« Ceci n’est pas un centre commercial[1] »

le Collectif Oxygene dénonce une opération de greenwashing et défend la vocation agricole du terrain des Fontanelles

A la lecture des remarques du Directeur Régional de Décathlon telles que rapportées dans Midi Libre le 11 mai « Projet Oxylane à Saint Clément de Rivière : Décahlon répond à ses opposants » force est de constater qu’il est bien difficile de trouver des éléments de réponse à la lettre ouverte publiée par le collectif Oxygene demandant à l’enseigne de retirer ce projet.

Selon le directeur régional de l’enseigne porteuse du « Lotissement multi-activités Oxylane » "*le projet n’est pas un centre commercial mais un futur lieu de vie autour du sport, des activités de plein air, de la culture et des loisirs, de la santé, du bien être et du bien manger*". On reconnaît dans ces annonces répétées depuis des années la promesse faite aux élus de Saint-Clément- de Rivière et du Grand Pic Saint Loup dans les années 2010, afin de leur "vendre" le projet. Mais dans le permis d'aménager délivré en janvier 2015 le "*lieu de vie autour du sport*" s’est réduit comme une peau de chagrin, laissant place à un magasin de 6 000m2 vendant des articles de sport, et à d'autres magasins (jardinerie, alimentaire, etc), mais de terrain de sport, pas le moindre. Pas plus que « *la culture* » encore annoncée mais toujours absente. Seule activité de plein air : un accrobranche au milieu des parkings, alors qu’il en existe déjà un à quelques kilomètres, à St Jean de Cuculle. Pas de projet concret non plus concernant « *la Santé* ». Le « *Bien manger* »? une « *grande surface de circuits courts* », mais qui ferait concurrence à de nombreux producteurs en vente directe. Par une opération typique de « greenwashing » les bassins de rétention deviennent par magie des « *bassins d'infiltration végétalisés* » : est-ce une valeur ajoutée au paysage ? Quel crédit accorder à l’apparition soudaine d’une garantie « *Label Signature Biodiversité* », qui serait délivrée par un bureau d’études client de Décathlon, alors que la seule certification réellement reconnue comme indépendante est celle de l’AFNOR ? Et pour couronner le tout, une annonce étonnante, celle d’une « *centrale énergie solaire* » dont il n’existe nulle trace sur les plans du projet.

Comment croire à ce discours marketing reverdi pour la circonstance? Pire encore, comment imaginer que l'artificialisation des sols, la construction de parkings s'étalant en surface (17 000 m2 au moins), avec des routes de desserte intérieures, l’afflux de trafic routier supplémentaire (jusqu’à 8000 véhicules par jour) les dépenses énergétiques énormes de ce projet destructeur de la nature, puissent être compensés par la plantation d'arbres et quelques panneaux solaires?

Si l'intérêt premier est l'environnement et le bien-être, une réalité aveuglante s’impose, il suffit de laisser le site tel qu'il est !

1 Déclaration surprenante du Directeur Régional de Décathlon (Midi Libre du 11 mai 2020)

Concernant le commerce, la région Nord de Montpellier serait « *défavorisée* ». C'est oublier les nombreuses zones commerciales qui existent déjà, Trifontaine, et zones proches : St Gély du Fesc, Grabels, Clapiers (jardinerie), Jacou. Quant à l'argument de la création d'emplois, on sait depuis longtemps que c'est un miroir aux alouettes ; depuis quand la grande distribution crée t-elle plus d'emplois qu'elle n'en détruit? Dans le secteur de la grande distribution, un emploi créé en supprime entre 2 et 3 dans le petit commerce de proximité… Où est donc « *l'intérêt général* » dont veut encore se parer Décathlon ?

Belle performance de communication qui ne dupe plus personne ! Cette stratégie peine d'autant plus à convaincre que nul n'ignore que la grande distribution puise son ADN dans les intérêts de ses actionnaires pour qui « nature » rime nécessairement avec « business ». Les 700 actionnaires de l'Association familiale Mulliez, dont Décathlon est l'enfant chéri (Auchan, Leroy-Merlin, Boulanger, Kiabi, Pimkie, Flunch, et bien d'autres encore) ne pourraient le démentir. Ne reste finalement du projet Oxylane que la volonté affirmée de l'enseigne d'être présente au Nord de Montpellier, avec la proximité de concurrents à évincer, et aussi la perspective d'une vaste opération foncière spéculant sur la valeur de la terre.

La crédulité de quelques élus a permis que ce projet soit retenu, mais cette décision date de plus de dix ans ! Ce choix, déjà contesté alors, a maintenant perdu toute raison d'être :
la bétonisation des terres fertiles, avec les risques accrus d'inondation, l'atteinte à la biodiversité, et au paysage ne sont plus supportables. La course à la croissance n'est plus au rendez-vous : plusieurs magasins Décathlon n'ont-ils pas du fermer récemment?

Les urgences sanitaire, sociale, écologique ont par contre commencé à impacter gravement nos vies, et d'autres priorités surgissent auxquelles nous ne pouvons nous soustraire sans mettre notre avenir en danger. **C'est le cri d'alarme envoyé par les 5000 signatures de la lettre ouverte et leurs commentaires, émanant de personnalités reconnues du monde scientifique, académique, artistique, ainsi que des représentants du monde agricole, d' associations citoyennes et environnementales, de nombreux.ses citoyen.ne.s., parfois client.es de l' enseigne, qui remettent en question cet exemple d'un modèle de consommation fondé sur une offre surabondante.** Un immense Décathlon à Montpellier, soit, un deuxième Décathlon dans la Métropole, c'est déjà beaucoup, mais le troisième Décathlon avec le projet Oxylane est le projet de trop. Ils demandent son retrait avec force et insistance.

Pour toutes ces raisons, la réponse du directeur régional de Décathlon, apparaît comme un déni total des crises actuelles avec son discours totalement « hors sol » du « business as usual ». Or, ce site vaut bien plus et bien mieux que tout ce que pourrait promettre un centre commercial, quel qu'il soit. **En partenariat avec toutes les organisations agricoles et paysannes, élu.es, scientifiques, associations, citoyen.nes qui le souhaitent, nous participerons à l'élaboration d'un**

projet « alternatif », basé sur l'agro-écologie, respectueux du lieu et de la biodiversité, propice au maintien du foncier à valeur agricole, à la création d'emplois durables en agriculture, et à la relocalisation de notre alimentation, car telle est la vocation première de ce terrain – ce que même le Président de la Communauté de Communes du Grand Pic Saint Loup a du reconnaître[2].

L'Association familiale Mulliez (AFM) à la tête d'une fortune professionnelle la plaçant parmi les plus riches de France (47,26 milliards d'euros) et en premier lieu Décathlon (11 milliards d'euros de chiffre d'affaires) peut se permettre sans trop de dommages de renoncer à ce projet, ce serait de leur part une décision responsable généreuse et vitale. Gageons que l' image de l'enseigne faisant preuve alors d'une réel engagement écologique et social en sortirait grandie.

Mieux vaut la vie que la logique concurrentielle et les profits !

2. Midi Libre, 2 décembre 2018