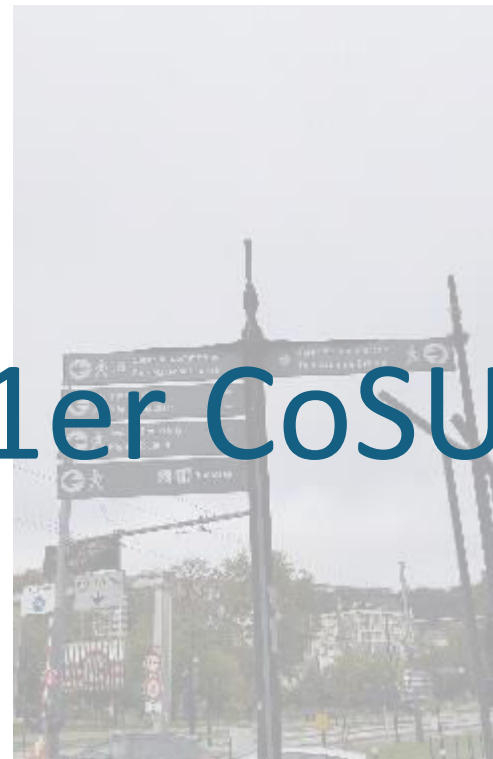


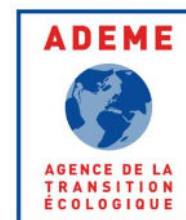
Changer de regard sur l'urbanisme commercial

*Expérimentation urbaine - PAVT-SCR (ADEME) x
Territoire Circulaire
Sept. 24 – sept. 25*

Premier Comité de Suivi / 27 novembre 2024



1er CoSUI



Expérimentations
Urbaines



<https://experimentationsurbaines.ademe.fr/>

tc.



XP – “Changer de regard sur l’urbanisme commercial”

1. Quelques règles et tour de table
2. Présentation de l’expérimentation
3. Collectivités et terrains pilotes
4. Méthodologie et outils
5. Questions/réponses / A l’écoute de vos besoins
6. Conclusion
7. Temps additionnel

Changer de regard sur l'urbanisme commercial

1. Quelques règles et tour de table

1. ARRIVÉE DES PARTICIPANTS



- Nous vous prions de bien vouloir **couper votre micro** lorsque vous ne prenez pas la parole (afin d'éviter les bruits de fond et les interférences), merci !



- Tour de **présentation des participants** :
 - Qui êtes-vous, quel est votre rôle ?
 - Quels sont vos intérêts à participer ?
 - Qu'attendez-vous de l'expérimentation ?



- Vous avez le droit de **participer** !
 - Le **chat est à votre disposition** pour poser vos questions et partager vos ressources
 - Un temps de **questions/réponses est prévu** en fin de séance



- Temps additionnel, nous avons prévu **30 minutes supplémentaires** après la fin du Cosui pour poursuivre les échanges de manière moins formelle



- **Support et compte-rendu seront envoyés** à l'issue du CoSui



- Cette session est enregistrée 😊



1. TOUR DE TABLE

- Qui êtes-vous, quel est votre rôle ?
- Quels sont vos intérêts à participer ?
- Qu'attendez-vous de l'expérimentation ?
- *1 minute par personne* 😊

1. TOUR DE TABLE

BIENVENUE

SUR LA PLATEFORME DE
L'ADEME DÉDIÉE AUX
EXPÉRIMENTATIONS
URBAINES

URBANISME DURABLE : LES EXPÉRIMENTATIONS



PLANIFICATION BAS
CARBONE



QUARTIERS ÉNERGIE
CARBONE



ÉCONOMIE CIRCULAIRE
ET URBANISME



TERRITOIRES ZÉRO
ARTIFICIALISATION
NETTE



RECHERCHE ET
DÉVELOPPEMENT



EXPÉ URBA SANTÉ

<https://experimentationsurbaines.ademe.fr/>



Expérimentations
Urbaines



Démarche de **sobriété** ?

3 Piliers:

- Le questionnement du **besoin**
- Le **changement de comportement** individuel et collectif
- Le **respect du vivant** et la **diminution de la pression** sur les ressources.

1. TOUR DE TABLE

tc.

territoire circulaire est une agence d'urbanisme indépendante créée en 2021 à Caen. L'agence **tc.** s'intéresse à la ville qui existe et aux données d'urbanisme ouvertes (ou à ouvrir). Nous explorons particulièrement les liens entre les enjeux de sobriété et la production de la ville. Nous entretenons une forte curiosité et un sens critique toujours en alerte afin de participer à notre échelle à l'effort de sobriété (voire de renoncement), nécessaire dans les métiers de l'urbanisme et l'aménagement.

<https://territoirecirculaire.fr/>

thomas@territoirecirculaire.fr



Thomas Charrier, urbaniste à Caen (Calvados), dirigeant de [Territoire Circulaire](#) depuis 2021

- Démarches en cours :
 - [Pas de vacances pour la vacance](#)
 - [Exploration de la vacance des locaux commerciaux](#)
 - APR TRIOMPH, CSTBxEkopolisxMGP

Expériences passées significatives

- Nexity : Chargé de Projets, direction RSE
- Mairie du 14^e ardt de Paris : conseiller urbanisme, espaces publics, transports

Formations

- Master Spé Bioterre, Panthéon Sorbonne
- Licence Géo puis Master I et II Urbanisme et Aménagement, Paris Sorbonne

Nos partenaires et voisins



surface + utile



Camille Joseph – Chargée de mission [en alternance depuis septembre 24]

Sciences Po Rennes – Campus des Transitions de Caen, Master II InSitu

Formations

- Master I Stratégies Innovantes des Territoires Urbains (INSITU) – Sciences Po Rennes, Campus des Transitions de Caen
- Bachelor - Sciences Po Rennes Campus de Caen
- Hypokhâgne et Khâgne – Lycée Descartes Tours

Changer de regard sur l'urbanisme commercial

2. Problématique et présentation de l'expérimentation

2. PROBLÉMATIQUES : IMPACTS URBAIN, IMMOBILIER ET FONCIER

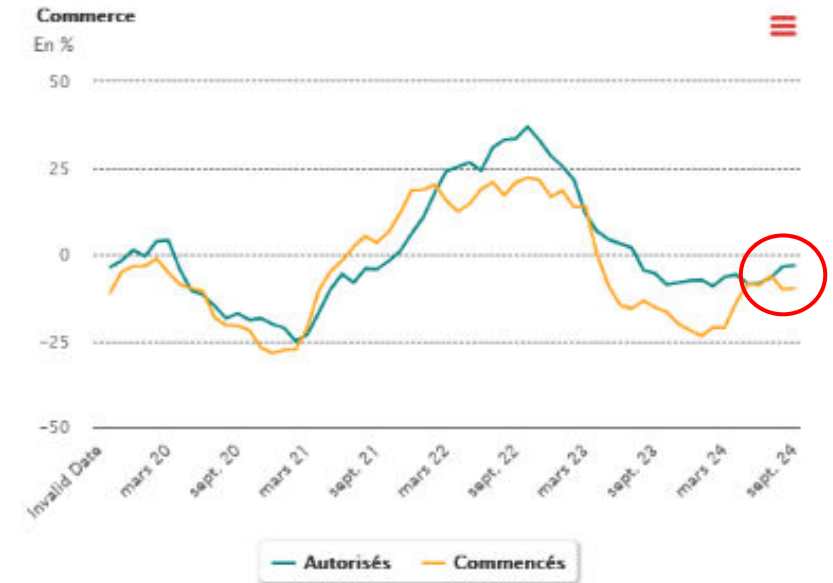
- **Modèle** des espaces de commerces monofonctionnels en passe d'être révolue ?

- **Déprise commerciale** de nos territoires très inégale

- Crises successives + réglementation + opinion publique = **repenser l'intégration des espaces commerciaux à nos territoires**

- Impacts de l'urbanisme commercial **au-delà des questions foncières, immobilières et paysagères** (bien que cruciales !)

- La sobriété, un bon prétexte pour **interroger notre rapport à la consommation** autant que la **relation des territoires avec leurs objectifs « d'attractivité »**



Surface de locaux commencés – commerces (en milliers de m ²)	Septembre 24	3 derniers mois (de juil. à sept. 24)		12 derniers mois (oct 23 à sept. 24)	
	Créations	cumul	Variation en %	cumul	Variation en %
autorisations	379,2	1 097,4	+8,5	3 989,7	-3,2
commencés	162,6	508,6	-7,1	2 186,0	-9,8

2. ALLER PLUS LOIN : URBANISME ET MARCHANDISE

- Sobriété des acteurs de la GD : concerne encore trop peu les émissions indirectes (≈ la marchandise)

• Marchandise, flux et comportements induits = **angle mort du développement économique ?**

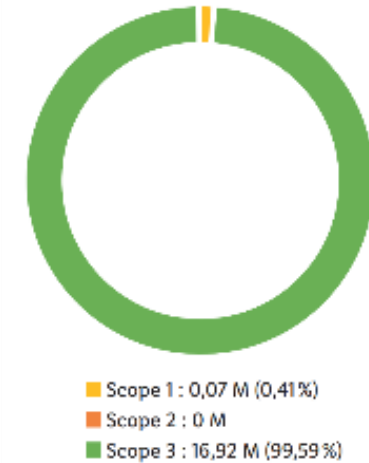
- **Transparence** : le secteur lève (très doucement) le voile de l'opacité à la demande des consommateurs et des pouvoirs publics

• Approche systémique du territoire : **intégrer les effets environnementaux de nos modes de consommations**

- **Besoins réels des consommateurs** : nouveaux modèles portés à la fois par les enseignes, la puissance publique et les consommateurs ?

ENVIRONNEMENT				
INDICATEURS CLÉS (L1)	INDICATEURS PICARD	2021	2022	
Les mesures de prévention, de recyclage et d'élimination des déchets	Part de nos congélateurs réutilisés en seconde vie (donc aux associations caritatives et vente à prix réduit)	94 %	89 %	80 %
	Taux de recyclage des cartons utilisés en magasins	100 %	100 %	100 %
	Taux de gaspillage alimentaire Picard (hors épaves - magasins) [en constructions, non écoulé ni dans alimentaires]	0,33 %	0,48 %	0,55 %
	Fourniture des tubes d'éclairage (TL) recyclés en fin de vie	100 %	100 %	100 %
La consommation d'eau et l'approvisionnement en eau en fonction des contraintes locales	Consommation d'eau par magasin (m³)	35,45	39,09	33,77
	Forêt annuel des publications commerciales (tonnes)	3 010	2909	2098
La consommation de matières premières et les mesures prises pour améliorer l'efficacité dans leur utilisation	Fourniture de papier certifié FSC sans les publications commerciales	99,8 %	97,9 %	99,8 %
	Taux d'emballage (g d'emballage par kg de produit vendu)	711	72	69,7
	Forêt d'emballage évité par la démarche d'éco-conception (tonnes)	24	94	124,7
La consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables	Consommation énergétique des magasins (100 % électricité) (en Mwh)	168 341	163 908	167 467
	Consommation énergétique par magasin (en Mwh)	187	160	161
	Fourniture d'énergie renouvelable utilisée	100 % (2021)	100 % (2022)	100 % (2023)
Les rejets de Gaz à Effet de Serre	Bilan Carbone Sites ^{***} (Tonn CO ₂ e)	233 177	221 315	203 326
	Bilan Carbone Sites ^{***} par magasin (Ton CO ₂ e magasin)	111	101	91
	Bilan Carbone par € de CA (g eq CO ₂ e / €)	61	69	61
	Transports (g CO ₂ e / t.km)	140,87	132,35	128
Les mesures prises pour préserver ou développer la biodiversité	Bilan Carbone Produits - Matières premières (g CO ₂ e / UVC)	543	550	627
	Nombre de références de produits bio	121	149	178
	Nombre de produits MSC + ASC (à partir de 2018)	75	84	90
	Nombre de références de produits « Sans Résidu de Pesticides »	7	13	14

Répartition des émissions de GES (tCO₂e) en 2021



Source : DPEF LIDL 2022

UN BILAN CARBONE DE NOS PRODUITS QUI N'AUGMENTE PAS

Depuis 2019, nous mesurons l'impact carbone de nos produits par gammes. Bien que cela ne soit pas si simple, nous continuons de maintenir nos objectifs et nos ambitions de réduction en travaillant sur la mise en place de pratiques agricoles plus vertueuses et l'augmentation de l'offre de produits plus durables. Depuis 2019, l'impact carbone moyen de nos produits (kg CO₂e / unité de produit vendue) n'a pas augmenté. Pour s'assurer que cela continue, voire que cet indicateur s'améliore, des groupes de travail ont été initiés cette année 2023 pour sensibiliser et accompagner les équipes Produits à l'éco-conception.

Source : rapport RSE Picard 2023

46%

The amount we cut our scope 1 and 2 emissions by vs. our 2021 baseline

Source : Welcome to the Action Update 2023

2. ALLER PLUS LOIN : URBANISME ET MARCHANDISE

Entre les consommateurs, les enseignes et la puissance publique : qui doit faire quoi ?

les collectivités sont les maillons essentiels de la sobriété, pour encadrer certaines pratiques, voire afin d'en faire émerger des nouvelles toujours plus sobres.

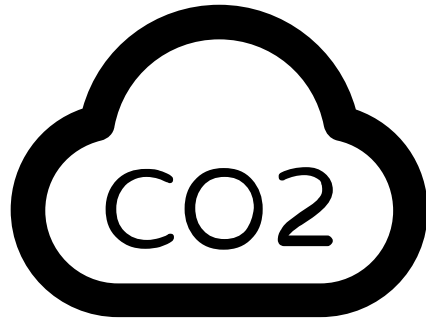
Présenter le commerce **au-delà des termes économiques et immobiliers**, en abordant :

- **Les impacts de la marchandise** qui sera proposée aux consommateurs,
- **Les flux induits par ces activités** (logistique, consommateurs, déchets)
- **L'opportunité de favoriser des pratiques sobres** issues du contexte local



2. FAIRE MIEUX AVEC MOINS ?

Comment faire de l'urbanisme commercial (du commerce) un vecteur de sobriété ? La réduction des impacts de l'urbanisme commercial peut-elle être un facteur d'attractivité pour les territoires ?



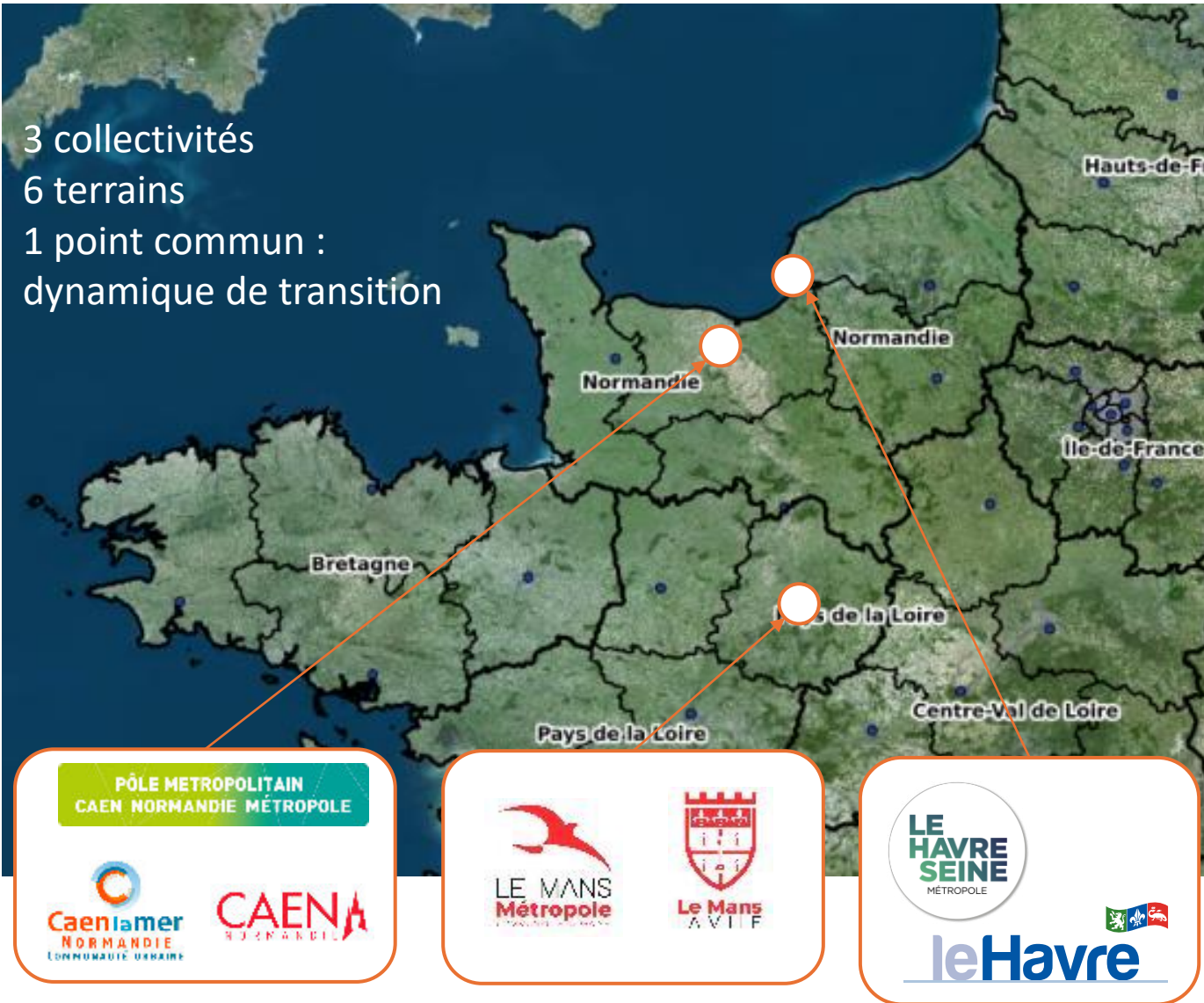
Question :
Augmenter l'attractivité des territoires, tout en diminuant les émissions de GES et l'impact environnemental (sol, matière...) des activités marchandes

?



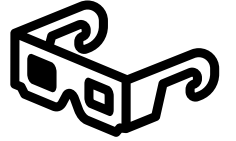
2. PRÉSENTATION DE L'EXPÉRIMENTATION

3 collectivités
6 terrains
1 point commun :
dynamique de transition



Ce que nous regardons

- Sobriété foncière
- Sobriété immobilière
- Usages
- Mobilités
- Acteurs économiques de la transition



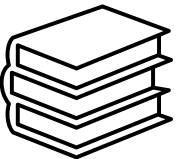
Ce que nous mobilisons

- Documentation
- Données
- Terrain
- Entretiens



Ce que nous rendrons

- Fiches Etats des lieux et propositions
- Rapport sur les enseignements de l'exploration
- Synthèse des recommandations et leviers d'actions



Changer de regard sur l'urbanisme commercial

3. Collectivités et terrains pilotes

CAEEN

Expérimentation urbaine - PAVT-SCR (ADEME) x Territoire Circulaire Sept. 24 – sept. 25

Premier Comité de Suivi / 27 novembre 2024



3. TERRITOIRES PILOTES : CAEN (14)

a. Collectivité(s) engagée(s)

Avec qui ?

- Pôle Métropolitain de Caen Normandie Métropole
- CU de Caen la Mer
- Ville de Caen

Deux périmètres

- CC Côte de Nacre
- Centre-ville de Caen

Enjeux

- Interroger le redéveloppement de la plus ancienne Zone d'activité commerciale de l'agglomération
- Un centre-ville avec très peu de vacance (dans ses limites les plus strictes)
- Complémentarités des polarités commerciales
- Un territoire qui souhaite s'illustrer sur les questions de transition(s)
- Axes forts : santé, proximité, alimentation

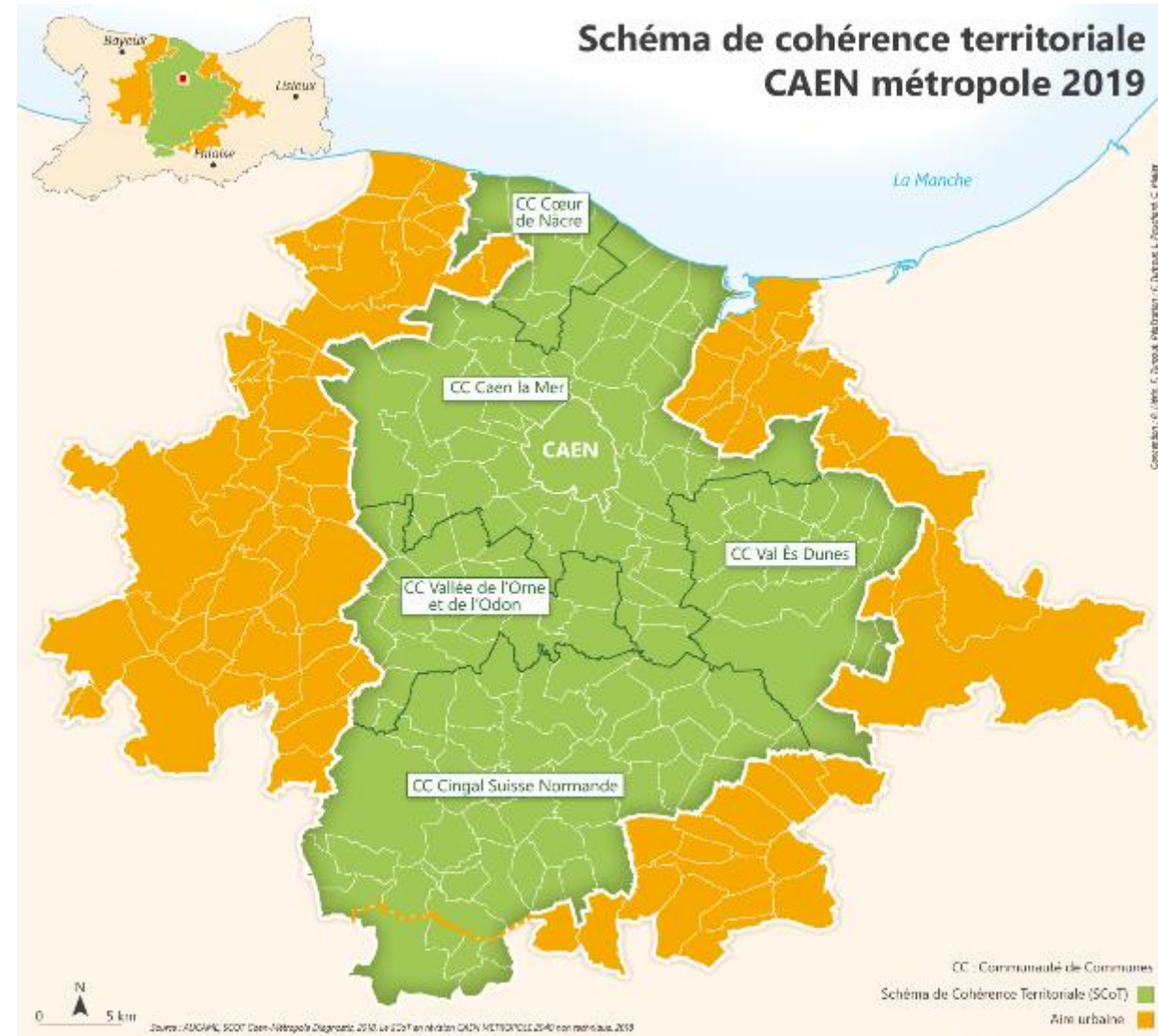
Où en est la collectivité ?

- **SCOT et DAAC** (2016, révision 2020) [refonte à venir]
- **PAT** (Labellisé niveau 1 en 2021)
- **PLUi-HM** (en cours d'élaboration)
- **PTZC** : 1 site (Fleury-sur-Orne)

PÔLE METROPOLITAIN
CAEN NORMANDIE MÉTROPOLE


Caen la Mer
NORMANDIE
COMMUNAUTÉ URBAINE

CAENA
NORMANDIE



3. TERRITOIRES PILOTES : CAEN (14)

b. Centre-ville

Avec qui ?

- Ville de Caen

Périmètres (à affiner)

- Hyper centre-ville
- Centre-ville élargi
- Polarités de quartier

Enjeux

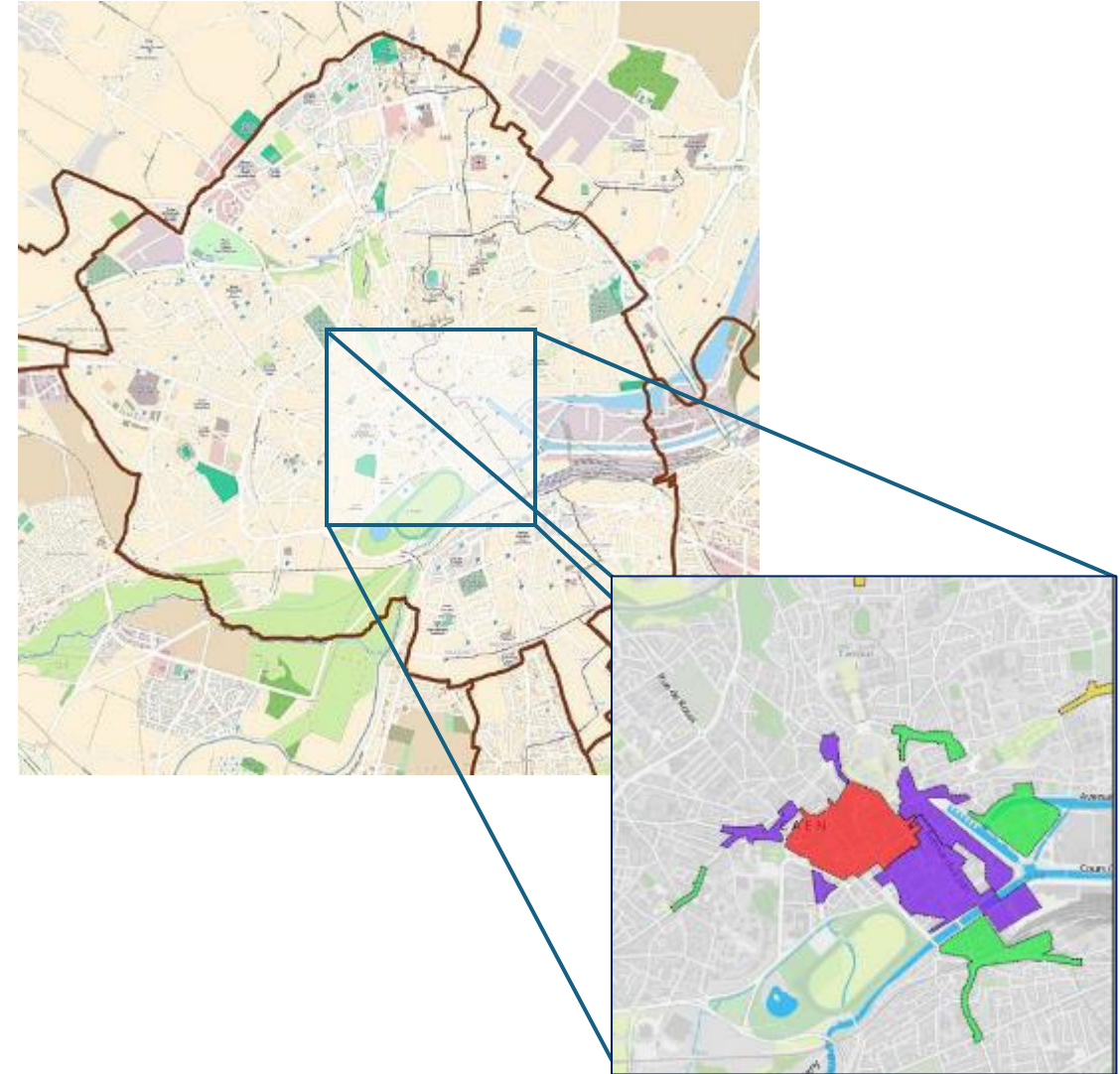
- Très faible vacance (dans l'HCV)
- Ville très étudiante (35 000/an)
- Devenir incertain de plusieurs sites emblématiques (pl. de la Rep, Doumer, C&A, prêt à porter)
- Retour de la proximité
- Quelle place pour les acteurs de la transition ?

Où en est la collectivité ?

- Observatoire du commerce très abouti avec la CCI
- Projets en cours avec de nouveaux m² commerciaux
- Foncière commerciale (sept. 24)

CAEN
NORMANDIE

CCI CAEN
NORMANDIE



3. TERRITOIRES PILOTES : CAEN (14)

c. Périphérie commerciale

Avec qui ?

- Pôle Métropolitain de Caen
- Ville de Caen

Deux périmètres

- CC Côte de Nacre
- ZI du Mont Coco

Enjeux

- Interroger le redéveloppement de la plus ancienne Zone d'activité commerciale de l'agglomération
- Diversité des fonctions propice à la transformation
- Passage du tram à valoriser
- Proximité avec le Supérieur et la Santé

Ou en est la collectivité ?

- Suivi du DAAC par l'AUCAME
- Un projet de transformation qui n'a pas abouti (pourquoi ?)

PÔLE METROPOLITAIN
CAEN NORMANDIE MÉTROPOLE



Localisation des grandes et moyennes surfaces en 2020



LE HAVRE

Expérimentation urbaine - PAVT-SCR (ADEME) x Territoire Circulaire Sept. 24 – sept. 25

Premier Comité de Suivi / 27 novembre 2024



tc.

3. TERRITOIRES PILOTES : LE HAVRE (76)

a. Collectivité(s) engagée(s)

Avec qui ?

- Le Havre Métropole
- Ville du Havre
- Université Le Havre Normandie

Deux périmètres

- Linéaire Coty <-> Briand + Espace Coty
- Grand Cap (Auchan)

Enjeux

- Centre ancien qui se dégrade progressivement
- Avenir de la vocation commerciale de certains locaux
- Vacance prononcée dans les grands développements commerciaux (Coty, Grand Cap, Océane)
- S'appuyer sur les dynamiques nouvelles du centre Perret

Où en est la collectivité ?

- SCOT et DAC en cours de révision
- PAT stade 2 (date + étape ?)
- PTZC : -
- PVD : Saint-Romain-de-Colbosc, Etretat, Criquetot-l'Esneval



3. TERRITOIRES PILOTES : LE HAVRE (76)

b. Centre-ville

Avec qui ?

- Ville du Havre
- Université du Havre

Périmètres (à affiner)

- Coty
- Joffre
- Le Rond-Point
- Briand (jusqu'à
- Centre-ville élargi
- Polarités de quartier

Enjeux

- Vacance qui progresse et augmente depuis la rue de Paris (5%) jusqu'à Briand (22%)
- Ville étudiante
- Bâti dégradé (rdc comme en étages)
- Quels besoins des habitants ?
- Liens avec le Cours République

Où en est la collectivité ?

- Partenariat XP / Uni Le Havre pour travail terrain
- Observatoire du commerce avec la CCI
- Habitat dégradé et OPAH sur Briand
- Récents développements intramuros : Vauban, République Tram



3. TERRITOIRES PILOTES : LE HAVRE (76)

c. Périphérie commerciale

Avec qui ?

- Ville du Havre
- Université du Havre

Périmètre

- Centre Commercial Grand Cap (Auchan)

Enjeux :

- Très bonne desserte (Tram)
- Vacance prononcée

Où en est la collectivité ?

- Reconquête du CC et ouverture sur le quartier
- Aménagement d'une bibliothèque municipale en cours



LE MANS

Expérimentation urbaine - PAVT-SCR (ADEME) x Territoire Circulaire Sept. 24 – sept. 25

Premier Comité de Suivi / 27 novembre 2024



tc.

3. TERRITOIRES PILOTES : LE MANS (72)

a. Collectivité engagée

Avec qui ?

- CU Le Mans Métropole
- La Ville du Mans
- L'Université du Mans

Deux périmètres

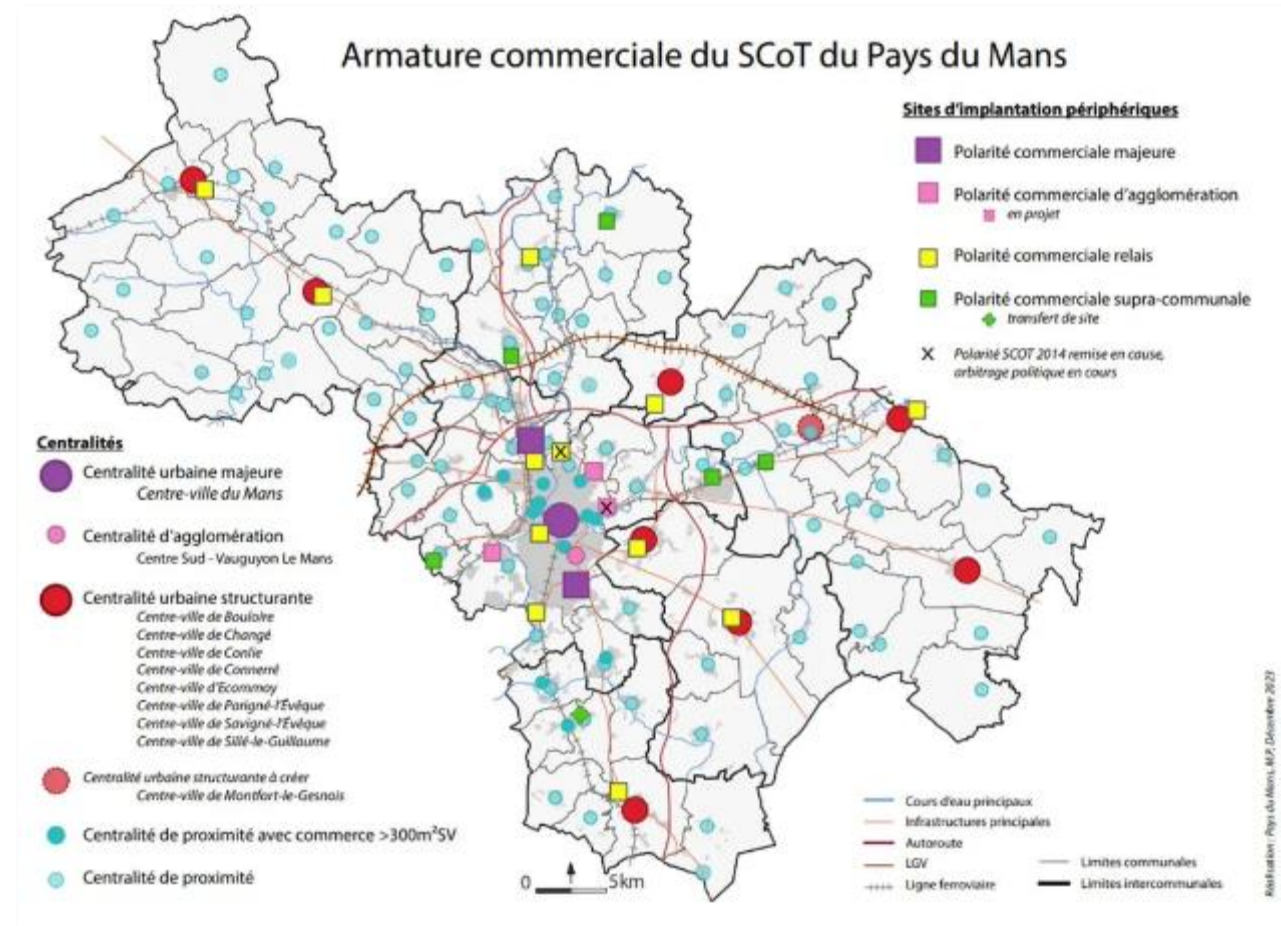
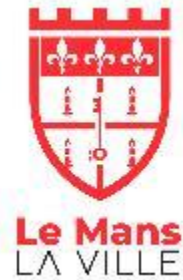
- Le centre-ville
- La zone commerciale Nord

Enjeux

- Centre-ville avec une vacance très importante (22% en 2020)
- Des locaux vacants qui se dégradent et centralité commerciale qui se déplace
- Modèle Zone Nord vieillissant

Où en est la collectivité ?

- SCOT et DAC en cours de révision depuis 2022
- PAT : Deux projets différents entre PAT Pays du Mans et PAT Le Mans Métropole (labellisé niveau 1 en 2024)
- PTZC : 1 projet (Les Sablons) + Périmètre « quartiers de demain »



3. TERRITOIRES PILOTES : LE MANS (72)

b. Centre-ville

Avec qui ?

- CU Le Mans Métropole
- La ville du Mans
- L'Université du Mans

Périmètres (à affiner):

- Périmètre de la centralité dans le DAAC : cœur de ville, le centre des halles, la cité Plantagenêt, pôle d'échanges multimodale de la gare du Mans, Rue Nationale, Avenue du Général Leclerc, Rue du Port, Avenue Générale de Gaulle, Rue Gambetta

Enjeux

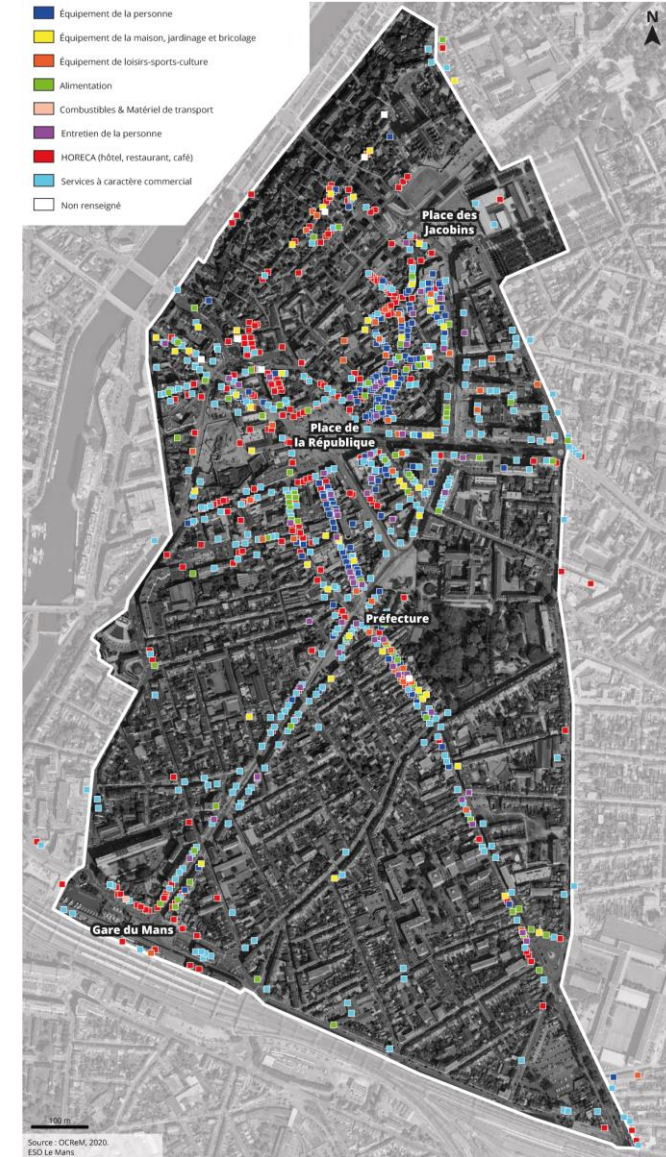
- Vacance importante (jusqu'à 22% en 2020)
- Banalisation des enseignes
- Centralité commerciale se resserre sur Place de la République et Place des Jacobins avec la présence du centre commercial

Où en est la collectivité

- PLUc : Centre-ville est un périmètre de l'activité commerciale prioritaire
- Création d'une foncière pour gérer les opportunités et la vacance commerciale
- Politique de piétonnisation des rues
- Projet de territoire Le Mans 2040 : idée de création d'un pôle gourmand



Typologie des commerces du centre-ville du Mans en 2020



3. TERRITOIRES PILOTES : LE MANS (72)

c. Périphérie commerciale

Avec qui ?

- CU le Mans métropole
- La ville du Mans
- L'Université du Mans

Périmètre :

- Zone commercial Nord (Nord du Mans / La Chapelle-Saint-Aubin / Saint-Saturnin)

Enjeux :

- Un des plus grands corridors commerciaux
- Zone de chalandise importante
- Problème de fluidité de la circulation
- Modèle d'urbanisme commercial vieillissant : enchaînement de « boîtes à chaussures » avec parkings individuels
- En 2021 : 55 hectares de surface de plancher d'établissement et plus de 96 hectares de parkings

Où en est la collectivité ?

- workshop avec NHOOD, ESO, ROUGERIE TANGRAM et l'Université du Mans



Changer de regard sur l'urbanisme commercial

4. Méthodologie et outils

4. OBJECTIFS DE LA MÉTHODOLOGIE



Rencontrer les **acteurs.rices du territoire**



Aller sur le **terrain pour observer** depuis la rue



Questionner les **pratiques d'urbanisme commercial traditionnelles**



4. AVEC QUELS OUTILS ?



Documentation (réglementaire, universitaire, journaux)



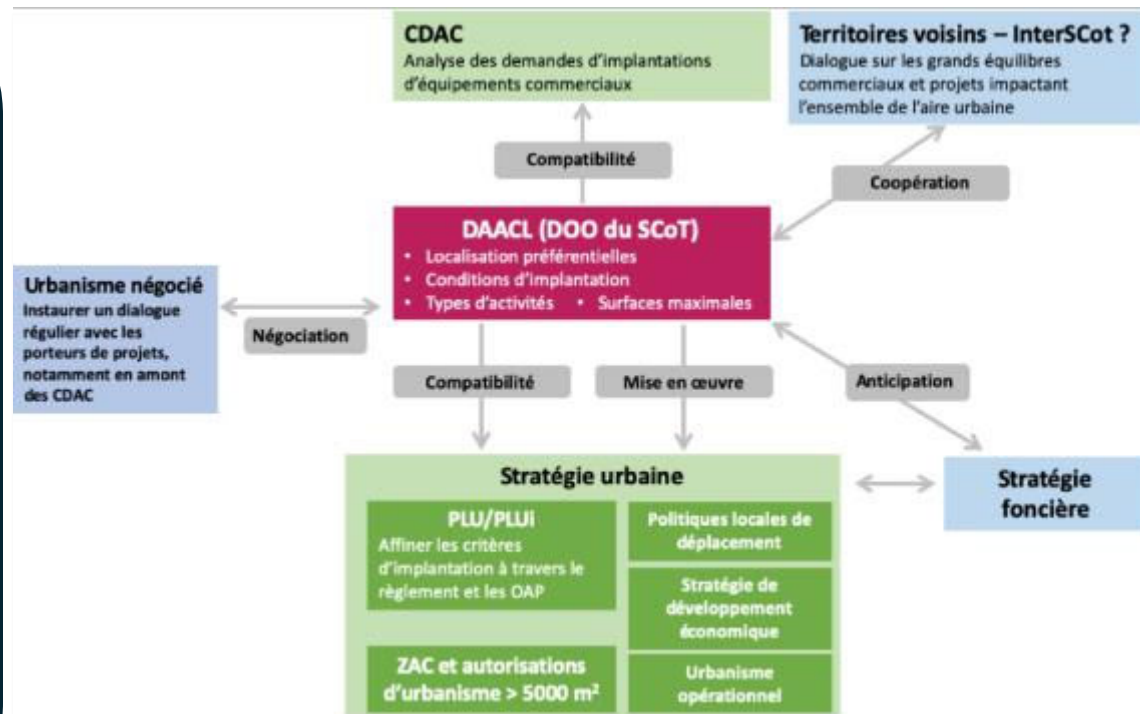
Numérique et données



Inventaire des acteurs.rices (par territoire) et Personas



Terrain : entretiens avec les collectivités et partenaires, que peut-on voir depuis la rue (pas uniquement le commerce), micro-trottoirs et recueil des besoins



4. AVEC QUELS OUTILS ?



Documentation (réglementaire, universitaire, journaux)



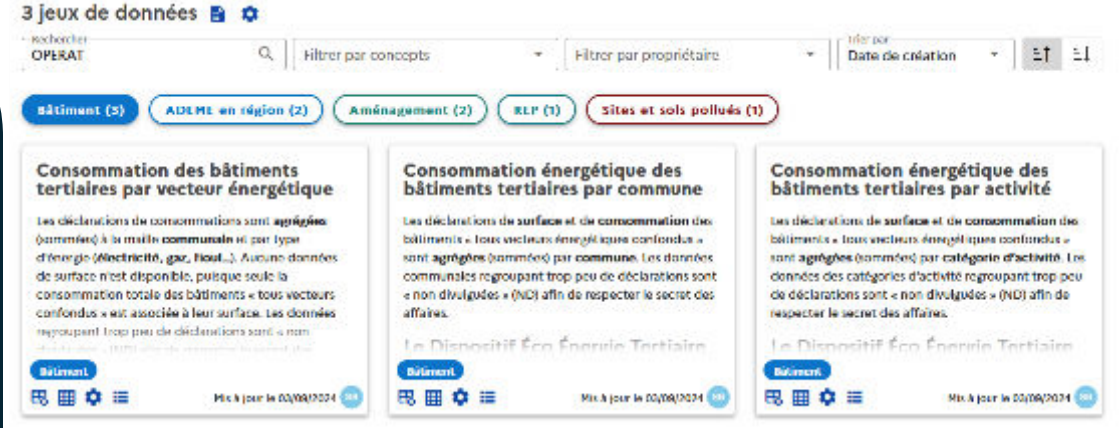
Numérique et données



Inventaire des acteurs.rices (par territoire) et Personas



Terrain : entretiens avec les collectivités et partenaires, que peut-on voir depuis la rue (pas uniquement le commerce), micro-trottoirs et recueil des besoins



<https://data.ademe.fr/datasets?q=OPERAT&topics=fJZXrdcRGP>



Répartition des émissions de GES (tCO2e) en 2021



■ Scope 1 : 0,07 M (0,41%)
■ Scope 2 : 0 M
■ Scope 3 : 16,92 M (99,59%)

Source : DPEF LIDL 2022

4. AVEC QUELS OUTILS ?



Documentation (réglementaire, universitaire, journaux)



Numérique et données



Inventaire des acteurs.rices (par territoire) et **Personas**



Terrain : entretiens avec les collectivités et partenaires, que peut-on voir depuis la rue (pas uniquement le commerce), micro-trottoirs et recueil des besoins



4. AVEC QUELS OUTILS ?



Documentation (réglementaire, universitaire, journaux)



Numérique et données



Inventaire des acteurs.rices (par territoire) et Personas



Terrain : entretiens avec les collectivités et partenaires, que peut-on voir depuis la rue (pas uniquement le commerce), micro-trottoirs et recueil des besoins



4. AVEC QUELS OUTILS ?

Les livrables :



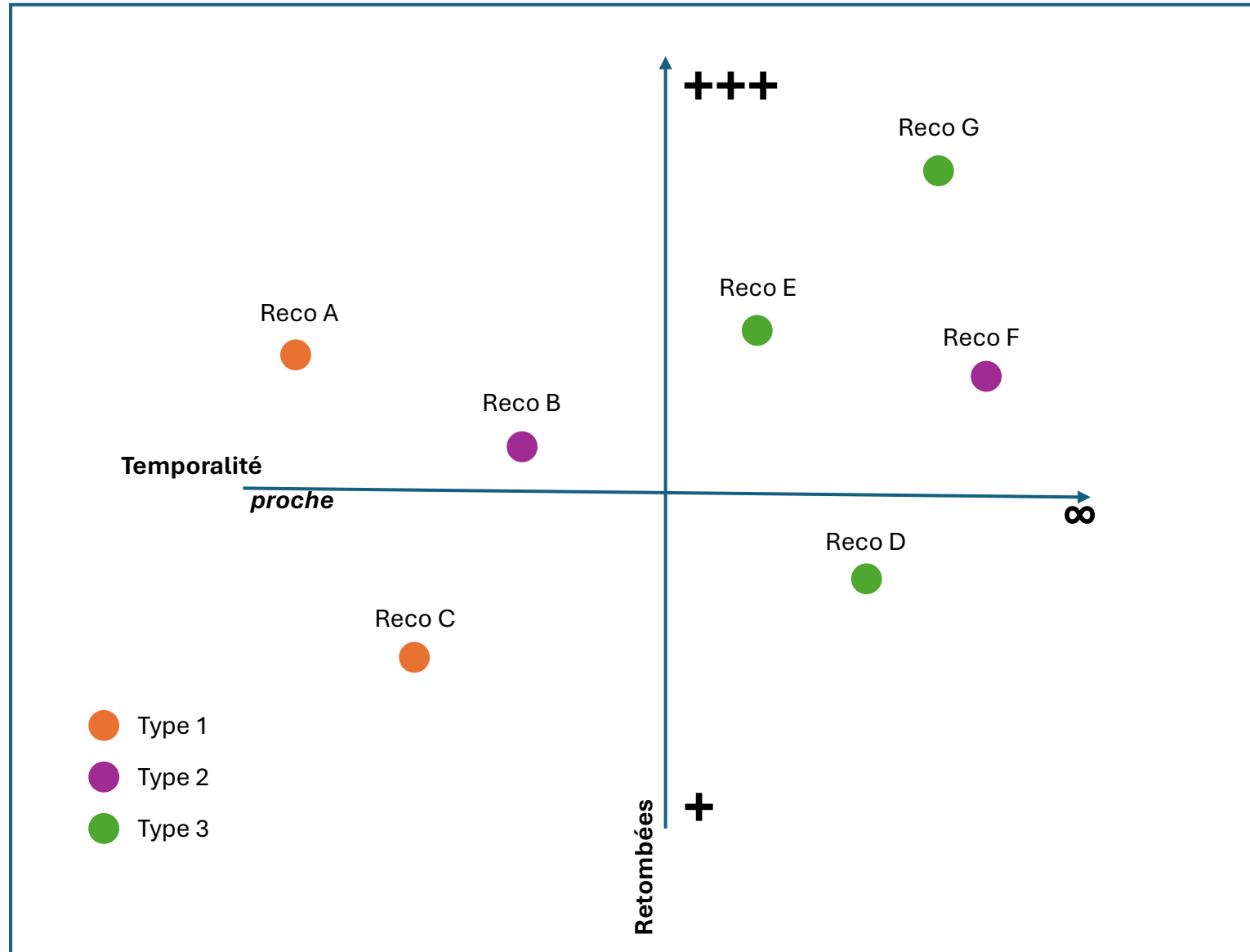
Fiches **Etats des lieux et propositions**



Rapport sur les **enseignements de l'exploration**



5 à 10 **recommandations par territoire**



Changer de regard sur l'urbanisme commercial

5. Questions / réponses

5. QUESTIONS / RÉPONSES

Avez-vous des questions ?

5. A L'ÉCOUTE DE VOS BESOINS

- Pour le moment, est-ce que l'expérimentation répond à votre engagement dans le Cosui ?
- Avez-vous des recommandations sur :
 - la méthodologie,
 - les grilles d'entretiens,
 - des thématiques à aborder,
 - autre chose ?
- Besoin et pertinence de réutiliser nos outils numériques ?

Changer de regard sur l'urbanisme commercial

6. Conclusion

6. PROCHAINES ETAPES



- Inventaire des acteurs : institutionnels, économiques, transition
- Réalisation des Personas et des grilles d'entretiens
- Terrains
- Entretiens avec les acteurs.rices identifié.es
- Prochain Cosui – Après le terrain et avant les recommandations (Fin du premier trimestre ?)

11. Temps additionnel

