, accueille lui aussi les clients. Sans compter les 176 m<sup>2</sup> d'« exposition extérieure » à la limite de la zone commerciale...

La direction de Brico-Dépôt n'a pas souhaité s'exprimer sur ces questions, une procédure étant ouverte devant le juge des référés. Mais, selon un expert de l'urbanisme commercial, « les espaces menuiserie et Bâti-Center ne sont pas des zones de vente en tant que telles. Les prix n'y sont pas systématiquement affichés et les clients n'y ont accès qu'après avoir payé leurs achats dans un kiosque spécifique ou d'après un catalogue ». Ces lieux deviendraient alors de simples zones de « retrait des produits » tout à fait légales... tant que le client y est accompagné par un employé. Encore un bon moyen de brouiller les pistes sans risque, d'autant plus que, dans la pratique, rien n'empêche la clientèle d'effectuer un nouvel achat une fois dans la zone ou d'y pénétrer seule.

La stratégie de Brico-Dépôt, adoptée par ailleurs dans d'autres enseignes, révèle tous ses attraits si l'on sait que les réserves ne sont pas soumises à autorisation de la CDEC et que l'impôt foncier y est inférieur à celui des surfaces de vente. En revanche, ses répercussions sur la concurrence semblent moins excitantes. Même les grandes surfaces comme Bricomarché pâtissent de l'implantation de ces « gros bras » du bricolage. A Fos et Marignane, le chiffre d'affaires enregistre des baisses comprises entre 15 et 25 % en moyenne entre 2003 et 2004.

Plus grave, il semble que le principe même des Bâti-Center, ces nouvelles zones commerciales non soumises à autorisation de la CDEC, soit en cause dans le drame de Douai. La victime n'était accompagnée par aucun vendeur. Ce n'est pas le premier incident de ce genre dans les rayonnages plus ou moins licites de l'enseigne. A Aulnoy-lez-Valenciennes, deux précédents, dont un accident mortel, auraient déjà dû alerter les responsables du hard discount ■

Implantations  
frauduleuses,  
travaux sans  
permis... Tout  
est bon pour  
faire marcher le  
commerce !