



# ATELIER NATIONAL «TERRITOIRES ÉCONOMIQUES» Rapport final Avril 2013



## LA DÉMARCHE ATELIER NATIONAL

- Une démarche exploratoire du concept de projet spatial sur des sites pilotes
- Une démarche expérimentale qui cherche de nouvelles orientations pour assurer la transition vers des modes de développement plus durables
- Une approche nouvelle de partenariat de projet entre l'État et les collectivités

*L'Atelier a été lancé en 2006 par le ministère de l'Écologie, du Développement durable, des Transports et du Logement (MEDDTL) – direction générale de l'aménagement, du logement et de la nature (DGALN) – pour explorer des nouvelles approches de projet et de partenariat sur des territoires complexes et/ou de grandes dimensions. Des territoires où les enjeux de développement et de protection entrent en conflit (littoral, montagne), des territoires en manque de projet (grandes périphéries, entre-deux...). Des territoires où construire un projet partagé n'est pas simple car les problématiques s'entrecroisent sur plusieurs échelles et les actions, à chaque échelle, dépendent de la capacité des uns et des autres à reconnaître les multiples interactions.*

*Une équipe pluridisciplinaire d'experts de haut niveau est mise à disposition des élus et apporte un regard extérieur neuf sur le territoire, indépendant des découpages institutionnels et des contraintes réglementaires, susceptible de débloquent des situations. L'équipe propose d'abord une lecture spatiale qui lui est propre, afin de susciter le débat et d'identifier le territoire de projet avec les acteurs concernés. Il s'agit ensuite d'élaborer une stratégie nourrie par l'ambition commune d'organiser un développement plus respectueux des réalités économiques, sociales et environnementales. Le travail en atelier permet d'ajuster les propositions par un échange approfondi qui peut se prolonger par des scénarios plus consolidés.*

### OBJECTIFS POURSUIVIS

- Renforcer le dialogue entre services de l'État et collectivités, à partir de la déclinaison concrète des principes du développement durable.
- Sortir de l'opposition protection/développement et créer les conditions du projet en suscitant le débat autour des valeurs propres à chaque territoire.
- A partir d'une approche de terrain alimentée par les élus et les acteurs locaux, proposer une réflexion globale, au-delà des projets locaux.
- Identifier les territoires de projet et accompagner les responsables locaux dans la construction d'une stratégie d'actions transversales autour de nouvelles solidarités.
- Apporter des solutions locales à une problématique nationale.
- Anticiper les changements de demain : valoriser les ressources naturelles, mobiliser les énergies renouvelables et les activités économiques ancrées sur les territoires.

## **UNE APPROCHE PAR LE PROJET ET NON PAR LES OUTILS**

Les outils existent et ils sont nombreux : dispositifs opérationnels et de planification, protections, différentes lois, inventaires, contrats, financements... Ils ne peuvent être utilisés et questionnés intelligemment qu'à partir d'une dynamique de projet.

Le projet doit venir d'abord : une vision construite, solidaire et partagée du devenir du territoire. Les outils sont au service de cette vision, ils sont là pour la mettre en oeuvre. Le projet peut aussi tester ces outils et les faire évoluer. Il permet d'innover et de faire bouger les lignes pour répondre aux nouvelles questions.

L'Atelier met alors le projet au coeur de la démarche pour représenter et spatialiser les transformations possibles du territoire. C'est aussi un moyen d'interroger les limites du territoire, le système d'acteurs, l'action publique, les géométries de gouvernance, les outils de mise en oeuvre...

A partir des questionnements posés par les acteurs locaux, et par l'analyse comparée entre différents sites en situations contrastées, l'Atelier tente d'aborder des questions globales et complexes pour apporter des réponses adaptées à chaque contexte. Plus qu'un mode résolutoire, la démarche impulsée par l'Atelier permet d'appréhender le territoire dans sa

complexité et son dynamisme et d'ouvrir le débat en s'affranchissant des limites institutionnelles.

Une nouvelle posture de l'État La difficile question de l'équilibre entre protection et développement sur les territoires à forts enjeux exige une approche intégratrice et partenariale. Cela suppose de sortir du coup par coup, des interventions sectorielles pour aborder les questions en amont et collectivement, pour se fixer des horizons et se mettre d'accord sur le devenir des territoires et rendre solidaires les différentes logiques.

**L'État souhaite relever le défi par l'expérimentation. Les recettes n'existent pas, il faut aller voir de près, tenter. Il se met au travail, aux côtés des élus en charge de leur territoire, pour chercher ensemble des solutions qui intègrent non seulement des nouveaux modes de développement mais également une meilleure protection.**



# LA DÉMARCHE ATELIER NATIONAL «TERRITOIRES ÉCONOMIQUES»

## UN APPEL À CANDIDATURES

Une analyse croisée sur 8 sites par 2 équipes pluridisciplinaires de haut niveau

Sur candidature conjointe des services de l'État et des élus, 8 sites ont été sélectionnés en 2011 :

### 6 sites en province coordonnés par David Mangin, mandataire et coordinateur de l'équipe-projet :

- **Lons-Le-Saunier** (Jura) et **Lorient** (Morbihan), Eva Samuel, architecte urbaniste, Claire Aliod, paysagiste
- **Châlons-en-Champagne** (Marne) et **Metz** (Moselle) D. Mangin, architecte-urbaniste, Agence SEURA, E. Voiriot, paysagiste, Agence Territoires-Paysages
- **Cahors** (Lot) et **Kingersheim-Wittenheim** (Haut-Rhin) Y. Beltrando, architecte urbaniste, Agence Anyoji - Beltrando, B. Tanant, paysagiste, Agence TN+.

Experts associés : B. Barroca/D. Serre, SEURA-Expertise risque et environnement, F. Monjal/D. Négrier/B. Reboul, Alphaville – Programmation urbaine, N. Douce, Convergences CVL – Développement économique et commercial, Ph. Massé, Etude Transport Circulation (ETC).

### 2 sites en Ile-de-France coordonnés par François Leclercq, mandataire et coordinateur de l'équipe projet :

- **De Saint Germain-en-Laye à Orgeval** (Yvelines), F. Leclercq, architecte-urbaniste, Agence F. Leclercq, et Charles Daubas, Agence Rio F. Poirier, paysagiste, Agence Base
- **Le Parisis** (Val d'Oise), F. Leclercq, architecte urbaniste, Agence F. Leclercq, et Charles Daubas, Agence Rio - F. Poirier, paysagiste, Agence Base.

Experts associés : J-L. Ducreux, Atelier d'écologie urbaine, S. Simonet Consultante – Expertise commerciale, A. Dupont - Roc, CITEC, gestion et aménagement des systèmes de transports.

L'Atelier «Territoires économiques» se déroule sous forme de 3 ateliers en étroite collaboration avec les élus sur une durée d'un an de septembre 2011 à septembre 2012 :

### Atelier 1 sur site : PREMIÈRES IMPRESSIONS ET PISTES DE RÉFLEXION Septembre - octobre 2011 :

2 jours de visites et d'échanges sur site Prise de connaissance du territoire à ses différentes échelles : territoire d'influence, bassin de vie,... Rencontre et échanges avec les acteurs techniques. Débat et échanges avec les élus autour des premières impressions et lectures du territoire de l'équipe-projet. Il s'agit de dégager des pistes de réflexion qui seront développées et précisées pour le second atelier en accord avec les élus.

### Atelier 2 sur site : APPROFONDISSEMENTS ET MISE AU POINT DE LA STRATÉGIE Décembre 2011 et janvier 2012:

1-2 jours sur site Propositions et débat autour de scénarios de développement durable entre les différentes échelles, zooms architecturaux et urbains illustrant la stratégie globale. Pistes de mise en oeuvre et déclinaison dans les court, moyen et long termes.

**Atelier 3 à Paris :**  
**CROISEMENTS ENTRE LES 8 SITES ET MISE AU**  
**DÉBAT à Paris, les 29-30 mars 2012**

Rencontre de l'ensemble des 8 sites de l'Atelier national à Paris. Mise en relation des problématiques propres à chaque site et des propositions des équipes.  
Mise en évidence des orientations majeures.

**LE SÉMINAIRE NATIONAL DE RESTITUTION à Paris,**  
**le 22 octobre 2012**

Le séminaire national de restitution réunit l'ensemble des acteurs des 8 sites de l'Atelier, élargi aux élus intéressés par la thématique, aux professionnels de l'urbanisme, aux services techniques des collectivités,...

Partage des expériences vécues par les élus et les 2 équipes-projet, présentation des stratégies mises en oeuvre. Débat autour du devenir des zones commerciales et des évolutions du commerce à accompagner.



## **LA PROBLÉMATIQUE DE L'URBANISME COMMERCIAL**

Les zones commerciales posent question. Les zones commerciales banalisent nos entrées de ville et ne renvoient que très rarement à une image spécifique locale en lien avec le paysage ou le contexte dans lequel elles s'inscrivent. Les relations de ces emprises avec leur territoire sont essentiellement fonctionnelles, de l'ordre de l'infrastructure : la connexion aux réseaux rapides, l'implantation sur des territoires disposant de réserves foncières et une mise en oeuvre technique faiblement contraignante, des réseaux raccordables, des topographies aplanies. Ces pôles, grands consommateurs d'espaces, conçus en périphérie, se situent aujourd'hui à l'intérieur des agglomérations et ont un fort impact sur l'image et l'accessibilité des villes centre.

Cependant ces entités structurent de grands bassins de vie (et d'emploi) et font désormais partie de la vie quotidienne des habitants qui souhaitent accéder à des espaces commerciaux de qualité et à des repères lisibles. Comment rendre ces espaces lisibles et leur apporter la qualité architecturale, urbaine et paysagère qui leur fait défaut, en s'appuyant sur leur rapport au grand paysage et en les connectant davantage à leur contexte ?

Les nouvelles tendances questionnent les stratégies commerciales héritées. Le secteur de la grande distribution se pose des questions. En effet, le Conseil national des centres commerciaux (CNCC) décrit une baisse de fréquentation et la recherche de nouvelles stratégies de remodelage, de diversification vers d'autres fonctions ou de repli, laissant supposer un essoufflement du modèle. Les causes en sont nombreuses.

D'abord, la conjoncture économique affecte les quantités d'achats et impacte les déplacements automobiles.

Ensuite, les pratiques de consommation sont

de plus en plus segmentées et diversifiées (besoin croissant de proximité, boutiques « bio », concept-stores, magasins thématiques, etc.). De fait, on assiste à une évolution tendancielle de l'appareil commercial, la grande distribution s'intéressant de plus en plus au commerce de proximité mais aussi à d'autres formes de distribution rendues plus performantes grâce aux progrès de la logistique et à l'usage des NTIC (e-commerce, drive-in ...). Comment accompagner ces évolutions et les mutations en cours vers des solutions plus durables ? Comment penser l'offre commerciale à l'échelle des agglomérations pour susciter des complémentarités de qualité au service des habitants ?

Le contexte réglementaire évolue. La Loi de modernisation de l'économie de 2008 (LME) a reconnu l'activité commerciale comme une fonction urbaine fortement organisatrice des territoires. Ainsi, elle a introduit notamment le Document d'aménagement commercial (DAC), qui vise à intégrer l'équipement commercial et la planification commerciale dans les documents d'urbanisme (SCoT et PLU). La loi sur l'urbanisme commercial de 2010 prévoit de rendre les DAC obligatoires dans les schémas de cohérence territoriale (SCoT). Les règles existent, évoluent et tentent depuis longtemps d'encadrer les entrées de ville, de protéger le commerce de proximité et le développement du commerce sur le territoire. Or, le commerce, qui revendique sa propre logique, semble façonner les territoires selon ses propres règles. Doit-on se donner des ambitions de projet pour anticiper les évolutions en cours ? Comment créer des complémentarités entre centre et périphérie ?

Le cadre de réflexion « post Grenelle » s'intéresse aussi au commerce. Les défis urbains posés par le Grenelle Environnement imposent

un renouvellement des pratiques notamment en matière de qualité d'implantations commerciales.

Les réponses apportées à l'avenir auront des répercussions importantes à plusieurs niveaux :

- renouvellement urbain et gestion économe du foncier ;
- réduction de la consommation d'énergie, d'eau et de matériaux (recyclage, valorisation des déchets dans une démarche d'écologie territoriale) ;
- accessibilité aux transports en commun ;
- liens avec la ville existante.

### ***LES ATTENDUS***

- Faire émerger des stratégies d'avenir pour l'évolution des territoires économiques, ambitieuses mais réalistes ;
- Intégrer les entités commerciales au grand paysage, faire la ville et donner de la qualité architecturale et urbaine ;
- Engager un dialogue au niveau national avec les enseignes à partir d'un projet partagé avec les élus des 8 sites
- Croiser le regard des différentes disciplines, pour sortir de la « spécialisation » de l'urbanisme commercial ;
- Interroger et faire évoluer les outils de mise en oeuvre (réglementaires, opérationnels, de gestion, de gouvernance) ;
- Faire émerger des sites pilotes « démonstrateurs » au niveau national, susceptibles de faire « école ».







Metz



Wittenheim - Kingersheim



Lorient



Châlons-en-Champagne



Cahors



Lons-le-Saunier

## Coordination synthèse

### SEURA architectes-urbanistes

(F.Bougnoux, JM.Fritz, D.Mangin)

David Mangin - grand prix de l'urbanisme 2008

Philippe Renoir - chef de projets

## Compétences transversales

### Alphaville

François Monjal - directeur

Bruno Reboul Delphine Négrier - chargés d'études

### Convergences CVL - urbanisme commercial

Jérôme Legrelle - président

Nicolas Douce - directeur des études

Thomas CAILLAUD - chargé d'études

### ETC déplacements

Philippe Massé

### Gestion des risques et environnement

Bruno Barroca, architecte - géographe

Damien Serre, géographe

## Sites et équipes de projets

Châlons-en-Champagne - ZAC de Fagnières

Metz - Actisud

Lorient - pôle commercial nord

Lons-le-Saunier - bassin lédonien

Cahors - entrée sud

Kingersheim-Wittenheim - route de Soultz

### Seura architectes

D.Mangin + Ph. Renoir

N. Marquaille et T. Hervé

### Agence Territoires paysagistes

Etienne Voiriot + Pascal Convercey

### Eva Samuel et associés

E.Samuel + Sophie Pesquet + Pierric Amela

### Claire Alliod paysagiste

C.Alliod + Adrien Biewers

### Anyoji Beltrando architectes

Yannick Beltrando + Arié Natan

### TN plus

Bruno Tanant



## « Six sites en régions... »

Nota : Le présent rapport a été rédigé par l'équipe de concepteurs et d'experts. Il se distingue de la feuille de route qui fait l'objet d'un document à part, élaborée conjointement avec par l'équipe projet et les services de l'Etat (DHUP et DDT locales).

introduction

Six sites pareils et différents ?

De «l'entrée de ville à l'entrer en ville, quelques leviers pour faire évoluer le paysage commercial

1/ créer de la valeur dans les zones existantes

2/ introduire une mixité fonctionnelle ?

3/ l'accessibilité levier principal de mutation?

4/ l'urbanisme commercial est-il durable ?

conclusions

«10 idées reçues sur l'immobilier commercial et quelques pistes pour en sortir »



# introduction

L'Atelier National Territoires Economiques conduit en 2011 2012 est la troisième session d'une démarche exploratoire mise en œuvre par l'Etat sur des territoires et des thèmes à enjeux complexes. L'équipe d'experts et de concepteurs que nous formions sous la direction de David Mangin, mandataire, est intervenue sur les six sites de province, six projets pour six situations exemplaires, comme autant de facettes d'un panorama empirique du commerce contemporain.

Les sites choisis avaient pour ambition de présenter un panel de situations diverses susceptibles de nourrir une réflexion de projet à même d'inspirer des démarches tout ou partie déclinables sur le territoire national pour les zones commerciales «d'entrées de villes». Ces sites se distinguent par de nombreuses caractéristiques héritées de leurs histoires respectives mais illustrent tous une certaine forme de développement commercial qui pour bon nombre d'experts arrive aujourd'hui au bout de son modèle économique. Vivrons nous le retour du commerce en ville ? Comment faire évoluer une «boîte» commerciale ? Peut-on la pousser à engager une rénovation ?

Nous avons essayé de travailler sur les paradigmes d'un urbanisme de projet urbain : comment passer de ces situations « d'entrées de villes » à de véritables entrées « en ville », avec pour outils la desserte par les transports en commun, la question de la mutualisation des parkings, l'introduction de nouveaux programmes, l'aménagement de liaisons avec les quartiers voisins, d'une ouverture sur la géographie plutôt que la saturation du paysage par la publicité signalétique, de la lumière naturelle plutôt que l'air conditionné etc... Comme autant de paradigmes au travers desquels se rapprocher des exigences de développement durable.

**Les sites Cahors et de Kingersheim-Wittenheim** ont été suivis par Yannick Beltrando architecte-urbaniste avec Bruno Tanant paysagiste.

A Cahors, la demande de la ville, était de savoir comment prendre en compte le risque d'inondation sans bloquer le renouvellement de la zone commerciale de la route de Toulouse. Un travail très important de simulation hydraulique a été mené avec les services de l'Etat sur un certain

nombre de scénarios d'aménagement du site. A partir du renouvellement d'une grande surface et d'une solution de mutualisation du stockage des voitures neuves issue de discussions avec les concessionnaires automobiles, le projet permet de libérer du terrain et de dégager une partie du risque.

Le site de Kingersheim-Wittenheim près de Mulhouse est un «centre route» implanté sur une ancienne route nationale. C'est un site en déclin avec un certain nombre de friches, qui subit une concurrence tant interne, qu'externe à l'échelle de l'agglomération. Au cœur de l'ensemble, un très beau champ convoité par les promoteurs locaux, appelé le Mittelfeld. La question portait sur son devenir car il est très tentant de le consommer rapidement. Au contraire, et dans le but de favoriser la mutation des friches, la position proposée en atelier et partagée par les élus, est de conserver ce champs comme un parc rural à l'intérieur de l'ensemble. Après quoi il est possible d'orienter le développement urbain en préparant un certain nombre de mutations par les transports en commun et par une réorganisation commerciale qui s'appuie sur la valorisation de friches pour opérer des transferts .

**Les sites de Lons et de Lorient** ont été suivis par Eva Samuel architecte-urbaniste avec Claire Alliod paysagiste.

À Lons-le-Saunier, les enjeux lient mobilité et consommation foncière. La question concerne en premier lieu les possibilités de renouvellement et d'extension d'un centre commercial proche du centre ville. Mais plus largement, l'enjeu est de recentrer le développement économique de l'agglomération sur les zones existantes ou desservies par les TC plutôt que d'ouvrir à l'urbanisation un certain nombre de terrains situés sur la rocade ouest ou à l'extérieur de la ville, sur la route principale.

À Lorient, l'arrivée d'un transport en commun qui va relier les faubourgs nord au centre ville permet de ré-interroger les aménagements du site, en proposant une meilleure organisation urbaine, une densité plus forte avec des liens renforcés avec les quartiers d'habitation, tout en cherchant à limiter la consommation des terres agricoles sur la périphérie.

**Les projets de Chalons-en-Champagne et de Metz** ont été suivis par David Mangin et Philippe Renoir architectes-urbanistes avec Etienne Voiriot paysagiste.

À Châlons-en-Champagne, la consultation portait sur le projet de développement d'une commune de la rive gauche, Fagnières, qui fait face au centre ville de Châlons-en-Champagne et d'une extension mesurée de sa zone commerciale. La réponse proposée est un projet finalement assez classique. Elle consiste pour l'essentiel en une transformation de certaines ambiances à l'intérieur d'une zone commerciale existante et de sa relation au centre bourg et aux quartiers voisins. Comment recomposer la proximité dans un environnement «routier», orienter les transformations, faire muter prioritairement des fonciers stratégiques, introduire de nouveaux types d'activité, donner une meilleure image à la zone ? etc...

A Metz, le sujet porte sur une très grande zone commerciale, Actisud. Elle s'est historiquement constituée au débouché de l'autoroute près de la base militaire qui vient d'être démantelée par l'armée. Nous avons commencé par élargir le regard car c'est tout l'avenir du sud de l'agglomération qu'il faut ici ré-interroger. La zone est implantée sur 3 communes, comprend 11 parcs avec des logiques très différentes et est desservie par une bretelle autoroutière.

Le projet essaie de faire venir le transport en commun et les modes doux jusqu'à la zone, d'introduire d'autres formes de commerce et de services liées aux arrêts du transport en commun, d'aménager ce que l'on a appelé des « voisinées », c'est-à-dire de mutualiser le parkings et relier les commerces par des cheminements confortables là où ces relations n'existent pas encore, et au final de préparer Actisud à un avenir plus «urbain».

Les sites visités ont beaucoup de traits communs (un urbanisme de produits, préformatés...) mais ils s'inscrivent chacun dans des contextes singuliers et spécifiques (autonomie/métropolisation, croissance ou déclin démographique, concurrence...). Avant de monter en généralité pour tirer les enseignements de l'expérience des Ateliers, il est utile de préciser les différences, analogies, oppositions que nous

avons observées. C'est l'objet de la première partie : «six sites pareils et différents».

La seconde partie décrit quelques leviers mobilisés pour les projets : comment créer de la valeur, introduire une diversité de programmes, réformer l'accessibilité des sites, orienter une mise à niveau environnementale...

En conclusion, et pour élargir le débat un peu trop simple sur la «France moche» des «entrées de villes», nous examinerons quelques idées reçues sur l'immobilier commercial, en indiquant des pistes pour en sortir.



# « Six sites pareils et différents ?... »

*Comment distinguer une « entrée de ville », d'une autre « entrée de ville » ?*  
 Tournant le dos à leur géographie, les zones commerciales se ressemblent, mêmes enseignes, mêmes architectures produits, mêmes giratoires fleuris, encombrements du samedi...

Pour introduire l'analyse et distinguer les situations, quelques clefs de lecture sont utiles pour appréhender les analogies et singularités des 6 territoires de province étudiés.

## Poids relatif dans le réseau des villes

Pour caractériser chaque situation, nous avons cherché à situer les terrains d'études dans le contexte national et européen. A l'échelle européenne, les six projets sont à l'écart des grandes dynamiques économiques ; et à l'échelle nationale, ils sont tous en retrait des dynamiques liées à l'héliotropisme comme phénomène démographique majeur.

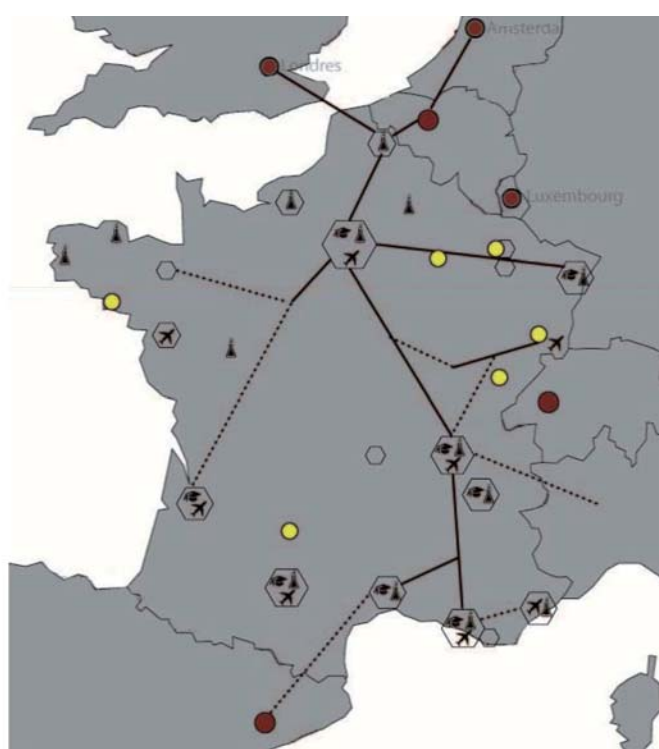
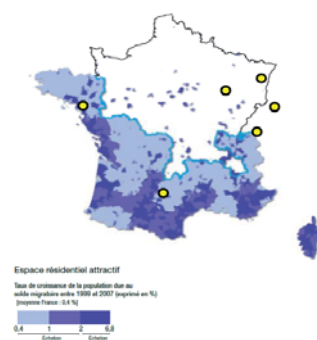
## Métropolisation

Il est un fait avéré aujourd'hui que les finances publiques se raréfient partout et que les investissements ont tendance à se concentrer dans les grandes métropoles. Dans ces conditions, comment les sites d'étude se positionnent-ils ? Subissent-ils l'influence d'une métropole ? En tirent-ils parti ? Cherchent-ils à établir un lien pour tirer avantage d'une dynamique ? Luttent-ils ou s'allient-ils avec d'autres villes ? Quelles incidences en termes de programmation ? Est-ce un développement exogène ou endogène qui est recherché ? À la lumière de ces questions, les six sites comportent des éléments paradoxaux intéressants pour s'interroger sur le positionnement du commerce.

→ Des dynamiques européennes, dont ne bénéficient pas systématiquement les territoires concernés



→ La mobilité des actifs et des retraités dessinent la carte des territoires attractifs



- Grande aire urbaine
- Site étudié
- LGV
- Projet de LGV
- Aéroport
- Université
- Pôle de compétitivité

*Autonomie* - Vue sous l'angle de la «métropolisation», Cahors est plutôt autonome et isolée. Lons-le-Saunier est aussi un territoire assez autonome mais il se situe à proximité de villes de taille quasiment équivalente qui sont en concurrence.

*Villes en réseau* - Lorient et de Châlons-en-Champagne sont deux territoires autonomes au regard des dynamiques nationales de métropolisation. Cependant ils ont une place à tenir localement dans un réseau de villes.

*Villes métropoles* - Metz et Mulhouse (Kingersheim – Wittenheim) sont des villes métropoles en concurrence avec d'autres métropoles. Elles se situent dans un tissu et un réseau économique tendanciellelement dynamique.

### Taille de l'aire urbaine

Les six situations étudiées peuvent être regroupées en trois grandes agglomérations : Lorient, Metz, Mulhouse et trois villes moyennes : Cahors, Châlons-en-Champagne et Lons-le-Saunier. Toutes sont caractérisées par une croissance démographique en périphérie, à l'échelle de l'aire urbaine, et une diminution de la population du centre-ville depuis une dizaine d'années. En termes de développement économique, les six villes n'ont pas le même positionnement. Certaines accueillent mieux les mutations économiques que d'autres, c'est par exemple le cas de Lorient. Metz, Châlons-en-Champagne et l'agglomération de Mulhouse connaissent davantage de difficultés.

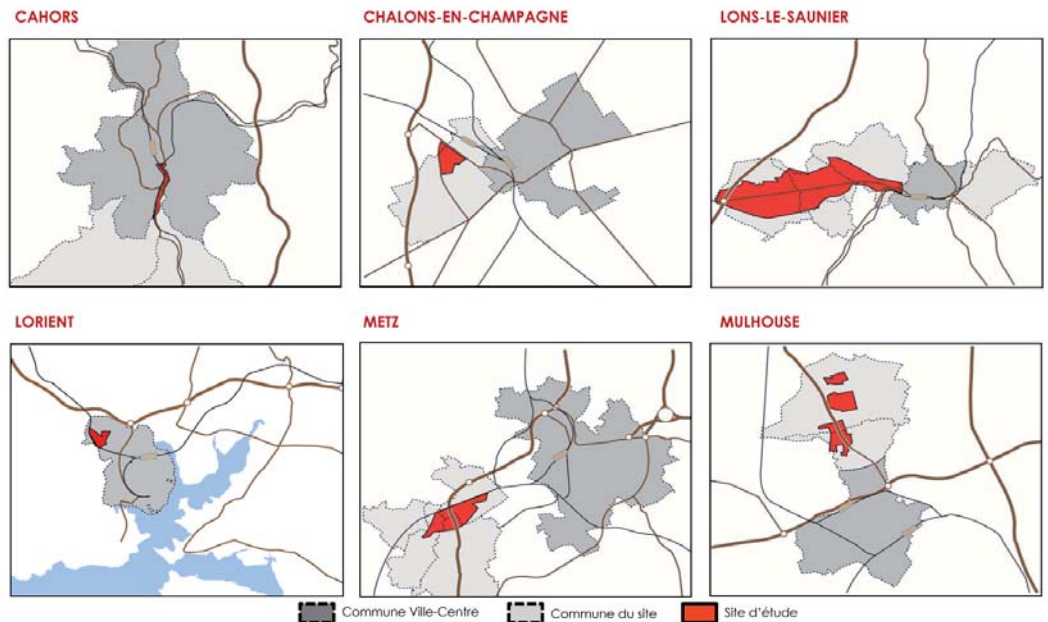
### Poids et évolutions démographiques

Nombre d'habitants et évolution démographique entre 1999 et 2006 (INSEE)



### Périphéries et gouvernances

Si les zones commerciales de Cahors, Lons-le-Saunier et Lorient sont situées dans la ville-centre et bénéficient à ce titre des moyens attachés à la gouvernance d'une ville moyenne, les trois autres sont implantées sur le territoire de communes périphériques, parfois très petites et rurales. C'est le cas en particulier à Metz où le périmètre s'étale sur trois communes (dont la plus grande compte 5 000 habitants). La gouvernance urbaine et économique est exercée par ces trois communes, alors même qu'avec près de 5000 emplois et plus de 150 000 m<sup>2</sup> de surface de vente, Actisud s'adresse à l'évidence à l'échelle métropolitaine, que ce soit en termes de surface ou d'enjeux.



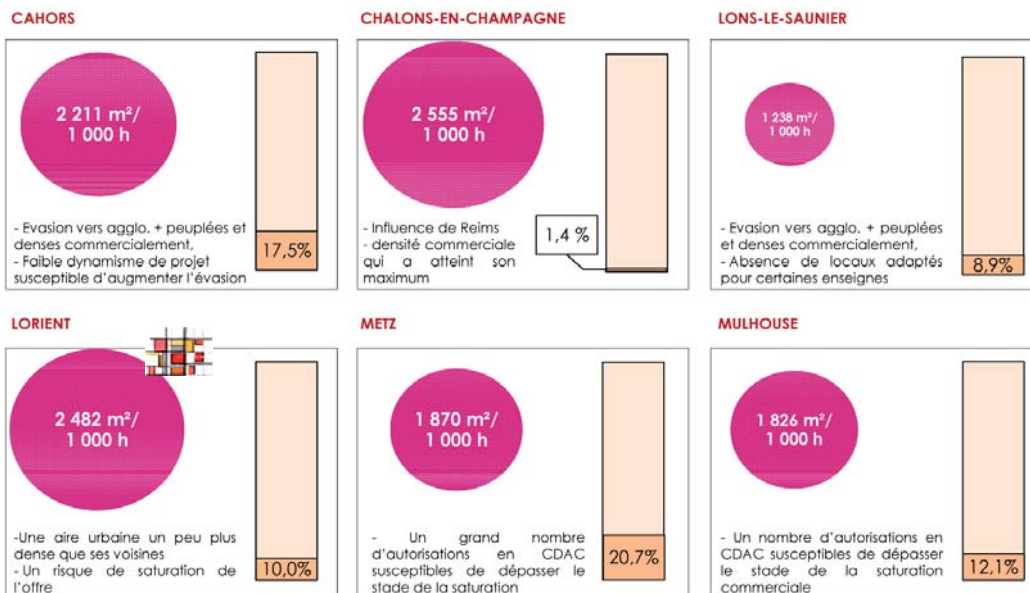
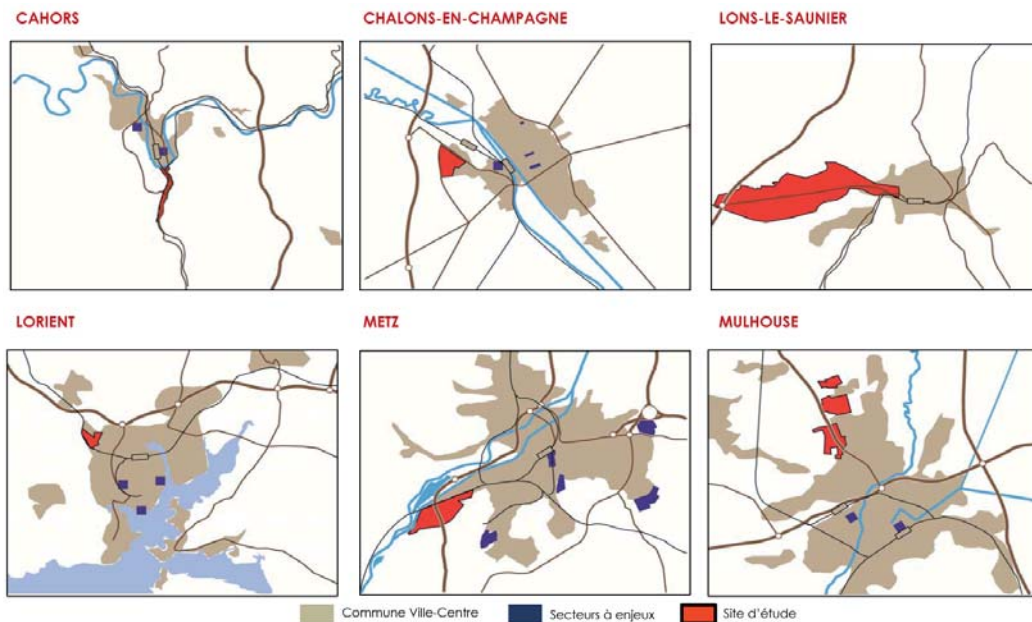
**Poids et évolutions économiques**  
 Nombre d'emplois et évolution du taux de chômage entre 1999 et 2008 (Insee)





## Territoires économiques, territoires prioritaires ?

A part Lons-le-Saunier dont la problématique du secteur étudié est directement reliée à la problématique du centre-ville, les zones commerciales sur lesquelles nous sommes intervenus ne sont pas, à l'échelle de l'agglomération, des sites prioritaires en matière de programmation urbaine ou de projet de ville. Cette faible reconnaissance de l'intérêt communautaire est un frein à la mise à niveau environnementale et urbaine des territoires économiques.



Densités commerciales et renouvellement de l'appareil commercial  
(autorisations 2008-2011 sur surface de vente à terme)

### **Densité d'équipement commercial**

Sur le plan commercial on peut catégoriser les sites analysés selon les critères suivants :

- Trois sites prennent place au sein d'agglomérations saturées mais qui continuent à développer des projets (Metz, Mulhouse et Lorient) : ces situations ne peuvent aboutir qu'à une accélération de l'enfrichement et le site de Kingersheim/Wittenheim en est le parfait exemple. C'est également le cas pour Metz mais là, le site est la zone commerciale de périphérie fonctionnant le mieux et les friches se sont développées ailleurs. Lorient se situe un cran en dessous mais est sur le point de connaître ce type d'évolution.

- Deux agglomérations sont peu denses commercialement, Cahors et Lons-le-Saunier, vivent sous l'attraction de métropoles plus attractives sources d'*évasion commerciale*. Ces deux agglomérations connaissent quelques projets commerciaux qui se concentraient au début de l'analyse sur les deux sites retenus, même si dans le cas de Cahors il s'agissait d'un transfert en raison de la problématique du PPRI.

- Une agglomération très dense commercialement et sans aucun projet, Châlons-en-Champagne, connaissant par ailleurs des problématiques de décroissance sur la zone de périphérie n°1 et en centre-ville, mais pas sur le site analysé.

### **Diversité de sites mais des problématiques communes**

Aucune des zones observées n'a été développée autour d'un projet d'aménagement concerté encadré par un représentant de la collectivité. Elles sont le fruit d'initiatives privées et se sont souvent développées en profitant de l'absence d'une gouvernance unifiée : c'est notamment le cas de Metz (trois communes, deux intercommunalités), Mulhouse (deux communes, deux intercommunalités à l'origine) et Lons-le-Saunier (deux communes). Les trois autres sites se sont également développés en étant portés par des opérateurs privés et sans que la collectivité ne s'y implique réellement notamment Fagnières, les dessertes et aménagement de la zone ayant même été réalisés par les enseignes, et Lorient, le secteur du Keryado ayant toujours été laissé de côté par la collectivité.

Ces sites se sont constitués via des initiatives privées mais dans tous les cas, on constate un éparpillement de la propriété des lots commerciaux et l'absence d'une structure de gestion unifiée. L'équipe a en effet été classiquement confrontée à une très grande diversité d'intervenants privés : des foncières, des propriétaires-exploitants, des SCI ou SCCV, des crédits-bailleurs, des institutionnels... La plupart des sites ne comprenait d'ailleurs même pas d'association de commerçants. Seule Actisud en était dotée sans que cela couvre l'intégralité des magasins présents. Cette situation est naturellement un frein très important pour toute intervention sur une zone commerciale qui vient s'ajouter à une absence récurrente de gouvernance unifiée.

Force est de constater l'absence d'une structure à même de porter un projet d'ensemble.

Enfin, ces zones concentrent toutes un paradoxe fondamental des entrées de villes marchandes : une forte valeur économique mais une faible valeur urbaine. Les évolutions actuelles indiquent que nous entrons en phase de décroissance commerciale sur ces zones mais si certaines commencent déjà à être touchées par l'enrichissement (on pensera notamment à Kingersheim et Wittenheim), la valeur immobilière des boîtes (et notamment celle attribuée par les propriétaires aux boîtes vides sur la base des valeurs locatives pratiquées autour) continue à constituer un frein à l'évolution de ces zones.





# 1/ créer de la valeur dans les zones existantes ?

*Les projets proposés ont chacun tenu compte des spécificités locales, de la typologie et des objectifs des intervenants mais on retrouve des éléments transversaux qui sont à intégrer dans tous projet d'évolution :*

*- La gouvernance : il faut un consensus au niveau des collectivités intervenant ou susceptibles d'intervenir sur ces zones qui ne muteront pas d'elles-mêmes.*

*- La création de valeur : aucun projet ne peut se faire sans création de valeur économique pour faire évoluer les opérateurs privés. Ceci est rendu d'autant plus difficile que nous entrons en phase de décroissance commerciale, ce qui n'incite pas à l'investissement.*

*- L'amorce : pour qu'un projet puisse entrer en phase opérationnelle, il faut identifier l'amorce qui impulsera la mutation et l'initier rapidement en mobilisant le ou les intervenants susceptibles d'en profiter. Cette amorce peut être un projet privé comme une intervention de la collectivité sur l'accessibilité et les espaces publics.*

## **La création de valeur**

Un état des lieux des outils à la disposition de la collectivité a rapidement indiqué de véritables carences ne permettant pas de prendre la main sur les sites analysés : pas de maîtrise foncière locale, réglementation peu développée ou inadaptée (notion d'ensemble commercial, taxation des friches...), pas d'interlocuteur global côté privé ou public... Aucun projet ne pouvait être unilatéralement porté par la collectivité sur chacun de ces sites et les opérateurs privés étaient incontournables. Pour intéresser ces derniers, il apparaissait ainsi comme indispensable de proposer des projets qui intègrent une création de valeur économique. La création de valeur par une augmentation de chiffre d'affaires s'est vite avérée être un écueil dans la mesure où ces zones commerciales entrent ou sont déjà entrées en phase de décroissance, ou pour le cas d'Actisud ne connaissent pas d'augmentation à la hauteur du financement d'un projet majeur. Par conséquent, les réflexions se sont orientées vers la création de valeur immobilière, c'est-à-dire de m<sup>2</sup> commerciaux supplémentaires aptes à être loués et par conséquent à générer des sommes permettant de financer des projets.

Toutefois, cette création mesurée de m<sup>2</sup> n'a de sens que dès lors qu'ils soient loués et qu'il y ait donc des enseignes cherchant à s'implanter sur la zone. Les sites analysés ont indiqué des potentiels de commercialisation faibles mais réels pour Metz, Lons-le-Saunier, Lorient et Mulhouse. Pour ces quatre sites d'ailleurs, nous avons des porteurs de projets privés identifiés en phase pré-opérationnelle ou opérationnelle et l'objectif a rapidement été de chercher à les utiliser afin de servir un projet d'ensemble sur la zone. Cela a été au final possible sur Lons-le-Saunier et Mulhouse mais l'équipe est arrivée trop tard sur Metz et Lorient pour infléchir les projets existants :

*- Lons-le-Saunier : un projet privé était prévu en lieu et place du Juraparc, après échanges avec l'opérateur privé se profile une possibilité de revoir le projet du côté du centre-ville sur un emplacement disposant d'une meilleure commercialité, en lien avec le transfert de Conforama et la destruction d'un bâtiment peu qualitatif.*

*- Mulhouse : utilisation du projet privé pour vider les zones en partie en friche,*

baïsser la valeur théorique de ces secteurs et être en mesure d'intervenir dessus pour y intégrer d'autres fonctions.

- Metz : il n'a pas été possible d'infléchir la réalisation du projet Grand Sud mais un projet alternatif a été proposé afin de requalifier l'existant via une amorce créée sur un terrain actuellement non commercial pour initier une opération à tiroir.

Dans les cas de Fagnières et de Cahors ces leviers n'étaient pas possibles d'où des leviers différents à trouver.

### **L'intervention de la collectivité**

Si les outils de la collectivité sont limités pour intervenir sur ce type de zone, les leviers existent afin d'impulser une mutation, même s'ils doivent faire l'objet d'une stratégie d'ensemble et s'intégrer dans une discussion et une action des opérateurs privés. En effet, la collectivité a la possibilité d'agir sur l'accessibilité des zones et sur les espaces publics\*. Les projets proposés ont en partie utilisé ce type de leviers, préexistant ou non à l'intervention de l'équipe.

On peut citer les exemples suivants :

- Lorient : arrivée du Tryskell et création d'une porte d'entrée plus urbaine pour la zone, création d'un ring de desserte améliorant l'accessibilité.
- Fagnières : refonte de l'accès principal, amélioration de la lisibilité des circulations internes à la zone, augmentation du confort de circulations piétonnes.
- Kingersheim et Wittenheim : amélioration de la desserte en transports en commun.
- Metz : amélioration de la desserte en transports en commun, connexion des voiries afin de fluidifier la circulation voiture.
- Cahors : réduire l'inondabilité de la zone.
- Lons-le-Saunier : optimiser les liaisons, notamment piétonnes avec le centre-ville, et retravailler une route afin d'améliorer la circulation dans la zone.

Ces actions ne sont qu'une partie de la réponse mais elles ont pu servir d'amorce pour les projets dans les deux cas suivants :

- Fagnières : l'adhérent de l'hypermarché Leclerc a été séduit pour le projet et a mis en œuvre son projet de refonte de l'hypermarché.
- Lorient : Carrefour Property s'est montré intéressé et réfléchit à un projet intégrant la création de la place et l'arrivée du Tryskell.
- Lons-le-Saunier : la collectivité et le groupe Casino réfléchissent à la création d'une rue marchande permettant de relier l'hypermarché au centre-ville à pieds.

Cette notion d'amorce est déterminante pour tout projet et quand elle ne passe pas par un projet privé, elle peut être impulsée par une intervention sur l'accessibilité et les espaces publics.

Un cas particulier, Cahors, entre dans ce cas de figure dans la mesure où la dangerosité de la zone et l'intervention sur le PPRI sont en mesure de faire bouger les opérateurs privés.



### **Quel avenir après le commerce**

La décroissance commerciale des zones d'entrée de ville est un fait et va se produire même sur les zones qui n'ont pas encore été touchées. Cela veut dire que la première action à entreprendre par les collectivités est d'utiliser leur principal outil de cadrage réglementaire, le PLU, éventuellement en lien avec un DAC qui délimitera les zones où le grand commerce pourra encore se développer. En effet, en parallèle de l'Atelier, deux sites d'intervention, Lorient et Lons-le-Saunier, voyaient encore une transformation de locaux d'activités en locaux commerciaux et à Lons, peu de temps après la fin de l'étude, un projet de nouvelle zone commerciale, créée ex nihilo sur la rocade vient concurrencer la rénovation du secteur Casino. Ces phénomènes sont à bloquer le plus rapidement possible.

Ensuite se pose la question de ce qui va remplacer le commerce. Le propre d'une zone commerciale de périphérie est d'être en périphérie mais plusieurs sites sur lesquels les équipes ont travaillé ont été créés dans les années 70 et ont depuis été rattrapés par l'urbanisation. Dans les zones en décroissance, cela permet en théorie plus de latitude pour proposer un projet alternatif sur les friches commerciales mais le logement constitue toujours une interrogation s'il est trop près du commerce : personne n'a envie d'habiter sur une zone commerciale. D'autres fonctions sont ainsi à trouver, pour remplacer en totalité ou en partie (création d'une zone tampon avec le logement) le commerce et l'équipe a intégré cette donnée dans les projets de Mulhouse et Lorient.

# Introduire une mixité fonctionnelle ?

*Abstract : L'introduction de nouveaux programmes, si elle peut parfois paraître pertinente lors d'une première approche, nécessite une étude approfondie du contexte, des enjeux et des dynamiques, et ce à différentes échelles spatiales et temporelles ; en effet quelle serait la pertinence de faire muter une friche commerciale vers un programme de logement si aucun services de proximité n'y est offert ? Quel serait l'intérêt de créer des bureaux à proximité d'un centre commercial si aucun transport en commun ne les desservira ?*

Introduire sur ces territoires commerciaux de nouveaux services, équipements, programmes économiques ou logements, est une façon de faire évoluer ces zones, de leur redonner de l'attractivité et d'ébaucher une mutation plus profonde, pour les rapprocher des dynamiques urbaines.

Cette réflexion prend son sens dans l'anticipation d'un contexte de stagnation (voire de réduction) des surfaces commerciales, libérant potentiellement foncier et locaux, là où d'autres programmes sont parfois en pénurie de surface.

## Quatre critères pour évaluer la réceptivité des sites

Au travers de la richesse des situations rencontrées, l'équipe a cherché à faire émerger ce qui pourrait être des critères de mutations, en distinguant la nécessité de muter du type de fonction envisageable. Le travail effectué a permis de faire ressortir des dénominateurs communs.

on peut regrouper les conditions propices à l'évolution fonctionnelle de ces zones en 4 domaines :

1/ L'évolution en cours des équilibres entre métropoles, et les facteurs exogènes et endogènes qui en découlent, supports potentiels d'évolutions ou de mutations pour l'agglomération

2/ Le système de gouvernance de la métropole, guidant la réflexion et la planification dont la zone commerciale peut ou non faire l'objet

3/ La situation de croissance ou de décroissance de l'agglomération, ainsi que ses perspectives

4/ Les caractéristiques urbaines et programmatiques de secteur élargi, ainsi que la façon dont le site est vécu et ressenti par ses usagers

Les orientations de programmation proposées lors des Ateliers découlent de l'analyse interscalaire et multifonctionnelle de ces facteurs.

### 1/ L'évolution des équilibres entre métropoles

Une approche large est nécessaire pour comprendre dans quel contexte se situe le territoire étudié et identifier les dynamiques auxquelles il participe ou auxquelles il est susceptible de se raccrocher.

Un phénomène de métropolisation est à l'œuvre en France. Les dynamiques en cours contribuent à redessiner une carte des accessibilités (TGV), autant que la redistribution des grands équipements (universités, centres hospitaliers, carte judiciaire). Ces évolutions questionnent en creux le rôle et le positionnement respectifs des agglomérations en fonction de leur éloignement des nouvelles métropoles.



Les dynamiques territoriales larges, qu'il s'agisse de la dorsale européenne ou de l'arc atlantique sur un plan économique, ou bien l'héliotropisme sur un plan résidentiel, esquissent aussi certaines tendances territoriales à moyen terme. L'approche multiscale menée sur les sites s'est intéressée aux liens, impacts et synergies entre les différentes échelles, du global au local. Ce passage par la grande échelle nous a permis de mettre en évidence sur certains territoires un décalage entre certains éléments d'appréciation sur lesquels étaient fondés les documents de planification territoriale et les dynamiques réellement à l'œuvre sur les territoires. A Chalons par exemple, ce recentrage nous a permis de redéfinir l'échelle de référence du projet sur la rive gauche et de proposer une vision cohérente et durable des pistes à explorer pour réfléchir aux mutations au niveau local, sur la zone commerciale étudiée.

## **2/ Gouvernance et planification**

Le système de gouvernance du territoire est un indicateur de la façon dont les acteurs s'organisent pour mener les réflexions et les évolutions de leur territoire : le périmètre de ces gouvernances qui peuvent être multiples dessine les priorités qu'ils accordent à tel ou tel espace, ainsi que le cadre et l'échelle dans lesquels leur réflexion prend place.

L'absence de gouvernance commune, en favorisant une disparité de point de vue des institutions et des acteurs économiques, aboutit à une situation de concurrence territoriale. L'incapacité à hiérarchiser les projets de développement consacre l'incapacité des acteurs publics à s'organiser pour réguler le marché local et tenter d'inscrire le développement dans une stratégie partagée prenant en compte un contexte territorial élargi. S'agissant de mutations urbaines qui prennent du temps, nécessitent études, mise en œuvre de projets urbains et évolution des perceptions d'usage des sites, la gouvernance actuelle et à venir est un élément essentiel pour réfléchir à l'introduction d'une mixité de fonctions.

## **3/ Croissance ou décroissance de l'agglomération**

Si la France connaît encore globalement une certaine croissance, de nombreux territoires se trouvent aujourd'hui dans des situations de décroissance, en lien avec une orientation économique peu positionnée sur des secteurs d'avenir, ou un vieillissement accéléré de leur population.

La capacité des sites à accueillir de nouveaux programmes dépend d'une part des dynamiques sociodémographiques, et d'autre part les évolutions économiques du territoire.

La croissance démographique témoigne en partie de l'attractivité locale. Elle est à corréliser avec le rythme annuel de construction de logement (lui-même dépendant du desserrement des ménages, du taux de vacance, de la restructuration du parc existant, entre autres exemples). Lorsque ces deux facteurs sont réunis, le constat de pression foncière peut être établi. Cette pression, couplée à des objectifs politiques ambitieux, est un atout pour envisager l'évolution des sites vers de l'habitat.



Concernant la croissance économique (que l'on peut estimer en croisant plusieurs données telles que l'indice de concentration d'emplois, l'évolution du nombre d'emplois, le rythme de construction de surface d'activité), elle témoigne aussi d'une forme de pression foncière qui peut se traduire par une accélération des mutations des secteurs en déprise.

#### **4/ Contexte et caractéristiques du secteur élargi**

Les zones commerciales étudiées, positionnées à l'écart des centres-villes et en entrée de ville, s'intègrent dans des environnements très différents. La pratique habituelle d'une zone commerciale par ses usagers renvoie à une image globale dont il faut tenir compte pour imaginer des mutations. Cependant c'est par l'étude détaillée de la façon dont chaque site s'intègre dans son environnement élargi que l'on peut imaginer des scénarios de mutation. Passer de la zone au quartier suppose de tisser des liens entre la ville habitée, la ville économique, la ville mobile, la ville équipée : mutualiser les espaces, les approches, les équipements pour donner toutes ses chances à la ville de bien fonctionner.

La présence d'un tissu urbain contigu au site commercial comme à Chalons ou à Kingersheim est un atout pour imaginer une transition de ce site vers une mixité de fonction. C'est à la fois la garantie de pouvoir imaginer une certaine urbanité sur le secteur; c'est aussi l'opportunité de passer un certain seuil d'habitants, d'actifs ou d'usagers permettant de viabiliser l'arrivée de services et d'équipements de proximité. Par exemple, la présence d'équipements de proximité proche de la zone commerciale peut devenir un facteur de renouvellement urbain. Une vie de quartier peut alors s'imaginer.

La qualité du grand paysage est un atout majeur pour la mutation des zones d'activité à dominante commerciale. Le contexte (topographique, hydraulique, agricole, forestier...) peut permettre d'imaginer des accroches pour de nouvelles fonctions. La qualité de ce contexte environnant présente un vecteur certain d'attractivité, notamment foncière.

Les gabarits des voiries qui entourent et traversent le site, les espaces publics, l'accessibilité à pied, en vélo, en transport en commun, la proximité d'une desserte gare sont autant de points positifs pour imaginer une reconversion urbaine.

Le statut du foncier et notamment la part de foncier public est évidemment un atout pour imaginer son évolution. La structure et la taille des emprises privées peut aussi jouer un rôle de déclencheur, ou à l'inverse de blocage.

Enfin, la présence de mixité sur la zone (existence de logements sur le site, d'équipements ou d'entreprises autres que du commerce) peut créer un appui important pour l'évolution du secteur.



# L'accessibilité des zones, levier de mutation ?

*La refonte des systèmes d'accessibilité est manifestement un levier d'action important qui peut être utilisé tant pour optimiser l'accès aux sites que pour faciliter les déplacements internes.*

*Dans certaines conditions, la diminution du nombre de voitures peut certainement être obtenue sans diminuer l'accessibilité globale, voire en l'augmentant et donc sans mettre à mal le chiffre d'affaire. Ce levier permet de mettre en route d'autres actions comme la diminution du nombre de places de parking qui entraîne à son tour la possibilité de rendre les espaces publics plus agréables, (voire d'en créer) et les déplacements en mode doux possibles et attractifs.*

*On a donc peut-être la possibilité de créer des cercles vertueux si chaque partenaire est convaincu que ses intérêts économiques et / ou sociaux, sont pris en compte. Dans le système français où les infrastructures nécessaires au fonctionnement des zones commerciales sont en majorité financées directement par le privé, les enseignes, si elles sont convaincues qu'elles peuvent améliorer image et accessibilité pourraient jouer un grand rôle et faire des investissements pas seulement orientés vers la route.*

*Enfin, l'introduction de nouveaux usages et de nouveaux programmes permettrait, en élargissant la clientèle potentielle des TC d'améliorer la rentabilité de ceux-ci. Comme pour la route se pose toutefois la question du financement de l'investissement et du coût d'exploitation en cas de déficit.*

*Une telle dynamique semble se dessiner sur certains sites de la mission : Metz avec, comme nous l'avons préconisé, le démarrage d'études globales sur les déplacements, Fagnières, Route de Soultz à Kingersheim Wittenheim avec une action rapide sur le réseau de transport.*

## **Un paysage dessiné pour l'automobile**

Les espaces commerciaux observés ont en commun un paysage « routier » Le dimensionnement des voiries, la signalétique, l'espacement entre les commerces (implantations en retrait de l'alignement, parkings extensifs, délaissés de voirie divers), la multiplication des obstacles au cheminement des piétons (clôtures, multiplication des accès automobiles, discontinuités de nivellement, interruption des trottoirs, surdimensionnement des voiries...) contribuent à la prééminence de l'automobile, parfois à l'exclusion des autres modes (piétons, vélos, bus...)....

## **La désorganisation des dessertes et la gouvernance**

Les six zones commerciales observées ont en commun d'avoir été réalisées sans projet global et d'avoir été développées au coup par coup par des initiatives privées.

Les infrastructures d'approches dont la collectivité a la maîtrise d'ouvrage (et donc qu'elle paye), sont souvent fortement dimensionnées. A Metz, par exemple, Actisud dispose pratiquement depuis la ville centre de 2 voies d'autoroute dédiées, 3 entrées et 3 sorties alors que les communes en charge de l'aménagement local (en raison entre autre des problèmes de gouvernance), n'a pas les moyens d'optimiser la capacité offerte par ces voies d'accès. L'absence de hiérarchie lisible, l'organisation (ou la désorganisation...) des moyens de déplacement sur le site est la résultante du mode de développement

« pragmatique » mais en réalité anarchique des secteurs. Du fait de la prise en charge des aménagements par le privé sous couvert de pragmatisme économique, et en l'absence d'un projet public clairement affiché, les sites se sont adaptés au coup par coup, aboutissant à des zones illisibles à ne parcourir qu'en voiture.

A Actisud, les collectivités en charge des transports ont été jusqu'à présent dans l'incapacité de faire circuler une ligne de TC fiable et régulière.

Partant de ces observations, les démarches proposées sur les sites ont en commun des objectifs de recomposition de la structure, de la hiérarchie et du maillage des voies de desserte.

### **Introduire une offre de transports en commun**

Dans la perspective du litre d'essence à 2€, on pressent que les TC ont un rôle à jouer dans la desserte des zones commerciales de périphérie. Un sentiment conforté par des indices épars, en provenance de sites variés, (Château Farine à Besançon, Atlantes à Tours, Alma à Rennes ou encore V2 à Lille...). En particulier, des études comportementales montrent que certains centres commerciaux reçoivent un nombre important de visiteurs qui ressortent les mains libres (40% !), ou sans caddies (75 % !). Des entretiens réalisés sur site montrent que 20% des gens se rendent dans un centre commercial pour d'autres motifs que l'achat, qu'il s'agisse de lèche vitrine, de simple promenade ou d'une destination de loisir... Ceux-là sont donc potentiellement intéressés par les transports en commun. (Chiffres issus d'une étude diligentée par Kéolis et réalisée par Tryom ).

Le complexe commercial de la Toison d'Or, situé en périphérie de Dijon et qui bénéficie d'une liaison au centre-ville par un bus à niveau élevé de service montre par exemple que ce mode de transport peut avoir du poids sur la fréquentation du centre : en moyenne près de deux mille montées par jour à l'arrêt qui dessert la zone commerciale ! A Lyon, la desserte fluviale du centre Confluence semble également connaître un certain succès bien qu'on n'y embarque pas de caddies...

Enfin, on ne peut pas considérer les TC uniquement comme un moyen d'aller consommer. Les centres commerciaux sont également de gros pôles d'emplois qu'il conviendrait de desservir.

Enfin, dans l'optique du fonctionnement urbain de l'agglomération, l'absence de desserte par les transports en commun est un facteur d'isolement social dans la mesure où les personnes ne disposant pas d'un véhicule ne peuvent que difficilement accéder aux sites et s'y déplacer.

### **Recomposer les relations de voisinage**

Sur les territoires étudiés, le modèle dominant du « No Parking - No business », les faibles coûts fonciers de la périphérie, l'absence de mutualisation des emplacements créés pour des raisons opérationnelles, commerciales ou juridiques ont produit sur les sites de l'espace et de vastes surfaces imperméabilisées. Les stratégies élaborées pendant l'atelier ont mis en avant plusieurs orientations d'actions pour faire évoluer l'occupation du sol.



L'introduction d'un site propre de transports en commun pour diminuer le recours à la voiture, est généralement facilitée par faible densité d'emprise au sol et par l'implantation des commerces en retrait de l'alignement. La stratégie proposée sur la zone commerciale d'Actisud à Metz, tire ainsi parti des contre-allées de parking existantes le long de la route nationale pour organiser une croisée entre la desserte par les transports en commun et un itinéraire piéton-vélos structurant. Un rôle accru des TC et des modes doux dans le fonctionnement futur du site, justifie de diminuer les énormes surfaces de parkings, très largement dimensionnées et souvent mal utilisées actuellement (mutualisation limitée...). Les TC sont par ailleurs un puissant vecteur de transformation de l'espace public et de réduction de la place de la voiture (cf propositions Seura architectes pour Rosny, Montigny, Metz). Dans les grandes zones commerciales, comme dans les centres et les faubourgs, ils peuvent jouer le rôle de modernité positive des lieux et fournir l'occasion de DUP motivées.

Le second levier proposé consiste à recomposer les relations de voisinage entre commerces. En mutualisant mieux les parkings, en permettant de passer plus facilement d'un commerce à l'autre à pieds, on peut optimiser le nombre de places nécessaires et permettre une certaine densification. Cependant, en l'état de la législation en vigueur, cette proposition bute sur la définition légale d'un même ensemble commercial : le mode de calcul du seuil de CDAC retient le critère d'accès commun ou de parking mutualisé pour cumuler les surfaces. Dans ces conditions, le simple fait de relier par une voie d'accès commune deux commerces existants peut entraîner l'obligation d'un passage en CDAC avec les risques et délais de procédure que cela sous entend...

\* Une place utilisée 12 fois 5 minutes équivaut en théorie à 12 places utilisées 1 heure.

Le développement rapide de la concurrence des « drives » sur les sites va sans doute précipiter la reconfiguration fonctionnelle des zones commerciales. Cette innovation ne diminue pas forcément le nombre de voiture qui accèdent aux centres commerciaux mais dans la mesure où le temps de stationnement des véhicules est très inférieur à celui qui est généré dans le cadre des achats effectués de manière classique, ils révolutionnent leur fonctionnement\*.

## Conclusions

Les sites étudiés ont en commun un manque de connaissance des déplacements qu'ils génèrent. Les études disponibles sont rares, lacunaire. Les éléments de comptages réalisés sont le plus souvent parcellaires. Les études existantes ne mettent pratiquement jamais en relation les flux générés quel que soit le mode, avec des indicateurs commerciaux tels que les chiffres d'affaire, les zones de chalandise par exemple.

Aussi, si la disparité des sites étudiés dans le cadre de l'Atelier National Territoires économiques est intéressante, elle ne permet pas de tirer aujourd'hui des conclusions statistiques sur la fréquentation, les moyens et modes d'accès...

Le rôle des transports en commun est certainement un sujet à développer en s'appuyant sur une base de données qui reste à créer à un niveau national. Des études statistiques permettraient d'évaluer dans quelle mesure on pourrait réduire le nombre de places de parking, au bénéfice des déplacements doux et de l'espace public, ainsi que des TC. Il faudrait donc rechercher, sur la base d'études approfondies, statistiques, commerciales et de déplacements les éléments à mettre en avant pour obtenir un consensus entre les différents partenaires intéressés par l'évolution des centres commerciaux. Cette base permettrait de décliner ensuite des études par site.



# L'urbanisme commercial est-il durable?

Privilégiant l'accessibilité automobile et la recherche de coûts de foncier réduits, l'urbanisme commercial qui s'est développé à partir des années 60 a concentré à la périphérie des villes des pôles économiques aménagés à bas coûts. Ces surfaces, largement dimensionnées, ou le parking peut s'étendre contribuent directement et indirectement à l'étalement urbain et à la consommation des terres agricoles. le plus souvent monofonctionnelles, les zones commerciales sont construites à bas coût. L'architecture se réduit le plus souvent à un hangar. La voirie se restreint à la chaussée. Les préoccupations environnementales sont absentes : consommation foncière extensive, consommation d'énergie importante (éclairage artificiel, climatisation... rarement associée à de la production locale), le recyclage des déchets n'apparaît pas comme une priorité, les eaux pluviales ne sont pas valorisées, etc.

Nous touchons aujourd'hui les limites de ce modèle. Le réchauffement climatique, la perspective d'un épuisement des énergies fossiles, la montée en puissance du local, le développement d'Internet imposent d'élargir la réflexion et de tester d'autres modèles conçus pour une plus grande frugalité. Les préoccupations environnementales issues du Grenelle suffiront-elles à remettre en cause le modèle aujourd'hui encore dominant et à préparer les zones commerciales à une mutabilité ?

L'intégration croissante du long terme et des aspects environnementaux font émerger des enjeux nouveaux. Repenser les liens entre urbanisme commercial et systèmes techniques conduit à questionner la dépendance entre les différentes échelles spatiales sur des enjeux contextuels et locaux. Le concept de Ville durable contribue à intégrer les jeux d'acteurs dans une approche éco-systémique.

## **Préoccupations environnementale des zones commerciales : quelles réalités ?**

### **L'assainissement**

La forte imperméabilisation des sites fait de l'assainissement des eaux pluviales un enjeu environnemental majeur pour la rénovation des ensembles commerciaux. A Lons, la gestion du ruissellement sur la zone commerciale présente un risque de pollution du cours d'eau ; à Lorient, les surfaces imperméabilisées du bassin versant engendrent une érosion rapide du lit de la rivière; A Metz, Actisud forme une coupure imperméable entre coteau boisé et parc humide de la Moselle.

Les enjeux de gestion des eaux de ruissellement sont doubles : l'imperméabilisation des parkings génère des eaux de ruissellement polluées et avec une turbidité importante. L'imperméabilisation due aux bâtiments représente des surfaces captantes importantes d'une eau dont la qualité est généralement acceptable pour différents usages sans traitement préalable. Aujourd'hui, les eaux recueillies sont rejetées indistinctement dans les systèmes techniques classiques d'assainissement.

Les techniques dites alternatives de gestion et d'infiltration permettent de réduire la pression sur le réseau et son dimensionnement (et donc à terme le coût de la

taxe sur les eaux pluviales...). Elles fournissent également un support pour la trame verte et bleue. La gestion durable de l'eau ne peut pas se concevoir sans une prise en compte de la biodiversité et une bonne compréhension du contexte naturel et réglementaire qui fixent à la fois des zones de protection (d'habitat, d'espèces...) et des objectifs de maintien ou d'amélioration de la qualité des écosystèmes (trame verte et bleue, SDAGE...).

Les réseaux urbains d'assainissement pluvial présentent généralement des dysfonctionnements lors des pics pluviométriques, ou lors des crues fluviales (car il n'y a plus d'exutoire pour les réseaux). De plus, par temps de pluie intense, ces réseaux génèrent une dégradation de la qualité des milieux récepteurs. Pour minimiser les impacts sur les milieux et pour réduire les coûts de la gestion des eaux pluviales, on passe progressivement d'une logique « tout réseau » vers une logique de « gestion de proximité ». Selon (Carré C. et al. 2006) « ce sont les techniciens de l'eau et de l'assainissement eux-mêmes qui mettent en cause le fonctionnement des services, en refusant de continuer d'équiper les villes et les campagnes selon une seule logique d'offre ». La « logique de produit » s'oriente vers une palette de réponse plus complexe en lien direct avec le territoire et avec le cycle de l'eau (Chocat / EURYDICE 92, 1997 ; MEDD-CERTU, 2003). Ainsi en complément de la gestion par réseau, un ensemble de solutions techniques s'est développé afin de répondre aux différentes échelles, telles les toitures terrasses, les tranchées drainantes, les bassins à ciel ouvert, les noues paysagères... Ces techniques sont dites alternatives au réseau d'assainissement pluvial et, selon Catherine Carrée, elles sont « surtout alternatives à la façon de concevoir l'assainissement. Les techniciens parlent de techniques compensatoires à l'urbanisation. ».

En matière d'assainissement, s'opposent aujourd'hui deux cultures techniques. La première est historique\*, fondée sur la gestion hydraulique des eaux usées et pluviales et l'idée de performance du réseau. La seconde est une stratégie préventive\*\*, fondée sur la gestion du territoire urbain (prise en compte de l'impact des eaux sur le territoire et de l'impact du territoire sur la gestion des eaux). A partir des années 1980, le Conseil Général de Seine Saint-Denis a progressivement imposé aux aménageurs de ne pas augmenter la quantité d'eau apportée dans les canalisations. Cela se traduit aujourd'hui physiquement dans le territoire urbain, avec plus de 450 dispositifs de retenue pour une surface maîtrisée de 2 000 ha. Mais l'insertion des techniques alternatives dans les projets territoriaux reste encore difficile et rare au regard des réseaux enterrés et bassins de stockage souterrains réalisés. Certains centres commerciaux ont cependant déjà adopté des démarches plus vertueuses, ainsi l'installation récente à Velizy de bâches à eau destinées à récupérer les eaux de pluie pour l'arrosage des arbres et le nettoyage du centre.

## L'énergie

Il y a en France environ 40 millions de m<sup>2</sup> de surface de vente sous forme de bâtiments commerciaux et près de 16 millions de m<sup>2</sup> pour les galeries marchandes des centres commerciaux (PERIFEM, 2011). La plus grande part de ces constructions a été réalisée dans les années 70 à 90, alors que les préoccupations environnementales étaient peu prégnantes. Aussi les centres commerciaux ne sont pas économes en énergie. La valeur moyenne de consommation énergétique est de l'ordre de



500kWh d'énergie primaire par m<sup>2</sup> de surface de vente (200 kWh en énergie finale). La conjonction des faiblesses thermiques des constructions et de la spécificité de l'activité qui implique de grosses consommations énergétiques pour assurer le fonctionnement des équipements explique ces niveaux. Dans les magasins de grande distribution, les équipements les plus énergivores sont les systèmes de réfrigération alimentaire (40% de la consommation en hypermarché), systèmes de chauffage et de climatisation, systèmes d'éclairages (24%), systèmes divers tels que ascenseurs de charges, ateliers de fabrication. Face à cela le Grenelle fixe l'objectif de réduire pour 2020 de 38% les consommations énergétiques du secteur tertiaire constitué pour 1/2 des bâtiments commerciaux.

**\*Stratégie de protection :**  
Stratégie de gestion des flux qui a évolué avec la gestion automatisée des réseaux et les techniques de rétention à la parcelle. Stratégie fondée sur des ressources d'expertises techniques et technologiques fortes et sur l'idée de performance du réseau.

**\*\*Stratégie préventive :**  
Stratégie de surface ou de territoire qui utilise des outils d'urbanismes (schémas, plans, zonage, permis de construire, projets d'aménagements, participation du public...). Stratégie qui nécessite des ressources d'actions publiques : ressources institutionnelles liées à la fonction occupée et ressources sociales, renvoyant à la reconnaissance sociale dont fait l'objet l'acteur et surtout aux réseaux relationnels sur lesquels il peut s'appuyer.

La question des déplacements n'en est pas moins importante. Dans le bilan carbone du groupe Casino de 2004, le transport de marchandise représente 16% des GES, celui des clients 38%, alors que comparativement la consommation d'énergie liée au fonctionnement des bâtiments n'est que de 10%. Sur la totalité de la circulation urbaine des voitures particulières, 20,6 % des déplacements sont liés aux achats (Beauvais J.-M., 2003, p.109), saturant ainsi le réseau routier. Le centre commercial d'Auchan à Englos, dans la banlieue ouest de Lille, génère à lui seul le tiers du trafic de l'autoroute A 25 le samedi après-midi (Héran Frédéric et Brichet Marie).

L'optimisation de la valorisation des déchets (respect du tri sélectif par les enseignes pour faciliter le traitement des cartons ...) est également un vecteur sur lequel il est important de travailler en intégrant la diversité des flux.

### **L'intégration des risques, levier de transformation ?**

Actuellement les experts du changement climatique (IPCC 2007) proposent plusieurs hypothèses d'évolution, mais quel que soit le scénario à venir, des conséquences sur la fréquence et la sévérité des précipitations sont attendues. Des épisodes de sécheresse plus intenses alterneront avec des précipitations plus fortes (Lamarre 2008).

Des précipitations plus intenses sur des sols moins perméables augmentent le ruissellement, augmentent les débits dans les cours d'eau, réduisent le temps de réponse du bassin versant (ce qui réduit également le temps de préparation et d'alerte). Le changement climatique, combiné à la concentration des biens et des personnes en milieu urbain se traduit par une augmentation du coût des dommages. Cette tendance devrait se poursuivre dans les années à venir.

A l'échelle d'un territoire local, le développement urbain surajoute des aléas d'origine anthropique et amplifie les aléas dits naturels. L'urbanisation commerciale qui s'est développée au cours des dernières décennies en périphérie des agglomérations est généralement représentative d'un urbanisme peu attentif aux aléas météorologiques. Les zones commerciales participent grandement à l'imperméabilisation des sols (bâtiments et surfaces commerciales, parking, voirie...). L'imperméabilisation des zones commerciales augmente le ruissellement local et limite l'infiltration. Les précipitations intenses sur des surfaces imperméables génèrent localement des inondations pluviales et une augmentation des débits sur l'aval du bassin versant pouvant générer des inondations fluviales.

Depuis plusieurs décennies les politiques publiques se heurtent à la difficulté opérationnelle de mise en œuvre d'actions de réduction de la vulnérabilité. Dans le même temps, de très nombreux espaces inondables ont été urbanisés.

Lorsque la vulnérabilité est étudiée de manière complète (ce qui est rarement le cas), la stratégie de réduction dans les zones urbaines doit s'établir selon deux formes :

- une composante territoriale :

- à l'échelle urbaine : accessibilité, réseaux, etc.

- à l'échelle du bâtiment : adaptation du bâti à la crue, résistance à l'eau imperméabilisation, etc.

- une composante organisationnelle : gestion des secours, plans de gestion des risques, gestion des stocks, des déchets, des produits polluants, préparation pendant l'alerte, etc.;

Dans les actes, l'approche traditionnelle du risque par le couple aléa-vulnérabilité peut s'opposer à une évolution durable des territoires. Sachant que chaque commune du territoire national est soumise à au moins un risque majeur, il apparaît simpliste de prétendre extraire l'urbain du risque. Confronté à une multitude de risques environnementaux et d'interactions, le débat sur l'aménagement du territoire en général et des zones à risque en particulier doit s'insérer dans un projet global de développement qui intègre les facteurs de risques et les différentes vulnérabilités (matérielle, structurelle, fonctionnelle). Selon Jaques Faye (2005) ce choix stratégique est un défi pour le 21<sup>e</sup> siècle : « Comment faire en sorte que la construction soit bien un abri y compris en cas d'inondation ou de séisme ? A ce jour, on n'a pas de réponse [...] or, une moindre vulnérabilité est une démarche qualité considérée comme l'une des bases du développement durable. » (Faye 2005).

Trois des sites abordés dans le cadre des Ateliers sont concernés par le risque hydrologique. Les aléas sont de deux natures : à Metz l'aléa concerne la gestion des eaux pluviales. L'approche proposée associe la transformation de l'espace public à un travail sur l'assainissement pluvial suivant des méthodes alternatives.

A Cahors et à Chalons en Champagne, la démarche concerne la gestion du risque d'inondation fluviale. Pour ces deux territoires, préexiste une urbanisation en zone inondable (zone commerciale en fond de vallée du Bartassec, zone de fret ferroviaire et bâtiment d'archive dans la plaine de Chalons). L'aménagement existant n'intègre pas le risque, et il est aujourd'hui très difficile de faire évoluer l'urbanisation sur ces périmètres classés en zone rouge dans le plan de prévention des risques récemment adopté. Si la zone rouge n'empêche pas des interventions sur les bâtiments, les évolutions sont limitées au seul objectif de réduction de la vulnérabilité. Cette situation n'incite pas la mutation et fige ainsi la situation à risque.

Du point de vue des acteurs locaux, à Cahors, comme à Chalons, le classement en zone rouge apparaît contreproductif : en bloquant l'évolution du site, le PPRI gèle toute évolution commerciale sur la route de Toulouse ... Mais en empêchant la création de valeur, le PPRI ne favorise pas un renouvellement urbain qui participerait à la réduction des risques...



### **Les territoires commerciaux, une situation singulière ?**

Les espaces commerciaux périphériques qui se sont développés à bas coût au cours des dernières décennies sont aujourd'hui soumis à des nécessités de modernisation. Mais à la différence d'autres espaces urbains, le fonctionnement fortement concurrentiel du commerce impose aux acteurs la mutation de ces territoires « vieillissant ». Sans évolution rapide, le risque d'évasion commerciale et d'apparition de friches est important.

La démarche de projet proposée dans le cadre des Ateliers et le rapprochement des acteurs ont permis de mettre en évidence une convergence d'intérêts. A Cahors comme à Châlons-en-Champagne, les acteurs politiques et économiques s'accordent sur l'enjeu de débloquer la situation et de faire évoluer l'existant. Les acteurs économiques sont prêts à investir dans la transformation des sites. Les municipalités sont inquiètes sur le devenir de ces espaces. Les services de l'Etat constatent que la réglementation n'incite pas à une évolution favorable dans la prise en compte des risques.

La compartimentation entre les acteurs publics et privés de la ville peut-être un frein majeur à la mise en œuvre d'une stratégie d'adaptation et d'améliorer de la résilience du système urbain. Que ce soit dans l'élaboration de nouveaux aménagements ou lors de la gestion des situations de perturbations, le manque de collaboration entre les acteurs ne favorise pas des actions intégrant le risque dans les pratiques d'aménagement. La mise en place des Plans de prévention des Risques (PPR) participe à cette logique de dissocier risque et aménagement. Les PPR apportent un ensemble de contraintes sur l'aménagement local qui freinent parfois la prise en compte des risques dans les territoires urbains. Ainsi pour Jean-Marc Vayssouze, Maire de Cahors, « [les acteurs locaux] exploitent aujourd'hui les failles du PPR inondation, si tant est qu'il y ait des failles, en créant des hérésies ».

Les ateliers lèvent cette difficulté par un travail collaboratif intégrant l'ensemble des acteurs locaux, et nationaux. Ce travail s'établit à toutes les échelles, de la parcelle au bassin versant en passant par l'agglomération et la possible réorganisation multi sites. Le travail en ateliers s'effectue par des allers-retours tout au long de l'étude et par des réunions avec l'ensemble des acteurs pour présenter les connaissances acquises et pour proposer des évolutions dans la recherche d'un projet urbain plus résilient et ainsi arrêter des choix partagés.

A Cahors les ateliers ont fait émerger une alternative pour réduire les enjeux présents sur le territoire inondable actuel. Cette alternative coproduite avec les acteurs impliqués propose d'externaliser les stocks de voitures neuves des nombreux garages sur une zone non-inondable. Pour cela un bâtiment commun aux différents garages serait construit à la sortie d'autoroute, à quelques kilomètres des lieux actuels de vente qui se restructureraient alors en showroom. Pour que des projets intégrateurs puissent naître d'une co-production mobilisant l'ensemble des acteurs, il est indispensable de ne pas occulter la complexité des territoires : projet, analyse et référence procèdent d'une même démarche insécable. Pour sortir des situations de blocage, un regard prospectif et enrichi par la présentation d'expériences étrangères a nourri positivement le déroulement des



ateliers. Ces expériences sont issues de projets urbains résilients développés dans des agglomérations en Europe.

La démarche des Ateliers nationaux, qui mobilise l'ensemble des partenaires dans une attitude particulière positive a pu tirer profit du dynamisme des enjeux et des acteurs du renouvellement commercial. Elle a montré que les espaces commerciaux peuvent être des territoires d'expérimentation et de réflexion pour des stratégies plus urbaines dans la gestion des risques naturels. La recherche de la résilience permet de réaliser le passage d'une logique de contrôle de l'occupation du sol à une logique de projet urbain durable. L'intérêt de construire la démarche de projet à partir de la résilience est d'intégrer le risque dans les processus de décision collective afin de favoriser la mise en place d'une co-production de la sécurité.

## Conclusions

Les difficultés observées sur les sites et les échanges avec les acteurs locaux nous ont montré que les Territoires Economiques sont des zones urbaines « intenses » en termes d'impacts environnementaux. Elles impactent fortement les grands réseaux (déplacements, mais aussi très forte consommation énergétique, impacts sur la qualité des eaux, ruissellement urbain important...).

Si l'on cherche à y inscrire une évolution vers une ambiance plus urbaine et des pratiques environnementales plus vertueuses, les atouts majeurs des zones commerciales sont la faible densité construite et les flux important des personnes qui y passent.

La faible emprise au sol des constructions permet d'envisager l'intégration matérielle d'éléments techniques permettant une meilleure gestion des eaux, des flux, de l'énergie et des déchets. Elle peut également permettre de préparer les sites à une plus grande mutabilité (notamment lorsqu'il s'agit d'introduire de nouvelles activités - ressource, production... - ou une trame verte et bleue pour la gestion à l'échelle territoriale des eaux de pluie, des déplacements doux et de la qualité urbaine.

La prise en compte de ces atouts permettra qu'elles deviennent « intenses » pour (production d'énergie, récupération des déchets, mise en place d'écocycles...). Au-delà des apports environnementaux, l'intensification urbaine des territoires économiques doit permettre à la collectivité de réduire les investissements sur des réseaux qui sont le plus souvent vieillissant et sous dimensionnés.

La prise en compte des risques locaux ne doit plus se traduire par une conception rigide de la carte du PPRI mais plutôt par une intégration de la dynamique des lieux dans la reconnaissance assumée par les acteurs des situations à risques potentiels ou avérés. Un état des lieux global et partagé du territoire permettrait de donner aux acteurs locaux et nationaux la connaissance du contexte urbain c'est-à-dire de l'ensemble des risques, des coûts sociaux, économiques,



environnementaux, etc. Dans cet état de connaissance il devient possible de construire des projets urbains adaptés. L'expérience des Ateliers Nationaux montre que cette connaissance doit être intelligible au niveau local afin que les acteurs impliqués dans le projet urbain puissent s'en saisir. L'ouverture de la réflexion par des expériences exemplaires, par de la prospective, et par la présentation de projets urbains spécifiques aux sites étudiés a placé les acteurs dans une démarche constructive de recherche de solutions.

Au-delà des ateliers, cette expérience apporte des éléments importants qui associent la mise en action de la résilience à trois axes :

- partager de la connaissance de l'état de risque avec l'ensemble des acteurs locaux et des services de l'Etat.
- ouvrir sur des expériences qui montrent que la situation peut évoluer positivement et qu'il peut exister des solutions efficaces pour les territoires inondables.
- responsabiliser et rassembler l'ensemble des acteurs dans une démarche de conception d'un projet urbain qui fixe des objectifs de réduction des risques.

Enfin il faut souligner que les espaces commerciaux doivent être analysés aussi en fonction des services qu'ils peuvent rendre en cas d'inondation. Pour des événements extrêmes, le fonctionnement des territoires sera fortement perturbé, et la mobilité sera réduite. La présence d'espaces commerciaux capables de distribuer des denrées importantes ne doit pas être négligée. Ce qui implique de penser le fonctionnement des territoires. Comment s'approvisionner en cas de crue majeure selon que l'on habite sur la rive gauche ou droite de la Marne à Chalons, du Lot à Cahors.... ? La démarche entreprise par les ateliers intégrant le fonctionnement des territoires urbains en temps normal et en temps de crise a un intérêt qui dépasse les logiques de l'urbanisme commercial.



# Conclusion

# 10 idées recues sur l'urbanisme commercial et quelques pistes pour en sortir...

En matière d'urbanisme commercial nous partons tous avec des idées reçues et notamment que la question du commerce et des « entrées de villes » serait simple si elle n'était qu'affaire d'esthétique, mais c'est un peu plus compliqué que cela.

Il faut éviter les malentendus. Le débat n'est pas entre « une France moche » et le reste du monde ; la voiture contre les transports en commun ; la boîte contre les gestes architecturaux. L'enjeu relève plutôt d'un mode de ville qui n'exclurait pas d'autres modes d'usage et de déplacement qui n'injurierait pas l'avenir, y compris celui du commerce lui-même. Il optimiserait ainsi les infrastructures existantes. Mais pour cela il faut en comprendre les mécanismes.

Grâce aux experts qui nous ont accompagné tout au long de l'Atelier, Nicolas Douce et Jérôme le Grelle (CVL), Philippe Massé (ETC), François Monjal (Alpha-ville) nous avons pu démonter quelques idées reçues et proposer quelques pistes pour en sortir.

David Mangin

[1.] *« la question du commerce se réduirait à celle des entrées de ville »*

[2.] *« le commerce de périphérie tue les centres-villes » et « l'emploi justifierait tout »*

[3.] *« améliorer les environnements commerciaux serait affaire d'esthétique (la publicité, les boîtes, les parkings...) »*

[4.] *« la rentabilité des zones commerciales serait principalement liée aux échanges commerciaux »*

[5.] *« les zones commerciales seraient des friches facilement mutables » ou la grande illusion nécessaire*

[6.] *« la croissance serait sans bornes »*

[7.] *« les nouveaux concepts seraient nouveaux »*

[8.] *« le transport en commun ne serait pas adapté au caddie »*

[9.] *« les aires commerciales seraient les places publiques d'aujourd'hui »*

[10.] *« il y aurait une fatalité certaine à la pérennité du modèle »*





## [1.] « la question du commerce se réduirait à celle des entrées de ville... »

Changer «la France moche» serait affaire de pubs agressives, de « boîtes » médiocres et d'omniprésence des parkings de surface... Cette entrée est une entrée en matière. Mais elle n'est pas, loin de là, l'enjeu le plus important au regard des questions de ville durable.

Petit rappel des faits essentiels : ces zones ont été créées à partir du développement du système automobile (voiture, mais aussi routes, pétrole, parkings, garages, services...) et de l'étalement urbain résidentiel.

**Le développement des centres commerciaux s'est fait sur le postulat que la taille était l'un des moteurs de l'efficacité commerciale.** Le principe du « tout sous le même toit » lancé par les hypermarchés a été largement repris par les centres commerciaux, phénomène accentué jusque dans les années 2000, avec la création de « flagships », où le gigantisme était synonyme de puissance (Saturn, IKEA, ...).

**La consommation foncière a été d'autant plus importante, que ces développements se sont fait sur des espaces périurbains, sans réelles contraintes urbaines.** Construit pour attirer de loin (les premières zones de chalandise étaient calculées à une heure, voir au-delà !), il fallait inévitablement des nappes de parkings gigantesques pour accueillir tous ces clients, nappes elles-mêmes fortement consommatrices de foncier : « no parking no business »... avec un parking qui doit être visible depuis la route.

Les faire évoluer ne peut se faire que dans l'approche globale d'un processus d'évolution, d'un projet urbain où les zones commerciales ne sont plus mono-fonctionnelles et entièrement dépendantes de l'automobile car il n'y a pas que les centres commerciaux sur les rocades.

**Aujourd'hui les enseignes s'installent en centre ville.** Ce « retour au centre » s'est fait par la création de rues franchisées, bornées par des enseignes « locomotives ».

**Il y a en réalité des vases communiquant entre le commerce de centre-ville spécialisé ou non, le commerce qui s'est développé le long des nationales (la première génération de boîtes), le commerce périphérique gagné lui-même aujourd'hui par les nappes de lotissements qui sont liées à d'autres formes de commerce : les hyper (voire les super-hyper) qui continuent à s'implanter, toujours plus loin, toujours plus grands, toujours plus fermés, toujours plus dépendants de l'automobile, et plus récemment les différentes formes d'e-drive, etc.**

Dans les quartiers, les commerces de proximité sont aujourd'hui préemptés par les grands groupes de distribution. L'« épicier arabe » est lui-même affilié aux grandes centrales de distribution.

Les faubourgs de plus en plus denses sont souvent les oubliés de cette bataille centres historiques-centres commerciaux de périphérie. Le long des grands axes, notamment des avenues de sorties de ville, on voit s'installer de plus en plus de « corners » (calibrés juste en dessous du seuil de contrôle des implantations commerciales) avec parkings créant des « dents creuses », qui marquent souvent le début de l'installation de solutions routières en ville.

Dans ces tissus de faubourg, la densification doit s'accompagner d'une intégration des commerces dans les formes urbaines renouvelées.

**Ces différentes formes de commerces ont des relations les unes avec les autres, c'est pour cela que nous avons besoin des experts du risque commercial. Il faut équilibrer tout cela pour le service aux personnes et la viabilité économique de ces différentes formes.**

1960 : l'hypermarché



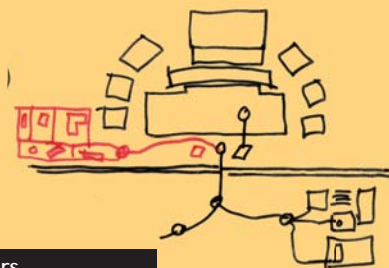
1970 : la galerie commerciale



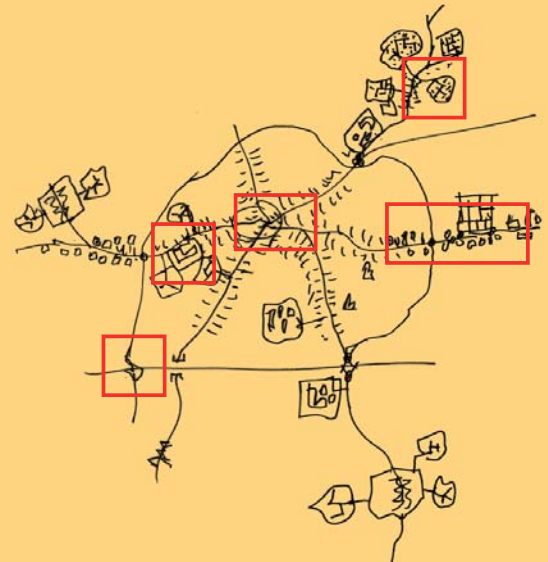
1980 : «MSS», Discount



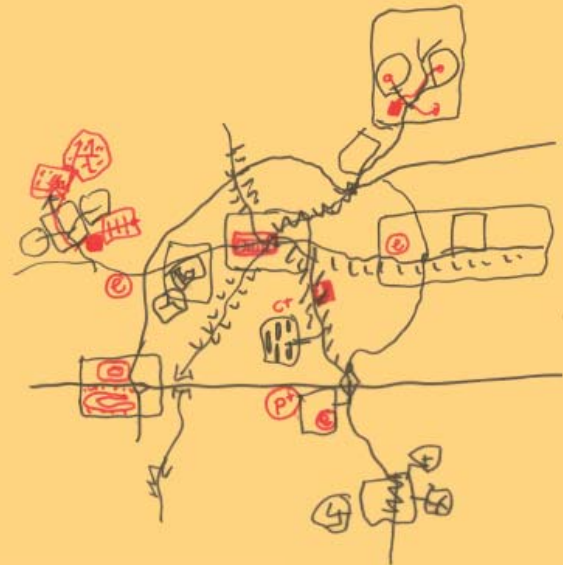
1990 : hôtellerie, restauration



multiplexes, loisirs



1. les centres-villes et les faubourgs, les commerces de rues
2. les « centres routes commerciaux » (nationales, les entrées de villes)
3. Gagnés par les nappes de lotissements
4. les « hypers » toujours plus loin, toujours plus grands
5. les « nouveaux » pôles commerciaux...
6. différentes formes de drive-in, e-drive, e-dépôt...



- |  |                                  |  |                                       |
|--|----------------------------------|--|---------------------------------------|
|  | zones franchises de centre-ville |  | enseignes XXL                         |
|  | e-commerce                       |  | Parking en dalle                      |
|  | superettes de proximité          |  | Zones actives<br>→ zones commerciales |



## [2.] « le commerce de périphérie tue les centres-villes... l'emploi justifierait tout »

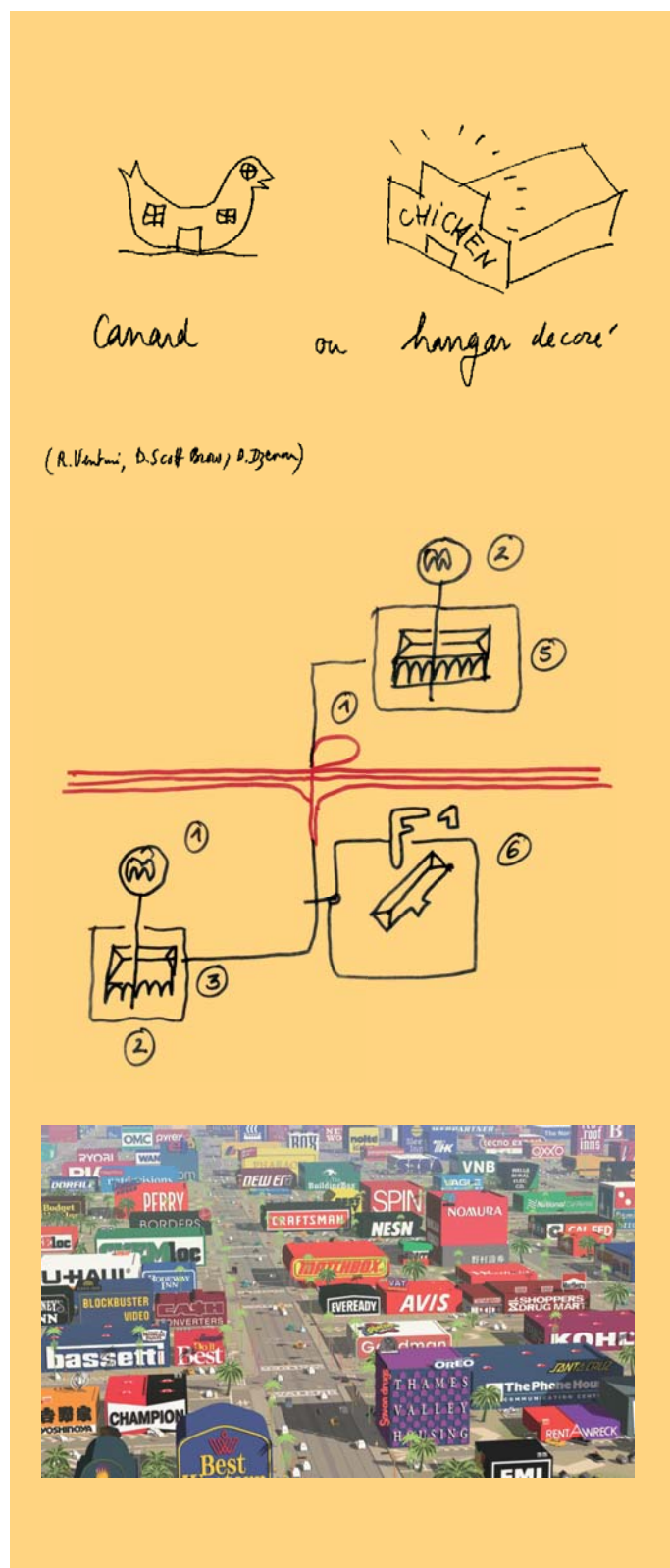
Un nouveau programme commercial d'envergure peut souvent créer plusieurs centaines d'emplois lors de son ouverture mais derrière se cache une réalité souvent différente quelques mois plus tard.

En effet, une ouverture dans un marché saturé implique mathématiquement d'aller chercher le chiffre d'affaires là où il est, à savoir chez les concurrents. **Les créations d'emplois de l'un sont alors les pertes d'emploi de l'autre**, souvent rapidement en raison de « l'effet nouveauté ». Cela sans parler évidemment des emplois détruits dans le petit commerce.

Par ailleurs, les emplois à l'ouverture ne sont pas pérennes et sont souvent des contrats limités dans le temps ayant pour objectif d'être sacrificiables si le chiffre d'affaires ne vient pas rapidement, sans compter les emplois promis « à terme » qui ne seront alors jamais créés.

**Aucun projet ouvert ces trois dernières années n'ayant atteint les niveaux escomptés, les emplois promis ne sont pas les emplois créés mais les emplois détruits, eux, le restent durablement .**

Le fait est que la question de l'impact sur l'emploi n'est plus aujourd'hui abordée dans l'urbanisme commercial depuis la LME, mais la problématique est toujours présente.



### [3.] « améliorer les environnements commerciaux serait affaire d'esthétique »

*Les entrées de ville sont un symptôme, parmi d'autres, de la fin des villes et des campagnes au sens traditionnel, c'est-à-dire dans un contraste qui pendant des millénaires a donné sens au monde. Aujourd'hui, ces deux termes tendent à se confondre dans ce qu'on appelle l'urbain diffus, où une population fonctionnellement urbaine tend à habiter l'ensemble des territoires. Elle recherche un habitat de type rural, comme résidence secondaire ou même principale, pour vivre au plus près de « la Nature ». Or, ce mode de vie entraîne une surmotorisation et un gaspillage, voire un ravage des ressources naturelles : espace, énergie, cisaillement des écosystèmes par les voies à grande circulation, etc.*

*En somme, la recherche de « la Nature » en termes de paysage aboutit à une destruction de la Nature en termes d'écosystèmes, et à une empreinte écologique insoutenable [...]. Voilà ce qui se cache derrière nos entrées de ville. Au-delà même de l'esthétique, elles sont vraiment laides...*

Augustin Berque (EHSS)

« Insoutenable paysage »

Libération – vendredi 12 octobre 2012

Trois points cristallisent les réactions : la publicité, les boîtes et les parkings.

- **La publicité abusive**, focalise l'attention : notamment / hors zone le long des routes de campagne à l'approche des centres-routes commerciaux sur les nationales et, / sur les zones des grandes enseignes avec des publicités destinées principalement à l'orientation des automobilistes ou aux campagnes de lancement. Hors zone, cela peut se faire par l'interdiction pure et simple de la publicité en dehors des périmètres et, à l'intérieur des zones commerciales par un réaménagement urbain des sites qui doit proposer une lisibilité géographique des lieux et un adressage.

Ajoutons que d'ores et déjà, une bonne partie de ce système publicitaire est largement caduque du fait de la généralisation du GPS et de réseaux internet collaboratifs où les vrais prescripteurs sont devenus les consommateurs entre eux.

- **La forme architecturale ou l'architecture de la boîte** : Les « boîtes » ne sont pas des formes architecturales répréhensibles en soi, sinon il faudrait réécrire l'histoire de l'architecture du Parthénon à Mies Van der Rohe... Ce sont au contraire des

volumes efficaces qui permettent d'orienter 4 faces selon les usages, et de créer une adresse claire vis-à-vis des accès. En revanche, c'est l'objectif de piéger le consommateur dans un environnement clos (une problématique de « merchandising » à part entière) qui pose problème et crée des boîtes autistes à leurs voisins et à la ville.

De plus, ces hangars fermés sont coûteux en énergie (chauffage, voire air conditionné, éclairage artificiel etc.). L'émergence récente de vitrines percées dans des boîtes d'équipement de la personne est un premier pas. Celui du retail parks, formule à la mode en est un autre, hélas encore bien insuffisant. Si ces derniers permettent la circulation piétonne à l'air libre de vitrine en vitrine, ils restent un monde artificiel, mono fonctionnel, entouré de parking qui n'est pas sans rappeler le dessin de Sempé dans lequel 80 000 spectateurs regardent deux coureurs à pied faire le tour d'une piste d'athlétisme dans un stade entouré de dizaines de milliers de voitures.

- **L'omniprésence des parkings aériens est bien réelle**

Le mode dominant reste le parking devant chaque boîte, exclusivement accessible en voiture et non traversable à pied d'un commerce à l'autre. La mutualisation des parkings n'est envisageable que si l'espace public est pensé globalement... Sur ce point la prégnance de certains dispositifs législatifs ou réglementaires sur les formes urbaines doit également être questionnée : la notion d'ensemble commercial et l'impact de la loi Doubin limitent de fait la possibilité de mutualiser accès et parkings... Ces parkings sont calibrés pour les samedis après midi précédant Noël. Ils sont surabondants la plupart du temps. Les mutualiser, les reformater est évidemment un enjeu majeur. Mais encore faut-il que les silos ou les installations en infrastructures par exemple se fassent réellement au profit d'une transformation urbaine des sites. Au risque sinon de voir la présence automobile rester aussi prégnante, voire même occulter la visibilité commerciale et ne pas être forcément économiquement rentable...





## [4.] « la rentabilité des zones commerciales serait principalement liée aux échanges commerciaux »

Derrière l'apparence, se cachent d'autres dynamiques et une véritable disparité des sources de revenu entre les taux de rentabilités par types d'activités, les niveaux des baux immobiliers, et propriétaires fonciers.

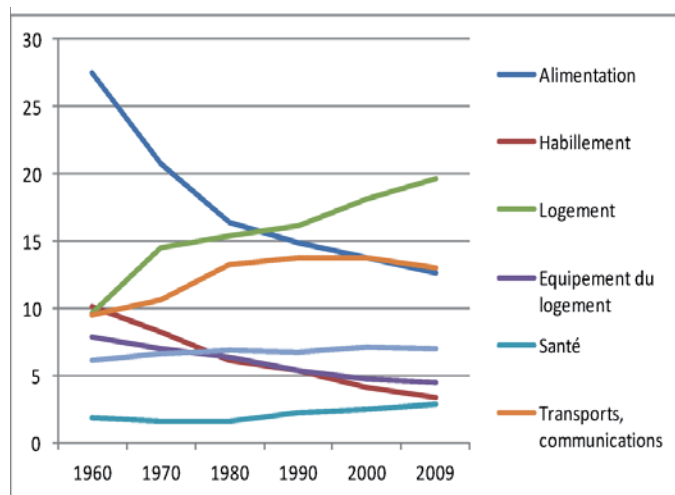
**a/ une disparité des rentabilités selon les activités** (équipement personnes alimentation) et les situations (routes, galerie ou zone...) pour des valeurs locatives au m<sup>2</sup> allant de 60 € du m<sup>2</sup> pour une grande surface d'ameublement en périphérie à plus de 20 000 € du m<sup>2</sup> pour certaines activités sur les Champs-Élysées, en passant par 500 à 1 000 € du m<sup>2</sup>.

**b/ une financiarisation de la plupart des grands groupes**, issus de la distribution ou propriétaires de centres commerciaux, avec des complexités comptables et des contradictions internes entre services financiers, services de projets immobiliers et services gestionnaires des sites.

**c/ un écart énorme entre la valeur intrinsèque des bâtiments et la valeur comptable des sites**, attachée à leurs chiffres d'affaires réel ou théorique. Entre propriétés foncières, murs, baux et fonds de commerce, les valeurs immobilières sont très complexes avec des particularités à la française (cf définition française de la propriété commerciale issue du décret de 1953).

**d/ l'absence d'intérêt des opérateurs à investir pour moderniser un actif amorti** et affecter son fonctionnement le temps des travaux s'il ne crée pas une valeur économiquement suffisante à l'issue du projet.

L'ensemble de ces paramètres rend les mutations économiquement difficiles,



*une érosion du pouvoir d'achat et une proportion de dépenses croissantes sur le logement et la santé et décroissantes sur les biens*

## [5.] « les zones commerciales seraient des friches facilement mutables » ou... la grande illusion nécessaire

Face aux grandes étendues de stationnement aérien, souvent basiques et non végétalisés, il peut apparaître comme tentant de les reconverter en totalité ou en partie sur d'autres fonctions dans une logique de densification urbaine.

Selon Jérôme Le Grelle, (CVL) un constat simple s'impose : dès lors que le site considéré « fonctionne », il est très difficile, sinon impossible économiquement, de « libérer » du foncier à un prix qui ne soit exorbitant et qui rende, par exemple, une opération de logements économiquement viable ; ceci tout simplement, parce que le rendement financier du commerce (et donc sa valeur) est dans cette hypothèse, très largement supérieur à celui du logement.

Autrement dit, ce n'est que lorsque le commerce est en difficulté que la valeur de l'immobilier qui l'abrite diminue fortement, et qu'il devient possible d'imaginer une meilleure valorisation. Mais cette condition nécessaire n'est pas suffisante et va souvent se heurter aux coûts de transformation à mettre en œuvre, pour « reconstruire » un nouveau programme, que ce soit en totalité ou partiellement.

De même, le contexte économique et les profondes évolutions en matière de consommation et de distribution ne rendent pas impossible dans les prochaines années d'envisager la fermeture pure et simple de centres commerciaux qui n'auront pas su s'adapter, ce qui n'a pour l'instant jamais été le cas en France, d'où une logique à vouloir les remplacer par d'autres fonctions.

Toutefois, comme on l'a vu, cela ne sera possible que via une réelle création de valeur économique à même de **convaincre les opérateurs privés de faire muter des actifs souvent amortis** comptablement via des projets de restructuration complexes et coûteux.

Cela passe nécessairement par le montage de projets d'ensemble associant la collectivité, les services de l'état et les opérateurs privés, dans une logique d'incitation plus que de coercition, ne serait-ce que parce que les outils et moyens d'imposer de telles évolutions à un opérateur privé sont aujourd'hui extrêmement limités pour ne pas dire presque inexistantes.





## [6.] « la croissance serait sans bornes »

Depuis 5 ans, le pouvoir d'achat des Français et le chiffre d'affaires du commerce de détail évoluent globalement moins vite que le nombre de m<sup>2</sup> commerciaux tandis que le e-commerce prend de plus en plus de parts de marché. Il s'ensuit mathématiquement une érosion des rendements de chiffre d'affaires au m<sup>2</sup> et une réaction des enseignes très marquée : renégociation à l'échelle nationale des conditions locatives pour préserver la marge, réductions d'effectifs (annonce récente de la Fnac), développement du multicanal, rationalisation des réseaux et fermetures des magasins les moins rentables, voire dépôts de bilan (Bois & Chiffons, Vogica...). En termes de développement, de nombreuses enseignes s'ouvrent à la franchise, voire ne jurent plus que par elle, mais les indépendants postulant se heurtent à un durcissement des établissements bancaires qui sont de plus en plus frileux sur les questions commerciales. La question aujourd'hui n'est plus tant celle du développement commercial que celle de la gestion de la décroissance du commerce physique, de l'accompagnement des porteurs de projets et du traitement des friches commerciales.

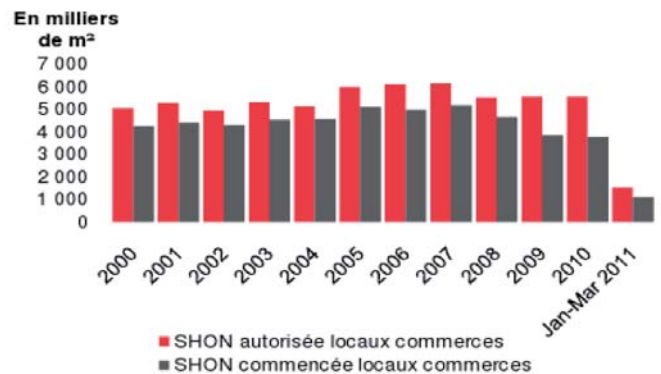
D'après Pascal Madry, directeur de l'institut pour la Ville et le Commerce « *La filière est entrée dans une bulle économique, exposant les collectivités à un effondrement de la rente commerciale sur leur territoire et au développement d'un phénomène de vacance commerciale structurelle aussi bien en leur cœur qu'à leur périphérie. Incidemment celles-ci sont exposées à de nouveaux coûts sociaux (friches commerciales, pertes d'emplois...).* »

### Pistes proposées : l'outil foncier

1. encourager un mode de croissance intensif (et non plus extensif) / une mixité de fonctions urbaines (dans l'urbain comme dans le rural).
2. planifier le commerce à partir des besoins objectifs à l'échelle des bassins de vie, des territoires.
3. reconsidérer les valeurs foncières comme variables stratégique de la planification de l'urbanisme commercial non comme une variable d'ajustement opérationnel des projets d'immobilier commercial qui se présentent à elles.

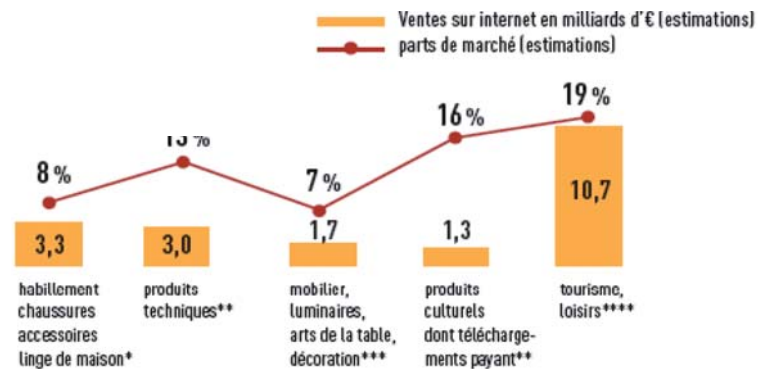
A cet égard, des avancées sur la question des baux, pour permettre de réduire le coût du foncier, devraient être entreprises.

### Surfaces commerciales autorisées et commencées



Sources : SOes, Sitadel

de plus en plus de m<sup>2</sup> commerciaux autorisés et réalisés



Source : Fevad avec IFM\*, Kantar Worldpanel\*, GfK\*\*, Precepta\*\*\*, Conseil National du Tourisme\*\*\*\*, Insee\*\*\*\*\*

une proportion croissante de la consommation réalisée sur internet selon les secteurs

## [7.] « les nouveaux concepts seraient nouveaux »

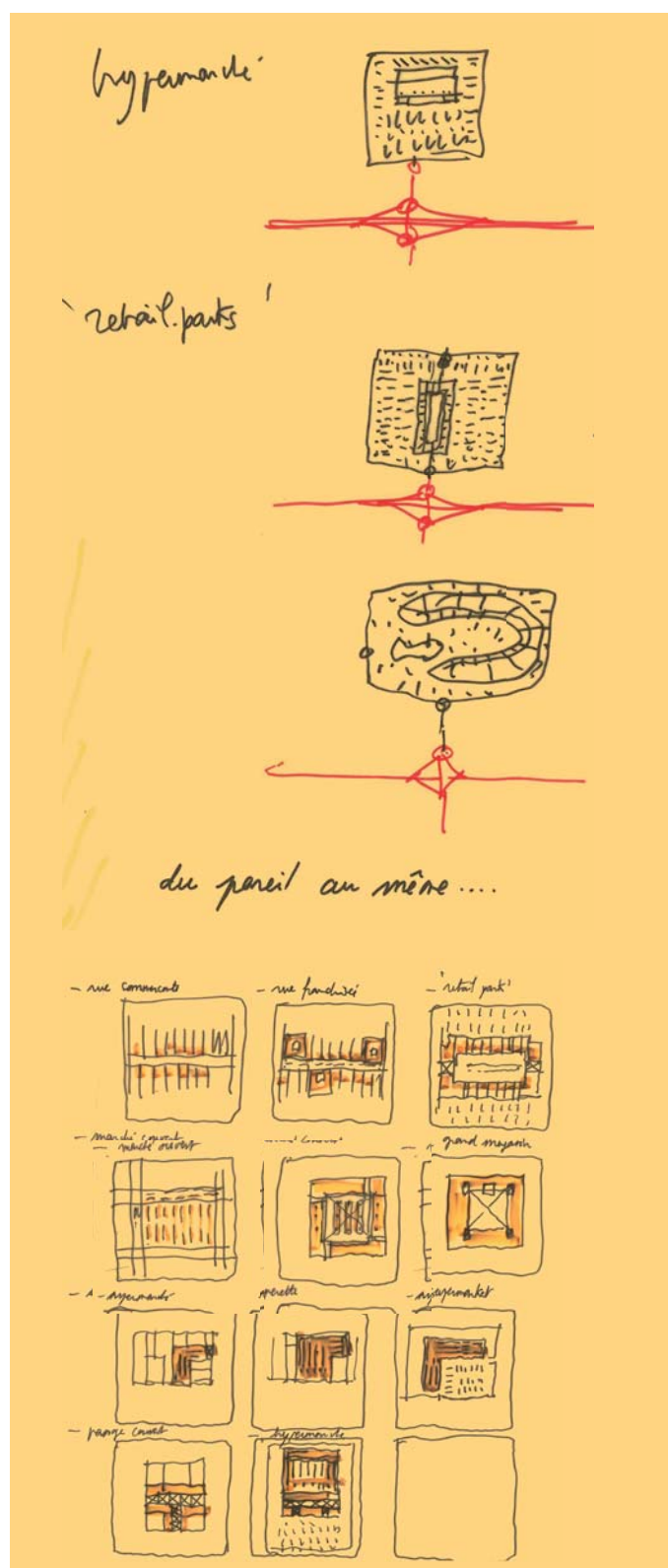
Les « retails parcs » ne sont que la moitié de la solution. Ils ne résolvent ni la question des gigantesques nappes de parking ni celle des formes très autarciques.

Les pistes pour transformer ces parkings, quel que soit leur statut, sont de différents ordres :

1/ créer des mails et contre allées pour les petites et les moyennes surfaces. Ces aménagements peuvent également permettre de réduire l'imperméabilisation et d'organiser le recueil en plein air des eaux de ruissellement

2/ recomposer des « voisinnées » (unités de chalandise piétonnes) autour d'aires plantées mutualisées pour les surfaces moyennes, notamment pour organiser des voisinages commerciaux thématiques. Ce sont les deux exemples que nous avons développé à Metz.

3/ recréer une offre foncière par des parkings en infrastructure ou en silo qui permettent de densifier l'existant. Mais toute la qualité que l'on peut en tirer se joue dans le détail de leur positionnement. De façon générale il vaut mieux rechercher une implantation latérale. Devant ils masquent le commerce et rendent la voiture deux fois plus présente s'ils ont un étage.



## [8.] « le transport en commun ne serait pas adapté au caddie »

Jusqu'à des années récentes cette idée reçue a été la doxa des « tout-voiture ».

On a entendu pendant quinze ans une opposition systématique aux arrivées de lignes de tramways sur les parkings des centres commerciaux de périphérie car :

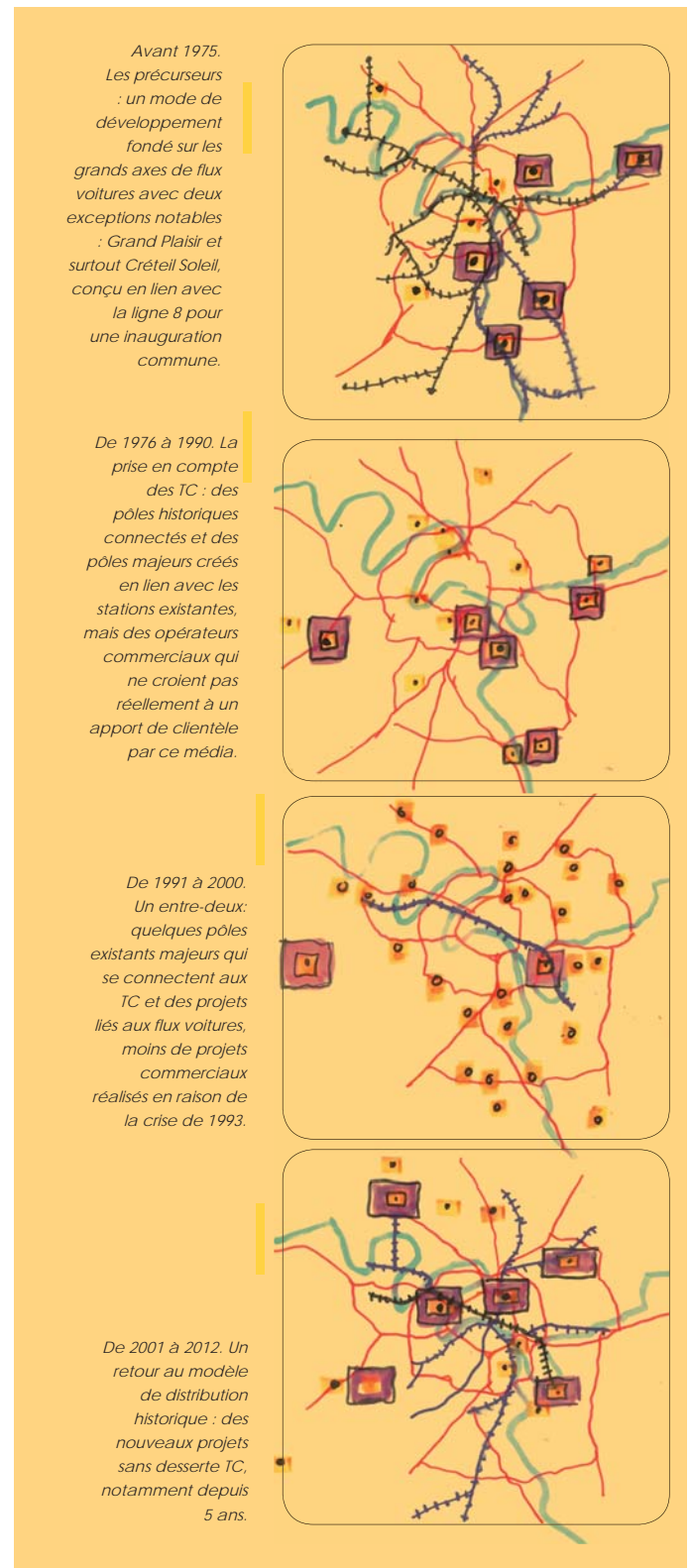
- 1/ «le caddie ne rentre pas dans le tramway»;
- 2/ raison moins avouable mais bien réelle, on ne voulait pas d'une population pauvre et jeune ou jeune et pauvre...

Une évolution s'est produite grâce aux prises de conscience des populations et des professionnels de l'urbanisme pour les nouvelles priorités de déplacements doux.

Elle a été suivie par les commerçants lorsque de nouveaux centres commerciaux ont accepté la venue des trams et avec eux des bénéfices. De nouveaux clients ont accédé à certains centres avec certes un panier moyen plus réduit, mais des venues plus fréquentes en provenance des centres et des faubourgs. Puis des automobilistes coincés par un coût de l'essence de plus en plus prohibitif se sont ralliés aux TC. Et les commerçants ont dû s'adapter à cette nouvelle donne en proposant nouveaux horaires, livraisons, emballage...

Même si aujourd'hui l'argent manque pour réaliser un tramway, il y a beaucoup à faire avec les bus à haut niveau de service.

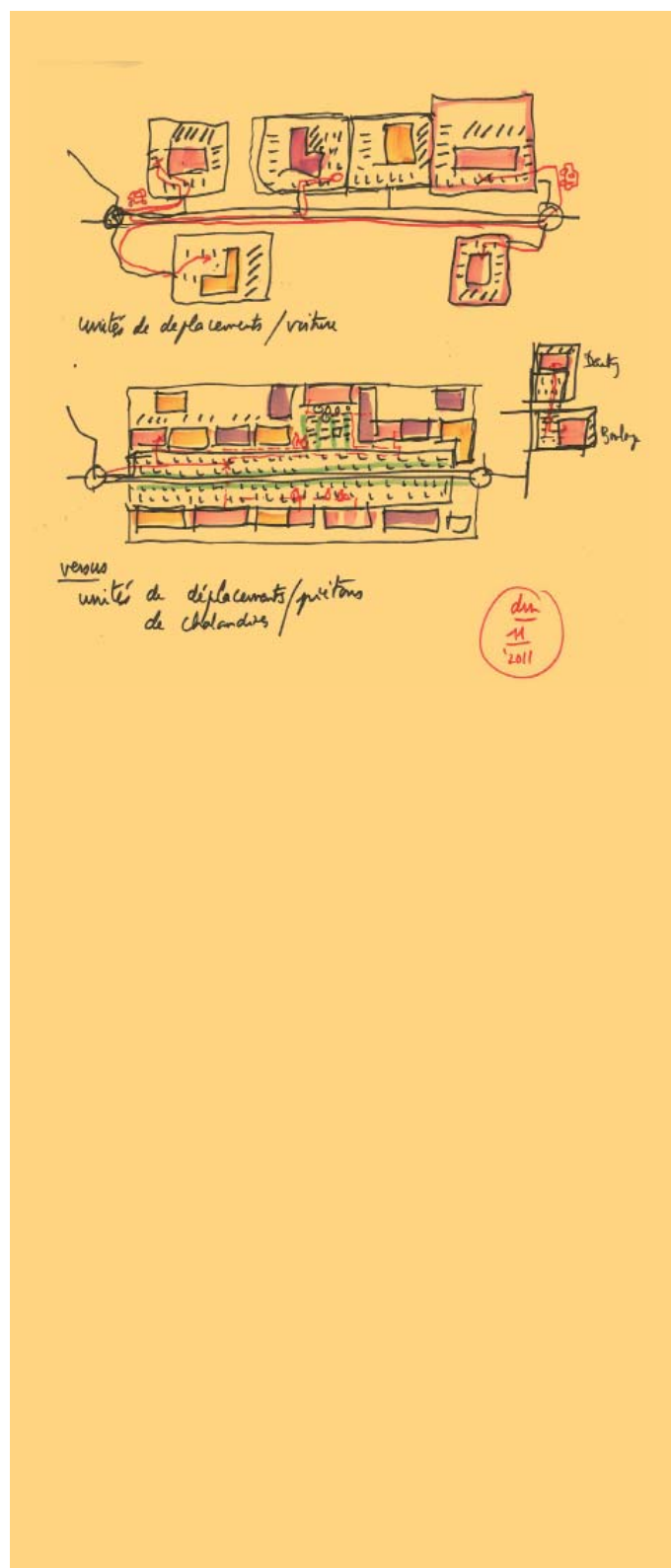
L'introduction d'un site propre de transports en commun (TCSP) est un formidable levier de mixité fonctionnelle et de déclaration d'utilité publique pour intervenir sur ces zones. Il n'est pas possible de justifier uniquement par le commerce les investissements nécessaires à un projet de transport en commun site propre. Il faut qu'il puisse alimenter un équipement sur la zone, voire des quartiers de logements. En cela, c'est un très bon levier de projet pour faire évoluer ces zones et les rendre un peu plus complexes, un peu plus riches. **Dans les grandes zones commerciales, comme dans les centres et les faubourgs, l'aménagement d'un site propre de transports en commun peut donner un signe fort de modernisation positive et fournir l'occasion de DUP motivées.**



## [9.] « les aires commerciales seraient les places publiques d'aujourd'hui »

C'est un leitmotiv très entendu pour justifier le rôle social des hypermarchés. Pourtant, les aires commerciales restent des parkings privés soumis aux règles d'accessibilité et d'usage des propriétaires.

On ne peut par exemple contrairement à une place publique ou sur un marché forain, gratuits et libres d'accès, distribuer des tracts sur un parking de centre commercial.





## [10.] « il y aurait une fatalité certaine à la pérennité du modèle »

Non, le modèle qui prédomine n'est pas mort, et il continue même de se développer ! Les derniers programmes ouverts (Atoll, Millénaire...), ceux qui vont ouvrir (Villeneuve-la-Garenne), ou sont en projet, consomment des emprises foncières toujours aussi importantes ; même l'augmentation significative du coût des fonciers n'a pas ralenti leur utilisation. Ce foncier, pour les promoteurs de ces projets, reste toujours aussi avantageux par rapport à la valeur créée, et bien nécessaires au fonctionnement du site. La raréfaction du foncier disponible peut induire la construction de stationnement en silo ou en infra sur les sites les plus contraints, mais le fait est qu'au vu du coût de tels aménagements, les opérateurs développent dès que possibles des parkings aériens qui consomment d'autant plus de foncier.

Ceci étant dit, la situation est-elle pour autant figée et la question de la récupération, ou à tout le moins, d'un meilleur usage du foncier des centres commerciaux doit-elle être totalement écartée ? La réponse est évidemment non. Les commentaires faits plus haut démontrent simplement que l'usage du foncier est directement corrélé au mode de fonctionnement du commerce, et que toute évolution passe par un changement de paradigme, une modification des moteurs du commerce.

La modification des critères de conception des centres commerciaux est en cours :

Les ressorts du commerce moderne sont en train de se modifier en profondeur sous l'effet conjugué de plusieurs événements :

- **Souvent conçus hors des villes, ces ensembles sont aujourd'hui « gagnés » par l'urbanisation**, et doivent répondre à des zones de chalandise primaire qui se sont renforcées.

- **La puissance d'attraction de ces sites se réduit fortement** sous l'effet conjugué :

- du moindre recours à la voiture et à la limitation des déplacements motorisés,

- de la densification des m<sup>2</sup> commerciaux, avec pour corollaire l'accroissement de l'offre (et donc de la concurrence), laquelle réduit mécaniquement l'effet d'attraction d'un site et pose la question de la taille optimum à avoir,

- de la perte de puissance des locomotives, tels que les hypers ou autres moyennes surfaces (FNAC, Saturn,...).

- **Le e-commerce vient concurrencer le centre commercial** sur son terrain, avec une offre plus large et facilement accessible.

- **Le développement du multi-canal** permet aux enseignes de démultiplier leurs points de contacts avec le consommateur : les grands sites deviennent un canal parmi d'autres.

- **La crise impacte la consommation** et vient renforcer la pression sur les rendements : l'apparition des premières vacances sur des durées longues (structurelles ?) fait craindre l'apparition de friches commerciales.

- **Les modes de consommation ont évolué** avec la remise en cause, réelle, par le consommateur du site unique où faire ses courses : il y va moins souvent, il utilise d'autres canaux, il s'y rend de plus en plus en transport en commun.

- **La notion de proximité revient en force** : proximité géographique, proximité d'idée ou de goût (naissance des communautés), proximité par des services dédiés, proximité par le m-commerce (smartphones)....

- ...

D'où ce constat qui petit à petit s'impose, et qui génère un début de recherche de solutions : **le modèle construit sur le principe du tout sous le même grand toit n'est plus pertinent, et s'il l'était encore, il n'est plus dominant et ses bases sont menacées.** La question pour les distributeurs et les enseignes n'est plus d'attirer le chaland, mais d'aller à sa rencontre, d'où l'émergence de l'omni-canal, qui favorise l'éclatement des points de ventes, en dur comme virtuel, pour « coller », aller au-devant du consommateur. « Où je veux, quand je veux, comme je veux ». Le modèle dominant doit s'adapter et laisser de la place pour d'autres formes de distribution.

## Pour conclure..

L'urbanisme commercial vu par les opérateurs commerciaux est le plus souvent :

- générique (infrastructures routières et automobile + étalement urbain + enseignes grande distribution),
- grégaire (vraies-fausses innovations)
- opportuniste (guerrillas de positions)

### **De lourds facteurs financiers d'immobilité pèsent sur l'évolution du paysage commercial :**

- la sauvegarde des marges de promotion et du taux de capitalisation réduisent les prises de risques et les investissements ;
- les propriétaires non institutionnels gèrent leurs actifs comme complément de retraites et constitution

### **mais plusieurs facteurs entraînent de nouveaux modes d'achat et d'approvisionnement:**

- 1. les évolutions urbaines** (rentabilité de surfaces de proximité)
- 2. l'épuisement des ressources énergétiques** (vers 2 euros/litre)
- 3. les évolutions démographiques** (monoparentalité, personnes isolées, sans voitures, jeunes ou vieux...)
- 4. le développement du commerce numérique**
  - drive (moins de temps, moins d'essence)
  - paiement mobile (moins de caissières)
  - mur digital (moins de pub papier)
  - borne tactile (moins d'espace)

**Passer de l'urbanisme de produits à l'urbanisme de projet nécessite des leviers politiques et économiques qui s'appuient sur les intérêts bien compris des propriétaires et acteurs de ces zones commerciales défiées par leur propre concurrence, le cannibalisme des marques entre elles et les différentes formes d'e-commerce ...**

### **Quelques leviers de transformation**

#### **étalement urbain**

- sortir du dumping territorial avec une offre de terrains agricoles ouverts à l'urbanisation supérieure aux besoins réels
- faciliter le redéploiement du commerce vers la zone dense (exonérer de CDAC la modernisation des pôles de proximité ?)

#### **gouvernance**

- prendre la mesure du rôle du politique via des gouvernances permettant d'avoir une stratégie commune sur le commerce et une cohérence dans le projet urbain et à l'échelle de l'agglomération (SCOT / DOO / DAC); permettant une visibilité pour les acteurs économiques
- reconnaître le caractère communautaire des grandes zones périphériques
- contraindre spatialement et qualitativement l'urbanisme commercial à l'aide des outils d'aménagement local (PLUI / OAP)
- investir dans un maillage et des tracés de voiries publics qui permettent flexibilité, mixité et réversibilité.

#### **foncier**

- optimiser prioritairement les sites existants
- accélérer la mutation, la reconversion des friches par les taxes sur les locaux vacants ?
- créer de la valeur pour financer la mise à niveau environnementale, le maillage et le désenclavement ?
- négocier les contreparties: l'arrivée de TC qui justifie l'utilité publique pour agir sur l'espace public et la mixité fonctionnelle
- favoriser la mixité : rapprocher l'habitat des lieux de commerce, compacter les aires de stationnement en taxant la sous densité ? densifier les aires de chalandise pour favoriser un commerce de proximité...

### **Pour aller plus loin, quelques modifications du contexte juridique, fiscal et financier:**

- CDAC : seuil des 1000 m<sup>2</sup> ? Quels critères objectifs et précis, opposables et réellement contraignants en CDAC ?
- Loi Doubin / L 752-3 : ne pas dissuader la mutualisation des équipements (parkings services)
- réformer la question de la valorisation des fonds de commerces (décret de 1953)
- installer des fiscalités incitatives à des (dé)localisations préférentielles...

*...mais de fait, l'urbanisme commercial ne devrait-il pas relever de l'urbanisme en général ?*

