



HAL
open science

Quel avenir pour les parcs commerciaux aux portes des villes ?

Arnaud Gasnier

► To cite this version:

Arnaud Gasnier. Quel avenir pour les parcs commerciaux aux portes des villes ?. 303 : arts, recherches et créations, 2022, n°169, pp.68-74. <halshs-05438308>

HAL Id: halshs-05438308

<https://shs.hal.science/halshs-05438308v1>

Submitted on 5 Jan 2026

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.



HAL Authorization

Quel avenir pour les parcs commerciaux aux portes des villes ?

Arnaud Gasnier
Professeur en aménagement et urbanisme
Laboratoire ESO – UMR CNRS 6590, Le Mans Université

Les PAC¹ de périphérie urbaine semblent immuables. Pourtant de nouvelles orientations politiques, les mutations du commerce et de la consommation, à l'ère des transitions socio-écologiques et numériques, annoncent des mutations importantes à long terme, lisibles ponctuellement aujourd'hui.

Du zonage économique persistant...

Alors que la financiarisation de l'immobilier commercial des années 2000, à son paroxysme dès 2007, contribue à activer la course à la création-extension de nouveaux parcs commerciaux en France pendant presque 10 ans, les distributeurs n'hésitent pas à louer des locaux à prix élevés dans des centres commerciaux « dernières tendances » pour occuper concurrentiellement l'espace de chalandise et trouver de nouvelles clientèles au pouvoir d'achat en stagnation, dans un marché globalement saturé. En parallèle, au sein des Commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC) dans lesquelles ils sont majoritaires, les décideurs politiques, soucieux d'attractivité économique et de création d'emplois, accordent 9 fois sur 10 aux demandeurs l'autorisation d'exploitation commerciale et délivrent le permis de construire sans réelle prise en compte des contextes territoriaux locaux. Ce zonage artisanal et commercial a succédé au zonage industriel sur la frange suburbaine des agglomérations à partir de la fin du XX^e siècle, selon une conception moderniste de la ville qui n'a plus lieu d'être aujourd'hui. Pourtant, le prix très abordable de la terre agricole, le coût bas d'investissement de la construction d'établissements en « boîtes », la facilité de planifier et d'aménager de nouvelles zones artificialisées *ex nihilo*, conduit le modèle à perdurer encore de nos jours (fig.1).

... à la fin progressive d'un modèle moderniste d'urbanisme commercial

Cependant, ce modèle persistant est en crise. La vacance des commerces n'est plus circonscrite uniquement aux centres-villes et centres de quartiers pour lesquels de récentes actions nationales se mobilisent fortement depuis 2018² ; elle apparaît aussi dans les périphéries commerciales au rythme des fermetures d'enseignes ou de leur transfert – extension à l'échelle locale ou régionale. La croissance des friches commerciales interroge les élus, y compris au sommet de l'État et aide progressivement à prendre conscience de la réalité du problème d'urbanisme commercial des entrées-sorties de villes non exclusivement de taille moyenne. En même temps, la déprise commerciale s'amplifie en raison d'autres facteurs qui tiennent autant à la montée en puissance du commerce numérique qu'à de nouvelles attentes et valeurs des consommateurs (ubiquité, instantanéité, accessibilité

¹ Parcs d'activités commerciales

² Plan action cœurs de ville (2018), Petites villes de demain (2020)

livraisons, respect de l'environnement, recyclage, commerce serviciel, proximité, filières courtes, confort, cadres soignés de flânerie, etc.). Par ailleurs, l'injonction contestataire associative d'opposition aux mégaprojets commerciaux et à l'hyperconsommation, ainsi qu'un urbanisme de régulation foncière³ plus affirmé depuis quelques années « freinent » davantage l'étalement urbain des sites commerciaux. A la faveur du contexte sociétal des transitions écologiques, climatiques, et aux moyens de nouveaux outils d'aménagement (Scot, PLUI, plans locaux de remédiation commerciale, AMI, etc.), de récentes lois (Elan⁴) et projets de lois (Zéro artificialisation nette), le moratoire sur les centres commerciaux⁵ priorise désormais le renouvellement urbain et le recyclage des zones d'activités plutôt que leur expansion urbaine ou périurbaine.

Les enjeux de la restructuration des espaces commerciaux suburbains

Réconcilier la ville et le commerce appelle l'élaboration de stratégies politiques d'urbanisme et d'aménagement du territoire d'une part, l'application de démarches économiques adaptées aux dernières transformations du commerce attendues par les consommateurs d'autre part.

Par le plan national de relance du printemps 2021, l'État subventionne la région des Pays de la Loire à hauteur de 11 millions d'euros pour requalifier des friches dont une partie de l'aide concerne la réhabilitation d'anciennes zones commerciales et industrielles. L'enfrichement de ces zones commerciales représente désormais une opportunité de renouvellement urbain à expérimenter *in situ* malgré les difficultés juridiques, financières et techniques de reconversion qui s'annoncent, autant pour les acteurs publics que privés. Faire évoluer la gouvernance de projet, les outils règlementaires et opérationnels, devient un enjeu aussi primordial que celui de renforcer l'urbanité et l'attractivité de ces zonages monofonctionnels⁶. Dans une logique prospective de consommation raisonnée du foncier (ZAN), de multifonctionnalité à consolider (commerces, bureaux, logements, loisirs, équipements publics, trames vertes et bleues, etc.), de densifications verticale et horizontale de bâtiments – boîtes en rez-de-chaussée, de couture avec les quartiers environnants, d'accessibilité multimodale⁷, etc., des méthodes d'intervention urbaine et environnementale en cours ou en projet dans les zones commerciales émergent peu à peu, souvent ponctuellement, rarement de manière transversale et globale.

Sur le plan économique, l'attention des acteurs principalement privés (distributeurs, foncières, promoteurs, investisseurs) se focalise dorénavant sur les moyens d'éviter la saturation commerciale, de prioriser la réhabilitation des centres commerciaux les plus rentables et de diversifier l'offre pour s'adapter et répondre à la demande. Par exemple, la digitalisation, la phygitalisation du commerce nécessitent des locaux et des moyens de connexion appropriés. De même, la problématique de la livraison pluri-localisée du dernier kilomètre exige désormais un appareil logistique au service des *marketplaces*⁸ émergentes au sein de centres commerciaux récemment ouverts. Enfin, bien qu'encore peu appliquée, l'innovation aménagiste procède aussi d'une implantation équilibrée et mixte d'enseignes nationales et

³ Outils et règles de maîtrise de la croissance urbaine en freinant l'étalement de l'urbanisation et, depuis le vote de la loi Climat et résilience d'août 2021, en le compensant par renaturation selon l'objectif du Zéro Artificialisation Net (ZAN) prévu d'ici 2050

⁴ Loi du 23 novembre 2018 portant évolution du logement, de l'aménagement et du numérique

⁵ Moratoire du 24 août 2020

⁶ Création de secteurs urbains et suburbains dédiés à une seule fonction économique ou sociale. Principe prégnant des utopies de l'urbanisme moderne ou fonctionnel des XIXe et XXe siècles

⁷ Accessibilité fondée sur plusieurs modes de transports individuels et collectifs convergeant tous vers un même centre

⁸ Plateforme de vente en ligne, site e-commerce multi-vendeurs (indépendants, professionnels, particuliers)

locales de commerces mais aussi d'autres activités (ferme urbaine, parc urbain, centre culturel, hôtellerie, conciergerie, etc.), notamment liées à l'économie circulaire (occasion, réemploi) au sein d'un même pôle d'activités (Ma petite Madelaine à Chambray-les-Tours, Zone commerciale Nord de Strasbourg à Vendenheim). Des sites de renouvellement urbain de zones commerciales devenues obsolètes avec le temps, comme ceux du Pont de l'âne à Saint-Etienne ou Ode à la mer à Montpellier, expérimentent depuis quelques années de nouvelles démarches opérationnelles susceptibles d'être appliquées à d'autres sites marchands français. A l'échelle régionale, l'état des lieux que l'on peut dresser en matière d'innovations économique et aménagiste du commerce et des espaces périphériques du commerce est à la fois polymorphe, contrasté et diachronique. Il témoigne en tout cas de dynamiques évolutives diversifiées.

Des zones commerciales régionales entre permanence et début de mutation

Bien que la plupart des sites marchands suburbains demeurent encore massivement organisés selon les principes hérités du zonage et de la monofonctionnalité, des signes de mutation de certains parcs et centres commerciaux en Pays de la Loire apparaissent peu à peu. Souvent modestes, parfois plus ambitieux, les PAC montrent **cinq types majeurs de dynamiques de transformation** aménagiste, architecturale et technique sous l'effet de processus d'agrégations de tissus commerciaux (en isolés ou spatialement continus) et de restructurations urbaines (réhabilitation, reconversion ou renouvellement circonscrits au bâtiment, à la parcelle ou aux zones entières) :

- L'Atoll, centre commercial régional de 71000 m² situé à Beaucouzé (fig.2), s'implante en isolé au nord de l'agglomération angevine où il renforce sa multipolarité marchande dès 2012. *Retail park* à l'architecture emblématique de résilles blanches en aluminium, il reste replié sur lui-même et peu ouvert sur la ville. Pourtant, certifié HQE, labellisé *valorpark* par le CNCC⁹, ce premier « écoparc » commercial français transforme une partie du parking en espaces de stationnement perméables, de jeux, de jardins engazonnés et arborés.

- Par agrégation successive de PAC dans le temps et l'espace, le long de la ligne droite des hunaudières, icône des 24 heures du Mans, la zone Sud de l'agglomération mancelle (fig.3) devient un corridor commercial qui étend ses surfaces imperméables de bâtiments d'enseignes et de parkings sur les communes de Mulsanne (zone du Cormier depuis 1999) et de Ruaudin avec Family Village (ouverture en 2007) et Maine Street (26000 m²) ouvert au printemps 2021. Toutefois, ce dernier centre commercial approche la distribution multicanale en s'associant avec Urby, filiale logistique de la Poste, pour gérer une *marketplace*, une conciergerie et un *drive* mutualisé avec la plateforme marchande du centre-ville afin de proposer un service de livraisons. De plus, il y est prévu un espace réservé aux circuits courts alors qu'une enseigne franchisée se lancera bientôt dans le e-sport, pratiques sportives en réalité augmentée, et qu'une salle de ce centre commercial abritera un musée numérique et des expositions thématiques. Si la forme urbaine de l'opération ne change pas ici, l'adaptation au commerce numérique est bien présente.

- Le premier niveau de restructuration urbaine observé *in situ* s'applique à la réhabilitation du centre commercial lui-même et à ses espaces de stationnement : Centre Sud, sur l'entrée sud de la commune du Mans, a poursuivi ses travaux de modernisation en 2019 par la percée de lumière de 3 verrières sous plafond, la création d'espaces de repos et de jeux pour enfants en lieu et place d'anciennes cellules commerciales dont plus d'un tiers étaient vides

⁹ Conseil national des centres commerciaux

en 2017 ; en zone nord du Mans, sur la commune de la Chapelle-Saint-Aubin, Auchan construit un parking aérien dès 2007 et poursuit la réhabilitation d'une partie de ses aires de stationnement en projetant la réalisation de 16000 m² d'ombrières pour produire de l'énergie solaire d'ici 2022.

Ce troisième type d'intervention concerne aussi les actions de reprise parcellaire infra-zone en vue, le plus souvent, d'une densification linéaire d'enseignes et de la requalification des espaces extérieurs (cheminements piétonniers, verdissement) desservis par un TCSP, à l'instar des travaux menés par la foncière Etixia et la collectivité tourangelles sur La Petite Arche, à la porte Nord de Tours. Dans ce dernier cas, l'intervention urbaine ne reste pas circonscrite à l'emprise privée du commerce ; le rapport au quartier environnant et à l'espace public s'établit peu à peu.

- Le processus de reconversion économique, quant à lui, s'inscrit dans le principe même du recyclage d'espaces vacants ou non, de la réutilisation d'un ou plusieurs bâtiments ou de dents creuses. Afin de favoriser l'implantation d'activités économiques au sein du quartier de Bellevue situé à Saint-Herblain, la Banque des Territoires et la Société d'économie mixte Loire Océan Développement se sont associées pour cofinancer et reconverter la friche d'un ancien centre commercial en locaux artisanaux et immeuble de bureaux. Ainsi, la résorption de friches commerciales ne doit plus être pensée seulement dans le rapport au commerce.

Aussi, dans la zone de Moulin Marcille 2, localisée au sud d'Angers (Ponts-de-Cé), l'opération initiale de développement commercial d'un promoteur privé qui prévoyait 35 parcelles pour 25000 m² de surfaces de vente, est abandonnée. Seulement 16 d'entre elles subsistent ; les autres seront destinées à de nouveaux équipements et aménagements notamment publics avec un projet de piscine intercommunal. Ce dernier complétera le PAC créé en 2006 autour des activités marchandes de loisirs et de sport le long d'un axe de circulation dense réaménagé en boulevard urbain.

- Enfin, dans une démarche de concertation, un projet plus large et plus complexe de renouvellement urbain du corridor commercial de la route de Vannes à Orvault et Saint-Herblain (2,5 km d'entrée de ville, 65 hectares de zones d'activités à dominante commerciale) est actuellement à l'étude (fig.4). Il prévoit de favoriser le regroupement des enseignes et celui d'autres fonctions, de requalifier la route actuelle en un boulevard multimodal sécurisant les piétons et les cyclistes, de redonner vie à un quartier multicommunal (logements, lieux de vie conviviaux, commerces et services de proximité) et d'intégrer la transition écologique dans la conception de l'opération (désimperméabilisation des sols, îlots de fraîcheur, continuités écologiques). A l'échelle métropolitaine de Nantes, un schéma d'aménagement global sera réalisé en 2022.

A partir de démarches de requalification urbaine, de régénération économique, de projets multiscalaires, pluri-acteurs et de dimensions géographiques variées, les transformations de la zone commerciale avancent lentement, de manière peu transversale et globale. L'urbanisme commercial doit muter en urbanisme de projet urbain ; des opérations emblématiques et globales de renouvellement urbain, telle celle qui se dessine à Nantes-Saint-Herblain, devraient ouvrir la voie demain à des expérimentations plus ambitieuses de restructuration commerciale des entrées-sorties de ville.

Toutefois, la véritable incitation ou injonction à renouveler ces zones d'activités économiques est sociale. Elle provient de valeurs nouvelles et des attentes de consommateurs de moins en moins nombreux à fréquenter, ou moins longtemps, ces sites périphériques marchands.

Alors que le chiffre d'affaires des hypermarchés français baisse depuis plusieurs années, que la fréquentation des centres commerciaux faiblit elle aussi, la grande distribution mondialisée, aux logiques d'implantation démultipliées depuis ces dix dernières années, a trop longtemps évolué dans une bulle financière déconnectée de l'état réel des marchés de consommation locaux. De plus, incitant toujours à une consommation de masse jugée désormais irresponsable sur le plan socio-environnemental, elle ne fait plus recette. Même si les comportements minimalistes, antimatérialistes et sobres demeurent minoritaires chez les consommateurs d'aujourd'hui, la sacralisation des produits locaux, meilleurs pour la santé des hommes et de la planète, l'intérêt croissant pour les circuits courts, le faire soi-même, le recyclage... et l'achat de biens d'occasion, transforment progressivement la figure du client roi en celle d'un consommateur citoyen plus (éco)responsable. La crise de la société de consommation actuelle appelle l'émergence de nouveaux modèles de chalandise, alternatifs¹⁰, hybrides, collaboratifs¹¹, et issus de l'économie circulaire¹² que les projets de réaménagement des PAC existants devront intégrer pour se réinventer.

Biographie

Arnaud Gasnier est Professeur des Universités en aménagement de l'espace et urbanisme, enseignant-chercheur au laboratoire Espace et Sociétés (ESO) – UMR CNRS 6590 de Le Mans Université depuis 1994. Ses travaux de recherche portent sur la place du commerce (politiques d'aménagement, stratégies d'entreprises, consommations) dans la fabrique de la ville.

¹⁰ Répondre à des consommations alternatives à la surconsommation : zéro déchet, véganisme, mutualisation, location, don, etc.

¹¹ Basés sur le partage et l'économie locale

¹² Réduire, Réparer, Réutiliser, Recycler et réinventer