



**HAL**  
open science

# Mutation et intensification des zones commerciales : étude de cas la zone des landiers à Chambéry

Michaël Haïm

► **To cite this version:**

Michaël Haïm. Mutation et intensification des zones commerciales : étude de cas la zone des landiers à Chambéry. Architecture, aménagement de l'espace. 2018. dumas-02161727

**HAL Id: dumas-02161727**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02161727>**

Submitted on 23 Oct 2019

**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.



## MUTATION ET INTENSIFICATION DES ZONES COMMERCIALES.

Etude de cas : La zone des Landiers à  
Chambéry.

Michaël HAÏM

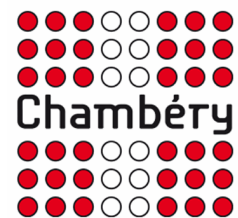
**Projet de fin d'étude de Master 2**

**Mention** : Urbanisme et aménagement

**Parcours** : Urbanisme et Projet Urbain

**Sous la direction de** M. Gilles Novarina

**Maître d'apprentissage** : Mme Catherine Kuenemann



Année 2017-2018



Michaël Haïm

# MUTATION ET INTENSIFICATION DES ZONES COMMERCIALES.

**Projet de fin d'étude de Master 2**

**Mention** : Urbanisme et aménagement

**Parcours** : Urbanisme et Projet Urbain

**Sous la direction de** M. Gilles Novarina

**Maître d'apprentissage** : Mme Catherine Kuenemann

**Année universitaire 2017-2018**

*(Photo de couverture : Le centre commercial Avenue 83 à la Valette-du-Var avec les nouveaux logements construits dans ce nouvel ensemble urbain. Crédit : doc as <https://www.pinterest.fr/pin/645914771532935095/> )*

## Notice bibliographique

### Projet de Fin d'Etudes Master 2 : **Mutation et intensification des zones commerciales.**

**Auteur :** Haïm Michaël

**Titre du Projet de Fin d'Etudes :** Mutation et intensification des zones commerciales.

**Date de soutenance :** 13/09/2018

**Organisme d'affiliation :** Institut d'Urbanisme de l'Université Grenoble Alpes

**Organisme dans lequel le stage a été effectué :** Mairie de Chambéry

**Directeur du Projet de Fin d'Etudes :** Novarina Gilles

**Collation :** Nombre de pages : 115 / Nombre d'annexes : 4 / Nombre de références bibliographiques : 63

**Mots-clés analytiques :** centre commercial, zone commerciale, mixité fonctionnelle, mixité d'usage, urbanité.

**Mots-clés géographiques :** Chambéry, Zone des Landiers, Voglans, La Motte-Servolex, SCOT Métropole Savoie, Savoie.

#### 1er résumé

*Ce projet de fin d'étude traite de la mutation des zones commerciales et des centres commerciaux. Après une première partie qui fait un état des lieux en passant par son historique et sa morphologie urbaine, nous verrons sept exemples d'opérations et de projets urbains portant sur la mixité fonctionnelle. Enfin, nous ferons une étude de cas sur la zone commerciale des Landiers à Chambéry. Nous analyserons son histoire, son état actuel, sa planification pour ensuite proposer des recommandations pour restructurer la zone des Landiers.*

#### 2ème résumé (en anglais)

*This final study Project deals with change of commercial area and shopping centre.*

*After a first part which makes an inventory going through historical and urban morphology, we will see seven examples of urban operations and projects about functional mixing.*

*Finally, we will do a case study about commercial area of « The Landiers » at Chambéry.*

*We will study its story, current state and urban planning in order then to propose recommendations to restructure the area of « The Landiers ».*

## Remerciements :

Je remercie tout d'abord mes deux maîtres d'apprentissage à la Mairie de Chambéry : Gilles Dechelette qui m'a accueilli et encadré pendant la première partie de mon alternance et Catherine Kuenemann qui m'a accompagné sur toute la durée du projet de fin d'étude. Je remercie aussi mes autres collègues avec lesquels j'ai travaillé : Anne Orard, Anne Belleville, Ismaël Sylla et Franck Villand avec qui j'ai partagé mon bureau.

Je suis reconnaissant envers mon tuteur d'apprentissage Gilles Novarina qui m'a dirigé et aidé pour produire ce mémoire. Je n'oublie pas tout l'Institut d'Urbanisme et de Géographie Alpine, où j'ai pu découvrir depuis 2013 l'urbanisme et l'aménagement du territoire. Je pense aussi à tous les étudiants que j'ai rencontrés durant mon cursus.

Je gratifie également toutes les personnes qui m'ont consacré un peu de temps pour les entretiens de ce PFE. Leurs propos m'ont permis d'avancer et de remettre ma réflexion en question.

Enfin je remercie mes parents qui m'ont accompagné durant ma scolarité, particulièrement ma mère, qui m'a aidé pour la relecture du mémoire. Je remercie aussi le reste de ma famille et de mes amis qui m'ont soutenu et pensé à moi quand ils voyaient un centre commercial.

## Sommaire :

Remerciements : .....	5
Sommaire : .....	6
Introduction : .....	8
I) Constat et état des lieux.....	10
A. Le développement des zones commerciales.....	11
1. 1. Historique .....	11
2. 2. Les grands principes des zones commerciales .....	13
B. Les caractéristiques économiques et politiques du commerce périphérique .....	18
1. Des profils économiques singuliers.....	18
2. <i>Législation et Planification</i> .....	20
C. Des entrées de villes similaires et anarchiques.....	27
1. Une nouvelle échelle : .....	27
2. De la vitrine au panneau publicitaire : une nouvelle façon de communiquer.....	27
3. La structure des zones commerciales : .....	28
4. L'Architecture. ....	30
D. Un nouvel espace public de la ville contemporaine ?.....	31
1. Le centre commercial : forme et limite de cet espace de vie. ....	32
2. Mixité sociale et centre commercial .....	34
3. Un espace public contemporain ? .....	34
E. L'évolution permanente du centre commercial.....	35
1. Le Centre de loisir : Vitam'Parc. ....	36
2. Le Village de Marque : The Village. ....	37
3. Centre commerces-loisirs : Bercy village.....	38
4. Le Retail Park : Odysseum .....	38
5. Les zones commerciales en recherche d'urbanité. ....	39
F. Centre commercial et centre-ville.....	40
1. L'influence économique et urbaine des centres commerciaux. ....	40
2. Un tiraillement économique au niveau local .....	42
II) <b>Vers une nouvelle urbanité commerciale.</b> .....	44
A. Présentation des sept projets. ....	46
1. Belmar (Lakewood, Etats-Unis) .....	46

2.	La Cloche d'Or (Luxembourg, Luxembourg).....	48
3.	The Rise (Vancouver, Canada).....	50
4.	Quartier QB (Québec, Canada).....	52
5.	Okabe (Kremlin-Bicêtre, France).....	53
6.	Avenue 83 (La Valette-du-Var, France).....	55
7.	Ode 1 et 2 (Montpellier, France).....	58
<b>III)</b>	<b>Etude de cas : la zone économique des Landiers à Chambéry.</b> .....	<b>60</b>
A.	Cadre de l'étude.....	61
1.	Situation générale.....	61
2.	Quel contexte ?.....	62
B.	Diagnostic.....	65
1.	L'histoire et développement des Landiers.....	65
2.	Nature et paysage.....	70
3.	Fonction et urbanité.....	73
4.	Accessibilité et transports.....	82
5.	Foncier et acteurs.....	88
C.	Quelles planifications pour ce territoire ?.....	92
1.	La création des Landiers : la planification des années 1970.....	92
2.	Une planification à grande échelle : le SCOT.....	93
3.	La planification actuelle : le plan local d'urbanisme.....	94
4.	Le PLUi et le concours d'idée : une nouvelle stratégie territoriale.....	96
D.	Proposition de projet et recommandation.....	99
1.	1ère phase : réinsérer la zone des Landiers dans son territoire local.....	99
2.	2ème phase : Restructurer le tissu urbain pour l'intégrer à la « ville ».....	100
	Conclusion générale :.....	102
	Table des illustrations :.....	103
	Bibliographie :.....	107
	Table des annexes :.....	110



## Introduction :

La zone commerciale est une part intégrante de la ville contemporaine. De plus, les périphéries commerciales deviennent un véritable lieu de vie pour les populations du périurbain et des petites et moyennes villes. Pourtant ce modèle commence à décliner : les « dead mall » se multiplient aux Etats-Unis<sup>1</sup> et on observe une saturation de surface commerciale par rapport aux nombres d'habitants dans certaines agglomérations françaises. Parallèlement, des nouveaux enjeux ont considérablement changé notre société depuis l'ouverture des premiers centres commerciaux dans les années 1960. Il y a tout d'abord une prise de conscience pour l'environnement lié au réchauffement climatique. Le rapport Brundtland de 1987 remis à l'ONU prône un développement durable qui mélange progrès social et développement économique tout en préservant l'environnement. Cette nouvelle perspective remet en question notre mode de vie dont l'utilisation de la voiture ou encore l'étalement urbain exponentiel. Le deuxième changement concerne nos habitudes de consommation : depuis les années 2000, les achats sur internet ne font qu'augmenter. Les consommateurs sont plus attentifs à leurs dépenses et les courses dans les hypermarchés sont assimilées à des corvées. Toutefois ce territoire n'est pas encore pris en considération à sa juste valeur par les pouvoirs publics. Avec la loi ALUR de 2014, les collectivités locales sont obligées d'avoir un questionnement sur leurs terrains déjà urbanisés avant de s'étendre sur de nouvelles zones naturelles ou agricoles lors de l'élaboration du PLUi (Plan Local d'Urbanisme intercommunal). Cette perspective a conduit la Mairie de Chambéry, l'organisme où j'ai fait mon apprentissage, à mener une réflexion sur la densification autour des grandes lignes de bus dont l'une d'elle passait sur une zone commerciale. J'ai donc composé une étude sur la zone des Landiers à Chambéry. Ses territoires en périphérie restent aujourd'hui monofonctionnels, leurs intégrations à la ville passent donc par une réflexion sur leurs usages.

*Par conséquent comment les zones commerciales peuvent-elles évoluer aujourd'hui en prenant en compte les enjeux de développement durable et de mixité fonctionnelle ?*

Ma méthode a consisté en premier lieu à effectuer une recherche documentaire pour en savoir plus sur les enjeux et le développement des zones commerciales. Ensuite, à partir d'un document que j'ai fait pour la mairie, j'ai exploré sept exemples de mixités fonctionnelles.

Pour prolonger mes investigations, j'ai réalisé cinq entretiens dont un qui n'était pas prévu au préalable (voir guide d'entretien en annexes) :

- Un premier entretien avec Thierry Mailland (Responsable du pôle relation avec les entreprises) et Thomas Boisseau (Chargé d'opération) au syndicat mixte CGLE (Chambéry Grand Lac Economie)

---

<sup>1</sup> ROBIN, Maxime. « Pourquoi les jeunes Américains désertent-ils les malls ? ». In : *Les Inrockuptibles* [En ligne]. 2014. Disponible sur : < <https://www.lesinrocks.com/2014/11/02/actualite/les-jeunes-americains-desertent-les-malls-11532441/> > (consulté le 8 septembre 2018)

- André Genet : retraité de la SAS (Société d'Aménagement de la Savoie), il a participé à l'aménagement de la zone économique des Landiers.
- Andre Stéfanides, le président du GIE Chamnord
- Jean-François Canioni, directeur adjoint de la Semexval-SPLM à la Valette-du-Var.
- Un entretien avec François Moffet, Directeur des opérations et projets du promoteur Douville, Moffet & Associés à Québec.

En définitive, j'ai arpenté à pied toute la zone commerciale des Landiers en allant du sud au nord. J'ai accompli cette balade urbaine à deux reprises : la première fois en avril 2018, un samedi après-midi et la deuxième fois en juillet 2018 en fin de matinée.

Tout d'abord nous effectuerons un état des lieux sur tous les aspects actuels du centre commercial, puis nous verrons des exemples de mixités fonctionnelles. Et en dernier lieu, nous étudierons un cas concret de zones commerciales : Les Landiers à Chambéry.

## *1) Constat et état des lieux*



Figure 1 Kanyon Ayalon (Ramat Gan, Israël)



Figure 2 Centre commercial Courrier (Annecy, France)



Figure 3 Manufaktura (Lodz, Pologne)



Figure 4 Centre commercial Chamnord (Chambéry, France)

## *l) Constat et état des lieux*

### *A. Le développement des zones commerciales*

#### **1. 1. Historique**

La forme des commerces n'a pas cessé d'évoluer depuis le Moyen-Âge, cette transformation constante est due au progrès technique, au changement des besoins et à une recherche de rentabilité. Les entrées de ville étaient jusqu'au XX<sup>ème</sup> siècle l'emplacement de tout ce que l'on ne voulait pas voir. (Novarina, 2014) Les zones commerciales ont retourné cette situation.

La boutique du centre-ville telle qu'on la connaît aujourd'hui est née au XVIII<sup>ème</sup> siècle : elle était ouverte à tous avec des prix clairement affichés et fixes, c'est aussi, le début des prospectus publicitaires. (Péron, 2004)

Au XIX<sup>ème</sup> siècle, on observe deux innovations importantes : la création des passages entre certaines rues à partir des années 1820 et les grands magasins dans la deuxième moitié du XIX<sup>ème</sup> siècle. Comme nous l'explique René Péron (Les Boites, 2004) le débat entre les progressistes et les conservateurs débute dès 1827 avec l'ouverture des premiers passages à Paris. Ce sont les prémices des galeries de magasin que l'on trouve aujourd'hui dans les centres commerciaux : les devantures sont toutes identiques et il y a une toiture pour protéger des intempéries.

La mutation des formes commerciales se poursuit avec la création des grands magasins. Ils sont favorisés par les révolutions industrielles et par les travaux haussmanniens qui créent de larges boulevards à Paris. On peut citer notamment l'ouverture des Galeries Lafayette en 1895 ou encore « Au Bon Marché » qui fut le premier à ouvrir en 1869. Cette urbanisation est reprise dans la plupart des grandes villes françaises. Les grands magasins se distinguent par le « changement d'échelle » (grandes surfaces sur plusieurs étages) et leurs variétés d'articles. Ces magasins sont destinés principalement aux classes les plus aisées des centres villes contrairement aux grandes surfaces d'aujourd'hui.

Cette inégalité de revenus pour accéder à des besoins primaires comme la nourriture ou le vêtement favorisa des « grands magasins à bas prix » à partir des années 1930. Chaque grand magasin créa sa filiale de magasin populaire c'est ainsi que les Galeries Lafayette ont conçu Monoprix en 1932.

Outre atlantique, dès le début du XX<sup>ème</sup> siècle, la société de consommation commence à se développer. Cela est rendu possible par des nouveaux modèles économiques comme le fordisme. La division des tâches est accrue dans les entreprises et les salaires augmentent pour que les ouvriers puissent consommer les produits de leurs labeurs. Michael Cullen ouvrit en 1930 un premier hangar à New York où il présentait que des produits discount, c'est-à-dire que le nombre d'intermédiaires et le prix sont fortement diminués. L'accessibilité du magasin n'est pas encore un enjeu, il se situe en pleine ville et les clients ont des difficultés pour se garer.

Des nouveaux concepts sont mis en œuvre parallèlement à cette recherche d'offrir des produits aux prix toujours plus bas. Notamment le shopping center dès les années 1915- 1925, ces nouveaux magasins prennent en compte les changements de modes de vies : ils comprennent des

boutiques rassemblées dans un seul bâtiment et un parking pour pouvoir y accéder en voiture. L'un des pionniers est Market Square, il a ouvert en 1916 à Lake Forest dans la banlieue de Chicago (Etats-Unis), il y a aussi le Country Club Plaza à Kansas City (Missouri, Etats-Unis) : le premier shopping center adapté à la voiture. Il a été inauguré en 1923. Jusqu'à la deuxième guerre mondiale, ce type de commerce s'épanouit dans toute l'Amérique du Nord essentiellement dans les centres villes, la taille de ces shopping centers augmente avec le temps.



Figure 6 Northland Shopping Center, Outside Detroit, Etats-Unis (Source : <http://www.austrianinformation.org/fall-2016/victor-gruen> )

Un immigré autrichien va révolutionner ces concepts : Victor Gruen. Cet architecte souhaitait recréer un centre pour les banlieues avec des commerces et de la mixité fonctionnelle sans tous les défauts du centre-ville américain : il voulait conjuguer les dernières technologies et les aménités de la ville européenne comme Vienne, d'où il était originaire. Il créa donc le Northland Shopping Center en 1954 à Southfield (dans la banlieue de Détroit), c'est le premier « Mall » américain. Ce mot vient du français « Mail », qui fait référence à une avenue destinée à la promenade. V.Gruen continua à innover avec le Southdale Center à Edina (une banlieue de Minneapolis dans le Minnesota) qui ouvra en 1956. Le climat de cet état est vigoureux (il fait très chaud en été et très froid en hiver), l'architecte viennois

décida donc de mettre la climatisation et le chauffage pour favoriser le confort des usagers lors de leurs achats. C'est le premier exemple de « enclosed mall » : tous les éléments du shopping center étaient reliés par l'intérieur. A travers ces deux projets Victor Gruen imposa un véritable modèle qui fut recopié dans toute l'Amérique du Nord. On trouvait déjà tous les éléments qui caractérisent le centre commercial : le grand parking autour, la galerie intérieure ou encore son emplacement en périphérie. A la fin de sa carrière, Victor Grum, se dédouana de l'héritage du créateur des centres commerciaux, pour lui ses plans ont été repris par les promoteurs pour en perfectionner la rentabilité. L'architecte rêvait d'un nouveau lieu de vie pour la banlieue, il devait être multifonctionnel et délivrer de la voiture qui restait dans les grands parkings autour des nouveaux complexes.

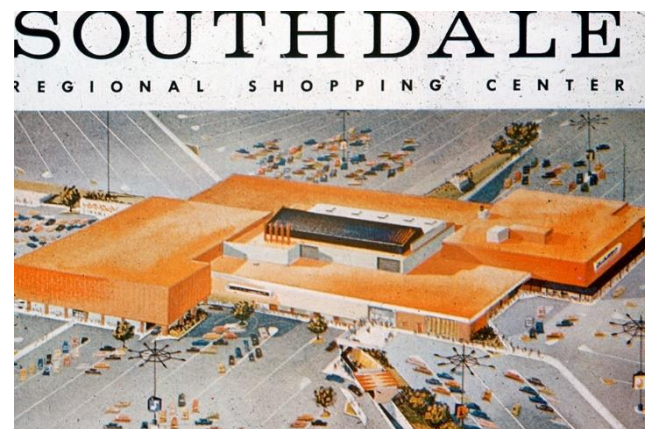


Figure 5 Southdale Center (Edina, Etats-Unis) Source : <http://gruenassociates.com/project/southdale-center/>

Fort de ces évolutions aux Etats-Unis, Edouard Leclerc ouvrit en France la première épicerie discount en 1949. L'innovation suivante émane des créateurs de Carrefour (Defforey et Fournier) : ils conjuguent les prix discount de Leclerc et les grands principes de Bernard Trujillo (voir partie ci-dessous). Ce résultat donne l'hypermarché à Sainte Geneviève des Bois en 1963 : il avait une surface de 2500 m<sup>2</sup> et 350 places de parking. Parallèlement la famille Mulliez ouvre son premier hypermarché Auchan à Roncq dans le nord en 1967, il a déjà une surface de vente de 6500m<sup>2</sup>. Le groupe enchaîne en créant le premier centre commercial de France à Englos-les-Géants près de Lille en 1969. Il est

composé d'un hypermarché alimentaire et d'une galerie marchande. Cette entreprise avait créé un premier magasin dans une ancienne usine près de Roubaix au début des années 1960, dans le lieu-dit les « Hauts-champs ».

Peu de temps après, ce concept se propage dans toute la France avec l'ouverture de deux centres commerciaux d'envergure régionale pendant l'automne 1969 : Parly 2 à Chesnay dans la banlieue de Paris, près de Versailles et Cap 3000 dans la périphérie de Nice à Saint-Laurent-du-Var. Parly 2 est un véritable projet urbain, car il est constitué de la galerie marchande et d'une copropriété de 15 000 habitants. Son nom devait être initialement « Paris 2 » mais cela a été changé pour ne pas avoir de confusion avec la ville de Paris. Par cet exemple, nous pouvons voir que ce centre commercial se voulait bien plus qu'un simple endroit pour faire ses courses en périphérie, il y avait une volonté hégémonique d'être le deuxième Paris. Lors de son ouverture, il était essentiellement composé de succursales de grands magasins parisiens comme le BHV ou le Printemps.



Figure 7 Figure 8 Inauguration de Parly 2 (Le Chesney) Source : [https://www.lemonde.fr/culture/article/2013/12/03/il-etait-une-fois-parly-2\\_3522899\\_3246.html](https://www.lemonde.fr/culture/article/2013/12/03/il-etait-une-fois-parly-2_3522899_3246.html) )

Le succès des centres commerciaux a entraîné la création de nouvelles enseignes qui se sont installées autour des galeries marchandes dès les années 1970. Ce sont des MSS (Moyenne Surface Spécialisée) ou des GSS (Grande Surface Spécialisée). Elles peuvent être indépendantes ou le fruit d'une entreprise de grande distribution. Ces enseignes sont très variées : de l'ameublement à l'électroménager en passant par le jardinage ou le bricolage. Il y a notamment Auchan qui a créé Décathlon en 1976, c'était la première chaîne de magasin de sport discount. Il existe aussi IKEA, cette entreprise suédoise créée en 1971, s'est spécialisée dans les meubles discounts à monter soi-même. Elle repose sur un modèle urbain assez particulier : c'est une très grande surface dont sa forme est standardisée au niveau mondial. L'aménagement du magasin est réfléchi pour favoriser les « achats d'impulsion » grâce à un cheminement imposé au client. Le premier IKEA ouvert en France est celui d'Evry en 1982, il a en moyenne une surface de 20 000m<sup>2</sup>. (Mangin, 2004) A partir des années 1980-90, d'autres complexes débarquent dans les zones commerciales : des hôtels ou des cinémas multiplex. Enfin il y a la restauration comme le géant américain Mc Donald's qui ouvrit son premier fast-food français en 1979. Le développement de ces zones commerciales se fait au coup par coup dans une recherche permanente de profits pour ne pas se faire dépasser par le concurrent.

## 2. 2. Les grands principes des zones commerciales

La création des zones commerciales au XX<sup>ème</sup> siècle n'est pas due au hasard. La construction historique de ces nouvelles entrées de villes répond à une idéologie qui repose sur le progrès économique et technique, une nouvelle stratégie territoriale de certains acteurs privés et la formation d'un modèle d'aménagement repris dans toutes les périphéries commerciales.

## 2.1 Une pensée qui s'impose

Après la seconde guerre mondiale, l'ensemble de la population française découvre la société de consommation, cette situation est avatagée par la hausse des salaires, l'Etat providence et une population qui est dorénavant plus urbaine.<sup>2</sup> L'amélioration des conditions de vie passe par la croissance économique et l'accumulation matérielle. Selon René Péron (*La fin des Vitrines, 1993,*) le centre commercial est le système de productivité le plus abouti pour favoriser la consommation. Cela est dû à sa forme et aux produits discount. Durant les 30 glorieuses, des nouveaux besoins se sont exprimés : les grandes surfaces sont là pour répondre à nos formes de consommation. Ils permettent l'accessibilité des biens à une large partie de la société. (*Péron, 1993*).

*« Les "zones" commerciales périphériques sont bien les produits aboutis, triomphants, d'un mode de production et de distribution de masse qui a donné à la consommation ses formes les plus extensives : on n'a jamais écoulé sur le marché une aussi grande quantité de richesses et l'accessibilité à ces biens n'a cessé de s'élargir socialement. »*

René Péron *La fin des Vitrines, 1993 (voir page 10)*

De plus, il ajoute que « *la dégénérescence* » des périphéries commerciales est due à la croissance capitaliste. Pour Péron, c'était contradictoire de tenir responsable la croissance de tous les maux des entrées de villes, alors qu'à son époque (le progrès économique était souvent le synonyme de la *réduction de la rareté et de la pauvreté* et permet la *démocratisation des modes de vie*).

Le centre commercial en périphérie ne répondait pas qu'aux besoins de la société de consommation mais aussi à une nouvelle organisation spatiale. Alors qu'aux Etats-Unis, l'étalement pavillonnaire précédait la création de ces zones, en France c'était la situation contraire. La clientèle vient principalement des banlieues et des petits bourgs ruraux. Mais les périphéries commerciales ont profité de l'étalement pavillonnaire en répondant aux besoins de toutes ses nouvelles populations.

Finalement, le centre commercial répond aussi à un effet de mode venant des Etats-Unis. Il incarne la modernité par rapport aux centres villes, cet aspect est renforcé par l'accessibilité qui peut se faire entièrement en voiture. Ce « mode de vie à l'américaine » (American way of life) s'adresse aux classes sociales les plus aisées. Comme le prouve l'ouverture de Parly 2, qui est situé dans une banlieue riche de Paris et qui comprend surtout des boutiques de luxe, en outre sa décoration intérieure était aussi élégante et recherchée.

Ce nouveau produit urbain répond donc principalement à trois attentes : l'apparition de la consommation de masse qui a permis d'améliorer les conditions de vie, répondre « à l'immensité des besoins non satisfaits en périphérie »<sup>3</sup> et c'est le symbole de la modernité pour les classes les plus aisées. On retrouve toujours ces trois motivations aujourd'hui sous de nouvelles formes.

---

<sup>2</sup> « La part de la population vivant en ville plafonne ». In : *Centre d'observation de la société* [En ligne]. 2017. Disponible sur : < <http://www.observationsociete.fr/population/donneesgeneralespopulation/la-part-de-la-population-vivant-en-ville-plafonne.html> > (consulté le 7 septembre 2018)

<sup>3</sup> LEBRETON, Virginie. *Le Commerce et la Ville. Le commerce vient à la ville ? La ville vient au commerce ?* Université Pierre Mendès France, Institut d'Urbanisme de Grenoble., septembre 2008.

Le hard-discount est arrivé en France à la fin des années 1980<sup>4</sup>, les méthodes de vente sont très similaires aux supermarchés mais en plus poussées. Les prix sont donc très bas. Il permet aux démunis de consommer normalement. (Péron, 1993) et d'atteindre une nouvelle clientèle.

## 2.2 Une stratégie territoriale :

Les zones commerciales telles qu'on les connaît aujourd'hui sont le fruit d'une stratégie de planification territoriale réfléchi par ses différents protagonistes. Alors qu'il était impensable jusqu'aux années 1960 de construire loin des concentrations de population (ville, village), « les acteurs de l'urbanisme commercial ont acquis très vite que le réseau routier induisait un changement d'échelle territoriale et financière »<sup>5</sup> Cette méthode a échappé aux pouvoirs publics. L'auteur de la *Ville franchisée* nous explique que la localisation d'une grande surface répond à plusieurs critères, elle « doit être un produit routier accessible, visible, reproductible et espacé. » Virginie Lebreton rajoute d'autres éléments qui permettent de définir le choix du site en périphérie : la zone de chalandise (la quantité de client potentiel par rapport à l'emplacement de l'entité commerciale), l'accessibilité (l'itinéraire et le stationnement), la lisibilité et la visibilité. Le dernier critère est défini essentiellement par un « effet vitrine » le long des grands axes et la position de la « boîte » pour exprimer toute sa volumétrie.

Alors que l'entrée de ville a souvent été méprisée pour sa marginalité, le développement des périphéries dans la seconde moitié du 20<sup>ème</sup> siècle a révélé que la marginalité a autant d'atout que la centralité. Les « marges » de la ville sont au premier plan pour profiter de l'avènement de la voiture, de l'étalement urbain et de la rationalisation de la grande distribution qui demande de grands espaces. En France, la croissance trop rapide des périphéries n'a pas permis de constituer une armature commerciale suffisamment robuste autour des lotissements pavillonnaires contrairement au reste de l'Europe. La grande surface commerciale s'est donc imposée comme le seul recours pour ses territoires nouvellement urbanisés.<sup>6</sup>

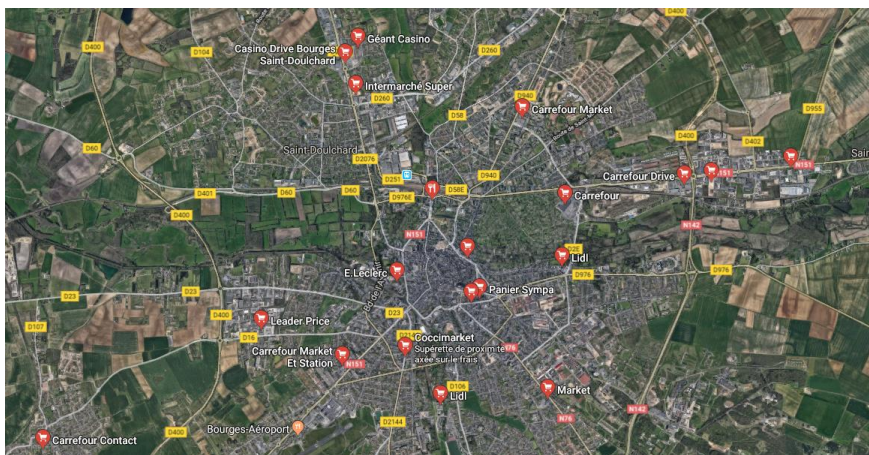


Figure 9 Bouclage de l'agglomération de Bourges par les grandes surfaces commerciales (hypermarché, supermarché, centre commercial) Source : Google Map.

<sup>4</sup> THERIN, Frédéric. « ALDI, l'inventeur du hard-discount pur et dur ». In : *LSA Commerce & consommation* [En ligne]. 2010. Disponible sur : < <https://www.lsa-conso.fr/aldi-l-inventeur-du-hard-discount-pur-et-dur.117222> > (consulté le 7 septembre 2018)

<sup>5</sup> MANGIN, David. *La Ville Franchisée. Formes et structures de la ville contemporaines*. Edition de la Villette, 2004.

<sup>6</sup> LEBRETON, Virginie. *Le Commerce et la Ville. Le commerce vient à la ville ? La ville vient au commerce ?* Université Pierre Mendès France, Institut d'Urbanisme de Grenoble., septembre 2008.



Les différents groupes de grandes distributions cherchent à placer leurs enseignes le long de toutes les entrées et sorties d'une agglomération. Autrement dit, elles cherchent « le bouclage de l'agglomération » jusqu'à la saturation du marché. De plus, cela favorise l'étalement urbain.

Cette démarche était assez équivalente pour l'hôtellerie économique qui s'installait dans les zones commerciales, pourtant le cadre touristique est inexistant. David Mangin a montré que *c'était une évidence à posteriori (La Ville Franchisée, 2003)*. Les avantages sont néanmoins nombreux : les grands axes routiers permettent d'avoir accès à toute une région et les prix sont discount comme Formule 1 ou Ibis Budget. Maintenant des hôtels moyennes gammes ont aussi rejoint les zones commerciales.

Suite à ces différentes stratégies territoriales, le commerce en France se fait majoritairement en périphérie (70% du chiffre d'affaire) contre 20% au centre-ville et 10% dans les autres quartiers.<sup>7</sup>

### 2.3 Un modèle d'aménagement

Le modèle français des centres commerciaux a évolué de sa propre manière en reprenant le modèle américain de « l'enclosed mall » (la boîte aveugle). Alors que le mall américain comporte souvent deux locomotives non alimentaires, le centre commercial en France possède au moins un hypermarché alimentaire. Leurs aménagements sont très équivalents car ils reposent sur la même doctrine commerciale. Malgré que ce soit l'architecte Victor Grun qui a conçu la forme moderne des centres commerciaux, c'est un autre personnage qui a énoncé ses différentes règles : Bernardo Trujillo. Cet américain employé d'une entreprise qui conçoit des caisses enregistreuses a organisé pendant 14ans (de 1956 à 1970) des séminaires qui plébiscitent le commerce moderne. Sa façon charismatique de communiquer a permis de mettre en valeur ce nouveau modèle qui a été résumé en 10 règles (voir ci-dessous). Des grands patrons français comme celui d'Auchan ou de Carrefour se sont déplacés aux Etats-Unis pour entendre Trujillo et appliquer ses dogmes à leurs manières.

**1. « Le succès repose sur trois pieds : le libre-service, les discounts, le tamtam publicitaire. Qu'un seul vienne à manquer et tout s'écroule »** Dans les années 1950, les épiciers français vendaient des produits à la coupe. Passer par un vendeur était donc une étape obligée. Par conséquent, les marges du secteur étaient élevées, ce qui interdisait la pratique de prix bas (discount). Enfin, les épiceries commerçaient avec une clientèle de proximité et fidélisée, ce qui rendait toute forme de publicité superfétatoire. Le modèle de Bernardo Trujillo bouleverse complètement ce système.

**2. « One-stop shopping ».** C'est le principe du « tout sous le même toit » : le client doit pouvoir faire tous ses achats dans un seul et même lieu.

**3. « La pancarte est le meilleur vendeur : vous ne la payez qu'une fois et elle ne prend jamais de vacances ».** Bernardo Trujillo enjoignait régulièrement les distributeurs à se passer de vendeurs, contrairement aux pratiques de l'époque.

<sup>7</sup> MANGIN, David. *La Ville Franchisée. Formes et structures de la ville contemporaine*. Edition de la Villette, 2004.

**4. « Les pauvres ont besoin de prix bas. Les riches adorent ça ».** Bernardo Trujillo se faisait le chantre du discount, c'est-à-dire des prix bas (à ne pas confondre avec le hard-discount actuel). Là où l'épicier de 1950

s'efforçait de vendre de petites quantités au prix le plus élevé, Trujillo, défendait une stratégie de volumes avec des marges divisées par deux. L'avenir lui a donné raison.

**5. « Créer un îlot de perte dans un océan de profits ».** C'est le principe du produit d'appel qui a fait ses preuves depuis. Boucicaut, créateur du Bon Marché, l'avait formulé autrement en parlant des « produits qui se vendent et des produits qui font vendre ».

**6. « L'animation, c'est le client ; le décor, c'est le produit ».** Un magasin attractif est un magasin aux allées pleines de clients et aux rayons pleins de produits. Trujillo savait que, plus que n'importe quelle animation polysensorielle moderne, le client attire toujours le client.

**7. « Les marques sans marques ».** Etienne Thil, directeur du marketing de la société Carrefour, lance en 1976 les premiers produits de marques de distributeurs (MDD) baptisés « Produits Libres », en s'inspirant des idées de Trujillo. Le principe sera repris par les Produits Orange (Euromarché), les Produits Blanc (Continent)...

**8. « C'est là où il y a du trafic que l'on peut faire du commerce ».** Il s'agit ici de trafic routier. Trujillo encourageait les distributeurs à s'implanter en périphéries urbaines, considérant que l'avenir était à l'automobile.

**9. « No parking, no business ».** Le corollaire du précédent. Chaque place de parking est génératrice de chiffre d'affaires. Il faut donc qu'un client d'hypermarché trouve toujours une place libre quand il vient faire ses courses.

**10. « Empiler haut et vendre à prix bas ».** L'usage de linéaires permet d'optimiser les rayonnages et de vendre des quantités plus importantes, qui viennent compenser les prix bas pratiqués pour attirer les foules.

Cf. : *Les 10 règles de la distribution, selon Bernardo Trujillo* [En ligne]. *SmartGrains*. 25mars 2014. Disponible sur : < <http://www.smartgrains.com/regles-distribution-bernardo-trujillo/> > (consulté le 7 septembre 2018)

Nous assistons donc à une industrialisation du commerce qui se positionne autour de la locomotive. Ces boutiques cherchent une complémentarité avec la grande surface. Les zones commerciales ont donc une forte spécialisation fonctionnelle. L'installation de ses nouveaux ensembles commerciaux a été facilitée par le remembrement agricole (Novarina, 2014) de l'après-guerre. Grâce à ce processus les terrains étaient plus grands et les promoteurs avaient moins de propriétaires avec qui négocier.

En définitive, nous devons appréhender ces périphéries commerciales avec un nouveau regard, elles *sont en rupture avec le tissu urbain* qu'il y a autour, cependant ses territoires sont très bien *intégrés* et connectés dans l'ensemble *de l'aire urbaine*. La taille et le type de chaque *boutique* (*jardinerie, équipement de la personne...*) sont adoptés par les promoteurs pour répondre aux besoins de l'agglomération. A plus petite échelle, on observe le même décalage : une zone commerciale peut *paraître visuellement très désordonnée* car son *aménagement est pensé pour la voiture*.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> LEBRETON, Virginie. *Le Commerce et la Ville. Le commerce vient à la ville ? La ville vient au commerce ?* Université Pierre Mendès France, Institut d'Urbanisme de Grenoble., septembre 2008.

D'après Bruno Sabatier, les « facteurs classiques de rentabilité » pour une surface commerciale, c'est la « localisation, l'accessibilité spatiale, pertinence de l'offre commerciale. » Pour lui, il existe actuellement *d'autres facteurs marketing* pour fidéliser le consommateur comme « l'offre d'animation, d'activités sociales variées et la promotion d'un imaginaire attractif. »<sup>9</sup>

Depuis moins de 40ans la zone commerciale fait partie du quotidien d'une majorité de français. Pourtant, ce produit urbain est le fruit d'un long processus de développement économique pour satisfaire le client et rationaliser la rentabilité. Chaque innovation vient nourrir le modèle du centre commercial après avoir été testé ainsi on trouve la mise en place de grand parking ou la suppression de la lumière naturelle<sup>10</sup> pour que le client reste plus longtemps. Finalement, le centre commercial est l'un des objets les plus aboutis de l'urbanisme moderne. Il respecte de nombreux principes comme la hiérarchisation des voies, la séparation des flux (piétons et voitures) ou encore un style architectural et urbain international pour que le client puisse s'y repérer dans le monde entier. Enfin ces nouveaux types de commerces, s'adressent à toutes les classes sociales : des plus démunis parce qu'ils trouvent des produits discount, aux plus aisés car c'est un symbole de modernité.

## B. Les caractéristiques économiques et politiques du commerce périphérique

### 1. Des profils économiques singuliers.

La place importante des zones commerciales dans l'urbanisation des périphéries est due aussi à une stratégie économique produite par des acteurs puissants. En 2016, la France compte le premier parc de centre commercial avec une surface de 17,7 millions de mètres carrés sur un total de 105 millions de mètres carrés en Europe occidentale. De 1971 à 2014, l'hexagone obtient la première place sur tout le continent européen en surface de centres commerciaux, où elle va ensuite être rattrapée par la Russie. Ces chiffres viennent du conseil immobilier Cushman & Wakefield et l'article de LesEchos.fr « La France reste la championne d'Europe de l'immobilier commercial ».<sup>11</sup> On trouve deux grandes catégories dans l'activité commerciale : les groupes de grandes distributions et les entreprises d'immobilier commercial. Les différents renseignements de ce chapitre viennent du rapport du CGEDD.<sup>12</sup>

<sup>9</sup> SABATIER, Bruno. « L'effet des complexes commerciaux récréatifs sur la durabilité urbaine. » Département de géographie, Université Toulouse-Le Mirail. Commerce et développement durable, Mars 2005, Toulouse, France. 8 p., 2006. (Url : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00348040/document>)

<sup>10</sup> A partir des années 1970, l'éclairage zénithal à été progressivement supprimé des centres commerciaux pour que le client reste plus longtemps et oublie le cycle jour/nuit.

<sup>11</sup> CHAUVOT, Myriam. « La France reste la championne d'Europe de l'immobilier commercial ». In : *Les Echos.fr* [En ligne]. [2016. Disponible sur : < [https://www.lesechos.fr/21/01/2016/LesEchos/22112-071-ECH\\_la-france-reste-la-championne-d-europe-de-l-immobilier-](https://www.lesechos.fr/21/01/2016/LesEchos/22112-071-ECH_la-france-reste-la-championne-d-europe-de-l-immobilier-commercial.htm#formulaire_enrichi::bouton_facebook_inscription_article)

[commercial.htm#formulaire\\_enrichi::bouton\\_facebook\\_inscription\\_article](https://www.lesechos.fr/21/01/2016/LesEchos/22112-071-ECH_la-france-reste-la-championne-d-europe-de-l-immobilier-commercial.htm#formulaire_enrichi::bouton_facebook_inscription_article) > (consulté le 7 septembre 2018)

<sup>12</sup> NARRING, Pierre. KBAIER, Rouchdy. FARENIAUX, Bruno. STEVENS, Dominique. *Inscrire les dynamiques du commerce dans la ville durable*. [En ligne]. Paris : Rapport du Conseil général de l'environnement et du

Depuis les années 1970, le nombre de groupes de grande distribution en France s'est considérablement réduit. Au fil du temps, les entreprises se sont rachetées entre-elles : aujourd'hui six groupes se partagent 88,9% des parts de marché des produits de consommation courante, c'est respectivement E. Leclerc, Carrefour, Les Mousquetaires, Casino, Système U et le Groupe Mulliez.<sup>13</sup> Ces sociétés ne sont pas uniquement des supermarchés ou des hypermarchés, ils possèdent aussi des filiales de MSS et GSS dans des domaines très variés : jardinage, bricolage, sport... Ces grands groupes ont une stratégie économique et territoriale d'ensemble pour leurs filiales. Comme le démontre David Mangin dans *la ville franchisée*, les groupes de grande distribution partagent souvent le risque économique avec une constellation d'indépendant franchisé. Des grandes entreprises comme Carrefour donnent la marque, en échange le franchisé doit par exemple acheter le terrain. Les modalités changent suivant les contrats et les franchises. Ce système exacerbe la concurrence entre les hypermarchés même s'ils sont de la même enseigne. Les grands groupes gardent les magasins les plus rentables. Par ailleurs, le développement économique et territorial de ces grands groupes s'est imposé dans notre pays car la société française est moins attachée au commerce de proximité contrairement à d'autres régions d'Europe comme la Catalogne ou l'Italie du Sud.

Enfin, à la différence, des autres pays européens, les groupes français se sont beaucoup plus tournés vers l'international comme Carrefour et Auchan. Parfois, on retrouve plus d'hypermarchés de ces enseignes à l'étranger qu'en France. Ils ont exporté le modèle du l'hypermarché français dans le monde entier. Leurs stratégie économique dépasse donc le cadre national, et recherche constamment l'extension.

L'exploitation et la construction des centres commerciaux reposent sur des acteurs différents, toutefois, leur rôle économique les rend aussi très influents sur l'aménagement du territoire. Leurs noms sont moins connus du grand public. Il y a trois types de sociétés qui sont dans ce domaine :

- **Les foncières spécialisées dans les grandes surfaces commerciales.**

Comme le rappelle le rapport du CGEDD, il existe des grosses entreprises dont leurs seuls objectifs sont de construire et d'exploiter (ou uniquement l'une des deux activités) des centres commerciaux. En France, les trois principaux groupes sont Klépierre, Altarea-Cogedim et Unibail-Rodamco. Cette dernière est française et première mondiale dans ce domaine. Ces sociétés cotées en bourse sont constituées en SIIC (Société d'Investissement Immobilière Cotée).

- **Les sociétés immobilières adossées aux groupes de grande distribution.**

Chaque groupe dispose de sa propre filiale chargée de concevoir les projets, les construire et les exploiter. Auchan a été pionnier dans ce domaine en créant Immochan dès 1976. D'autre part, elle constitue des réserves foncières autour de la ville en attendant un nouveau projet. On peut citer Carrefour qui possède Carmilla, ou encore Casino dont il détient Mercialis. Par conséquent, ces entreprises ont une stratégie territoriale très active.

- **Les sociétés issues de la promotion immobilière**

---

développement durable (CGEDD), Mars 2017. 264p . Disponible sur : < [http://www.cohesion-territoires.gouv.fr/IMG/pdf/2017.03.09\\_rapport.pdf](http://www.cohesion-territoires.gouv.fr/IMG/pdf/2017.03.09_rapport.pdf) >

<sup>13</sup> « European Shopping ». In : *Cushman & Wakefield* [En ligne]. Mai 2018. Disponible sur : < <http://www.cushmanwakefield.fr/fr/news/2018/05/european-shopping-center-development> > (consulté le 7 septembre 2018)

Ce sont les gros promoteurs immobiliers qui opèrent sur tout le territoire français, leurs produits sont très divers : de l'immeuble résidentiel au bâtiment tertiaire en passant par l'immobilier commercial. Il y a notamment la société BNP Paribas Real Estate et le groupe Frey qui est spécialisé dans la restructuration des zones commerciales.

Cette multiplication des acteurs depuis le début des années 2000 a provoqué un changement de position dans la recherche de rentabilité. Initialement les bénéfices étaient liés à l'exploitation des surfaces commerciales, aujourd'hui l'investissement dans la construction et l'extension des centres commerciaux est devenue très rentable grâce aux capitaux placés en bourse. De plus, ces placements sont plus sécuritaires que les investissements dans l'immobilier tertiaire ou résidentiel. Cette vision à court terme concourt à la saturation de certains territoires et à la multiplication des friches commerciales. D'après Procos, en 2013, on observe une baisse de 10 points de la fréquentation des supermarchés depuis 2007. Les loyers des locaux commerciaux augmentent plus vite que la consommation. Par conséquent le marché ne s'articule plus sur l'évolution de la consommation des ménages mais sur la production constante de nouvelles surfaces commerciales. De plus les stratégies des grands groupes sont indifférentes aux dynamiques locales lors de l'installation d'un nouveau centre commercial. A l'avenir, il y a un risque de bulle spéculative.

## 2. Législation et Planification

### 2.1 L'évolution législative

La législation sur les zones commerciales est née au milieu des années 1970. Jusqu'à cette époque, l'aménagement du territoire était focalisé sur la construction des grands ensembles et la réhabilitation des centres villes. La périphérie n'était pas une préoccupation des pouvoirs publics.

Le premier texte date du 21 décembre 1973 : la loi Royer est élaborée pour stopper la multiplication sans limites des grandes surfaces commerciales. La législation exerce donc deux instances pour interdire ou autoriser un nouveau complexe. Il y a tout d'abord la **CDUC** (Commission Départementale d'Urbanisme Commercial) qui donne une décision en première instance, puis en cas de contestation, le dossier passe en appel à la **CNUC** (Commission Nationale d'Urbanisme Commercial). Le seuil minimum pour être contraint d'avoir une autorisation administrative de ces commissions est fixé à 1000m<sup>2</sup> dans les communes de moins de 40 000 habitants et 1500m<sup>2</sup> pour les autres. Ce texte est suivi par le Gel Ballardur en 1993, la loi Raffarin en 1996, la loi LME en 2010 et la loi Pinel en 2014. Nous allons voir brièvement ces différents textes.

L'année 1993 marque un tournant dans la politique d'urbanisme commercial. Le gouvernement veut remettre en question la loi Royer de 1973. Il y a tout d'abord le Gel Ballardur qui suspend toute nouvelle autorisation pendant 7 mois en attendant la nouvelle législation. La loi Sapin change la CDUC en **CDEC** (Commission Départementale d'Équipement Commercial) et la CNUC évolue pour devenir la Commission Nationale d'Équipement Commercial (**CNEC**). Cette réforme est suivie par la loi Raffarin en 1996 qui abaisse le seuil minimum de passage en commission à 300m<sup>2</sup>. Ce changement est induit afin de freiner la prolifération des hard-discount qui sont souvent des petites surfaces. Le texte met aussi en place un observatoire de développement commercial.

La loi LME (Loi de modernisation de l'économie) de 2008 rend plus flexible les conditions d'installations de nouvelles surfaces commerciales, ce texte était motivé par la commission européenne : elle trouvait que la liberté d'établissement des entreprises était trop entravée dans les anciens textes et la France devait se conformer à la directive service (2006). Par exemple une chambre consulaire ne peut plus s'opposer à une implantation de certaines enseignes et la loi proscrit la possibilité d'effectuer une étude économique préalable. Les seuils ont été rehaussés pour toute nouvelle autorisation à 1000m<sup>2</sup> pour toutes surfaces commerciales nouvellement créées. Cependant, le législateur a été plus loin que les demandes de l'Europe. Ce texte transforma à nouveau les CDEC en **CDAC** (Commission Départementale d'Aménagement Commercial) et les CNEC en **CNAC** (Commission Nationale d'Aménagement Commercial). Avant le remaniement de ces commissions, elle était majoritairement formée par les chambres consulaires. Le décision reposait donc sur des corporatismes locaux et ne prenait pas compte l'urbanisme et l'aménagement du territoire.<sup>14</sup>

Elle est suivie par la loi relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises (ACTPE) de 2014, elle fusionne le dossier remis lors de l'instruction du permis de construire et celui confié à la CDAC ou à la CNAC. Par ailleurs, la CNAC peut s'autosaisir de n'importe quel projet de plus de 20 000m<sup>2</sup>. Actuellement la CDAC est composée de 11 membres dont sept élus (dont le maire de la commune d'implantation), elle est présidée par le préfet. Parmi ceux-ci on trouve le maire de la commune d'implantation, le président de l'EPCI, deux personnes qualifiées dans l'aménagement du territoire et deux autres personnes spécialisées dans la consommation et la protection du consommateur. L'assemblée prend sa décision sur trois critères : l'aménagement du territoire (localisation du projet, étalement urbain...); le développement durable (qualité environnementale, insertion paysagère...) et la protection du consommateur (accessibilité, risque naturel, innovation commerciale...). Quant à la CNAC, elle est majoritairement formée de hauts fonctionnaires et d'élus, cette commission est rattachée au ministère de l'économie et des finances.<sup>15</sup>

Comme le rappelle le rapport du CGEDD : « *Force est en effet de constater que plusieurs opérations d'envergure ont été livrées en 2015 et que les intentions de projets des promoteurs restent soutenues, avec près de 5 millions de m<sup>2</sup> en projet, dont 50 % sont déjà autorisés. Ces opérations concernent principalement des implantations périphériques qui représentent en 2015 plus de 90 % des nouveaux projets contre à peine 7 % pour les projets de centre-ville.* »<sup>16</sup>

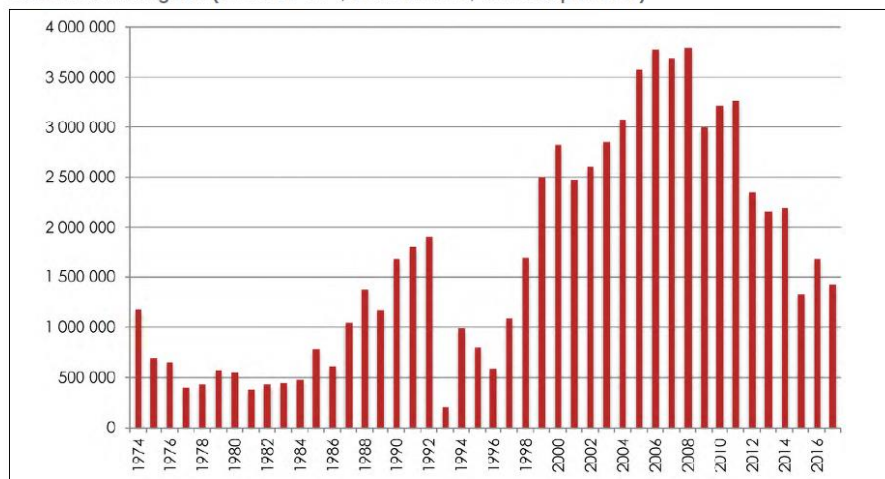
---

<sup>14</sup> LEBRETON Virginie. *Le Commerce et la Ville. Le commerce vient à la ville ? La ville vient au commerce ?* Projet de fin d'étude. Grenoble : Université Pierre Mendès France, Institut d'Urbanisme de Grenoble., 2008. 93 p. LECLERC, Morgan. « Les parts de marché complètes des distributeurs à P12 et le premier bilan 2017 ». In : *LSA Commerce & consommation* [En ligne]. 2017. Disponible sur : < <https://www.lsa-conso.fr/les-parts-de-marche-completes-a-p12-et-le-premier-bilan-2017,275662> > (consulté le 7 septembre 2018)

<sup>15</sup> Rapport 2017(p 33)

<sup>16</sup> Rapport 2017 (p 18)

Surfaces commerciales autorisées chaque année en France, selon les différents régimes d'urbanisme commercial en vigueur (CDUC en 1974, CDEC en 1996, CDAC depuis 2008)



Sources : R.-P. DESSE et Kyrïs.

Nota : le seuil des opérations soumises à autorisation d'exploitation commerciale a d'abord été fixé à 1.000 m<sup>2</sup> (ou 1.500 m<sup>2</sup> dans certaines communes), par la loi ROYER, en 1974. Ce seuil a ensuite été abaissé à 300 m<sup>2</sup> par la loi RAFFARIN, en 1996, puis relevé à 1.000 m<sup>2</sup> par la loi LME, en 2008. Le seuil de 1.000 m<sup>2</sup> reste en vigueur actuellement.

Figure 10 Surfaces commerciales autorisées depuis 1974 en France. Source : Procos, 2018 (Cf : [http://www.procos.org/images/procos/presse/2018/procos\\_180118\\_immobilier.pdf](http://www.procos.org/images/procos/presse/2018/procos_180118_immobilier.pdf) )

Cette législation a été remise plusieurs fois en question, notamment avec le rapport Charrié de 2009<sup>17</sup>. Ce document devait servir à un projet de loi mais son auteur est décédé avant. Le parlementaire mettait en avant plusieurs points, dont la nécessité d'abroger la loi Royer de 1973 car elle n'était pas assez ambitieuse. Charié rajoute qu'il faut une meilleure cohérence entre le territoire et l'aménagement des zones commerciales, qu'il est inutile de mettre des niveaux quantitatifs en mètre carré pour donner des autorisations d'installation, il est plutôt préférable que les niveaux soient qualitatifs :

- Niveau 1 : commerces de proximité (quotidien)
- Niveau 2 : commerces d'agglomération (hebdomadaire)
- Niveau 3 : Commerces départementaux (mensuel)
- Niveau 4 : Commerces d'attraction régionale (semestriel)

D'après Ali Mousli<sup>18</sup> même si le rapport est très ambitieux, il néglige deux points : le commerce est en perpétuelle mutation et il ne faut pas trop le contraindre car il y a toujours une pression économique. La législation a toujours un retard de 10ans sur la réalité. Pour l'auteur, on peut distinguer deux types de commerces : le commerce inducteur qui crée de nouvelles pratiques et le commerce caméléon qui s'adapte aux nouvelles pratiques.

Finalement, l'urbanisme commercial n'est de l'urbanisme que dans le nom.<sup>19</sup> Ses instances limitent peu le développement exponentiel des zones commerciales. Par ailleurs aux Etats-Unis il n'existe aucune réglementation pour l'installation ou la modification de grandes surfaces commerciales. Ce libéralisme permet d'exacerber la concurrence et les innovations. Par conséquent

<sup>17</sup> Rapport de Jean Paul Charié en 2009 (Cf : Avec le commerce, mieux vivre ensemble)

<sup>18</sup> MOUSLI, Ali. Quand le commerce dessine la ville, Saint-Etienne un produit nouveau. Renouvellement urbain et périphérie commerciale. Université Pierre Mendès France, Institut d'Urbanisme de Grenoble., septembre 2009.

<sup>19</sup> LEBRETON, Virginie. *Le Commerce et la Ville. Le commerce vient à la ville ? La ville vient au commerce ?* Université Pierre Mendès France, Institut d'Urbanisme de Grenoble., septembre 2008.

les shoppings center se renouvellent plus facilement pour s'adapter à la demande du client : de nouveaux services peuvent être proposés comme des loisirs, des hôtels...<sup>20</sup> Même si c'est toujours un service marchand. Toutefois, la CDAC et la CNAC permettent d'éviter la saturation commerciale et les friches qui peuvent en découler. D'une certaine manière, l'existant est pérennisé.

En mars 2017, le Conseil Général de l'Environnement et du Développement Durable (CGEDD) remet un rapport à deux ministères, celui de l'environnement de l'énergie et de la mer et au ministère du logement et de l'habitat durable<sup>21</sup>. Il met en évidence un fonctionnement assez différent dans les autres pays européens. Même si la liberté d'établissement des entreprises est garantie dans toute l'UE, les Etats doivent prendre aussi en compte avec le même niveau d'importance, l'aménagement du

territoire et la protection du consommateur. Par exemple l'Allemagne et les Pays-bas possèdent un meilleur équilibre entre ses centres-villes, ses quartiers et ses périphéries. Outre-Rhin, l'autorisation pour une nouvelle installation commerciale se fait seulement sur des critères qualitatifs comme le type de bien en vente. Pour la jurisprudence européenne la liberté d'établissement peut être restreinte pour des « raisons impérieuses d'intérêt général » comme l'aménagement du territoire ou la protection du consommateur.

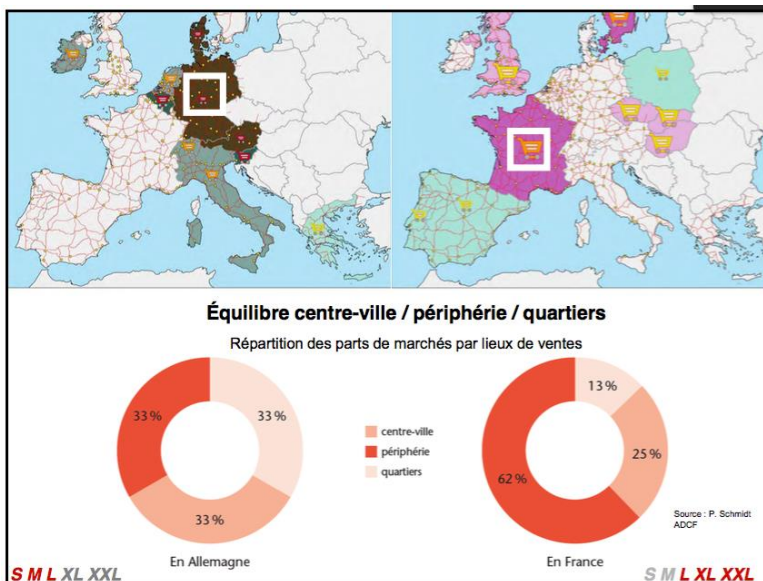


Figure 11 On peut voir sur cette carte la meilleure répartition du commerce en Allemagne. Laroche, Sylvie. Mutations des sociétés urbaines contemporaines une approche par la métropolisation. Cours Master 1, IUG. Année 2016-2017.

En France, la législation se base essentiellement sur la liberté d'établissement : la liberté du commerce et de l'industrie est même garantie par la constitution. Pourtant la commission européenne a adressé un avis motivé à la France pour limiter les centres commerciaux car la protection du consommateur est menacée, en particulier pour les habitants des milieux ruraux. L'Europe joue un rôle de plus en plus important dans l'aménagement du territoire, c'est son premier budget avec le fond FEDER. Pourtant ce n'est pas sa compétence.

Notre pays a encore beaucoup d'efforts à faire pour rééquilibrer le commerce entre la ville et la périphérie. Contrairement aux autres pays européens, les politiques d'aménagement du territoire restent très centralisées, et paradoxalement l'implantation de nouvelles grandes surfaces se décide au niveau départemental. Le CGEDD plaide pour que l'échelon régional prenne cette qualité pour être éloignée du contexte local et gagner en objectivité. Cette législation évolue en permanence, dernièrement, Nicolas Hulot a proposé un nouveau plan pour sauvegarder la biodiversité. Parmi ces

<sup>20</sup> LEBRETON, Virginie. *Le Commerce et la Ville. Le commerce vient à la ville ? La ville vient au commerce ?* Université Pierre Mendès France, Institut d'Urbanisme de Grenoble., septembre 2008.

<sup>21</sup> Pour plus de détail sur ses constats et conclusions, voir le chapitre correspondant à ce rapport.



mesures, nous notons l'objectif de stopper l'artificialisation des sols. Cela passe notamment par la suspension des autorisations de nouvelles grandes surfaces en périphérie.<sup>22</sup>

## 2.2 La planification locale

Contrairement aux Etats-Unis, le centre commercial n'émane pas uniquement de l'initiative privée. Au début des années 1970, il existe de nombreux projets conduits par les pouvoirs publics. Leur futur emplacement est prévu dans les SDAU (Schéma Directeurs d'Aménagement et d'Urbanisme), en particulier dans les villes nouvelles autour de Paris. A la différence de « l'enclosed mall » américain, les planificateurs de l'époque cherchaient à créer le centre commercial à la française comme un équipement intégré. Ses entités étaient prévues pour la multifonctionnalité et l'accessibilité en transport en commun.<sup>23</sup> Grand'Place à Grenoble est un exemple assez significatif : il présente une grande diversité d'équipement marchand et non marchand (la Poste, une bibliothèque, la FNAC...). Lors de son ouverture en 1975, il devait être une polarité commerciale pour le sud grenoblois et son nouveau quartier de la Villeneuve.

Le SDAU d'Île de France prévoit la création de douze villes nouvelles dès la fin des années 1960, chacune d'elle devait avoir son propre centre commercial. Finalement, Parly 2 ouvre à Chesney dans les Yvelines, une banlieue assez riche. Le reste de l'agglomération parisienne a connu un développement spontané d'hypermarché discount dans les banlieues les plus pauvres.<sup>24</sup>

La planification de l'urbanisme commercial au niveau du territoire revient dans les années 1990 avec la loi Raffarin. Elle crée les SDC (Schéma de Développement Commercial), ce plan analyse l'état actuel des commerces sur un territoire et trace une vision prospective. Avec la loi SRU en 2000, ses objectifs sont intégrés dans le SCOT. La loi LME de 2008 crée les DAC (Document d'aménagement commercial), ses documents facultatifs doivent délimiter des Zones d'Aménagement Commercial (ZACOM) où toutes nouvelles moyennes ou grandes surfaces commerciales sont obligées de s'implanter<sup>25</sup>. Ce document est intégré au DOO (Document d'orientation et d'objectif) dans le SCOT. Cette règle est élaborée pour éviter l'absorption permanente des zones industrielles ou artisanales par de nouvelles surfaces commerciales. Le DAC est un document opposable juridiquement.

L'ACTPE de 2014 transforme les DAC en DAAC (Document d'Aménagement Artisanal et Commercial). S'ils restent assez similaires, le DAAC la délimitation des ZACOM est moins précise. A la différence de l'ancien texte réglementaire, il reste facultatif.

<sup>22</sup> « Biodiversité : ce que contient le plan du gouvernement pour contrer la disparition accélérée du monde du vivant ». In : *Franceinfo* : 5 juillet 2018. Disponible sur : < [https://www.francetvinfo.fr/monde/environnement/biodiversite/biodiversite-ce-que-contient-le-plan-du-gouvernement-pour-contrer-la-disparition-acceleree-du-monde-du-vivant\\_2834505.html](https://www.francetvinfo.fr/monde/environnement/biodiversite/biodiversite-ce-que-contient-le-plan-du-gouvernement-pour-contrer-la-disparition-acceleree-du-monde-du-vivant_2834505.html) > (consulté le 7 septembre 2018)

<sup>23</sup> KORGANOW, Alexis. L'heure de gloire de l'équipement intégré. Une forme de centralité en ville nouvelle. In : *Les Annales de la recherche urbaine*, N°98, 2005. Les visages de la ville nouvelle. p. 74-82.

<sup>24</sup> PERON, René. *Les Boîtes, Les grandes surfaces dans la ville*. Nantes : *L'Atalante*, 2004, 222 p. (Coll. *Comme un accordéon*).

<sup>25</sup> Urbà3 Agences d'urbanisme Région Rhône-Alpes. « L'Urbanisme commercial en Rhône Alpes ». *Région Rhône-Alpes*. Juin 2014. 36p. Disponible sur : < [http://www.territoires.rhonealpes.fr/IMG/pdf/Urbanisme\\_commercial\\_en\\_Rhone\\_Alpes\\_rapport\\_final\\_partie\\_1.pdf](http://www.territoires.rhonealpes.fr/IMG/pdf/Urbanisme_commercial_en_Rhone_Alpes_rapport_final_partie_1.pdf) > (consulté le 7 septembre 2018)

Grâce aux évolutions récentes de la législation, la planification s'intéresse enfin à la périphérie et aux zones commerciales. La périphérie devient enfin un espace à mettre en valeur pour la ville.<sup>26</sup> La CGEDD pense que le SCOT n'est pas l'échelle la plus pertinente pour faire de la planification commerciale car il oppose les périphéries entre elles et induit aussi une opposition entre le centre-ville et sa périphérie. Le PLUi est sûrement le meilleur outil pour réfléchir à l'équilibre commercial d'un territoire. Il conjugue une échelle intermédiaire entre les deux documents d'urbanisme tout en restant efficace : un projet urbain doit se conformer au PLU alors qu'il ne doit qu'être compatible avec le SCOT.

### 2.3 Le rapport du CGEDD et ses conclusions.

La planification locale et les différents changements législatifs ont eu un impact assez mesuré sur les périphéries commerciales. Comme nous l'avons évoqué ci-dessus (voir chapitre page 20-24), le CGEDD a présenté un rapport sur le développement durable et les zones commerciales. Nous verrons tout d'abord ses différents constats, les mesures qu'il préconise et quelques propositions de solution à partir de cas qui existent déjà.

Le rapport a produit un diagnostic sur la situation actuelle des zones commerciales en France, il dresse sept constats majeurs :

- La prolifération des espaces commerciaux a plusieurs conséquences sur : la qualité paysagère ; la progression de l'étalement urbain ; et l'avenir des centres urbains et villes moyennes.
- La saturation économique de certains territoires peut amener un risque de fuite en avant et entraîner le développement de friches commerciales.
- Le développement durable n'est pas encore pris en compte convenablement par les différents acteurs. Il est réfléchi sur le projet (comme la production d'énergie) mais pas sur l'échelle du territoire.
- Le cadre législatif ne va pas assez loin.
- Le développement économique est mis en avant, il existe pourtant de nombreuses externalités négatives.
- Les autres pays européens ont un meilleur équilibre dans leurs législations entre les principes de « libre établissement », « l'aménagement du territoire » et la « protection du consommateur. »
- De nombreuses villes en France ont aujourd'hui une périphérie désorganisée et dégradée. Ce n'est pas une « justification pour abandonner ces territoires et reculer devant l'ardente obligation de recadrage et de réparation urbaine »

Les auteurs du rapport ont apporté 12 propositions :

#### Voir « Liste des recommandations » : pages 9-11.

NARRING, Pierre. KBAIER, Rouchdy. FARENIAUX, Bruno. STEVENS, Dominique. *Inscrire les dynamiques du commerce dans la ville durable*. [En ligne]. Paris : Rapport du Conseil général de l'environnement et du développement durable (CGEDD), Mars 2017. 264p. Disponible sur : < [http://www.cohesion-territoires.gouv.fr/IMG/pdf/2017.03.09\\_rapport.pdf](http://www.cohesion-territoires.gouv.fr/IMG/pdf/2017.03.09_rapport.pdf) >

<sup>26</sup> MOUSLI, Ali. *Quand le commerce dessine la ville, Saint-Etienne un produit nouveau. Renouvellement urbain et périphérie commerciale*. Université Pierre Mendès France, Institut d'Urbanisme de Grenoble., septembre 2009.

Le CGEDD amène ensuite plusieurs pistes de réflexions sur le cadre opérationnel qui doit être mis en œuvre pour mener une restructuration des périphéries commerciales. Le service d'inspection se base sur ses différentes visites et études menées lors de l'élaboration de ce rapport. Le conseil chiffre un coût de 250milliards d'euros pour conduire un tel programme dont 50milliards d'euros d'aménagement.

De plus, le CGEDD suggère certaines mesures, quelques unes sont remarquables comme :

- Créer un observatoire des zones commerciales puisqu'il manque aujourd'hui trop d'informations.
- Effectuer une étude d'impact avant tout projet de centre commercial
- Rendre obligatoire le DAAC dans les SCOT ; et il devra être conforme avec les PLU, et non plus compatible.
- Engager un retour à la proximité : implanter des commerces autour des gares, dans les quartiers et dans les centres-villes.
- Créer un nouvel échelon pour les projets de plus de 2500m<sup>2</sup> au niveau régional.
- Conduire un traitement différencié selon le type de projet : grandes surfaces, plateforme logistique pour le e-commerce.

La restructuration de zones commerciales ne peut se faire que dans des conditions très particulières : cela exige une ville très volontariste et qui peut s'appuyer sur une forte ingénierie opérationnelle. Un bon climat de concertation peut amener à de bons projets entre les collectivités locales et les autres acteurs d'un territoire. Ses nouveaux projets devraient faire l'objet d'une démarche « écoquartier » pour garantir la qualité d'un projet.

Pour le conseil, il ne suffit plus de faire une nouvelle réforme législative. Une politique plus large doit être menée. Il faut qu'elle soit progressive en se basant sur les réussites et les échecs des différents acteurs, qu'ils soient locaux ou nationaux ainsi que public ou privé. Comme c'est prescrit dans les conclusions du rapport, le Ministère de la cohésion des territoires a organisé un concours « repenser la périphérie commerciale », les collectivités territoriales pouvaient candidater jusqu'à fin février. Chambéry a participé comme nous le verrons dans la partie III.

---

Finalement le débat politique dépasse le clivage gauche-droite : il oppose plutôt les partisans du progrès économique et technique au défenseur de l'environnement et des petits commerces au centre-ville. Ce débat doit rester très nuancé comme nous le remarquerons dans la sous partie « Centre commercial et centre-ville ». Le débat reste assez opaque pour le grand public : la législation est très complexe et change rapidement, par exemple la CDAC a changé trois fois de nom en moins de 40 ans. Par ailleurs, tous les acteurs privés et publics ne sont pas clairement identifiés.

La réglementation actuelle ne donne qu'un cadre d'implantation pour les grandes et moyennes surfaces commerciales mais ne possède aucune cohérence pour créer un tissu urbain économiquement, socialement et écologiquement durable.

## C. Des entrées de villes similaires et anarchiques.

Dans cette sous-partie, nous aborderons la forme urbaine des entrées de ville et essayerons de comprendre pourquoi elles se sont constituées ainsi. Cette zone en marge entre la ville dense et le périurbain est souvent qualifié<sup>27</sup> comme « La France Moche ». Pourtant cet espace répond à des nouvelles logiques qui dépassent une vision de « verrue » dans la ville. Les entrées de ville et les zones commerciales résultent d'une nouvelle cohérence sur l'accessibilité et le marketing liées à nos modes de vie contemporain. D'après Peron, « Les "zones" commerciales périphériques sont bien les produits aboutis, triomphants, d'un mode de production et de distribution de masse qui a donné à la consommation ses formes les plus extensives », il a pu même s'affranchir des contraintes de la rue.

Les zones commerciales sont caractérisées par une échelle plus large due à l'apparition de la voiture, une nouvelle façon de faire de la publicité, une structure urbaine et architecturale similaire et peu planifiée. Nous allons détailler ces différents points ci-dessous. Mon analyse repose essentiellement sur *La ville Franchisée* de David Mangin et *La fin des Vitrites* de René Peron.

### 1. Une nouvelle échelle :

Les 30 glorieuses ont révolutionné notre manière de nous déplacer grâce à la généralisation de l'automobile. Les promoteurs des centres commerciaux ont très vite compris ce changement, en installant les hypermarchés et supermarchés près des entrées de villes, des nationales ou à proximité des bretelles d'autoroutes. Pour comprendre ce nouvel urbanisme, il faut être à l'échelle de la voiture. Cette évolution est très importante : le commerce était toujours fait à l'échelle du piéton, le plus souvent dans la rue.

### 2. De la vitrine au panneau publicitaire : une nouvelle façon de communiquer.

Ce changement radical a impacté aussi sur la mise en vente des produits. Auparavant, la principale interface entre le produit et le consommateur était la vitrine du magasin. Sa destination principale était de créer un sentiment de désir entre les objets mis en scène dans la vitrine et le passant. De plus, elle servait à effectuer un premier tri des clients potentiels qui pouvaient entrer dans la boutique pour acheter. Cette démarche a quasiment disparu dans la grande distribution, elle privilégie le libre-service des consommateurs. « *Tout le décor d'un centre commercial joue de ces effets de théâtre : une immense machinerie, invisible, camouflée, sur laquelle viennent s'articuler les éclairages, les cellules de*

---

<sup>27</sup> REMY, Vincent. DE JARCY, Xavier. « Comment la France est devenue moche ». In : *Télérama'* [En ligne]. 2010. Mis à jour le 25-08-2015 Disponible sur : < <https://www.telerama.fr/monde/comment-la-france-est-devenue-moche,52457.php> > (consulté le 7 septembre 2018)

*magasin, et du verre en abondance !* » (Péron 1993). »<sup>28</sup> L'article est devenu une simple marchandise sans singularité qui n'est là que pour être pris et acheté. Ces nouvelles pratiques ont démystifié l'acte de vente : il n'y a plus de lien direct entre le vendeur et l'acheteur.

Par conséquent, les zones commerciales ont dû trouver d'autres moyens pour attirer les consommateurs sans avoir de vitrines, elles sont devenues plus assez remarquables à l'échelle de la voiture. La solution choisie est de mettre en valeur l'enseigne et d'ajouter des panneaux publicitaires pour indiquer les magasins et les promotions. Chaque centre commercial veut se démarquer de son voisin, par une enseigne toujours plus grosse et colorée. Finalement, elles se neutralisent entre elles et rendent le secteur plus laid.

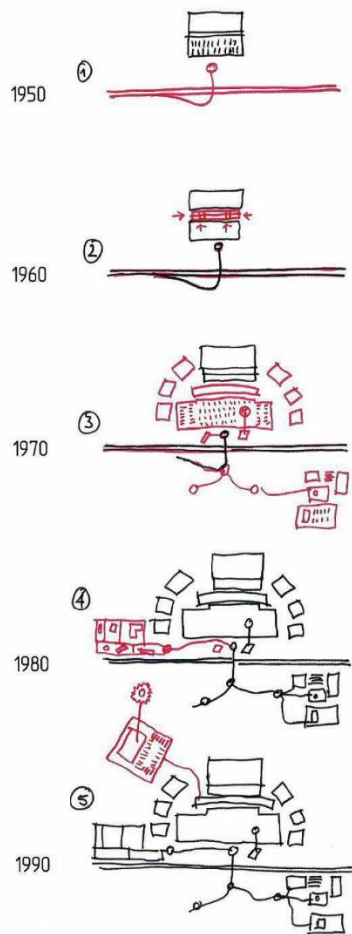
Les entrées de ville sont devenues des immenses vitrines où l'on peut apercevoir les enseignes depuis l'autoroute. Il y a généralement un grand parking devant pour montrer la simplicité de l'accessibilité du centre commercial.

### 3. La structure des zones commerciales :

En France, les zones commerciales sont souvent établies de la même manière : il y a tout d'abord une grande surface alimentaire et généraliste qui s'installe à proximité d'une entrée de ville ou d'un d'axe routier important comme un échangeur. Ce premier magasin se nomme la locomotive. Dès les années 1960, les groupes de grande distribution ouvrent des galeries dans leurs centres commerciaux. Elles sont composées majoritairement de petites surfaces diverses. Les « locomotives » sont ensuite rejoints par des MSS (Moyenne Surface Spécialisée) et GSS (Grande Surface Spécialisée). Ce rassemblement de surfaces commerciales s'explique essentiellement pour deux raisons. Tout d'abord, les grandes enseignes comptent sur un effet de hub : même s'il y a plusieurs concurrents autour, le client sera sûr de trouver l'article qui cherche dans la zone commerciale. La deuxième raison concerne les stratégies des groupes de grandes distributions qui regroupent parfois ces différentes enseignes. Par exemple l'Association Familiale Meunier possède plusieurs grands groupes et marques comme Auchan, Décathlon ou encore LeRoy Merlin. Ces stratégies restent assez opaques pour le grand public.

---

<sup>28</sup> PERON, René. « Avant-Propos. / Introduction ». *La fin des vitrines. Des temples de la consommation aux usines à vendre.*, Les Editions de l'Ecole Nationale Supérieure de Cachan, 1993, p. 1-31, <http://excerpts.numilog.com/books/9782909968056.pdf>. Voir page 16.



1950-2000 : la formation des centres commerciaux régionaux.

Com  
2003

Figure 12 MANGIN David. La ville Franchisée. Formes et structures de la ville contemporaine. Edition de la Villette. Paris : 2004. (Voir page 113)

Aujourd'hui les périphéries commerciales sont caractérisées par peu de planifications urbaines des pouvoirs publics. Généralement, les projets de centres commerciaux s'articulent autour d'un grand axe pour permettre l'accessibilité (autoroute, route nationale...) et d'anciennes petites routes agricoles. Ce sont des projets clés en mains, c'est-à-dire qu'ils sont indépendants les uns des autres, et sont pleinement utilisables dès leurs achèvements. Ils possèdent chacun leurs parkings et leurs propres accès. Dès lors, la morphologie urbaine des entrées de ville et des périphéries devient incohérente : il y a plus de dissociations entre l'espace privé et l'espace public et entre « dehors » et « dedans ». De plus, ces espaces ne comprennent pas de place publique pour se rassembler ou pour s'arrêter, qu'on nomme « square » en anglais et il n'y a « aucun confort pour le piéton ». Les aménagements sont très similaires aux zones artisanales et industrielles.

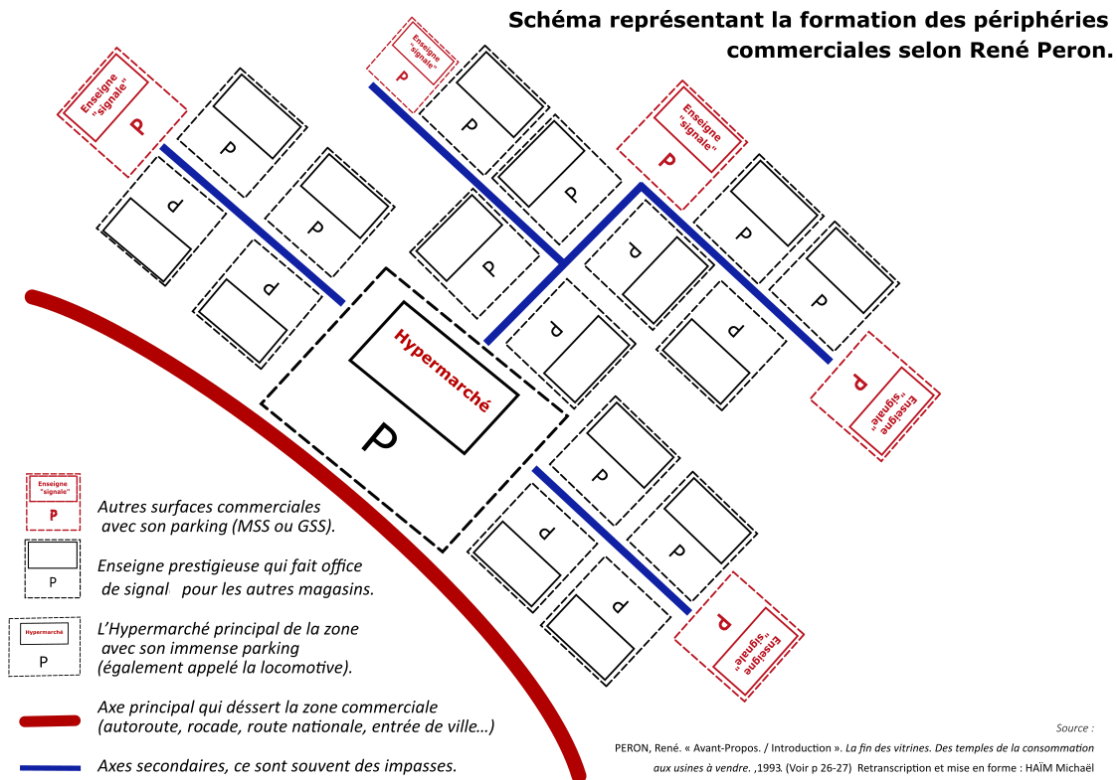


Figure 13 PERON René. « Avant-Propos. / Introduction ». In : *La fin des vitrines. Des temples de la consommation aux usines à vendre.* 1993. (Voir p26-27) Retranscription et mise en forme : Haïm Michaël

Toujours selon René Péron, l'aménagement des périphéries commerciales émane d'un processus qui repose sur le marketing et l'accessibilité automobile. Il y a tout d'abord l'hypermarché qui est l'attractivité centrale de la zone, puis différentes impasses mènent à des enseignes avec des marques « de prestiges ». C'est un signal pour le consommateur pour atteindre ce magasin, d'autres franchises moins connues s'installent à proximité pour profiter de la renommée de « l'enseigne signal ». Cette urbanisation sans cohérence est un véritable « *capharnaüm* » de rues, d'enseignes et de parkings.

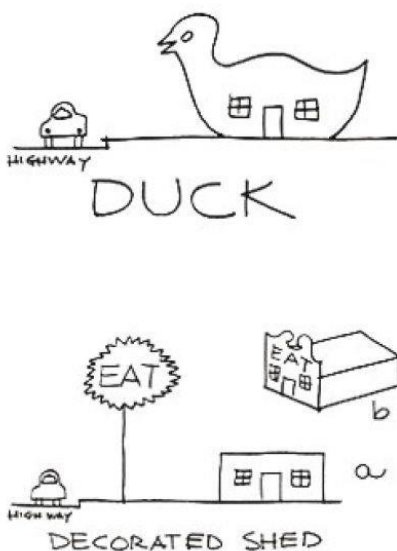


Figure 14 Illustration de l'architecture canard par Robert Venturi

## 4. L'Architecture.

Les zones commerciales possèdent une architecture très simple semblable à des entrepôts. En effet, la sobriété de ces boîtes à chaussure permet de montrer le peu d'intermédiaire entre les vendeurs et le producteur ; c'est un indicateur pour le client de trouver des produits discount. Le hard-discount a été encore plus loin, les produits en rayon sont directement posés sur des palettes, sans aucune mise en scène. Toute cette décoration basique est très recherchée, toujours dans l'optique de valoriser des prix très bas (Péron 1993). Le manque de diversité architecturale s'explique aussi par la volonté de montrer le réseau de franchise et la marque. C'est le cas par exemple pour les restaurants d'une chaîne qui sont presque tous identiques, comme le Courtepaille, le Buffalo-Grill, ou encore Mc Donald's. Finalement, la publicité devient

le bâtiment lui-même. Cette démarche est très similaire à l'architecture canard. Tous ces critères nous illustrent la banalité actuelle des entrées de villes, le manque de qualité architecturale et le peu d'attache aux formes urbaines locales. C'est le symbole même de la non architecture comme le précise (R.Péron, 1993).

En conclusion, les zones commerciales sont maintenant des véritables quartiers dans la ville contemporaine par leurs superficies et leurs capacités à attirer une grande part de la population, contrairement aux zones industrielles et artisanales. Derrière une apparence désordonnée et incohérente, ces secteurs répondent à leurs propres logiques en termes d'accessibilité en voiture, elles proposent des nouveaux moyens marketings pour attirer toujours plus de clients. Toutefois les périphéries commerciales restent assez pauvres en urbanité et peu conviviales, c'est donc important de les comprendre pour mieux les transformer.

## D. Un nouvel espace public de la ville contemporaine ?

La grande surface est aujourd'hui un endroit où les interactions sociales se multiplient. Alors que le commerce est resté pendant longtemps l'exclusivité de la ville et de son centre, les périphéries commerciales ont modifié considérablement les usages, ce changement est amplifié par la dévitalisation des centres-villes (voir partie f). Contrairement aux zones artisanales et industrielles, les zones commerciales ont l'intention d'attirer une population très nombreuse et diversifiée pour toucher un maximum de consommateurs. Dans certaines petites et moyennes villes, la grande surface devient le principal endroit pour se rencontrer, même si sa principale fonction est de faire des courses. Ils viennent aussi pour manger, se distraire ou faire du lèche-vitrine.



Les centres commerciaux ont acquis une véritable place dans la culture populaire comme un espace public dans un centre-ville à travers les films ou les chansons.<sup>29</sup> Les habitants développent un lien affectif avec ce grand bâtiment semblable à un entrepôt. Nous pouvons le remarquer sur le site américain « [deadmalls.com](http://deadmalls.com) », il recense tous les malls qui ont fermé avec des photos et une histoire de chacune de ces friches commerciales.

Figure 15 Un dead mall à Cincinnati (Etats-Unis). Source : [http://deadmalls.com/malls/beechnont\\_mall.html](http://deadmalls.com/malls/beechnont_mall.html)

<sup>29</sup> BALDASSI, Margot. *Les centres commerciaux : atome en perdition du périurbain* [En ligne]. *pop-up urbain*. 20 janvier 2014. Disponible sur : < <https://www.pop-up-urbain.com/les-centres-commerciaux-atome-en-perdition-du-periurbain/> > (consulté le 7 septembre 2018)



L'espace public est une notion très complexe à définir, d'un point de vue juridique, Il est détenu par des entités publiques (Les collectivités territoriales comme les communes ou encore l'Etat). Ces lieux ont la caractéristique d'appartenir au domaine public et de remplir un service public. Ils sont inaliénables, imprescriptibles et insaisissables<sup>30</sup>. Cependant le rôle de l'espace public est bien plus important que sa simple notion juridique. Comme le souligne la Mission interministérielle pour la qualité des constructions publiques :

*« Favorisant la distribution des parcelles, les déplacements et les relations entre les hommes, il est aussi le lieu (en opposition à ce que Marc Augé appelle les non-lieux... parkings et autres bretelles d'autoroutes) où se stratifie l'histoire, où se négocie la limite, où s'éprouve la loi. C'est le lieu où des populations différentes trouvent le dénominateur commun à leur culture. C'est un lieu d'identification. L'espace public est donc un vrai sujet de création : il est support de diversité des usages, domaine d'application des textes juridiques abondants ayant trait à l'air, la sécurité, le bruit, l'eau, la publicité, l'accessibilité, le patrimoine, la voirie, l'urbanisme. Il offre la possibilité à ceux qui régissent la ville de l'améliorer pour le mieux-être de ses habitants. »*

Cf : CABANIEU, Jacques (dir). *Les espaces publics urbains, Recommandations pour une démarche de projet*. La Défense : Mission interministérielle pour la qualité des constructions publiques. 2001. Voir p10.

Ainsi, l'espace public comprend une dimension politique, philosophique ou encore sociologique par sa mixité sociale et d'usage. Toutes ces facettes sont devenues très ambiguës dans notre époque : les voies rapides urbaines sont toujours considérées comme des espaces publics, alors que les routes dans les lotissements pavillonnaires sont souvent des voies privées, autant que les allées centrales dans les galeries commerciales. Avec la circulation automobile, la typologie des espaces publics s'est largement étendue mais ne sont pas tous propices aux usages sociaux comme jadis le forum romain. Aujourd'hui cette notion est très controversée, en particulier dans les zones commerciales. Le réseau viaire autour des grandes et moyennes surfaces ne sert qu'à desservir les boîtes et reste très anarchique (voir partie ci-dessous). Notre réflexion se base sur les travaux de C.Chivallon, N.Marne et D.Prost dans « Artefact de lieu et Urbanité » (1998).

En premier lieu, nous verrons en quoi les galeries marchandes sont des espaces de vies, puis quelles sont ses limites. Parallèlement, la ségrégation sociale est-elle une réalité dans ses nouveaux espaces ? Enfin on s'interrogera si ce n'est le nouvel espace public de la ville contemporaine ?

## 1. Le centre commercial : forme et limite de cet espace de vie.

D'après Henri Lefebvre, les usagers ont le pouvoir d'édifier la ville. Il définit ainsi ce processus : « il s'agit d'un espace conçu auquel répondent les réappropriations des usagers, par leurs pratiques et leurs capacités à produire leurs propres imaginaires. » C'est la première différence notable entre l'espace public urbain et les espaces de vies qu'on trouve dans les centres commerciaux. Le concepteur est unique et sa conception ne répond qu'à un seul objectif : acheter. Les auteurs<sup>31</sup> nous relèvent aussi une autre évidence : « Il n'est pas la ville, ni même un fragment tant il est vrai que le tissu urbain n'est pas fait que de boutiques, ce qui nous ramène au constat fort simple mais essentiel selon lequel « les

<sup>30</sup> Cf : Voir Article L2311-1 du Code général de la propriété de la personne public.

<sup>31</sup> Chivallon Christine, Marne Nathalie, Prost Dominique. Artefact de lieu et urbanité, le centre commercial interrogé. In : *Les Annales de la recherche urbaine*, N°78, 1998. Echanges / Surfaces. pp. 28-37.

pratiques urbaines ne se limitent aux pratiques commerciales. » (Bouveret et al 1994). » Toujours selon Lefebvre (1974), il y a une « portée considérable » de faire oublier aux clients que des concepteurs ont construit le centre commercial pour eux : « accès différentiel à des ressources » : entre les concepteurs et les usagers. Le consommateur doit oublier que cette infrastructure a été conçue avec comme seul objectif la rentabilité.

Pourtant, le centre commercial est semblable à la ville : il y a des allées et des parcours couverts ou non couverts pour déambuler dans la galerie. Les boutiques en constituent son armature. Ainsi, la galerie commerciale répond à beaucoup d'attente du citadin : il retrouve des rues et des cafés : « *Les terrasses relèvent d'une extériorité artificielle et ne sont qu'un extérieur d'un espace à l'intérieur d'un espace plus large.* »<sup>32</sup> Cette spécificité répond à plusieurs problématiques pour l'utilisateur qui sont difficiles à résoudre dans les espaces publics traditionnels : protéger des intempéries comme la pluie et la sécurité. Ce dernier argument est souvent mis en valeur par les promoteurs au sens large des centres commerciaux, ce propos est renforcé par la multiplication des discours politiques sur l'insécurité.

*« La configuration du centre commercial reste soumise à une logique de la clôture. L'image classique de la « bulle aseptisée » vaut encore pour traduire cette étanchéité par rapport à l'extérieur ».*

*(Cf : page 33 Chivallon Christine, Marne Nathalie, Prost Dominique. Artefact de lieu et urbanité, le centre commercial interrogé.)*

Cette idéologie sécuritaire permet aux usagers de « construire l'image d'une ville idéale, exempte de pollution et de violence. » (Ferreira Freitas, 1993). Ce contrôle social exacerbé ne permet plus de s'approprier l'espace urbain et de s'exprimer ou d'affirmer ses opinions en manifestant ou créer des graffitis.

Les centres commerciaux organisent aussi des animations qui créent du lien social (braderie, mercredi des enfants, exposition). D'après les investigations de nos chercheurs<sup>33</sup>, cette démarche provient d'une stratégie commerciale bien définie : le document « Stratégie Marketing et positionnement » indique « *que les « mercredis d'enfants » ne dépassent pas, et ne dépasseront pas, l'effectif de 25 enfants, celui-ci étant jugé suffisant pour créer l'effet souhaité, c'est-à-dire l'illusion du social au cœur du mercantile. Ce document de marketing comporte certes la déclaration d'un souci « éthique », déclaré comme tel, celui de « valoriser la personne avant le consommateur ».* » Par conséquent, leurs objectifs sont de fidéliser la clientèle et non pas de faire de la philanthropie.

A partir de ces constats, les auteurs de l'article proposent que la vraie différence entre la ville et le centre commercial, c'est que l'un est un simulacre et pas l'autre. La ville crée ainsi « ses propres dispositifs scéniques » (devise, drapeau, monument aux morts...), pour représenter le corps social et la nation et que tous les citoyens puissent s'identifier à travers ces symboles. Alors que le simulacre (ici le centre commercial) ne fait qu'imiter la ville, avec « différents bricolages symboliques » pour les utiliser comme des dispositifs marchands.

Depuis les années 1990, les collectivités locales conçoivent des projets pour réconcilier la ville et le centre commercial. On peut citer L'Avenue 83 et Okabe (voir partie suivante). La connexion des galeries marchandes et le parking avec le reste de l'espace public est parfois maladroite. C'est le cas

<sup>32</sup> Chivallon Christine, Marne Nathalie, Prost Dominique. Artefact de lieu et urbanité, le centre commercial interrogé. In: *Les Annales de la recherche urbaine*, N°78, 1998. Echanges / Surfaces. pp. 28-37.

<sup>33</sup> C.Chivallon, N.Marne et D.Prost ont conduit une étude sur le « nouveau Retail Park » des rives d'Arcins à Bègles, pas loin de Bordeaux.

notamment du projet des Rives d'Arcins à Bègles, comme l'ont fait remarquer les chercheurs<sup>34</sup>, l'Esplanade François Mitterrand n'est accessible que depuis la galerie, la seule chose qui le distingue de l'espace privé c'est sa toponymie. L'espace public est réduit à un décor. Le reste du centre est tourné sur lui-même comme les autres grandes surfaces. Finalement c'est une « enclave d'urbanité » dans une zone économique.

## 2. Mixité sociale et centre commercial

Le centre commercial est-il un obstacle de la mixité sociale ? Le concept et la localisation du magasin varient considérablement cette situation. A première vue, plusieurs facteurs contraignent d'avoir une population diversifiée comme l'obligation d'être motorisé dans les secteurs ruraux et périurbains ou encore une sélection sur la solvabilité des clients. De même, leurs stratégies commerciales consistent à « profiler » suivant leurs catégories sociales. C'est le cas par exemple avec les Rives d'Arcins<sup>35</sup> qui a conduit une étude pour mieux connaître sa clientèle. Il en ressort une forte présence des cadres et des professions intermédiaires alors que les retraités et les inactifs sont sous représentés.

Si la zone commerciale est desservie en transport en commun, sa clientèle devient plus large et variée (inactifs, touristes, jeunes). Pour Bruno Sabatier (2006)<sup>36</sup> Les complexes commerciaux récréatifs ont une diversité sociale plus large car les populations aux plus bas revenus peuvent déambuler sans acheter, contrairement au « centre commercial périphérique » classique fréquenté plus couramment par les classes moyennes. De plus, ils ne sont pas réservés à une élite, au contraire, il y a une grande « diversité sociale ». Bien que la publicité soit destinée aux classes populaires, les classes supérieures viennent dans d'autres temporalités même s'ils préfèrent les grands magasins en ville. Pour l'auteur les complexes commerciaux récréatifs semblent pouvoir « contribuer à réduire la fragmentation sociale de la ville », comme les « espaces publics traditionnels ». Cette stratégie permet d'attirer un maximum de consommateurs, même non solvables dans les Retail Park afin de créer un décor pour la clientèle qui peut consommer.<sup>37</sup>

Pour Baudrillard (1991), le centre commercial permet à l'individu de s'émanciper de tout déterminisme social et de profiter de sa liberté individuelle (déchargement de toute identité et culture sociale). Par conséquent, le centre commercial est un lieu supplémentaire pour affirmer son individualisme.

## 3. Un espace public contemporain ?

A partir des différents auteurs, deux visions bien différentes se dégagent de cet espace de vie incarnée par le centre commercial. Il serait le signe d'une « nouvelle culture urbaine »<sup>38</sup> qui est caractérisée par des comportements asociaux, où l'identité propre de l'individu n'est plus manifestée.

---

<sup>34</sup> Chivallon Christine, Marme Nathalie, Prost Dominique. Artefact de lieu et urbanité, le centre commercial interrogé. In : *Les Annales de la recherche urbaine*, N°78, 1998. Echanges / Surfaces. pp. 28-37.

<sup>35</sup> Bis, voir p34.

<sup>36</sup> SABATIER, Bruno. « L'effet des complexes commerciaux récréatifs sur la durabilité urbaine. » Département de géographie, Université Toulouse-Le Mirail. Commerce et développement durable, Mar 2005, Toulouse, France. 8 p., 2006. (Url : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00348040/document>)

<sup>37</sup> Voir Partie I, sous-partie 1. Les 10 règles de Bernardo Trujillo : « *L'animation, c'est le client ; le décor, c'est le produit* ».

<sup>38</sup> Chivallon Christine, Marme Nathalie, Prost Dominique. Artefact de lieu et urbanité, le centre commercial interrogé. In : *Les Annales de la recherche urbaine*, N°78, 1998. Echanges / Surfaces. pp. 28-37. (Voir p36.)

Ce « simulacre » est le symbole des nouveaux espaces publics contemporains : un environnement fortement contrôlé, très sécurisé dont sa seule vocation est de faire du shopping.

Soit la périphérie commerciale n'est qu'un élément parmi l'archipel d'espaces publics qu'on pratique aujourd'hui. La forte mobilité des habitants permet une grande diversité d'espace public comme les places historiques, les grands parcs ou juste le simple square du quartier.

Les Retail Park pourraient rendre possible des « centres de vies multifonctionnelles » comme l'indique le Certu, ils mélangent déjà des fonctions de loisirs et de commerces. Ces nouveaux lieux pourraient accueillir des services publics et privés comme le faisaient les équipements intégrés en leurs temps. Cette nouvelle configuration pourrait permettre une réduction potentielle des déplacements dans une ville plus durable et polycentrique (Sabatier, 2006).

Même s'il s'en rapproche, il manque de nombreux attributs au centre commercial pour en faire un véritable espace public. Parmi ses défauts les plus importants, il y a son domaine privatisé, son manque de mixité fonctionnelle, son contrôle social élevé et l'impossibilité de juste circuler comme dans une rue. Toutefois, sa mixité sociale est peu impactée quand la zone commerciale est desservie en transport en commun ; cela ne concerne que les populations les plus exclues de la société comme les sans-abris. Les nouveaux concepts que nous détaillerons dans la sous partie suivante, comme les Retail Park, élargissent cette perspective pour créer d'authentiques centres de vie dans la périphérie. En fin de compte, l'usager a la possibilité de choisir quels lieux s'approprier : il peut choisir comme produit le centre commercial ou créer de nouveaux espaces de rencontres.

## E. L'évolution permanente du centre commercial

Comme le souligne Jean-Michel Silberstein, ancien président du CNCC de 2000 à 2016 (Conseil National des Centres Commerciaux), l'avenir des centres commerciaux est en réflexion depuis le premier jour. Pour lui c'est un espace plus flexible que le centre-ville, car les grandes surfaces peuvent recomposer plus facilement les enseignes qui ne marchent pas dans leurs galeries.<sup>39</sup>

A partir des années 1990, un nouveau changement arrive des Etats-Unis : mélanger le commerce et le loisir. L'un des premiers centres commerciaux qui signe cette évolution est *Mall of America*. Ce gigantesque parc d'attraction de 700 000m<sup>2</sup> a ouvert en 1992 à Bloomington dans le Minnesota<sup>40</sup>. Une nouvelle façon de construire des centres commerciaux est née, ce sont les Retail Park. Gilles Devendeville les définit ainsi :

<sup>39</sup> Passage à la 5<sup>ème</sup> minute. *Le centre commercial est-il encore le cœur de la société de consommation ?* [En ligne]. *Du grain à moudre*. 24 décembre 2014. France Culture Disponible sur : <

<https://www.franceculture.fr/emissions/du-grain-moudre/le-centre-commercial-est-il-encore-le-coeur-de-la-societe-de-consommation> > (consulté le 7 septembre 2018)

<sup>40</sup> « États-Unis. Mall of America, le plus grand centre commercial ». In : *Ouest France* [En ligne]. 2014. Disponible sur : < <https://www.ouest-france.fr/monde/etats-unis/mall-america-le-plus-grand-centre-commercial-2755286> > (consulté le 7 septembre 2018)

### « Retailtainment » :

« La définition du concept de retailtainment est simple (néologisme en langue anglaise traduisant une association du commerce et du divertissement) mais ses applications visant à la transformation d'un centre commercial ou d'un point de vente en un lieu de divertissement ou de loisirs sont multiples et complexes.

[...]

De plus, le retailtainment envisage autant de susciter l'envie que de répondre à un besoin. Un bon exemple serait le modèle de la pyramide des besoins (dite de Maslow) mais cette fois sans hiérarchie :

- Manger : les Food Courts / Food Hall (concentration gastronomiques)
- Vibrer : les « attractions » (physiques ou virtuelles), le cinéma, les pôles de jeux
- Apprendre : théâtres, cours de chant, de danse, expositions (arts et culture intègrent la tendance), compétitions, concours
- Inter-agir : conciergerie, robots, hologrammes, IOT

La liste est sans fin comme le sont les émotions ... »<sup>41</sup>

Cf : PHILIPPE, Vincent. *Un état du retailtainment en France et ailleurs : entretiens croisés*. [En ligne].

*Funfaircity*. 11 avril 2018. Disponible sur : <

<https://funfaircity.wordpress.com/2018/04/11/retailtainment-entretiens/> > (consulté le 7 septembre 2018)

Leurs caractéristiques urbaines s'avèrent très différentes selon leurs concepts. De la même manière, chaque Retail Park développe son propre concept<sup>42</sup>. Mise à part un souci architectural plus important et un mélange entre le loisir et le commerce, il reste très proche du centre commercial classique dans son incohérence urbaine. Ce sont presque toujours des projets clés en mains avec d'immenses nappes de parkings installés dans la périphérie de grandes agglomérations. Leurs mixités fonctionnelles restent très limitées. Pour mieux comprendre ses différents concepts, nous allons voir brièvement quelques exemples.

## 1. Le Centre de loisir : Vitam'Parc.

Le centre commercial Vitam'Parc a été construit en 2009 par le groupe de grande distribution suisse, Migros. Il se situe à Neydens en France, dans l'agglomération de Genève à proximité de l'échangeur de Chamonix-Lyon et Genève-Annecy. Avec une superficie de 50 000m<sup>2</sup>, il accueille plusieurs boutiques, un supermarché Migros et 35 000m<sup>2</sup> de surface dédiée aux loisirs dont un spa, un centre aquatique, une salle de sports et un mur d'escalade. Ce projet créé ex-nihilo a été conçu par

<sup>41</sup> PHILIPPE, Vincent. *Un état du retailtainment en France et ailleurs : entretiens croisés*. [En ligne]. *Funfaircity*. 11 avril 2018. Disponible sur : < <https://funfaircity.wordpress.com/2018/04/11/retailtainment-entretiens/> > (consulté le 7 septembre 2018)

<sup>42</sup> Pour David Mangin, le terme de concept est utilisé abusivement, c'est plutôt un changement de format car le concept de base reste le même. (Dépendance d' l'automobile...) Cf : p.11 MASBOUNGI, Ariella. « Faire ou défaire la ville avec le commerce ? ». In : *Actes des matinées du CGEDD*. Tour Séquoia - La Défense : CGEDD, 2015. 45p. Disponible sur : < [http://www.cgedd.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/matinees\\_CGEDD\\_300615\\_validees\\_maquettes\\_cle77d4b4.pdf](http://www.cgedd.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/matinees_CGEDD_300615_validees_maquettes_cle77d4b4.pdf) > (consulté le 7 septembre 2018)



l'agence d'architecture internationale L35. Vitam'Parc devait s'intégrer dans le paysage avec son toit translucide, il bénéficie notamment du label HQE (Haute Qualité Environnementale). Le centre de loisirs est principalement accessible en voiture.

Figure 16 Centre de Loisirs Vitam'Parc à Neydens (Haute-Savoie, France) Source : Vitam'Parc

## 2. Le Village de Marque : The Village.

Aussi appelé « magasin d'usine » ou « outlet », ce nouveau concept de centre commercial propose d'anciennes collections de vêtements des grandes marques. Il est disposé comme un village, à ciel ouvert. Tout l'attrait des villages de marque repose sur des grands noms de boutiques de luxe, le client doit ensuite trouver la perle rare comme une chasse aux trésors. Ce type d'offre commerciale s'adresse à une clientèle assez aisée.

*The Village* est développé par la Compagnie Phalsbourg sur une surface de 31 000m<sup>2</sup> avec 80 boutiques, il se situe à Villefontaine dans le nord-Isère à proximité de l'autoroute A43 qui fait la liaison entre les Alpes du Nord et Lyon. C'est l'architecte Gianni Ranaulo qui l'a conçu comme un village (avec des places et des allées). Une grande attention a été apportée aux détails pour devenir une véritable attraction touristique. L'accessibilité de ce centre commercial est pensée pour la voiture, il a ouvert en mai 2018. Il existe aussi des « outlet » sous forme de village pastiche comme McArthurGlen Provence qui a ouvert à Miramas en 2017.



Figure 17 -Figure 18 The Village à Villefontaine (France) Source : <http://www.delyonenlarge.com/2018/05/31/the-village-outlet-lyon-villefontaine/> )

### 3. Centre commerces-loisirs : Bercy village



Figure 19 Bercy Village à Paris (France) Source : <https://www.parisinfo.com/shopping/73909/Bercy-Village>

Ce centre commercial de 26 000m<sup>2</sup> était assez innovant lors de son ouverture en 2001 avec son allée centrale entièrement extérieure. Bercy Village se situe en pleine ville, dans le XII<sup>ème</sup> arrondissement de Paris. Son modèle est constitué d'un cinéma, d'une trentaine de boutiques. On peut y déambuler comme dans une rue « normale ». Le promoteur Atarea Cogedim et les architectes Valode et Pistre ont conservé la forme historique des entrepôts de Bercy pour garder sa valeur patrimoniale. Ce centre dispose aussi d'une programmation culturelle en plein air.

### 4. Le Retail Park : Odysseum



Figure 20 Centre commercial Odysseum à Montpellier (Source : l'Agence d'architecture DGLa)

Ce vaste Retail Park de 60 000m<sup>2</sup> vient d'une initiative publique et privée : d'une part la municipalité de Montpellier et d'autre part le promoteur Klepierre. Il comprend notamment un cinéma multiplexe, une patinoire, un aquarium et un centre commercial de 126 enseignes. Son originalité vient de son accessibilité partagée entre l'Autoroute La Languedocienne (Nimes-Beziers) et le tramway. Ce projet initié en 1999 dépasse l'envergure d'un centre

commercial (qui a ouvert en 1999), c'est avant tout un quartier. L'Odysseum a perçu de nombreuses contestations des commerçants de l'agglomération de Montpellier, ils craignaient une nouvelle concurrence. Le nombre de recours a retardé la construction sur une décennie.

## 5. Les zones commerciales en recherche d'urbanité.

Parallèlement à cette introduction de loisirs dans l'offre commerciale, la zone commerciale « classique » n'as pas cessé d'évoluer en terme quantitatif et qualitatif pour préserver la clientèle et en gagner. Ces changements sont aussi impulsés par les collectivités locales à travers les documents d'urbanisme comme le PLU. Elles ont pris conscience de la désorganisation de leurs périphéries et entrées de ville. Actuellement, la plupart des projets de grandes ou moyennes surfaces intègrent plus souvent des objectifs comme l'insertion dans le paysage, des formes inspirées de l'architecture vernaculaire ou encore l'accessibilité aux modes doux (vélos et piétons). Cela concerne les nouveaux projets, mais aussi les agrandissements et les réhabilitations. Les parkings extérieurs sont d'avantage boisés, et les zones commerciales se densifient. Enfin, leurs accessibilités en transport en commun sont améliorées.



Figure 21 Parking du Géant Casino d'Albertville avant son extension en 2013 Source : Google MAP



Figure 22 Parking du Géant Casino d'Albertville après son extension. Source : Michaël Haïm (2018)



Figure 23 Petit square construit lors de l'extension. Source : Michaël Haïm (2018)

Cet exemple représente bien comment sont traités aujourd'hui les enjeux de développement d'une surface commerciale. Il s'agit d'une extension du Géant Casino à Albertville (Savoie) réalisé en 2014<sup>43</sup>. L'opération a créé une « rue » piétonne devant ce nouveau bâtiment construit sur le parking du centre commercial. Sa forme architecturale est inspirée du chalet de montagne avec sa façade en bois et son toit épais en pente. De plus, une aire de jeux extérieure pour les enfants a été ajoutée. Toutes ses

<sup>43</sup> PASCASE, Virginie. « Du neuf dans les commerces ». In : *La Savoie.fr* [En ligne]. 2014. Disponible sur : < [http://www.lasavoie.fr/Actualite/Albertville/2014/11/20/article\\_du\\_neuf\\_dans\\_les\\_commerces.shtml](http://www.lasavoie.fr/Actualite/Albertville/2014/11/20/article_du_neuf_dans_les_commerces.shtml) > (consulté le 7 septembre 2018)



innovations permettent d'améliorer l'urbanité de la zone (voir partie II).

A travers tous ces exemples, nous avons compris la mutation des centres commerciaux vers le « fun shopping ». Comme le précise René Paul-Desse dans « Les centres commerciaux français, futurs pôles de loisirs ? »<sup>44</sup>, cette transformation n'était pas évidente car le commerce et les loisirs sont des domaines très différents. L'un se base sur la quantité d'achats alors que l'autre repose sur le temps de visite. Le retour d'investissement est aussi plus long. Avec la concurrence d'internet, le consommateur cherche à vivre une véritable expérience, cette mutation était donc indispensable. Il s'agit de créer des lieux de vie et de flânerie. On assiste aussi au développement des centres commerciaux en ville, même si ce phénomène n'est pas nouveau : la Part Dieu à Lyon, est ouvert depuis 1975. Les collectivités locales les utilisent pour redynamiser leurs centres-villes. Selon René Péron<sup>45</sup>, ces projets sont une nouvelle façon d'opposer la ville et la périphérie. Elles souhaitent retrouver la centralité grâce aux commerces. Comme nous le verrons dans la sous-partie suivante, cela reste toujours des linéaires de magasin franchisé.

En définitive, le concept de Retail Park n'est pas destiné à remplacer tous les centres commerciaux existants ; le président du CNCC explique ce n'est qu'un dispositif d'attractivité dans une stratégie d'ensemble<sup>46</sup>. Enfin, le développement durable n'est pas encore suffisamment pris en compte à l'échelle du territoire, les Retail Park sont construits le plus souvent sur du foncier agricole ou naturel et les déplacements sont prévus surtout en voiture.

## F. Centre commercial et centre-ville

Le centre commercial n'a pas seulement un impact sur les zones périurbaines et périphériques mais aussi sur le centre-ville. Cela concerne particulièrement les petites et moyennes villes de moins de 100 000habitants. Tout d'abord, nous verrons ses effets concrets sur le centre-ville, puis la construction de cet environnement par des politiques locales contradictoires.

### 1. L'influence économique et urbaine des centres commerciaux.

David Mangin explique la disparition des petits commerces par la saturation économique d'un territoire :

*« Un programme commercial d'envergure peut impulser la création de plusieurs centaines d'emplois lors de son ouverture... mais une réalité bien différente peut aussi apparaître quelques mois plus tard. En effet, une ouverture dans un marché saturé implique mathématiquement d'aller chercher*

<sup>44</sup> DESSE, René-Paul, « Les centres commerciaux français, futurs pôles de loisirs ? », Flux 2002/4 (n° 50), p. 6-19.

<sup>45</sup> PERON, René. « Avant-Propos. / Introduction ». *La fin des vitrines. Des temples de la consommation aux usines à vendre.*, Les Editions de l'Ecole Nationale Supérieure de Cachan, 1993, p. 1-31, <http://excerpts.numilog.com/books/9782909968056.pdf>.

<sup>46</sup> Passage à la 21ème minute. *Le centre commercial est-il encore le cœur de la société de consommation ?* [En ligne]. *Du grain à moudre*. 24 décembre 2014. France Culture Disponible sur : < <https://www.franceculture.fr/emissions/du-grain-moudre/le-centre-commercial-est-il-encore-le-coeur-de-la-societe-de-consommation> > (consulté le 7 septembre 2018)

*le chiffre d'affaires là où il est — à savoir chez les concurrents. Les créations d'emplois de l'un sont les pertes d'emplois de l'autre ; souvent rapidement en raison de « l'effet nouveauté » sur la chalandise. Cela sans parler évidemment des emplois détruits dans le petit commerce. Mais les emplois à l'ouverture ne sont pas pérennes : ce sont souvent des contrats limités dans le temps et sacrificables si le chiffre d'affaires ne vient pas rapidement. Il y a aussi les emplois promis « à terme » qui ne seront jamais créés. Aucun projet ouvert ces trois dernières années n'ayant atteint les niveaux escomptés, les emplois promis ne sont pas forcément les emplois créés, les emplois détruits, eux, le restent. »*

Cf : MANGIN, David. GARCEZ, Cristina. Extrait de « *Du Far West à la ville. L'urbanisme commercial en question.* » Voir page 3.

La dévitalisation des centres-villes n'est pas due seulement à la concurrence avec les périphéries commerciales. Elle est multifactorielle, dont les principaux facteurs sont la situation démographique, le manque de politiques locales ou encore un attachement faible de la population pour ses petits commerces.

Le centre commercial s'est inspiré de la ville pour perfectionner son modèle en reprenant du mobilier urbain. La géographe Nathalie Lemarchand appelle cela « des marqueurs d'urbanité » (fontaine, banc...), ils servent à favoriser la « valeur culturelle ajoutée »<sup>47</sup>. En retour, les commerçants du centre-ville et les municipalités adoptent les méthodes des galeries commerciales comme créer des animations (marché de Noël...) au centre-ville. La périphérie commerciale est avantagée car tout son fonctionnement est dédié au commerce, contrairement à la ville. Cette différence est exacerbée avec la possibilité pour les grandes surfaces d'ouvrir les jours fériés et plus longuement dans la journée.

Certains investisseurs vont plus loin en achetant toutes les boutiques d'une rue commerçante, elle est gérée ensuite comme une galerie d'un centre commercial. C'est le cas de Grovenor qui possède à Lyon toute la Rue de la République.<sup>48</sup> Cela pose de multiples questions comme l'identité locale. La ville franchisée devient une ville globalisée qu'on peut retrouver dans le monde entier avec les mêmes enseignes.<sup>49</sup> Ali Mousli (2009) manifeste le risque de créer des magasins sur « mesure pour les bobos » du centre-ville, sans réelle mixité fonctionnelle. On peut donc tendre vers de la ségrégation sociale. René Peron va plus loin dans *La fin des Vitrines* (1993), selon lui, les zones piétonnes sont créées dans les centres historiques afin de garder des traces de la ville d'autrefois comme les parcs nationaux qui sont des reliquats d'espaces sauvages entourés d'une nature contrôlée par l'homme.

Le rapport du CGEDD incite à revenir vers un commerce de proximité : au centre-ville, au cœur des quartiers et proche des gares. De plus, la préservation du centre-ville ne doit pas être un critère lors de l'implantation d'une nouvelle surface commerciale mais un objectif.

<sup>47</sup> *Le centre commercial est-il encore le cœur de la société de consommation ?* [En ligne]. Du grain à moudre. 24 décembre 2014. France Culture Disponible sur : < <https://www.franceculture.fr/emissions/du-grain-moudre/le-centre-commercial-est-il-encore-le-coeur-de-la-societe-de-consommation> > (consulté le 7 septembre 2018)

<sup>48</sup> FAVIER, Jean-Baptiste. « Giles Wintle (Grosvenor Fund Management) : « Lyon représente près de la moitié de nos investissements en France » ». In : *Immoweek* [En ligne]. 2016. Disponible sur : < <http://www.immoweek.fr/commerces/interview/giles-wintle-grosvenor-fund-management-lyon-represente-pres-de-la-moitie-de-nos-investissements-en-france/> > (consulté le 7 septembre 2018)

<sup>49</sup> MOUSLI, Ali. *Quand le commerce dessine la ville, Saint-Etienne un produit nouveau. Renouveau urbain et périphérie commerciale.* Université Pierre Mendès France, Institut d'Urbanisme de Grenoble., septembre 2009.

## 2. Un tiraillement économique au niveau local

L'expansion croissante des périphéries commerciales et l'augmentation des vacances des magasins au centre-ville sont deux phénomènes dont la responsabilité est entretenue par les citoyens, les élus et les promoteurs des centres commerciaux. Le débat est plus nuancé par rapport aux propos tenus par Edouard Balladur en 1993 alors premier ministre. Dans son discours à l'Assemblée Nationale, il proposait de « suspendre les autorisations de grandes surfaces pour sauver la dernière épicerie du village « dégâts du progrès »<sup>50</sup>. Les arguments de cette discussion sont encore employés aujourd'hui comme le prouve l'éditorialiste Natacha Polony dans son livre et différentes tribunes de 2014. Elle oppose une sorte de « France éternelle » contre Paris et l'étalement urbain. En réalité le débat est bien plus nuancé.<sup>51</sup>

L'opposition entre les petits commerçants indépendants et les grandes surfaces capitalistes n'existent plus. Ce sont en réalité les mêmes acteurs franchisés qu'on retrouve dans les galeries commerciales et aux centres des villes.

Les élus ont été partagés dans une schizophrénie pour le développement de leurs territoires depuis la décentralisation des années 1980. D'un côté, ils veulent investir dans les zones économiques pour étendre l'attractivité du territoire, et dans un autre temps, les élus souhaitent préserver le centre historique et garder l'animation au centre-ville. En définitive, ils sont face à un dilemme de bénéficier de nouvelles recettes fiscales, créer des emplois et à l'opposé, les municipalités sont confrontées à d'autres enjeux comme l'équilibre entre la périphérie et le centre-ville, limiter l'étalement et préserver les ressources foncières. Cette logique a été exacerbée par la baisse des dotations de l'Etat. Une nouvelle implantation d'une grande entreprise apporte l'augmentation des recettes fiscales pour la commune.

On retrouve cette même ambiguïté pour les citoyens. Les habitants ont un fort degré d'attachement pour le centre historique, pourtant ils vont faire leurs courses dans les zones commerciales. Selon un sondage du CSA, 68% des français pensent que le dynamisme du centre-ville est un sujet préoccupant.<sup>52</sup>

Le journal Slate<sup>53</sup> rapporte dans un article que les groupes de grandes distribution jouent avec la concurrence entre les différents territoires. Si une commune refuse, l'enseigne va s'installer chez le voisin. C'est le cas par exemple avec l'enseigne Orchestra dans la région

---

<sup>50</sup> PERON René. « Avant-Propos. / Introduction ». In : *La fin des vitrines. Des temples de la consommation aux usines à vendre*. [En ligne]. Cachan : 1993. p. 1-31. Disponible sur : < <http://excerpts.numilog.com/books/9782909968056.pdf> >

<sup>51</sup> RAZEMON, Olivier. *Bienvenue à Bergerac, capitale du Périgord gris bitume* [En ligne]. *L'interconnexion n'est plus assurée*. 6 juillet 2013. Disponible sur : < <http://transports.blog.lemonde.fr/2013/07/06/bienvenue-a-bergerac-capitale-du-perigord-gris-bitume/> > (consulté le 7 septembre 2018)

<sup>52</sup> L'Institut de sondage CSA. *Baromètre du centre-ville et des commerces. Usages et attentes des français*. [En ligne]. Juin 2018. Disponible sur : < [https://www.csa.eu/media/1642/baro-centre-ville\\_synthese.pdf](https://www.csa.eu/media/1642/baro-centre-ville_synthese.pdf) > (consulté le 7 septembre 2018)

<sup>53</sup>GINTRAND, Franck. « La guerre des zones commerciales est déclarée ». In : *Slate FR* [En ligne]. 2015. Disponible sur : < <http://www.slate.fr/story/97615/guerre-des-zones-commerciales> > (consulté le 7 septembre 2018)

Languedoc-Roussillon. Cependant, il existe d'autres alternatives pour développer l'économie territoriale comme le tourisme ou encore se concentrer sur les ressources propres d'un terroir. Cette stratégie est promue par le géographe Bernard Pecqueur

Il y a plusieurs possibilités d'actions, comme le soulève le rapport du CGEDD. Par exemple, l'agglomération bordelaise a décidé de ne plus construire de nouveaux pôles commerciaux en attendant de revenir dans la moyenne nationale d'avoir 1000m<sup>2</sup> de surfaces pour 1000habitants.<sup>54</sup>

Face à cette situation, l'Etat a décidé d'agir en mettant en place le programme « cœur de ville ». Il consiste à subventionner des projets pour redynamiser les centres-villes. Toutefois le gouvernement n'a pas lancé une politique globale sur les périphéries et les centres urbains. Des acteurs (groupes de grandes distributions, élus...) <sup>55</sup> très différents ont pourtant demandé un moratoire sur toutes nouvelles installations de grandes surfaces en périphérie.

---

<sup>54</sup> Rapport du CGEDD (voir p234)

<sup>55</sup> GINTRAND, Franck. « Le groupe Casino sonne la charge contre les centres commerciaux ». In : *Les Echos.fr* [En ligne]. 2017. Disponible sur : < <https://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/cercle-166210-le-groupe-casino-sonne-la-charge-contre-les-centres-commerciaux-2064839.php> > (consulté le 7 septembre 2018)

## II) Vers une nouvelle urbanité commerciale.



Figure 24 Entrée de la partie bureau du centre Okabe au Kremlin-Bicêtre. Source : Michaël Haïm

## II) Vers une nouvelle urbanité commerciale.

A partir de cet état des lieux, nous allons voir plusieurs exemples de mixité fonctionnelle. Ce choix n'est pas exhaustif mais sert à donner par rapport à l'existant en France et en Amérique du nord. Chaque projet illustre un type de multifonctionnalité à l'échelle d'un quartier ou d'un bâtiment. Mise à part le dernier (l'Ode à la mer), j'ai essayé de montrer des exemples aboutis ou en fin de construction. Ses programmes redéfinissent une nouvelle urbanité :

*L'urbanité est à la fois une qualité d'individus se comportant de manière polie avec autrui et le caractère d'un espace.*

*Dans cette seconde acception, l'urbanité peut être définie comme procédant du « couplage de la **densité** et de la **diversité** des objets de société dans l'espace » (Jacques Lévy). L'urbanité apparaît ainsi comme un caractère propre de la ville dont l'espace est organisé pour faciliter au maximum toutes les formes d'interaction. Dans les travaux de Jacques Lévy et Michel Lussault qui ont popularisé l'usage de cette notion, l'urbanité n'est pas une notion absolue mais relative et ils parlent de **gradients d'urbanité**.*

*Outre la densité et à la diversité sociétale, Le degré d'urbanité d'une situation urbaine est également liée à la configuration spatiale de celle-ci. C'est ainsi que la présence importante d'**espaces publics** contribue à élever le degré d'urbanité d'une entité urbaine. L'urbanité s'appuie sur une **double mixité** : **mixité sociale** (coprésence dans l'espace urbain de toutes les strates de la société) et **mixité fonctionnelle** (les espaces urbains sont dédiés à toutes les fonctions d'habitat, de commerce, de production, de loisirs et de circulation), provoquée par la forte densité des faits sociaux.*

*Cf: « Définition Urbanité ». In : Géoconfluences [En ligne]. Janvier 2017. Disponible sur : < <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/urbanite> > (consulté le 7 septembre 2018)*

Pour rappel, ce projet émane d'un benchmarking demandé par la mairie de Chambéry pour en savoir plus sur les possibilités de mixité fonctionnelle.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> Les références bibliographiques de cette partie se situent dans l'annexe 5.



Figure 25 Exemple de renouvellement urbain d'une zone commerciale menée selon les principes du new urbanismes.  
Sources : TACHIEVA, Galina. « Sprawl Repair. From sprawl to complete communities. » BlogTerrain.org. N°28, [en ligne].  
Automne-hiver 2011. URL : <http://www.terrain.org/articles/28/tachieva.htm> (Consulté le 24/07/2017).

## A. Présentation des sept projets.

### 1. Belmar (Lakewood, Etats-Unis)

J'ai choisi ce premier projet car il démontre en exemple de New Urbanism.

Programme de l'opération :	Surface	Calendrier
Plus de 80 boutiques. 20 restaurants. 900 logements (typologie très diversifiée : loft, appartement, maison...) Maison de retraite Un cinéma et un bowling. Une galerie d'art. (Block 7 Galleries) Deux parkings en silo.	81755m <sup>2</sup> de surface pour les commerces. 23226m <sup>2</sup> de bureaux. 3,6 hectares d'espaces publics	Début de la conception : 1998 Début des travaux : 2001 (dépollution) 1ère phase terminée en 2004 (zone commerciale au nord) Projet terminé en 2012. Il reste des dents creuses qui seront remplies suivant la vitesse du marché immobilier.
	<b>Destination initiale du terrain :</b> Renouvellement urbain : Construit sur l'ancien centre commercial « Villa Italia », construit en 1965, il avait une superficie de 111 500m <sup>2</sup> .	
<b>Nombres de logements</b> 900 logements	<b>Superficie Totale</b> 42 hectares	<b>Période</b> 1998-2012
<b>Maître d'ouvrage principal (s) :</b> Le projet a été initié par : Partenariat public-privé entre la Ville de Lakewood et Continuum Partners		<b>Maître d'œuvre principal(s) :</b> Le plan masse a été conçu par l'architecte Van Meter Williams Pollack.

Le projet urbain Belmar est assez caractéristique du mouvement américain « New Urbanism ». Il se situe dans la banlieue de Denver, une agglomération de plus de 2,9 millions d'habitants. Le principal objectif était de constituer un centre-ville pour Lakewood sur l'ancien mall Villa Italia de 111 500m<sup>2</sup>. Lors de son ouverture en 1965, c'était l'un des plus grands centres commerciaux de la partie ouest des Etats-Unis. A partir des années 1980, Villa Italia commença à décliner et à se ringardiser avec l'ouverture d'autres hypermarchés dans l'aire urbaine. Parallèlement, Lakewood s'érigea en municipalité en 1969, son territoire était surtout composé de grands lotissements pavillonnaires (sprawl).

Cette commune de 154 393habitants (en 2016) voulait se doter d'un véritable centre-ville depuis longtemps, dès 1998 elle cherchait à inclure le vieux mall. Cependant Villa Italia ferma définitivement en 2001, la municipalité a donc subi une forte baisse de revenu et se retrouva avec une immense friche commerciale au milieu de sa ville. Elle a donc conclu un partenariat public-privé avec le promoteur Continuum Partner : il s'engagea à acheter et aménager, puis céder les espaces publics à la ville une fois les travaux finis. Ce projet bénéficia de nombreuses subventions publiques et privées, dont celles de l'Etat fédéral.

Belmar s'organise autour d'un réseau viaire orthogonal découpé en 22 îlots de taille comparable. L'aménagement des espaces publics était un enjeu fort dans le projet : les trottoirs sont larges et les façades donnent directement sur la rue, cet agencement est là pour favoriser la marche à pied. On trouve aussi une place publique au cœur du quartier qui peut servir pour des événements comme le festival de film italien. Ce projet urbain voulait garder un esprit historique et régional, l'architecture pour les bâtiments reste donc assez classique. On remarque un soin particulier sur la verdure qu'on peut trouver dans tout le quartier, il y a aussi un parc (Belmar square park).

Le type de logements reste très divers : des appartements, des maisons en bande, une résidence pour personnes âgées... Ils sont disponibles à la location ou à la vente.

Ce projet a eu un impact économique important : il y a plus de 3000emplois sur ce site entre les bureaux ainsi que des petites et moyennes surfaces. Cette zone a gardé sa vocation économique qu'elle avait au départ avec le centre commercial Villa Italia. Par ailleurs, un certain pourcentage de commerces locaux ou nationaux était imposé pour privilégier des enseignes variées.



Figure 26 Plan masse original du projet.



Figure 27 Avenue centrale avec son cinéma.

Nous trouvons 2000 places de stationnements sur l'espace public et 3000autres places dans des parkings privés aériens et à silo. On observe un effort pour mieux intégrer les parkings dans le paysage urbain. Le projet Belmar a comme volonté que ces habitants diminuent l'usage de la voiture, il y a donc plus de quatre arrêts de bus.

Belmar a reçu en 2006 l'Uli Award Excellence par l'association internationale Urban Land Institut.



**Bilan :**

Pour Lakewood, ce projet était d'une grande complexité par son échelle mais aussi par ces usages très divers : commerces, divertissements, logements ou encore bureaux. Cette ville de banlieue a saisi l'opportunité de créer un véritable centre-ville pour ses habitants. On peut regretter que le plan masse initial n'a pas été suivi jusqu'au bout pour les espaces verts et la forme des îlots, comme par exemple la grande surface Target qui reste très classique. Nous remarquons aussi un manque de mixité fonctionnelle à l'opération, mais c'était difficile de faire cela à l'époque. La municipalité reste ambitieuse pour étendre ce modèle à toute la ville avec le plan Lakewood2025. Cette forme d'organisation urbaine et économique paraît plus résiliente aux crises économiques comme l'a démontrée celle de 2008.

## 2. La Cloche d'Or (Luxembourg, Luxembourg)

Ce deuxième projet est très similaire au premier, car il a l'envergure de tout un quartier.

<b>Programme de l'opération :</b>	<b>Surface</b>	<b>Calendrier</b>
Centre commercial La Cloche d'Or. (Supermarché Auchan, 120boutiques, + tours de 15étages de 220logements) Ecole et Lycée Français Vauban Stade de football 6 immeubles de bureaux + deux auditoriums. Nombreux équipements publics. (Caserne de pompiers, château d'eau...) Espace vert de 20hectares. 1200 logements répartis en îlots avec des commerces au Rez-de- chaussée.	375 000m <sup>2</sup> de bureaux.  60000m <sup>2</sup> d'espace public.  Centre commercial La Cloche d'Or :  Surface commerciale : 75 000m <sup>2</sup> dont (Auchan, 12 850m <sup>2</sup> ).  25 000m <sup>2</sup> de logements.	Début des études : 2004  Un seul immeuble achevé :  Le Crystal Park (bureau) construit entre 2007 et 2014.  Début de la construction du centre commercial : 2015  Fin prévu : 2018  Château d'eau achevé en 2017.  Fin de la construction du quartier prévu en 2025.
<b>Nombres de logements</b>	<b>Superficie Totale</b>	<b>Période</b>
Plus de 1200logements.	80 hectares	2004-2025
<b>Maître d'ouvrage principal (s) :</b>  Le projet a été initié par :  Etat du Luxembourg (réalisation du masterplan) Ville de Luxembourg.  -----  Grossfeld PAP SA, Promobe, Extensa  LCO (Promobe Finance +Immochan) pour le Centre Commercial.		<b>Maître d'œuvre principal(s):</b>  P. Arc Partnership for Architecture (plan masse)  Tatiana Fabeck Architectes  Wirtz Architectes Associés  L'Atelier d'Architecture et de Design Jim Cledes(Château d'eau)

La Cloche d'Or est un projet en cours de construction au sud de la ville de Luxembourg (115 227habitants). Cette petite capitale bénéficie d'une attractivité résidentielle et économique toujours plus importante, le gouvernement et la municipalité ont donc décidé de poursuivre son développement urbain vers le sud sur des terrains agricoles. Le reste de la ville est classé en zones naturelles protégées ou déjà urbanisées.

C'est un projet très moderne qui se veut respectueux de l'environnement pour sa consommation d'énergie, son accès aux transports et la présence d'espace vert. De plus, la mixité fonctionnelle est un véritable enjeu pour créer ce nouveau morceau urbain. Pour cela, le quartier comprendra des bureaux, des logements haut de gamme et le plus grand centre commercial du pays. L'architecture voulue reste très contemporaine. Plus de 45 000 personnes sont attendues pour vivre, travailler et habiter dans ce quartier en 2025.



Figure 28 Image d'illustration du centre commercial La Cloche d'Or. (Cf : Tatiana Fabeck Architectes)



Figure 29 Schéma de la situation des différentes fonctions du quartier.

Cette grande surface nous intéresse particulièrement pour sa forme, car l'opération mélange un supermarché Auchan et une galerie de magasins dans ses étages inférieurs ainsi que deux tours de 15 étages sur son toit. Il y aussi un parking de 2850 places au sous-sol. La zone de chalandise est estimée à 2,7 millions de personnes réparties sur 4 pays (France, Luxembourg, Belgique et Allemagne).

Cet exemple a plusieurs défauts comme le manque de mixité sociale (logement de très haut standing) ou encore sa forme urbaine très manifeste (des tours) toutefois, il nous montre qu'on peut intégrer facilement du logement sur une grande surface.

### 3. The Rise (Vancouver, Canada)

The Rise, démontre un exemple intéressant d'architecture dans une des villes les plus denses du Canada : Vancouver.

Programme de l'opération :	Surface	Calendrier
72maisons, 20appartements. 1 jardin et un espace communautaire 3 grandes surfaces et plusieurs petits commerces qui bordent la rue. Tout cela dans le même bâtiment.	18 589m <sup>2</sup> de surface de vente. 7856m <sup>2</sup> de surface pour les logements. 1858m <sup>2</sup> de jardins <b>Destination initiale du terrain :</b> Construit sur une friche de concessionnaire automobile	Achat du terrain : 2001 Début de la construction : 2005 Ouverture et fin de la construction : 2008
Nombres de logements	Superficie Totale	Période
92 logements	0,9 hectares	2001-2008
<b>Maître d'ouvrage principal (s) :</b> Le projet a été initié par : Groupe immobilier international Grosvenor. ----- Principaux magasins : Save-On-Foods; Winners/HomeSense; Home Depot Manitoba Civil Service Superannuation Board (louent les logements avec Grosvenor)		<b>Maître d'œuvre principal(s) :</b> Nigel Baldwin Architects Paysagiste : Durante Kreuk Landscape Architects

The RISE se trouve sur une des principales avenues qui mène au centre de Vancouver : Cambie street. Cette avenue est composée de grandes surfaces qu'on peut qualifier de boîte à chaussures. Pourtant l'urbanisme canadien promu depuis quelques années la mixité d'usage (appelé en France mixité fonctionnelle). Cette politique vise à élargir le centre-ville dans sa périphérie proche et rompre une ambiance routière en créant davantage de mixité entre habitations et commerces avec moins de parkings de surface. Le second but est d'aligner le commerce sur l'espace public pour avoir une rue

plus vivante avec plus d'interaction sociale. Par rapport au contexte européen, c'est moins systématique de mélanger dans une même opération des logements et des commerces au rez-de-chaussée.



Figure 30 Façade de The Rise

Il est difficile d'un point de vue d'ingénierie et architectural de mélanger dans un même bâtiment de l'habitat et une grande surface. Ce projet comprend 92 logements haut de gamme sur le toit du centre commercial avec un grand jardin partagé et un potager au centre de l'opération. Ces « maisons » mitoyennes sont organisées en deux allées, des deux côtés du bâtiment. La proximité de transport en commun comme le nouveau métro était aussi un point important. Enfin, il y a des gros efforts pour favoriser l'économie d'énergie sur le projet.

En 2001, Grosvenor achète ce terrain qui était anciennement occupé par un concessionnaire automobile et un magasin d'articles de sport. Beaucoup de centres commerciaux étaient intéressés par cet emplacement : c'est assez inédit de pouvoir mettre trois grandes surfaces dans le même bâtiment car elles ont chacune des besoins spécifiques. On trouve d'autres petites surfaces commerçantes ouvertes sur la rue sur les côtés de l'édifice. Puisque le projet dépassait la hauteur autorisée par les règles d'urbanisme, la Mairie de Vancouver autorisa The Rise en accordant une densité supplémentaire. Mais elle a aussi obligé les concepteurs d'intégrer les livraisons et l'accès au



parking souterrain sur la parcelle pour ne pas gêner la circulation. Un panel d'architecte travaillant avec la municipalité (Urban Design Panel) se tenait à disposition pour conseiller aux porteurs de projets. Comme c'est une zone commerciale, il y a beaucoup de restriction sur l'habitat (le nombre de locataires est limité à deux personnes). Par ailleurs, un travail a été fait sur les hauteurs pour s'intégrer dans le paysage et ne pas gêner les immeubles alentour.

Figure 31 Maisons en bande et appartements autour d'un jardin sur le toit de The Rise.

#### **Bilan :**

Le bilan est très satisfaisant : cette opération a permis d'animer le quartier avec des espaces plus grands et de meilleures qualités. 95% des logements sont occupés par un locataire. Ce projet a reçu en 2009 l'un des cinq prix d'ULI (Urban Land Institut, une organisation internationale d'urbaniste).

## 4. Quartier QB (Québec, Canada)

Quartier QB représente un exemple de mixité d'usage au Québec.

Programme de l'opération :	Surface	Calendrier
Quatre immeubles : Tour Joseph (15étages), Tour James (5étages), Tour Samuel (9étages), et Tour William (10étages)	Surface commerciale : 5000m <sup>2</sup> 70% de la surface au RDC est occupé par le supermarché.	Commencé en aout 2014. Fin prévue en été 2018. Projet construit en 3 phases pour ne pas saturer le marché immobilier.
684appartements : typologie très variée (studio, T2, T3...) Supermarché IGA Parking souterrain de 849places.	<b>Destination initiale du terrain :</b> Construit sur une ancienne infirmerie d'une Communauté Religieuse (peu dense et ce n'était pas aligné sur l'espace public).	
<b>Nombres de logements</b> 684logements	<b>Superficie Totale</b> 1,3hectares	<b>Période</b> 2014-2018
<b>Maître d'ouvrage principal (s) :</b> Le projet a été initié par : Le promoteur Douville Moffet et Associé.  ----- IGA (Sobeys Developments) Ivanhoé Cambridge		<b>Maître d'œuvre principal(s) :</b> La firme Lemay Dinamo construction



Figure 32 Situation actuelle du projet,

Quartier QB est une grosse opération immobilière se situant sur le Chemin des Quatre Bourgeois (d'où le nom QB) dans la ville de Québec, cette grande avenue mène au centre-ville. Nous trouvons des fonctions et une urbanisation très variée le long de cet axe : des quartiers pavillonnaires, des grandes surfaces commerciales, des grands immeubles et l'hôpital. Le projet est construit sur une ancienne infirmerie de la communauté religieuse des Frères des écoles chrétiennes de Québec.

Les concepteurs ont la volonté de créer un projet incluant de la mixité d'usage et sociale. Il comprendra donc le supermarché IGA et des petits commerces comme une banque et une pharmacie au rez-de-chaussée. C'est une difficulté supplémentaire pour les ingénieurs d'ajouter dans la même structure du logement et une grande surface.

Les typologies de logements sont très variées, mais c'est seulement pour de la location. Quartier QB comprend beaucoup de studios et d'autres petits appartements pour accueillir des étudiants dans l'Université de Laval qui est toute proche. La demande de ce type d'habitation est en augmentation avec le desserrement des ménages, surtout pour les personnes âgées et les étudiants. Les prix restent très abordables, ce qui est favorable pour la mixité sociale.



Figure 33 Le Supermarché IGA situé en bas de la Tour James, le long de la rue.

Presque tous les logements ont été loués dans les immeubles déjà construits. Ce projet montre qu'on peut faire de l'habitat dans une zone mixte et périphérique. La question peut se poser sur l'intégration avec le paysage même s'il y a quelques bâtiments hauts autour.

## 5. Okabe (Kremlin-Bicêtre, France)

Ce premier projet français montre comment on peut instaurer des bureaux et un centre commercial en pleine ville.

Programme de l'opération :	Surface	Calendrier
Construction d'un centre commercial et d'affaires, d'une médiathèque, une vingtaine de logements (villa okabe) et aménagement d'un espace public.	Centre Okabe : 72 000m <sup>2</sup> dont 35 000m <sup>2</sup> de surface de vente. 4500m <sup>2</sup> de surface de plancher pour la médiathèque. 2000m <sup>2</sup> pour l'espace public.  <b>Destination initiale du terrain :</b> Construit sur l'ancienne usine de charcuterie Géo, elle a fortement marqué la ville.	Début de l'élaboration : 2000 Début de la construction : 2005. Ouverture du centre commercial : 2010. Ouverture de la médiathèque en 2012
<b>Nombres de logements</b> Une vingtaine de logements.	<b>Superficie Totale</b> 3,5 hectares	<b>Période</b> 2000-2012
<b>Maître d'ouvrage principal (s) :</b> Le projet a été initié par : La ville de Kremlin-Bicêtre. Alterea Cogedim		<b>Maître d'œuvre principal(s) :</b> Wilmotte & Associés (centre commercial et aménagement urbain) Agence Jérôme Siame Architectes (résidence) Carta associés (résidence)

Le Kremlin-Bicêtre, est une commune au sud de Paris dans le Val-de-Marne. Pendant longtemps, c'était une banlieue industrielle, actuellement elle cherche à renouveler son image et être plus attractive dans le cadre du Grand Paris.



Figure 34 Façade du Centre Okabe le long de l'Avenue de Fontainebleau

Cette opération se situe sur une ancienne friche industrielle du groupe Géo : une usine charcuterie construite entre 1913 et 1924, elle employait jusqu'à 1500 personnes. Ce projet urbain est placé Avenue de Fontainebleau à 1km de Paris et de la porte d'Italie. L'usine Géo a marqué l'histoire de la ville avec son horloge et son patron paternaliste qui a beaucoup contribué à la vie de ses ouvriers (cité jardin, salle de sport...). Par manque de place, l'entreprise quitta le site en 1997. Dès 1999, le terrain est racheté par Altea. D'après différentes études, la mairie projette de construire un centre commercial et une place

publique, elle rencontre des oppositions de ses habitants et du supermarché Leclerc qui se situe à proximité sur la même avenue.

Finalement le projet choisi est un centre commercial sur trois étages dont le supermarché Auchan. Les bureaux occupent les quatre étages supérieurs. Une zone de chalandise de 700 000 personnes est attendue : cela comprend le sud de Paris et le Val-de-Marne. Jusqu'à 2400 emplois sont attendus sur le site (700 pour le centre commercial et 1700 pour les bureaux). Les entrées des bureaux et de la grande surface sont séparées. Le nom du projet urbain vient des initiales de Kremlin-Bicêtre (« Je vais au K-B »).



Figure 35 Plan de OKABE et de ses fonctions. Mise en forme : Michaël Haïm

Un parking souterrain de plus de 2000places (4niveaux) est disponible au sous-sol du bâtiment. Des gros efforts ont été faits dans sa conception pour respecter l'environnement, le projet a reçu notamment le label HQE.

Le bilan est globalement positif : le principal objectif est de recréer une polarité commerciale autour d'un espace public au Kremlin-Bicêtre est remplie. On peut trouver une offre commerciale de loisir qui n'était pas disponible dans cette ville. Néanmoins on peut relever certains points négatifs : la zone de chalandise est bien plus petite que prévue (environ 120 000personnes), Il est concurrencé par d'autres centres commerciaux présents dans la petite couronne de Paris. Depuis 2014, la vacance commerciale chez OKABE oscille entre 28 et 22%, on retrouve cette déprise commerciale dans toute la ville (18% en 2015). Il semblera que cette vacance reste conjecturale. L'opération a permis aussi de requalifier les espaces publics autour de l'avenue de Fontainebleau.

## 6. Avenue 83 (La Valette-du-Var, France)

Avenue 83 explique comment une collectivité de taille moyenne peut créer du renouvellement urbain sur sa zone commerciale tout en créant de la mixité fonctionnelle.

<b>Programme de l'opération :</b>	<b>Surface</b>	<b>Calendrier</b>
Centre commercial et de loisirs (Avenue 83), dont cinéma Pathé de 15 salles. 3 résidences : Grand'Avenue (73logements dont 22 sociaux) Bell'Avenue(71logements sociaux et commerces au RDC) Bell'vue (87 logements sociaux) Des bureaux et un hôtel de 86chambres.	Centre de commerces et de loisirs : 51 000m <sup>2</sup> 3000m <sup>2</sup> de bureaux. 1831m <sup>2</sup> de petits commerces en bas des immeubles. <b>Destination initiale du terrain :</b> Construit sur une friche commerciale : une grande surface des années 1960.	Début de l'élaboration : 2001 Début des travaux : octobre 2013. Ouverture d'Avenue83 : avril 2016 Début de la construction des trois résidences : 2016. Fin prévue entre décembre 2017 et juillet 2018. Dernière phase : hôtels et bureaux
<b>Nombres de logements</b> 231logements	<b>Superficie Totale</b> 9hectares	<b>Période</b> 2001-2018
<b>Maître d'ouvrage principal (s) :</b> Le projet a été initié par : SPLM (Société Publique Local Méditerranée) Le capital appartient à 67% par la Valette-du-Var. ----- Altarea Cogedim Pathé		<b>Maître d'œuvre principal(s) :</b> Wilmotte & Associés (centre commercial et aménagement urbain) Agence Jérôme Siame Architectes (résidence) Carta associés (résidence) Pierre Chican (architecte du cinéma)



La Valette-du-Var a entrepris de requalifier sa partie sud, une zone dominée par des grandes surfaces commerciales. Cette commune de 22 271 habitants (INSEE 2014) se situe dans la banlieue est de Toulon.

Son projet urbain nommé famille passion a comme enjeux d'effectuer du renouvellement urbain le long de l'Avenue de l'Université. C'est un axe stratégique entre l'Université de Toulon et le petit centre-ville de la Valette.

Famille Passion s'est construite sur l'ancienne grande surface Var-Barnéoud. Lors de sa construction en 1969, c'était le premier centre commercial du Var. Le nouveau centre commercial Avenue83 est plutôt orienté sur les loisirs et le « shopping » : restaurants, magasins de vêtements parc à thème... Il a la particularité de disposer d'une galerie commerciale à ciel ouvert pour favoriser la promenade comme dans un espace public. L'ensemble comprend aussi un Cinéma Multiplex Pathé (16salles) de dernière génération, à l'origine Pathé était implanté dans la zone commerciale toute proche de la Garde mais il n'avait pas la place pour s'agrandir. Son parking de 1500places se situe sur différents niveaux au niveau des toits de deux bâtiments du centre commercial. La zone de chalandise pour Avenue38 est de 700 000 personnes (600 000 habitants + 100 000 touristes). Avenue83 a obtenu le label HQE (Haute Qualité Environnementale).

Le deuxième enjeu de ce projet est de créer du logement pour favoriser la mixité fonctionnelle et permettre à l'Avenue de l'Université d'avoir un vrai caractère urbain. Pour cela trois résidences sont en cours de construction dont deux avec du logement social et de l'accession à la propriété. Par ailleurs, une architecture contemporaine a été recherchée. Leurs rez-de-chaussée comprennent des commerces.



Figure 36 Nouvel immeuble le Bel'vue construit dans ce projet.



Figure 37 Vision globale du projet Avenue83 aujourd'hui On remarque les parkings sur les toits et les trois résidences en construction. (Source : Google Earth)

L'Avenue de l'université est aujourd'hui dédiée uniquement aux bus et aux modes doux (piétons, vélos...). Parallèlement la municipalité a établi à l'est une voie entre la D86 et l'Avenue de l'Université, pour faciliter la circulation automobile.

Un dernier volet est en cours de conception, il se situe au nord-est de l'OAP face à l'IKEA, il comprendra des bureaux et des logements et un hôtel.

#### **Bilan :**

Avenue83 incarne une nouvelle génération de grande surface, ce n'est plus une « simple boîte à chaussures » qui s'installe en périphérie, mais ce sont des centres de loisirs et de bien être qu'on trouve au centre-ville ou soit « ils font ville par eux mêmes ». <sup>57</sup> Cette conception est dans une optique de marketing pour attirer toujours de nouveaux clients comme des touristes. Cela ne doit pas faire oublier que Avenue83 se situe dans une des plus grandes zones commerciales de France dont le gigantesque Centre Commercial Grand Var qui reste très typique avec son grand parking et son magasin alimentaire Carrefour.

Même si Famille Passion permet à la périphérie de retrouver un véritable caractère urbain et multifonctionnel, il continue à exacerber la concurrence des zones commerciales et ne résout pas le problème de la déprise des petits commerces au centre-ville.

<sup>57</sup> CASSELY, Jean-Laurent. « Le Centre commercial invente le service après-vente de la France moche. » *Slate.fr* 28 juin 2017. (Url : <http://www.slate.fr/story/147504/centre-commercial-sav-france-moche>)

## 7. Ode 1 et 2 (Montpellier, France)

Ce dernier projet montre une opération d'envergure pour restructurer une zone commerciale.

Programme de l'opération :	Surface	Calendrier
Requalification d'une zone commerciale ZAC Ode Acte 1 : Un centre commercial : Ode à la mer. Trois immeubles de bureaux. ZAC Ode Acte 2 : 6000 à 8000 logements dont : Campus Pérols (336 logements pour étudiants) Foyer des jeunes travailleurs (110 logements) Rénovation et réhabilitation de centres commerciaux existants.	200 000m <sup>2</sup> de surfaces commerciales (renouvellement urbain inclus) dont le Centre commercial Ode à la mer 61 000m <sup>2</sup> (ZAC1) 75 000m <sup>2</sup> de bureaux 45 000m <sup>2</sup> d'équipements publics. ZAC Ode Acte 1 : 36hectares ZAC Ode Acte 2 : 112hectares <b>Destination initiale du terrain :</b> Renouvellement urbain d'une ancienne zone commerciale et aussi construction des terres agricoles.	Construction du Liner : 2013-2015 (bureau + commerces/11 199m <sup>2</sup> ) Ode 1 : Début de la construction du centre commercial : 3ème trimestre 2018. Fin prévue : 2021 Ode 2 : 2018-2030 Foyer des jeunes travailleurs (commencé en 2017)
<b>Nombres de logements</b> 6000 à 8000 logements.	<b>Superficie Totale</b> 250hectares	<b>Période</b> 2013-2030
<b>Maître d'ouvrage principal (s) :</b> Le projet a été initié par : EPCI Montpellier Méditerranée Agglomération Le Groupe Frey (promoteur de centre commerciaux). ----- SPL SA3M (Société d'Aménagement de Montpellier Méditerranée Métropole) Les Villages d'Or (le Liner)	<b>Maître d'œuvre principal(s) :</b> L35 Architectes (Pour le centre commercial) Hellin Sebbag architectes associés (Foyer des jeunes travailleurs) A+Architecture (le Liner) Tourre Sanchis Architectes (Campus Pérols)	

Notre dernier projet urbain se déroule dans l'agglomération de Montpellier (427 541habitants) sur les communes Lattes et de Pérols. L'objectif est d'améliorer qualitativement les entrées de villes occupées par des zones commerciales et limiter l'étalement urbain comme l'indiquait déjà le SCOT de 2006.

Il se situe sur un axe stratégique : La Route de la Mer. Depuis 2014, la ligne 3 du tramway emprunte cette voie, c'est la plus longue des lignes avec ses 23km. Elle part de Juvignac, passe par Montpellier

et rejoint l'étang de l'or à Pérols. Le tramway va être prolongé prochainement jusqu'à la mer. Montpellier Méditerranée Métropole a la volonté de rénover les zones commerciales Fenouillet et de Solis qui datent des années 1970. De plus, depuis la révision du PPRI (Plan de Prévention des Risques d'Inondations), certaines surfaces commerciales sont devenues inconstructibles et dangereuses.

Pour cela la Métropole a décidé de créer le projet « Ode à la Mer », un projet en deux phases. Le promoteur choisi est le groupe Frey, depuis quelques années, il s'est spécialisé dans la restructuration des zones commerciales.



Figure 38 Image d'illustration du Centre commercial Ode à la Mer sur la ZAC1.



Figure 39 Programme du projet sur 20ans.

La première phase (ZAC Ode Acte 1) consiste à construire un grand centre commercial de 61 000m<sup>2</sup> pour transférer les enseignes qui se trouvent autour. Il n'y aura approximativement que 30% de création de nouveaux commerces. Le but est aussi d'améliorer qualitativement les commerces pour faire un véritable parc d'attractions avec une architecture bien plus recherchée que la classique boîte à chaussures. Le premier étage sera entièrement consacré aux loisirs. Son parking souterrain de 2200 places devra être caché dans l'infrastructure. Il comprendra aussi un cinéma, un hôtel et un grand espace vert sur le toit.

Aujourd'hui, un seul bâtiment a déjà été construit, le Liner. Depuis 2015, il abrite des bureaux et des commerces/restaurants en rez-de-chaussée.

La deuxième phase (ZAC Ode Acte 2) consiste à « rendre à la nature » les zones inondables et améliorer le reste de la zone commerciale compris dans la ZAC. La mixité fonctionnelle est un axe primordial du projet, il y aura donc des bureaux, et des logements dans chaque nouvel îlot. Pour le moment, que deux bâtiments sont en cours de constructions sur cette ZAC : le Campus Pérols et le foyer des jeunes travailleurs.

#### Bilan :

Le centre commercial Ode de la Mer est un projet très contesté par les écologistes qui s'oppose à l'artificialisation des zones naturelles. D'autre part les petits commerçants se plaignent de la saturation commerciale de l'agglomération avec l'ouverture de l'immense centre commercial Odysseum en 2009(50 611 m<sup>2</sup> de shon). Alors que le centre-ville perd toujours plus de commerces. Il y a eu quatre recours en justice, mais le conseil d'Etat a approuvé le projet. Sa construction débutera au second semestre 2018.

Si tout le projet aboutit, l'Ode la Mer sera la plus grande opération de renouvellement urbain d'une entrée de ville et d'une zone commerciale en France.

### III) Etude de cas : la zone économique des Landiers à Chambéry.



Figure 40 Photo des Landiers Nord depuis le pont où passe la rue des Epinettes. Source : Michaël Haïm

### III) Etude de cas : la zone économique des Landiers à Chambéry.

## A. Cadre de l'étude

### 1. Situation générale

La mission principale de mon apprentissage à la mairie de Chambéry concernait le PLUi (Plan Local d'Urbanisme Intercommunal). La dernière révision complète de ce document d'urbanisme remonte à sa création en 2004. Depuis, il a été modifié et amendé plus de douze fois, toutes procédures confondues (révision simplifiée, révision allégée, modification et modification simplifiée). Le PLU ne répond plus aux enjeux contemporains de planification et aux évolutions législatives récentes comme les lois Grenelles (2009-2010) ainsi que la loi ALUR de 2014. Ses textes s'efforcent de mieux prendre en compte le respect environnemental et le développement durable pour construire les documents d'urbanisme locaux. Désormais, la collectivité doit connaître les potentialités de reconstruire la ville sur la ville avant de prévoir l'urbanisation de zones agricoles ou naturelles.

La nécessité de faire un nouveau projet d'urbanisme vient aussi du changement d'échelle. La communauté d'agglomération de Chambéry Métropole a décidé d'élaborer en décembre 2015 un plan d'urbanisme intercommunal. Son périmètre s'est agrandi avec l'intégration de la communauté de commune Cœur des Bauges le 1<sup>er</sup> janvier 2017. Ce changement est dû au nouveau schéma départemental de coopération intercommunale. Notons que le SCOT est élaboré par le syndicat mixte Métropole Savoie, il regroupe le Grand Chambéry, Grand Lac et Cœur de Savoie (voir tableau et carte détaillée ci-dessous).

#### Tableau synthétique du territoire :

Territoire et échelle.	Ville centre	Nom du territoire	Nombres d'habitants.
Aire urbaine (selon l'INSEE)		Aire urbaine de Chambéry	222 185
EPCI Communauté d'agglomération	Chambéry (59 490 hab.)	Grand Chambéry (Chambéry Métropole + Cœur des Bauges)	136 805
EPCI Communauté d'agglomération	Aix-les-Bains (30 291 hab.)	Grand Lac Agglomération du Lac du Bourget (CALB) + Canton d'Albens (CCCA) + Chautagne (CCC)	72 560
EPCI Communauté de communes	Montmélian (4 129 hab.)	Communauté de communes Cœur de Savoie.	35 895
SCOT Syndicat Mixte		Métropole Savoie	238 529 (2013) <sup>58</sup>

<sup>58</sup> Cf : Métropole Savoie. « Qui sommes-nous ». URL : <http://www.metropole-savoie.com/qui-sommes-nous/>. Consulté le 19 février 2018.

Source : INSEE (2014), Grand Chambéry, Grand Lac, Métropole Savoie

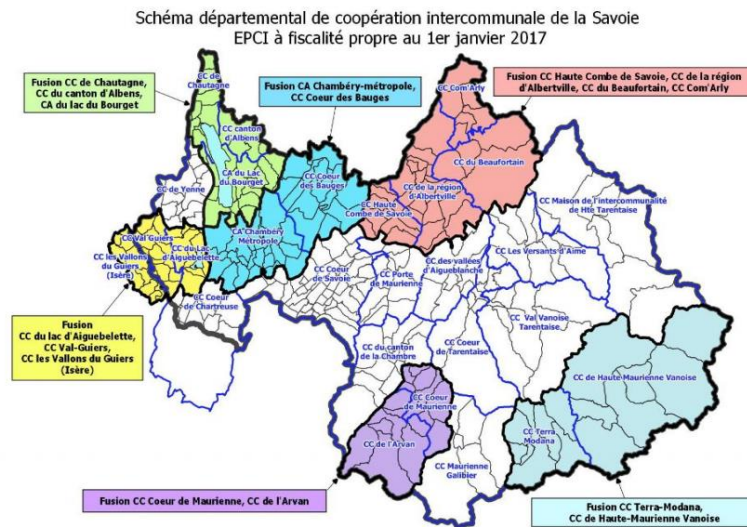


Figure 41 Source : Schéma Départemental de Coopération Intercommunale (SDCI) de la Savoie (2016). URL : <http://www.grand-lac.fr/wp-content/uploads/2016/05/SDCI-MARS-2016.pdf>.



Figure 42 Position géographique de Chambéry en Europe. Source : SCOT Métropole Savoie

Pour rappel, cette ville de 59 490 habitants est la préfecture du département de la Savoie. Jusqu'en 1860, ce territoire appartenait au royaume de Piémont-Sardaigne, et Chambéry était la capitale de tout le duché de Savoie (Les départements actuels 73 et 74). Depuis l'antiquité, l'économie chambérienne est dominée par son rôle de porte entre la France et outre les alpes.

La cité des ducs est donc un centre administratif, politique, économique et culturel. Sa taille doit être relativisée : la plupart des villes dans les alpes restent modestes. Chambéry fait partie des 10 plus grandes aires urbaines des alpes d'après la convention alpine.<sup>59</sup>

## 2. Quel contexte ?

La mobilité est un axe essentiel du PLUi HD du Grand Chambéry, car ce document comprendra le PLH (Programme Local de l'Habitat) et le PDU (Plan de Déplacement Urbain). De plus, la commune envisage son développement urbain sans créer de nouvelles zones AU (A Urbanisées) pour limiter la consommation de zones naturelles et agricoles. La production de nouveaux logements se fera essentiellement en renouvellement urbain comme le souhaite la loi ALUR de 2014.

<sup>59</sup> Capleymar Homoalpinus. *Villes et urbanisme* [En ligne]. *Homo Alpinus*. Disponible sur : < <https://www.homoalpinus.com/alpes/villes-urbanisation/> > (consulté le 7 septembre 2018)

D'où la question qui s'est ensuite posée : où effectuer le renouvellement urbain ? Parmi les pistes prioritaires : les anciennes friches industrielles dont la mutation permet d'accueillir de l'habitat. La plupart de ces secteurs font déjà l'objet de projets en cours comme le futur écoquartier Vétrotex<sup>60</sup>. Cependant ces zones ne représentent pas assez de foncier pour le développement envisagé du chef-lieu de la Savoie.

Par conséquent, il faut trouver d'autres alternatives pour construire la ville sur la ville et trouver des secteurs stratégiques à densifier ! Le choix a été fait de ne pas utiliser seulement les opportunités foncières pour densifier, mais plutôt de réfléchir à un projet cohérent sur l'ensemble du territoire. La réflexion s'est donc portée sur une densification de l'habitat et des équipements publics prioritairement le long des grands axes où circulent les lignes chronos actuelles. Certaines de ces lignes sont destinées à devenir des BHNS (Bus à Haut Niveau de Service). Cette stratégie rejoint le contrat d'axe qui a été mis en œuvre à Grenoble par le SMTC lors de la construction de la cinquième ligne de tramway. Cette évolution est permise grâce au nouveau schéma de déplacement instauré en septembre 2016 dans le cadre de « territoire mobile ». Ce projet vise à améliorer les déplacements de l'agglomération chambérienne.

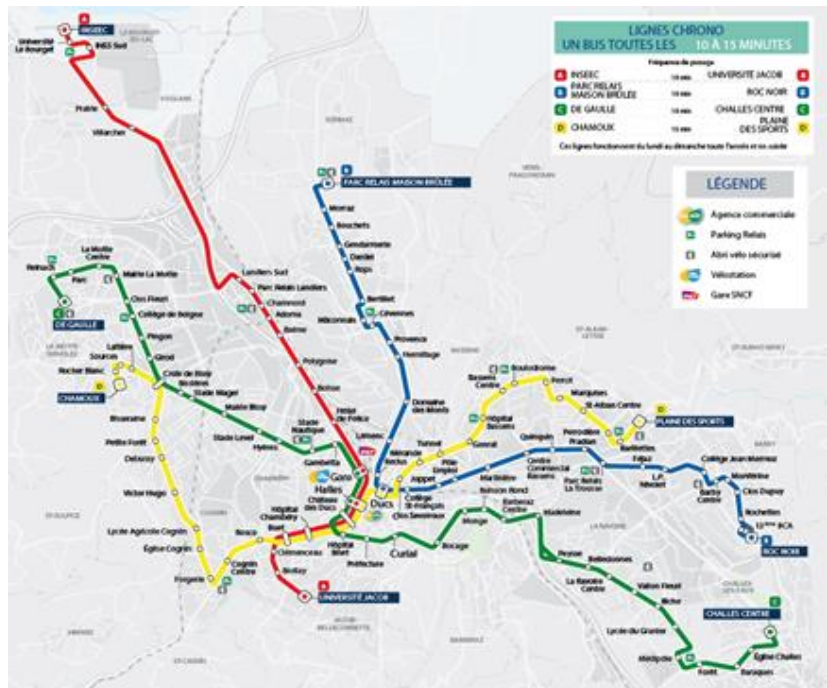


Figure 43 Les lignes chronos dans l'agglomération chambérienne depuis août 2016. (Cf : STAC)

Ces sept grands axes ont la particularité de relier le centre-ville de Chambéry avec des centralités secondaires.

Dans le sens d'une aiguille d'une montre en partant par la plus grande :

- L'Avenue des Landiers/Avenue de la Boisse : Cette avenue mène du centre jusqu'au campus universitaire du Bourget-du-Lac en passant par la zone commerciale des Landiers.
- L'Avenue d'Aix-les-Bains : cet axe part du centre-ville pour Aix-les-Bains.
- L'Avenue de Mérande conduit au Massif des Bauges.
- L'Avenue de Turin : elle rejoint le centre de Barby en passant par la zone commerciale de la Ravoire.
- Le Quai du 11 novembre/Route de Challes mène vers la Combe de Savoie.
- L'Avenue de Lyon, cette avenue emmène vers le campus de Jacob Bellecombette et le centre de Cognin.

<sup>60</sup> Le nouvel écoquartier de Chambéry, plus d'informations ici : <http://www.chambery.fr/932-eco-quartier-vetrotex.htm>



- L'Avenue de la Motte-Servolex : ce dernier axe se dirige vers le centre de la Motte-Servolex.

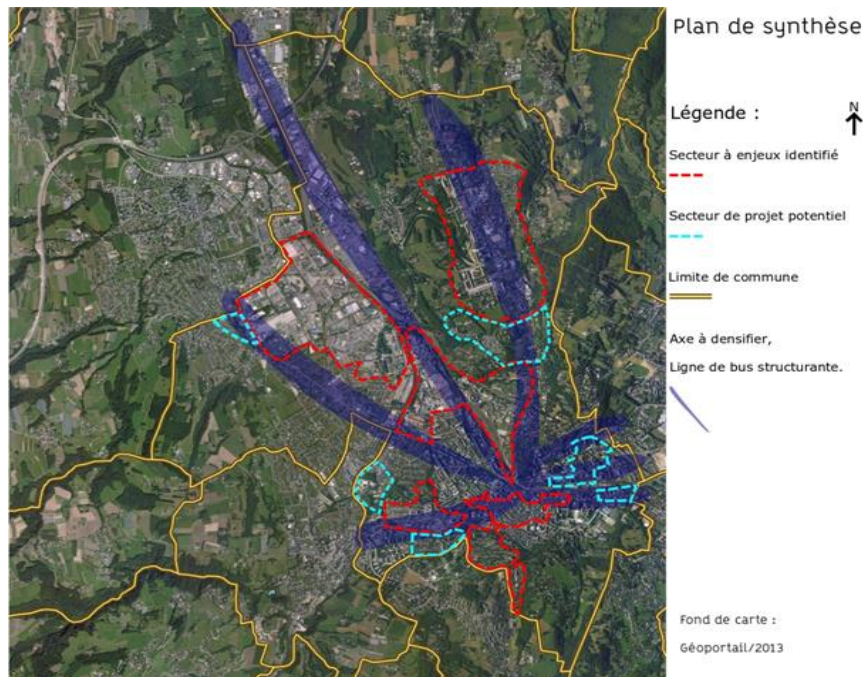


Figure 44 Plan montrant les secteurs stratégiques pour le développement urbain de Chambéry durant l'atelier PLUi avec les professionnels (septembre 2017).

Pour donner suite à cette analyse, la municipalité a proposé de créer deux OAP (orientation d'aménagement et de programmation) sur deux axes déjà cités ci-dessus : l'Avenue des Landiers et l'Avenue de la Motte-Servolex. La collectivité souhaite innover, à cet effet, elle a décidé de lancer un concours d'idées ouvert à des architectes, des urbanistes, des paysagistes (voir sous-partie « c »). Les praticiens doivent aussi réfléchir et proposer une manière de placer les 3500 logements sur ces deux axes. Ce nombre correspond à la part des logements que la commune s'est engagée à construire jusqu'en 2030 dans le PLUi HD.

Cette démarche est favorisée par PLUi HD : c'est inédit de pouvoir réfléchir un axe sur sa totalité, les PLU actuels n'abordaient que la question de l'entrée de ville et leurs centralités. Cela permet aussi de réfléchir des liens entre les différents centres urbains même si leurs importances et leurs tailles sont très inégales.

Je me suis intéressé plus spécifiquement à la zone commerciale des Landiers qui est traversée par son avenue éponyme. Elle fait partie des trois grands pôles commerciaux de l'agglomération avec le centre-ville de Chambéry et le Ruban commercial (voir plan ci-dessous). Cette périphérie commerciale est localisée sur trois communes : Voglans, la Motte-Servolex et en grande partie sur Chambéry. La zone économique est très circonscrite : à l'ouest se trouve la Leysse, à l'est, il y a le chemin de fer. Ce long couloir est délimité au sud par l'échangeur de la Boisse et au nord par la zone humide des Marais. Sa taille est assez impressionnante : elle fait approximativement 170hectares et s'étend sur une longueur de 4 kilomètres. En quelques chiffres, d'après le président du GIE, il y a 3000 salariés qui travaillent sur ce territoire dans 255 entreprises, dont 700 à 800 salariés dans le centre commercial Chamnord. La grande surface accueille entre 12 000 et 13 000 personnes par jour.

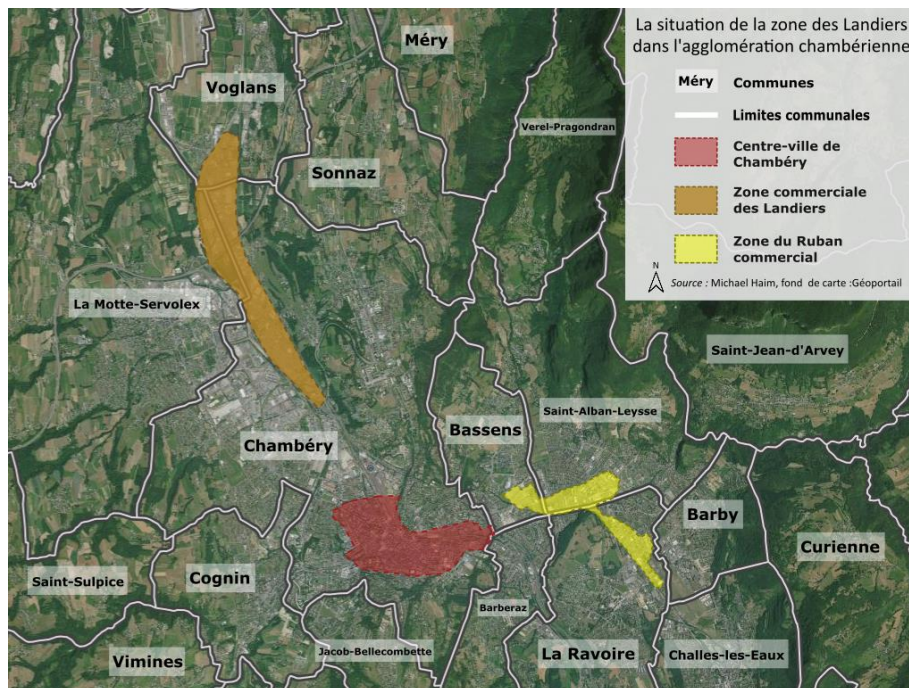


Figure 45 La situation de la zone des Landiers dans l'agglomération chambérienne. Source : Michaël Haïm

## B. Diagnostic

Notre diagnostic va s'intéresser à différents aspects de la zone commerciale des Landiers : son histoire, son environnement, ses fonction et l'urbanité, ses différents moyens de transports et les différents acteurs.

### 1. L'histoire et développement des Landiers

#### 1.1 Avant 1945 : Une entrée de ville rurale mais avec des axes très structurants.

Ce territoire était pendant longtemps en retrait de la ville car il était enclavé par les différents éléments naturels qui le structurent. La zone des Landiers est délimitée au sud par la confluence entre l'Hyère et la Leysse. Cette dernière se prolonge jusqu'au nord de la zone. Du côté nord-ouest une falaise circonscrit cet espace. Le fond de la cluse était essentiellement occupé par de l'agriculture et du marécage<sup>61</sup>. Par conséquent, l'urbanisation s'est développée sur les coteaux pour échapper aux inondations de la Leysse. On trouve aujourd'hui le bourg de Chambéry-le-Vieux.

Néanmoins, la zone des Landiers est un entonnoir de communication entre Chambéry et le reste des Alpes. Dès le XIXème siècle, deux grandes lignes de chemin de fer sont installées à cet endroit :

- La ligne de la Maurienne qui relie Culoz à Modane.
- La ligne de Saint André le Gaz à Chambéry.

<sup>61</sup> Le marécage peut être rappelé grâce à la toponymie de la zone comme la rue des Blachères.



Quant à l'Avenue des Landiers, son tracé est rectiligne et est parallèle avec la ligne ferroviaire de la Maurienne, elle mène vers Aix-les-Bains et le Bourget-du-Lac. À l'époque, c'est la Route Nationale 201 « de Chambéry à Genève par Annecy ». <sup>62</sup> De plus, la plaine est organisée par un maillage important de routes et de chemins agricoles permettant de relier Bissy à l'autre côté de la Leysse. Plus au sud, elle est prolongée par l'Avenue de la Boisse jusqu'à la gare de Chambéry. Cet axe se caractérise par une densification croissante en progressant vers la ville. Il y a quelques industries comme l'usine Vetrotex.

En plus des obstacles naturels, cette entrée de ville comporte de nombreuses frontières administratives : c'est là où passent les limites communales entre Chambéry, Bissy et Chambéry-le-Vieux.

Figure 46 Photo aérienne de l'IGN en 1948.

## 1.2 1945-1973 : Un mitage pavillonnaire et artisanal de la « Zone des Landiers ».

Après la seconde guerre mondiale, l'urbanisation progresse rapidement en périphérie. La zone des Landiers n'échappe pas à la règle. Ce développement urbain s'effectue à partir de Chambéry en suivant la route nationale. Des lotissements pavillonnaires se sont développés le long de l'Avenue des Landiers. De plus, certaines entreprises artisanales ou industrielles quittent Chambéry pour s'installer dans ce secteur.

Dès la fin des années 1960, une première zone commerciale s'installe au sud de l'agglomération chambérienne, avec le Carrefour qui s'implante à Bassens. La mairie de Chambéry lance des premières études pour connaître le potentiel économique de la zone des Landiers : le maire mandate la SERC (Société d'Équipement de la Région de Chambéry).

On peut noter un changement administratif important avec la fusion des communes de Bissy, Chambéry et Chambéry-le-vieux en 1961. Cette évolution permettait d'accomplir les projets urbains qui étaient prévus comme la création de la zone industrielle de Bissy ou le nouveau quartier de Chambéry-le-haut.



Figure 47 Photo aérienne de l'IGN en 1971.

<sup>62</sup> D'après le cadastre révisé de Bissy en 1959. (Archive communale de Chambéry).

### 1.3 1973- 1995 : Une zone économique et commerciale qui se construit le long de la Voie Rapide Urbaine.

A partir de 1973, on observe une multiplication des grandes surfaces, ce changement s'accompagne la même année par la décision du conseil municipal de créer une autoroute urbaine. Alors que l'avenue des Landiers était un axe structurant, le développement urbain de cette zone économique va être bouleversée par l'arrivée de la Voie Rapide Urbaine en 1977. La VRU a rompu la zone des Landiers avec son territoire de proximité. Ce secteur s'est retrouvé enclavé par les contraintes naturelles et infrastructurelles. L'exemple le plus parlant est la coupure entre la rue de la Leysse et la rue Alexandre Fleming, elles sont devenues des impasses. Le pont qui les reliait est resté inutilisé jusqu'à sa destruction en 2017 lors des travaux sur les berges de la Leysse. Cependant ce territoire devient très connecté à l'échelle régionale.



Figure 48 La Une de la Vie Nouvelle du 22 juin 1973, un journal local chambérien.

Parallèlement à la construction de la voie rapide, le centre commercial Chamnord s'installe en 1977. Il émane de petits commerçants du centre-ville de Chambéry qui se sont constitués en GIE (Groupement d'Intérêt Economique), ils souhaitaient un équipement plus grand et moderne pour que « l'étape chambérienne » reste attractive faces aux nouveaux centres commerciaux comme La Part-Dieu à Lyon. De plus, le centre-ville devenait trop étroit et embouteillé. Cette nouvelle « locomotive » composée d'un hypermarché Carrefour favorise l'implantation de « boîtes commerciales » autour.

La toute nouvelle commission départementale d'urbanisme commercial (CDUC) créée avec la loi Royer de 1973 accepte le projet de Chamnord. Le préfet justifie son choix sur l'augmentation prévisible de la population dans l'agglomération.

A l'origine, les surfaces commerciales dédiées à la consommation courante devaient se trouver que autour de Chamnord, le reste devait être destiné à l'artisanat ou à l'industrie. Cette politique était là pour favoriser les entreprises chambériennes qui n'avaient pas assez de place pour s'étendre dans le tissu urbain de la ville.

L'installation d'un centre commercial dans la zone des Landiers fait partie d'un projet plus global à l'échelle de l'agglomération. Un zonage est mis en place par le SDAU de 1977 qui prévoit notamment le nouveau quartier de Chambéry-le-Haut et sa liaison pour les habitants avec la zone des Landiers pour avoir un accès aux commerces. Cette urbanisation est instituée par quatre zones d'achèvement concerté (ZAC) sur l'ensemble du territoire jusqu'aux années 1990. La ZAC « Chamnord



» ne concerne que le secteur de Centre commercial, elle est suivie par la ZAC Landiers, la ZAC Nord-Ouest, la ZAC Landiers Ouest et la ZAC Prépagnon. Tous les aménagements ont été conduits par la société d'économie mixte, la SAS (Société d'Aménagement de la Savoie). Jusqu'à la loi Solidarité et Renouvellement Urbain de 2000, la ZAC pouvait avoir son propre règlement d'urbanisme indépendamment du POS (Plan d'Occupation du Sol). Cette réglementation avantage la fragmentation des zones économiques et commerciales avec le reste du territoire.

Jusqu'aux années 1980, l'urbanisation de la zone des Landiers était freinée au nord par l'autoroute A41 (Chambéry-Genève), par conséquent, c'est le sud du secteur qui se densifie.

Figure 49 Photo aérienne de l'IGN en 1987

#### 1.4 1995-2016 : Une extension exponentielle d'une périphérie commerciale

Tandis que le développement des surfaces commerciales est resté circonscrit dans la partie sud des Landiers, l'ouverture de Castorama en 1995 provoque un appel d'air sur toute la zone économique. Cette grande surface de bricolage remplit un rôle de locomotive, des petites et moyennes surfaces spécialisées viennent s'agréger autour.

Le renouvellement urbain est permanent et remplace les surfaces artisanales ou commerciales par de nouvelles entreprises plus rentables. C'est le cas par exemple de Nautiparc qui fut construit en 1988. Ce phénomène concerne encore les plus grandes parcelles qui sont les mieux situées.

La dernière grande extension urbaine de la zone des Landiers s'effectue au nord à Voglans, la commune souhaite développer son potentiel économique dans les années 2000. Pour cela, elle met en place un PAE (Programme d'Aménagement d'ensemble).

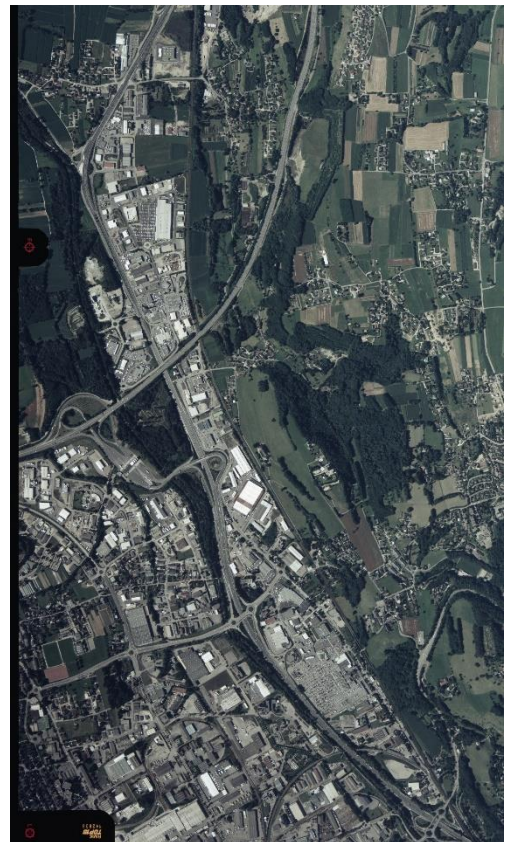


Figure 50 Photo aérienne de l'IGN en 2001.

### 1.5 A partir de 2016 : vers une densification de la zone des Landiers ?

Dorénavant, la zone des Landiers est complètement urbanisée. Il ne reste plus que quelques dents creuses. Cette densification des activités commerciales s'exprime déjà à travers certains projets comme la construction du bâtiment La Vague qui abrite Go Sport sur l'ancien Nautiparc. Ou encore l'édification de Boulanger à la place du cinéma Pathé qui a été déplacée au centre-ville lors de la rénovation des halles.

D'après le CGLE, le nombre d'enseignes va continuer à augmenter mais sur des surfaces de vente plus petites. Ces commerces ont plusieurs avantages : elles nécessitent moins de place et parkings pour les visiteurs et ne doivent pas se conformer à des règles très complexes et coûteuses sur la réception du public comme la sécurité incendie ou les ERP (Etablissement Recevant du Public). La nouvelle enseigne Toolstation représente bien cette évolution. Le principe de cette chaîne anglaise repose sur la commande d'outils sur internet et le client doit ensuite les chercher en magasin.



Figure 52 Exemple de densification des activités économiques et commerciales dans les Landiers nord avec ce nouveau bâtiment construit en 2016. Source : Michaël Haïm



Figure 51 Nouvelle enseigne Tool Station inaugurée en 2018. Source : Tool Station.



Figure 53 Photo satellite Pleiades de l'IGN en 2017

L'agglomération chambérienne manque de surfaces destinées à la grande distribution. La diversité des enseignes est plus importante à Annecy (une aire urbaine de taille comparable à Chambéry), beaucoup de ces grandes surfaces veulent aussi s'implanter dans le chef-lieu de la Savoie. Cela augmente considérablement la pression foncière sur la zone des Landiers, ce mouvement est renforcé par le SCOT qui délimite les zones sur lesquelles ce genre d'équipement peut s'installer. La pression foncière entrave la mixité fonctionnelle : des maisons construites dans les années 1960-70 sont amputées de leurs jardins ou détruites pour laisser place aux grandes surfaces. Le nouvel emplacement sert à agrandir des parkings ou à construire de nouveaux centres commerciaux. D'après le CGLE, il y a peu de chance que la zone des Landiers devienne un jour une friche commerciale, même si elles existent à certains endroits, ses friches restent frictionnelles le temps qu'un nouveau commerce s'installe. La situation est privilégiée avec les grands axes de transports du site lui permet une pérennité par rapport à la zone commerciale de la Ravoire et Bassens.

## 2. Nature et paysage

Notre imaginaire des zones commerciales suppose que ce sont des espaces très imperméabilisés composés majoritairement de parkings et de « boîtes ». Ce constat peut être relativisé dans la zone des Landiers. On trouve une végétation très variée, une trame verte et bleue structurante et des paysages proches et lointains remarquables.

Une végétation très diversifiée se retrouve dans la zone des Landiers, on peut en distinguer trois types :

- Des espaces verts d'agrément plantés par les entreprises et les collectivités. En effet, leurs multiplications ces dernières années sont dues à une volonté des pouvoirs publics et des entreprises d'embellir les zones commerciales avec des arbres sur les parkings ou mettre plus de végétation (voir partie « 1 », sous partie « e » page 35-39)
- Des plantes qui sont arrivées naturellement et qui poussent sporadiquement.
- Et enfin des friches ou des dents creuses qui sont des réservoirs de biodiversités.



Figure 54 Fleur sauvage à proximité de Chamnord.  
Source : Michaël Haïm (2018)



Figure 55 Parking arboré de Chamnord. Source : Michaël Haïm (2018)

Cet important maillage d'espace lié à la nature pourrait permettre de créer une véritable trame verte. Cette structure écologique peut être accompagnée d'une trame bleue qui existe déjà intrinsèquement. Elle est composée de la Leysse qui quitte Chambéry pour ensuite se jeter dans le lac du Bourget et de petits cours d'eau quittant le piémont des Bauges pour ensuite rejoindre la rivière. Les ruisseaux servent à capter les eaux pluviales lors de fortes précipitations dans la zone commerciale, il y a aussi des noues creusées artificiellement qui ont la même utilité.



Figure 56 Petit espace vert à proximité de Castorama. Source : Michaël Haïm (2018)



Figure 57 Noue qui passe dans le Sud des Landiers. Photo prise à proximité du siège de l'agglomération. Source : Michaël Haïm (2018)

Une extension de la zone des Landiers était prévue dans le « secteur sud de la ZAC des Landiers Ouest »<sup>63</sup>. Cependant les enjeux de biodiversité étant trop importants après la découverte de Chauve-souris<sup>64</sup> qui logent en-dessous le pont autoroutier. Les aménagements de ce secteur ont donc été revus à la baisse pour préserver les espaces boisés déjà présents. Le PLU de la Motte-Servolet a créé une réglementation spéciale pour maintenir les qualités écologiques de la zone. L'entreprise de chaudière Weishaupt est déjà présente, selon le CGLE, elle devra être rejointe dans quelques temps par une caserne de pompiers. Ce cas nous démontre en premier lieu les propriétés écologiques de ce territoire, et d'autre part qu'il est possible de construire des zones économiques en étant plus attentif à l'environnement.



Figure 58 La Laysse au niveau du PEAGE DE l'autoroute A41-A43. Source : Michaël Haïm (2018)



Figure 29 : Projet de ZAC des Landiers Ouest (source Egis)

Figure 59 Projet de ZAC des Landiers Ouest. Source : Réaménagement du nœud autoroutier de Chambéry

Le paysage proche et lointain contraste fortement avec la zone économique. Les Landiers sont délimités par deux frontières infrastructurelles quasiment infranchissables : la VRU à l'ouest et le chemin de fer à l'est. Au-delà de ses obstacles, nous trouvons des terrains agricoles (prairies, champs ou élevages), des étendues boisées et des ripisylves le long de la rivière. Cette frontière recule au niveau de la Laysse dans le secteur de Jean Lain Automobile à la Motte-Servolet. Les formes urbaines se relèvent aussi différentes : l'habitat est plus ancien et compact. Depuis quelques décennies, on constate un étalement pavillonnaire dans ces bourgs ruraux comme Chambéry-le-Vieux, le Carré ou Bouvard à Voglans.

<sup>63</sup> D'après le règlement du PLU de la Motte-Servolet, voir zonage « Ue(m) » (Cf :

<https://www.grandchambery.fr/1431-plan-local-d-urbanisme-de-la-motte-servolet.htm>)

<sup>64</sup> « Ces chauves-souris qui bloquent l'accès à 170 emplois ». In : *Ledauphiné.com* [En ligne]. 2009. Disponible sur : < <https://www.ledauphine.com/savoie/2009/10/18/ces-chauves-souris-qui-bloquent-l-acces-a-170-emplois> > (consulté le 7 septembre 2018)

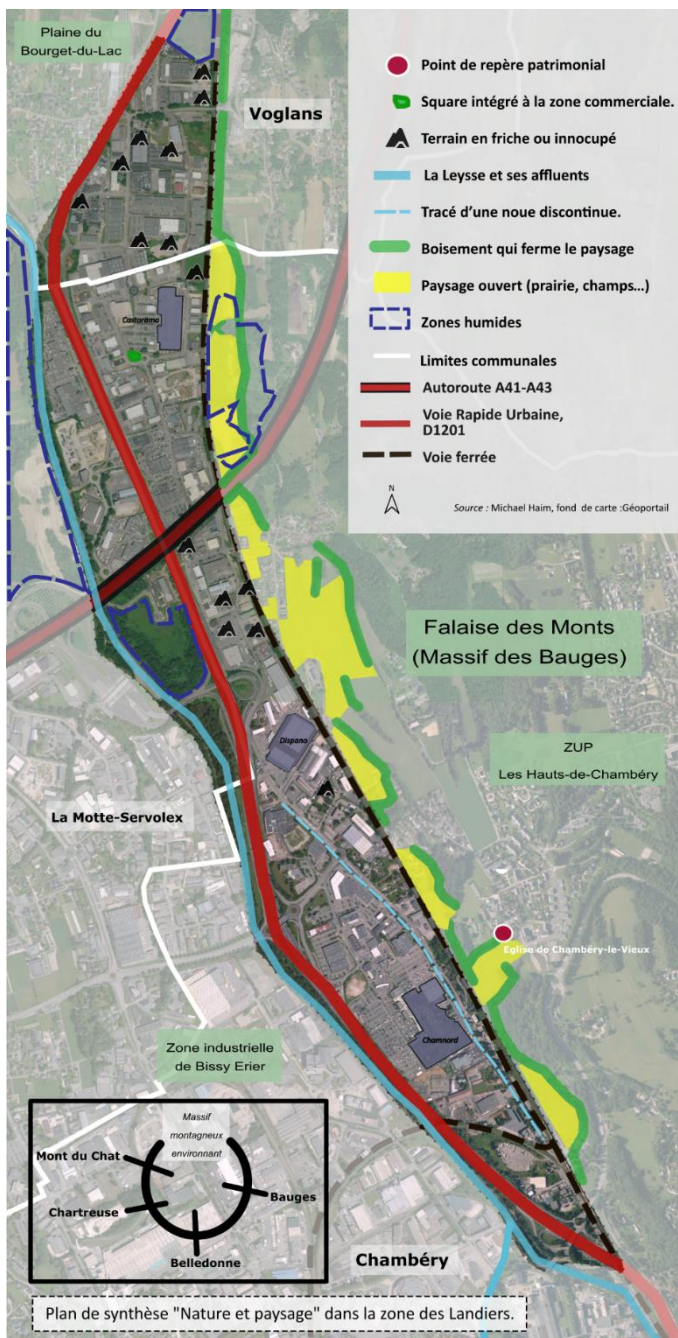




Figure 61 Percée sur des payasses inaccessibles dans les Landiers centres. Source : Michaël Haïm (2018)



Figure 60 Paysage sur le massif des Bauges depuis le parking de Chamnord. Source : Michaël Haïm (2018)

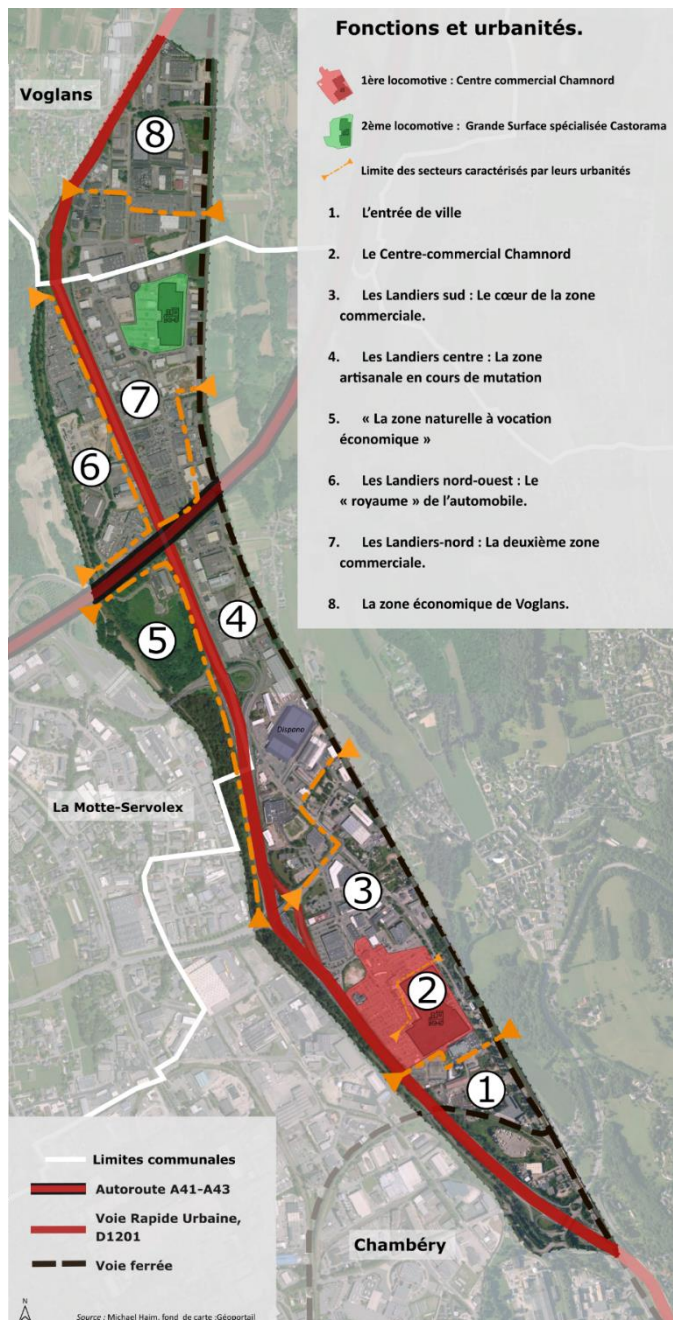


En définitive, la zone des Landiers est un emplacement propice à l'ouverture sur les grands paysages car elle est en creux de vallée et son urbanisation reste clairsemée. On peut donc apercevoir tous les massifs qui bordent la cluse de Chambéry. En partant du nord-est, nous avons respectivement les Bauges (avec la falaise des monts) ; Belledonne, la Chartreuse (dont le Mont-Granier) et le Mont du Chat. Ces points de vue sont complétés par des repères architecturaux tels que l'église de Chambéry-le-vieux ou les tours des grands ensembles à Chambéry-le-haut.

Figure 62 Plan de synthèse « nature et paysage » dans la zone des Landiers. Source : Michaël Haïm (2018)

### 3. Fonction et urbanité

L'urbanisation de la zone commerciale des Landiers répond aux logiques énoncées dans la sous partie « c) Des entrées de villes similaires et anarchiques. » (Voir partie 1). Toute la zone est réfléchi à l'échelle de la voiture, et chaque surface commerciale est pensée comme un produit clé en main qui n'est pas forcément cohérent avec les autres « boîtes » qui l'entourent. L'architecture reste très simple, commerciale et franchisée.



Elle est pourtant très complexe car sa taille est très importante (4km de long) et son urbanisation s'est déroulée sur cinquante ans. Pour mieux comprendre la zone des Landiers, je l'ai parcourue à pied en partant du sud pour aller dans le nord à Voglans. Mon analyse suit deux critères : le degré d'urbanité pour le piéton et les différentes fonctions qu'on peut trouver dans cette périphérie comme par exemple les activités économiques. J'ai ensuite délimité huit secteurs à partir de mes observations et de différents entretiens que j'ai réalisés. Nous allons détailler ci-dessous ces huit secteurs :

1. L'entrée de ville
2. Le Centre commercial Chamnord
3. Les Landiers sud : Le cœur de la zone commerciale.
4. Les Landiers centre : La zone artisanale en cours de mutation.
5. « La zone naturelle à vocation économique »
6. Les Landiers nord-ouest : Le « royaume » de l'automobile.
7. Les Landiers-nord : La deuxième zone commerciale.
8. La zone économique de Voglans.

Figure 63 Plan de synthèse « Fonction et urbanité » et ses différents secteurs. Source : Michaël Haïm (2018)

### 3.1 Secteur 1 : L'entrée de ville



Figure 64 L'Avenue des Landiers. Source : Google map.

Ce premier secteur représente bien l'entrée de ville : on retrouve toutes les occupations qui sont en marge de la ville comme autrefois le faubourg. Il y a notamment l'aire d'accueil des gens du voyage, une mosquée, des logements très sociaux du bailleur Adoma, le centre départemental d'entretien routier et le poste électrique de Bissy. C'est la partie qui est la plus anciennement urbanisée de la zone commerciale. L'entrée de ville se caractérise aussi par son enclavement : le sud est obstrué par l'échangeur qui le sépare avec le reste de la ville, l'ouest est délimité par

la VRU. Ces derniers temps, on observe une dynamique commerciale le long de l'Avenue des Landiers.

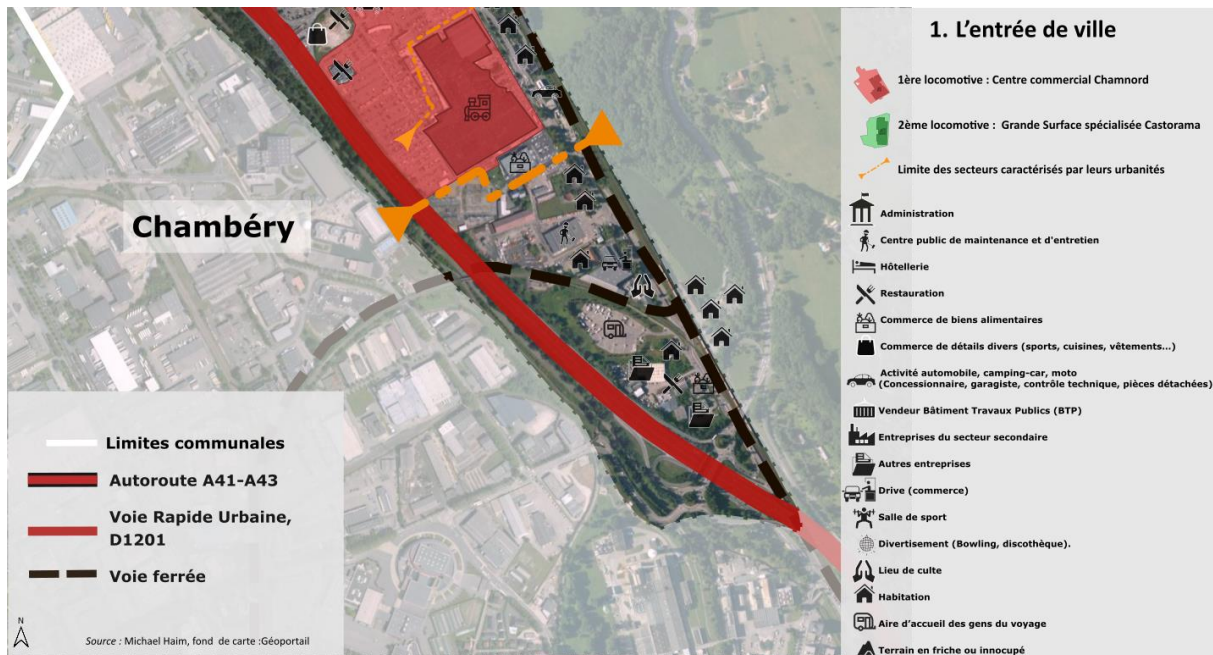


Figure 65 Plan de synthèse « Fonction et urbanité », secteur 1 : L'entrée de ville.

### 3.2 Secteur 2 : Le Centre commercial Chamnord

Le centre commercial Chamnord est la principale locomotive de la zone commerciale des Landiers, elle est dominée par l'hypermarché Carrefour et d'autres grandes enseignes dans la galerie commerciale. L'utilisateur retrouve les codes familiers des espaces publics urbains grâce aux rues piétonnes, aux lampadaires ou aux bancs même si c'est totalement privé. Les rénovations de ces 20 dernières années ont permis d'apporter une harmonie architecturale aux abords et d'améliorer la liaison entre l'intérieur et l'extérieur de centre. Ce secteur est délimité par l'immense parking de Chamnord.

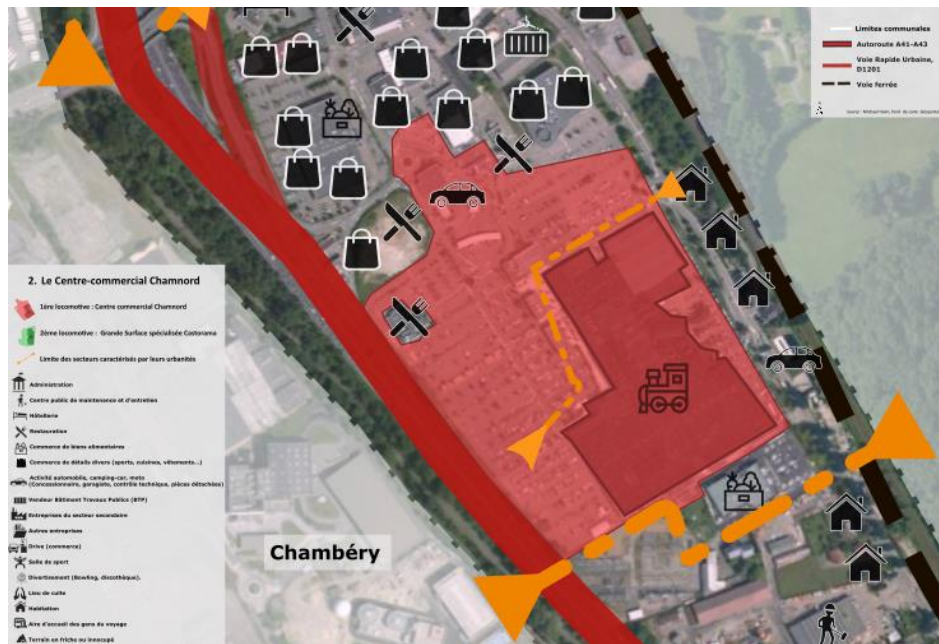


Figure 66 Plan de synthèse « Fonction et urbanité », secteur 2 : Le Centre commercial Chamnord.



Figure 68 Façade nord de Chamnord. Source : Michaël Haïm (2018)



Figure 67 Rue « à proximité l'entrée de Chamnord. Source : Michaël Haïm (2018)

### 3.3 Secteur 3 : Les Landiers sud : Le cœur de la zone commerciale.

Ce troisième secteur est occupé par des parkings et des « boîtes ». On rencontre les grandes enseignes nationales alimentaires ou de détail comme Boulanger, La Vie Claire, Intersport, SFR... Le piéton peut se déplacer facilement grâce aux nombreux aménagements prévus à cet effet. Le secteur est circonscrit au nord par la Rue du Nant Bruyant qui est la principale entrée de la zone commerciale depuis la VRU. Cet accès est entouré de deux hôtels apercevables depuis la voie rapide. Le siège de Grand Chambéry se situe dans la partie nord-est de cette zone. On retrouve aussi plusieurs habitations aux abords de cette périphérie commerciale.

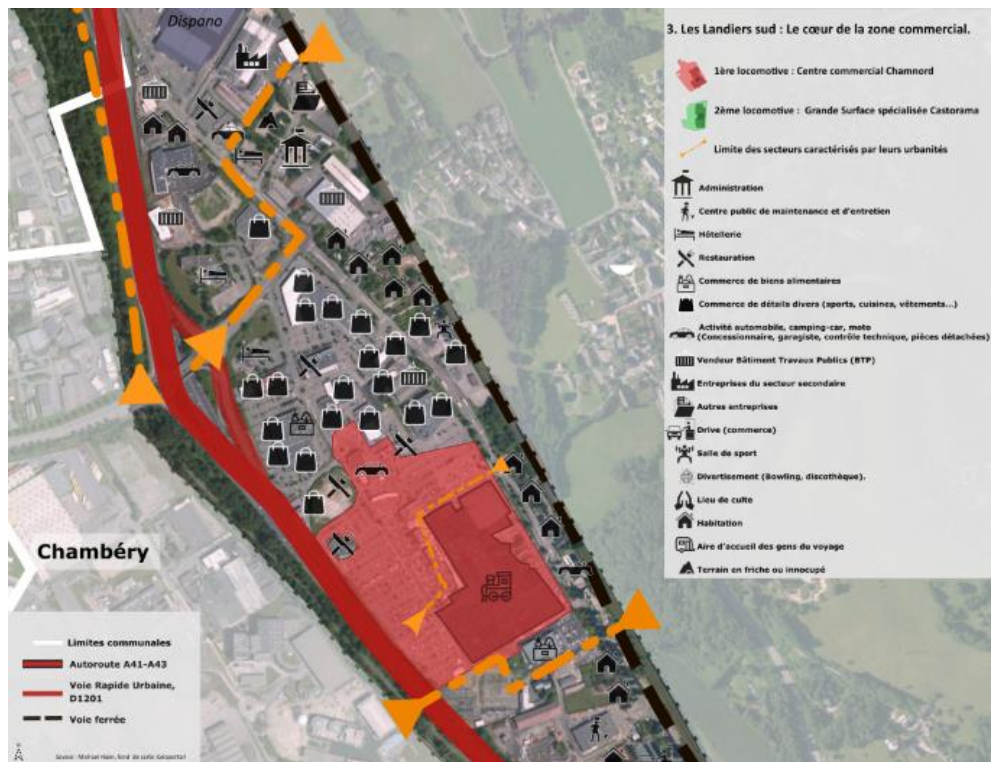


Figure 69 Plan de synthèse « Fonction et urbanité », secteur 3 : Les Landiers sud : Le cœur de la zone commerciale. Michaël Haïm (2018)



Figure 70 Passage piéton dans la zone commerciale. Source : Michaël Haïm (2018)



Figure 71 Passage piéton interrompu. Source : Michaël Haïm (2018)

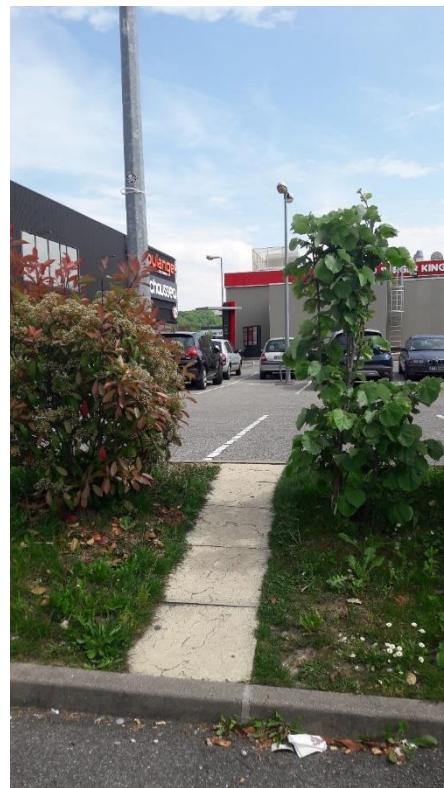


Figure 72 Petit raccourci pour les piétons dans la zone commerciale. Source : Michaël Haïm (2018)

### 3.4 Secteur 4 : Les Landiers centre : La zone artisanale en cours de mutation.

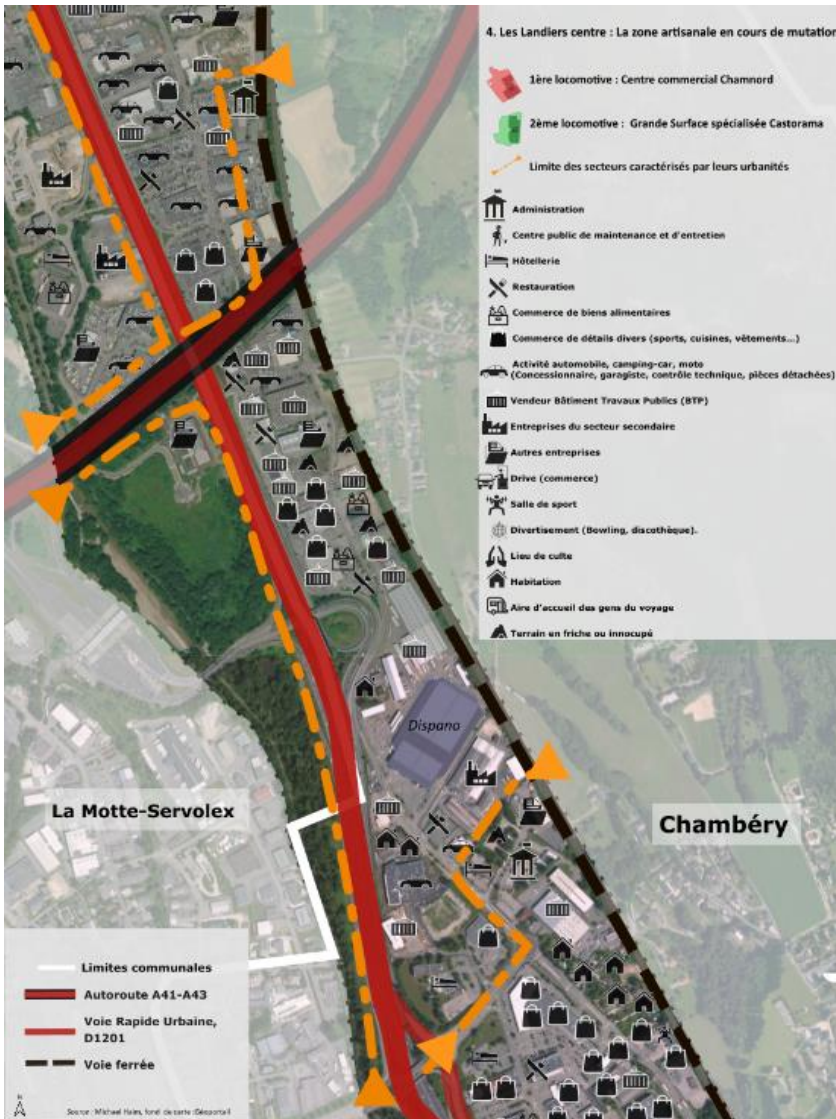


Figure 73 Plan de synthèse « Fonction et urbanité », secteur 4 : Les Landiers centre : La zone artisanale en cours de mutation. Michaël Haïm (2018)

Le secteur suivant est un corridor très exigu coincé entre la VRU et la voie ferrée. L'artisanat et le secteur du BTP représentent la grande majorité de l'activité économique. D'autres enseignes viennent s'installer comme des surfaces discount, des restaurants ou encore un magasin de déguisement. Le déplacement pour le piéton est très difficile : la taille des trottoirs se rétrécit et il est envahi par la végétation. Ces aspects sont renforcés par le sentiment d'écrasement lié aux infrastructures routières comme les panneaux et le pont autoroutier. La vitesse des véhicules accentue cette ambiance d'insécurité. Il existe des « îlots d'urbanité » autour des surfaces commerciales pour que le client puisse aller de la voiture à l'entrée du magasin. Par ailleurs, ce secteur paraît à certains endroits abandonné, cela est dû aux nombreuses friches et au manque d'entretiens des locaux artisanaux. Leurs utilités sont simplement fonctionnelles.

Figure 74 Différentes grandes surfaces aux Landiers centre. Michaël Haïm (2018)





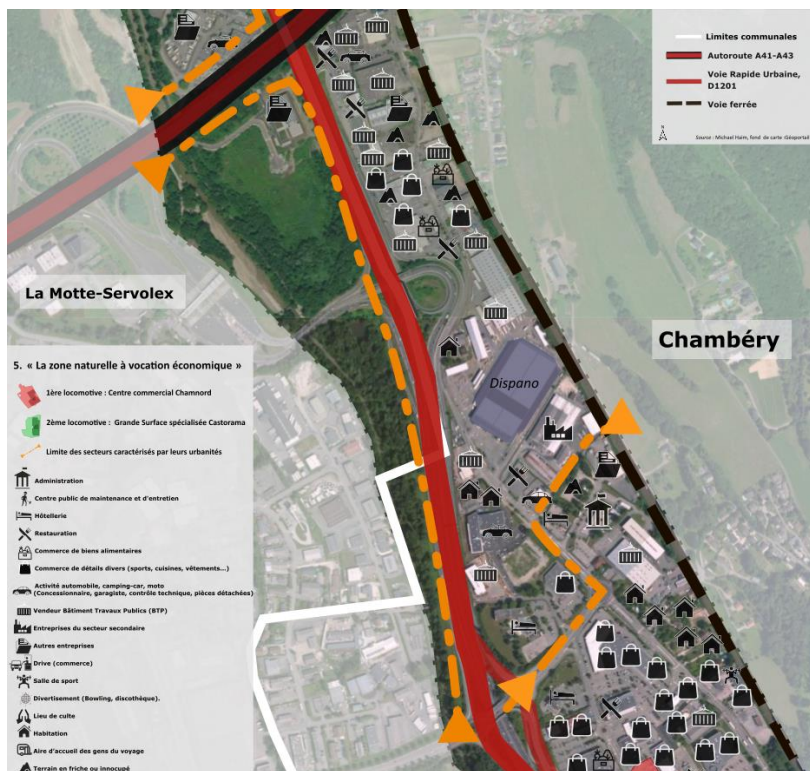
Figure 75 Passage en dessous le pont autoroutier. Michaël Haïm (2018)



Figure 76 L'Avenue des Landiers à proximité de l'échangeur autoroutier A41-A43. Le piéton est comme écrasé par les infrastructures routières. Michaël Haïm (2018)

### 3.5 Secteur 5 « La zone naturelle à vocation économique »

Ce secteur situé entièrement sur le territoire de la Motte-Servolex dispose de très peu d'accès avec le reste de la zone commerciale : il n'y a que deux ponts. Quant à l'ouest du secteur, il est bordé



par la zone industrielle de l'Erier. Il contraste considérablement avec le reste de la zone économique des Landiers puisque son urbanisation est limitée à l'entreprise Weishaupt au nord-est, l'autre partie de ce secteur est dédié à la zone humide des Epinettes<sup>65</sup>. Elle est parcourue par la voie verte qui va de Chambéry au Lac du Bourget, cette piste cyclable est située sur le long de la Leysse. Malgré la proximité de la zone commerciale et des infrastructures routières et autoroutières, ce secteur libère une ambiance de sérénité et de tranquillité. Cet apparence est confortée par le travail des

Figure 77 Plan de synthèse « Fonction et urbanité », Secteur 5 « La zone naturelle à vocation économique » Michaël Haïm (2018)

<sup>65</sup> MADELON, Jean-Claude. « Zone humide des Epinettes ». In : FRAPNA [En ligne]. 2013. Disponible sur : < <http://www.frapna-savoie.org/index.php/nos-actions/eau-et-milieux-aquatiques/142-zone-humide-des-epinettes> > (consulté le 7 septembre 2018)

paysagistes lors de la restauration de la Leysse conduit par Grand Chambéry entre 2016 et 2017.<sup>66</sup> Ses aménagements permettent de diminuer les risques d'inondations en cas de crue et d'améliorer les écosystèmes pour favoriser la biodiversité.



Figure 79 Voie verte au bord de la Leysse. Michaël Haïm (2018)



Figure 78 La nouvelle entreprise Weishaupt construite en 2016. Michaël Haïm (2018)

### 3.6 Secteur 6 : Les Landiers nord-ouest : Le « royaume » de l'automobile.

Ce secteur plus récemment urbanisé est entièrement enclavé par la VRU à l'Est et la Leysse à l'Ouest. Une large portion de la zone est attribuée au concessionnaire multimarques Jean Lain



Automobile, chaque garage de voiture est tourné vers la voie rapide. On trouve aussi d'autres secteurs : de l'industrie avec deux usines de béton et ciment. Enfin, il y a un supermarché au sud-ouest du secteur proche de l'entrée.

Figure 80 Plan de synthèse « Fonction et urbanité », Secteur 6 : Les Landiers nord-ouest : Le « royaume » de l'automobile.

<sup>66</sup> « La restauration de la Leysse ». In : *Grand Chambéry.fr* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.grandchambery.fr/46-la-reconquete-des-berges-de-la-leysse.htm> > (consulté le 7 septembre 2018)





Figure 81 Le concessionnaire Jean Lan Automobile. Source : Jean Lan Automobile.  
(<https://www.jeanlain.com/fr/accueil/tout-l-univers/jean-lain-automobiles/actualites/actualite/59e9b3258ce6447c12887b1e/vw---travaux-chambery> )

### 3.7 Secteur 7 : Les Landiers-nord : La deuxième zone commerciale.

Ce secteur est très similaire au secteur 3 « Les Landiers sud : Le cœur de la zone commerciale. », elle se différencie par sa locomotive qui est une grande surface spécialisée en bricolage, Castorama. Les autres enseignes autour sont très diverses : on croise des concessionnaires automobiles, des entreprises automobiles ou encore des vendeurs de cuisines. Certains grands noms se glissent parmi eux comme Decathlon, Conforama ou But. Le piéton retrouve des trottoirs assez larges, il peut plus facilement se déplacer même si cela reste difficile entre deux grandes surfaces. Les concessionnaires automobiles se servent souvent des trottoirs pour exposer leurs voitures. Plus étonnant, on trouve des petits espaces verts avec des tables de pique-niques à proximité de Castorama (voir chapitre « Nature et paysage »).



Figure 82 Plan de synthèse « Fonction et urbanité », Secteur 7 : Les Landiers-nord : La deuxième zone commerciale. Michaël Haïm (2018)



Figure 84 On retrouve une ambiance plus urbaine dans les Landiers Nord, des dispositifs ont été mis en place pour ralentir les voitures.



Figure 83 Rue de Borolan. Les voitures des concessionnaires automobiles débordent sur le trottoir.

### 3.8 Secteur 8 : La zone économique de Voglans.

Ce secteur est le fruit d'une urbanisation plus récente mise en œuvre par la municipalité de Voglans. La limite entre les deux secteurs reste très progressive par rapport à la frontière administrative entre les communes et les deux communautés d'agglomération. On commence à s'apercevoir d'une différence quand on quitte les grandes surfaces avec leurs vastes parkings, à partir de ce moment « les boîtes » sont plus petites et se rapprochent de la route. Le PAE des années 2000 a permis d'offrir un aménagement confortable pour le piéton, il bénéficie de larges trottoirs, où il peut se déplacer facilement. Les activités économiques sont très variées : on trouve des commerces de détails, un bowling, de la restauration et des entreprises tertiaires. Toutefois, on note la présence de

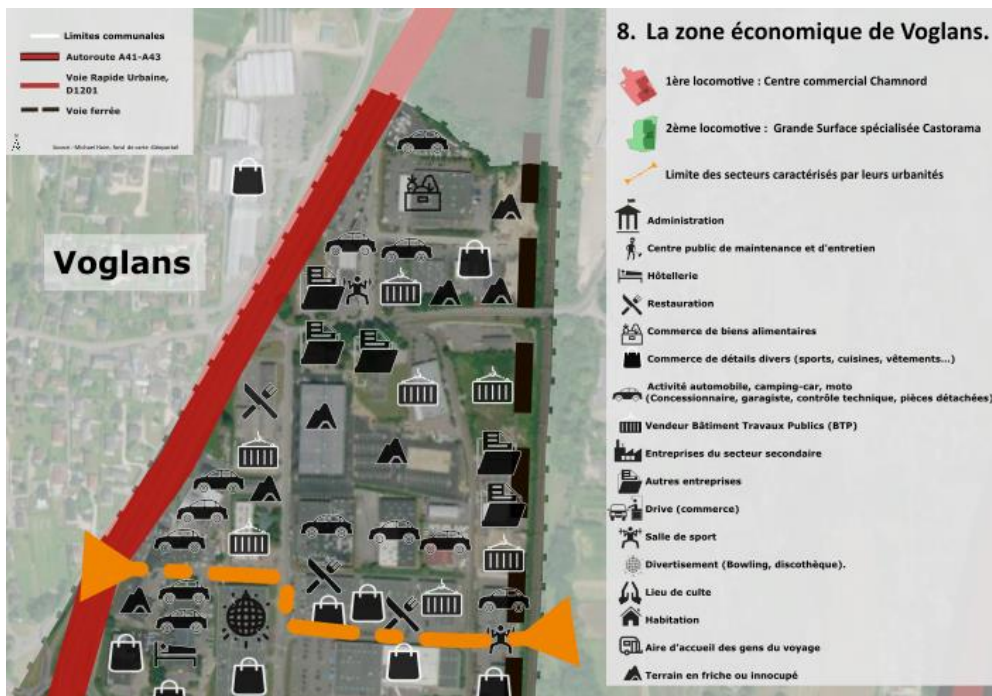


Figure 85 Plan de synthèse « Fonction et urbanité », Secteur 8 : La zone économique de Voglans. Michaël Haïm (2018)

nombreux locaux inoccupés et de friches. L'urbanisation de la zone commerciale des Landiers est stoppée au nord par la zone humide des Marais.



Figure 87 Chemins de Gas en direction de Bouvard. Trottoir large et confortable pour les piétons mais difficilement traversables. Michaël Haïm (2018)



Figure 86 Rue de la Françon avec son bar à bière en face d'une grande surface encore inoccupée. Michaël Haïm (2018)

A travers ce diagnostic, nous avons pu voir que malgré les présupposés, une zone commerciale comme celle des Landiers est très multifonctionnelle. On trouve bien entendu des commerces, des restaurants mais il y a aussi des maisons individuelles, des hôtels, des salles de sports, des administrations ou encore une discothèque. Il y a quelques années, on pouvait profiter d'une piscine et d'un cinéma. Cependant, les aménagements urbains n'ont jamais été pensés dans leurs ensembles. L'ancien aménageur de la SAS m'a déclaré que c'était plus facile de prévoir l'urbanisation de la zone quand il savait quelle grande surface allait s'installer. Chaque enseigne a ses exigences comme la taille.



Figure 88 Maisons au milieu de la zone commerciale des Landiers. Au sud du Secteur 4). Michaël Haïm (2018)

Cette démarche est radicalement opposée avec l'urbanisme qu'on trouve normalement en ville où c'est le commerçant qui doit se plier aux aménagements urbains. L'urbanité est aussi un souci des distributeurs comme me l'a expliqué le président du GIE. Toutefois ils ne réfléchissent qu'à leurs enseignes, car ce n'est pas intéressant pour eux si le client peut aller plus facilement chez le concurrent.

En définitive, la zone commerciale peut être assimilée à un immense hypermarché où le consommateur peut dénicher ses produits dans chaque rayon, ainsi on trouve tous les magasins de cuisine au même endroit, alors que plus loin, il y a par exemple toutes les entreprises de BTP. Les pouvoirs publics se doivent d'agir pour recréer une cohérence et une urbanité dans cette zone commerciale qui est en mutation constante.

## 4. Accessibilité et transports

Les déplacements sont un élément essentiel pour comprendre tous les enjeux de la zone des Landiers. Nous verrons tout d'abord sa desserte en transport en commun, puis son accessibilité à vélo et enfin sa situation concernant la circulation automobile.

#### 4.1 Des Transports en commun efficaces mais encore restreints par des frontières administratives.

La zone des Landiers est bien desservie en bus, sa desserte est assez simple depuis le centre-ville de Chambéry. Toutefois la difficulté de ce territoire, c'est qu'il est partagé entre deux communautés d'agglomération, donc la liaison entre les deux réseaux de bus n'est pas évidente. Par conséquent, il est encore impossible de traverser toute la zone commerciale en allant du nord à Voglans, jusqu'au sud à Chambéry. Nous allons voir brièvement ses différentes lignes.



Figure 89 Plan de la STAC centré sur la zone des Landiers.  
Mise en forme : Michaël Haïm

En premier lieu, il y a la ligne 3 qui part des Landiers Nord, à la frontière communale avec Voglans. Elle distribue après toute la zone des Landiers, puis traverse l'ouest de Chambéry en passant par le Carré Curial et termine dans le sud de l'agglomération à Saint-Baldoph. Cette ligne a la faculté de traverser presque toute la zone commerciale, toutefois elle est stoppée au nord par la limite administrative entre les deux communautés d'agglomération.

En deuxième lieu, il y a la ligne 4, laquelle traverse latéralement le nord de l'agglomération. Elle démarre au centre des Hauts-de-Chambéry, continue vers Chambéry-le-vieux, puis traverse rapidement les Landiers au niveau de Chamnord pour sortir par la Rue du Nant-Bruyant. Cette ligne achève son trajet au centre de la Motte-Servolet.

Enfin, on note la présence de la ligne 12 du réseau Ondéa (le réseau de l'agglomération Grand Lac). Cette ligne dite « de proximité » passe moins de sept fois par jour dans chaque sens. La ligne part de Villarcher à Voglans, dessert le nord des Landiers, rejoint le centre d'Aix-les-Bains et se termine au nord de cette ville.

Cette desserte pourrait être encore améliorée. Selon le président du GIE, la ligne A est saturée quand elle arrive à Chamnord car elle est déjà remplie à Technolac par tous les étudiants et salariés qui reviennent à Chambéry. Le président souhaiterait qu'une ligne vienne du centre-ville et desserve que la zone des Landiers pour faciliter l'arrivée de la clientèle. A noter, que toute la zone commerciale du côté de la Motte-Sevalex n'est pas desservie en bus.

#### 4.2 Un équipement cyclable existant mais limité.

Contrairement à d'autres périphéries commerciales, la zone des Landiers bénéficie de sa proximité avec le centre-ville de Chambéry, ce qui peut favoriser la pratique du vélo. De plus, la municipalité est assez engagée sur cette question, le « baromètre des villes cyclable de 2017 » a attribué la deuxième place à la préfecture de la Savoie dans la catégorie des villes entre 50 000 et 100 000 habitants.<sup>67</sup> Les Landiers n'échappent pas à cet engouement : on observe la présence de nombreux cyclistes, malheureusement la présence de voies cyclables reste encore partielle. Il existe une piste cyclable qui vient de l'Avenue des Landiers et s'arrête brusquement au siège de Grand Chambéry. De l'autre côté de la VRU, il y a le principal axe cyclable de l'agglomération : la voie verte qui va de Chambéry au Lac du Bourget. Malgré le confort de cette voie, elle peine à distribuer la zone commerciale, on décèle plusieurs obstacles à passer tels que les échangeurs. Lors de l'entretien, le CGLE m'a indiqué que les lieux les plus simples à aménager pour le passage des vélos sont déjà réalisés. Il reste aujourd'hui à sécuriser le passage des grandes infrastructures routières comme les ponts et les ronds-points pour permettre à tous les publics de franchir ces obstacles (dont les familles). Cette démarche demande un investissement très important. En définitive, on peut dresser le même constat que pour les transports en commun : la plupart des aménagements s'arrête entre la rue du Nant-Bruyant et le siège de l'agglomération.



Figure 90 Plan des aménagements cyclables centrés sur la zone des Landiers. Source : Chambéry Métropole. Mis en forme par Michaël Haïm

<sup>67</sup> Fédération française des usagers de la bicyclette. « Baromètre des villes cyclables : les villes ont encore des efforts à faire (2017) ». In : *Parlons vélo !* [En ligne]. 2018. Disponible sur : < <https://www.parlons-velo.fr/barometre-villes-cyclables> > (consulté le 7 septembre 2018)

### 4.3 Un nœud routier très fréquenté mais désordonné.

Comme on l'a remarqué à de multiples reprises, la zone des Landiers est un nœud de communications. D'une part avec les autoroutes A41 et A43 pour aller respectivement en direction d'Annecy, de Genève et de Lyon. Et d'autre part, il y a l'axe nord-sud qui permet de rejoindre Grenoble, Turin, Albertville ainsi que toutes les stations de ski savoyardes dans les vallées de Tarentaise et de Maurienne. Dans un contexte plus local, la VRU sert à relier Aix-les-Bains et Chambéry. Par conséquent, on peut s'apercevoir du nombre de clients potentiels dont bénéficie la zone commerciale des Landiers même si la plupart des voitures ne s'arrêtent pas.

Cette zone économique est aussi desservie par son réseau interne. Au préalable, on repère qu'un seul axe traverse toute la zone commerciale : il commence par l'Avenue des Landiers qui vient de Chambéry. Elle change à posteriori de nom au niveau du croisement pour le hameau des Carré. L'Avenue devient la Rue Belle-eau, puis respectivement l'Avenue De Villarcher, Rue de la Françon et Rue de la Dent du Chat. La route mène ensuite au centre de Voglans. Ce changement fréquent de toponymie traduit le manque de cohérence dans l'aménagement des Landiers pour avoir un axe central bien défini. Le reste du réseau viaire de la zone économique est composé d'embranchements pour accéder à la VRU ou aux hameaux alentours ainsi que des impasses conduisant aux grandes surfaces.

L'efficacité et l'adaptation de ce réseau autoroutier sont toujours remis en question. Ses axes sont vitaux pour l'économie chambérienne, et à plus grande échelle pour le pays. Car ils permettent de communiquer avec l'Italie ainsi que le reste de l'Europe. On observe depuis plusieurs années une augmentation du trafic automobile. La VRU va donc être restructurée pour fluidifier la circulation avec les autoroutes A41 et A43. Une enquête publique a eu lieu entre le 27 juin et le 10 août 2018.

Les modifications apportées sont :

- « - la création d'une bretelle vers Annecy sur l'A41 depuis la VRU Sud et la création d'une bande d'arrêt d'urgence le long de la voie réservée aux véhicules lents ;
- le réaménagement de la plate-forme de péage ;
- la suppression du parking central et l'aménagement d'un parking de covoiturage ;
- la modification des accès à la ZA des Landiers ;
- la modification de la bretelle vers l'autoroute depuis la VRU Nord, avec création d'un nouvel ouvrage sur la Leysse ;
- la création d'un nouvel ouvrage de franchissement de la Leysse de l'autoroute vers la VRU Sud ;
- la création d'une quatrième voie sur la VRU Sud et la reprise de la bretelle depuis la VRU Sud vers l'autoroute ;
- la modification de l'insertion depuis le péage sur l'A43 vers Lyon. »<sup>68</sup>

<sup>68</sup> Selon l'avis d'enquête public organisé par l'Etat du 27 juin au 10 août. (Cf : <http://www.savoie.gouv.fr/Publications/Enquetes-publiques/Reamenagement-du-noeud-autoroutier-de-Chambery>) « Projet de réaménagement du nœud autoroutier de Chambéry Déclaration d'Utilité Publique -



Figure 2 : Projet de réaménagement du nœud autoroutier de Chambéry (Source Egis, novembre 2017)

Figure 91 Projet de réaménagement autoroutier de Chambéry. Source : Dossier d'enquête publique préalable à la DUP et MECDU.

En définitive, l'accessibilité de la zone des Landiers est très inégale pour tous les modes de transport. Les déplacements à vélo et en bus sont simples à réaliser jusqu'à la Rue du Nant Bruyant. Les trajets deviennent ensuite plus compliqués et moins perceptibles. Les infrastructures routières sont le principal facteur de la zone commerciale, mais représentent aussi son plus gros défaut : leurs larges étendues sont très importantes et la VRU est régulièrement saturée au niveau des échangeurs. La circulation interne n'est pas plus simple compte tenu des nombreuses impasses. A travers cette analyse, on constate que ce territoire a un fort potentiel pour développer une alternative face à la voiture.

MECDU - Classement de voirie ». In : *Registre dématérialisé des enquêtes publiques* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.registre-dematerialise.fr/777> > (consulté le 7 septembre 2018)

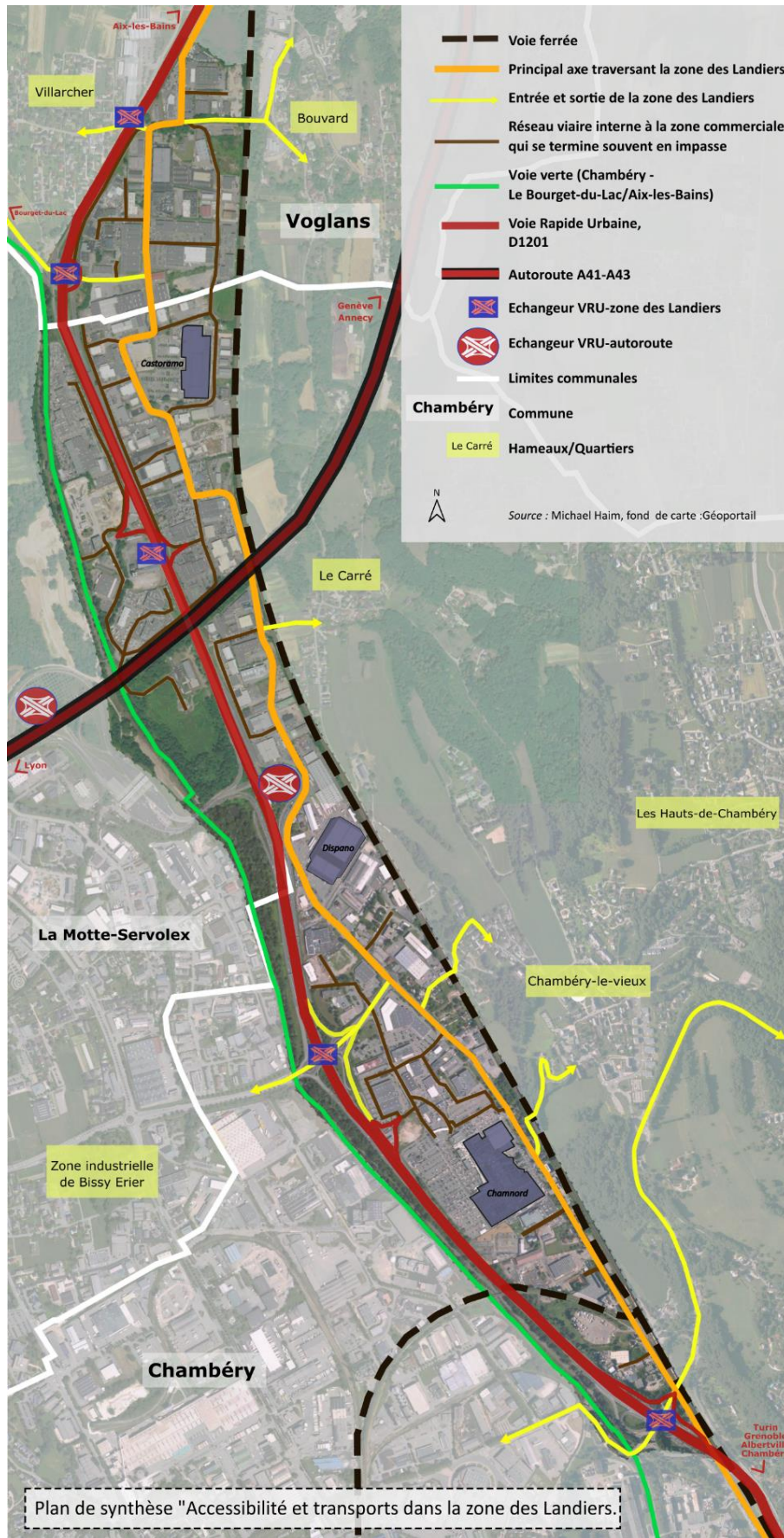


Figure 92 Plan de synthèse « Accessibilité et transport » dans la zone des Landiers.



## 5. Foncier et acteurs

La zone des Landiers est caractérisée par un jeu complexe des acteurs. Nous verrons d'abord les acteurs publics (l'Etat et les collectivités locales), puis les acteurs privés (commerçants, usagers, et habitants)

### 5.1 L'Etat :

L'Etat possède encore quelques parcelles dans la zone économique. Cette situation est probablement due à l'aménagement successif de la VRU et de l'autoroute dans les années 1970. Ce foncier se situe à proximité de ses deux axes. Il ne joue plus un rôle central pour l'aménagement des Landiers. Sa fonction se limite à la gestion de la VRU et à l'accessibilité de Chambéry et des Alpes du Nord. De plus, la société AREA possède la concession de l'Autoroute A41, cette société appartient à APPR qui est elle-même une filiale du groupe Eiffage. Comme nous l'avons vu, l'AREA et l'Etat mènent conjointement le projet « de réaménagement du nœud autoroutier de Chambéry ». Par ailleurs, une administration déconcentrée est localisée dans les Landiers Nord : c'est la DREAL Auvergne Rhône-Alpes (Direction Régionale de l'Environnement de l'Aménagement et du Logement).

Comme nous l'avons vu précédemment, la zone des Landiers concentre toutes les infrastructures qui passent dans les Alpes du Nord, on retrouve donc la SNCF qui possède et gère le chemin de fer et le poste électrique de Bissy qui appartient à RTE. Ce sont des grandes entreprises privées dont le capital est détenu en majorité par l'Etat.

### 5.2 Les collectivités locales :

Il y a tout d'abord le département, son action est restreinte à l'entretien des routes départementales comme l'Avenue des Landiers (D10). D'autre part, le conseil départemental a son centre de maintenance dans l'extrémité sud de la zone des Landiers. Il est partagé avec la DIR (Direction Interdépartementale des Routes), un service de l'Etat.

Ce territoire est partagé entre trois communes qui sont dans deux communautés d'agglomérations différentes : il y a tout d'abord Chambéry et la Motte-Servolex qui appartiennent au Grand Chambéry alors que Voglans fait partie de l'EPCI Grand Lac (l'agglomération d'Aix-les-Bains). Ce qui explique en partie pourquoi l'urbanisation de la zone économique s'est faite indépendamment dans chaque commune sans cohérence réelle grâce à des SEM (Société d'Economie Mixte) comme la SAS. Cette dernière détient encore « le secteur sud de la ZAC des Landiers Ouest » en attendant la fin de son aménagement. Il y a aussi l'EPFL de la Savoie (Etablissement Public Foncier Local) qui achète des terrains pour le compte des collectivités locales en assurant le portage jusqu'à ce qu'elles concrétisent leurs projets.

Le siège de Grand Chambéry se trouve notamment au centre de la zone des Landiers.

Les deux communautés d'agglomérations ont décidé de s'unir en 2017 pour favoriser la compétitivité du territoire, elles ont donc créé un syndicat mixte qui possède la compétence économie, c'est le CGLE (Chambéry grand lac économie). Son siège se situe sur le campus de Technolac au Bourget-du-Lac. Ce syndicat ne possède pas vraiment de stratégie globale sur cette zone économique<sup>69</sup>, il aide juste certaines enseignes à s'installer. Le travail du CGLE se concentre surtout

<sup>69</sup> D'après les explications que j'ai pu avoir lors des entretiens avec le CGLE

sur l'aménagement et le développement de nouvelles zones d'activité comme Cassine ou Technolac. Le CGLE envisageait de réaliser une étude sur les Landiers, mais il attendait le réaménagement du nœud autoroutier par l'AREA et l'avancement du projet Lyon-Turin.

Enfin, il faut mentionner le réseau de bus urbain (la STAC) est organisé par la communauté d'Agglomération Grand Chambéry.

### 5.3 Les commerçants :

On peut distinguer deux grandes catégories : les bailleurs et les vendeurs. Dans certains cas le distributeur est propriétaire de sa surface commerciale.

Le bailleur poursuit une stratégie assez différente du commerçant, le loyer n'est pas indexé suivant le chiffre d'affaires du commerçant mais sur l'emplacement de l'entreprise. Cela génère un renouvellement commercial important.

La première locomotive de la zone, Chamnord est gérée par un GIE (Groupement d'Intérêt Economique), les membres sont les différentes enseignes du centre commercial dont le principal est l'hypermarché Carrefour. Elles élisent ensuite un président qui les représentent. Il y a actuellement 85 adhérents et son chiffre d'affaires s'élève à 265 millions d'euros. Ce centre commercial régional a une surface de 25 000m<sup>2</sup> et s'étend sur un terrain de 100 000m<sup>2</sup>. Selon son président, cette forme de gestion est devenue rare en France pour un centre commercial. Cet organisme a beaucoup d'influence depuis la création de la zone des Landiers. Face à cette importance, d'autres entreprises ont décidé de constituer leurs propres associations pour que leurs voix soient plus facilement entendues. C'est actuellement la directrice du Mc Donald's qui dirige l'Association Cap Landiers Chamnord.

De la même sorte que nous l'avons vue dans la première partie, la concurrence est exacerbée entre les grandes surfaces commerciales. Elle s'exerce principalement sous deux formes : il y a tout d'abord une concurrence entre les magasins dans la zone des Landiers (même s'il existe une complémentarité) mais aussi entre les autres zones commerciales de l'agglomération chambérienne car elles appartiennent toutes à la même zone de chalandise. Parmi celles-ci, on trouve la zone commerciale à Bassens et la Ravoire. Il y a notamment un autre hypermarché Carrefour.

La deuxième forme de concurrence est plus opaque pour le grand public. Elle concerne la compétition qui peut exister entre deux franchises qui sont pourtant sous la même enseigne. La petite entreprise cherche avant tout son expansion et ne suit pas forcément la stratégie du grand groupe dont elle ne porte que le nom. Il y a donc de la concurrence entre les différentes franchises.

Enfin, il faut noter la présence de deux entreprises qui détiennent une emprise foncière de grande taille : la société Distribution Matériaux Bois Panneaux (Dispano) et le groupe Jean Lain qui occupe toute la partie ouest de la zone commerciale. Ce concessionnaire possède un rôle prépondérant dans l'économie savoyarde et au-delà.

### 5.4 Les usagers :

Mon travail ne s'était pas orienté sur les usagers et leurs pratiques. Mais on peut en discerner trois types : ceux qui ne font que passer par la zone commerciale, ce sont principalement les habitants de l'agglomération chambérienne qui effectuent des trajets pendulaires et les touristes qui circulent en direction des stations de sport d'hiver ou de l'Italie.

Le deuxième type d'utilisateur, c'est le consommateur. D'après le président du GIE, Chamnord a une envergure régionale, sa zone de chalandise s'étend sur trois départements : la Savoie, l'Isère

jusqu'à Pontcharra, et dans l'Ain avec l'agglomération de Belley. Chamnord souhaite être connu en Europe grâce aux flux importants de touristes qui passent sur la voie rapide en hiver. Ce centre commercial ne souhaite pas devenir un Retail Park comme on peut trouver dorénavant en périphérie. Selon leur dirigeant, ses grandes surfaces ont besoin de proposer une véritable expérience liée aux loisirs car ils sont excentrés. Chamnord préfère rester la grande surface de proximité avec l'agglomération chambérienne et continuer d'être un véritable lieu de vie en organisant des expositions et des animations.<sup>70</sup> Enfin il y a tous les salariés et indépendants qui travaillent sur la zone économique des Landiers.

### 5.5 Les habitants :

On trouve de l'habitat individuel dans la partie sud des Landiers, certaines maisons ou lotissements étaient présents avant l'arrivée des entreprises. Ce sont parfois des artisans qui ont construit leurs logements à côté de leurs établissements. Ces maisons tendent aujourd'hui à disparaître au profit de la création de nouvelles surfaces commerciales ou de l'agrandissement des parkings. L'habitat n'est plus qu'un élément isolé dans la zone commerciale. En revanche on rencontre de l'habitat rural et des nouveaux lotissements pavillonnaires sur la frange des Landiers, du côté de Chambéry-le-vieux et d'autres hameaux en se dirigeant vers Voglans. La voie ferrée n'est pas qu'une frontière liée à une infrastructure, à en croire le CGLE, c'est aussi une barrière sociale. Les habitants ne veulent pas être intégrés à la zone commerciale, pour eux c'est un autre emplacement qui renvoie une image très différente de leurs villages. De plus, leurs isolations en desserte routière sont désirées pour grader une tranquillité, ils craignent que leurs routes existantes soient encombrées de voitures qui rejoignent la zone les Landiers.

Malgré son rôle stratégique dans l'agglomération, aucun acteur public ou privé domine la zone. Contrairement au centre-ville, il n'existe pas un acteur assez légitime pour porter un projet global. Les pouvoirs publics s'inscrivent dans une dynamique de limiter les contraintes sur les entreprises pour favoriser l'emploi et l'implantation de nouvelles enseignes. Ce libéralisme économique se fait au détriment de l'aménagement du territoire. Pourtant il est possible d'améliorer l'urbanisme de la zone des Landiers tout en restant compétitif. Cet effort peut même être un argument pour renforcer son attractivité. La carte foncière ci-dessus met en évidence des possibilités d'actions foncières permettant de faire évoluer la zone.

---

<sup>70</sup> Le président du GIE m'a fait part pendant l'entretien du positionnement souhaité de Chamnord.

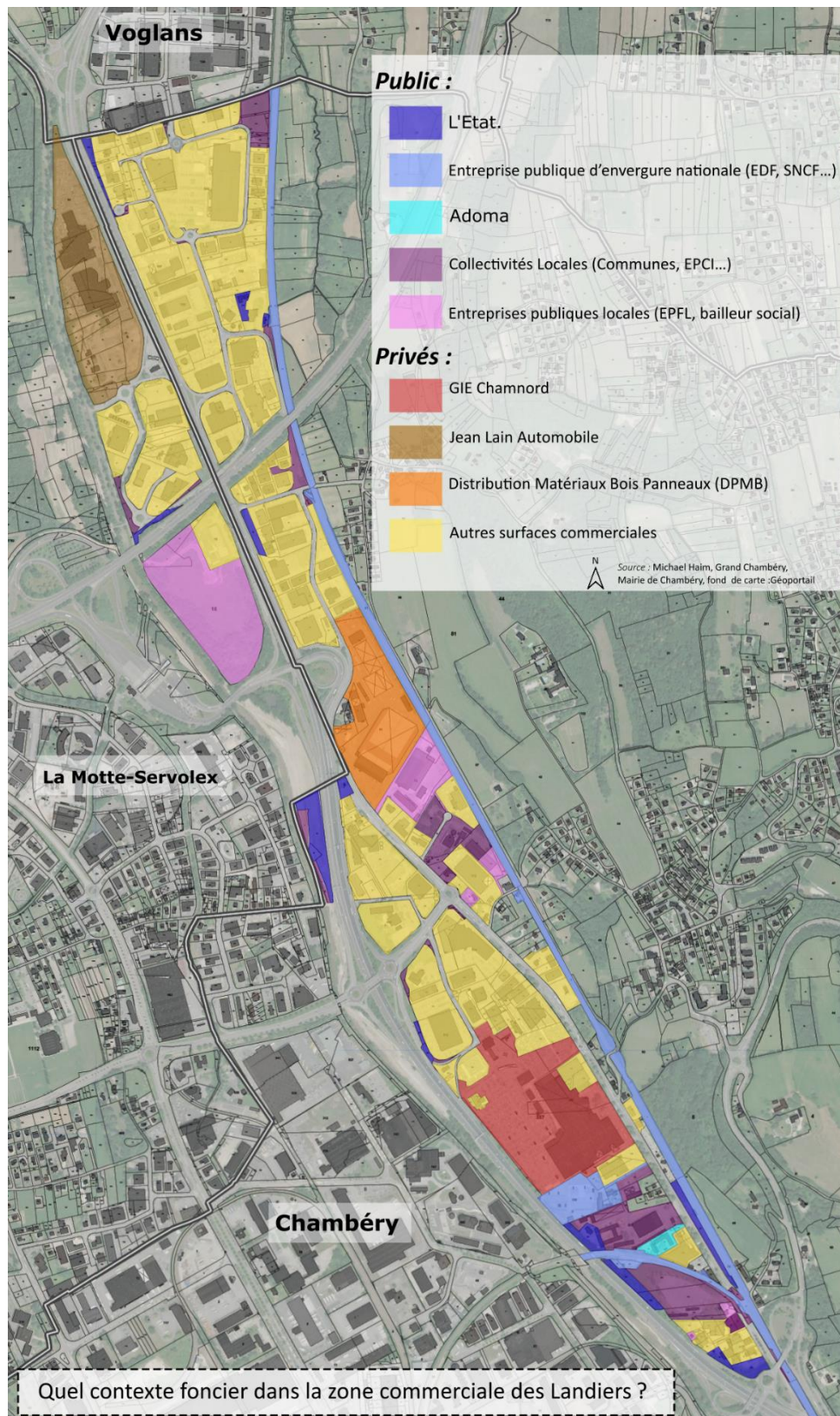


Figure 93 Quel contexte foncier dans la zone commerciale des Landiers ?

## C. Quelles planifications pour ce territoire ?

Malgré la désorganisation perceptible de la zone des Landiers, elle est depuis ses débuts l'objet d'une politique d'aménagement du territoire. La planification urbaine a une longue histoire sur le territoire chambérien, le premier SDAU date de 1977, il ne couvrait à l'époque que Chambéry et sa banlieue. Nous commencerons par un détour il y a 40ans pour mieux comprendre dans quel contexte que la zone des Landiers a été créée. Puis nous verrons quelle est sa planification actuelle avec le SCOT et le PLU. Enfin, on saisira les futures stratégies pour faire évoluer cette zone commerciale à travers le concours d'idée.

### 1. La création des Landiers : la planification des années 1970.

La création de la zone économique des Landiers est une initiative aussi bien publique que privée. Par conséquent, la planification a joué un grand rôle, comme nous l'avons déjà évoqué. Lors de sa création dans les années 1970, le mouvement moderne était encore pratiqué avec tous ses principes, à l'instar du zonage. Les urbanistes de l'époque ont donc réfléchi à l'expansion de la capitale savoyarde pour s'adapter au développement économique et démographique des trente glorieuses. Ils ont ainsi créé de nouveaux quartiers : l'opération la plus importante était la ZUP<sup>71</sup> des Hauts-de-Chambéry, elle était entièrement dédiée à l'habitat. La zone industrielle de Bissy, puis la future zone des Landiers<sup>72</sup> devait être destinée au travail et à l'économie. Enfin, un pôle moderne pour s'approvisionner a été établi : c'est le centre commercial Chamnord.

Cette « zone de service » se situe idéalement placée entre le lieu de travail et les nouveaux logements construits dans la ZUP. L'Avenue Pierre Mendès-France facilite la communication entre ses zones en voiture.

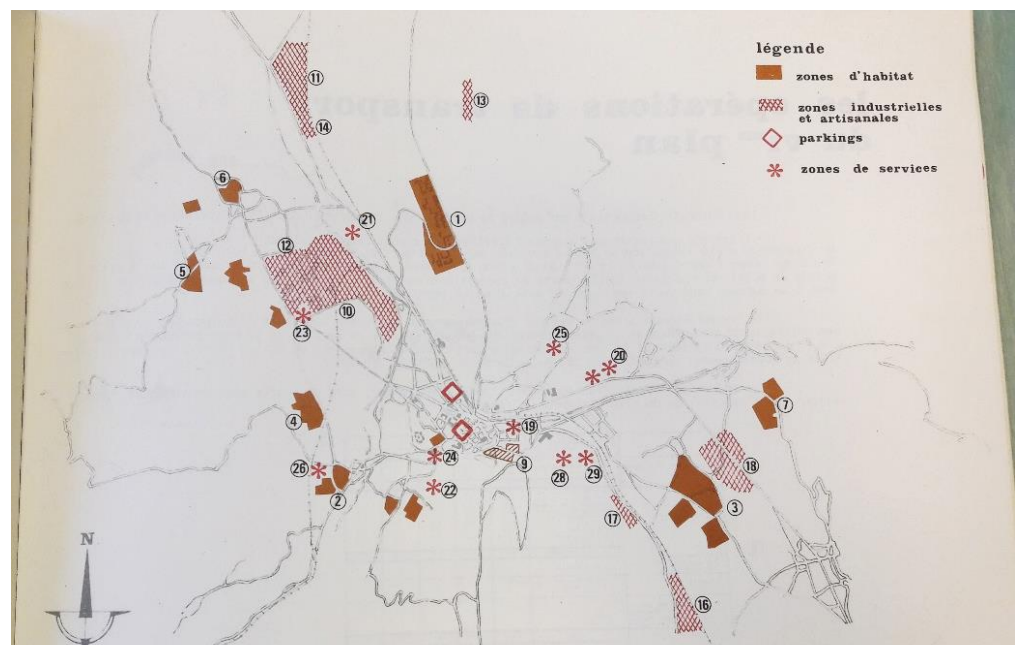


Figure 94 Programmation des opérations de voirie et de transport en milieu urbain, 7ème plan. (1975-1980)

<sup>71</sup> ZUP : Zone à Urbaniser en Priorité : ce sont aujourd'hui les ZAC (Zone d'Aménagement Concerté)

<sup>72</sup> L'aménagement des premières ZAC de la zone économique des Landiers a débuté peu après celle de Bissy. (Voir le diagnostic et le chapitre sur l'histoire.)

## 2. Une planification à grande échelle : le SCOT

Le SCOT (Schéma de Cohérence Territoriale) est un outil supplémentaire de planification à grande échelle. Métropole Savoie s'étend sur trois EPCI : la communauté de commune Cœur de Savoie (Montmélian) et les communautés d'agglomérations Grand Chambéry et Grand Lac (Aix-les-Bains), il a été approuvé en 2005. Les plans locaux d'urbanisme doivent être ensuite compatibles avec le SCOT. Contrairement aux anciens documents d'urbanisme comme le SDAU, le SCOT doit promouvoir un urbanisme multifonctionnel. C'est un de ses fondements lors de sa création en 2000 avec la loi SRU (Solidarité et Renouvellement Urbain). Depuis 2013, ce document d'urbanisme comprend un DAC (Document d'Aménagement Commercial) qui régit l'implantation de nouvelles surfaces commerciales sur tout le bassin de vie.

Le DAC repose sur 4 axes :

- « Axe 1 : favoriser le maintien et l'implantation de commerces dans les bourgs, villages, villes et quartiers »
- « Axe 2 : optimiser et renforcer le maillage du territoire »
- « Axe 3 : limiter la consommation de foncier »
- « Axe 4 : qualifier les zones commerciales et les entrées de ville et d'agglomération »<sup>73</sup>

NOM	DEFINITION	OBJECTIF
Centralité du quotidien principale	Socle fonctionnel et lieu de vie quotidien de la commune, qui accueille une mixité des fonctions urbaines (habitat, équipements et services publics principaux, activités mixtes et notamment commerciales). Cette ZACom située en « centralité historique » est fréquentée par les habitants de l'ensemble de la commune, voire au-delà pour les cas spécifiques des deux villes centre de Chambéry et d'Aix-les-Bains. Elle accueille tous types de commerces, quel que soit leur format.	Développement prioritaire : conforter, dynamiser
Centralité du quotidien de quartier	Centre de vie des quartiers, qui accueille des équipements et services publics et des activités mixtes, dont des commerces répondant aux besoins quotidiens des habitants du quartier. Elle accueille des commerces d'une surface de plancher inférieure à 400 m <sup>2</sup> ou d'une surface de vente inférieure à 300 m <sup>2</sup> (surface de plancher inférieure à 600 m <sup>2</sup> et surface de vente inférieure à 450 m <sup>2</sup> à Chambéry et Aix-les-Bains).	Desservir et dynamiser un quartier sans déséquilibrer le territoire
Centralité du quotidien en projet	Futures centralités commerciales, justifiées par des opérations ou projets d'aménagement et/ou aux sites de développement d'habitat identifiés au SCOT (pôles préférentiels à dominante habitat), répondant aux besoins quotidiens des futurs habitants du quartier. Elle accueille des commerces d'une surface de plancher inférieure à 400 m <sup>2</sup> ou d'une surface de vente inférieure à 300 m <sup>2</sup> .	Desservir commercialement un nouveau quartier sans déséquilibrer le territoire
Pôle de maillage territorial	Zone commerciale située dans des communes de 5 000 habitants ou moins, composée de commerces de 300 m <sup>2</sup> à 4 500 m <sup>2</sup> de surface de plancher (200 à 3 000 m <sup>2</sup> de surface de vente), qui répondent aux besoins de consommation courante des ménages résidant jusqu'à une dizaine de minutes en voiture (rayonnement intercommunal).	Développement maîtrisé
Pôle structurant	Zone commerciale située dans les agglomérations au contact de quartiers centraux ou périurbains, composée de commerces de 400 à 7 000 m <sup>2</sup> de surface de plancher (300 à 5 000 m <sup>2</sup> de surface de vente), qui répondent aux besoins de consommation hebdomadaires à mensuels des ménages de l'agglomération et des territoires voisins.	Modernisation, densification au sein de leur emprise actuelle
Pôle de destination commerciale majeure	Zone commerciale située dans les agglomérations au contact de quartiers centraux ou périurbains, qui concentre plus de 100 établissements de plus de 400 m <sup>2</sup> de surface de plancher (300 m <sup>2</sup> de surface de vente), enseignes nationales à forte notoriété et commerces rayonnants à l'échelle de Métropole Savoie.	Modernisation, densification au sein de leur emprise actuelle

Figure 95 Tableau des différents niveaux de pôles commerciaux du DAC. Source : SCOT Métropole Savoie.

<sup>73</sup> SCOT Métropole Savoie, *Document d'aménagement Commercial*. Approuvé le 14 décembre 2013, 37p URL : <http://www.metropole-savoie.com/wp-content/uploads/2016/01/Document%20d%27amm%C3%A9nagement%20commercial.pdf> Voir SCOT pages 108-111 SCOT Métropole Savoie, Approuvé le 21 juin 2005, 126p (Modification n°1 approuvée le 14 décembre 2013). URL : <http://www.metropole-savoie.com/wp-content/uploads/2016/01/Le-SCoT-en-vigueur-17122016.pdf>.

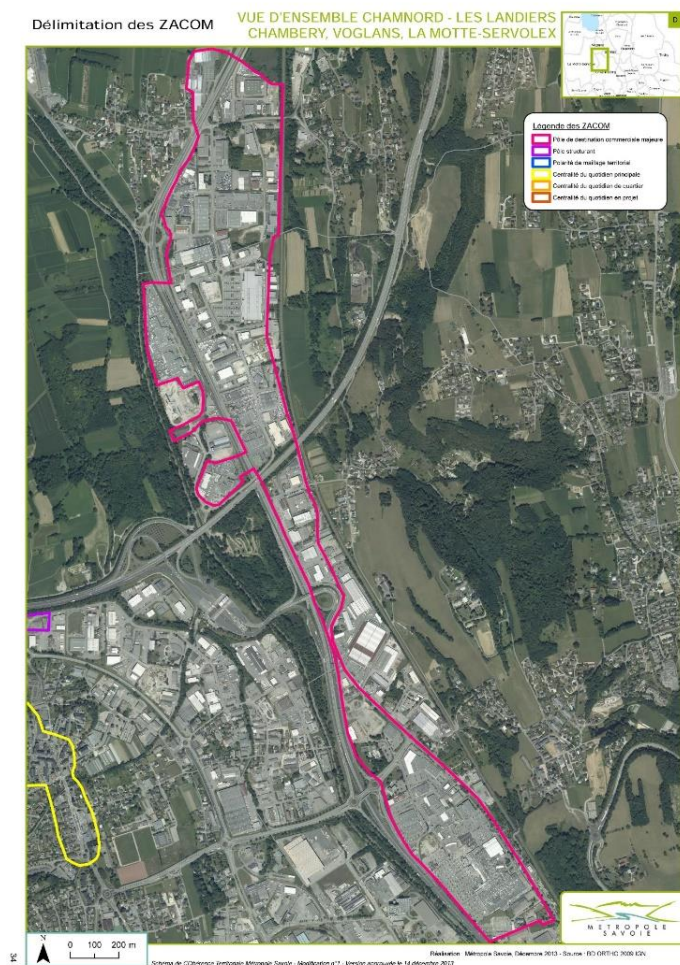


Figure 96 Le classement de la zone des Landiers selon le DAC. Source : SCOT Métropole Savoie.

Le DAC a créé six catégories pour favoriser l'implantation des entreprises suivant leurs surfaces commerciales. Cette politique doit permettre de remplir les objectifs mentionnés dans les trois axes. Toutefois, ce document réglementaire ne s'applique pas aux cinémas, aux garages automobiles, aux commerces de gros, aux stations essences et aux restaurants.

La zone des Landiers est classée comme « Pôle de destination commerciale majeure » (voir ZACom et tableau ci-dessous). Elle dispose du même classement que la zone du Ruban commercial à Bassens, Saint-Albens-Leyse et à la Ravoire. Son périmètre, c'est-à-dire sa ZACom (Zones d'Aménagement Commercial) ne couvre pas tout le territoire de la zone des Landiers. Celle-ci ne comprend pas la « La zone naturelle à vocation économique » (voir diagnostic) et une partie des Landiers centre qui est occupé par une usine et des entreprises de BTP. En revanche, la Zacom a rattaché la Jardinerie de Voglans à la zone commerciale.

D'après le CGLE, le DAC est vraiment efficace pour stopper la progression des surfaces commerciales sur des terrains destinés au secteur industriel ou artisanal. Auparavant des grandes surfaces prenaient la place d'entreprises du secteur secondaire comme dans la zone de Bissy ou des Landiers. Aujourd'hui l'implantation de nouvelles enseignes est limitée dans les zones commerciales déjà existantes. Toutefois, les différents échelons suivant la surface de vente reste complexe à mettre en place. Ils devraient évoluer dans le prochain SCOT qui est en révision depuis 2017.

### 3. La planification actuelle : le plan local d'urbanisme.

Nous allons nous intéresser plus spécifiquement au PLU de Chambéry, même si la zone des Landiers est aussi présente sur le territoire de Voglans et de la Motte-Servolex. Toute la zone commerciale est classée en « zone d'activité économique », ce secteur est abrégé sous les lettres « UE ». <sup>74</sup> Le règlement du PLU a créé une multitude de sous-secteurs pour préciser quelques règles et

<sup>74</sup> Ses renseignements sont relatifs au règlement du PLU de Chambéry. Il peut être consulté sur le site internet de Grand Chambéry : <https://www.grandchambery.fr/1550-documents-du-plu-en-vigueur.htm>

l'adapter aux particularités de certains terrains ou projets. Notre intérêt va se porter rapidement sur ces différents sous-secteurs : UE, UEb et UE2DC. Même si leurs règlements restent très similaires, ce sont surtout les destinations des sous-secteurs qui changent.

**UE** : C'est le secteur de base des « zones d'activités économiques ». Sa réglementation est très peu contraignante pour ne pas pénaliser les entreprises qui s'installent. Cette zone englobe toutes les installations artisanales et industrielles qu'on peut trouver le long de la voie de chemin de fer et dans les Landiers centre. Cependant les constructions à usage commercial sont interdites.

**UEb** : Cette zone est très ressemblante au sous-secteur UE, la seule différence, c'est qu'il peut accueillir des lieux de cultes. C'est notamment le cas avec la mosquée dans l'extrême sud des Landiers.

**UE2DC** : Cette zone est localisée dans les Landiers nord et les Landiers Sud, c'est dans ce secteur qu'on retrouve les grandes enseignes nationales avec leurs deux grandes locomotives : Chamnord et Castorama. Cet espace couvre une grande partie du « Pôle de destination commerciale majeure » défini dans le SCOT.

A noter qu'une zone naturelle « **Nc**e » traverse toute la zone commerciale, ce secteur inconstructible se situe autour du cours d'eau de la Leysse.

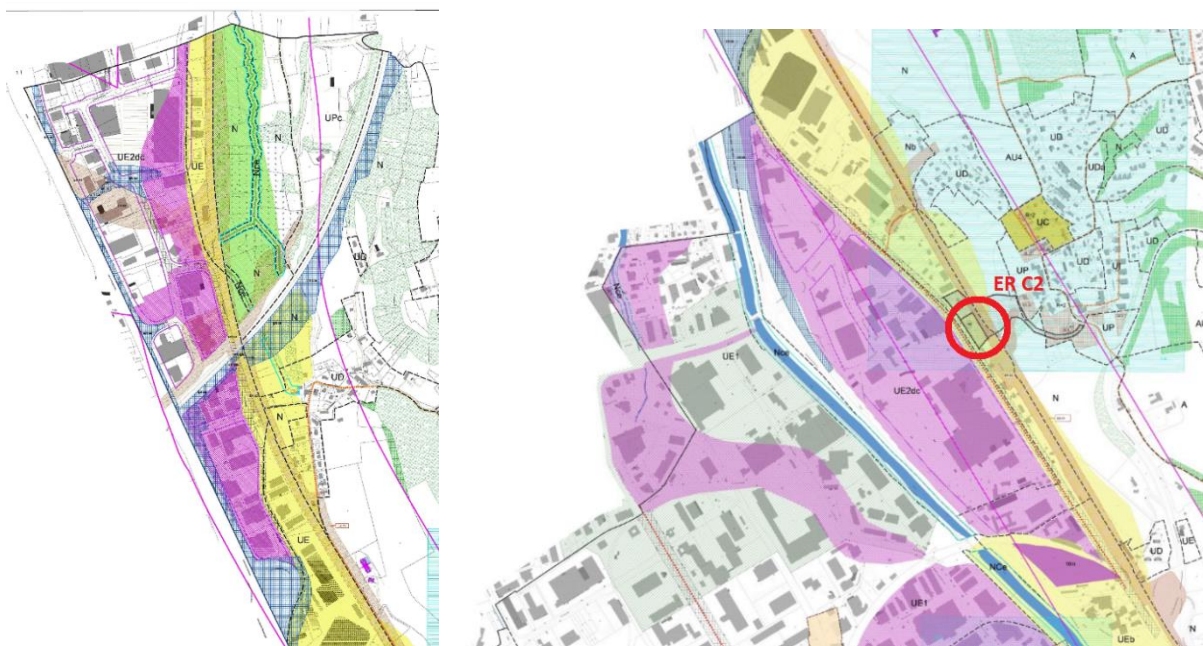


Figure 97- Figure 98 PLU actuel de de Chambéry centré sur les Landiers (partie nord et partie sud à droite) avec les emplacements réservés prévus du réaménagement du nœud autoroutier du Chambéry. Source : Mairie de Chambéry. Mise en forme : Egis, Michaël Haïm.

On peut s'apercevoir que la multifonctionnalité a beaucoup de difficultés pour s'imposer comme la norme, le règlement limite encore la construction de logements dans les zones économiques.

En dernier point, nous ne devons pas omettre une servitude d'utilité publique qui a de nombreux impacts sur la réglementation du PLU : le Plan de Prévention Risque Inondation (PPRI). Ce plan a été mis en place dans la zone commerciale pour la protéger des crues des ruisseaux et rivières alentours. Sa dernière version date de juin 1999, Il semblerait que l'Etat va bientôt le réviser. Aucun délai n'a été encore donné. La zone rose est constructible sous condition alors que la zone jaune est



inconstructible même s'il est possible de rénover l'existant avec des prescriptions spéciales. Le dernier échelon n'est pas présent sur la zone des Landiers, il interdit toute nouvelle urbanisation d'une zone.

Le PLU actuel va être remplacé par le PLUi HD en janvier 2020. Il comportera moins de secteurs pour gagner en lisibilité. De plus un emplacement réservé va être supprimé à proximité de l'Avenue des Landiers (voir ER C2 sur le plan ci-dessus). Il devait servir de halte ferroviaire. Ce changement peut offrir de nouvelles opportunités de projets privés ou publics sur la zone des Landiers.

## 4. Le PLUi et le concours d'idée : une nouvelle stratégie territoriale

La loi ALUR de 2014 demande aux collectivités locales d'analyser les possibilités de renouvellement urbain dans les parties déjà urbanisées avant de réfléchir à de nouvelles extensions urbaines. Cette mesure sert à limiter l'étalement urbain. La municipalité et le Grand Chambéry ont donc examiné la possibilité de densifier le long des lignes de bus chronos. Cette réflexion porte principalement sur deux axes : L'Avenue de la Motte-Servolex et l'Avenue des Landiers. La mairie de Chambéry a donc décidé de lancer un concours d'idées en partenariat avec le CGLE et la communauté d'agglomération. Ce concours a débuté le 31 août 2018, il a pour objectif de proposer des OAP et une étude plus large sur ces deux secteurs.<sup>75</sup> Cette réflexion est inédite ! De plus, le ministère de la cohésion du territoire a organisé un appel à projet « repenser la périphérie commerciale » dont Chambéry participa.

Ce concours d'idées s'inscrit dans une politique plus large comme l'a rappelé le maire Michel Dantin lors d'une réunion publique du 5 juillet 2018. M.Dantin a notamment évoqué l'importance de développer la mixité fonctionnelle dans les zones commerciales pour avoir des périphéries plus qualitatives et intégrer des logements en limitant l'étalement urbain. Cette intention doit faire aussi le lien avec le projet lancé par le gouvernement « Action cœur de ville » dont Chambéry a été sélectionné pour redynamiser son centre-ville. Ses propos ont été tenus dans une présentation intitulée « Chambéry 2030 », organisée dans le cadre de l'élaboration du PLUi.

Nous allons voir rapidement les différents plans soumis dans le cahier des charges du concours d'idées concernant l'Avenue des Landiers :

Le premier plan propose de suivre la Ligne A de la Zone économique des Landiers jusqu'au campus de Technolac. Il met en évidence plusieurs zonages pour réfléchir à l'intensification urbaine le long de cette ligne chrono. Il y a tout d'abord la zone économique qui est divisée en trois couleurs :

- La zone rouge comprend le sud des Landiers jusqu'à la rue du Nant Bruyant. Ce secteur doit concentrer la réflexion des praticiens pour élargir ses usages et augmenter la densité des activités (logements, bureaux, commerces...) le long de l'Avenue des Landiers. Ce secteur bénéficie de sa proximité avec le centre-ville et des équipements de Chambéry-le-vieux.
- La zone jaune circonscrit le reste du parc économique des Landiers. Elle doit être restructurée pour gagner en lisibilité et en urbanité.

---

<sup>75</sup> « Concours d'idées sur des secteurs de la Ville de Chambéry ». In : *Chambéry.fr* [En ligne]. Août 2018. Disponible sur : < <https://www.chambery.fr/actualite/1681/140-concours-d-idees-sur-des-secteurs-de-la-ville-de-chambery.htm> > (consulté le 7 septembre 2018)

- La zone verte qui délimite « La zone naturelle à vocation économique » (voir diagnostic). Celle-ci fait pleinement partie des Landiers par ailleurs, elle possède de grosses contraintes écologiques. Les participants doivent donc réfléchir à sa situation et ses usages par rapport à la zone commerciale. Ce secteur appartient à la Motte-Servolet.

Enfin, il y a la zone blanche hachurée qui représente le trajet de la VRU jusqu'à Technolac, il est partagé entre les communes de la Motte-Servolet et du Bourget-du-Lac. Cette zone est aussi très contrainte avec la proximité de l'aéroport Chambéry-Savoie. Les bâtiments ne doivent pas être trop hauts et le développement de logement est inenvisageable à cause des nuisances sonores. En outre, une grande partie de ce territoire est inconstructible car on trouve des zones agricoles et naturelles protégées.

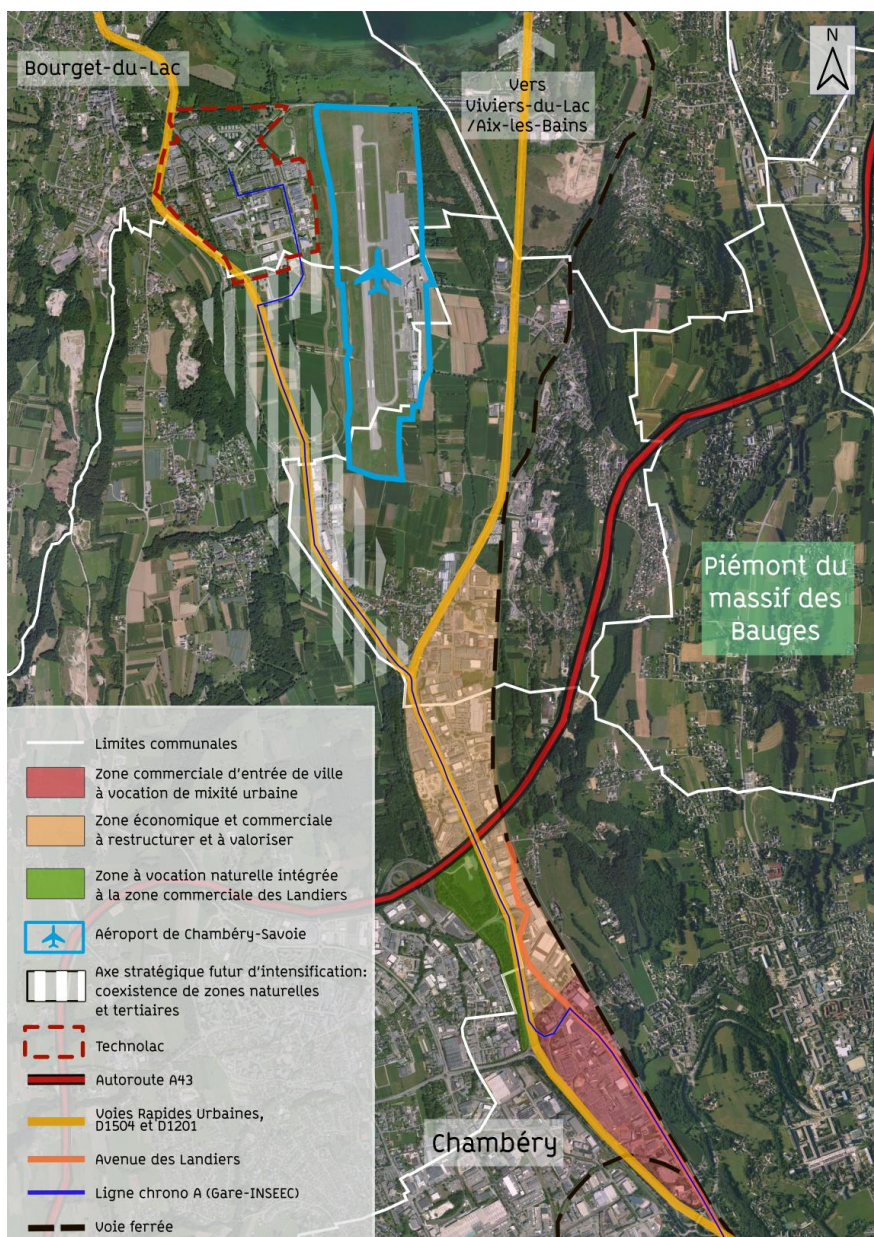


Figure 99 Vue schématique du périmètre des Landiers (grande échelle vers le nord). Source : Michaël Haïm, Guilhem Patry. Cahiers des Charges. Concours d'idées sur des secteurs de la Ville de Chambéry : Les Landiers – avenue de la Motte/Bissy. Mairie de Chambéry, Grand Chambéry, CGLE.

Le deuxième plan se focalise davantage sur Chambéry. La ligne A est représentée avec tout ses arrêts depuis la gare. Par ailleurs, les participants doivent prendre en compte un périmètre qui doit être amélioré qualitativement, il se situe autour de l'Avenue de la Boisse. Ce périmètre comprend aussi l'Eco-quartier Vétrotex qui est actuellement en construction.



Figure 100 Vue schématique du périmètre des Landiers (centré sur Chambéry). Source : Michaël Haïm, Guilhem Patry. Cahiers des Charges. Concours d'idées sur des secteurs de la Ville de Chambéry : Les Landiers – avenue de la Motte/Bissy. Mairie de Chambéry, Grand Chambéry, CGLE.

Depuis le début des années 2010, les collectivités locales chambériennes ont retrouvé un intérêt dans leurs périphéries commerciales. Elles peuvent avoir des projets ambitieux comme le DAC, mais ils restent difficilement applicables. Le concours d'idées est une bonne opportunité pour améliorer cette zone commerciale, c'est première fois qu'elle sera étudiée dans son intégralité ! Le cahier des charges prévoit aussi d'organiser un atelier avec les habitants de l'agglomération pour mieux connaître leurs avis et leurs usages.

## D. Proposition de projet et recommandation

La transformation de cette zone ne peut se faire que sur un temps long. C'est pourquoi, je propose de mettre mon projet en œuvre sur deux phases. La première temporalité vise à recréer des liens avec son territoire environnant dans 5 à 10 ans. La deuxième phase s'inscrit à plus long terme dans 15 à 25ans. Son objectif est d'intégrer cette périphérie commerciale dans « la ville ».

### 1. 1ère phase : réinsérer la zone des Landiers dans son territoire local

La première temporalité s'appuie sur deux objectifs. Il faut tout d'abord améliorer la communication à l'intérieur des Landiers, car chaque surface commerciale est pensée autour de sa « boîte » et de son parking. Ensuite, certains lieux doivent être promus pour devenir des « pôles d'urbanité » et déclencher une impulsion sur le reste du territoire.

#### 1.1 Recréer une communication intérieure et extérieure.

La zone des Landiers ne dispose pas d'un axe central qui permet de la traverser entièrement à vélo ou à pied en toute sécurité. Par conséquent, il serait intéressant que l'Avenue des Landiers remplisse ce rôle. Sa largeur pourrait être aussi accrue.

De plus, les accès vers l'extérieur sont difficilement perceptibles. On pourrait donc marquer les angles avec du bâti ou des espaces publics pour que la zone commerciale soit plus lisible depuis l'extérieur. Enfin, des voies piétonnes et cyclables pourraient être créées afin de rejoindre les différents hameaux et les espaces « naturels » comme les zones humides et les prairies. Cette disposition nécessite de concevoir des passerelles piétonnes ou des tunnels sur la voie ferrée ou sur la VRU. Le CGLE m'a indiqué que de nombreux salariés de la zone industrielle de Bissy avait peu de lieux pour manger le midi, alors que la zone des Landiers possède beaucoup de restaurants. Leurs communications respectives pourraient donc être améliorées.

La liaison en bus doit progresser : une première ligne expresse pourrait être créée du centre-ville de Chambéry jusqu'au campus universitaire de Technolac, elle emprunterait que la VRU. Une deuxième ligne à haut niveau de service desservirait toute l'Avenue des Landiers jusqu'au centre de Voglans. Une liaison pourrait être créée entre ces deux lignes vers Chamnord.

#### 1.2 Recréer une urbanité aux Landiers.

Le deuxième objectif s'appuie sur la création de « pôle d'urbanité ». Ils seront réalisés sur des emplacements déjà notoires.

- Le premier pôle d'urbanité se constituera sur le centre commercial Chamnord. Le président du GIE serait intéressé de créer de la mixité fonctionnelle en créant des espaces de bureaux sur la grande surface. Le GIE est un porteur de projet intéressant puisque qu'il est géré par un acteur local depuis plus de 40ans. Cette locomotive bénéficie en plus de la notoriété du grand public.
- Le deuxième pôle d'urbanité porte sur un autre équipement majeur de l'agglomération : le siège de Grand Chambéry. Un véritable espace public pourrait être créé autour. De surcroît, un terrain appartient à la mairie de Chambéry juste en face (voir sous partie sur les acteurs). D'autres

équipements peuvent être construits autour comme une crèche, une bibliothèque, une salle de sports...

- Le troisième pôle se situe près de Castorama, la locomotive des Landiers nord. Un nouveau quartier pourrait se développer sur des terrains en friches à Voglans. Il aurait la possibilité de mélanger des logements et des grandes surfaces.

La zone des Epinettes peut devenir un espace vert pour la zone commerciale si elle est suffisamment bien reliée.



Figure 101 Exemple d'une zone économique plus engagée sur le développement durable : Matériaux en bois, drainage des eaux pluviales et cheminement piéton. Source : Vence Eco-Parc à Saint Egrève. (<https://duval360.com/listings/novaparc-a-saint-egreve/>)

Le reste de la zone commerciale va se densifier avec des nouvelles enseignes. La nouvelle réglementation du PLUi HD doit veiller à créer plus de mixité fonctionnelle et favoriser la densification vers l'Avenue des Landiers, pour améliorer le tissu urbain.

## 2. 2ème phase : Restructurer le tissu urbain pour l'intégrer à la « ville »

Cette seconde phase s'inscrit plus dans une vision de prospective. La place de la voiture va surement diminuer et des parkings en silo peuvent être construits. A partir de ce moment, un nouveau maillage viaire peut être créé sur les anciens parkings et faciliter les déplacements. Ce changement peut s'effectuer grâce à la disparition prévisible des MSS concurrencés par internet. Un effort de densification se fera à partir des « pôles d'urbanités » et des franges pour que la zone commerciale soit plus intégrée à son territoire. Des logements pourront être construits autour de ce nouveau réseau viaire. Même si les transports en commun de l'agglomération sont plus efficaces, le réseau routier international joue un grand rôle sur la zone commerciale des Landiers, malheureusement son évolution est difficilement prévisible.

D'autres freins existent pour transformer cette périphérie commerciale en nouveaux quartiers de Chambéry :

- Des problèmes liés à son environnement : le PPRI couvre une grande partie des Landiers : il serait donc dangereux de construire des logements, même si une architecture résiliente se met aujourd'hui en place dans d'autres projets urbains. De plus, la zone commerciale est construite sur des anciens marais, le CGLE m'a fait part que certains locaux économiques s'enfoncent dans le sol.
- Ce nouveau quartier ne doit pas concurrencer l'attractivité et les équipements du centre-ville. Pareillement, il y a beaucoup d'emplois et d'entreprises en jeu dans la zone commerciale des

Landiers. Les logements ne doivent donc pas prendre une place trop importante par rapport aux activités économiques.

Le centre-ville et la zone des Landiers exigent de garder un rôle de complémentarité.

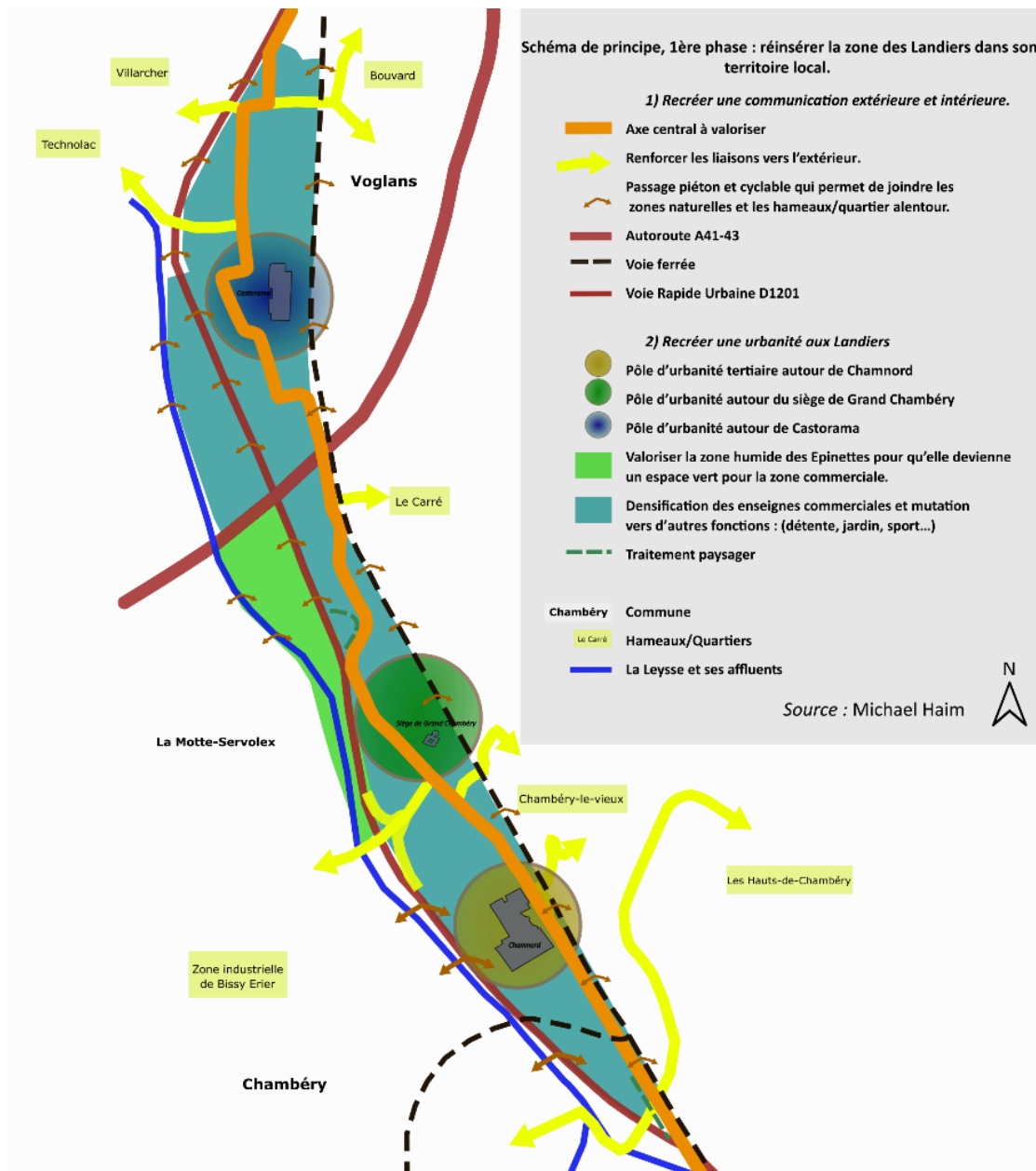


Figure 102 Schéma de principe, 1ère phase : réinsérer la zone des Landiers dans son territoire local.

## Conclusion générale :

La restructuration des zones commerciales est d'une grande complexité car comme n'importe quel quartier de ville, il y a des enjeux sociaux et économiques très importants. Malgré les différents rapports commandés par les gouvernements, la législation française change difficilement car les politiques ont peur de déstabiliser les marchés de la grande distribution et de l'immobilier. Cette économie est composée de grands groupes internationaux qui fournissent beaucoup d'emplois. Par conséquent, le développement durable peut être envisagé sous de nouvelles formes en conservant les centres commerciaux et en les intégrant dans de nouveaux quartiers. Le renouvellement urbain n'est pas toujours la solution, ils sont le fruit d'une longue histoire et sont bien ancrés sur leurs territoires. Depuis 50 ans, les grandes surfaces évoluent perpétuellement : la plupart d'entre elles ont été rénovées et elles ont construit des extensions. Aujourd'hui les pouvoirs publics doivent veiller à intégrer plus de mixité fonctionnelle et améliorer l'urbanité dans les nouveaux projets à l'intérieur des zones commerciales existantes. Contrairement aux Retail Park, qui sont plus attentifs à l'environnement (intégration paysagère, consommation d'énergie...) mais à grande échelle, ils sont toujours basés sur la voiture et font progresser l'urbanisation sur des zones naturelles ou agricoles. D'après LSA<sup>76</sup>, une revue spécialisée sur les grandes surfaces, la seule solution dans l'avenir est la verticalité.

En définitive, mon étude de cas sur la zone des Landiers a révélé un jeu très complexe d'acteur : qui soit public ou privé, aucun d'eux n'a vraiment la possibilité de présenter un projet global. De plus, un mince équilibre s'est créé avec le centre de Chambéry : ils ont chacun leurs complémentarités pour attirer la clientèle. On peut aussi se poser la question si une ville n'a pas besoin d'une zone commerciale où les entreprises peuvent s'étendre comme elles veulent, c'était le point de départ pour la création des Landiers. Comme le journal *la Vie nouvelle* s'interrogeait dans les années 1970<sup>77</sup>, il faudrait réfléchir aux attentes des usagers et ne plus les voir qu'en simple consommateur.

---

<sup>76</sup> BICARD, Daniel. « Nicolas Hulot projette de taxer les "bétonneurs" de terres agricoles ». In : *LSA Commerce & consommation* [En ligne]. 11 octobre 2017. Disponible sur : < <https://www.lsa-conso.fr/nicolas-hulot-projet-de-taxer-les-betonneurs-de-terres-agricoles,268577> > (consulté le 8 septembre 2018)

<sup>77</sup> BIANCHI, Jean. CHAUMEREUIL, Guy. « L'avenir du commerce chambérien, Chamnord redistribue les cartes. » *La Vie Nouvelle*. 22 juin 1973.

## Table des illustrations :

Figure 1 Kanyon Ayalon (Ramat Gan, Israël)	
Figure 2 Centre commercial Courier (Annecy, France)	10
Figure 3 Manufaktura (Lodz, Pologne)	
Figure 4 Centre commercial Chamnord (Chambéry, France)	10
Figure 5 Southdale Center (Edina, Etats-Unis)	
Source :	
<a href="http://gruenassociates.com/project/southdale-center/">http://gruenassociates.com/project/southdale-center/</a>	12
Figure 6 Northland Shopping Center, Outside Detroit, Etats-Unis (Source :	
<a href="http://www.austrianinformation.org/fall-2016/victor-gruen">http://www.austrianinformation.org/fall-2016/victor-gruen</a> )	12
Figure 7 Figure 8 Inauguration de Parly 2 (Le Chesney) Source :	
<a href="https://www.lemonde.fr/culture/article/2013/12/03/il-etait-une-fois-parly-2_3522899_3246.html">https://www.lemonde.fr/culture/article/2013/12/03/il-etait-une-fois-parly-2_3522899_3246.html</a> )	13
Figure 9 Bouclage de l'agglomération de Bourges par les grandes surfaces commerciales (hypermarché, supermarché, centre commercial) Source : Google Map.	15
Figure 10 Surfaces commerciales autorisées depuis 1974 en France. Source : Procos, 2018 (Cf : <a href="http://www.procos.org/images/procos/presse/2018/procos_180118_immobilier.pdf">http://www.procos.org/images/procos/presse/2018/procos_180118_immobilier.pdf</a> )	22
Figure 11 On peut voir sur cette carte la meilleure répartition du commerce en Allemagne. Laroche, Sylvie. Mutations des sociétés urbaines contemporaines une approche par la métropolisation. Cours Master 1, IUG. Année 2016-2017.	23
Figure 12 MANGIN David. La ville Franchisée. Formes et structures de la ville contemporaine. Edition de la Villette. Paris : 2004. (Voir page 113)	29
Figure 13 PERON René. « Avant-Propos. / Introduction ». In : La fin des vitrines. Des temples de la consommation aux usines à vendre. 1993. (Voir p26-27) Retranscription et mise en forme : Haïm Michaël	30
Figure 14 Illustration de l'architecture canard par Robert Venturi	30
Figure 15 Un dead mall à Cincinnati (Etats-Unis). Source :	
<a href="http://deadmalls.com/malls/beechmont_mall.html">http://deadmalls.com/malls/beechmont_mall.html</a>	31
Figure 16 Centre de Loisirs Vitam'Parc à Neydens (Haute-Savoie, France) Source : Vitam'Parc	37
Figure 17 -Figure 18 The Village à Villefontaine (France) Source :	
<a href="http://www.delyonenlarge.com/2018/05/31/the-village-outlet-lyon-villefontaine/">http://www.delyonenlarge.com/2018/05/31/the-village-outlet-lyon-villefontaine/</a> )	37
Figure 19 Bercy Village à Paris (France) Source :	
<a href="https://www.parisinfo.com/shopping/73909/Bercy-Village">https://www.parisinfo.com/shopping/73909/Bercy-Village</a>	38
Figure 20 Centre commercial Odysseum à Montpellier (Source : l'Agence d'architecture DGLa)	38
Figure 21 Parking du Géant Casino d'Albertville avant son extension en 2013 Source : Google MAP	39
Figure 22 Parking du Géant Casino d'Albertville après son extension. Source : Michaël Haïm (2018)	39
Figure 23 Petit square construit lors de l'extension. Source : Michaël Haïm (2018)	39
Figure 24 Entrée de la partie bureau du centre Okabe au Kremlin-Bicêtre. Source : Michaël Haïm44	
Figure 25 Exemple de renouvellement urbain d'une zone commerciale menée selon les principes du	



- new urbanismes. Sources : TACHIEVA, Galina. « Sprawl Repair. From sprawl to complete communities. » BlogTerrain.org. N°28, [en ligne]. Automne-hiver 2011. URL : <http://www.terrain.org/articles/28/tachieva.htm> (Consulté le 24/07/2017). \_\_\_\_\_ 46*
- Figure 26 Plan masse original du projet. \_\_\_\_\_ 47*
- Figure 27 Avenue centrale avec son cinéma. \_\_\_\_\_ 47*
- Figure 28 Image d'illustration du centre commercial La Cloche d'Or. (Cf : Tatiana Fabeck Architectes) 49*
- Figure 29 Schéma de la situation des différentes fonctions du quartier. \_\_\_\_\_ 49*
- Figure 30 Façade de The Rise \_\_\_\_\_ 50*
- Figure 31 Maisons en bande et appartements autour d'un jardin sur le toit de The Rise. \_\_\_\_\_ 51*
- Figure 32 Situation actuelle du projet, \_\_\_\_\_ 52*
- Figure 33 Le Supermarché IGA situé en bas de la Tour James, le long de la rue. \_\_\_\_\_ 53*
- Figure 34 Façade du Centre Okabe le long de l'Avenue de Fontaineblau \_\_\_\_\_ 54*
- Figure 35 Plan de OKABE et de ses fonctions. Mise en forme : Michaël Haïm \_\_\_\_\_ 54*
- Figure 36 Nouvel immeuble le Bel'vue construit dans ce projet. \_\_\_\_\_ 56*
- Figure 37 Vision globale du projet Avenue83 aujourd'hui On remarque les parkings sur les toits et les trois résidences en construction. (Source : Google Earth) \_\_\_\_\_ 57*
- Figure 38 Image d'illustration du Centre commercial Ode à la Mer sur la ZAC1. \_\_\_\_\_ 59*
- Figure 39 Programme du projet sur 20ans. \_\_\_\_\_ 59*
- Figure 40 Photo des Landiers Nord depuis le pont où passe la rue des Epinettes. Source : Michaël Haïm \_\_\_\_\_ 60*
- Figure 41 Source : Schéma Départemental de Coopération Intercommunale (SDCI) de la Savoie (2016). URL : <http://www.grand-lac.fr/wp-content/uploads/2016/05/SDCI-MARS-2016.pdf>. 62*
- Figure 42 Position géographique de Chambéry en Europe. Source : SCOT Métropole Savoie \_\_\_\_\_ 62*
- Figure 43 Les lignes chronos dans l'agglomération chambérienne depuis août 2016. (Cf : STAC) \_\_\_\_\_ 63*
- Figure 44 Plan montrant les secteurs stratégiques pour le développement urbain de Chambéry durant l'atelier PLUi avec les professionnels (septembre 2017). \_\_\_\_\_ 64*
- Figure 45 La situation de la zone des Landiers dans l'agglomération chambérienne. Source : Michaël Haïm \_\_\_\_\_ 65*
- Figure 46 Photo aérienne de l'IGN en 1948. \_\_\_\_\_ 66*
- Figure 47 Photo aérienne de l'IGN en 1971. \_\_\_\_\_ 66*
- Figure 48 La Une de la Vie Nouvelle du 22 juin 1973, un journal local chambérien. \_\_\_\_\_ 67*
- Figure 49 Photo aérienne de l'IGN en 1987 \_\_\_\_\_ 68*
- Figure 50 Photo aérienne de l'IGN en 2001. \_\_\_\_\_ 68*
- Figure 51 Nouvelle enseigne Tool Station inaugurée en 2018. Source : Tool Station. \_\_\_\_\_ 69*
- Figure 52 Exemple de densification des activités économiques et commerciales dans les Landiers nord avec ce nouveau bâtiment construit en 2016. Source : Michaël Haïm \_\_\_\_\_ 69*
- Figure 53 Photo satellite Pleiades de l'IGN en 2017 \_\_\_\_\_ 69*
- Figure 54 Fleur sauvage à proximité de Chamnord. Source : Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 70*
- Figure 55 Parking arboré de Chamnord. Source : Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 70*
- Figure 56 Petit espace vert à proximité de Castorama. Source : Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 70*
- Figure 57 Noue qui passe dans le Sud des Landiers. Photo prise à proximité du siège de l'agglomération. Source : Michaël Haïm (2018)\_ 71*
- Figure 58 La Leysse au niveau du PEAGE DE l'autoroute A41-A43. Source : Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 71*

- Figure 59 Projet de ZAC des Landiers Ouest.  
Source : Réaménagement du nœud autoroutier de Chambéry \_\_\_\_\_ 71
- Figure 60 Paysage sur le massif des Bauges depuis le parking de Chamnord. Source : Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 72
- Figure 61 Percée sur des payasses inaccessibles dans les Landiers centres. Source : Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 72
- Figure 62 Plan de synthèse « nature et paysage » dans la zone des Landiers. Source : Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 72
- Figure 63 Plan de synthèse « Fonction et urbanité » et ses différents secteurs. Source : Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 73
- Figure 64 L'Avenue des Landiers. Source : Google map. \_\_\_\_\_ 74
- Figure 65 Plan de synthèse « Fonction et urbanité », secteur 1 : L'entrée de ville. \_\_\_\_\_ 74
- Figure 66 Plan de synthèse « Fonction et urbanité », secteur 2 : Le Centre commercial Chamnord. \_\_\_\_\_ 75
- Figure 67 Rue » à proximité l'entrée de Chamnord. Source : Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 75
- Figure 68 Façade nord de Chamnord. Source : Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 75
- Figure 69 Plan de synthèse « Fonction et urbanité », secteur 3 : Les Landiers sud : Le cœur de la zone commerciale. Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 76
- Figure 70 Passage piéton dans la zone commerciale. \_\_\_\_\_ 76
- Figure 71 Passage piéton interrompu. Source : Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 76
- Figure 72 Petit raccourci pour les piétons dans la zone commerciale. Source : Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 76
- Figure 73 Plan de synthèse « Fonction et urbanité », secteur 4 : Les Landiers centre : La zone artisanale en cours de mutation. Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 77
- Figure 74 Différentes grandes surfaces aux Landiers centre. Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 77
- Figure 75 Passage en dessous le pont autoroutier. Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 78
- Figure 76 L'Avenue des Landiers à proximité de l'échangeur autoroutier A41-A43. Le piéton est comme écrasé par les infrastructures routières. Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 78
- Figure 77 Plan de synthèse « Fonction et urbanité », Secteur 5 « La zone naturelle à vocation économique » Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 78
- Figure 78 La nouvelle entreprise Weishaupt construite en 2016. Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 79
- Figure 79 Voie verte au bord de la Leysse. Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 79
- Figure 80 Plan de synthèse « Fonction et urbanité », Secteur 6 : Les Landiers nord-ouest : Le « royaume » de l'automobile. \_\_\_\_\_ 79
- Figure 81 Le concessionnaire Jean Lan Automobile. Source : Jean Lan Automobile. (<https://www.jeanlain.com/fr/accueil/tout-l-univers/jean-lain-automobiles/actualites/actualite/59e9b3258ce6447c12887b1e/vw---travaux-chambery>) \_\_\_\_\_ 80
- Figure 82 Plan de synthèse « Fonction et urbanité », Secteur 7 : Les Landiers-nord : La deuxième zone commerciale. Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 80
- Figure 83 Rue de Borolan. Les voitures des concessionnaires automobiles débordent sur le trottoir. \_\_\_\_\_ 81
- Figure 84 On retrouve une ambiance plus urbaine dans les Landiers Nord, des dispositifs ont été mis en place pour ralentir les voitures. \_\_\_\_\_ 81
- Figure 85 Plan de synthèse « Fonction et urbanité », Secteur 8 : La zone économique de Voglans. Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 81
- Figure 86 Rue de la Françon avec son bar à bière en face d'une grande surface encore inoccupée. Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 82

Figure 87 Chemins de Gas en direction de Bouvard. Trottoir large et confortable pour les piétons mais difficilement traversables. Michaël Haïm (2018) 82

Figure 88 Maisons au milieu de la zone commerciale des Landiers. Au sud du Secteur 4). Michaël Haïm (2018) \_\_\_\_\_ 82

Figure 89 Plan de la STAC centré sur la zone des Landiers. Mise en forme : Michaël Haïm \_\_\_\_\_ 83

Figure 90 Plan des aménagements cyclables centrés sur la zone des Landiers. Source : Chambéry Métropole. Mis en forme par Michaël Haïm \_\_\_\_\_ 84

Figure 91 Projet de réaménagement autoroutier de Chambéry. Source : Dossier d'enquête publique préalable à la DUP et MECDU. \_\_\_\_\_ 86

Figure 92 Plan de synthèse « Accessibilité et transport » dans la zone des Landiers. \_\_\_\_\_ 87

Figure 93 Quel contexte foncier dans la zone commerciale des Landiers ? \_\_\_\_\_ 91

Figure 94 Programmation des opérations de voirie et de transport en milieu urbain, 7ème plan. (1975-1980) \_\_\_\_\_ 92

Figure 95 Tableau des différents niveaux de pôles commerciaux du DAC. Source : SCOT Métropole Savoie. \_\_\_\_\_ 93

Figure 96 Le classement de la zone des Landiers selon le DAC. Source : SCOT Métropole Savoie. \_ 94

Figure 97- Figure 98 PLU actuel de Chambéry centré sur les Landiers (partie nord et partie sud à droite) avec les emplacements réservés prévus du réaménagement du nœud autoroutier du Chambéry. Source : Mairie de Chambéry. Mise en forme : Egis, Michaël Haïm. \_\_\_\_\_ 95

Figure 99 Vue schématique du périmètre des Landiers (grande échelle vers le nord). Source : Michaël Haïm, Guilhem Patry. Cahiers des Charges. Concours d'idées sur des secteurs de la Ville de Chambéry : Les Landiers – avenue de la Motte/Bissy. Mairie de Chambéry, Grand Chambéry, CGLE. \_\_\_\_\_ 97

Figure 100 Vue schématique du périmètre des Landiers (centré sur Chambéry). Source : Michaël Haïm, Guilhem Patry. Cahiers des Charges. Concours d'idées sur des secteurs de la Ville de Chambéry : Les Landiers – avenue de la Motte/Bissy. Mairie de Chambéry, Grand Chambéry, CGLE. \_\_\_\_\_ 98

Figure 101 Exemple d'une zone économique plus engagée sur le développement durable : Matériaux en bois, drainage des eaux pluviales et cheminement piéton. Source : Vence Eco-Parc à Saint Egrève. (<https://duval360.com/listings/novaparc-a-saint-egreve/>) \_\_\_\_\_ 100

Figure 102 Schéma de principe, 1ère phase : réinsérer la zone des Landiers dans son territoire local. \_\_\_\_\_ 101

## Bibliographie :

- « Bercy Village ». In : *Paris, Site officiel de l'office du tourisme et des Congrès*. [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.parisinfo.com/shopping/73909/Bercy-Village> > (consulté le 7 septembre 2018d)
- « Biodiversité : ce que contient le plan du gouvernement pour contrer la disparition accélérée du monde du vivant ». In : *Franceinfo* : 5 juillet 2018. Disponible sur : < [https://www.francetvinfo.fr/monde/environnement/biodiversite/biodiversite-ce-que-contient-le-plan-du-gouvernement-pour-contrer-la-disparition-acceleree-du-monde-du-vivant\\_2834505.html](https://www.francetvinfo.fr/monde/environnement/biodiversite/biodiversite-ce-que-contient-le-plan-du-gouvernement-pour-contrer-la-disparition-acceleree-du-monde-du-vivant_2834505.html) > (consulté le 7 septembre 2018)
- « Ces chauves-souris qui bloquent l'accès à 170 emplois ». In : *Ledauphiné.com* [En ligne]. 2009. Disponible sur : < <https://www.ledauphine.com/savoie/2009/10/18/ces-chauves-souris-qui-bloquent-l-acces-a-170-emplois> > (consulté le 7 septembre 2018)
- « Concours d'idées sur des secteurs de la Ville de Chambéry ». In : *Chambéry.fr* [En ligne]. Août 2018. Disponible sur : < <https://www.chambery.fr/actualite/1681/140-concours-d-idees-sur-des-secteurs-de-la-ville-de-chambery.htm> > (consulté le 7 septembre 2018)
- « États-Unis. Mall of America, le plus grand centre commercial ». In : *Ouest France* [En ligne]. 2014. Disponible sur : < <https://www.ouest-france.fr/monde/etats-unis/mall-america-le-plus-grand-centre-commercial-2755286> > (consulté le 7 septembre 2018)
- « European Shopping ». In : *Cushman & Wakefield* [En ligne]. Mai 2018. Disponible sur : < <http://www.cushmanwakefield.fr/fr/news/2018/05/european-shopping-center-development> > (consulté le 7 septembre 2018)
- « La part de la population vivant en ville plafonne ». In : *Centre d'observation de la société* [En ligne]. 2017. Disponible sur : < <http://www.observationsociete.fr/population/donneesgeneralespopulation/la-part-de-la-population-vivant-en-ville-plafonne.html> > (consulté le 7 septembre 2018)
- « La restauration de la Leysse ». In : *Grand Chambéry.fr* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.grandchambery.fr/46-la-reconquete-des-berges-de-la-leysse.htm> > (consulté le 7 septembre 2018)
- « Pour ses 10 ans, Bercy Village accueille 10 nouvelles enseignes ». In : *Altarea Cogedim* [En ligne]. 2012. Disponible sur : < <http://www.altareacogedim.com/Pour-ses-10-ans-Bercy-Village.html> > (consulté le 7 septembre 2018)
- « Projet de réaménagement du nœud autoroutier de Chambéry Déclaration d'Utilité Publique - MECDU - Classement de voirie ». In : *Registre dématérialisé des enquêtes publique* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.registre-dematerialise.fr/777> > (consulté le 7 septembre 2018)
- « Southdale Center (Edina, Minnesota) ». In : *Guen Associates* [En ligne]. Disponible sur : < <http://gruenassociates.com/project/southdale-center/> > (consulté le 6 septembre 2018)
- ALIX, Xavier. « Village de marques : « ce que nous avons fait n'a pas d'équivalent » ». In : *L'Essor 38* [En ligne]. [s.l.] : [s.n.], 2018. Disponible sur : < <https://www.essor38.fr/village-de-marques-c-est-une-experience-de-vie-que-va-proposer-the-village-21938.html> > (consulté le 7 septembre 2018)
- Atelier Savoyard d'Urbanisme. *Chambéry, programmation des opérations de voirie et de transport en milieu urbain 7ème plan (1975-1980)*. DDE Savoie /Syndicat Intercommunal de la Région de Chambéry.
- BALDASSI, Margot. *Les centres commerciaux : atome en perdition du périurbain* [En ligne]. *pop-up urbain*. 20 janvier 2014. Disponible sur : < <https://www.pop-up-urbain.com/les-centres-commerciaux-atome-en-perdition-du-periurbain/> > (consulté le 7 septembre 2018)
- BIANCHI, Jean. CHAUMEREUIL, Guy. « L'avenir du commerce chambérien, Chamnord redistribue les cartes. » *La Vie Nouvelle*. 22 juin 1973.
- BICARD, Daniel. « Nicolas Hulot projette de taxer les "bétonneurs" de terres agricoles ». In : *LSA Commerce & consommation* [En ligne]. 11 octobre 2017. Disponible sur : < <https://www.lsa-conso.fr/nicolas-hulot-projette-de-taxer-les-betonneurs-de-terres-agricoles,268577> > (consulté le 8 septembre 2018)
- CABANIEU, Jacques (dir). *Les espaces publics urbains, Recommandations pour une démarche de projet*. La Défense : Mission interministérielle pour la qualité des constructions publiques. 2001. 171p
- Capleyrmar Homoalpinus. *Villes et urbanisme* [En ligne]. *Homo Alpinus*. Disponible sur : <

<https://www.homoalpinus.com/alpes/villes-urbanisation/> > (consulté le 7 septembre 2018)

CASSELY, Jean-Laurent. « Le Centre commercial invente le service après-vente de la France moche. » *Slate.fr* 28juin 2017. (Url : <http://www.slate.fr/story/147504/centre-commercial-sav-france-moche>)

CHAUVOT, Myriam. « La France reste la championne d'Europe de l'immobilier commercial ». In : *Les Echos.fr* [En ligne]. [2016. Disponible sur : < [https://www.lesechos.fr/21/01/2016/LesEchos/22112-071-ECH-la-france-reste-la-championne-d-europe-de-l-immobilier-commercial.htm#formulaire\\_enrichi::bouton\\_facebook\\_inscription\\_article](https://www.lesechos.fr/21/01/2016/LesEchos/22112-071-ECH-la-france-reste-la-championne-d-europe-de-l-immobilier-commercial.htm#formulaire_enrichi::bouton_facebook_inscription_article) > (consulté le 7 septembre 2018)

CHIVALLON Christine, MARME Nathalie, PROST Dominique. Artéfact de lieu et urbanité, le centre commercial interrogé. In : *Les Annales de la recherche urbaine*, N°78, 1998. Echanges / Surfaces. pp. 28-37.

DELYE, Hélène. « « Il était une fois Parly 2 » ». In : *Le Monde.fr*. 2013. Disponible sur : < [https://www.lemonde.fr/culture/article/2013/12/03/il-etait-une-fois-parly-2\\_3522899\\_3246.html](https://www.lemonde.fr/culture/article/2013/12/03/il-etait-une-fois-parly-2_3522899_3246.html) > (consulté le 7 septembre 2018)

DESSE René-Paul, « Les centres commerciaux français, futurs pôles de loisirs ? », Flux 2002/4 (n° 50), p. 6-19.

DRAPS, Maxime. *Le commerce dans les villes moyennes : entre déclin et renouveau, quels leviers pour engager une revitalisation commerciale ?* Projet de fin d'étude de Master 2, Urbanisme et Projet Urbain. Grenoble : Institut d'Urbanisme de Grenoble. 2017. 87p URL : <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01557355/document>

FAVIER, Jean-Baptiste. « Giles Wintle (Grosvenor Fund Management) : « Lyon représente près de la moitié de nos investissements en France » ». In : *Immoweek* [En ligne]. 2016. Disponible sur : < <http://www.immoweek.fr/commerces/interview/giles-wintle-grosvenor-fund-management-lyon-represente-pres-de-la-moitie-de-nos-investissements-en-france/> > (consulté le 7 septembre 2018)

Fédération française des usagers de la bicyclette. « Baromètre des villes cyclables : les villes ont encore des efforts à faire (2017) ». In : *Parlons vélo !* [En ligne]. 2018. Disponible sur : < <https://www.parlons-velo.fr/barometre-villes-cyclables> > (consulté le 7 septembre 2018)

GINTRAND, Franck. « La guerre des zones commerciales est déclarée ». In : *Slate FR* [En ligne]. 2015. Disponible sur : < <http://www.slate.fr/story/97615/guerre-des-zones-commerciales> > (consulté le 7 septembre 2018)

GINTRAND, Franck. « Le groupe Casino sonne la charge contre les centres commerciaux ». In : *Les Echos.fr* [En ligne]. 2017. Disponible sur : < <https://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/cercle-166210-le-groupe-casino-sonne-la-charge-contre-les-centres-commerciaux-2064839.php> > (consulté le 7 septembre 2018)

HAÏM, Michaël. *Comment introduire la mixité fonctionnelle dans les zones commerciales ? Recueil de sept projets*. Mairie de Chambéry. 18-12-2017. 25p

HEINRICH, Michel, STREBLER Jean-Pierre « Info flash : Loi ATCPE ». *Fédération des SCOT*. Juillet 2014. n°10, p. 5.

KORGANOW, Alexis. L'heure de gloire de l'équipement intégré. Une forme de centralité en ville nouvelle. In : *Les Annales de la recherche urbaine*, N°98, 2005. Les visages de la ville nouvelle. p. 74-82.

L'Institut de sondage CSA. *Baromètre du centre-ville et des commerces. Usages et attentes des français*. [En ligne]. Juin 2018. Disponible sur : < [https://www.csa.eu/media/1642/baro-centre-ville\\_synthese.pdf](https://www.csa.eu/media/1642/baro-centre-ville_synthese.pdf) > (consulté le 7 septembre 2018)

*Le centre commercial est-il encore le cœur de la société de consommation ?* [En ligne]. *Du grain à moudre*. 24 décembre 2014. France Culture Disponible sur : < <https://www.franceculture.fr/emissions/du-grain-moudre/le-centre-commercial-est-il-encore-le-coeur-de-la-societe-de-consommation> > (consulté le 7 septembre 2018)

LEBRETON Virginie. *Le Commerce et la Ville. Le commerce vient à la ville ? La ville vient au commerce ?* Projet de fin d'étude. Grenoble : Université Pierre Mendès France, Institut d'Urbanisme de Grenoble., 2008. 93 p.

LENORMAND, Anne. « Urbanisme commercial - Comment réconcilier commerce et ville durable. » *Localtis. Groupe caisse des dépôts*. [En ligne] 13/03/2017 5p. URL : <https://www.caissedesdepotsdesterritoires.fr/cs/ContentServer?pagename=Territoires/Articles/Articles&cid=1250278782899> (Consulté le 28/01/2018).

LERIDON, Margaux. « Elysée 2, Vélizy 2, Parly 2... Pourquoi tant de centres commerciaux ont un nom qui se termine par 2 ? ». In : *Slate FR* [En ligne]. 2013. Disponible sur : < <http://www.slate.fr/story/75488/noms-centres-commerciaux-2> > (consulté le 7 septembre 2018)

*Les 10 règles de la distribution, selon Bernardo Trujillo* [En ligne]. *SmartGrains*. 25mars 2014. Disponible sur : < <http://www.smartgrains.com/regles-distribution-bernardo-trujillo/> > (consulté le 7 septembre 2018)

MADÉLON, Jean-Claude. « Zone humide des Epinettes ». In : *FRAPNA* [En ligne]. 2013. Disponible sur : < <http://www.frapna-savoie.org/index.php/nos-actions/eau-et-milieus-aquatiques/142-zone-humide-des-epinettes> > (consulté le 7 septembre 2018)

MALIE, Chloé. *Acceptabilité de la densification urbaine-étude sur la ville de Chambéry*. Projet de fin d'étude de Master 2, Urbanisme et Aménagement Urbain. Lyon : Institut d'Urbanisme de Lyon. 2014. 105p

MANGIN David. *La ville Franchisée. Formes et structures de la ville contemporaine*. Edition de la Villette. Paris : 2004. 398 p.

MANGIN, David. GARCEZ, Cristina. Extrait de « *Du Far West à la ville. L'urbanisme commercial en questions.* » [En ligne]. Editions Parenthèses, 2014. 18 p.(Collection Territoires en projets). Disponible sur : < [https://www.editionsparentheses.com/IMG/pdf/p236\\_far\\_west\\_ville\\_extraits.pdf](https://www.editionsparentheses.com/IMG/pdf/p236_far_west_ville_extraits.pdf) > (consulté le 7 septembre 2018)

MASBOUNGI, Ariella. « Faire ou défaire la ville avec le commerce ? ». In : *Actes des matinées du CGEDD*. Tour Séquoia - La Défense : CGEDD, 2015. 45p. Disponible sur : < [http://www.cgedd.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/matinees\\_CGEDD\\_300615\\_validees\\_maquettes\\_cle77d4b4.pdf](http://www.cgedd.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/matinees_CGEDD_300615_validees_maquettes_cle77d4b4.pdf) > (consulté le 7 septembre 2018)

MOUSLI Ali. *Quand le commerce dessine la ville, Saint-Etienne un produit nouveau. Renouveau urbain et périphérie commerciale*. Projet de fin d'étude. Grenoble : Université Pierre Mendès France, Institut d'Urbanisme de Grenoble., 2009. 105 p.

NARRING, Pierre. KBAIER, Rouchdy. FARENIAUX, Bruno. STEVENS, Dominique. *Inscrire les dynamiques du commerce dans la ville durable*. [En ligne]. Paris : Rapport du Conseil général de l'environnement et du développement durable (CGEDD), Mars 2017. 264p . Disponible sur : < [http://www.cohesion-territoires.gouv.fr/IMG/pdf/2017.03.09\\_rapport.pdf](http://www.cohesion-territoires.gouv.fr/IMG/pdf/2017.03.09_rapport.pdf) >

NOVARINA Nicolas. *Entrée de ville. Un territoire sous tension. Analyse d'un projet de requalification de l'entrée Est de Saint-Etienne*. [En ligne]. Projet de fin d'étude. Grenoble : Université Pierre Mendès France, Institut d'Urbanisme de Grenoble., 2014. 135 p. Disponible sur : < [https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01113156/file/Novarina\\_2014UPUIUG.pdf](https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01113156/file/Novarina_2014UPUIUG.pdf) >

PASCASE, Virginie. « Du neuf dans les commerces ». In : *La Savoie.fr* [En ligne]. 2014. Disponible sur : < [http://www.lasavoie.fr/Actualite/Albertville/2014/11/20/article\\_du\\_neuf\\_dans\\_les\\_commerces.shtml](http://www.lasavoie.fr/Actualite/Albertville/2014/11/20/article_du_neuf_dans_les_commerces.shtml) > (consulté le 7 septembre 2018)

PERNOT, Delphine, AGUILERA, Anne. « Les courses à l'heure d'internet », *Netcom* [En ligne], 31-3/4 | 2017,

mis en ligne le 26 mars 2018, consulté le 31 mars 2018. URL : <http://journals.openedition.org/netcom/2792>

PERON René. « Avant-Propos. / Introduction ». In : *La fin des vitrines. Des temples de la consommation aux usines à vendre*. [En ligne]. Cachan : 1993. p. 1-31. Disponible sur : < <http://excerpts.numilog.com/books/9782909968056.pdf> >

PERON, René. *Les Boîtes, Les grandes surfaces dans la ville*. Nantes : *L'Atalante*, 2004, 222 p. (Coll. Comme un accordéon).

PHILIPPE, Vincent. *Un état du retailtainment en France et ailleurs : entretiens croisés*. [En ligne]. *Funfaircity*. 11 avril 2018. Disponible sur : < <https://funfaircity.wordpress.com/2018/04/11/retailtainment-entretiens/> > (consulté le 7 septembre 2018)

Pop-up urbain. *Qui veut la peau des centres commerciaux ?* [En ligne]. *Demain la ville*. 17 juillet 2014. Disponible sur : < <http://www.demainlaville.com/qui-veut-la-peau-des-centres-commerciaux/> > (consulté le 8 septembre 2018)

Préfecture de la Savoie. « Réaménagement du nœud autoroutier de Chambéry - Communes de Chambéry, La Motte Servolex et Voglans ». In : *Les services de l'Etat en Savoie* [En ligne]. Juin 2018. Disponible sur : < <http://www.savoie.gouv.fr/Publications/Enquetes-publiques/Reamenagement-du-noeud-autoroutier-de-Chambery> > (consulté le 7 septembre 2018)

RAZEMON, Olivier. *A propos d'étalement urbain, réponse à Natacha Polony* [En ligne]. *L'interconnexion n'est plus assurée*. 24 août 2014. Disponible sur : < <http://transports.blog.lemonde.fr/2014/08/24/a-propos-detalement-urbain-reponse-a-natacha-polony/> > (consulté le 7 septembre 2018)

RAZEMON, Olivier. *Bienvenue à Bergerac, capitale du Périgord gris bitume* [En ligne]. *L'interconnexion n'est plus assurée*. 6 juillet 2013. Disponible sur : < <http://transports.blog.lemonde.fr/2013/07/06/bienvenue-a-bergerac-capitale-du-perigord-gris-bitume/> > (consulté le 7 septembre 2018)

REMY, Vincent. DE JARCY, Xavier. « Comment la France est devenue moche ». In : *Télérama'* [En ligne]. 2010. Mis à jour le 25-08-2015 Disponible sur : < <https://www.telerama.fr/monde/comment-la-france-est-devenue-moche,52457.php> > (consulté le 7 septembre 2018)

RICHTER Hannes. « Victor Gruen ». In : *Austrian informations* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.austrianinformation.org/fall-2016/victor-gruen> > (consulté le 6 septembre 2018)

ROBIN, Maxime. « Pourquoi les jeunes Américains désertent-ils les malls ? ». In : *Les Inrockuptibles* [En

ligne]. 2014. Disponible sur : <

<https://www.lesinrocks.com/2014/11/02/actualite/les-jeunes-americains-desertent-les-malls-11532441/> >

(consulté le 8 septembre 2018)

SABATIER, Bruno. « L'effet des complexes commerciaux récréatifs sur la durabilité urbaine. » Département de géographie, Université Toulouse-Le Mirail. Commerce et développement durable, Mars 2005, Toulouse, France. 8 p., 2006. (Url : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00348040/document>)

SCoT Métropole Savoie, Approuvé le 21 juin 2005, 126p (Modification n°1 approuvée le 14 décembre 2013).

URL : <http://www.metropole-savoie.com/wp-content/uploads/2016/01/Le-SCoT-en-vigueur-17122016.pdf>.

SCOT Métropole Savoie, *Document d'aménagement Commercial*. Approuvé le 14 décembre 2013, 37p URL : <http://www.metropole-savoie.com/wp-content/uploads/2016/01/Document%20d%27amm%C3%A9nagement%20commercial.pdf>

TACHIEVA, Galina. « Sprawl Repair. From sprawl to complete communities. » *BlogTerrain.org*. N°28, [en ligne]. Automne-hiver 2011. URL :

<http://www.terrain.org/articles/28/tachieva.htm>

(Consulté le 24/07/2017).

THERIN, Frédéric. « ALDI, l'inventeur du hard-discount pur et dur ». In : *LSA Commerce & consommation* [En ligne]. 2010. Disponible sur : < <https://www.lsa-conso.fr/aldi-l-inventeur-du-hard-discount-pur-et-dur,117222> > (consulté le 7 septembre 2018)

Urbà3 Agences d'urbanisme Région Rhône-Alpes. « L'Urbanisme commercial en Rhône Alpes ». *Région Rhône-Alpes*. Juin 2014. 36p. Disponible sur : < [http://www.territoires.rhonealpes.fr/IMG/pdf/Urbanisme\\_commercial\\_en\\_Rhone\\_Alpes\\_rapport\\_final\\_partie\\_1.pdf](http://www.territoires.rhonealpes.fr/IMG/pdf/Urbanisme_commercial_en_Rhone_Alpes_rapport_final_partie_1.pdf) > (consulté le 7 septembre 2018)

## Table des annexes :

- Annexe 1 : Guide d'entretien avec François Moffet, (Directeur des opérations et projets du promoteur Douville, Moffet & Associés à Québec).
- Annexe 2 : Guide d'entretien avec Jean-François Canioni (directeur adjoint de la Semexval-SPLM à la Valette-du-Var).
- Annexe 3 : Guide d'entretien avec Thomas Boisseau, Responsable de l'aménagement et Thierry Mailland, (Responsable du pôle relation avec les entreprises) au syndicat mixte CGLE (Chambéry Grand Lac Economie)
- Annexe 4 : Guide d'entretien avec André Stéfanides, le Président du GIE Chamnord
- Annexe 5 : Bibliographie des sept projets de mixité fonctionnelle (partie 2).

**Annexe 1 :****Guide d'entretien avec François Moffet, (Directeur des opérations et projets du promoteur Douville, Moffet & Associés à Québec).**

1. Comment ce projet est-il né ? Quelle réflexion avez-vous suivie pour élaborer ce projet ? Y a-t-il eu de la concertation et sous quelle forme ? Avec qui ?
2. Est-ce que Quartier QB s'inscrit dans un projet plus global à l'échelle de la ville de Québec ?
3. Comment avez-vous pensé les espaces collectifs ouverts pour vos locataires ? Le cœur d'îlot possède-t-il des espaces verts ? Pourquoi le choix du locatif ?
4. Pourquoi vous avez décidé de concevoir un projet aussi compact et dense ?
5. Est-ce que la rentabilité de construire un supermarché au RDC dépend du nombre de logements ?
6. Selon vous, ces logements sont-ils destinés à tout le monde (âge, revenu...) ?
7. Pour vous, le supermarché de Quartier QB est-il en concurrence avec le Centre Commercial Place Sainte-Foy(l'un des plus grands du pays) ? Quelle est sa zone de chalandise ? Large ou limitée ?
8. Est-ce encore rare au Québec de mélanger sur une même opération de l'habitat et une grande surface commerciale ? Comment êtes-vous arrivé à cette proposition de mixité d'usage ?
9. Quelle est la prise en compte du développement durable et de l'environnement dans votre projet ?
10. Si vous deviez recommencer l'élaboration de votre projet, changeriez-vous quelque chose ? Avez-vous des retours des habitants sur leurs quotidiens et leur qualités de vies ?



## **Annexe 2 :**

### **Guide d'entretien avec Jean-François Canioni (directeur adjoint de la Semexval-SPLM à la Valette-du-Var).**

1. Comment ce projet est-il né ? Quelle réflexion avez-vous suivie pour élaborer ce projet ? Y a-t-il eu de la concertation et sous quelle forme ? Avec qui ?
2. Pourquoi vous avez voulu inclure de la mixité fonctionnelle dans votre projet urbain ?
3. Le projet Avenue83 est dans l'une des plus grandes zones commerciales de France, qui inclut le centre commercial Grand Var. Selon vous, cette mixité fonctionnelle doit s'étendre à toute la zone et à d'autres projets ou Avenue 83 reste qu'une exception ?
4. Pensez-vous que ce nouveau centre commercial va aggraver la dévitalisation du centre-ville de la Valette-du-Var ?
5. Les transports et l'accessibilité sont-ils un point clé dans ce projet ?
6. Quels sont les premiers retours des habitants des résidences qui viennent d'être construites ?
7. Comment avez-vous pensé les espaces publics dans ce nouveau quartier ? La réflexion s'est-elle faite avec le maître d'ouvrage du centre commercial ? Y a-t-il eu de la concertation et si oui sous quelle forme et avec qui ?
8. Quelle est la prise en compte du développement durable et de l'environnement dans votre projet ?
9. Si vous deviez recommencer l'élaboration de votre projet, changeriez-vous quelque chose ? Quels éléments vous allez prendre en compte pour la suite du projet « Famille Passion ? »
10. En bref, si vous devez résumer en trois idées votre représentation des centres commerciaux dans l'avenir ?

### **Annexe 3 :**

#### **Guide d'entretien avec Thomas Boisseau, Responsable de l'aménagement et Thierry Mailland, (Responsable du pôle relation avec les entreprises) au syndicat mixte CGLE (Chambéry Grand Lac Economie)**

1. Quel est le projet du CGLE pour les différentes zones commerciales du Grand Chambéry ?
2. Comment intégrez-vous les objectifs d'un développement durable pour la zone des Landiers ?
3. Comment organisez-vous des complémentarités entre les zones commerciales (Les Landiers en particulier) et le centre-ville ?
4. Quel est l'impact selon vous des conditions naturelles de la zone économique des Landiers sur ces aménagements futurs ? Une contrainte (Chauve-Souris, risque ?) Une opportunité ? (Paysage, biodiversité ?)
5. Connaissez-vous les motifs des usagers pour venir dans la zone commerciale des Landiers ? (Loisirs, ou juste pour venir faire des courses ?)
6. Quelle clientèle fréquente la zone des Landiers ? Ce sont des habitants de l'agglomération ? Des habitants de la région ou du département ? Des touristes ? Quelle est sa zone de chalandise et sa granulométrie (type d'usagers) ?
7. La devise "no parking, no business" a rythmé ces dernières décennies l'aménagement des centres commerciaux. Pensez-vous que cela va évoluer demain ?
8. Avez-vous des réflexions sur l'accessibilité et le stationnement dans les zones commerciales ? Pensez-vous à des alternatives ?
9. Est-ce-que la zone des Landiers n'est pas d'une certaine façon enclavée par les différentes infrastructures de transports et par les contraintes naturelles ?
10. Est-ce-que c'est souhaitable de mélanger plusieurs fonctions dans les zones commerciales (habitat, bureau...) ?
11. En bref, si vous devez résumer en trois idées votre représentation des centres commerciaux dans l'avenir ?

## **Annexe 4 :**

### **Guide d'entretien avec André Stéfánides, le Président du GIE Chamnord.**

1. Face aux enjeux actuels (e-commerce, recherches de produits locaux, développement durable, diminution de l'automobile ...), quelle est votre stratégie ?
2. La devise "no parking, no business" a rythmé ces dernières décennies l'aménagement des centres commerciaux. Pensez-vous que cela va évoluer demain ?
3. Avez-vous des réflexions sur l'accessibilité et le stationnement dans les zones commerciales ? Pensez-vous à des alternatives ?
4. Souhaitez-vous que d'autres fonctions soient présentes dans la zone commerciale des Landiers comme de l'habitat ou des bureaux ?
5. Comment comptez-vous conforter votre position comme « lieu de vie » dans l'agglomération chambérienne ?
6. Quelle clientèle que vous visez pour Chamnord ? L'agglomération Chambérienne ? Un niveau départemental ou régional ? Des touristes ? *Quelle est sa zone de chalandise et sa granulométrie (type d'usagers) ?*
7. D'après vous est ce que la clientèle cherche de nouvelles formes de centres commerciaux ?
8. Quelles relations avez-vous avec le centre-ville de Chambéry ? De la concurrence ou de la complémentarité ?
9. Quelle stratégie mettez-vous en place pour porter une plus grande attention à l'environnement ?
10. En bref, si vous devez résumer en trois idées votre représentation des centres commerciaux dans l'avenir ?

## Annexe 5 :

### Bibliographie des sept projets de mixité fonctionnelle (partie 2) :

#### 1. Belmar (Lakewood, Etats-Unis)

« Belmar Master Plan | Lakewood, CO Multi-Purpose, Thoughtful Planning Creates Community ». In : *Van Meter Williams Pollack LLP* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.vmw.com/projects/belmar-master-plan/> > (consulté le 5 octobre 2018)

« Belmar Project ». In : *Ville de Lakewood, Colorado* [En ligne]. Disponible sur : < [http://www.lakewood.org/City\\_Managers\\_Office/Economic\\_Development/Urban\\_Renewal/Reinvestment\\_Projects/Belmar\\_Project.aspx](http://www.lakewood.org/City_Managers_Office/Economic_Development/Urban_Renewal/Reinvestment_Projects/Belmar_Project.aspx) > (consulté le 5 octobre 2018)

« Belmar Shopping District Lakewood, Colorado ». In : *Continuum Partners* [En ligne]. Disponible sur : < <http://continuumpartners.com/project/belmar-shopping-district/> > (consulté le 5 octobre 2018)

« Downtown Lakewood and Belmar ». In : *Ville de Lakewood, Colorado* [En ligne]. Disponible sur : < [http://www.lakewood.org/City\\_Managers\\_Office/Economic\\_Development/Real\\_Estate\\_and\\_Development\\_Activity/Employment\\_Centers/Downtown\\_Lakewood\\_and\\_Belmar.aspx](http://www.lakewood.org/City_Managers_Office/Economic_Development/Real_Estate_and_Development_Activity/Employment_Centers/Downtown_Lakewood_and_Belmar.aspx) > (consulté le 5 octobre 2018)

BUTTON, Andrew. *Villa Italia: Lakewood, Co* [En ligne]. *Deadmalls.com*. 9 mai 2011. Disponible sur : < [http://deadmalls.com/malls/villa\\_italia.html](http://deadmalls.com/malls/villa_italia.html) > (consulté le 5 octobre 2018)

MACCLEERY, Rachel. « Belmar in Lakewood, Colorado, Provides Year-Round Activities ». In : *Urban Land Institute* [En ligne]. 19 février 2013. Disponible sur : < <https://americas.uli.org/infrastructure-initiative/belmar-in-lakewood-colorado-provides-year-round-activities/> > (consulté le 5 octobre 2018)

MACCLEERY, Rachel. PETERSON, Casey. STERN, Julie D. *Shifting Suburbs: Reinventing Infrastructure for Compact Development* [En ligne]. Washington DC : Urban Land Institut, 2012.44p. Disponible sur : <

<http://mrsc.org/getmedia/DC0049A0-DB33-40EF-9BC0-3B4946655074/ulishifting.aspx> > (consulté le 12 décembre 2017)

MYERS, David. « Belmar: “Urbanizing” a Suburban Colorado Mall ». In : *Urban Land (ULI)* [En ligne]. 25 juillet 2013. Disponible sur : < <https://urbanland.uli.org/development-business/belmar-urbanizing-a-suburban-colorado-mall/> > (consulté le 5 octobre 2018)

*New West Metro Area Projects* [En ligne]. *Denver Cityscape*. Disponible sur : < <http://www.denver-cityscape.com/photo7.html> > (consulté le 5 octobre 2018)

SAGAR, Ryan. « Belmar, Lakewood, CO ». In : *Ryan Sagar* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.michaelryansagar.com/contact-information.html> > (consulté le 5 octobre 2018)

SAITTA, Dean. *Urbanizing Dead Suburban Malls: What Works?* [En ligne]. *Urbanisme Interculturel*. 29 janvier 2015. Disponible sur : < <http://www.interculturalurbanism.com/?p=3427> > (consulté le 5 octobre 2018)

Urbanexus. *Belmar in Lakewood (Denver area), Colorado (2007)* [En ligne]. 2007. Disponible sur : < <https://urbanexus.smugmug.com/Community-Design/Belmar-in-Lakewood-Denver-area/> > (consulté le 5 octobre 2018)

Van Meter Williams Pollack LLP. *Belmar Lakewood, CO* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.vmw.com/wp-content/uploads/Belmar-Urban-Design.pdf> > 2p (consulté le 28 novembre 2017)

#### 2. La Cloche d'Or (Luxembourg, Luxembourg)

« Centre Commercial 'Auchan' et Tours de Logements, Cloche d'Or ». In : *Fabeck architectes* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.fabeckarchitectes.lu/projets/pa/show/pc/Project/project/centre-commercial-auchan-et-tours-de-logements/> > (consulté le 6 octobre 2018f)

« Château d'eau à gasperich ». In : *Jim Clemes Associates* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.jimclemes.com/contact-us/> > (consulté le 6 octobre 2018e)

« Cloche d'Or ». In : *Extensa* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.extensa.eu/ClochedOr.html> > (consulté le 6 octobre 2018c)

« Cloche d'Or ». In : *Impakt* [En ligne]. Disponible sur : < <https://impakt.lu/cloche-dor/> > (consulté le 6 octobre 2018d)

« Gasperich : ouvrez le ban ! ». In : *La Semaine* [En ligne]. 22 mai 2017. Disponible sur : < <http://www.lasemaine.fr/2017/05/18/gasperich--ouvrez-le-ban-> > (consulté le 6 octobre 2018)

« Le Projet ». In : *Cloche d'Or* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.lco.lu/clochedor> > (consulté le 6 octobre 2018)

« Projet Crystal park ». In : *Schemel Wirtz Architectes Associés* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.schemelwirtz.lu/fr/pricewaterhousecoopers-luxembourg/> > (consulté le 6 octobre 2018)

Axento Immobilier, Impakt Immobilier. « Le quartier de la Cloche d'Or ». In : *Cloche d'Or, Luxembourg* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.clochedor.lu/quartier> > (consulté le 6 octobre 2018)

BAUSCH, François. LALIEU, Jean-Michel. « Il faut planifier d'une façon beaucoup plus rationnelle, économe, le territoire dont on dispose ». In : *Le gouvernement luxembourgeois* [En ligne]. 1<sup>er</sup> juin 2015. Disponible sur : < [https://gouvernement.lu/fr/actualites/toutes\\_actualites/interviews/2015/06-juin/01-bausch-paperjam.html](https://gouvernement.lu/fr/actualites/toutes_actualites/interviews/2015/06-juin/01-bausch-paperjam.html) > (consulté le 6 octobre 2018)

### 3. The Rise (Vancouver, Canada)

« The Rise ». In : *Grosvenor* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.grosvenor.com/featured-locations-and-properties/asset/the-rise/> > (consulté le 6 octobre 2018)

« The Rise ». In : *Urban Land Institute, Uli Case Studies* [En ligne]. Disponible sur : < <https://casestudies.uli.org/the-rise/> > (consulté le 6 octobre 2018)

Grosvenor. « Rent today ! Live above it all. » In : *The Rise* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.therisevancouver.com/index.html> > (consulté le 6 octobre 2018)

Hawley, Steve. « Housing on top of 'big box' stores? ». In : *Houston Tomorrow* [En ligne]. 1<sup>er</sup> décembre 2009. Disponible sur : <

COUBRAY, Céline. « Carte interactive de la Cloche d'Or ». In : *Archiduc* [En ligne]. 19 novembre 2015. Disponible sur : < <https://archiduc.lu/a/detail/video/carte-interactive-de-la-cloche-dor/107702> > (consulté le 6 octobre 2018)

Grossfeld PAP SA, Fishandchips. *Votre nouveau quartier. Cloche d'Or Luxembourg* [En ligne]. Luxembourg 2016. 66 p. Disponible sur : < [http://www.carre.lu/wp-content/uploads/2015/07/CLOCHEDOR\\_WEB\\_FRANCAIS.pdf](http://www.carre.lu/wp-content/uploads/2015/07/CLOCHEDOR_WEB_FRANCAIS.pdf) > (consulté le 6 octobre 2018)

Immochan, Promobe. *Cloche d'Or Luxembourg* [En ligne]. 17p Disponible sur : < [http://www.fabeckarchitectes.lu/fileadmin/media/projects/LCO\\_BRI/LCO\\_Brochure\\_160304\\_Ecran\\_HR.pdf](http://www.fabeckarchitectes.lu/fileadmin/media/projects/LCO_BRI/LCO_Brochure_160304_Ecran_HR.pdf) > (consulté le 6 octobre 2018)

NAUROY, Dominique. « Ban de Gasperich: La Cloche d'Or en 3D: découvrez l'ambitieux nouveau quartier ». In : *Luxemburger Wort* [En ligne]. 5 février 2016. Disponible sur : < <https://www.wort.lu/fr/luxembourg/ban-de-gasperich-la-cloche-d-or-en-3d-decouvrez-l-ambitieux-nouveau-quartier-56b09b110da165c55dc52458> > (consulté le 6 octobre 2018)

NAUROY, Dominique. « Cloche d'Or : Le plus grand centre commercial du Luxembourg va prendre forme ». In : *Luxemburger Wort* [En ligne]. 11 novembre 2015. Disponible sur : < <https://www.wort.lu/fr/luxembourg/cloche-d-or-le-plus-grand-centre-commercial-du-luxembourg-va-prendre-forme-56431dc20da165c55dc4cf6f> > (consulté le 6 octobre 2018)

<http://www.houstontomorrow.org/livability/story/housing-on-top-of-big-box-stores/> > (consulté le 6 octobre 2018)

MA David., JIAO Juliana. 22 – *Home Depot on Cambie – 4005 4033 Cambie Vancouver* [En ligne]. 4005 – 4033 Cambie Street, Vancouver, BC. Home Depot on Cambie – 4033 Cambie Vancouver 4005. Disponible sur : < <https://julianacommercial.wordpress.com/cambie-vancouver-gallery/22-home-depot-on-cambie-4005-4033-cambie-vancouver/> > (consulté le 6 octobre 2018)

TAKEMOTO, Neil. « Living above the big box ». In : *Cooltownstudio* [En ligne]. 1- septembre 2009. Disponible sur : <

<http://cooltownstudios.com/2009/11/16/living-above-the-big-box/> > (consulté le 6 octobre 2018)

Uli Case Studies. *ULI Case Studies, The Rise* [En ligne]. Mai 2014. 12p Disponible sur : < <https://casestudies.uli.org/wp-content/uploads/2014/05/The-Rise-PDF.pdf> > (consulté le 6 octobre 2018)

#### 4. Quartier QB (Québec, Canada)

« Ivanhoé Cambridge investit dans Projet QB, un développement résidentiel mixte à Québec ». In : *Ivanhoé Cambridge* [En ligne]. 18 février 2014. Disponible sur : < <https://www.ivanhoecambridge.com/fr-ca/medias/nouvelles/2014/02/projet-qb> > (consulté le 7 octobre 2018)

« Quartier QB ». In : *Ivanhoé Cambridge* [En ligne]. Disponible sur : < <https://ivanhoecambridge.com/fr-ca/immeubles-multiresidentiels/projets/developpement/quartier-qb> > (consulté le 7 octobre 2018)

CATTAPAN, François. « Le complexe Quartier QB se démarque à double titre dans la région de Québec ». In : *L'Appel* [En ligne]. 2 avril 2015. Disponible sur : < <https://www.lappel.com/actualites/economie/2015/4/1/le-complexe-quartier-qb-se-demarque-a-double-titre> > (consulté le 7 octobre 2018)

COUTURE, Pierre. « Projet immobilier de 50 millions \$ près de l'Université Laval ». In : *Le Soleil* [En ligne]. 12 novembre 2013. Disponible sur : < <https://www.lesoleil.com/affaires/projet-immobilier-de-50-millions-pres-de-luniversite-laval-64db09c5f460b8818e21845d9d7fd79c> > (consulté le 7 octobre 2018)

Douville Moffet et Associés, Sobey's Developments, Ivanhoé Cambridge. *Site internet de Quartier QB*. Disponible sur : < <https://quartierqb.com/> > (consulté le 7 octobre 2018)

FORCIER-MARTIN, Cassandre. « Construction excessive de logements à Québec ». In : *TVA Nouvelles* [En ligne]. 27 juillet 2017. Disponible sur : < <http://www.tvanouvelles.ca/2017/07/27/construction-excessive-de-logements-a-quebec> > (consulté le 7 octobre 2018)

GOBEIL Gérald. « Quartier QB : progression des travaux ». In : *Québec Urbain* [En ligne]. 4 septembre 2015. Disponible sur : < <http://www.quebecurbain.qc.ca/2015/09/04/quartier-qb-progression-des-travaux/> > (consulté le 7 octobre 2018)

Gouvernement du Québec. « Maison Saint-Joseph des Frères des écoles chrétiennes ». In : *Répertoire du patrimoine culturel du Québec* [En ligne]. 2013. Disponible sur : < <http://www.patrimoine-culturel.gouv.qc.ca/rpcq/detail.do?methode=consulter&id=160528&type=bien#.W7nTmWgzblW> > (consulté le 7 octobre 2018)

MOFFET, Pierre. *Les prix Inovia de l'Institut de développement Urbain. Mise en candidature - Quartier QB*. 15 septembre 2016.

PERRON, Alexandra. « Quartier QB: condos modèles à voir en plongée et en vrai ». In : *Le Soleil* [En ligne]. 7 avril 2015. Disponible sur : < <https://www.lesoleil.com/maison/quartier-qb-condos-modeles-a-voir-en-plongee-et-en-vrai-cdebc6a52b50278b1cae67a18c225aca> > (consulté le 7 octobre 2018)

#### 5. Okabe (Kremlin-Bicêtre, France)

« Inauguration d'Okabe ». In : *Altarea Cogedim* [En ligne]. 24 mars 2010. Disponible sur : < <http://www.altareacogedim.com/Inauguration-d-OKABE,20761.html> > (consulté le 7 octobre 2018)

« L'horloge de l'usine Géo démontée aujourd'hui au Kremlin-Bicêtre. » In : *Le Parisien* [En ligne]. 25 août 2005. Disponible sur : < <http://www.leparisien.fr/val-de-marne/l-horloge-de-l-usine-geo-demontee-aujourd-hui->

<http://www.leparisien.fr/val-de-marne/l-horloge-de-l-usine-geo-demontee-aujourd-hui->

[a-25-08-2005-2006235041.php](http://www.leparisien.fr/val-de-marne/l-horloge-de-l-usine-geo-demontee-aujourd-hui-) > (consulté le 7 octobre 2018)

« tek Médiathèque et conservatoire de musique et de danse au Kremlin-Bicêtre ». In : *K-architectures* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.k-architectures.com/projets/tek-edifice-dactivites-mixtes-a-kremlin-bicetre/> > (consulté le 7 octobre 2018)

Altarea Cogedim, Caisse des dépôts, Auchan. *Okabe - dossier de presse*. [En ligne]. Mars 2010. 32p Disponible sur : < [http://www.altareacogedim.com/sites/altarea/IMG/pdf/bureaux/dossier\\_de\\_presse\\_OKABE\\_fr.pdf](http://www.altareacogedim.com/sites/altarea/IMG/pdf/bureaux/dossier_de_presse_OKABE_fr.pdf) > (consulté le 8 octobre 2018)

Archives départementales du Val-de-Marne. *Entreprise géo, usine de charcuteries, salaisons et conserves au Kremlin-Bicêtre Archives de l'entreprise. 1920-1985*. 2014 et 2012. 4p

BICARD, Daniel. « Le centre commercial Okabé ouvre demain au Kremlin-Bicêtre ». In : *LSA Commerce & consommation* [En ligne]. 2010. Disponible sur : < <https://www.lsa-conso.fr/le-centre-commercial-okabe-ouvre-demain-au-kremlin-bicetre,112411> > (consulté le 7 octobre 2018)

CertiVéA, Conseil National des Centres Commerciaux. « Présentation des 3 premières opérations certifiées NF Bâtiments Tertiaires – Démarche HQE® Référentiel Commerce ». 2 juin 2009. 18p. Disponible sur : < [http://www.cstb.fr/archives/fileadmin/documents/webzines/2009-06/Nf\\_batiments\\_tertiaires/DP\\_Point\\_Presse\\_NF\\_HQE\\_Commerces-020609.pdf](http://www.cstb.fr/archives/fileadmin/documents/webzines/2009-06/Nf_batiments_tertiaires/DP_Point_Presse_NF_HQE_Commerces-020609.pdf) > (consulté le 8 octobre 2018)

DUBOIS, Cécile. « Le Kremlin-Bicêtre prépare son urbanisme à la métropole du Grand Paris ». In : *94 citoyens.com* [En ligne]. 13 septembre 2015. Disponible sur : < <https://94.citoyens.com/2015/le-kremlin-bicetre-prepare-son-urbanisme-a-la-metropole-du-grand-paris,13-09-2015.html> > (consulté le 7 octobre 2018)

Equipe de la Bibliothèque et de la Médiathèque L'Echo, Société Savoir Sphère. *Projet d'établissement de la Médiathèque du Kremlin Bicêtre* [En ligne]. Décembre 2011. 44p Disponible sur : < [http://mediadix.parisnanterre.fr/stockage\\_doc/poldoc/ProjetEtablissement20111123.pdf](http://mediadix.parisnanterre.fr/stockage_doc/poldoc/ProjetEtablissement20111123.pdf) > (consulté le 8 octobre 2018)

GOUGE, Francis. « Le Kremlin-Bicêtre Un centre commercial et des bureaux sur l'ancien terrain Géo ». In : *Le Moniteur* [En ligne]. 2001. Disponible sur : < <https://www.lemoniteur.fr/article/le-kremlin-bicetre-un-centre-commercial-et-des-bureaux-sur-l-ancien-terrain-geo.114539> > (consulté le 7 octobre 2018)

Lacharbo. *Villes limitrophes ...* [En ligne]. Vitry-sur-Autrefois. 25 avril 2010. Disponible sur : < <http://vitry-sur-autrefois.kazeo.com/villes-limitrophes-gallery70284?noajax&mobile=1> > (consulté le 7 octobre 2018)

MALSCH, Edouard. « Inauguration d'Okabe le 24 mars prochain ». In : *Urbanews.fr* [En ligne]. 10 mars 2010. Disponible sur : < <https://www.urbanews.fr/2010/03/10/2193-inauguration-d-okabe-le-24-mars-prochain/#jip-carousel-2194> > (consulté le 7 octobre 2018)

POUTHIER, Adrien. « Ouverture d'Okabé, 1er centre commercial "vert" ». In : *Le Moniteur* [En ligne]. 24 mars 2010. Disponible sur : < <https://www.lemoniteur.fr/article/ouverture-d-okabe-1er-centre-commercial-vert.867884> > (consulté le 7 octobre 2018)

## 6. Avenue 83 (La Valette-du-Var, France)

« « Famille Passion » – Opération A – 74 Logements et Commerces ». In : *Jérôme Siame Architectes* [En ligne]. Disponible sur : < <http://agence-jerome-siame-architectes.com/?portfolio=famille-passion-operation-ala-valette-du-var-83> > (consulté le 7 octobre 2018)

« Etude Urbaine | La-Valette-du-Var ». In : CARTA-Associés [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.carta-associes.com/urbanisme-la-valette.html> > (consulté le 7 octobre 2018)

« Grand Sud passion ». In : *La Valette-du-Var* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.lavalette83.fr/mon-maire-et-son-equipe/un-projet-de-ville-ambitieux/grand-sud-passion-25.html> > (consulté le 7 octobre 2018)

« Grand'Avenue et Bell'Avenue vont sortir de terre. » In : *L'Édition Varoise* [En ligne]. 25 juin 2016. Disponible sur :

< <https://leditionvaroise.com/grandavenue-bellavenue-sortir-de-terre/> > (consulté le 7 octobre 2018)

« Immeuble de 70 Logements | La Valette-du-Var ». In : CARTA-Associés [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.carta-associes.com/logement-famille-passion-d.html> > (consulté le 7 octobre 2018)

« Immeuble de 87 Logements | La Valette-du-Var ». In : CARTA-Associés [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.carta-associes.com/logement-famille-passion-b.html> > (consulté le 7 octobre 2018)

« L'avenue83 - Centre de commerces et de loisirs ». In : *Wilmotte & Associés* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.wilmotte.fr/fr/projet/443/LAvenue83-centre-de-commerces-et-de-loisirs> > (consulté le 7 octobre 2018)

« Vivre à Château Redon et travailler sur L'Avenue 83 ». *Valette Mag' - Ville de la Valette-du-Var - Mensuel d'information municipale*. Janvier 2016. n°189, p. 6-9. Disponible sur : < <http://www.lavalette83.fr/uploads/media/VALETTE16-VmagJANVIER-MeLigne.pdf> > (consulté le 11 décembre 2017)

BICARD, Daniel. « L'Avenue 83, de l'urbanité dans la zone Grand Var ». In : *LSA Commerce & consommation* [En ligne]. 21 avril 2016. Disponible sur : < <https://www.lsa-conso.fr/l-avenue-83-de-l-urbanite-dans-la-zone-grand-var,236622> > (consulté le 7 octobre 2018)

FONTANA, Jean-Baptiste. « L'Avenue 83 ouvre ses portes ». In : *Frequence-Sud.fr* [En ligne]. 12 avril 2016. Disponible sur : < <https://www.frequence-sud.fr/art-39250-l-avenue-83-ouvre-ses-portes-la-valette-du-var> > (consulté le 7 octobre 2018)

JACQUIN, Laurence. « Le centre commercial L'Avenue 83 ouvre ses portes près de Toulon ». In : *Toute la Franchise* [En ligne]. 13 avril 2016. Disponible sur : < <http://www.toute-la-franchise.com/vie-de-la-franchise-A23251-le-centre-commercial-l-avenue-83-ou.html> > (consulté le 7 octobre 2018)

Altearea Cogedim. *L'Avenue 83, Ouverture du centre de commerces & de loisirs - Dossier de presse*. [En ligne]. Avril 2016. 19p Disponible sur : < [http://www.altareacogedim.com/sites/altarea/IMG/pdf/DOSSIER\\_DE\\_PRESSE\\_L\\_AVENUE83\\_DEF.pdf](http://www.altareacogedim.com/sites/altarea/IMG/pdf/DOSSIER_DE_PRESSE_L_AVENUE83_DEF.pdf) > (consulté le 7 octobre 2018)

## 7. Ode 1 et 2 (Montpellier, France)

« Foyer jeunes travailleurs de 110 logements à Pérols - 34 ». In : *Hellin-Sebbag Architectes Associés* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.hellin-sebbag.archi/foyerjeunestravailleurs> > (consulté le 8 octobre 2018)

« L'agglomération demain. À la reconquête de la Route de la Mer ! » *Montpellier Agglo. Le Magazine d'information de la Communauté d'agglomération de Montpellier*. Novembre 2014. n°27, p. 28-31. Disponible sur : < [http://www.montpellier3m.fr/sites/default/files/mag/pdf/20141031/p28\\_27\\_MonAgglo\\_novembre\\_2014\\_WEB\\_0.pdf](http://www.montpellier3m.fr/sites/default/files/mag/pdf/20141031/p28_27_MonAgglo_novembre_2014_WEB_0.pdf) > (consulté le 8 octobre 2018)

« Le Liner Montpellier, Hérault (FR) ». In : *A+Architecture* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.aplus->

LELOGEAS, Elisabeth. « L'Avenue 83 », le nouveau centre commercial de La-Valette-du-Var ». In : *AgoraBiz* [En ligne]. 17 février 2016. Disponible sur : < <https://edito.agorabiz.com/locaux-pros/dossiers/l-avenue-83-le-nouveau-centre-commercial-de-la-valette-du-var-article-8595.html> > (consulté le 7 octobre 2018)

MARIO, Rémy. « La Valette-du-Var restructure une zone commerciale et périphérique de 200 hectares ». In : *Le Moniteur* [En ligne]. 26 août 2015. Disponible sur : < <https://www.lemoniteur.fr/article/la-valette-du-var-restructure-une-zone-commerciale-et-peripherique-de-200-hectares.781624#> > (consulté le 7 octobre 2018)

PONTONE, Catherine. « [DOSSIER] - Un centre commercial de 51.000m<sup>2</sup> à la place de Barnéoud à La Valette ». In : *Var-Matin* [En ligne]. 22 janvier 2015. Disponible sur : < <http://archives.varmatin.com/la-valette-du-var/dossier-un-centre-commercial-de-51000m%C2%B2-a-la-place-de-barneoud-a-la-valette.2013110.html> > (consulté le 7 octobre 2018)

PONTONE, Catherine. « Site Barnéoud à La Valette : un nouveau quartier début 2014 ». In : *Var-Matin* [En ligne]. 22 décembre 2010. Disponible sur : < <http://archives.varmatin.com/article/economie/site-barneoud-a-la-valette-un-nouveau-quartier-debut-2014.405889.html> > (consulté le 7 octobre 2018)

Semexval SPLM. *Site internet de la Société Publique Locale Méditerranée (SPLM)*. Disponible sur : < <https://www.splmediterranee.com/> > (consulté le 7 octobre 2018)

[architecture.com/projets/thematiques/bureaux/liner/](http://architecture.com/projets/thematiques/bureaux/liner/) > (consulté le 8 octobre 2018)

« Ode à la Mer : Le nouveau quartier tendance de Montpellier ». In : *Comparimmoneuf Blog* [En ligne]. 23 octobre 2017. Disponible sur : < <https://blog.comparimmoneuf.fr/investissement-montpellier/montpellier-ode-la-mer> > (consulté le 8 octobre 2018)

« Ode à la mer ». In : *Ingérop* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.ingerop.fr/fr/activite/ode-la-mer> > (consulté le 8 octobre 2018)

BICARD, Daniel. « L'autorisation du projet commercial de Frey, Ode à la Mer à Montpellier, suscite des contestations ». In : *LSA Commerce & consommation* [En



ligne]. 19 août 2015. Disponible sur : < <https://www.lsa-conso.fr/l-autorisation-du-projet-commercial-de-frey-ode-a-la-mer-a-montpellier-suscite-des-contestations,216843> > (consulté le 8 octobre 2018)

CHAIGNEAU, Cécile. « Inauguration du Liner, immeuble phare du projet ODE à la mer ». In : *La Tribune - Objectif* [En ligne]. 17 juin 2015. Disponible sur : < <https://objectif-languedoc-roussillon.la Tribune.fr/entreprises/immobilier/2015-06-17/inauguration-du-liner-immeuble-phare-du-projet-ode-a-la-mer.html> > (consulté le 8 octobre 2018)

CHAIGNEAU, Cécile. « Shopping Promenade Ode à la Mer à Montpellier : Frey lance la commercialisation ». In : *La Tribune - Objectif* [En ligne]. 16 novembre 2017. Disponible sur : < <https://objectif-languedoc-roussillon.la Tribune.fr/entreprises/commerce-services/2017-11-16/shopping-promenade-ode-a-la-mer-frey-lance-la-commercialisation-758264.html> > (consulté le 8 octobre 2018)

Egis. ZAC ODE Acte 2 – Lattes et Pérols (34) Dossier de demande d'autorisation préfectorale au titre des articles L.214.1 à L.214.6 du Code de l'Environnement. [En ligne]. Juillet 2016. 59p Etude d'impact réalisé pour le compte de Montpellier Méditerranée Métropole et SA3M, société d'aménagement de Montpellier Méditerranée Métropole. Disponible sur : < [http://www.herault.gouv.fr/content/download/22022/162397/file/01\\_R%C3%A9sume%20Non%20Technique\\_RIV40353A\\_DLE\\_ODE\\_Acte2\\_RNT.pdf](http://www.herault.gouv.fr/content/download/22022/162397/file/01_R%C3%A9sume%20Non%20Technique_RIV40353A_DLE_ODE_Acte2_RNT.pdf) > (consulté le 9 octobre 2018)

FABRE, Françoise. ODE A LA MER MONTPELLIER Nature urbaine ZAC ODE ACTE 1. Enquête parcellaire concernant le projet d'aménagement de la ZAC Ode Acte 1 sur la commune de Pérols au profit de la Société d'Aménagement de l'Agglomération de Montpellier sur le territoire de la commune de Pérols [En ligne]. 19 septembre 2014. 14p Rapport d'enquête publique. Disponible sur : < <http://www.herault.gouv.fr/content/download/13237/84792/file/RAPPORT%20CE%20AP%20-%C2%A62014-I-1292.pdf> > (consulté le 9 octobre 2018)

JANNIN, Stéphanie. NURIT, Yves. PEREZ, Christophe. *Bienvenue au Club des Clubs Immobiliers* [En ligne]. Présentation 26 mars 2015 à Montpellier organisé par :

Club des Clubs Immobiliers - Montpellier Méditerranée Métropole- Le Groupe SERM/SA3M. 127p Disponible sur : < [http://preprod-www.entreprendre-montpellier.com/sites/default/files/page/fichiers/diaporama-clubdesclubsimmo-260315\\_1.pdf](http://preprod-www.entreprendre-montpellier.com/sites/default/files/page/fichiers/diaporama-clubdesclubsimmo-260315_1.pdf) > (consulté le 9 octobre 2018)

M&A promotion, Les Villages d'Or - Sagestimm, Ville de Pérols, Montpellier Méditerranée Métropole. *Communiqué de presse : ODE A LA MER – quartier du Fenouillet Le Campus Pérols, une résidence étudiante innovante & communicante Pose de la 1ère pierre mercredi 21 mars à 11h30* [En ligne]. 16 mars 2017. 4p Disponible sur : < [https://metapromotion.com/content/uploads/2017/04/CP\\_Campus-Perols.pdf](https://metapromotion.com/content/uploads/2017/04/CP_Campus-Perols.pdf) > (consulté le 9 octobre 2018)

MARIO Rémy. « A Pérols, les Villages d'Or signent une réalisation atypique ». In : *Le Moniteur* [En ligne]. 18 juin 2015. Disponible sur : < <https://www.lemoniteur.fr/article/a-perols-les-villages-d-or-signent-une-realisation-atypique.707584> > (consulté le 8 octobre 2018)

MOLLIÈRE, Mathieu. RAVAUD, Chloé. *Communiqué de presse. Montpellier : FREY lance la commercialisation du Shopping Promenade ODE A LA MER* [En ligne]. 16 novembre 2017. 2p Disponible sur : < <http://frey.fr/wp-content/uploads/2017/05/FREY-Lancement-commercialisation-Shopping-Promenade-Montpellier.pdf> > (consulté le 9 octobre 2018)

ODE acte 1 et 2 [En ligne]. *Le Petit Journal de Lattes*. Depuis 2014. Disponible sur : < <http://lattinfos.unblog.fr/nature-oz-et-ode/> > (consulté le 8 octobre 2018)

RAVAUD, Chloé, VILLERET, Agnès. *Communiqué de presse. Ode à la mer – Montpellier. Suite au rejet des 4 recours, FREY franchit une nouvelle étape* [En ligne]. 8 juillet 2016. 2p Disponible sur : < <http://frey.fr/wp-content/uploads/2017/06/Frey-CP-ODE-A-LA-MER-08-juillet-2016.pdf> > (consulté le 9 octobre 2018)

Stoker. *Montpellier Métropole - ODE à la Mer (Lattes/Pérols)* [En ligne]. PSS-archi.eu. 2011-2018. Disponible sur : < <http://www.pss-archi.eu/forum/viewtopic.php?id=32420> > (consulté le 8 octobre 2018)

