



HAL
open science

La recherche de l'équilibre commercial : l'impossible planification du commerce périphérique ?

Arnaud Gasnier

► **To cite this version:**

Arnaud Gasnier. La recherche de l'équilibre commercial : l'impossible planification du commerce périphérique ?. Commerce et mobilité, Sep 2007, Dijon, France. pp.179-194. halshs-00201459v2

HAL Id: halshs-00201459

<https://shs.hal.science/halshs-00201459v2>

Submitted on 26 Jun 2008

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La recherche de l'équilibre commercial : l'impossible planification du commerce périphérique ?

Arnaud GASNIER

Maître de Conférences de géographie et aménagement
GREGUM – UMR ESO (Espaces et Sociétés) CNRS 6590
Université du Maine, Le Mans

La recherche de l'équilibre commercial demeure en France, depuis plus de trente ans, un objectif constant qui, encore aujourd'hui, n'est pas atteint. Les politiques de déplacement, d'urbanisation et d'urbanisme commercial, par leur sectorisation, leur étanchéité et l'inefficacité de certains outils, ont été jusqu'ici incapables d'agir pertinemment sur le rapport entre implantation commerciale et maîtrise de la mobilité ; cette maîtrise des déplacements étant encore plus difficile à parachever dans les espaces périurbains marqués par la prééminence de l'automobile.

Ce chapitre suit deux grands objectifs à partir du postulat qu'une planification plus équilibrée du commerce permettrait de développer une mobilité plus durable, multimodale et douce.

Le premier objectif est de questionner cette notion polysémique d'équilibre tant recherchée par les élus locaux, les professionnels de l'aménagement urbain (services techniques) et de la gestion commerciale : De quels équilibres à trouver s'agit-il ? Équilibre entre zones commerciales d'une région urbaine ? Équilibre entre bassins résidentiels et bassins de chalandise ? Équilibre entre composantes marchandes et non marchandes dans une même ZAC ? Équilibre entre le centre et la périphérie ? A partir de quels constats et de quels modes de production commerciale ? A partir de quel angle d'approche (cadre de politique territoriale, outils mis en œuvre) ?

Le second objectif est de réfléchir aux enjeux qu'implique la construction d'un équilibre commercial durable en termes de rapports à la mobilité et à l'accessibilité. La question est en fait de savoir s'il convient de freiner les déplacements des automobilistes ou les implantations périurbaines du commerce ? Les élus des communes périurbaines seront-ils d'accords ? Les usagers accepteront-ils des temps de déplacement en transport collectif plus longs ou moins commodes ?

A la lecture de quelques études de cas, de nouvelles considérations sur la manière de limiter les déplacements motorisés et de produire de la ville semblent émerger plus ou moins ponctuellement à la lumière d'opérations de renouvellement urbain, de mixité fonctionnelle et d'initiatives diverses de « couturage » intra et interurbain par les TCSP (transport collectif en site propre), le plus souvent.

Ces deux pistes d'investigation nous amènent à approcher la diversité des formes et des échelles d'équilibre / déséquilibre commercial (partie 1) pour réfléchir à comment mieux gérer la mobilité liée à la chalandise et à la levée des obstacles (partie 2) dans un contexte actuel de prise en compte croissante et d'imprégnation disparate des politiques de développement durable urbain (partie 3).

I – Des équilibres commerciaux à trouver par rapport à quelles situations ?

Parler d'équilibre commercial au singulier revient à considérer le commerce, son évolution, ses formes urbaines et ses lieux et temps d'implantation comme homogènes en faisant abstraction des processus multiples de production politique et sociale multiscalaires, successifs et diachroniques.

1 - Des processus de production urbaine multiscalaires

Le déséquilibre commercial se lit d'abord à l'échelle départementale, territoire d'observation et d'action suggérée, depuis la loi Royer de 1973, des CDEC (Commission Départementale d'Équipement Commercial) et des ODEC (Observatoire Départemental d'Équipement Commercial). Il s'agit alors de veiller à l'équilibre entre le développement et l'évolution de l'appareil commercial de la grande ville centre et celui des villes satellites moyennes et petites. A cette échelle d'observation, un des principes les plus prégnants au sein des CDEC est de limiter l'évasion commerciale vers les grandes villes et préserver un commerce de proximité (résidentielle).

La situation de déséquilibre est souvent dénoncée (Péron, Desse, Gasnier, 2002) à l'échelle des territoires politiques : Communautés urbaines ou d'agglomération déplorent des implantations commerciales inégales en termes de surfaces de vente sur leur territoire ou bien encore dénoncent une attraction inégale des communes appartenant à l'EPCI (Etablissement Public de Coopération Intercommunale) en question ou à d'autres EPCI.

Cette hétérogénéité des formes urbaines conduit à la production de plusieurs configurations de zones d'activités commerciales. Elle se rapporte à la dispersion – concentration relative des offres marchandes périphériques (le plus souvent non agglomérées) qui apparaît d'abord dans le nombre plus ou moins élevé de pôles : ils sont plus nombreux à Rennes et Montpellier qu'à Strasbourg ou Nantes, rarissimes à Brest, même comparés aux sites du Mans et Tours. On distingue au sein même de cette première distinction des surfaces commerciales fortement concentrées sur un pôle principal dominant (le pôle de la route de Gouesnou à Brest), d'autres beaucoup plus équilibrées (Grenoble¹). Aussi, les premiers pôles de Montpellier et de Tours ont le même ordre de grandeur ; ils dépassent les 100 000 m². Par contre le dispositif rennais se différencie nettement de la règle car aucun de ses pôles périphériques n'atteint 50.000 m².

A une échelle plus détaillée, la notion d'équilibre est approchée à partir des composantes mêmes de la zone commerciale qui selon sa taille, son niveau de polyvalence et de spécialisation, le nombre de grandes enseignes locomotives de renom qu'elle concentre, etc., détermineront l'ampleur de l'aire d'attraction du pôle, l'intensité des rythmes de fréquentation des chalands et du trafic automobile en résultant. Il est tout d'abord possible de parler de pôles « polyvalents » ou « généralistes » quand ces offres se sont agrégées autour d'un, parfois deux hypermarchés. On peut présumer aussi que, selon la taille de l'hypermarché, celle de sa galerie, et selon le nombre et la variété des établissements qui leur sont adjoints, un pôle périphérique s'apparentera davantage à un gros équipement de quartier qu'à un potentiel embryon de centralité. Comme le montre la carte ci-contre de la zone nord du Mans en 2007, les 114000 m² de surfaces de vente, répartis sur 3 communes, le long de la RN 138 et à proximité immédiate d'un échangeur autoroutier, rassemblent pratiquement tous les types d'activité de commerce et de service qui puissent exister dans une logique chronologiquement et spatialement successive d'agrégations de ZAC. Ce corridor commercial qui est l'un des dix

¹ - Les superficies commerciales demeurent assez homogènes d'un pôle grenoblois à un autre : les pôles de Grand'Place, des Essarts et de Saint-Martin-d'Hères sont respectivement compris entre 30 et 50000 m² de surfaces de vente.

plus importants de France, est, par sa taille, le plus gros pôle commercial du département de la Sarthe, loin devant le centre commerçant du centre ville mançais.

A l'inverse, les pôles spécialisés offrent une plus ou moins grande variété de produits et services. Les uns sont très étroitement circonscrits à une catégorie d'offres : c'est le cas en général des zones ou routes de magasins d'ameublement, ou, un peu plus largement, d'équipement de la maison. Ce type de spécialisation est fortement présent à Rennes et au Mans, à Nantes et à Strasbourg.

Enfin, les implantations « isolées » (regroupement de moins de trois établissements) constituent la troisième catégorie d'insertions susceptible de modeler l'impact de la grande distribution périphérique sur les grands équilibres spatiaux. Elles sont particulièrement nombreuses à Nantes. La majorité de ces établissements « isolés » appartiennent souvent à la catégorie des magasins de bricolage et / ou de jardinage. Il faut également pointer l'existence de quelques enseignes qui, à elles seules, rayonnent sur des distances aussi étendues que les principaux pôles existant dans l'aire urbaine. C'est le cas des magasins IKEA. A Strasbourg, l'enseigne occupe cette position isolée, en péri-centre de l'agglomération. A Nantes, par contre, elle s'est implantée au cœur de la zone Atlantis de Saint-Herblain.

L'adjonction d'un multiplexe constitue, bien évidemment, un attribut supplémentaire qui, non seulement, renforce une notoriété et une attractivité globales, mais qui modifie radicalement la nature et la portée du regroupement et du rayonnement du pôle, surtout si celui-ci est directement implanté à côté d'un péage qui le connecte au réseau autoroutier départemental et régional.

Enfin, longtemps la notion d'équilibre commercial a été appréhendée à l'échelle des quartiers (anomalisation, banalisation, abandon, friches commerciales, concurrence) dans une perspective duale longtemps prégnante, voire persistante encore aujourd'hui, d'opposition entre « petits » et « grand commerce », « centres villes anciens à protéger » et « périphéries à sacrifier » (Péron R., 1998). Ce dualisme corporatiste et spatial marqué dans l'urbanisme commercial à la française tient sans nul doute une grande part de responsabilité dans l'essor des archipels de développement commercial déconnectés de tout moyen d'y accéder autrement que par l'automobile !

2 - la variété des formes commerciales périphériques tient aux temporalités de l'urbanisation et aux modalités d'agrégation de ces pôles :

Un premier groupe d'établissements rassemblés autour d'un centre commercial a souvent pour principale caractéristique d'avoir été construit d'un seul tenant à la même période. Ces équipements sont en général intégrés à l'habitat, à des tissus déjà urbanisés au moment de leur réalisation, et, de ce fait, enfermés dans leurs limites initiales. Le pôle « Centre Sud », dans la ZAC de Vauguyon, en périphérie sud de la commune centre du Mans, organisé autour de Carrefour, illustre bien le cas d'un site commercial aujourd'hui encerclé par l'urbanisation du quartier, notamment par le Grand ensemble des Ronceray-Glonnières à l'ouest vis-à-vis duquel il joue le rôle d'un équipement de proximité. Face à ce blocage physique, la dynamique commerciale s'éloigne un peu plus au sud encore et fonde, en première couronne périurbaine, de nouveaux pôles marchands sur les communes de Ruaudin (proche du grand complexe sportif et culturel d'Antarès) et de Mulsanne (ZAC du Cormier, Family Village, Leroy Merlin, etc.), aux possibilités d'expansion multiples.

D'autre part, un second groupe de pôles rassemblés autour d'un centre commercial se caractérise par la prolifération, au sein d'espaces libres de constructions, dans le désordre le plus complet, de bâtiments hétéroclites et de parkings plus ou moins nettement délimités. Les extensions successives aboutissent à un dédale de chaussées, de ronds-points, de panneaux de signalisation et de publicité, dont les accès rarement adaptés aux fréquentations croissantes sont les théâtres d'embouteillages de plus en plus longs aux heures de pointe. Leur taille et

leur situation obligent à utiliser la voiture pour accomplir les déplacements internes. (« Pôle Nord » de Rennes, « pôle Nord » de Strasbourg, « Zone Nord » du Mans, « Plein Sud » à Montpellier, etc.).

Ces contextes de production commerciale urbaine et périurbaine ne nécessitent pas les mêmes problématiques ni les mêmes solutions : Le « Centre Sud » du Mans sera accessible par le tramway dès novembre 2007 et continue à jouer le rôle d'un équipement d'agglomération et de proximité pour le grand ensemble social qu'il borde. A contrario, la zone du Cormier (pôle commercial spécialisée autour du bricolage et de l'équipement de la maison) et le tout récent Family Village, implantés à 3 kilomètres au sud de l'agglomération mancelle et de Carrefour (sur les communes de Ruaudin et de Mulsanne) dans la mesure où la ZAC de Vauguyon était saturée et encerclée par l'urbanisation des quartiers périphériques, renforcent l'offre commerciale de la première couronne périurbaine et par là même, le trafic automobile puisque le tramway s'arrête à environ 2 kilomètres en amont. Le stationnement étant vraisemblablement insuffisant, il n'est pas rare de constater un nombre important de véhicules garés sur le bas côté de la voie nationale, espace non prévu à cet effet et devenant dangereux.

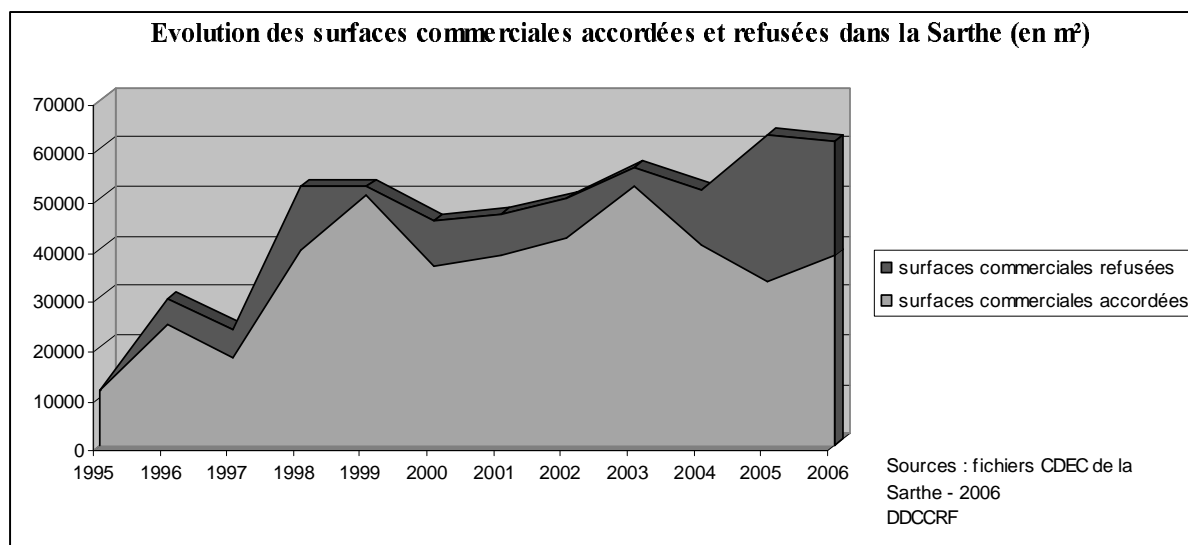
II - Comment mieux gérer la mobilité liée à la chalandise ?

Force est de constater que déploiement commercial et mobilité maîtrisée ne font pas bon ménage. Deux types de dysfonctionnement peuvent être mis en lumière : le premier est lié aux limites de la régulation et de la sectorisation politiques tandis que le second pose le problème des frontières territoriales et de la concurrence intercommunale. Or, la loi SRU de décembre 2000 impose de nouveaux outils et de nouvelles priorités qui réinterroge la question de la maîtrise de l'urbanisation (notamment commerciale) et des déplacements.

1 - Dépasser les limites de la régulation et de la sectorisation politiques

Les enjeux de la régulation politique, de territoires de planification et de développement durable reposent sur l'incontournable question de la maîtrise de ces excroissances commerciales. *« Les efforts officiels pour ralentir la production de "nouveaux espaces commerciaux" n'ont pas été motivés pour l'essentiel par des raisons environnementales et urbanistiques ; il s'agissait de maintenir l'équilibre des forces économiques, c'est-à-dire de ne pas laisser le petit et moyen commerce indépendant être écrasé par les entreprises intégrées ou les chaînes d'hypermarchés. et d'éviter que le commerce central fût étouffé par la concurrence victorieuse des zones commerciales périphériques »*, nous rapporte Jean Soumagne (2004).

Pour tenter de sortir de ce conservatisme latent, de nouvelles lois (Doubin -1990, Sapin-1993, Raffarin-1996) se sont succédé depuis la loi Royer. Mais, très vite gérées par les services préfectoraux comme une charge supplémentaire à moyens constant, de nouveaux outils tels les ODEC et la mise en place des Schémas de développement commercial (documents non opposables au tiers) montrent leurs limites.



Même s'il est observé depuis 2004 un tournant dans la politique de la CDEC de la Sarthe, devenant plus restrictive (90 % des surfaces commerciales demandées ont été autorisées en 2003), le développement des recours en CNEC des entreprises d'une part, de nouveaux projets de rééquilibrage et d'essor d'activités sur d'autres sites, tels Aria Parc à Allonnes et Family Village à Ruaudin au sud de l'agglomération mancelle, pour concurrencer la zone Nord, demeurent les principaux obstacles à une véritable régulation politique².

Cependant, les premiers schémas d'urbanisme commercial, qui s'orientent vers la signature de chartes, marquent un début de prise de conscience par les collectivités locales des déséquilibres générés par le développement du commerce périphérique, et, pour les Chambres engagées à leurs côtés, la fin d'une politique fortement malthusienne. Dès le début des années 1990, l'enjeu principal de ces chartes devient la maîtrise des grands équilibres commerciaux sans imposer de véritables contraintes d'implantation aux entreprises de la distribution dans la majorité des cas ! D'une agglomération à l'autre, le degré d'implication dans la démarche partenariale fut très variable. Quatre situations semblent se présenter, les différenciations venant chaque fois du degré d'implication des acteurs locaux dans ces processus : villes sans charte (Grenoble, Tours, Le Mans), villes avec chartes minimalistes (Montpellier), partenariales (Lyon, Nantes, Rennes) ou réglementaires (Brest). Brest est résolument la ville qui a été juridiquement plus offensive, allant jusqu'à interdire ou inciter telle entreprise commerciale à s'implanter dans tel ou tel secteur (Péron R., Dese R.P., Gasnier A., 2002).

D'autre part, dans son article portant sur « l'urbanisme commercial à la française », René Péron (1998) parle déjà de rendez-vous manqué entre le « boom » urbain et la révolution commerciale, invoquant une léthargie politique d'une part, l'émiettement territorial et le décalage total entre l'agglomération, l'aire urbaine des échanges et celle du pouvoir d'administration territoriale d'autre part. Alors que les territoires du politique ont longtemps demeuré sectorisés et limités, ceux de l'urbain et de l'économique n'avaient pas de frontière et pouvaient librement entamer leur conquête de l'espace périurbain. Les limites de la réglementation française depuis le début des années 1970 jusqu'à aujourd'hui, qui a longtemps réduit l'urbanisme commercial aux problèmes de plan de circulation (piétonne, non piétonne) et de stationnement, proviennent principalement de deux états de fait : l'urbanisme commercial n'a jamais été intégré dans l'urbanisme tout court, contrairement à l'Europe du

² Source : A. Gasnier et ODEC de la Sarthe 2006

Nord (Péron R., 2004) d'une part ; les politiques mises en œuvre n'ont jamais été « jusqu'au boutistes » à cause du risque de paraître trop dirigistes et antilibérales.

2 – Dépasser les limites du découpage territorial : l'exemple de la Communauté Urbaine « Le Mans Métropole » et de sa frontière Nord

Pour les entreprises de la distribution, s'implanter aux portes septentrionales de l'agglomération mancelle n'est pas sans présenter quelques avantages. En effet, les trajets sont favorables à certains emplacements commerciaux. Les enseignes implantées profitent d'une part des fortes densités de population de la ville-centre y compris de celles des grands ensembles et, d'autre part, des densités plus faibles de la première couronne périphérique mais aux revenus plus élevés. Aussi, les frontières entre la Communauté Urbaine du Mans et les communes contiguës sont-elles apparues comme des lieux d'enjeux.

Avec les emplois et les ressources fiscales capturées, les communes immédiatement périphériques à Le Mans Métropole deviennent de redoutables concurrentes. C'est en effet au nord que la concurrence va fonctionner avec le maximum d'intensité puisque la CUM autorise, au début de la décennie 1980, l'ouverture d'une zone d'activités prolongeant la ZI Nord. Cette zone va rencontrer un succès considérable après l'implantation d'un hypermarché (Auchan) ouvert en 1983. Nouant les alliances indispensables au sein de la commission départementale d'urbanisme commercial (CDUC), les représentants de la CUM vont permettre l'agglomération d'un ensemble d'enseignes diversifiées. L'énorme succès enrichit non seulement la commune d'implantation (La Chapelle-Saint-Aubin) et la Communauté mancelle mais donne également des idées aux élus de la commune immédiatement voisine : Saint-Saturnin. Ces derniers décident alors de créer leur propre zone (La Porte Océane), dans le prolongement de la précédente et à la porte de l'échangeur autoroutier du Mans Nord. Les enjeux vont toutefois demeurer modestes, jusqu'à ce jour de 1997 où Saint-Saturnin annonce l'implantation d'un vaste multiplexe cinématographique à l'initiative du groupe de distribution propriétaire de presque toutes les salles de cinéma mancelles (Circuit Georges Raymond), groupe auquel la ville centre avait proposé la création d'un équipement comparable sur son territoire. S'engage alors une bataille à la fois juridique, perdue par la ville et la CUM, et économique : la ville fait appel à un groupe concurrent afin de réaliser, en partenariat, un complexe cinématographique en plein centre. Désormais, la menace n'est plus virtuelle. En devenant un risque de déshabillage d'activités, elle implique des ripostes adaptées et le retour à l'offensive.

Aujourd'hui, la Zone commerciale nord du Mans continue son expansion sur trois communes, mêlant activités commerciales et de loisirs (projet de parc ludique Ludocéane à Saint-Saturnin). Depuis 2006, sa densification est freinée du fait du gel des autorisations prononcé en CDEC tant que la voirie de desserte dans ces ZAC reste saturée et que la RN 138 (Le Mans/ Alençon) demeure embouteillée à l'entrée nord de la zone aux heures de pointe. La commune de la Chapelle-Saint-Aubin n'est pas favorable à un projet de voie de contournement de la zone et bloque la situation. Les conflits d'intérêt, la concurrence intercommunale, une territorialisation politique encore trop fragmentée en inadéquation avec celle de l'économie demeurent le reflet d'une incapacité latente de maîtriser l'urbanisation à caractère commercial et la mobilité.

3 - La loi SRU de décembre 2000 et les PDU : un changement de cap ?

Dans ses objectifs et sa « philosophie », la loi « SRU » invite à développer des approches plus globales d'aménagement en incitant les collectivités publiques à coordonner leurs politiques sectorielles de déplacements urbains et affirme rechercher l'équilibre entre renouvellement urbain et développement urbain maîtrisé, la diversité des fonctions urbaines, l'économie et

l'équilibre dans l'utilisation des espaces. Les localisations préférentielles du commerce doivent être mentionnées et justifiées, de même que la cohérence vis-à-vis des systèmes de transport, spécialement collectifs. Aussi, le Projet d'Aménagement et de Développement Durable (PADD) doit accompagner tant les Schémas de Cohérence Territoriale, documents d'orientation stratégique intercommunale que les Plans Locaux d'Urbanisme, documents régissant l'occupation et l'utilisation du sol. SCOT et PLU sont l'objet d'enquête publique et opposables ensuite aux tiers.

Sans considérer ici les nouveaux enjeux politiques, économiques et sociaux d'un développement plus durable du grand commerce, de nouvelles mises en perspective s'ouvrent, en particulier celles qui consistent à inciter la grande distribution à réinvestir les espaces urbains denses, à moins gaspiller d'espaces bâtis et non bâtis, à adopter des normes d'isolation plus performantes, à mieux s'intégrer à l'environnement ... et à devenir plus accessible par d'autres moyens de transport que la seule automobile. Le rééquilibrage des modes de déplacements en faveur des transports collectifs, de la marche et du vélo, devient l'objet même des PDU.

Aussi, le commerce s'avère de plus en plus considéré comme un élément structurant de la mixité urbaine. Il devient une composante non plus secondaire mais mieux intégrée aux schémas de cohérence territoriale qui définissent les objectifs relatifs à l'équipement commercial et artisanal et aux localisations préférentielles des commerces. Pour autant, générateur de nombreux déplacements urbains et périurbains motorisés, le commerce semble peu approché dans son rapport à la mobilité à l'exception de quelques PDU de villes françaises (Brest, Montbéliard qui relie ses centres commerciaux par du transport collectif le samedi). *« La volonté politique de trouver une alternative crédible à la voiture pour les déplacements d'achats en zones périphériques n'est, sauf exception, pas affirmée. Les collectivités territoriales privilégient l'option des transports en commun pour les commerces des centres urbains, mais laissent la grande distribution de périphérie bénéficier de l'accroissement de la mobilité automobile »* (Van de Walle, 2005). En fait, on se heurte ici à deux obstacles majeurs, l'un économique (faible fréquentation potentielle des milieux de faible densité et faible rentabilisation des transports collectifs), l'autre idéologique lié à la peur de certains décideurs-responsables d'encourager encore davantage par l'aménagement de nouvelles lignes de métro, de bus ou de tramway, l'exurbanisation des clientèles et de stopper net la dynamique du renouvellement urbain ! Alors comment concilier les logiques divergentes d'intérêt des acteurs politiques et économiques dans un système partenarial à construire ?

III – Enjeux de Développement durable : quelle place pour la mobilité dans les espaces urbains et périurbains ?

Un certain nombre d'actions ont été entreprises depuis le début des années 2000 qui témoignent outre de partenariats plus étroits entre les acteurs publics et les entreprises privées, de conceptions d'opérations d'aménagement plus globales et de modes d'action mieux ciblés sur le couturage ou le recouturage urbain.

1 - De nouvelles formes de conception et d'articulation commerce – urbanisme – mobilité

Commerce et opérations de renouvellement urbain (espaces urbains denses et continus)

Dans un double objectif de densité et de mixité urbaines, certains plans de déplacements urbains préconisent le renforcement des commerces de proximité ou de centre-ville par l'aménagement de nouvelles voies de circulation piétonnes et cyclables et l'ouverture de

nouvelles lignes de TCSP ; à l'exemple de l'opération des jardins des quais à Bordeaux : la rive gauche bordant le centre ville actuel sur 4.5 km. a fait l'objet depuis 2000 d'une requalification complète fondée à la fois sur la conception de nouveaux espaces publics et de nouveaux équipements de centralité à caractère commercial et culturel.

Avant le lancement d'un concours architectural en 2000, de nombreux hangars furent démolis (le dernier en 2001) afin de dégager l'espace des quais pour mieux circonscrire les nouveaux projets de réappropriation urbaine : à des parcs paysagers bordant les nouvelles lignes du tramway, skate parc, restaurants, terrasses, guinguettes, espaces de promenade, d'exposition, complètent les activités commerciales, tertiaires et culturelles dans la dernière partie qui s'étend du cours du Médoc aux bassins à flot, vers l'aval du fleuve. Ces dernières sont liées à la réhabilitation des hangars 15 à 19 donnés en concession par le port autonome, après transfert de gestion à la CUB, à un développeur immobilier (EFAG) pour y aménager des espaces de bureaux, de commerces et des parkings³.

Le PDU de Lille prévoit lui aussi de « *privilégier le renforcement du commerce dans les centres - villes et les quartiers à potentialité commerciale* » et de « *limiter drastiquement les développements et les extensions des équipements commerciaux situés en périphérie ou en bordure d'agglomération* » (Van de Walle, 2005). L'objectif principal est de limiter les croissances commerciales difficiles à rendre accessibles par les TCSP.

De la zone commerciale à la ville nouvelle : le Val d'Europe (Marne-la-Vallée)

La ville nouvelle de Marne-la-Vallée, décrétée en 1971, s'étend sur 25 kilomètres à l'Est de Paris, compte 26 communes et comprend 4 secteurs : Porte de Paris, Val Maubuée, Val de Bussy et Val d'Europe. L'urbanisation s'est développée d'ouest en est, le Val d'Europe étant le secteur le plus récent. Contrairement à d'autres villes nouvelles comme Saint-Quentin-en-Yvelines, l'urbanisation de Marne-La-Vallée s'est structurée sur plusieurs centres urbains existants reliés entre eux par les réseaux routiers, autoroutiers et le RER

Le projet du Val d'Europe, en partenariat avec de nombreuses entreprises privées dont la Disney Company, dessine l'ambition dès 1987 non pas de construire une zone touristique et ludique mais de bâtir une nouvelle ville dans la ville nouvelle.

Cependant, le rapport à la mobilité est pensé jusqu'ici exclusivement à l'échelle internationale et non locale. Certes, Marne-la-Vallée se situe à égale distance des aéroports de Roissy et Orly, atteints par navette routière en 40 minutes. Il ne faut pas oublier non plus la présence de la gare TGV à Chessy où 55 trains à grande vitesse (dont l'Eurostar et le Thalys) s'arrêtent tous les jours ; des flux qui seront multipliés par deux d'ici 2008 et qui irrigueront alors la gare de correspondance la plus importante de France, d'où il sera possible de se connecter à l'ensemble du réseau national et européen. Néanmoins, même si Marne-la-Vallée compte 38 lignes de bus, les liaisons intra-ville nouvelle demeurent encore peu performantes. Pour le Val d'Europe, hormis la présence de la ligne de RER, les déplacements effectués à l'intérieur du secteur 4 (Val d'Europe) ne peuvent se faire qu'en automobile ; la dilatation de l'urbanisation rendant difficile une accessibilité pédestre⁴.

³ Source : A. Gasnier, Le Val d'Europe à Marne-La-Vallée : Mickey fait-il du développement durable ? <http://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00078564>, 2006, 12 pages.

⁴ Source : A. Gasnier, Dynamiques et enjeux des pôles commerciaux périphériques à partir de quelques cas français, <http://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00145893>, 2007, 11 pages.

Du zonage au quartier : mixité fonctionnelle et centralité de quartier autour de l'université du Maine au Mans

Dans les années 1960-70, l'université du Maine est perdue dans les champs. L'idée d'une « reconquête » de cet espace isolé de 200 ha date des années 1990, avec un triple objectif : intégrer l'université à la ville, développer un technopôle et créer un nouveau quartier au Mans. L'objectif général annoncé est de s'appuyer sur la trame bocagère et boisée existante pour construire le quartier. Trois espaces distincts composent alors la ZAC :

- Le quartier Ribay propose 168 logements collectifs et 220 logements individuels, un pôle commercial et de service et des activités tertiaires (hôtel, bureaux, agence de l'eau, etc.). Son aspect vallonné lui confère une certaine spécificité.
- Le vallon Robin des Bois comprend d'une part une plaine de 12 ha aménagée autour des bassins de rétention avec 505 logements individuels, 250 logements collectifs, 22 000 m² de locaux tertiaires, et d'autre part une zone naturelle de 14 ha.
- La zone des Poupardières (route de Laval) à vocation sportive et ludique comprenant une zone d'activités artisanales, un centre commercial et un parking relais à proximité du terminus de la ligne de tramway.

Cette opération en cours de réalisation actuellement montre bien comment la municipalité et la Communauté urbaine du Mans conçoivent aujourd'hui de nouveaux quartiers de ville sur un des derniers secteurs disponibles de la commune centre : sortir du zonage, mêler les populations (modestes et aisées, jeunes et âgées, etc.) puis desservir les logements, les équipements divers, dont des commerces de proximité, et les entreprises par un TCSP performant (tramway inauguré en novembre 2007) à l'échelle de l'agglomération.

2 - Commerce et accessibilité multimodale dans la ville : de nouvelles formes de couturage

Agir par le renforcement de l'offre de transport collectif

L'offre commerciale est aujourd'hui éclatée et diffuse sur l'ensemble de la ville, voire au-delà lorsque le bassin d'emploi est très large. Cet éclatement de l'offre renforce la mobilité des consommateurs et les incite à utiliser toujours davantage leur(s) véhicule(s) pour un développement peu durable ! Cependant, quelques villes françaises (Nantes, Montpellier, Strasbourg) ont déjà adopté la desserte de leurs zones commerciales et récréatives périphériques et périurbaines par le tramway.

Cependant, à Strasbourg, Haute-pierre et Illkirch sont les seuls pôles périphériques desservis par le tramway. Le multiplexe de l'Etoile se trouve à l'écart des stations. Quant à la principale concentration commerciale, au nord, elle reste totalement à l'écart du tracé. Pour sa part, la ville de Rennes représente le cas où la scission entre les localisations des équipements commerciaux les plus attractifs de périphérie et le tracé du métro est la plus visible. Quant à la ville du Mans, seul le centre commercial sud est desservi par le tramway dans la mesure où il est implanté dans un tissu urbain dense de la ville centre.

Les Plans de Déplacement Urbain ignorent donc encore très souvent les zones commerciales périphériques et périurbaines. Celles-ci restent globalement peu accessibles par les TCSP à l'exception de quelques opérations nationales emblématiques. Le PDU de Bordeaux propose cependant d' « *introduire des règles d'accessibilité autres que fondées sur l'usage unique de l'automobile pour autoriser le développement des centres commerciaux et des zones d'activités (établissement de seuil pour conditionner l'obligation de desserte par les transports en commun).*⁵ » Les choses commencent donc à changer à l'exemple du PDU de Brest qui impose d'urbaniser ou non tel secteur selon l'état actuel et à venir de la desserte en

⁵ Source : Bordeaux Métropole - 2007

transport collectif. Sans doute nous rapprochons-nous du modèle de planification allemand qui oblige, dans une grande majorité de cas, une accessibilité à un nouveau pôle d'emploi par un transport collectif ; ce qui a donné lieu à de nombreuses réouvertures de voies ferrées jusque-là désaffectées (P. Goût, A. Krön, 2001).

Les nouvelles lignes du métro et du tramway permettent surtout de réaffirmer la centralité du centre ville ancien mais aussi de participer à la localisation-relocalisation de nouvelles implantations commerciales le long et/ou au bout du tracé (commerce de transit) au détriment des commerces indépendants du fait de la hausse des prix du foncier et de celle des loyers commerciaux.

Réorganiser les modes de livraison de marchandises (à l'échelle intra-urbaine)

La SNCF réfléchit depuis quelques années aux possibilités de livrer les grandes surfaces de la première couronne parisienne par des tramways de marchandises en réutilisant les voies désaffectées de la petite ceinture (Lissorgues, 2005). Mais cette organisation logistique nécessite la mise en place de plateformes relais ou de plateformes d'accueil des marchandises, véritables interfaces entre les déchargements des poids lourds d'une part et la livraison des établissements dans les quartiers urbains denses par des véhicules au gabarit plus léger d'autre part ; cette multiplication des petits véhicules et donc des déplacements cause un impact environnemental encore trop important !

Développer la livraison aux particuliers

Le contact direct entre le produit et le consommateur est désormais possible grâce à la complémentarité des réseaux matériels et immatériels de communication. Cette mise en complémentarité pose cependant des problèmes de logistique et notamment de coûts élevés de livraison à domicile notamment dans l'espace périurbain mité, aux formes d'urbanisation peu denses (Loire, 2000). Le système de livraison peut revêtir plusieurs formes : livraison à domicile après achat en magasin (système développé surtout par les petits supermarchés qualitatifs mais qui ne limite pas les déplacements), livraison à domicile après achat en ligne (même si les cybers épiciers sont encore peu nombreux en province) et livraison hors domicile, laquelle permet la massification des livraisons. Ce dernier mode nécessite ou bien de récupérer ses produits dans un relais, ou bien dans un point service, ou bien encore sur son lieu de travail (J.M. Beauvais, J.P. Bondues, J.F. Troin, 2003). Ainsi, la FNAC.com dépose les colis dans les relais de La Redoute. Ooshop, le cybermarché de Carrefour, vise les clients sur leur lieu de travail en disposant d'un réseau de points services dans les grands centres d'affaire parisiens et Inplex, firme canadienne de livraison de repas aux entreprises, livre en même temps les commandes internet au bureau. Même si ces initiatives relèvent très souvent des acteurs privés (à condition qu'elles soient rentables), quelques PDU, relativement innovants, mettent en avant la nécessité de favoriser la livraison à domicile, l'aide au portage ou encore le transport à la demande, actions motivées par un partenariat entre pouvoirs publics et associations de commerçants.

Conclusion

Assistons-nous à l'émergence d'une implantation et d'une desserte de l'offre commerciale périphérique mieux intégrée dans la politique de la ville ? D'abord, de nouvelles cohérences urbaines et périurbaines entre commerce et ville sont certes encore ponctuelles mais significatives : des projets urbains plus globaux, l'apparition de nouveaux pôles de centralité dans les villes nouvelles et l'amélioration de l'accessibilité des centres

commerciaux et des zones commerciales (Nantes, Strasbourg) semblent commencer à se généraliser pour mieux « recoller » la ville.

Mais des obstacles perdurent. De nombreux projets de parcs commerciaux et de loisirs restent encore trop pensés en terme de zones sans réelle articulation avec la ville centre dont ils sont proches ; ne serait-ce qu'en terme d'accessibilité. A cet égard, l'organisation multipolaire du commerce tend à fragmenter la ville, à favoriser le zonage, l'étanchéité des ZAC entre elles et à multiplier les déplacements. L'équilibre vers lequel les sphères décisionnelles, dont on continue à voir des décisions hétérogènes et concurrentes structurer le paysage commercial périphérique, tentent de parvenir, est sans doute plus économique qu'urbanistique au sens où les ODEC prescrivent d'homogénéiser les tailles de pôles et leur surface de vente à l'échelle d'une aire urbaine. L'incitation de rapprocher le commerce des bassins de vie ne peut provenir que d'instances décisionnelles plus larges et plus globales.

Aussi, le couturage de la ville archipel, pour que chacun des pôles soient complémentaires aux autres au niveau de l'offre et accessibles au plus grand nombre, n'est jamais pensé de manière aréolaire mais toujours du centre (cœur de ville centre) vers la périphérie. Sans doute faut-il y voir encore la prégnance du modèle urbain monocentrique dans nos systèmes de représentation du fonctionnement de la ville.

Assurément, les véritables enjeux qui pèsent sur cette relation d'équilibre entre commerce et mobilité sont à la fois politiques, géographiques et culturels :

- politique au sens de cadrage territorial encore trop segmenté mais l'élargissement est en marche depuis la longue évolution de l'intercommunalité. Se pose la question de la construction territoriale : faut-il continuer à multiplier les cadres territoriaux les uns à côté des autres ? (Paroisses, Communautés de communes, cantons, agglomérations...). Le pays (LOADDT de 1999) n'apparaît-il pas comme la solution d'une offre de gestion et de service globale? Plus large que les EPCI, il pourrait assurer un développement, notamment commercial, cohérent du territoire autour des grandes agglomérations et en lien avec elle.

Or, l'obstacle majeur semble surtout idéologique. La construction d'un véritable schéma de développement commercial cohérent ne pourra l'être qu'en fonction du dépassement des représentations infondées d'un système d'acteurs qui pense encore la sphère commerciale dans une dualité « petit/grand » et « centre-ville/périphérie » qui n'a plus cours aujourd'hui ; la pérégrination et le zapping fondent aujourd'hui la complémentarité multipolaire du commerce quel que soit son espace d'implantation ;

- géographique dans la mesure où la périurbanisation des pôles, des zones et des corridors commerciaux s'est généralisée depuis plus de vingt cinq ans selon des logiques d'étalement de l'urbain et de la ville motorisée ; l'accessibilité omnipotente à la ville archipel par le « tout automobile » devenait alors vite la règle d'un fonctionnalisme exacerbé. La question reste posée dans les marges des principales agglomérations, là où l'urbain devient discontinu, dilaté, et dans les couronnes les plus externes des aires urbaines ;

- culturel enfin en raison de la prégnance des modes de vie encore fortement imprégnés de la consommation de masse, des habitudes des pratiques de chalandise des populations citadines et péri-citadines selon un rythme d'approvisionnement hebdomadaire ou bimensuel et une capacité à utiliser la voiture dès que la distance de plus de 400 mètres du domicile est à franchir !

La recherche de solutions urbanistiques reste aujourd'hui plus marquée par la volonté politique ou non de rendre accessible les pôles ou corridors commerciaux périphériques aux agglomérations que celle de bloquer réellement les projets « isolés » de nouvelles centralités périurbaines ludo-marchandes.

Bibliographie

- Beauvais J-M, Bondue J-P., Troin J-F, (2003), *Evolution du commerce et utilisation de la voiture*, Ministère de l'Équipement, des Transports, du Logement, du Tourisme et de la mer, 134 pages.
- Bellanger F., Marzloff B., (1996), *Transit, les lieux et les temps de la mobilité*. Éditions de l'Aube, 312 pages.
- Bondue J.P. (Dir.), (2004), *Temps des courses, course des temps*, publication de l'USTL, Lille 1, 340 pages.
- Desbouis G., Lestrade S., Desbouis C., (2002), *Nouvelles mobilités commerciales et territoriales : les nouveaux univers d'approvisionnement dans la recomposition urbaine et la recomposition sociale*, sous la direction d'Alain Metton, Créteil, ARAUC, 189 pages.
- Desse R.P., (2001), *Le nouveau commerce urbain*. Collection Espace et territoires, PUR, 198 pages.
- Dugot Ph., Pouzenc M. [Dir.], (2005), Commerce et développement durable, Actes du colloque de Toulouse-Le-Mirail, mars 2005, *Géodoc*, n°54 (support CD).
- Gasnier A., (2003), Multiplexes et parcs de loisirs périurbains : de nouvelles centralités ? *Lieux de culture, culture des lieux*, M. Gravari-Barbas et Ph. Violier (dir), Presses Universitaires de Rennes, pp. 135-149, 304 pages.
- Gasnier A., (2006), Entre privatisation des lieux publics et publicisation des lieux privés. *Revue Urbanisme*, n°346, dossier « Espaces publics », janvier/février 2006, pp. 70 – 73.
- Gasnier A., (2007), Les temps de mobilité des consommateurs au cœur des nouvelles logiques d'implantation de l'offre commerciale. Les temporalités des populations, *Espace Populations Sociétés*, n°2-3, pp.243-254.
- Goût P., Krön A., (2001), Promouvoir l'urbanisation autour des dessertes ferrées et des TCSP : la politique du Land de la Rhénanie du Nord-Westphalie. Rapport de recherche de l'ILS (Institut de recherche pour le développement régional et urbain du Land de la Rhénanie du Nord-Westphalie, ADEME, PREDIT 2, Dortmund, 47 pages.
- Lissorgues G., (2005), Les activités logistiques en Ile-de-France : atouts et défis. Rapport de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris, Commission de l'aménagement et du développement économique régional, 96 pages.
- Loire S., Maincent E., Pouquet L., (2000), Vision prospective de l'évolution de l'entrepreneuriat, des formes diverses d'entrepreneuriat ou d'entreprises sur le territoire, CREDOC, Département Dynamique des Marchés, 222 pages.
- Mangin D., (2004), *La ville franchisée*, Paris, Editions de la Villette, 398 pages.
- Péron R., (1998), L'urbanisme commercial à la française. Dossier Echanges/Surfaces, *Annales de la recherche urbaine*, n°78, pp.5-11.
- Péron R., (1998), L'urbanisme commercial à la française. In *les annales de la recherche urbaine*, n°78, pp.5 – 12.
- Péron R., Desse R.P., Gasnier A., (2002), *L'organisation spatiale du commerce de détail : facteurs locaux de différenciation, politique de régulation*. Rapport d'étude commandé par le Ministère de l'équipement, des transports et du logement – DGUHC / PUCA, février 2002, tome 1, 221 p., tome 2 (atlas), 50 pages.
- Péron R., (2004), *Les boîtes, les grandes surfaces dans la ville*, L'Atalante, Nantes, 222 pages.
- Soumagne J. [Ed.], (2002).- *Commerce et espaces fragiles*, Actes du colloque d'Angers, coll. Commerce et société – CERAC, Paris, volume XXI, 197 pages.
- Soumagne J., Gasnier A., Pouzenc M., (2004), Commerce et développement durable. *Historiens & Géographes (revue de l'APHG)*, Vers une géographie du développement durable, n° 387, juillet 2004, pp. 131-143.

Van de Walle I., (2005), Commerce et mobilité : l'activité commerciale face aux nouvelles politiques de déplacements urbains, *CREDOC*, cahier de recherche n°216, 91 pages.

Carte de la ZAC Nord du Mans