

les zones commerciales, nouvel eldorado du renouvellement urbain ?



© Lionel Allorgé, CC BY-SA 3.0

point de vue...

Fruit de la démocratisation de l'automobile et du développement pavillonnaire, les zones commerciales ont émergé à la périphérie des villes et ont très rapidement supplanté les commerces de centre-ville de par la praticité qu'elles semblaient offrir.

Si certaines zones commerciales sont encore largement fréquentées par les Français - elles cumulent 70 % des dépenses des ménages hors logement, selon l'Institut pour la ville et le commerce - il n'en demeure pas moins que le modèle de ces zones se fissure, révélant un système qui n'a pas su se réguler.

Défiguration et standardisation des entrées de ville, incitation au « tout-voiture » et nappe de stationnement à n'en plus finir, destruction des commerces indépendants et fragilisation des centres-villes... Les critiques vis-à-vis des zones commerciales sont pléthoriques. Mais l'ambition du zéro artificialisation nette (ZAN) a mis en exergue le potentiel que portent ces surfaces imperméabilisées dont le bâti est essentiellement développé en rez-de-chaussée et où la totalité des parkings ne sert, somme toute, qu'à l'heure de pointe du samedi après-midi. De plus, ces zones dites périphériques le sont de moins en moins puisqu'elles ont souvent été rejointes par la ville qui n'a cessé, elle aussi, de s'étendre. Elles sont pour certaines bien connectées au réseau de transports en commun, ce qui en fait un atout indéniable pour les sortir de la mono-fonctionnalité dans laquelle elles ont été enfermées. Ces caractéristiques plaident en faveur de leur transformation. Et si ce sujet est dans la tête de tous les fabricants de la ville, il l'est également dans celle des foncières commerciales qui ont bien compris le potentiel qu'elles avaient entre les mains. Selon un rapide calcul de la société Frey, spécialiste de l'immobilier commercial, le foncier des zones commerciales permettrait d'accueillir environ 70 millions de m² de densification potentielle sur un gisement de foncières artificialisées de 55 000 hectares.

Plus qu'une opportunité d'exploiter un foncier sous-utilisé, la mutation des zones commerciales est aussi l'occasion de refaire une ville qui ait du sens en termes de mixité, de qualité et de densité. Depuis une quarantaine d'années, les zones commerciales ont principalement contribué à défaire la ville. Leur réurbanisation peut-elle permettre de réparer la ville ?

des modes de consommation qui changent

Les habitudes de consommation évoluent très vite face à plusieurs phénomènes : « explosion du numérique, explosion de l'occasion, croissance

de la vente directe et diversification des profils de consommateurs » selon David Lestoux, expert des sujets urbains et commerciaux. Ce dernier constate ainsi une fragilisation du segment moyenne gamme dans le prêt-à-porter notamment. Beaucoup de franchisés subissent de plein fouet ces différents phénomènes, et particulièrement la digitalisation de l'offre en servant de showroom sans pour autant réaliser les ventes qui se font finalement en ligne.

On constate également un vieillissement de la clientèle fréquentant les zones commerciales de périphérie, illustrant une clientèle qui ne se renouvelle pas.

L'affaiblissement du commerce physique est palpable et ne fait probablement que commencer.

Désormais, la vacance commerciale n'épargne plus les zones périphériques avec un taux moyen supérieur dans les centres commerciaux par rapport aux centres-villes (étude 2018, Institut pour la Ville et le Commerce sur les informations CODATA).

D'ailleurs la stratégie de développement des enseignes est beaucoup plus nuancée qu'auparavant entre le centre et la périphérie. Si demain, les gens se déplacent moins en voiture, ce sera en faveur de l'e-commerce et de petits emplacements commerciaux.

La course aux m² semble donc révolue et ne suffit plus à répondre aux changements de modes de consommation. Tous les acteurs commerciaux veulent donc faire évoluer l'expérience client et ont saisi que les « zones commerciales les plus performantes se pensent comme des quartiers de ville, fortement insérés dans leur environnement » (extrait du palmarès des zones commerciales de périphérie 2022).

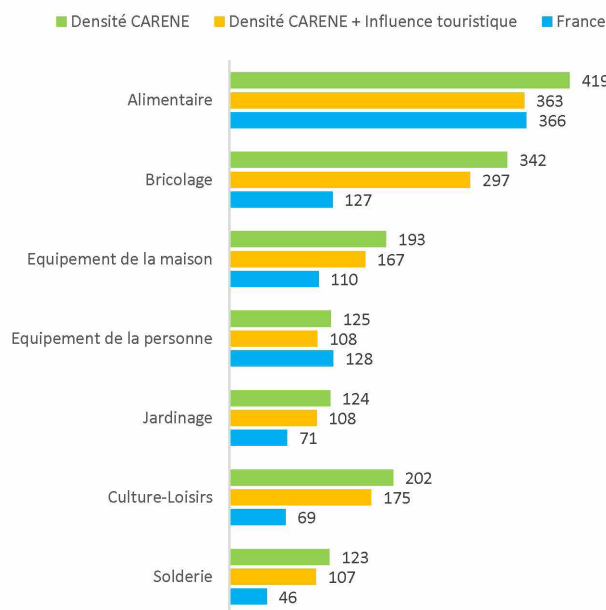
Pôle métropolitain
Nantes Saint-Nazaire :

4 % des magasins
concentrent
75 % des surfaces de vente

source : diagnostic commercial CCI 44, 2021

un excédent de surfaces commerciales dans l'agglomération de Saint-Nazaire

DENSITÉS EN GRANDES & MOYENNES SURFACES PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ
(M² POUR 1 000 HABITANTS)



Source : DGCCRF, mis à jour CDEC/CDAC, LSA Expert et Codata + Données INSEE 2022

« Un suréquipement en Grandes et Moyennes Surfaces qui peut traduire une apparition croissante de friches commerciales sur le territoire (commerces d'équipements et bricolage-jardinage notamment – taux de 1,7). »

source : CARENE - Élaboration d'une stratégie commerciale intercommunale - étude D. Lestoux- 2023



zone commerciale : de quoi parle-t-on ?

Parc d'activités commerciales (zones commerciales) : comprend au moins 5 commerces et/ou une surface totale construite supérieure à 3 000 m² : la Colleraye à Savenay, Trignac Grand Large ou Villejames à Guérande,...

Centre commercial : ensemble d'au moins 20 magasins et services et/ou une surface commerciale utile (SCU) > 5 000 m² (on distingue plusieurs types de centres commerciaux dont la surface est corrélée au rayonnement/zone de chalandise visée) : centre commercial Océanis à Saint-Nazaire ou le Chaudron à Pornic.

Retail park : se définit comme un ensemble commercial à ciel ouvert, réalisé et géré comme une seule unité : les Prés Blancs, récemment livrés par le groupe Chessé à Herbignac.

Ces modèles ne sont pas structurés de la même manière : les centres commerciaux ou retail parks sont souvent détenus par un seul propriétaire/investisseur alors que les zones commerciales se caractérisent par une situation foncière souvent très hétérogène.

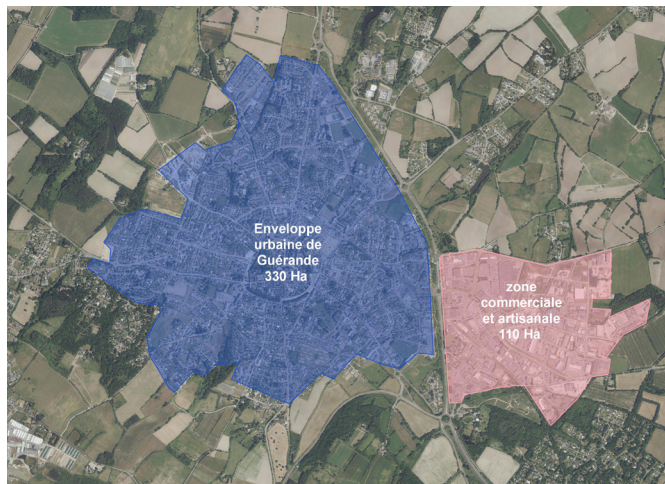
Source : publication Agences d'urbanisme Lyon Saint-Etienne, Décrypter les logiques de l'immobilier commercial

quels potentiels sur le territoire ?

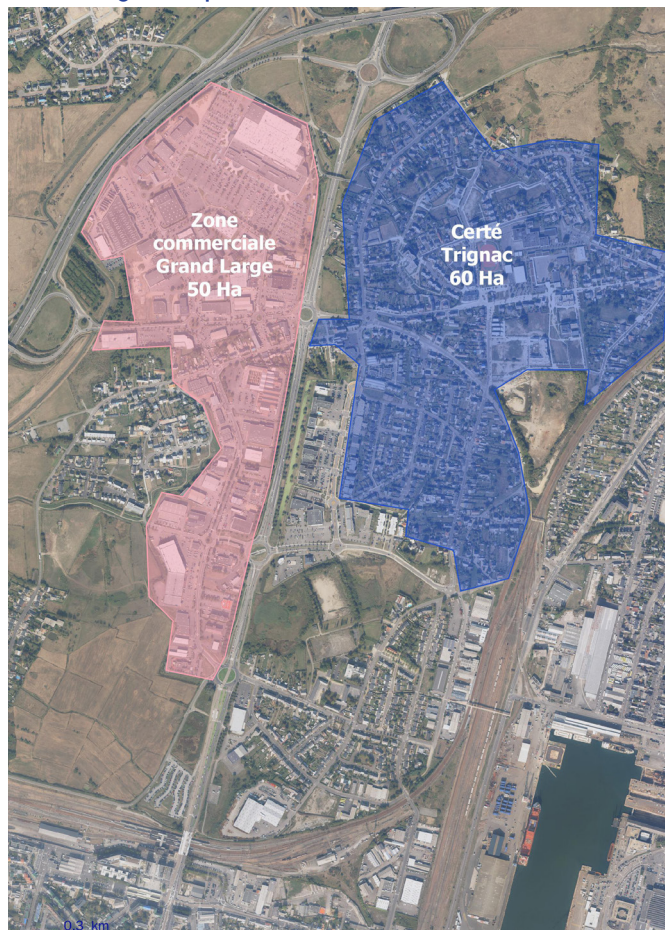
Le territoire ELLO accueille de vastes zones qui ont un potentiel de mutation considérable à l'heure où l'on cherche à qualifier et intensifier les usages.

On compte environ 380 hectares de zones commerciales dont 88 hectares de bâtis (soit 23 %)

Guérande - rapport de surface entre le centre-ville élargi et la ZAE



Trignac - rapport de surface entre un grand quartier d'habitat et la ZAE



On observe de plus en plus de renouvellement des zones commerciales en quartiers mixtes. Mais cette diversification programmatique implique pour l'heure deux conditions :

- la zone commerciale doit être bien desservie, en transport en commun notamment,
- les surfaces commerciales augmentent. Ces projets portent une optimisation du foncier qui génère des surfaces complémentaires permettant d'accueillir de nouvelles fonctions tout en renforçant la vocation commerciale.

vers plus de mixité ?

Les Jardins de la Pardieu à Clermont-Ferrand :

Etixia (foncière du groupe Kiabi) transforme un secteur de la zone de la Pardieu en quartier mixte. Une surface de plancher passant de 8095 m² à 42 750 m² avec un parc paysager de 8 000 m², 200 logements, 14 500 m² de commerces et 4 000 m² de tertiaire – *projet en cours*.

regard sur deux projets



Mérignac Soleil – métropole de Bordeaux (2018-2032)

C'est l'extension de la ligne de tramway, l'aménagement de plusieurs kilomètres de pistes cyclables et la construction de logements qui permettent de transformer cette zone commerciale en espace urbain et de mener un ambitieux programme de renaturation. Mais la fonction marchande de ce lieu restera essentielle avec l'ensemble des grandes surfaces commerciales démolies qui seront reconstituées et la création de 20 % de surfaces commerciales supplémentaires.



les zones commerciales : des quartiers en devenir

Les zones commerciales présentent un potentiel foncier évident et offrent l'opportunité de créer de nouveaux quartiers tout en réparant un tissu malmené jusque-là. Pour ce faire, ce sont tous les ingrédients du renouvellement urbain qui devront être mobilisés avec le même niveau d'exigence pour reconstruire la désirabilité de ces lieux : qualité urbaine et paysagère, desserte en transports en commun, mixité fonctionnelle et qualité d'habiter. Pour autant, la complexité de ces évolutions impliquera la mise en place d'une méthodologie ad hoc.

Des lieux d'implantation propices : une approche au cas par cas

Les zones commerciales se sont implantées en privilégiant l'accessibilité automobile. Beaucoup d'entre elles se situent à proximité immédiate d'axes routiers, générateurs de nuisances. Par ailleurs, ces zones commerciales se sont parfois développées dans des zones moins propices à l'installation humaine (zones humides ou inondables notamment), comme c'est le cas de la zone Grand Large à Trignac. Amplifier l'usage et la densité de ces zones impliquera d'accroître l'exposition aux risques qui pèsent sur ces espaces soumis à des aléas. Une approche au cas par cas est indispensable et la réponse ne sera probablement pas uniforme au sein d'une même zone qui couvre souvent plusieurs dizaines d'hectares.

Rendre ces quartiers aimables : une impulsion publique indispensable

Envisager de faire quartier dans les zones commerciales nécessite de changer le regard sur celles-ci par des actions ponctuelles de réusage des parkings par exemple, comme par des interventions plus significatives pour redonner l'espace public aux piétons, aux cyclistes ainsi qu'au végétal, qui y sont

souvent malmenés. Ces espaces publics réhabilités constituent la matrice qui offrira une lisibilité, une cohérence et une qualité indispensable pour favoriser la mutation des îlots commerciaux.

Une densification équilibrée à trouver

Afin de pouvoir équilibrer les opérations, répondre aux enjeux de bon usage du foncier et générer un minimum d'intensité urbaine, une densification importante devra être apportée. Une densité adaptée à chaque contexte sera à évaluer. Pour ce faire, une vision claire devra être partagée par les collectivités et encadrée par les outils d'urbanisme qu'elles ont à disposition.

Une hétérogénéité assumée : une autre urbanité à inventer

La mutation des îlots commerciaux se fera sur un temps long. La mise en place d'un pilotage souple est donc impératif pour permettre des mutations avec des calendriers différenciés et gérer une diversité de situations : maintien d'une enseigne dans son format actuel, transformation totale d'un îlot, transformation partielle, densification, renaturation... Les collectivités seront confrontées à des situations et des développements très hétérogènes qui devront pour autant fonctionner ensemble dans un format hybride qui reste à inventer.

Un mode de faire renouvelé

L'évolution des zones commerciales dépendra des modes de consommation, des stratégies des propriétaires et des enseignes qu'il faudra nécessairement prendre en compte. La construction de partenariats pour donner confiance aux parties prenantes sera un préalable indispensable à toute évolution pour construire des nouveaux quartiers qui seront portés conjointement par les collectivités et les partenaires propriétaires et exploitants.



Zone Grand Large - Trignac © Martin Launay/CARENE



Zone commerciale de l'Europe - Pornic © Arnaud Dréan

le photovoltaïque, c'est pas automatique

Il s'agit de l'une des mesures phares du projet de loi sur l'accélération des énergies renouvelables, adopté définitivement par le Parlement le 7 février dernier et qui dispose, dans son article 40 : « Les parcs de stationnement extérieurs d'une superficie supérieure à 1 500 m² sont équipés, sur au moins la moitié de cette superficie, d'ombrières intégrant un procédé de production d'énergies renouvelables sur la totalité de leur partie supérieure assurant l'ombrage. »

Cette mesure vise notamment les parkings des centres commerciaux, des hôpitaux... qui représentent un gisement d'énergie non négligeable mais surtout qui présentent l'avantage d'être déjà artificialisés, voire complètement imperméabilisés, à la différence des terres agricoles notamment (l'agrivoltaïsme a fait l'objet de nombreux débats).

La loi de transition énergétique sur la croissance verte pose, quant à elle, une autre obligation à partir du 1^{er} janvier 2025 : celle d'équiper 10 % des places de stationnement des ensembles commerciaux en bornes électriques de recharge (10 % pour les parkings de plus de 40 places ou 5 % pour les autres).

A priori, ces ambitions sont louables, à condition que l'installation de ces équipements n'implique pas l'abattage d'arbres existants sur les parkings. Elles permettent effectivement d'intensifier l'usage de ces surfaces de faible qualité et dont l'utilité est avérée quelques heures par semaine seulement. Cependant, en raison des investissements importants à réaliser, ces installations vont figer pendant plusieurs décennies l'usage de ces surfaces alors que les pratiques de mobilité vont évoluer et que le besoin de foncier dans certaines zones impliquerait de regarder ces parkings avec un autre prisme que celui de leur potentiel énergétique, notamment celui de leur potentiel en faveur du renouvellement urbain.

Anticipant la mutation possible de certaines zones commerciales, le législateur a prévu un report de délai possible d'installation des ombrières pour les parcs de stationnement qui font l'objet d'une suppression ou d'une transformation totale ou partielle. Cette opération doit s'inscrire dans le cadre d'une opération faisant l'objet d'un projet partenarial d'aménagement, ou d'une convention d'opération de revitalisation de territoire, ou s'inscrivant dans une orientation d'aménagement et de programmation d'un PLU approuvé.

En raison des investissements importants auxquels devront faire face les acteurs commerciaux, ces obligations pourraient déclencher des prises de position plus rapides sur le devenir de ces parkings.

Tout l'enjeu sera d'identifier le pas de temps dans lequel il est pertinent de déployer ces installations entre des projets de renouvellement des zones commerciales qui ne seront pas forcément mûrs dans le temps imparti sans geler la contribution que ces zones peuvent avoir dans la production et la fourniture énergétique nationale.

Il est donc intéressant pour les collectivités d'étudier au cas par cas l'enjeu, pour elles, de mutation de ces fonciers. Et de faire connaître leurs positions aux acteurs économiques en place.



Action cœur de ville 2 : intégration d'un dispositif de requalification des entrées de ville

Lancé le 20 février dernier par la ministre chargée des collectivités territoriales et de la ruralité, ce nouveau dispositif conduit par l'ANCT propose : un fonds de 24 M€ pour la requalification des zones commerciales, une enveloppe de 15 M€ consacrée à l'ingénierie pour repenser les entrées de ville dans le but d'embellir leurs paysages et de les renaturer, un accompagnement de la DGALN à travers des missions d'appui technique pour mieux prendre en compte les entrées de ville dans l'urbanisme et partager des projets architecturaux réussis.

carte blanche à...

Emilie Bajolet

AREP, Conseil et programmation



Périphéries commerciales : un levier pour imaginer l'urbanisme de demain ?

Alors qu'elles ont souvent été rattrapées par l'urbanisation, les périphéries commerciales constituent d'importantes réserves de capacités pour les développements urbains futurs. Mais elles sont aussi des franges urbaines, et à ce titre peuvent être pensées comme des espaces de transition entre la ville et les espaces non urbanisés. Ainsi, et à condition que leur transformation soit mue par de nouveaux imaginaires, les périphéries commerciales pourraient être l'occasion d'inventer la ville de demain, à l'appui de typologies qui ne soient ni la ville-centre, ni l'urbanisme de ZAC devenu générique, ni du périurbain densifié...

Pour éviter que ces zones ne soient happées par les foncières et leurs modèles, et deviennent un terrain de jeu où les opérations immobilières sont des outils de péréquation économique et tendent vers une densité non choisie, il est important qu'elles fassent l'objet d'une réflexion sur ce qu'elles sont, et ce que l'on voudrait qu'elles deviennent.

Les caractéristiques spécifiques des périphéries commerciales doivent constituer des points d'appui pour imaginer ces nouvelles figures urbaines.

- **Les infrastructures routières**, souvent maîtrisées par la puissance publique, surdimensionnées et dédiées à la voiture, peuvent faire l'objet d'une transformation visible en faveur des transports en commun, des modes actifs et d'aménagements propices à la végétalisation ou le cycle de l'eau. En transformant ces voiries, les collectivités maîtrisent la trame pour installer une urbanisation en rive des axes de déplacement. Cette cohérence permise par les espaces publics permettrait d'assumer des développements immobiliers hétérogènes, opérés selon des temporalités non maîtrisées.
- **Les nappes de parking**, surfaces artificialisées par excellence, pourraient à la faveur de la transformation des mobilités, faire l'objet de redimensionnements, d'une évolution de leur traitement vers plus de porosité du sol et de végétalisation), voire d'une suppression et d'une renaturation des parties n'étant plus nécessaires... ou à l'inverse, servir de réceptacles pour des opérations tiroirs de reconstructions.
- **Les surfaces économiques et commerciales**, marquées par des typologies de faible hauteur et des modes constructifs efficaces mais peu qualitatifs, peuvent devenir les lieux privilégiés de redéploiement programmatiques vers plus de mixité et une transformation des typologies commerciales. Peut-on imaginer un modèle qui dépasse le «no parking, no business» ?
- **Les services urbains** (centrales électriques, usines de traitement des déchets, plateforme de réemploi, cuisines centrales...), régulièrement présents dans les périphéries parce qu'on les a positionnés le plus loin possible de la ville historique, pourraient faire l'objet d'un soin, d'une mise en visibilité et d'un déploiement assumant leur fonction incontournable dans le métabolisme urbain, voire une mise en valeur de la ville productive : développement de fermes de production photovoltaïque, d'usine des eaux qui se visitent et servent d'outil pédagogique, etc.

Les périphéries commerciales pourraient servir de laboratoire pour l'expérimentation de modèles urbains alternatifs, en recréant une nouvelle géographie des vides et des pleins, et un paysage différent : plus construit, avec un épannelage plus rythmé, assumant une certaine hétérogénéité des développements architecturaux, mais aussi en sanctuarisant des espaces renaturés, en retrouvant le sol, la topographie, le chemin de l'eau, en mettant en scène un nouvel écosystème urbain.

voir aussi...

Ressources

Appel à projet : Repenser la périphérie commerciale
<https://www.ecologie.gouv.fr/repenser-peripherie-commerciale>

La fédération des acteurs du commerce (ex CNCC)

<https://www.lesacteursducommerce.com/>

L'institut pour la ville et le commerce

<https://www.institut-ville-commerce.fr/>

à lire

Le jour où les périphéries commerciales auront dévoré nos villes - Frank Gintrand

Inscrire les dynamiques du commerce dans la ville durable, Rapport 2017 - CGEDD

Vers des friches dans les grands formats commerciaux ? - A'urba

addrn

agence d'urbanisme de la région de Saint-Nazaire

Rédactrice en chef :

Pauline Fouesnant

Comité de rédaction :

Claude Maillère, Marie Pouplet

Conception graphique :

Sandra Biguet

Responsable de publication :

Pierre Vionnet

Dépôt légal : 3^e trimestre 2023

Site internet : www.addrn.fr