

# epfge

Etablissement Public Foncier  
de Grand Est

## APPROCHE DIFFÉRENCIÉE DES ZONES COMMERCIALES EN PÉRIPHÉRIE

*Retours d'expériences en Grand Est*



© AGAPE, AUDC, PREY, Métropole du Grand Nancy



agape  
LORRAINE  
NORD  
Agence d'urbanisme et de développement durable

AGENCE  
D'URBANISME  
Région de Reims  
DÉVELOPPEMENT & PROSPECTIVE

AURAY  
AGENCE D'URBANISME  
D'AGGLOMÉRATIONS DE MOSELLE

AUDC  
AGENCE D'URBANISME  
ET DE DÉVELOPPEMENT  
DE L'AGGLOMÉRATION ET DU PAYS  
DE CHÂLONS-EN-CHAMPAGNE

SCALEN  
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT  
DES TERRITOIRES  
NANCY SUD LORRAINE



# SOMMAIRE

|                                                                                                                        | Pages         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>INTRODUCTION</b>                                                                                                    | <b>4</b>      |
| Contexte de la mission                                                                                                 | 4             |
| Objectifs de l'étude                                                                                                   | 5             |
| Méthodologie et rendus                                                                                                 | 5             |
| <br><b>#1. SYNTHÈSE DES ENSEIGNEMENTS DES EXPÉRIENCES DE MUTATION<br/>ET DE REQUALIFICATION DES ZONES COMMERCIALES</b> | <br><b>7</b>  |
| 1. Contexte de la mutation et constats partagés                                                                        | 8             |
| 2. Réflexions et initiatives publiques et privées                                                                      | 10            |
| 3. Les premiers enseignements en matière de stratégie, programmation, insertion<br>du projet et faisabilité            | 15            |
| <br><b>#2. RETOURS D'EXPERIENCE D'AGENCES DU GRAND EST</b>                                                             | <br><b>21</b> |
| Times Square, Cormontreuil – AUDRR                                                                                     | 22            |
| Silver Park, Fagnières – AUDC51                                                                                        | 29            |
| Le Linkling, secteur des Auriges - AGURAM                                                                              | 40            |
| Val Saint-Martin, secteur des Bleuets - AGAPE                                                                          | 50            |
| Nancy Porte Sud, secteur des Erables - SCALEN                                                                          | 63            |

# INTRODUCTION

## Contexte de la mission

En France, toutes les grandes agglomérations françaises sont aujourd'hui confrontées à la même gageure de restructurer leurs entrées de ville commerciales. Pour ces territoires, l'enjeu est de transformer cette apparente contrainte en une réelle opportunité à l'heure du ZAN et des défis climatiques.

Même si le modèle économique est en déclin aux profits de formats hybrides, les zones commerciales périurbaines captent encore près des 2/3 des dépenses de la population (8 % par les centres-villes, 22% par internet, canal qui monte en puissance).

Elles sont confrontées à plusieurs défis :

- Économiques : évolution des modes de consommation, etc.
- Environnementaux : accélération de la transition écologique et énergétique du commerce, etc.
- Sociétaux et territoriaux : changements d'architecture et d'urbanisme de ces espaces, etc.

Les zones commerciales sont également identifiées comme étant une des sources de renouvellement urbain et de gisement foncier potentiel pour une **densification** dans le contexte de sobriété foncière du ZAN.

Pour les zones les plus obsolètes, certaines collectivités en ont fait des cibles de choix pour y intégrer des projets de diversification d'usages, comprenant quasi systématiquement du logement.

Pour les plus vieillissantes, conçues à l'ère de la consommation de masse et de la place prépondérante de la voiture, la libération ou la mutualisation des parkings des centres commerciaux, propriétés privées, sont notamment visées.

Le gouvernement a lancé en septembre 2023, le plan de transformation des zones commerciales destiné à redessiner ces immenses zones de périphérie dans un objectif de renaturation et de mixité fonctionnelle. Ce dispositif doté de 24 M€ en mai 2024, vise à accompagner et soutenir précisément :

- La transformation des zones commerciales situées en entrée de ville pour en faire des lieux de vie à part entière et adapter leur modèle aux enjeux actuels ;
- L'amélioration de l'attractivité de ces territoires ainsi que leur intégration dans l'architecture et l'urbanisme communal ;
- L'adaptation aux changements d'habitudes de consommation, aux impératifs économiques et aux urgences environnementales actuelles.

90 lauréats de ce plan recevront un accompagnement en ingénierie, une aide à la conduite de projets ou un financement de déficit d'opération.

En Grand Est, 5 projets sont soutenus pour 450 K€ de subventions, dont le projet marnais de restructuration de la ZAI Porte du Vignoble (commune de Dizy, qui bénéficiera de 75 000 € d'ingénierie) et le projet mosellan autour du centre commercial Auchan - Woippy (75 000 € d'ingénierie). Le Grand Longwy, qui avait postulé, n'a pas été retenu. La commune de Thionville s'était engagée dans la réflexion préalable, mais n'a pas postulé.

## Objectif de l'étude

L'EPF Grand Est (EPFGE) s'interroge quant à lui sur les tenants et les aboutissants de son intervention potentielle dans les zones commerciales où se jouent des stratégies financières de grandes foncières privées.

Les opérations de revitalisation des zones commerciales ont très souvent été réalisées dans le cadre d'une amélioration urbaine et architecturale, sur la base de densifications commerciales, et dans un contexte de croissance continue de m<sup>2</sup> commerciaux.

Or ces zones énergivores et fortement consommatrices d'espaces ne correspondent plus aux enjeux et besoins des territoires ni aux attentes sociétales de consommation. Désormais, la densification, la multifonctionnalité, voire le démantèlement immobilier, se présentent comme des composantes majeures de la voie programmatique recherchée.

A la demande de l'EPF Grand Est, il s'agit donc d'examiner comment des zones commerciales en « entrée de ville » des agglomérations couvertes par les 5 agences d'urbanisme lorraines et champardennaises, ou à l'échelle nationale, ont pu engager des démarches urbaines et des processus opérationnels pour faire évoluer leurs espaces.

Ce type de renouvellement « de la ville sur la ville » est souvent complexe, avec une rentabilité moindre, du fait des coûts de requalification, mais aussi d'un temps de portage plus long. Au cœur de la demande de l'EPF se trouve une meilleure compréhension des conditions économiques et fiscales de la re-crédation de valeur, entendue comme les bénéfices nets socio-économiques et environnementaux du renouvellement dans le cadre du cycle de vie d'une zone commerciale, plus largement d'une ZAE.

## Méthodologie et rendus

A cette fin, les 5 agences d'urbanisme de Lorraine et Champagne-Ardenne ont exploré les conditions de mutation des périphéries commerciales répondant à 3 types de transitions (potentiellement cumulés) :

- Transformer une partie de leur espace pour accueillir des logements et/ou en faire des lieux de vie
- Couturer les espaces d'interstices et de liaisons avec le tissu urbain périphérique et central
- Améliorer les fonctionnalités de la zone commerciale par une meilleure intégration architecturale et environnementale, par une plus grande connexion des mobilités douces et une intensification des usages et services partagés.

Chaque Agence présente **un retour d'expérience** d'un projet de transformation ou d'évolution d'une zone commerciale, en mettant en avant les réponses organisationnelles, opérationnelles, financières qui ont été apportées par le ou les maîtres d'ouvrage.

Elle identifie également les difficultés de mise en œuvre, et ce faisant établit une lecture critique de l'opération.

Chaque retour d'expérience met en exergue tout ou partie des 3 types de proposition, en fonction de l'intérêt et de l'ampleur du projet :

- **AGAPE - Secteur Les Bleuets à Mont-Saint-Martin.** Exemple d'un secteur commercial en tissu urbain comprenant un centre commercial qui a été réhabilité et redimensionné, dans le cadre d'un projet urbain plus ample, avec l'intervention d'EPARECA. Le centre est entouré d'une friche comprenant des terrains nus et deux anciens supermarchés pour lesquels la commune projette la transformation en logements et différents équipements (crèche, cantine scolaire, salle de sport...). Il y a donc une partie de démarche opérationnelle pour l'évolution de cet espace, mais également des projets à concrétiser sous 2 à 3 ans.

- **SCALEN - Secteur Les Erables à Heillecourt.** Exemple d'un secteur commercial de la zone Nancy Porte Sud qui a déjà beaucoup muté des activités productives vers le commerce et le service, parfois mélangées sur un même bâtiment, au gré des opportunités privées. Des opérations tertiaires (services, équipements) sont pressenties de façon plus programmatique sur deux îlots. Dans cette hybridation activité-commerce-équipement, il y a donc une partie de démarche opérationnelle à horizon de 2 à 3 ans.
- **AUDRR - Zone commerciale Les Parques à Cormontreuil.** Cette zone qui accueillait auparavant de grandes enseignes comme But a connu une déshérence du fait de leur délocalisation dans la zone concurrente des Blancs Monts. Le groupe Frey a ensuite repris son aménagement. La zone a depuis été complètement redynamisée avec des projets à densité commerciale plus importante et une emprise de stationnement plus faible.
- **AUDC51 – Opération Silver Park à Fagnières.** Incluse dans un tissu pavillonnaire et jouxtant l'hypermarché Leclerc, une ancienne friche d'environ 4 ha devait initialement accueillir une extension commerciale. Le projet a muté pour faire l'objet d'un programme de 215 logements publics et privés, porté par la société troyenne DESIMO. Cette opération est un cours de réalisation avec un pôle de services médicaux et une résidence personnes âgées.
- **AGURAM – Secteur des Auriges au Linkling.** Cette zone commerciale à Thionville, s'est développée depuis les années 70-80 en plusieurs phases successives. Certains secteurs entament maintenant leur requalification, avec le projet de la foncière Etixia qui a densifié les abords d'un magasin KIABI vieillissant. Le projet mis en lumière date d'une dizaine d'années mais peut questionner d'autres emprises face à la pression foncière que connaît le Nord mosellan.

Les enseignements (#1) tirés de l'ensemble de ces fiches (Cf. #2) ont été synthétisés dans une analyse multicritère mettant en exergue une compréhension des facteurs dynamiques de mutation de ces espaces commerciaux, en particulier les processus opérationnels :

- Les conditions de mutation
- Les effets leviers
- Les effets bloquants
- Les points de vigilance
- Les points positifs et négatifs de la mutation : facteurs de dynamique (réussites) et facteurs critiques (échecs)
- Les effets directs et indirects sur :
  - ✓ La revitalisation de la zone commerciale
  - ✓ La diversification, le renforcement des autres fonctions urbaines dans la ville
  - ✓ Les conséquences sur les politiques de revitalisation globale des centres-villes.
- Les bonnes pratiques à signaler.

Les éléments significatifs de ces 5 retours d'expérience ont été présentés aux services de l'EPFGE lors d'un séminaire dédié, le 18 septembre 2025 à Pont-à-Mousson.





**#1**

**SYNTHÈSE**

**DES ENSEIGNEMENTS**

**DES EXPÉRIENCES**

**DE MUTATION ET**

**DE REQUALIFICATION DES**

**ZONES COMMERCIALES**

## 1. CONTEXTE DE LA MUTATION ET CONSTATS PARTAGÉS

### *Les zones commerciales : un modèle spatial questionné par l'évolution des modes de vie et de consommation*

Dans les périphéries des agglomérations urbaines, les acteurs des collectivités et du commerce partagent quelques constats structurants :

- Un fort **ralentissement des projets commerciaux** dans les zones commerciales, marquant la fin d'un cycle d'expansion de l'immobilier commercial, au-delà de l'encadrement législatif renforcé (SCoT, DAACL, PLU).
- La **mutation du monde de l'alimentaire**, en faveur du format « grande et moyenne surface alimentaire » en centralité.
- Une **érosion de la fréquentation des sites commerciaux**, et plus largement une baisse de la consommation de biens en France redescendue à son niveau de 2015. Cette tendance est-elle liée à l'inflation, au pouvoir d'achat ou à un changement radical de comportement ?
- La progression des activités de **loisirs** et de **restauration**, voire **logistiques**, au sein des zones qui tendent à remplacer le commerce de gros ou de détail, GMS. Tout ou partie du Salon International des Espaces Commerciaux (SIEC) 2023 était d'ailleurs dédié aux activités de loisirs (karting, lancer de haches, plaine de jeux...).
- L'arrivée d'**autres activités de services** dont une offre de **santé** en plein développement : cliniques vétérinaires, cabinets médicaux, pharmacie couplée avec une maison de santé (cf. zone artisanale et commerciale de la Louvière, à Seichamps dans l'agglomération nancéienne), mais également cabinets des **métiers du chiffre et du droit, restauration, enseignes de déstockage**... ce qui interroge l'évolution possible des documents d'urbanisme.
- La montée en puissance de la **seconde main** et de l'intensification des usages.
- L'obligation de **neutralité carbone** : le décret tertiaire (2019) induit des investissements de réhabilitation énergétique des bâtiments. Il s'applique à tous les bâtiments de plus de 1 000 m<sup>2</sup> de plancher avec activité tertiaire, dont le commerce. L'obligation (2023) d'installer des ombrières photovoltaïques sur les parkings existants de plus de 1 500 m<sup>2</sup> (sur au moins la moitié des surfaces d'ici 2026 pour les parkings de plus de 10 000 m<sup>2</sup> ou 2028 pour les autres) va aussi contraindre les opérateurs du commerce à investir. Ces efforts financiers sont de nature à contrarier ou accélérer les mutations des zones commerciales.
- La connexion plus importante avec les réseaux de modes de **déplacement plus actifs**.

Dans ce contexte de mutations profondes de plus en plus exigeantes (limitation de l'artificialisation des sols, crise du logement en zone tendue, nouvelles attentes des consommateurs, désimperméabilisation, nouvelles obligations d'équipements avec la loi Climat et Résilience et des lois ENR puis APER, etc.), l'immobilier des espaces commerciaux se met au diapason : la thématique du SIEC 2024 était celle de la transformation des actifs commerciaux, avec une prise en compte affichée de l'environnement ; celle du SIMI 2024 était « l'immobilier nouvelle aire » autour du climat, des ressources et de la biodiversité, de l'intensité des usages, du financement.



Au-delà des classiques rénovations/extensions des centres commerciaux et de la classique transformation du commerce dans son rapport centre-périphérie, les enjeux pour les villes sont vastes et systémiques.

***Des situations variables selon les territoires, impliquant des solutions opérationnelles adéquates***

La situation des zones commerciales est très variable d'un territoire à l'autre, au sein même d'une agglomération urbaine ; les fragilités peuvent se traduire de différentes façons : turn-over des enseignes, vacance structurelle, évolution de la typologie des activités, vieillissement du bâti...

Au-delà de leur diversité, le potentiel de mutation des zones commerciale est très souvent différent, donc appelle des solutions opérationnelles adaptées au contexte local.

Néanmoins, dans les territoires couverts par les agences d'urbanisme du Grand Est, peu de zones commerciales sont en réelle déprise, même si ce sont des espaces de plus en plus convoités par d'autres activités.

La bonne santé des zones commerciales tient beaucoup au jeu des acteurs et à la qualité de la gestion des zones. L'efficacité est de mise lorsqu'un opérateur coordonne les opérations (installation d'enseignes, requalification...). A l'inverse, un fort taux de vacance est observé sur une zone où il y a peu de cohésion entre les enseignes, sans réelle stratégie territoriale.

La vacance est davantage une problématique identifiée dans les galeries commerciales des hypermarchés (ou des centres commerciaux intégrés de centre-ville, tel Saint-Sébastien à Nancy ou Saint-Jacques à Metz), que dans les zones commerciales de périphérie.

***La mutation des espaces commerciaux pour répondre aux besoins du territoire interroge***

La mutation des zones commerciales en zones mixtes (comprenant potentiellement des logements, des résidences de services, des bureaux, des commerces, des hôtels, ou encore des espaces de loisirs) pose la question de la **prise en compte des autres besoins du territoire à travers leur planification**, et des choix de localisation adaptés, en particulier concernant le logement et les activités productives.

En fonction des besoins du territoire et de la spécificité de chaque opération de mutation, plusieurs scénarios d'aménagement se dessinent, outre la mixité fonctionnelle par le logement :

- Diminution des surfaces commerciales, réduction du périmètre de la zone commerciale avec retour d'espaces en ENAF ; Les espaces libérables dans les zones commerciales en déprise ne devraient-ils pas être utilisés dans le cadre des obligations de renaturation ?
- Renforcement / diversification des activités commerciales par densification de m<sup>2</sup> bâtis et réaménagement des espaces ouverts au public (parkings en particulier) ;
- Évolution de la zone vers d'autres activités économiques (industrie, tertiaire, loisirs) et vers des équipements publics. Ne doit-on pas prioriser la requalification des zones commerciales ou la mutation en faveur d'autres activités économiques avant d'envisager de l'habitat (programmé dans le cadre des PLH) ?

La mixité des programmes tertiaires (bureaux-commerce) ne tend-elle pas à grignoter les emprises jusqu'alors occupées par des activités de production, alors même qu'elles sont en périphérie urbaine ?

## **2. REFLEXIONS ET INITIATIVES PUBLIQUES ET PRIVEES**

### ***La stratégie des pouvoirs publics s'accélère pour répondre à la complexité des opérations***

Le plan gouvernemental de transformation des zones commerciales de 2023 destiné à redessiner ces zones périphériques, succède à l'appel à projets national « Repenser la périphérie commerciale » lancé en novembre 2017 par le ministère de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales, dans le cadre du réseau Commerce, ville & territoire. 6 collectivités territoriales sont désignées villes-pilotes en 2018 dans la mutation de périphéries commerciales en perte d'attractivité, supports d'une nouvelle urbanité, d'une mixité fonctionnelle et d'une offre de logement complémentaire au centre-ville. L'impact de ses résultats sont pour le moins mesurés et certaines, comme Montigny-lès-Cormeilles, vont seulement lancer leurs travaux (la phase de réalisation doit s'achever en 2030).

La question centrale demeure les conditions économiques et fiscales de la **re-crédation de valeur**, entendue comme le bénéfice net socio-économiques et environnementaux du renouvellement dans le cadre du cycle de vie d'une zone commerciale, plus largement d'une ZAE.

Le **rapport Yché**, rendu en juillet 2024, en faveur de la transformation des actifs immobiliers délaissés, pointe le mode de production urbaine, qui s'adapte encore trop peu à la modularité des besoins des entreprises dans le cycle de vie des zones.

En effet, la transformation urbaine se séquence en **quatre grandes étapes sur plusieurs années** : destruction de valeur des actifs à transformer, remembrement, densification puis recréation de valeur. Elle interroge le modèle économique et le calendrier opérationnel de l'aménagement :

- **Investir dans la maîtrise foncière** par l'acquisition d'actifs stratégiques au sein de la zone commerciale définie et sur laquelle des transformations urbaines sont envisagées à 4-10 ans ;
- **Accompagner dans la durée le territoire** dans l'élaboration de son projet urbain et sa mise en œuvre réglementaire ;
- **Négocier, contractualiser et acheter** l'ensemble des prestations nécessaires aux acquisitions et phases de gestion ;
- **Gérer les phases transitoires et les baux en place** en particulier en optimisant les recettes locatives à travers une occupation efficiente des locaux ;
- **Préparer les phases de transfert** en privilégiant au sein du projet urbain des relocalisations permettant ainsi de transférer les propriétés commerciales et ainsi optimiser le coût final du remembrement foncier ;
- **Déconstruire et remembrer avant cession** à des sociétés civiles immobilières de construction-vente (SCCV), tiers en charge de la mise en œuvre du projet urbain ;

- **Céder les fonciers à des SCCV.**

Enfin, le même rapport propose des dispositifs fiscaux d'incitation et de sanctions.

### **Les stratégies immobilières des acteurs du commerce s'adaptent en nouant des alliances**

A l'échelle nationale, on constate un changement de paradigme chez les opérateurs commerciaux qui, face à de forts taux de vacance commerciale, envisagent de plus en plus la mutation comme une solution. Ces projets leur imposent de se projeter sur des recettes à plus long terme avec un retour sur investissement plus long.

Selon une étude de l'Institut Paris Région<sup>1</sup>, le taux de 25 % à 30% en Ile-de-France de vacance constituerait l'extrême limite pour les opérateurs en termes de viabilité de l'immobilier commercial. Au-delà, la transformation de la zone commerciale devient possible. Ce chiffre est aussi à relativiser car certaines vacances sont plus problématiques : entrée de zone, vacance structurelle... Cette limite dépend aussi des stratégies financières et patrimoniales des opérateurs et des propriétaires, qu'ils soient cotés en bourse ou non.

Ainsi, ces dernières années, de nombreux partenariats se sont créés entre des grands noms de la grande distribution et de l'immobilier. Des opérateurs commerciaux s'associent avec des opérateurs immobiliers pour produire du logement en intensifiant l'usage des actifs fonciers disponibles.

Dans un contexte de marché difficile, de cession pour recouvrer des fonds propres et afin de faire face à la complexité des opérations de transformation qui se déroulent sur le moyen et long terme, plusieurs partenariats privés illustrent l'association des compétences respectives dans la durée pour co-développer des opérations immobilières.

- *Frey-Banque des territoires-CDC Habitat*

La société par actions simplifiées (SAS) « Repenser la ville », a été créée en décembre 2022 par la Banque des Territoires (40 %), CDC Habitat (30%) et la foncière à mission Frey (30 %), afin de participer à la transformation de zones commerciales périurbaines en quartiers à usages mixtes.

Pour cela, elle acquiert le foncier et gère les actifs commerciaux pendant la phase de conception du projet urbain. Elle prend également en charge la démolition, la dépollution, le remembrement, l'aménagement et la revente du foncier réaménagé. Son intervention donne ainsi au projet les moyens de se déployer, même si la concrétisation s'inscrit dans un temps long.

Le premier démonstrateur se situe à Montigny-lès-Cormeilles.

---

<sup>1</sup> « Faciliter la mutation du foncier commercial vers une ville mixte » - Note rapide n°983, juin 2023

- *Carrefour-Nexity*

Le Groupe Carrefour a annoncé en juillet 2023 s'associer au promoteur Nexity pour concevoir 76 opérations de mixité urbaine : 40 sites situés en cœur de ville et 36 à l'entrée de villes ou de zones commerciales. Pour Carrefour, il s'agit d'une façon de créer de la valeur grâce à son foncier et l'espace de ses parkings.

120 000 m<sup>2</sup> de commerces et 12 000 logements seront notamment créés sur une surface d'environ 800 000 m<sup>2</sup> sur 40 sites, dont plusieurs en Grand Est.

Le véhicule de portage foncier, « Villes et commerce », détenu à 80 % par le groupe de distribution et à 20 % par le promoteur immobilier, a été créé en novembre 2023.

Ces projets de transformations touchent l'ensemble des formats des magasins Carrefour (hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité). Ils souhaitent répondre aux évolutions sociétales actuelles, en soutenant trois ambitions principales :

- Poursuivre l'intégration des centres Carrefour dans des quartiers repensés en étroite concertation avec les élus et les collectivités locales ;
- Développer des projets adaptés à leur environnement en intégrant une mixité d'usages sur des fonciers déjà artificialisés ;
- Accompagner la transition urbaine écologique en créant de nouveaux espaces verts et en favorisant les mobilités douces de proximité.

L'évolution de ce modèle économique bute sur le fait que les transformations de ces espaces sont envisagées là où sont déjà implantés des magasins en activité : des baux lient contractuellement propriétaire et exploitants (en location-gérance ou en franchise), des pertes d'exploitation seront à compenser sur les 2 à 3 ans de travaux, sans compter les éventuels rachats de fonciers nécessaires à l'opération de mutation.

Enfin, pour les commerçants, intégrer de l'habitat dans les zones peut permettre de renforcer la zone de chalandise.

- *Casino-Icade*

Icade Promotion et le Groupe Casino ont signé fin décembre 2024 un accord ferme concernant la cession d'un portefeuille immobilier de 11 sites du Groupe Casino, pour 50 M€. Ce portefeuille est composé de parkings, fonciers non bâtis, murs et lots annexes attenants à des magasins, qui présentent un potentiel de transformation immobilière.

Les deux partenaires ont également signé des accords confiant la gestion immobilière d'une partie de ce portefeuille à Casino Immobilier pendant 4 ans. Les accords prévoient également la possibilité pour le Groupe Casino d'entrer ultérieurement au capital de certaines sociétés qui porteront les projets de promotion immobilière menés par Icade.

Cette opération s'inscrit pleinement dans le cadre du plan stratégique « ReShapE » d'Icade. La requalification des sites en quartiers mixtes se fera via le déploiement de son offre « Ville En Vue » dédiée à la réhabilitation des entrées de ville. Le potentiel de reconversion représente environ 3 500 logements.

Le bouclage de l'opération est prévu au 1er semestre 2025.



- *Immo Mousquetaires-Nexity-Bouygues Immobilier-Icade*

Après une procédure d'appels d'offres lancée en 2023, Immo Mousquetaires a annoncé lors du SIMI 2024 avoir retenu Nexity et Bouygues pour valoriser le foncier des Intermarché et autres enseignes détenues par le Groupe.

- *Nhood-Ceetrus-Banque des Territoires*

Nhood Services France (détenue par l'Association Familiale Mulliez), mandatée par Ceetrus France (toutes deux regroupées dans New Immo Holding), et la Banque des Territoires Hauts-de-France ont signé, le 20 novembre 2024, une convention de partenariat en vue de la constitution d'une nouvelle foncière : Régénimo.

Détenue à 60 % par Ceetrus et à 40 % par la Banque des Territoires (groupe Caisse des Dépôts), elle a vocation à investir dans des actifs immobiliers et des terrains à développer.

Dans les prochaines années, l'objectif est de bâtir, sur des friches industrielles et des ZAC en reconversion, plus de 640 000 m<sup>2</sup> de surface de plancher en programmation mixte – dont 3 000 logements – tout en favorisant la renaturation des espaces.

### ***Quelques exemples de premières expérimentations en France***

#### **a) Rennes (35) : un petit programme mixte réalisé en zone commerciale (vue Google)**

- Des programmes mixtes comportent des RDC actifs : restauration, services bancaires ou mutualistes, intérim, autres services avec des étages de bureaux (R+2/3) classiques ou regroupements professionnels de santé ou du droit, par exemple.
- Objectif : proposer des services aux salariés et aux employeurs.



**b) Montigny-lès-Cormeilles (95) : le projet de transformation de sa zone commerciale vieillissante en centre-ville (vue © Intention urbaine – L35 – Frey - Badia Berger)**

- Des programmes mixtes comportent des commerces et services en pieds d'immeubles, des nouveaux logements, des espaces verts, des équipements (ex : un cinéma, des aires de jeu) et une circulation apaisée.
- Objectif : rendre la ville dotée enfin d'un centre-ville, plus attractive et la vie des habitants plus agréable.
- Un projet sur 20 ans : la réflexion communale en 2010 sur l'avenir de la zone commerciale les premières études puis la modification du plan local d'urbanisme pour transformer la RD14 en véritable rue de centre-ville ; la désignation en 2018 comme site pilote de l'appel à projet « Repenser la périphérie commerciale » ; la sélection en 2024 dans le cadre du plan national de transformations des zones commerciales.
- Le plus : la recherche de l'adhésion de la population au projet de transformation, par de multiples démarches de consultation.



### **3. LES PREMIERS ENSEIGNEMENTS EN MATIERE DE STRATEGIE, PROGRAMMATION, INSERTION DU PROJET ET FAISABILITE**

#### **Les trois conditions de la mutation commerciale**

##### **a) Un portage volontariste :**

Le projet de mutation commerciale est adossé à une stratégie de territoire partagée entre acteurs publics et privés, à toutes les échelles.

La stratégie commerciale à l'échelle de l'agglomération identifie les sites potentiels pour la relocalisation de certains commerces ou la densification de certaines zones.

Le projet d'aménagement est articulé à la vision d'agglomération qui définit les conditions d'équilibre des programmes (commerce ; logement ; équipement...) entre centre et périphérie.

##### **b) Un dialogue précoce :**

En amont les partenaires s'accordent sur le calendrier et l'importance des études pré-opérationnelles, qui doivent conduire à un urbanisme négocié et co-produit entre acteurs publics (Etat, collectivités) et privés de l'aménagement et du commerce

Cette clarification des phases du projet, des implications techniques et financières de chacune des parties prenantes (traduites dans un protocole, un contrat, etc.), de la gouvernance, installe une démarche partenariale dynamique, confortée en aval par un suivi actif de l'initiative privée par les services des collectivités.

##### **c) Une mise en œuvre en mode projet :**

La programmation mobilise les documents d'urbanisme réglementaire et les bons outils opérationnels (AFU, PPA, SEMOP...) pour garantir la faisabilité du projet.

La mobilisation du foncier, l'insertion paysagère qualitative et transformatrice de l'image de la zone, la communication auprès des entreprises de la zone, donnent une visibilité opérationnelle et rassurent les exploitants et investisseurs dont l'activité commerciale continue durant le déploiement du projet de mutation.

#### **Les leviers**

- La baisse de rentabilité des surfaces commerciales : hausse des prêts, baisse du taux de rendement des activités commerciales, décorrélation entre surfaces commerciales et chiffres d'affaires, bâtis vieillissants.
- La recherche de recettes supplémentaires par les promoteurs : changement de paradigme des foncières (Frey pour Times Square à Cormontreuil) avec densification des abords des bâtiments commerciaux.
- En contrepoint, une dynamique commerciale portée par la situation frontalière (secteur des Auriges / Zone du Linkling ; secteur des Bleuets / Mont Saint-Martin).
- Le contexte juridique national (ZAN) qui interroge les potentiels fonciers pour la construction dans un contexte national de limitation des extensions urbaines.

- Un marché du logement, tendu ou détendu qui réinterroge les possibilités de densification dans l'enveloppe urbaine pour certains produits (Silver Park à Fagnières).
- Un projet de mixité fonctionnelle porté soit par l'ensemble des acteurs publics et privés en adéquation avec un PLU adapté, ou bien essentiellement par le privé pour les équipements (Silver Park à Fagnières).
- Une intégration des orientations dans le PLU pour cadrer les développements futurs (OAP) en compatibilité avec les autres documents de planification (secteur des Erables à Nancy Porte Sud).
- L'accompagnement par les dispositifs de transformation des pouvoirs publics
  - ✓ Montages partenariaux ;
  - ✓ Portage foncier par l'Etablissement Public Foncier ;
  - ✓ Fonds spécifiques (ex : fonds friches ; programme de transformation des zones commerciales au Linkling) ;
  - ✓ Dispositifs fiscaux d'incitation des différents dispositifs de la politique de la ville (Secteur des Bleuets à Mont-Saint Martin).
- Le renforcement de la desserte en transports en commun et autres réseaux de mobilité douce (Silver Park à Fagnières).
- L'intégration des usagers dans la définition des projets de transformation : habitants, commerçants, entreprises, dans le cas du secteur des Bleuets.
- La maîtrise foncière des espaces appelés à muter ; toute démarche d'acquisition progressive des emprises en friche permet à la collectivité de choisir les projets les plus pertinents à développer sur le secteur.

### **Les freins**

- L'absence d'une stratégie de requalification ou de mutation des zones commerciales (difficulté d'avoir une vision d'ensemble, absence de cohérence globale du fait d'une succession de projets individuels), en particulier dans des zones non encore gérées par l'échelon intercommunal, de fait souvent absent comme partie prenante de la mutation.
- La desserte en transports collectifs : peu de sites sont desservis ou alors avec une faible qualité de service.
- Les espaces publics ne sont pas en général favorables aux déplacements piétons et vélos.
- Il y a peu de perméabilité entre les poches de stationnements.
- Les parkings : leur mutualisation peut être compliquée car ils sont rarement sous le régime de la copropriété. Il s'agit souvent de division en volume ce qui permet aux acteurs d'être indépendants dans la gestion de leurs espaces.
- Le coût de l'opération : foncier et bâti, surtout lorsque les actifs commerciaux sont encore en cours d'exploitation.
- La gouvernance : une propriété émietlée ne facilite pas la convergence opérationnelle.

- Le marché immobilier et foncier : en tension, ces deux marchés peuvent freiner les opérations.
- L'acceptabilité de la diversité fonctionnelle : la perte d'espaces fortement pourvoyeurs d'emplois peut rendre réticents les élus vis-à-vis de projets de mutation mixtes logistique ou commerce/habitat, tout comme la gestion des flux croissants ou VP/PL dans l'espace public.

### **Les points de vigilance**

- Du point de vue commercial, il s'agit de **ne pas déséquilibrer l'offre présente** dans les zones commerciales de périphérie et l'offre commerçante du centre-ville. La complémentarité des enseignes s'avère capitale pour d'une part stabiliser la dynamique de la zone, d'autre part limiter le risque de dépendance à certaines enseignes spécifiques pour maintenir l'attractivité. A contrario, la concentration des enseignes de restauration peut accentuer le turnover déjà élevé dans ce marché particulièrement concurrentiel (fermetures ou remplacements fréquents d'enseignes).
- Du point de vue de l'aménagement, le **PLU** (en particulier une OAP commerce ou logement) reste le principal (et l'unique) cadre réglementaire, avec des outils limités et accompagnant peu les volontés de maîtrise publique des projets, en articulation le cas échéant avec les orientations du **Schéma de Cohérence Territoriale** et les **stratégies de développement commercial** (Longwy, Nancy, Thionville).

L'attractivité résidentielle des zones frontalières amenuise les disponibilités foncières des communes et accentue les fractures sociales entre les frontaliers et les non frontaliers. En outre, la commune doit adapter ses équipements pour assurer les services adéquats tant aux habitants actuels qu'aux nouveaux résidents.

- Du point de vue des fonctions urbaines, la **mixité des usages** est tendanciel dans les zones à prédominance commerciale étudiées. Le logement pourrait permettre dans certains cas de diversifier davantage les possibilités de mutation. Quel qu'en soient les composantes, la dynamique de la zone doit être surveillée pour anticiper une potentielle perte d'attrait à long terme.
- Du point de vue opérationnel, la **réalisation dans le temps** des opérations de mutation des espaces commerciaux dépend d'une part des dynamiques des marchés et d'autre part du rythme de re-crédation de la valeur, qui structure le bilan financier de l'aménagement.

La **rentabilité éprouvée** des différents produits du logement assure un certain équilibre de l'opération et une rentabilité financière pour des opérateurs privés qui, en contrepartie de construire des logements sociaux au bénéfice de la collectivité, portent le risque des équipements à la population. Déphasée avec les besoins solvables des populations locales, la mixité opérationnelle peut être amenée à être reconsidérée dans le temps.

Par ailleurs, l'équilibre du bilan financier dépend de la **tension acceptable entre les débours et les recettes dans le calendrier donné**, illustré dans le tableau ci-après :



|                                                               | Année 1 | Année 2 | Année 3 | Année... |
|---------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|----------|
| <b>Destruction de valeur</b>                                  |         |         |         |          |
| Indemnités de transfert et/ou éviction des locataires         |         |         |         |          |
| Acquisitions foncières et/ou immobilières                     |         |         |         |          |
| Travaux de viabilisation et/ou d'aménagement du foncier       |         |         |         |          |
| Valeur de l'actif détruite                                    |         |         |         |          |
| Coût de transformation de l'actif                             |         |         |         |          |
| Participation aux travaux des preneurs                        |         |         |         |          |
| Franchises de loyers                                          |         |         |         |          |
| Frais financiers/portage                                      |         |         |         |          |
| <b>Création de valeur</b>                                     |         |         |         |          |
| Loyers                                                        |         |         |         |          |
| Valeur générée par l'opération de promotion (charge foncière) |         |         |         |          |
| Vente de l'actif commercial transformé                        |         |         |         |          |

## **Les facteurs positifs et négatifs pour la mutation**

### **• Les facteurs de dynamique (réussites)**

Les projets de mutation ont introduit un travail complexe mais adapté aux enjeux urbains contemporains, portant sur l'optimisation des usages des bâtiments et de leurs abords.

La bonne santé commerciale des zones d'activités constitue un atout indéniable en faveur de l'optimisation foncière, pour garantir sur le long terme leur attractivité. Les élus semblent sensibilisés à la paupérisation de certains secteurs, à l'utilité d'accompagner une requalification progressive, aux enjeux d'une bonne maîtrise des surfaces commerciales à l'échelle de la commune. L'accompagnement par la collectivité permet d'élargir la réflexion sur la desserte des parcelles voisines.

La requalification par la diversification des activités a également permis la création d'emplois directs. En parallèle, la mutation commerciale peut contribuer à améliorer l'image de la zone et à stabiliser les autres enseignes, notamment les petits commerces.

Les projets de mutation ont pour la plupart réussi à attirer de nouvelles enseignes. Cette diversification de l'offre commerciale a non seulement répondu aux attentes des consommateurs locaux, mais a également élargi l'audience potentielle des sites, attirant une clientèle plus variée (Times Square).

La diversification fonctionnelle d'un site comme le secteur des Bleuets, conjuguée à une plus grande mixité sociale, pourrait ainsi insuffler une nouvelle dynamique au quartier du Val Saint-Martin.

### **• Les facteurs critiques (échecs)**

Le préalable nécessaire à une stratégie pour la reconfiguration globale des zones commerciales passe en amont par une meilleure connaissance du tissu économique, des propriétés foncières, une observation fine du turn-over et de la vacance, un diagnostic du fonctionnement urbain et des espaces publics, etc. Sans cette étape de suivi des dynamiques de la zone, les conséquences bénéfiques des actions individuelles ne bénéficient qu'à l'échelle parcellaire. Par exemple, les projets de végétalisation ou de désimperméabilisation pourraient être mis en œuvre en s'inscrivant dans une logique de zone et dans des trames vertes à renforcer entre les quartiers.

Par ailleurs, en attirant une partie de la clientèle de centre-ville, les espaces commerciaux rénovés peuvent accentuer la fragilisation des commerces de proximité situés dans le cœur urbain, déjà confrontés à des dynamiques complexes liées à la consommation et à l'évolution des habitudes d'achat (cf. concurrence de la zone commerciale de Cormontreuil avec le centre-ville de Reims).

Un autre problème récurrent réside dans la saturation de la zone en termes de fréquentation automobile. Malgré les nouveaux accès routiers et l'aménagement de vastes parkings, l'afflux de visiteurs lors des périodes de forte affluence génère des congestions, ce qui peut nuire à l'expérience des usagers et à l'accessibilité globale du site.

Enfin, le cas échéant, les riverains, commerçants, entreprises déjà présentes, ont globalement été peu associés aux transformations des zones commerciales.

### Les effets directs et indirects

- La complexité des processus de mutation dans le temps, impacte le portage financier et l'équilibre de l'opération dans ses différentes composantes programmatiques ; de ce fait, les équipements au public peuvent varier dans leur destination et, pour le logement, peut induire un réel risque de dédensification, du bâtiment collectif vers le pavillon individuel.
- La mutation commerciale dans une optique de mixité programmatique génère très souvent un cadre urbain reconfiguré et amélioré, avec une attention particulière accordée aux espaces publics et aux circulations : bâtiment à faible consommation énergétique avec toiture végétalisée, architecture valorisant l'expression des enseignes commerciales, nouveau parking, aménagements paysagers, gestion des eaux pluviales, meilleure desserte en transports en commun, réseaux cyclables, etc.
- Elle réintroduit également des équipements publics et des services au public, réduisant le sentiment d'abandon chez les populations les plus précaires, participant au renforcement de la cohésion sociale ainsi qu'à la réduction des inégalités territoriales, entre-autres (secteur des Bleuets à Mont Saint-Martin ; Silver Park à Fagnières).
- La mutation de zones commerciales peut avoir des effets d'entraînement sur la revitalisation d'autres zones commerciales dans l'agglomération ; par effet rebond, elle réinterroge ou doit réinterroger la collectivité sur le positionnement commercial des centres-villes et sur les politiques publiques à mettre en œuvre pour soutenir leur attractivité et leur commercialité.
- L'encadrement réglementaire des mutations foncières et immobilières pour réguler la progression du commerce de détail (Nancy Porte Sud, secteur des Erables) n'empêche pas la réflexion sur les voies et les moyens d'apporter du service aux salariés et aux entreprises des zones d'activités et zones commerciales, notamment par une mixité des fonctions dans un même bâtiment ou ensemble immobilier (petits projets immobiliers hybrides permettant de recomposer les sites sur eux-mêmes).
- Les démarches programmatiques transfrontalières, comme celle de Foetz au Grand-Duché de Luxembourg, peuvent inspirer les réflexions locales du Nord Lorrain.





**#2**

**RETOURS**

**D'EXPÉRIENCE**

**D'AGENCES**

**DU GRAND EST**

# RETOUR D'EXPERIENCE DE L'AGENCE AUDRR

## TIMES SQUARE, CORMONTREUIL

### 1. FICHE D'IDENTITÉ DE L'OPÉRATION

- **Éléments de contexte**

Le parc commercial **Times Square**, situé à Cormontreuil au sein de l'agglomération rémoise, s'inscrit dans un projet de **requalification d'un site commercial désaffecté**, après le transfert de l'enseigne de bricolage LEROY MERLIN. Ce réaménagement vise à revitaliser une zone périphérique dynamique, complémentaire à la principale zone commerciale de Reims. Le projet renforce l'attractivité commerciale de la région, tout en fluidifiant la circulation et en offrant une nouvelle palette de commerces de détail.

Après avoir réalisé le transfert de Leroy Merlin fin 2015 et son installation dans un magasin plus spacieux, le Groupe FREY a lancé des travaux de réaménagement et de restructuration de cette ancienne grande surface de bricolage présente depuis 1990. L'objectif poursuivi par FREY était double :

- Réinventer un nouvel espace commercial d'une dizaine de boutiques, dédié principalement à l'équipement de la personne et venant compléter le merchandising actuel de la zone,
- Désenclaver cette parcelle et fluidifier le trafic en créant deux nouveaux accès ainsi qu'une nouvelle rue, afin de répondre aux demandes des études de circulation menées par FREY et les collectivités.

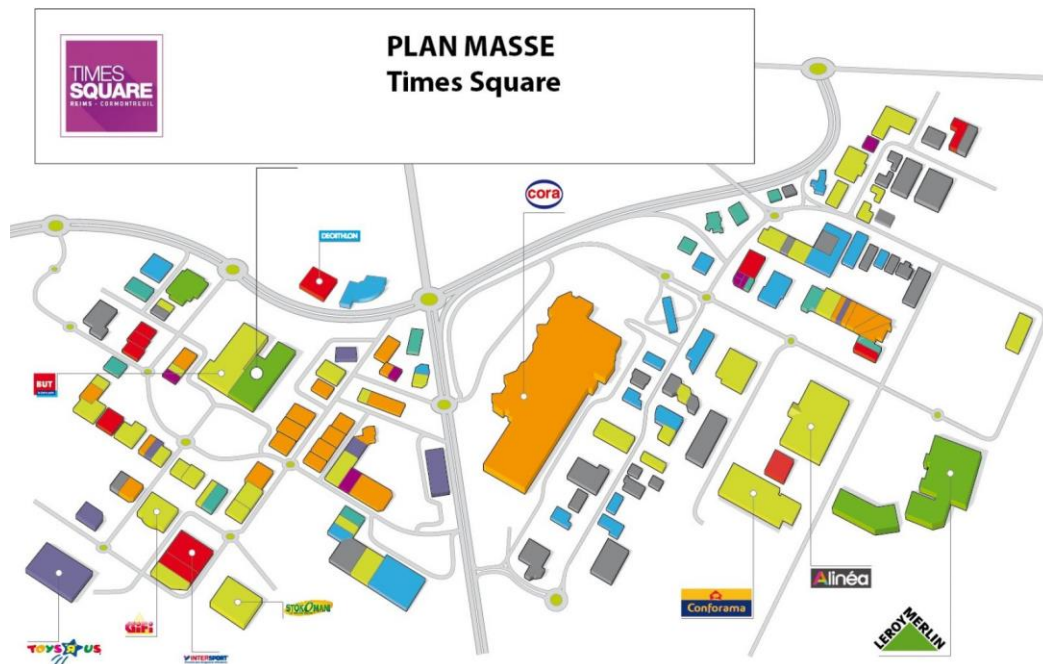


Source : FREY



- **Description du site : (analyse urbaine)**

Le site **Times Square** s'étend sur une superficie de 8 000 m<sup>2</sup> dédiée à des activités commerciales. Une dizaine d'enseignes sont implantées : Gémo (vêtements et chaussures), Jacqueline Riu, Orchestra, Devred, Boulangerie Louise, Hans Anders, Armand Thiery & Toscane, Yséal Coiffure et l'implantation du service Locker d'Amazon. Ce projet s'inscrit dans une dynamique de développement et de renforcement de l'attractivité commerciale de la région rémoise.



Source : FREY

L'ouverture de ce parc commercial a permis la création de 70 emplois, contribuant à dynamiser l'économie locale. La vocation principale du site est orientée vers le commerce, avec un accent particulier sur l'équipement de la personne, notamment les vêtements et chaussures. Cette offre s'inscrit dans une logique de complémentarité avec les enseignes déjà présentes dans la région, élargissant ainsi les possibilités pour les consommateurs.

Porté par le groupe Frey, reconnu pour son expertise en aménagement et requalification d'espaces commerciaux, le projet propose une dizaine d'enseignes modernes. Pour répondre aux besoins des visiteurs, le site dispose d'un vaste parking de 465 places et bénéficie d'une nouvelle infrastructure routière conçue pour améliorer la fluidité de la circulation. Deux nouveaux accès routiers ont été créés, assurant une connexion optimale avec le réseau routier local et facilitant l'accès depuis Reims et les communes environnantes.

L'intégration urbaine et paysagère de Times Square a été particulièrement soignée. Situé dans le tissu commercial historique de Cormontreuil, le site se distingue toutefois par son design moderne et innovant. Les façades, conçues par PACE Architecture, sont ornées de 8 000 points LED intégrés dans un bandeau lumineux, créant une animation visuelle marquante qui renforce l'identité du lieu et attire l'attention des visiteurs.



Source : FREY

Enfin, le projet s'inscrit pleinement dans la stratégie commerciale de l'agglomération rémoise. En consolidant la position de Cormontreuil comme destination shopping majeure, il contribue à la revitalisation du secteur commercial local. Times Square joue un rôle essentiel dans l'attractivité économique du territoire, en attirant une clientèle diversifiée et en soutenant la dynamique locale. Ce projet représente un exemple réussi de développement combinant innovation architecturale, dynamisme économique et complémentarité territoriale.

Le coût de l'opération s'élève à 16M€.

## 2. DYNAMIQUE DE LA MUTATION COMMERCIALE

- **Objectifs et enjeux des acteurs politiques, économiques**

La dynamique de mutation commerciale du site s'est articulée autour de plusieurs objectifs stratégiques portés par les acteurs politiques et économiques du territoire. Le projet a consisté à **réinventer un espace commercial** en transformant une ancienne grande surface, devenue obsolète, en un parc commercial moderne et attractif. Cette requalification a permis de redonner vie à une zone jusque-là sous-exploitée, répondant ainsi aux besoins des consommateurs et aux attentes des acteurs locaux.

Un enjeu majeur de cette transformation résidait dans l'attractivité commerciale de la zone. L'objectif était d'attirer de nouvelles enseignes capables de diversifier et de dynamiser l'offre existante. Ce positionnement a permis de renforcer l'attractivité du territoire, en augmentant sa capacité à séduire une clientèle variée tout en consolidant son rôle de pôle commercial régional.

Enfin, une attention particulière a été portée à l'accessibilité et à la fluidité du trafic aux abords du site. La création de nouveaux accès routiers et la modernisation des infrastructures ont grandement amélioré la circulation, facilitant l'arrivée des visiteurs depuis Reims et les communes voisines. Ces aménagements contribuent à une expérience utilisateur optimisée, essentielle pour le succès et la pérennité d'un projet de cette envergure.

- **Organisation/outils**

L'organisation du projet a été confiée au groupe Frey, acteur reconnu pour son expertise dans la requalification d'espaces commerciaux. Frey a assuré le pilotage global de l'opération, en coordonnant les différentes phases du projet et en veillant à son bon déroulement. La conception générale a été réalisée par le cabinet d'architecture Atebat, qui a repensé l'aménagement de l'ancienne grande surface de bricolage pour en faire un parc commercial moderne, fonctionnel et attractif.

Un soin particulier a été apporté à l'esthétique et à l'identité visuelle du site, avec une contribution notable de PACE Architecture. Ce dernier a conçu des façades lumineuses innovantes, intégrant des bandeaux LED composés de 8 000 points lumineux, qui offrent une animation visuelle dynamique et marquante. Ces éléments architecturaux ont permis de transformer le site en un espace immédiatement identifiable et attrayant pour les visiteurs. Les travaux de réaménagement ont également porté sur des aspects cruciaux tels que l'accessibilité et la circulation. De nouveaux accès routiers ont été créés pour améliorer la desserte du site et fluidifier le trafic aux abords de la zone commerciale. Ces aménagements témoignent d'une approche globale et concertée, visant à répondre à la fois aux attentes des usagers et aux besoins des acteurs locaux, tout en assurant une insertion harmonieuse dans le tissu urbain existant.

- **Etat d'avancement, plan guide, schéma d'aménagement**

Le projet a été inauguré le 24 août 2016, marquant une étape importante dans la transformation de l'ancienne grande surface en un parc commercial moderne et attractif. L'ouverture officielle a symbolisé l'aboutissement de plusieurs années de travail et de concertation entre les différents acteurs du projet.

- **Processus de fabrication de mixité de cet espace**

Le projet s'est orienté vers la création d'un espace commercial cohérent et fonctionnel, en misant sur la complémentarité des enseignes, principalement centrées sur l'équipement de la personne (vêtements et chaussures). Bien qu'il n'y ait pas eu de concertation préalable, la **diversité des enseignes** et la **compréhension des besoins locaux** ont permis de répondre efficacement aux attentes des consommateurs et de créer une ambiance animée et moderne.

Les occupants jouent un rôle clé dans la **dynamique du site**, avec des enseignes qui apportent une variété d'offres, et des usagers qui influencent l'évolution de l'espace commercial à travers leur fréquentation.



Source : FREY

### 3. PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

- **Effets leviers :**

Le projet a généré plusieurs effets leviers qui ont renforcé son impact positif sur le territoire. Tout d'abord, l'ouverture des magasins a permis la **création de 70 emplois directs**, contribuant au dynamisme économique local et au développement de l'emploi dans la région. Ces opportunités ont également renforcé l'attractivité du site en tant que pôle commercial structurant.

En parallèle, le projet a réussi à attirer de nouvelles enseignes dans une zone déjà bien située et dynamique, bénéficiant de la proximité de Reims et de ses environs. Cette diversification de l'offre commerciale a non seulement répondu aux attentes des consommateurs locaux, mais a également élargi l'audience potentielle du site, attirant une clientèle plus variée et consolidant la position de la zone comme un lieu de shopping majeur.

- **Effets bloquants :**

Le projet n'est pas exempt de défis, certains effets bloquants étant apparus depuis son inauguration. L'un des principaux freins concerne la **concurrence avec le centre-ville de Reims**. En attirant une partie de la clientèle vers la périphérie, le parc commercial peut accentuer la fragilisation des commerces de proximité situés dans le cœur urbain, déjà confrontés à des dynamiques complexes liées à la consommation et à l'évolution des habitudes d'achat.

Un autre problème récurrent est la **saturation de la zone en termes de fréquentation automobile**. Malgré les nouveaux accès routiers et l'aménagement d'un vaste parking, l'afflux de visiteurs lors des périodes de forte affluence génère des congestions, ce qui peut nuire à l'expérience des usagers et à l'accessibilité globale du site.

**Le turnover élevé des enseignes de restauration** au sein du parc commercial constitue un problème récurrent. Cette instabilité dans l'offre de restauration peut être liée à plusieurs facteurs.

D'une part, le marché de la restauration est particulièrement compétitif, et les enseignes peuvent rencontrer des difficultés à s'adapter aux attentes spécifiques des consommateurs ou à la fréquentation du site. L'absence de fidélisation de la clientèle, combinée à des enjeux économiques propres aux établissements (marges faibles, coûts de gestion élevés), peut mener à des fermetures ou à des remplacements fréquents d'enseignes.

- **Points de vigilance :**

- Risque de **dépendance** à certaines enseignes spécifiques pour maintenir l'attractivité.
- Surveillance de la **dynamique de la zone** pour éviter une perte d'attrait à long terme.

- **Points positifs et négatifs de la mutation :**

Les points positifs incluent la **revitalisation** d'une ancienne friche commerciale et la **création d'emplois**, tandis que les points négatifs concernent le **risque de baisse d'attractivité** si le parc commercial ne continue pas à se renouveler.

- **Les facteurs dynamiques (réussites) :**

Parmi les réussites, la requalification d'un ancien site en un espace moderne et attractif, ainsi que la modernisation de l'image de la zone par des équipements innovants et une circulation améliorée, sont à souligner.

- **Les points d'attention ou critiques (échecs) :**

L'un des principaux risques est la **concentration excessive** du commerce dans cette zone, négligeant peut-être d'autres secteurs. La **gestion du réseau de transport** à long terme devra être suivie pour éviter des **problèmes de congestion**.

- **Effets directs et indirects :**

- Directs : Augmentation de la fréquentation du site et de l'offre commerciale.
- Indirects : Effet d'entraînement sur la revitalisation d'autres zones commerciales de Cormontreuil et de l'agglomération.

La zone a été complètement revitalisée grâce à ce projet, attirant de nouvelles enseignes et créant un nouvel espace commercial attrayant.

Le projet contribue à **renforcer la fonction commerciale et économique** de la zone de Cormontreuil, tout en soutenant l'emploi local.



- **Conséquences sur les politiques de revitalisation globale des centres-villes :**

Le projet de **Times Square** est un exemple de **redynamisation périphérique**, mais il soulève des questions sur son impact potentiel sur le **commerce en centre-ville**. Bien qu'il ait renforcé l'attractivité de la périphérie, il est essentiel de mettre en place des **politiques équilibrées** pour soutenir également le commerce du centre-ville et éviter une concurrence déloyale qui pourrait nuire à la vitalité commerciale du cœur de Reims.

- **Bonnes pratiques à signaler :**

Le projet présente plusieurs **bonnes pratiques** qui contribuent à sa réussite et à son impact positif sur l'environnement urbain et économique.

Une des pratiques les plus remarquables est l'**innovation architecturale**, avec l'utilisation de **LED pour l'animation des façades**. Cette approche créative permet de renforcer l'identité visuelle du site et d'attirer l'attention des visiteurs. L'éclairage dynamique contribue également à créer une ambiance moderne et vivante, renforçant ainsi l'attractivité du lieu à toute heure de la journée, tout en étant énergétiquement efficace.

Le **réaménagement efficace d'un espace commercial désaffecté** est une autre bonne pratique. En transformant une ancienne grande surface de bricolage en un parc commercial moderne, le projet a donné une nouvelle vie à un espace sous-exploité. La création d'**accès fluidifiés** et d'**une nouvelle rue** a permis d'améliorer considérablement l'accessibilité du site, facilitant la circulation et réduisant les congestions, ce qui est essentiel pour une zone commerciale à fort trafic.

Enfin, la **collaboration étroite entre acteurs publics et privés** a été un autre facteur clé de succès. Cette coopération a permis de concilier les objectifs économiques des développeurs privés avec les besoins d'aménagement du territoire et de gestion urbaine des acteurs publics. Grâce à ce travail collectif, le projet a pu se développer de manière cohérente, assurant ainsi une implantation réussie et une intégration harmonieuse dans le tissu urbain existant.

# RETOUR D'EXPERIENCE DE L'AGENCE AUDC51

## SILVER PARK A FAGNIERES (51)

### 1. FICHE D'IDENTITÉ DE L'OPÉRATION

- **Éléments de contexte**

#### **Présentation de l'opérateur DESIMO**

L'opération dénommée « Silver Park » a été initiée par la Société DESIMO, promoteur-constructeur de dimension régionale dont le siège social est situé à Troyes. Cette société réalise des opérations de taille moyenne (essentiellement du résidentiel, en vente sur plans) sur les secteurs de l'ancienne Champagne-Ardenne, l'Île de France et la Normandie.

Cet opérateur a eu l'opportunité de se positionner sur l'acquisition de la friche commerciale dite « Picard » en 2019-2020 et a proposé à la commune de Fagnières une opération de reconquête à vocation principale de logements.

#### **Historique des projets sur ce site : une opportunité de rénover une friche commerciale**

Cette friche, ancien site économique déconstruit et inoccupé depuis plusieurs décennies, était une propriété privée détenue par la famille Picard qui voulait la céder au plus offrant.

Plusieurs propositions antérieures de réutilisation de cette friche visant l'implantation d'activités commerciales en extension du pôle commercial limitrophe existant, avaient été refusées par la municipalité de Fagnières et l'agglomération de Châlons-en-Champagne compte tenu des surfaces déjà très importantes de commerces périphériques.

La volonté conjointe de la commune et de l'agglomération était plutôt de favoriser une opération de logements tout en n'intervenant pas directement dans les négociations foncières de rachat entre acteurs privés, afin de ne pas impacter les finances publiques dans le portage cette opération.

Plusieurs opérateurs s'étaient déclarés intéressés avant la conclusion de la vente à la société DESIMO sans qu'aucune de ces négociations n'aboutisse.

La commune a accepté de modifier son PLU pour densifier et augmenter la charge foncière, afin de rendre l'opération économiquement soutenable. En contrepartie, l'opérateur privé a introduit de la mixité fonctionnelle dans le programme global avec une maison de quartier, un programme de logements adapté à une population sénior, une maison de santé.

## Intérêt du site de la friche selon DESIMO

Plusieurs facteurs d'intérêt cumulatifs et de commercialité ont décidé l'opérateur à porter cette opération.

- La situation de la parcelle au sein d'une ville moyenne de 4800 habitants, à l'intérieur d'une agglomération de près de 80 000 habitants.
- Un quartier agréable pour la qualité de vie des futurs habitants.
- La proximité d'équipements scolaires, notamment deux écoles primaires et une école maternelle ainsi qu'un collège, la mairie, plusieurs équipements sportifs et la salle des fêtes du quartier des Collines.
- La présence à proximité du complexe nautique intercommunal de Châlons-en-Champagne, qui constitue un équipement structurant de dimension d'agglomération.
- La mitoyenneté de la zone commerciale du centre ouest des Portes de Champagne comprenant un hypermarché de grande taille (Leclerc), sa galerie avec une trentaine de boutiques diversifiées, un projet de parc d'attraction au sein du centre commercial, quelques enseignes commerciales (dont LB Confort, Cuisines Schmidt, Bureau Vallée, centre de contrôle technique Norisko, Basic Fit).
- La proximité du centre-ville de Châlons-en-Champagne en plein renouveau avec des aménagements qualitatifs et la présence du nouveau pôle universitaire de 3000 étudiants intégrant plusieurs grandes écoles de renom national (CNAM, CNAC...).
- Une bonne desserte du site par les transports collectifs urbains permettant un accès aisé au centre-ville de Châlons-en-Champagne et à la gare SNCF avec 2 lignes directes et une ligne de nuit.
- La liaison TGV avec Paris depuis la gare SNCF en 1h20 et en 1h45 avec le TER de la Vallée de la Marne avec 13 trains par jour ; des liaisons ferrées avec les deux autres villes importantes de la Marne que sont Reims et Epernay.
- La dynamique du marché de l'habitat local en phase avec les besoins du territoire :
  - Des facteurs démographiques et de composition des ménages :
    - Une dynamique démographique positive de la commune de Fagnières avec un solde migratoire excédentaire et une population mixte en âge et en structure familiale
    - Une baisse de la taille des ménages mais une part de ménages vivant en couple qui reste très élevée à partir de 25 ans
    - Plus de 50% des ménages qui n'ont pas d'enfant à charge
  - Des facteurs liés à la structure du parc de logement et au marché de l'immobilier :
    - La forte concentration de logements pavillonnaires sur la commune de Fagnières avec un fort taux de propriétaires occupants comparé à la part importante du logement collectif social sur la commune de Châlons-en-Champagne qui constitue selon DESIMO « un facteur positif pour la qualité du cadre de vie de futurs habitants à Fagnières »

- Un prix du marché de revente supérieur des biens anciens sur Fagnières avec une offre faible en comparaison, d'une offre quantitativement supérieure et à des prix inférieurs pour Châlons-en-Champagne
- Des opérations de construction déjà réalisées sur le centre-ville de Châlons pour du logement privé investisseurs ou en résidences collectives qui se sont relativement bien commercialisées.
- Des facteurs liés à la faible concurrence du marché local :
  - L'absence de nouvelles offres concurrentes de nouveaux logements sur la commune de Fagnières
  - Des offres différentes sur la commune de Châlons-en-Champagne : soit des lots libres soit des opérations en réhabilitation, mais aucune opération en neuf qui viendrait concurrencer une opération telle que celle proposée sur le site de Fagnières.

**En somme**, l'ensemble de ces facteurs contribue à soutenir un marché de l'accession à la propriété et du locatif social pour des logements de taille petite et moyenne sous forme de petits collectifs et de maisons de ville sur de petites parcelles foncières, intégrant un cadre urbain de qualité.

### **L'intégration du projet dans la politique communautaire de l'habitat (PLH) et de la politique communale en matière d'équipements**

Le Programme Local de l'Habitat 2023-2028 de l'Agglomération de Châlons-en-Champagne prévoit la réalisation sur le territoire des 46 communes de 143 logements neufs/an et de 40 logements mobilisés dans le parc vacant pour répondre à la demande sur ces six années.

Pour la commune de Fagnières qui est en dessous du seuil de 25% de logements sociaux, le PLH prévoit la construction de 200 nouveaux logements dont un minimum de 26% de logements sociaux afin de rééquilibrer l'offre en ce sens.

A ce titre, l'opération Silver Park avec plus de 200 nouveaux logements augmente la production de la commune de Fagnières au titre du PLH, sous réserve de la demande des élus de l'agglomération d'étaler dans le temps le rythme de réalisation afin de ne pas dépasser la production de 260 logements pour l'ensemble de la commune pour la période 2023-2028.

De plus la production de logements aidés prise en charge par le bailleur social local NOV HABITAT (SA HLM) est conditionnée par le quota des autorisations d'aide à la pierre accordé au niveau de l'agglomération par l'Etat.

#### **• Description du site : (analyse urbaine)**

Le site s'étend environ sur 3,7 hectares sur la commune de Fagnières, 3<sup>e</sup> commune (4800 habitants) de l'agglomération de Châlons-en-Champagne, limitrophe de la ville centre (46 500 habitants).



Cette ancienne friche est située dans le quartier de la Colline, en pleine évolution. Elle est entourée d'un tissu bâti assez hétérogène constitué de maisons d'habitation de type pavillonnaire au Sud-Est, de bâtiments industriels au Nord-Ouest. Au pied du Silver Park, le centre commercial Centre Ouest (Leclerc) vient d'être récemment rénové et a créé en son sein un parc d'attractions.

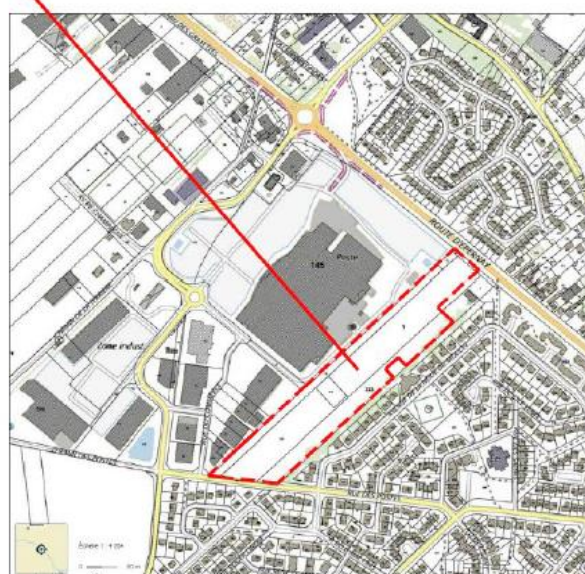
La parcelle présente un dénivellement important entre la rue des postes (105 NGF) et la route d'Epernay (99,50 NGF). Un décalage de niveau d'environ 1,50 m est présent au centre de la parcelle dans l'alignement de la rue du Commerce.



Crédit : IGN – SIG Agglo



VUE AERIENNE



EXTRAIT CADASTRAL

Crédit : AUDC - 2023



## 2. DYNAMIQUES DE LA MUTATION COMMERCIALE

- **Objectifs et enjeux des acteurs politiques, économiques**

Le programme de DESIMO accepté en 2021 par la commune sur ce site comprend :

- Un total de 215 logements dont un minimum de 50% en financement aidé sociaux, bâtiments collectifs et maisons individuelles, se répartissant en 12 îlots de petites résidences
- Une maison de quartier
- Un programme de logements adaptés à une population senior (16 maisons individuelles jumelées de type 1 à 3)
- Une maison de santé « SILVER LAB » permettant d'accueillir des activités médicales et/ou paramédicales.



Crédit : DESIMO - 2021

**Cette mixité programmatique d'une très grande dent creuse, encouragée par la commune, doit diversifier le tissu urbain du quartier** (petite zone commerciale autour d'un hypermarché, équipements publics, habitat pavillonnaire) en même temps qu'elle en assure la jonction et les liaisons entre les différentes parties.

Du fait de sa situation, le projet a pris en compte la nécessité de créer un environnement végétal de qualité pour un accompagnement et une mise en valeur au profit de l'espace urbain et résidentiel :

- La création d'un pôle de centralité

Celui-ci se conçoit comme complémentaire au centre commercial voisin avec l'intégration de nouvelles fonctions urbaines diversifiées tournées autour des services à la personne en particulier dans le domaine de la santé.

- Un bouclage entre les trois accès au site

Le site est desservi par 3 rues, la rue des Postes au sud-ouest, la route d'Epernay au nord-est et la rue du Commerce depuis le centre commercial. L'accès route d'Epernay, très circulant, s'effectue par une bretelle d'accès. Deux accès piétons depuis la partie résidentielle existante au sud-est sont créés pour conserver une circulation douce entre les zones existantes et le nouveau projet. Les transports doux sont privilégiés au sein du projet.

- Favoriser les aménagements paysagers et les espaces verts

L'objectif est de maintenir la flore en zone urbaine. Le secteur U2D, qui reprend l'ensemble des parcelles, fait partie d'un plan d'orientation d'aménagement et de programmation spécifique (OAP 4) du PLU. L'insertion architecturale et paysagère doit maintenir la flore en zone urbaine, tandis que le projet privilégie des techniques de construction durable pour un programme de qualité.

- Une densité maîtrisée optimisant l'usage du foncier

La mixité de la programmation mêlant les petits collectifs résidentiels et des maisons de ville sur petite parcelle permet d'obtenir une densité moyenne de 0,5 qui apparaît comme un bon usage du foncier disponible pour une commune péri-urbaine où les densités traditionnellement observées sont plus faibles (entre 0,2 et 0,3).

Outre la satisfaction des obligations de logements sociaux en vertu de la loi SRU, la commune de Fagnières était très intéressée par la construction de logements pour personnes âgées, d'une maison médicale, répondant à de réels besoins du territoire.

- **Organisation/outils : organisation/gouvernance, cadre juridique, réglementaire, programmatique, technique, assurantiel...**

En parallèle de la négociation foncière menée avec le propriétaire, DESIMO a proposé son programme de construction à la commune et à communauté d'agglomération de Châlons-en-Champagne.

La proposition initiale plus importante de l'ordre de 280 logements a été modifiée à la demande de la commune et de l'agglomération, pour être ramenée à 230 logements (dont 75 logements sociaux) afin de tenir compte du rythme de réalisation compatible avec le PLH ainsi que des équilibres logement social / logement privé.

DESIMO s'est rapproché du principal bailleur châlonnais NOV HABITAT pour réaliser une partie de son programme en logement social et pour s'adapter à l'évolution de la demande. La répartition 1/3 logements sociaux et 2/3 logements en accession devrait être in fine atteinte.

La vocation et la constructibilité du site étaient déjà prévues dans le PLU de Fagnières à travers une OAP ciblée sur le logement.

Le reste des autorisations d'urbanisme et des études techniques environnement, notamment les études hydrauliques imposées par les obligations d'infiltration, ont été prises en charge directement par l'opérateur.

Celui-ci a déposé un PC par tranches et étale les constructions sur plusieurs années. DESIMO achète progressivement le foncier selon l'avancée des tranches de travaux.

- **Le programme état d'avancement, plan guide, schéma d'aménagement**

A ce jour, DESIMO a construit la Maison de santé (livrée début 2023), 8 maisons pour NOV HABITAT, un immeuble de 22 logements vendus en diffus pour moitié à des propriétaires occupants et pour moitié à des investisseurs Pinel du fait de l'évolution de l'intérêt de certains investisseurs vers des programmes neufs, et en raison de la sortie du marché des biens classés en F et G générée par le durcissement de la réglementation des « passoires thermiques ». Le seul logement non vendu est loué par l'Etat pour un de ses fonctionnaires.

DESIMO porteur et commercialisateur de l'opération a été très surpris de l'importance de la demande sur ce type de produit aussi bien pour les propriétaires occupants que pour de l'investissement locatif privé.

Deux autres immeubles sont en voie d'achèvement fin 2024 et sont vendus à NOV HABITAT, soit 24 logements sociaux.

Il restera donc 9 immeubles à commercialiser ainsi que les 8 maisons. NOV HABITAT doit en acquérir encore une cinquantaine.

Le marché a bien répondu dès que l'immeuble a été construit (2400 à 2800 €/m<sup>2</sup> en acquisition, en dépit de l'inflation du coût des travaux qui a rogné les marges). Il existe par ailleurs une forte demande de locatif qualitatif (du fait du dispositif PINEL, le loyer est équivalent au loyer du logement social).

En revanche, deux produits participant de la mixité fonctionnelle ont connu de réelles difficultés de commercialisation.

En premier lieu **la Maison de santé**, portée exclusivement par l'opérateur privé, est relativement peu occupée (35%), surtout par des professions paramédicales (podologues, kinésithérapeutes...) et de services à la personne (bien-être).

Les médecins sont réticents à payer un loyer (de l'ordre de 1000 à 1500 € mensuels) alors que des maisons de santé publiques proposent des conditions financières locatives plus avantageuses, parce que soutenues fortement par les pouvoirs publics.

La Maison de santé a été vendue à une foncière privée dont DESIMO est resté actionnaire à 15%.

Il est envisagé de louer les cellules inoccupées de l'étage pour des activités tertiaires, compatibles avec la vocation médicale initiale.

En second lieu, la commune de Fagnières n'intéresse pas suffisamment les promoteurs pour que se construisent **les maisons pour seniors** (produits hors marché pour les seniors marnais même si forte demande).



Crédit : DESIMO - 2024





Crédit : AUDC - 2024



Crédit : AUDC – 2024



- **Processus de fabrication de mutation de cet espace : jeu d'acteurs, place des habitants, rôle des occupants et des usagers**

Les élus de la municipalité ont été très présents dans la négociation du programme avec l'opérateur privé DESIMO. Ce dernier a recherché rapidement une coopération avec un acteur local du logement social afin de porter une partie de l'opération qu'il n'était pas en mesure de réaliser seul.

La volonté d'intégrer la Maison de Santé et des services visant à diversifier les fonctions en complémentarité avec les commerces existants, en particulier par la création d'un pôle plus complet de services auprès des habitants notamment pour la population vieillissante des quartiers voisins à l'habitat plus ancien, a constitué **une grande prise de risque par le privé**.

En effet cet espace de services autour de la santé a du mal à se confirmer en raison de la faiblesse de la demande des praticiens volontaires pour occuper ces nouveaux locaux.

On peut espérer à moyen terme que cet espace de services ouvert à la population soit plus intégré et participe à l'offre de services de la commune.

Les habitants du quartier de la Colline sont en attente de la fin des travaux qui résorbera une vieille friche pour traverser le Silver Park et aller au centre commercial.

La direction de l'hypermarché Leclerc voit d'un bon œil l'arrivée de cette nouvelle population qui va augmenter son potentiel de chalandise.

### **3. PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS**

- **Effets leviers, effets bloquants, points de vigilance**

Cette opération ciblée a réussi à **capter avec succès une partie de la demande en accession** à la propriété sur un marché immobilier relativement détendu.

Ces logements à la typologie différente répondent déjà à un renouvellement de population attendu et annoncé. NOV HABITAT pourrait acheter davantage de logements sans agrément social (disposition permise par loi ELAN).

L'opportunité de réaliser un pôle de services ouvert à la population des quartiers voisins dont le potentiel pourrait croître avec le temps, perdure.

On note une volonté des élus communaux d'accentuer les liens entre la clientèle du centre commercial et le pôle de services à la personne, voire au reste de la commune. Cette proximité bien utilisée peut jouer à terme un rôle de levier sur le nouveau quartier.

Néanmoins, l'évolution des pratiques dépendra de **l'appropriation par les anciens et nouveaux habitants de ce nouveau micro-quartier et du changement des habitudes des habitants** pour pratiquer différemment le centre commercial périphérique comme un élément constitutif du quartier dans son ensemble.

A moyen terme, on peut également envisager une mutation progressive de certains espaces commerciaux vers des fonctions plus diversifiées de services, de type coworking ou centre de ressources pour des micro-entreprises qui permettront d'en faire un secteur plus mixte.

- **Effets directs et indirects**

Depuis le début du projet, la décision de la Communauté d'agglomération de renforcer l'offre de déplacement doux par la réalisation d'une piste cyclable protégée entre le pôle commercial en direction du centre-ville de Châlons-en-Champagne, s'est concrétisée par sa mise en service à l'été 2024.

Par ailleurs, l'arrivée d'une nouvelle population à hauteur d'environ 350 habitants va permettre de générer une nouvelle clientèle à même de renforcer l'offre de transport en commun.

Néanmoins l'évolution du programme global a été fortement dépendante de la commercialisation de ses composantes, le planning d'exécution des travaux dépendant du portage financier et de l'équilibre de l'opération, induisant un réel risque de dédensification, du bâtiment collectif vers le pavillon individuel.

**C'est le promoteur qui a porté le risque de la mixité du programme.** Un autre montage pour porter le risque des équipements au public aurait pu être imaginé initialement.

- **Bonnes pratiques à signaler**

Ce type d'opération mixte alliant résidentiel et services à la population correspond aux besoins grandissants de la population, même lorsque le marché de l'habitat est détendu comme dans l'agglomération châlonnaise.

A terme, la friche sera résorbée et l'opération aura certainement réussi à valoriser le quartier. Le plan de gestion des eaux pluviales sur le site avec infiltration à la parcelle et le projet de plantation pour « verdir » le site, sont particulièrement remarquables.

Enfin, la Maison de santé a reçu le prix de la fédération des promoteurs immobiliers du Grand Est en 2022.



Crédit : DESIMO - 2024

# RETOUR D'EXPÉRIENCE DE L'AGENCE AGURAM

## LE LINKLING, SECTEUR DES AURIGES

### 1. FICHE D'IDENTITÉ DE L'OPÉRATION

- **Éléments de contexte**

**Description du site :** (analyse urbaine)

- Nom du site/de la zone/du projet : Zone d'activité du Linkling / secteur des Auriges
- Commune/EPCI : Thionville-Terville / Communauté d'Agglomération Portes de France-Thionville
- Superficie : Environ 2ha pour le secteur des Auriges / environ 120 ha pour l'ensemble de la zone commerciale du Linkling (avec voiries)
- Emplois dans la zone : plus de 3000 estimés pour l'ensemble du Linkling
- Vocation principale du site : Commerce de prêt-à-porter (Kiabi secteur des Auriges) / Dans une zone majoritairement commerciale (Linkling comprenant 2 centres commerciaux Carrefour-Géric et E. Leclerc).
- Maîtrise d'ouvrage : Secteur des Auriges \_ SCI AMM Thionville, Kiabi et Cie / Etixia (*Maitrise d'œuvre : VDDT Architectes à Lille*)
- Équipements et services : Secteur des Auriges : 4 restaurants et 11 commerces
- Accessibilité et desserte :

Le secteur des Auriges se situe le long de la route d'Esch-sur-Alzette, futur tracé du Bus à Haut niveau de service et déjà un axe majeur des transports en commun de l'agglomération.

Par ailleurs la zone du Linkling est desservie par deux échangeurs autoroutiers depuis l'A31. Enfin, les rues principales de la zone sont accompagnées de pistes cyclables bidirectionnelles insérées dans un maillage inter-quartier.

- Insertion urbaine et paysagère (proximité/liaison avec le tissu urbain, insertion paysagère) :

La zone commerciale du Linkling est formées de multiples phases d'urbanisation successives depuis les années 70.

Les grands espaces d'activités se côtoient parfois avec d'anciennes parcelles habitées plus petites, rattrapées par les extensions urbaines progressives.

Aux marges de la zone, des quartiers résidentiels s'y côtoient sans transition, mais avec un maillage de voirie plutôt bien réparti.

C'est le cas pour le lotissement du Val Marie ou pour le quartier Chevert (casernes de gendarmerie dont les logements ont été réhabilités).

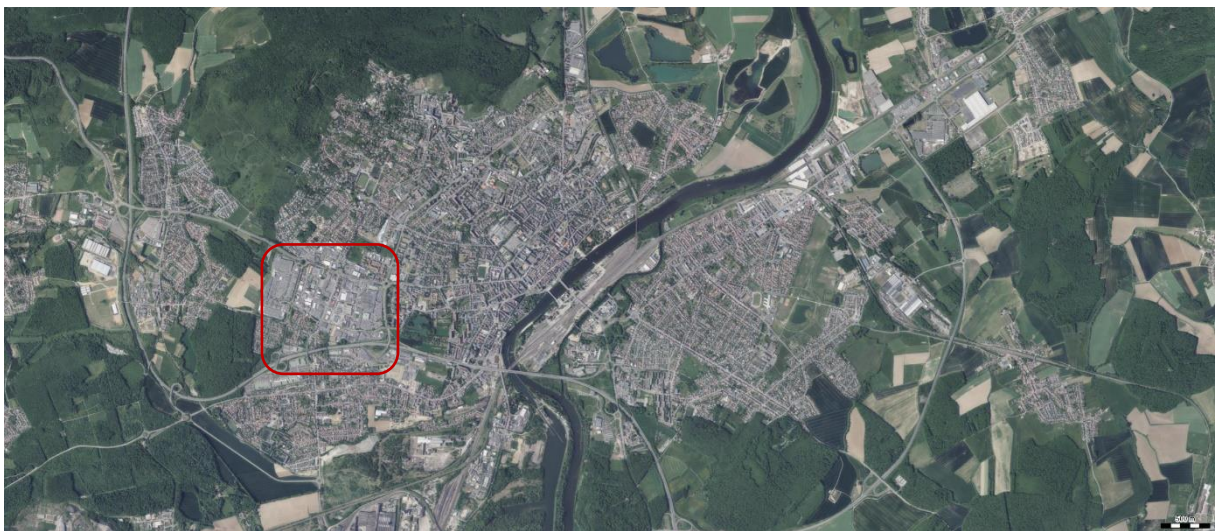
- Poids de la zone commerciale dans la stratégie commerciale du territoire :

Entre l'unité urbaine de Metz et les pôles commerciaux luxembourgeois, le Linkling se positionne en articulation de plusieurs bassins de vie et de chalandise, desservis par l'axe de l'A31.

Sur ce vaste « boulevard commercial, qui anime le nord du sillon lorrain, la zone du Linkling se place comme le 1er pôle commercial de Moselle par son chiffre d'affaires (niveau d'activité estimé à 670 millions d'euros, dont 67 % provenant des achats non alimentaires) et le 2ème par sa superficie (plancher commercial de Grandes et Moyennes Surfaces de 146 370 m²).

Au sein du territoire, il constitue à la fois la principale destination d'achats des ménages de l'intercommunalité (47%) mais également du SCoT de l'agglomération Thionvilloise (32%).

La forte croissance du chiffre d'affaires de la zone d'activités du Linkling (+15%) ne s'observe sur aucune autre zone. Elle illustre la dynamique du nord lorrain dopée par le pouvoir d'achat des frontaliers et par une offre en constante augmentation.



*Photos aériennes de Thionville en 2023 et situation de la zone commerciale du Linkling (source : <https://remonterletemps.ign.fr>)*





Photos aériennes de la zone commerciale du Linkling en 2023 et situation du secteur des Auriges (source : <https://remonterletemps.ign.fr>)



Photos aériennes en 2023 et en 2008 du secteur des Auriges (source : <https://remonterletemps.ign.fr>)



## 2. DYNAMIQUE DE LA MUTATION COMMERCIALE

- Objectifs et enjeux des acteurs politiques, économiques

### Secteur des Auriges :

L'enseigne Kiabi, historiquement implantée à Thionville sur la zone du Linkling, se trouvait en perte de vitesse. Etixia, la foncière de Kiabi, initialement intéressée par une simple extension de la surface commerciale existante, s'est interrogée plus largement sur les **potentiels de densification des abords de ce magasin** vieillissant, avec une volonté de requalification globale de l'unité foncière.

La conception du nouveau centre commercial « Les Auriges » a été accompagnée par la Mairie de Thionville, en orientant l'aspect architectural de la construction (bardages composés de bois et de métal ; efforts de plantation des stationnements, ...) et en proposant d'y intégrer des enjeux d'accessibilité des parcelles voisines pour une meilleure desserte.

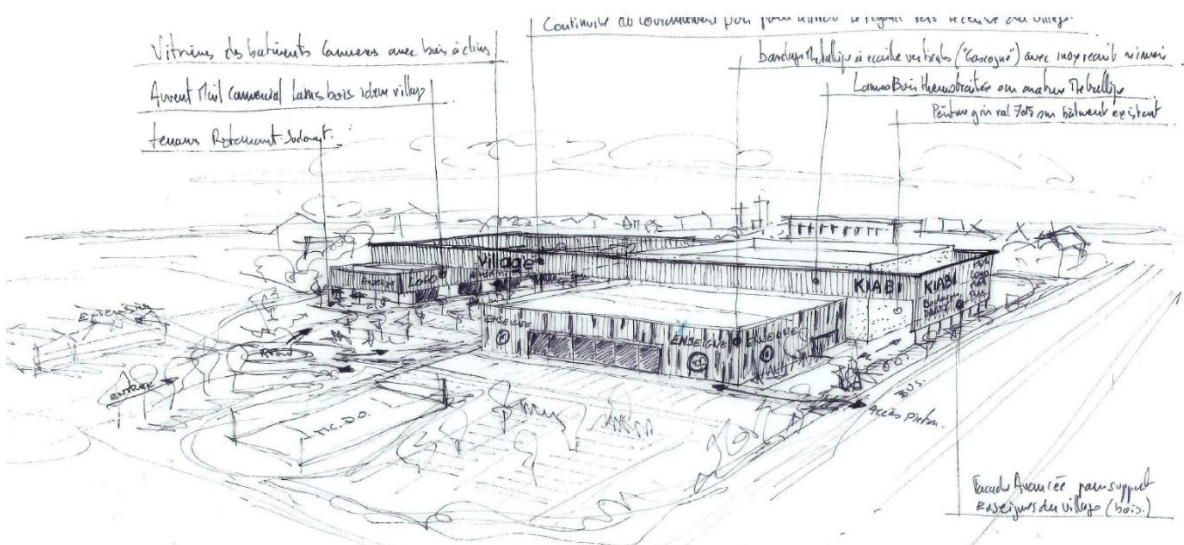
Fin 2012, le permis de construire a été déposé, initiant le premier espace commercial certifié NF HQE Bâtiments tertiaires Rénovation et Construction, présent dans la zone du Linkling. Le parti-pris architectural vient structurer une liaison entre le bâtiment existant et les nouvelles cellules en bande, autour d'une place centrale avec un revêtement de sol spécifique (pavé drainant), des plantations périphériques et un éclairage suspendu.



*Vue interne de la « place centrale » liant les deux entités bâties et rationalisant les stationnements entre les deux parties commerciales.*



*La réflexion sur les accès des nouvelles surfaces commerciales (en jaune) aboutit à un bouclage périphérique et à l'implantation d'un petit carrefour giratoire complémentaire.*



*En proposant une identité visuelle forte de cet ensemble commercial « objet cohérent et unitaire », l'architecture vient marquer une impulsion de transformation du secteur.*





*Une attention particulière à la qualité des vues permet aussi de « cacher » les espaces de livraison par un habillage de bardage, proche du boulevard urbain et des arrêts de transport en commun. De plus les voiries permettent de lier le quartier voisin « Chevert » et d’anticiper les futures transformations urbaines des secteurs non-bâtis voisins.*

- **Organisation/outils : organisation/gouvernance, cadre juridique, réglementaire, programmatique, technique, assurantiel...**

Le PLU de la Ville de Thionville a été adapté en 2013, en prévoyant une **Orientation d’Aménagement et de Programmation** qui cible des prescriptions de désenclavement du secteur. Les voiries ont été prévues dans ce sens, avec un investissement initial réalisé par le porteur de projet, puis une voirie rétrocédée à la collectivité.

La politique générale de la Ville s’est fixée depuis quelques années comme doctrine de ne plus accepter de nouvelles surfaces commerciales, si les activités ne répondaient pas à un réel manque du territoire ou si elles ne venaient pas contrer une évasion commerciale constatée.

Certes le projet autour de Kiabi était plus ancien, mais le programme répond globalement à cette contrainte, étant constitué de petites cellules (majoritairement des commerçants indépendants), et principalement une offre « Mode – Beauté – Techno » complétée par des commerces alimentaires ou de restauration. Par ailleurs, les nouveaux commerces n’entrent pas en concurrence avec l’offre d’habillement existante.

- **État d’avancement, plan guide, schéma d’aménagement**

La zone du Linkling n’est pas intégrée dans les zones d’activités de compétence intercommunale. Elle ne comporte **pas de schéma d’ensemble** qui aurait pu permettre une vision des potentiels fonciers mobilisables.

Elle ne fait pas l’objet d’une réflexion approfondie dans le PLU, qui aurait anticipé les facteurs de requalification. Néanmoins, elle se transforme au gré des opportunités foncières isolées et aurait bien besoin d’ambitions fortes pour une restructuration cohérente globale. Cela est encore plus marquant pour les secteurs les moins attractifs (ou les moins visibles), comme la boucle des ferronniers, qui pourrait faire l’objet d’une approche spécifique.



## Processus de fabrication de mixité de cet espace : jeu d'acteurs, place des habitants, rôle des occupants et des usagers

En l'absence de portage d'une démarche communale ou intercommunale, seuls les projets ponctuels sont suivis par les services de la collectivité.

Le dialogue avec la Ville permet d'accompagner les projets ou de renforcer certaines approches de renforcement de la qualité architecturale ou paysagère.

La dynamique des projets est régulière, avec encore plusieurs parcelles qui se densifient ou font l'objet de réflexions de la part des propriétaires.

**Il serait intéressant de pouvoir proposer les bases d'un grand projet de requalification**, maximisant les chances de réussite de cette transformation à l'œuvre, et nécessaire pour la cohérence entre les projets individuels.



*Boucle du Val Marie, une dent creuse vient de se construire avec des bureaux : une diversification des occupations pour cette zone (source : open street view).*

### 3. PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

- **Effets leviers**

Pour le secteur des Auriges, **l'initiative privée a été suivie de près par la collectivité**, apportant un esprit de co-construction pour ce projet. La concertation avec l'ensemble des services en est facilitée.

- **Effets bloquants**

La zone du Linkling ne comporte **pas de plan stratégique d'ensemble**, ni d'autre **démarche collective** engagée. Les espaces publics sont pas favorables aux déplacements piétons. Il y a peu de perméabilité entre les poches de stationnements par exemple. La reconfiguration du secteur des Auriges est une bonne démonstration de l'impact bénéfique d'un projet de densification bien pensé. Par ailleurs, l'arrivée du BHNS (traversant la zone du Linkling en voie d'approche et en partie en site propre) pourrait jouer sur cette prise de conscience d'une nécessaire requalification de zone, en particulier sur les enjeux de mobilité avec des parcours piétons complétés en profondeur.

- **Points de vigilance**

Les points de vigilances à retenir sont nombreux.

D'un point de vue commercial, il s'agit de **ne pas déséquilibrer l'offre présente et la répartition avec le centre-ville** (avec la particularité locale d'un centre très proche, à 2 km seulement de cette périphérie commerciale d'entrée de ville). Notons l'élaboration du SCoT-AT en cours, qui intégrera un DAAC (vers 2026).

D'un point de vue de l'aménagement, **le PLU reste le principal (et l'unique) cadre réglementaire**, avec des outils limités et accompagnant peu les volontés de maîtrise des projets. La collectivité construit pour l'instant sa stratégie via la négociation au gré des projets et pourrait renforcer la gouvernance de la zone, pour ne pas subir la densification au coup par coup. Notons que la compétence intercommunale pour la gestion de cette zone d'activité pourrait aider à amorcer une réflexion d'ensemble, à cheval sur plusieurs communes.

D'un point de vue des fonctions, le mélange des usages est très prégnant pour cette zone à prédominance commerciale, mais très mixte dans les juxtapositions de programmes. **Le logement pourrait permettre dans certains cas de diversifier davantage les possibilités de mutation.**

- **Points positifs et négatifs de la mutation**

- Les facteurs dynamiques (réussites)

La bonne santé commerciale de la zone du Linkling en fait un quartier d'autant plus intéressant à étudier dans l'optimisation foncière, pour garantir sur le long terme son attractivité.

Les élus semblent sensibilisés à la paupérisation de certains secteurs, à l'utilité d'accompagnement d'une requalification progressive et affirment les enjeux d'une bonne maîtrise des surfaces commerciales à l'échelle de la commune. Ce dernier levier est renforcé par les objectifs de limitation des extensions urbaines à l'heure du ZAN.

- Les points d'attention ou critiques (échecs)

Le préalable nécessaire à une stratégie pour la reconfiguration de la zone du Linkling serait une meilleure connaissance du tissu économique, des propriétés foncières, une observation fine du turn-over et de la vacance, un diagnostic du fonctionnement urbain et des espaces publics, etc. Sans cette étape de suivi des dynamiques de la zone, les bonnes actions individuelles ne restent qu'à l'échelle parcellaire.

Les projets de végétalisation ou de désimperméabilisation pourraient être mis en œuvre, mais ils doivent s'inscrire dans une logique de zone et dans des trames vertes à renforcer entre les quartiers.

- **Effets directs et indirects / Inspiration à venir**

Dans le paysage thionvillois transfrontalier, la démarche **Luxembourg In Transition** (<https://luxembourgtransition.lu/fr/project/zone-multifonctionnelle/>), a proposé « un véritable laboratoire d'idées, de stratégies et de concepts innovants et expérimentaux »

proposés par des experts enthousiastes et des citoyens engagés », selon Claude Turmes, Ministre de l'Aménagement du territoire.

Parmi les scénarios de transition écologique à l'horizon 2050 pour le Grand-Duché et ses territoires frontaliers, un projet pilote concernait la reconversion de la **zone commerciale de Foetz**.

Il s'agissait d'identifier les obstacles urbanistiques, techniques, juridiques et économiques, puis de définir une programmation avec comme objectif l'élaboration ultérieure d'un « **Masterplan** ».

Les études ont débuté à l'automne 2023 ; l'idée est de se doter d'un exemple de reconversion d'une zone d'activités économiques et commerciales, multifonctionnelle et de qualité avec, à la clé, un usage plus rationnel des surfaces disponibles (en intégrant des logements, des services et des équipements, des espaces de récréation, des espaces verts, etc.

Sources : <https://lequotidien.lu/luxembourg/foetz-une-zone-qui-servira-dexemple/>

Pour Thionville et le Linkling, cette démarche pourrait s'avérer inspirante et reproductible, positionnant les mêmes enjeux dans le Nord lorrain.

PAGE 43 — PART 01 — REPAIRING COMMERCIAL ZONES

### — Foetz: 2035

Building footprint (m²)  
Existing: 239,200  
New: 108,100  
Total: 347,300

Floor space (m²)  
Existing: 358,900  
New: 511,200  
Total: 870,100

Parking spaces  
New modifiable structures: 840

Green space (total, m²): 47,000

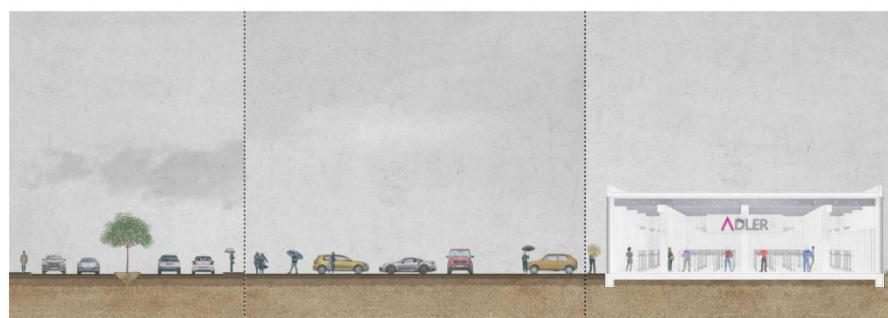
By 2035, the northern section of the area will be developed. This will spatially close the Avenue and repair the remaining urban fragments. As people hardly own cars anymore, but share them, the main part of the car parks will be converted into offices, public facilities and apartments—a conversion that has already been foreseen in the design. In general, everything that is built will be reversible, repairable, reusable, extensible, and if necessary demountable and recyclable. Thus, 2035 will not be the end point of a development that puts Foetz in a static state, but the end of the transition to a process of constant repair and inner development.



PAGE 31 — PART 01 — REPAIRING COMMERCIAL ZONES

### — Transition

— 2021



— 2035

Mixed-use buildings will be built on the periphery of the parking areas and form together a new neighbourhood. The transition lab is not needed anymore and will turn into a convivial space for the neighbourhood. Regarding the emergence of small grained commerce, there is no demand anymore for the mass production of the big retail structure, which will here turn into a public amenity such as a kindergarten or a primary school.



Source : [https://luxembourgtransition.lu/wp-content/uploads/2023/06/unilux\\_lit\\_finalreport\\_unilu\\_20220131\\_compressed.pdf](https://luxembourgtransition.lu/wp-content/uploads/2023/06/unilux_lit_finalreport_unilu_20220131_compressed.pdf)

- **Bonnes pratiques à signaler**

- Une initiative ciblée autour d'un foncier à optimiser, sur le secteur des Auriges ;
- Un accompagnement par la collectivité, qui permet de pousser la réflexion sur la desserte des parcelles voisines ;
- Une intégration des orientations dans le PLU pour cadrer les développements futurs ;
- Une réflexion en germe pour l'ensemble de la zone commerciale du Linkling, qui pourrait profiter des travaux en lien avec l'arrivée du BHNS et qui pourra s'inspirer de démarches comme celles de Foetz ?

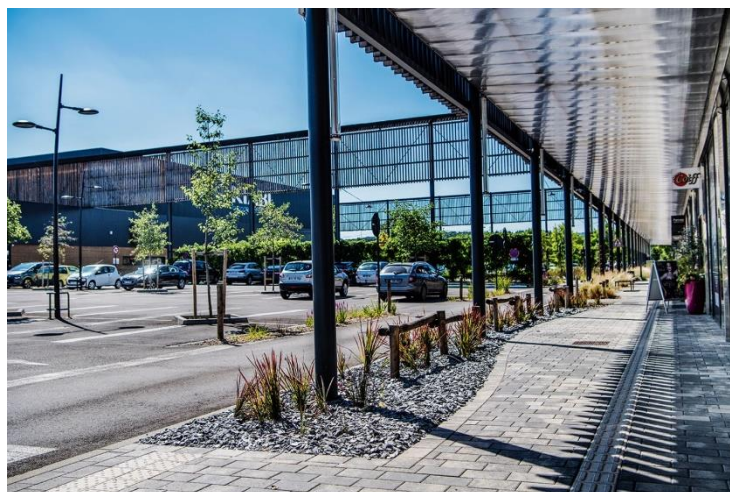


Image : Les Auriges, source : Etixia



# RETOUR D'EXPÉRIENCE DE L'AGENCE AGAPE

## VAL SAINT-MARTIN, SECTEUR LES BLEUETS

### 1. FICHE D'IDENTITÉ DE L'OPÉRATION

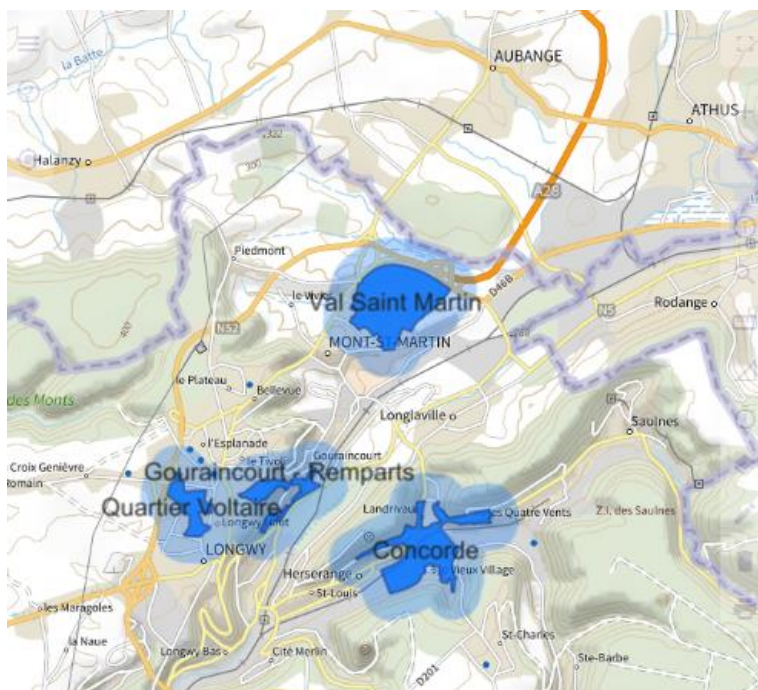
- **Éléments de contexte**

La Ville de Mont-Saint-Martin (54) démarre à la fin des années 2000 une ample opération de reconquête du quartier Val-Saint-Martin, un grand espace urbain qui regroupe la moitié des habitants de la commune.

Ce quartier créé au début des années 1960 est composé majoritairement par des logements de type HLM (87%) et concentre aussi 20% de l'habitat social de l'Agglomération de Longwy<sup>2</sup>. Le projet de rénovation urbaine du quartier s'est inscrit dans une ambition globale de requalification urbaine, sociale et d'intégration des habitants.

Plusieurs objectifs ont été poursuivis par cette opération de rénovation urbaine :

- Changer l'image du quartier par la **diversification de l'habitat et des fonctions** ;
- Valoriser les **espaces publics** ;
- Assurer la mutabilité foncière dans un but de résidentialisation des immeubles et de **résorption des friches urbaines** dans le centre du quartier ;
- **Désenclaver** le quartier vers l'Est ;
- **Pérenniser l'activité commerciale** et répondre aux besoins des habitants en matière d'équipements publics et de services.<sup>3</sup>



*Quartiers Politiques de la Ville (QPV) sur le territoire du Grand Longwy. Source : SIG Ville*

<sup>2</sup> EPARECA

<sup>3</sup> Contrat de ville de l'Agglomération de Longwy 2015-2020

- **Description du site**

Le secteur commercial Les Bleuets se situe sur le ban de la commune de Mont-Saint-Martin dans le quartier du Val Saint-Martin.

Le site localisé en tissu urbain s'étend sur environ 3,2 ha et comprend le centre commercial Les Bleuets et une partie en friche d'environ 2,09 ha (Atlas des friches de Lorraine) occupé par : un terrain en herbe (issu de la démolition de l'ancien centre commercial), le local vide de l'ancien supermarché Ibrahim entouré de places de stationnement sur trois côtés et l'emplacement de l'ancien supermarché Lidl avec son parking.

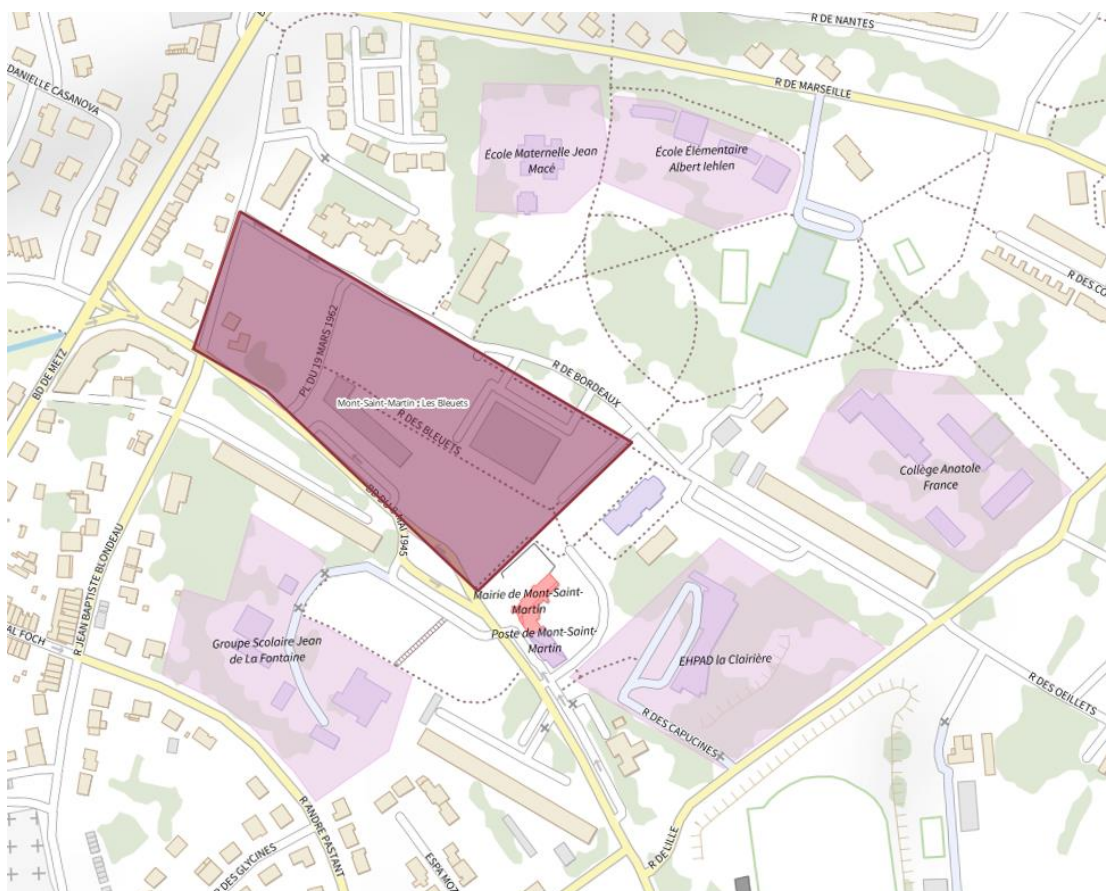
Les terrains en friche appartiennent en grand partie à la commune.

Le site du centre commercial est racheté en 2022 par l'Agence Nationale de Cohésion des Territoires (ANCT), une structure née de la fusion du Commissariat général à l'égalité des territoires, d'EPARECA et de l'Agence du numérique.

Le site se trouve au croisement de plusieurs voies d'accès :

- au Nord et à l'Est : la rue de Bordeaux ;
- au Sud : le boulevard du 8 Mai 1945 ;
- à l'Ouest : la rue Jean Baptiste Blondeau.

*Secteur commercial Les Bleuets*



Source : DataGrandEst - Plan IGN V2 et l'Observatoire de l'Economie et du Commerce de l'AGAPE

A l'intérieur, le site est traversé par la rue des Bleuets et accueille la place du 19 Mars 1962. L'accès au centre commercial se fait depuis le boulevard du 8 Mai 1945.

Le bâtiment du centre commercial est construit en angle à l'intersection de deux voies afin de garder la cohérence urbaine. Il est partagé en 6 locaux de surfaces allant de 69 à 255 m<sup>2</sup> (DVF, 2024). L'architecture est moderne avec une façade largement vitrée. L'espace du centre commercial est pourvu d'environ 24 places de stationnement et 2 places PMR.

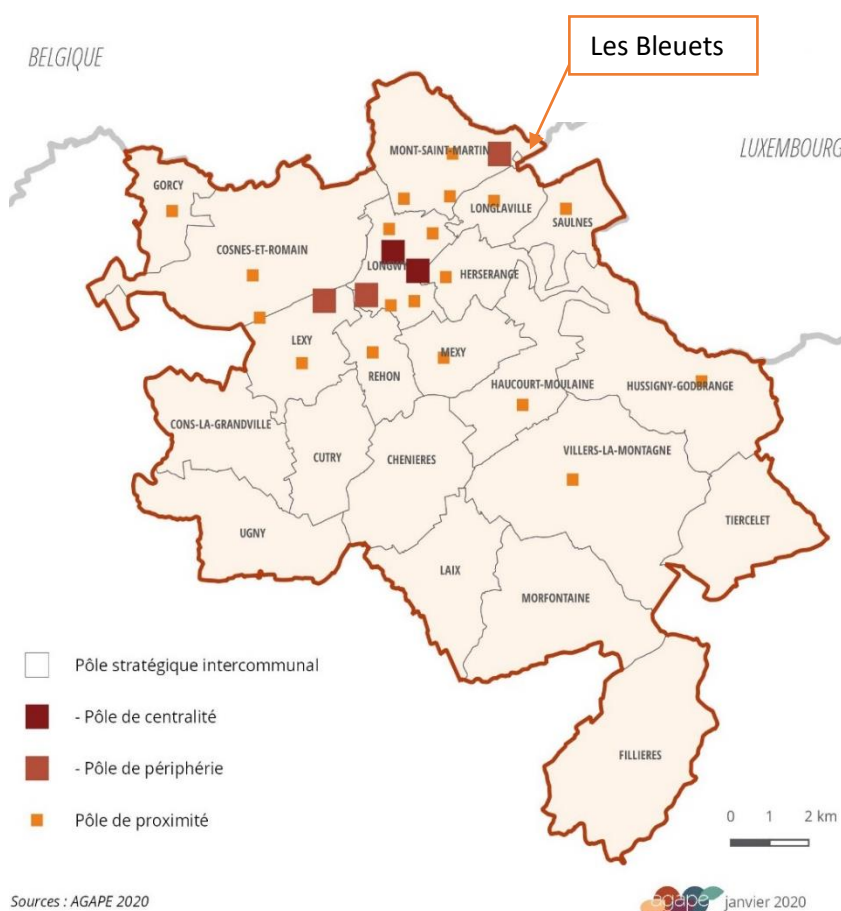
Le site a une très bonne situation urbaine, étant entouré des équipements majeurs de la commune : la Mairie, la Poste, deux groupes scolaires, un collège, une bibliothèque, des équipements de santé.

### • Poids de la zone commerciale dans la stratégie commerciale du territoire

Le secteur commercial Les Bleuets est un des pôles de proximité de l'Agglomération du Grand Longwy (Stratégie de développement commercial du Grand Longwy).

L'offre commerciale à proximité est très riche, le secteur s'avoisinant dans un rayon de 10 km avec les principales polarités commerciales de l'Agglomération : Pôle Europe à près d'un kilomètre, les deux secteurs de centre-ville de Longwy (Place Darche et Place Leclerc et Saintignon) ainsi que la zone du Pulventeux en périphérie de la ville-centre, et, enfin, la zone commerciale Les Maragolles à Lexy.

L'offre transfrontalière est également riche surtout du côté luxembourgeois. Plusieurs centres commerciaux importants se trouvent au sud du Grand-Duché (Belval Plaza à Esch-sur-Alzette, RedRock Home & Living Center à Schifflange, FOETZ Shopping Center à Mondercange, Shopping Park à Bettembourg et Opkorn à Differdange) et en Belgique (l'Espace Shopping Hydrion et la Zone commerciale de Stepernich à Arlon, Shopping Cora et Designer Outlet Luxembourg à Messancy).





Le centre commercial Les Bleuets, le seul dynamisant à présent le secteur, accueille 6 commerces de proximité et pèse pour une trentaine d'emplois (INSEE SIRENE, 2024). A titre de comparaison, la Zone commerciale Pôle Europe compte pour environ 115 commerces et plus de 1 000 emplois.

La surface du centre commercial Les Bleuets est d'environ 930 m<sup>2</sup> et comprend une gamme diversifiée de commerces de proximité : une pharmacie, un fleuriste, une boulangerie, un bar, un restaurant et une boucherie proposant aussi d'autres produits (épicerie – primeur).



*Centre commercial Les Bleuets. Source : AGAPE*

- **Processus de fabrication de mixité de cet espace : jeu d'acteurs, place des habitants, rôle des occupants et des usagers**

### **Les années 1960 – 1980**

Disposant d'un important potentiel foncier, la commune de Mont-Saint-Martin fut choisie à la fin des années 1950 pour accueillir un ample programme de construction de logements (4 150 projetés) afin d'accompagner le développement de l'industrie sidérurgique en plein essor dans le fond de la vallée de la Chiers. C'est à cette période qu'il a été décidé de créer la ZUP<sup>4</sup> du Val Saint-Martin pour répondre aux besoins pressants en logements pour les employés et les ouvriers de la sidérurgie. Le quartier s'est développé dans les années 1960 – 1970, mais le déclin de l'industrie sidérurgique impactée par la crise internationale a fait revoir à la baisse les ambitions initiales du projet (1 910 logements ont été réalisés seulement).

**Lors de cette période a lieu la structuration du secteur commercial Les Bleuets, où en 1969 un pharmacien s'était déjà installé. L'emplacement du secteur répond aux besoins des habitants du quartier Val Saint-Martin d'avoir accès à une offre commerciale de proximité.**

---

<sup>4</sup> ZUP – zone à urbaniser en priorité



### *L'emplacement du secteur commercial Les Bleuets dans les années 1950-1965*



Source : IGN, Remonter le temps

### **Années 1980 – 2000**

Le Plan européen de la sidérurgie acte la fermeture de l'industrie sidérurgique dans le secteur de Longwy au début des années 1980. La conjoncture économique difficile a pour effet un amenuisement progressif du nombre d'habitants avec des conséquences sur l'occupation du parc de logements et sa dégradation progressive. Au milieu des années 80, selon le magazine d'informations de la Ville de Mont-Saint-Martin, la vacance des logements s'élève à 20% et le taux d'impayés de plus de 3 mois à 13%.

Parallèlement à la reconversion des sites industriels engagée par l'Agglomération de Longwy à l'aide de l'EPML<sup>5</sup>, la Ville de Mont-Saint-Martin se lance à partir de 1986 dans une démarche de politique de la ville et de mise en œuvre d'une action de Développement Social des Quartiers (DSQ). Cette démarche a permis à la ville d'engager la réhabilitation du parc social et la démolition d'immeubles sur le Val Saint-Martin. Batigère opère, dans cette période, la réhabilitation de plusieurs centaines de logements.

Le parc municipal Frédéric Bridgi, un espace vert de 12,5 hectares est aménagé et marque la frontière entre le quartier Val Saint-Martin et le reste de la commune.

Entre 1993 et 1999, la Ville réalise des travaux importants sur l'axe du boulevard 8 Mai 1945 : transfert de la Mairie, création du Centre socio-culturel, de la Poste et procède à une

---

<sup>5</sup> L'EPML - Etablissement Public de la Métropole Lorraine devenu ensuite EPFL, Etablissement Public Foncier de Lorraine.

restructuration ample du boulevard pour permettre au trafic routier depuis la Belgique de transiter vers Longwy Bas et plus loin vers Metz.

A partir de 1996 et jusqu'en 2014, l'Etat soutient la poursuite de ces actions grâce au classement du quartier en zone prioritaire (ZUS<sup>6</sup>-ZRU<sup>7</sup>).

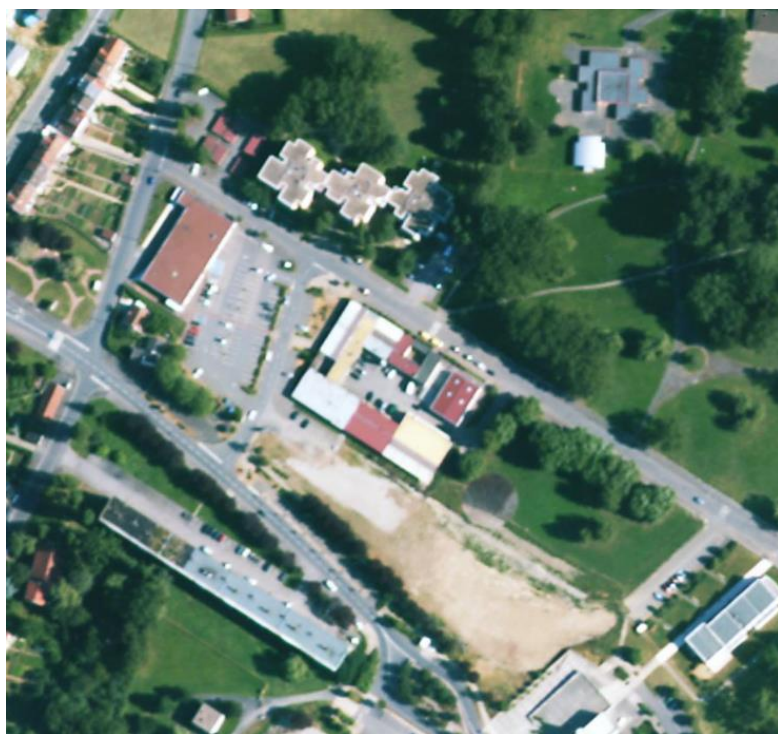
### Années 2000-2010

#### *Secteur Les Bleuets entre 2000 et 2005*

Au début des années 2000, en partenariat avec les maîtres d'ouvrage, dont Batigère et ADOMA, la Ville prend l'initiative de réaliser un diagnostic concerté avec la population.

Ce diagnostic a permis de réaliser un état des lieux (urbain, technique et social) et a mis en évidence la nécessité de continuer de changer l'image du quartier par des interventions sur l'habitat, le renforcement des équipements, des services à la population et par des aménagements urbains de qualité.

Cette période est notamment marquée par la signature en 2009 de la Convention ANRU (Agence Nationale pour la Rénovation).



*Source : IGN, Remonter le temps*

#### **L'appareil commercial du quartier n'est pas épargné par la perte d'attractivité du quartier.**

Un diagnostic technique et commercial réalisé en 2008, met en évidence, entres-autres, des dysfonctionnements et une perte d'attractivité forte du Centre commercial Les Bleuets : des bâtiments dégradés, des abords à reconditionner, des situations disparates en termes de fréquentation et de performance économique, des normes de sécurité non-respectées.

Ces constats fondent une solution radicale pour le secteur Les Bleuets : **la destruction totale du centre commercial et sa reconstruction partielle.**

#### **Après 2010**

N'étant pas propriétaire, la Ville de Mont-Saint-Martin conventionne la restructuration de l'ancien centre commercial avec l'EPARECA pour une ouverture du nouveau centre en 2015.

<sup>6</sup> ZUS - Zones Urbaines Sensibles

<sup>7</sup> ZRU - Zones de Redynamisation Urbaine

Les travaux commencent au printemps et le nouveau centre commercial s'installe en temps prévu sur l'Esplanade de la Paix. Sa surface est beaucoup plus réduite (environ 930 m<sup>2</sup>) par rapport à celle de l'ancien centre (1 870 m<sup>2</sup>) qui comptait 16 cellules dont 11 seulement étaient exploitées en 2015.

Les enseignes présentes dans l'ancien centre commercial continuent leur activité pendant toute la période de construction du nouveau centre.

Concurrencé par le fort développement des zones commerciales de périphérie (Pôle Europe notamment) et impacté par la baisse d'attractivité du quartier Val Saint-Martin, le secteur Les Bleuets se dé-commercialise progressivement dans la décennie.

Les deux locomotives commerciales du secteur, les supermarchés Lidl et Ibrahim, décident de quitter la zone l'une après l'autre : Ibrahim ferme en février 2015 et Lidl en mars 2016.

Les enseignes choisissent de déménager vers des zones plus dynamiques : Ibrahim dans la Zone Saintignon à Longwy-Bas (2015) et, en 2019, un Lidl s'installe dans la Zone commerciale Pôle Europe sur la rue Jean Jaurès toujours à Mont-Saint-Martin.

La Ville continue la transformation du site par la démolition de l'ancien centre commercial au cours de l'année 2017.



*Secteur Les Bleuets en 2015*

*Source : DataGrandEst, vue aérienne Meurthe-et-Moselle, 2015 et l'Observatoire de l'Economie et du Commerce de l'AGAPE.*

En 2019, la Ville rachète les friches Lidl pour 100 000 € HT et Ibrahim pour 180 000 € et parvient ainsi à regrouper sous sa maîtrise quasiment l'ensemble du secteur. L'acquisition de la friche Lidl ne s'est pas faite sans efforts, l'option de l'enseigne de s'installer dans le secteur Pôle Europe ayant pesé dans la décision de libérer l'emprise sur le secteur Les Bleuets en faveur de la Ville.



## 2. DYNAMIQUE DE LA MUTATION COMMERCIALE

- **Objectifs et enjeux des acteurs politiques, économiques**

Le quartier du Val Saint-Martin se situe au cœur d'une agglomération transfrontalière et d'une zone de chalandise de plus de 350 000 habitants. Le quartier est à proximité du principal pôle commercial du territoire, la Zone commerciale Pôle Europe développée à partir de 2003.

Avec la requalification du centre commercial Les Bleuets, la volonté de la Ville a été de préserver une fonction commerciale au sein du quartier et de permettre aux nombreuses personnes sans véhicule y habitant d'accéder à une offre de proximité.

La requalification était nécessaire car l'ancien centre manquait aussi de visibilité et s'est retrouvé au fil du temps dans un état de dégradation avancé.

- **Organisation/outils : organisation/gouvernance, cadre juridique, réglementaire, programmatique, technique, assurantiel...**

La transformation du site Les Bleuets est le fruit du travail concerté de la Ville de Mont-Saint-Martin et de ses différents partenaires : l'Etat, l'ANRU, l'EPARECA, le CAL<sup>8</sup> de Meurthe-et-Moselle, l'actuelle Agglomération du Grand Longwy, pour ne citer que les principaux. Les conventionnements des opérations avec ses partenaires a permis à Mont-Saint-Martin de faire avancer ses projets et d'inscrire la commune dans une trajectoire d'adaptation aux réalités sociétales, démographiques et économiques.

- ✓ **2009 : Convention ANRU**

En décembre 2009, la Ville signe une Convention avec l'ANRU (Agence Nationale de Rénovation Urbaine) souhaitant poursuivre les actions de renouvellement urbain engagées dans les années 1980 – 2000 sur le quartier du Val.

Le programme inscrit dans la convention ANRU est très ambitieux : démolition de 150 logements sociaux ; reconstruction de logements diversifiés pour répondre notamment aux besoins des personnes âgées et des frontaliers (locatif social, location-accession, locatif libre, accession sociale et privée) ; la réhabilitation et la résidentialisation de près de 240 logements et du foyer ADOMA, réaménagement des voies et requalification des espaces publics (parc central, rue et place de Lille, emprise Wordland, création de l'Esplanade de la Paix etc.) ; la rénovation et la diversification des équipements publics du quartier (équipement petite enfance, locaux de la régie de quartier et de la Maison de citoyenneté).

La requalification du secteur Les Bleuets fait partie de ce projet d'ampleur porté par la commune de Mont-Saint-Martin qui assure le pilotage stratégique, le pilotage opérationnel étant confié au Centre d'Amélioration du Logement de Meurthe-et-Moselle.

---

<sup>8</sup> Centre d'Amélioration du Logement



### ✓ **2010 et 2013 : Conventions avec l'EPARECA**

**La transformation du secteur Les Bleuets est conventionnée par la Ville avec l'EPARECA en deux temps.**

La première Convention de 2010 prévoyait une démolition/reconstruction en plusieurs tranches, en lieu et place du centre existant, l'objectif étant de permettre l'installation des commerces au fur et à mesure de la progression des travaux.

En 2013, les partenaires s'accordent sur l'emménagement des commerçants à la fin du chantier et la démolition de l'ancien centre une fois le nouveau finalisé sur un nouvel emplacement plus proche du boulevard 8 Mai 1945. L'objectif était pour les commerçants de pouvoir poursuivre leur activité et pour les riverains d'avoir accès à une offre de proximité sans avoir tous à subir les nuisances du chantier.

Le budget conséquent de l'opération, d'environ 4,5 millions d'euros, est financé principalement par l'EPARECA (35,6%), alors par Conseil Régional de Lorraine (33,3%) et par l'ANRU (20,4%). A cela s'ajoutent les contributions de la Ville de Mont-Saint-Martin (8,5%) et du Conseil Général de Meurthe-et-Moselle (2,2 %).

### ✓ **Le Contrat de Ville de l'Agglomération de Longwy (2015-2020)**

La loi Lamy<sup>9</sup> (2014) a permis de prolonger l'action publique des QPV avec les contrats de ville.

Avec le Contrat de Ville de l'Agglomération de Longwy, Mont-Saint-Martin se donne les moyens pour poursuivre la transformation du site Les Bleuets. Le Contrat de ville inscrit un projet de valorisation de l'emprise foncière de l'ancien centre commercial pour la construction d'une maison médicale et un programme de 25 à 30 logements collectifs dans le cadre d'une opération de promotion privée, en location et/ou en accession envisagée à partir de 2017.

### ✓ **Le PLU de Mont-Saint-Martin (2018, dernière procédure approuvée en mars 2024)**

Dans le cadre du Plan Local d'Urbanisme de la commune de Mont-Saint-Martin, le secteur des Bleuets bénéficie d'une **OAP** (Orientation d'Aménagement et Programmation) spécifique. L'objectif de la commune est de définir **une stratégie d'aménagement afin de recycler et dynamiser cet espace dans une optique de mixité sociale et fonctionnelle.**

En lien avec les dispositions du SCoT Nord 54 et du PLH (Plan Local de l'Habitat) du Grand Longwy, la programmation du site permet, sans restriction, plusieurs types de constructions : une résidence-services pour seniors (environ 60 logements) ; des appartements familiaux ; un pôle médical permettant l'accueil des professionnels de santé de la maison médicale ; un pôle mutualiste ; plusieurs espaces commerciaux ; des locaux communs de la résidence-seniors ; des logements ; des parkings mutualisés et adaptés en surface aux usages prévus ; différents services à la population.

---

<sup>9</sup> La loi n°2014-173 du 21 février 2014 de programmation pour la ville et la cohésion urbaine, dite « loi Lamy » redéfinit la géographie prioritaire de la politique de la ville

## ✓ La Stratégie de Développement Commercial du Grand Longwy (2020)

En exercice de sa compétence « politique locale du commerce et soutien aux activités commerciales d'intérêt communautaire » (loi NOTRe, 2017), l'Agglomération du Grand Longwy a souhaité se doter d'un outil stratégique permettant d'orienter et d'encadrer le développement commercial du territoire. Des localisations préférentielles ont été définies dans ce cadre, avec pour objectif de régulariser les implantations commerciales. Ainsi, les pôles de proximité pourront accueillir en priorité des commerces de première nécessité (boulangeries, boucheries, supermarchés, etc.) afin de répondre aux besoins des habitants des centres-bourgs, des quartiers et des villages.

### Etat d'avancement, plan guide, schéma d'aménagement

Les terrains autour du centre commercial devraient trouver de nouveaux usages d'ici 5 ans. En mai 2024, la Ville a lancé un marché de travaux pour la transformation du bâtiment de l'ancien supermarché Ibrahim en **équipement multi-accueil** dédié à l'accueil des jeunes enfants, à la restauration scolaire, à l'accueil périscolaire et aux sports de combat (Dojo). La crèche doit pouvoir proposer 15 à 20 berceaux. Sur l'emprise foncière située à droite du nouveau centre commercial, la Ville projette de construire une **maison médicale** à l'horizon 2026. Des porteurs de projets privés pourront développer une cinquantaine de **logements** sur l'ancien site Lidl (2026) et, derrière le centre commercial, une trentaine de logements adaptés pour répondre aux besoins des personnes âgées pourront voir le jour d'ici 2025.

Ces projets s'inscrivent dans le **Plan de Pilotage Stratégique de Mont-Saint-Martin**, un outil partenarial proposé par l'AGAPE aux communes membres, conçu pour aider les élus à acquérir une vision globale de leur projet de territoire et à structurer leur politique pour les années à venir.

### 3. PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

- **Effets leviers, effets bloquants, points de vigilance**

Les **différents outils mis en place par l'Etat**, pour répondre aux problématiques des quartiers en déprise après le déclin économique des années 1980, ont constitué des leviers essentiels pour la transformation du quartier du Val Saint-Martin et du secteur commercial Les Bleuets.

L'intervention des acteurs publics - l'Etat, l'ancienne Région Lorraine, le Département, l'EMPL et l'Agglomération de Longwy - a permis à la Ville de mobiliser des ressources significatives et de poursuivre la transformation du quartier. La requalification des espaces publics, la création d'espaces verts, la résorption des friches urbaines et la réhabilitation des logements, ont contribué à améliorer l'image du quartier et à conforter les petits commerces présents dans le secteur commercial Les Bleuets.

La **maîtrise foncière progressive du site** par la Ville, après le départ des deux locomotives commerciales, ouvre la voie à des projets plus adaptés aux besoins actuels des habitants notamment en matière de logements et d'équipements publics.

La position géographique, à proximité de la frontière luxembourgeoise, rend le secteur de Longwy très attractif pour les promoteurs immobiliers. La Ville de Mont-Saint-Martin voit ainsi plusieurs dizaines de projets résidentiels, représentant des centaines de logements, en cours de réalisation ou susceptibles de se concrétiser à court terme. Cette attractivité résidentielle amenuise les disponibilités foncières de la commune et accentue les fractures sociales entre les frontaliers et les non frontaliers. Par ailleurs, la Ville devra adapter ses équipements pour assurer les services adéquats tant aux habitants actuels qu'aux nouveaux résidents.

- **Points positifs et négatifs de la mutation**

Bien que le secteur Les Bleuets ait perdu de son poids avec la fermeture des deux locomotives commerciales, la restructuration du centre commercial a contribué à améliorer son image et à stabiliser les petits commerces.

La **diversification fonctionnelle** du site, conjuguée à une plus grande mixité sociale, pourrait insuffler une nouvelle dynamique au secteur. À terme, le centre commercial pourrait évoluer pour proposer une offre commerciale plus riche et diversifiée, en s'appuyant sur des solutions de l'urbanisme circulaire. Il serait recommandé que les futures mutations bénéficient d'une diversification des ressources financières pour assurer leur financement.

- **Effets directs et indirects**

Les travaux effectués sur les espaces urbains et sur l’habitat dans le quartier Val Saint-Martin ont contribué à rendre le cadre résidentiel plus attractif. Au sein de ce quartier, la requalification du centre commercial Les Bleuets a permis de **maintenir une offre commerciale de proximité** dans un cadre reconfiguré et amélioré : bâtiment à faible consommation énergétique avec toiture végétalisée, architecture valorisant l’expression des enseignes commerciales, nouveau parking, aménagements paysagers etc.

Les initiatives de la Ville pour préserver la fonction économique du secteur des Bleuets ont eu un effet d’entraînement pour les parties encore en friche qui semblent retrouver un intérêt pour des investisseurs privés. Cela pourrait stimuler une nouvelle vague de revitalisation, renforçant encore l’attractivité du secteur.

Par ailleurs, le maintien des équipements de proximité encourage les modes de vie plus locaux et plus durables, réduisant la dépendance des habitants aux zones commerciales plus éloignées pour leurs besoins en produits et services du quotidien.

Enfin, la mutation pourrait engendrer divers effets sous-jacents : favoriser la mobilité douce, étroitement liée aux défis climatiques actuels ; libérer du foncier (en partie déjà artificialisé) pour d’autres fonctions urbaines ; réduire le sentiment d’abandon chez les populations les plus précaires ; participer au renforcement de la cohésion sociale ainsi qu’à la réduction des inégalités territoriales, entre-autres.

- **Bonnes pratiques à signaler**

#### **L’importance des pouvoirs publics dans les projets de revitalisation**

Comme pour d’autres opérations d’envergure sur le secteur de Longwy, à l’exemple du PIA<sup>10</sup> des Trois Frontières, la volonté des pouvoirs publics a joué un rôle déterminant dans la requalification du secteur commercial des Bleuets. La mobilisation concertée des financements publics a permis à la Ville de Mont-Saint-Martin de se doter des ressources nécessaires pour le renouvellement du quartier Val Saint-Martin et du secteur commercial Les Bleuets. La Ville de Mont-Saint-Martin est à présent l’interlocuteur privilégié des porteurs de projets.

#### **Adapter les zones commerciales aux évolutions de la ville et de son contexte particulier**

La restructuration du centre commercial Les Bleuets, passant d’une zone autrefois plus vaste à un centre de proximité plus réduit, s’est avérée être une solution adaptée pour redynamiser ce secteur tout en répondant aux besoins des populations sur place.

---

<sup>10</sup> PIA – Parc International d’Activités



### **Une démarche de maîtrise foncière gagnante**

Pour faire avancer ses projets, la Ville de Mont-Saint-Martin a adopté une démarche d'acquisition progressive des emprises en friche. Cette maîtrise foncière permet aujourd'hui à la Ville de choisir les projets les plus pertinents à développer sur le secteur.

### **Une approche territorialisée, mixte et diversifiée**

La restructuration du secteur Les Bleuets porte une attention aux spécificités locales et au contexte socio-économique du quartier. Plutôt que de répliquer le même modèle de centre commercial, les choix effectués ont été adaptés aux caractéristiques du quartier Val Saint-Martin et à ses habitants, permettant ainsi une revitalisation plus ciblée. La mixité de fonctions envisagées pour le secteur (résidentiel, commerce, services) vise à rendre la zone plus attractive pour une diversité de populations (familles, personnes âgées, jeunes actifs) et à créer un quartier plus vivant, plus dynamique et mieux préparé à relever les défis actuels.

# RETOUR D'EXPERIENCE DE L'AGENCE SCALEN

## NANCY PORTE SUD, SECTEUR DES ERABLES

### 1. FICHE D'IDENTITÉ DE L'OPÉRATION

- **Éléments de contexte**

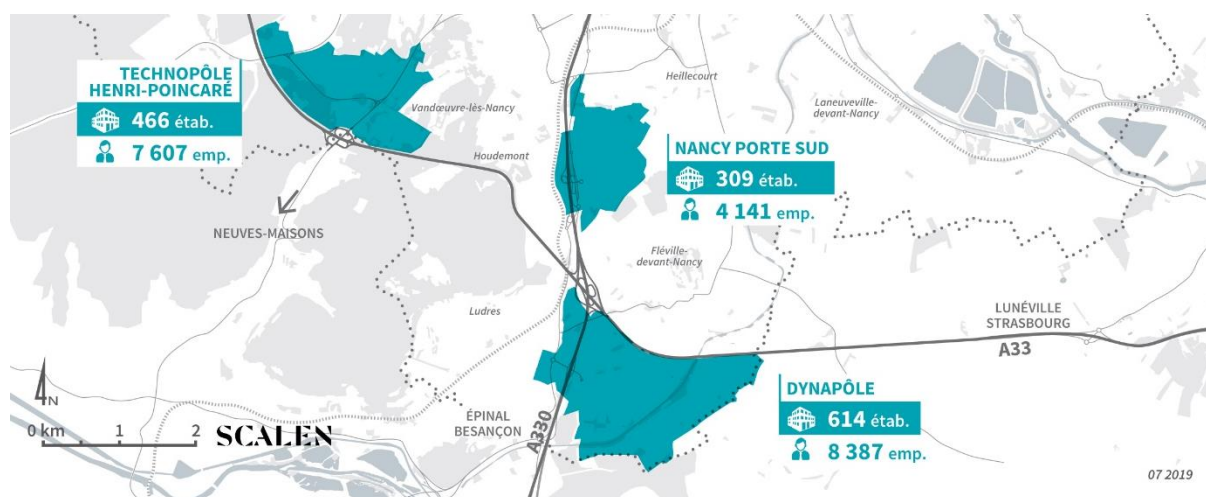
Le secteur commercial **Les Erables à Heillecourt (54)**, sur la zone Nancy Porte Sud, a déjà beaucoup muté des activités productives vers le commerce et le service, parfois mélangées sur un même bâtiment, au gré des opportunités privées.

Si la volonté de la Métropole du Grand Nancy et des communes concernées a été de réguler dans l'espace et dans le temps les implantations du commerce de détail et des grandes et moyennes surfaces, elle n'est pas défavorable à l'apport de services marchands et non marchands aux populations et aux entreprises.

Des opérations tertiaires (services, équipements) sont pressenties de façon plus programmatique sur deux îlots. Dans cette **hybridation activité-commerce-équipement**, il y a donc une partie de démarche opérationnelle à horizon de 2 à 3 ans.

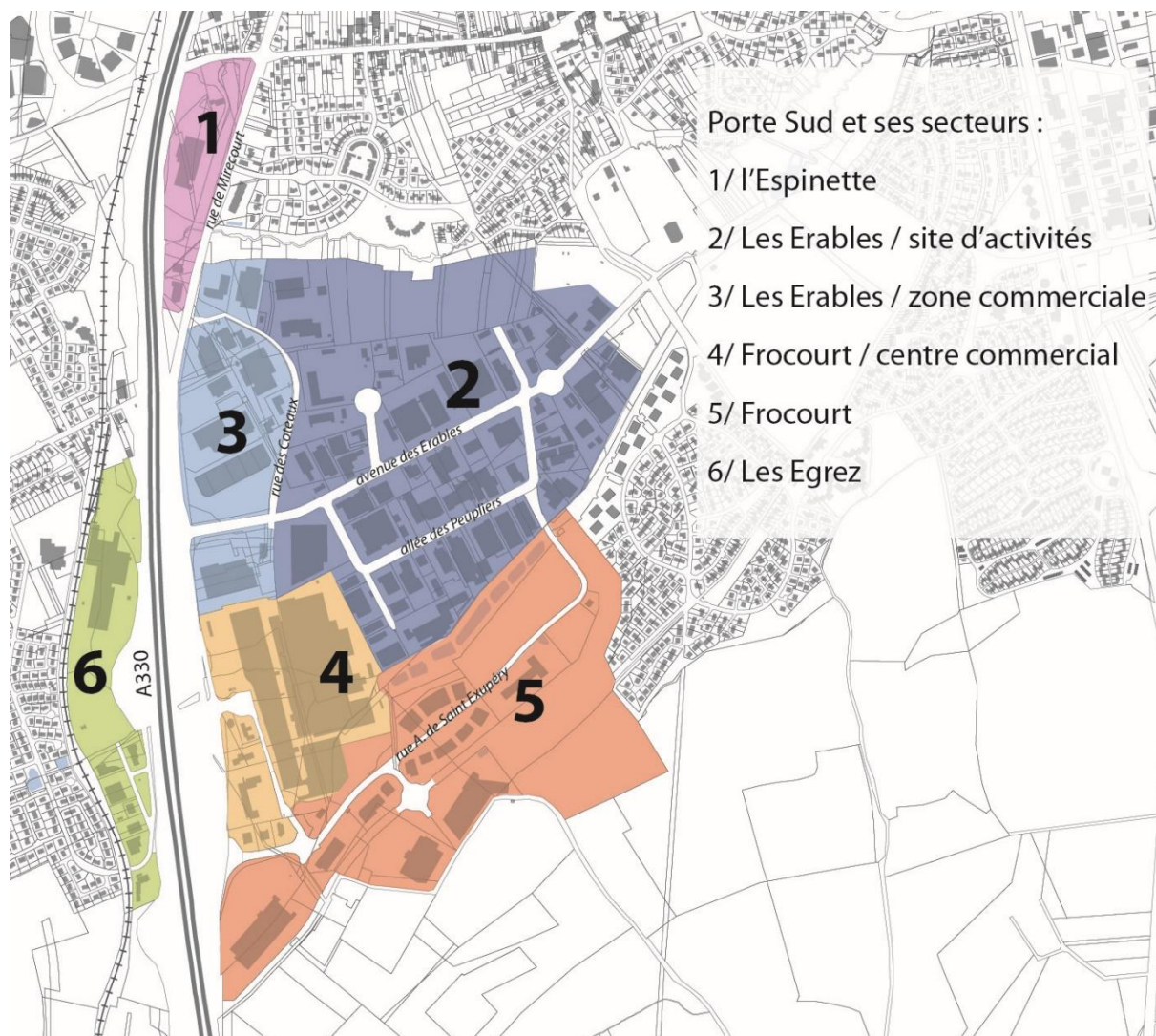
- **Description du site : (analyse urbaine)**

Le site s'étend environ sur 135 hectares sur les communes de Houdemont, Heillecourt et Fléville-lès-Nancy. Situé en entrée Sud de l'agglomération, à partir de l'échangeur A33 / A330 (Strasbourg/Epinal), Nancy Porte Sud accueille 300 entreprises et 4 100 emplois. Avec près de 88 000 m<sup>2</sup> de plancher commercial, il représente le deuxième pôle commercial après le centre-ville de Nancy.



Les espaces sont structurés et distribués de part et d'autre de l'A330. La rive droite est doublée en parallèle par la RD 570 qui assure une desserte interne et innerve également la zone des Franclos sur le Dynapôle voisin. Les séquences urbaines sont donc variées, intriquant zones d'activités, petits collectifs et habitat individuel. Sur la rive gauche, en marge des quartiers pavillonnaires, s'est développé le secteur des Egrez.

Sur cinq décennies, une succession de zones d'activités aménagées par la SEBL puis la SOLOREM, dont les Erables, ont constitué le parc d'activités Nancy Porte Sud. Elles ont modelé le paysage économique actuel.



Si la vocation est davantage lisible dans les parcs les plus récents comme dans les plus récents parcs (par exemple, Frocourt concentre l'équipement de la maison, les hôtels-café-restaurants), le compartimentage est moindre dans les plus anciens secteurs comme les Erables, en frange des activités commerciales, tertiaires et de production.

## 2. DYNAMIQUE DE LA MUTATION COMMERCIALE

- **Objectifs et enjeux des acteurs politiques, économiques**

Le parc d'activités tourné vers les activités de production et la grande distribution, connaît une mutation franche dans les années 1990 et 2000. L'identité commerciale et plus généralement de services (aux entreprises, aux ménages) se renforce au fil des ans.

La Métropole du Grand Nancy a souhaité encadrer cette expansion du commerce dans la décennie 2010, par une **stratégie commerciale d'équilibre entre le centre-agglomération et les grands pôles commerciaux périphériques** (à l'Ouest la Grande Sapinière, à l'Est la Porte Verte, au Sud Nancy Porte Sud). Un moratoire sur les implantations commerciales en périphérie a été acté à la même époque pour tenter également de limiter l'engorgement des flux de poids lourds et de véhicules particuliers en heure de pointe, en période de soldes et les week-ends.

Les dernières cessions faites, le parc d'activités doit à présent conforter son attractivité à partir de son propre potentiel de renouvellement et de son environnement. Plusieurs enjeux relèvent tant de l'aménagement de l'espace que de la régulation de l'activité économique afin d'éviter le basculement de pans entiers dans le tout-commercial.

Il s'agit pour la Métropole **d'encadrer les mutations foncières et immobilières pour réguler la progression du commerce de détail**, tout en étant attentif à la nécessité d'apporter du service aux salariés et aux entreprises.

La raréfaction du foncier offre des capacités de négociation plus favorables aux collectivités publiques, qui peuvent choisir des projets plus qualitatifs ou orienter les pétitionnaires en ce sens.

- **Organisation/outils : organisation/gouvernance, cadre juridique, réglementaire, programmatique, technique, assurantiel...**

La Métropole du Grand Nancy, dans la diversité de ses services, a pu organiser des **tours de table** avec les porteurs de projet, en associant la DDT54, la SOLOREM, les communes, l'agence d'urbanisme et de développement SCALEN puis, à sa création en 2021, l'agence de développement économique Lorr'Up.

Le travail mené conjointement par la Métropole, les communes et SCALEN, dans le cadre du PLU/PLUi en cours d'élaboration, et de l'examen des dossiers CDAC, a permis de mettre en place une **démarche d'urbanisme négocié** avec les porteurs de projet en amont du dépôt de permis de construire et de la demande d'exploitation commerciale.

Si la rénovation de bâtiments de production, la construction de nouveaux bâtiments commerciaux sont autorisées dans une zone ouverte au commerce de détail (zone UX dans les PLU de Houdemont et Heillecourt), la Métropole et les communes entendent que **la mutation de bâtiments d'activité économique vers du commerce de détail soit encadrée par la stratégie métropolitaine de développement commercial**, retranscrite dans le SCoTSud54.

Celle-ci réaffirme une exigence en matière de qualité architecturale et paysagère, de prise en compte des énergies renouvelables, ainsi qu'une bonne accessibilité du projet.



Cette stratégie métropolitaine de développement commercial le permet sous réserve d'encadrer ces mutations (recul des bâtiments, accès, mutualisation des stationnements, dispositions environnementales).

- **Etat d'avancement, plan guide, schéma d'aménagement**

Sans schéma de développement commercial proprement dit mais en s'appuyant sur les **outils réglementaires existants**, récemment approuvés (SCOTSud54) ou en passe de l'être (PLUiHD et son OAP commerce), les communes, moyennant des coups partis (comme la relocalisation d'un BUT avenue des Erables à Houdemont), ont contenu l'étalement commercial, garanti l'usage du foncier activités à d'autres vocations économiques.

Les parties prenantes se sont appuyées sur les **critères d'évaluation de la CDAC** qui prend en considération les effets du projet au regard de l'aménagement du territoire, du développement durable et de la préservation de l'environnement.

Le projet de la collectivité n'est pas d'introduire des programmes d'habitat dans des espaces d'activités ou commerciaux en mutation. Elle s'interroge néanmoins sur des petits projets immobiliers hybrides permettant de recomposer les sites sur eux-mêmes : comment introduire des services commerciaux dans les activités de la zone ?

Deux emprises voisines sont susceptibles de muter prochainement, avec le départ de l'entreprise de travaux publics COLAS (entrée rue des Tilleuls mais façade rue des Coteaux) ainsi que de l'entreprise LOXAM, rue du coteau, qui loue du matériel de BTP et de l'outillage professionnel.

Le foncier mutable a bien été identifié par les opérateurs, des marques d'intérêt et des ébauches de projet se sont manifestées mais rien de concret sur le terrain pour le moment.

- **Processus de fabrication de mutation de cet espace : jeu d'acteurs, place des habitants, rôle des occupants et des usagers**

Dans le secteur des Erables, Nancy Porte Sud dispose encore, avec La Petite Partie (6,5 ha), d'une dernière parcelle de foncier dont la vocation se situe à la charnière de l'habitat et de l'économie (activité de maraîchage), avec une forte dimension écologique (ruisseau de Frocourt).

Bien que classée en 2AUx au PLU d'Heillecourt, non connectée à la trame des voies internes, la municipalité tient compte de la sensibilité environnementale des habitants et de la proximité des bâtiments d'activités avec les zones d'habitat, quartiers pavillonnaires.

**Sinon, les occupants et les usagers occupent une place mineure dans ce processus.**

### 3. PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

- **Effets leviers, effets bloquants, points de vigilance**

Dans un premier temps, la définition d'une stratégie commerciale métropolitaine coconstruite avec les communes, les outils réglementaires ainsi que le conseil avisé (conjoint entre l'agence SCALEN, la SOLOREM, la DDT54) constituent autant de leviers efficaces pour instaurer un **dialogue compétitif** avec les promoteurs et investisseurs sur ce parc d'activités.

Nancy Porte Sud comme les autres secteurs de l'agglomération à dominante commerciale sont soumis à une très forte demande d'ouverture de m<sup>2</sup> commerciaux, alors que la possibilité d'ouverture de GMS est éteinte en extension, obligeant à une réflexion sur les mutations internes aux zones commerciales.

La qualité des échanges au sein de la gouvernance publique, prenant conscience de la nécessité de préserver la vitalité commerciale du centre-ville de Nancy, joue comme un facteur-clé de l'aboutissement de projets qualitatifs garants des intérêts privés et publics.

Concernant la réglementation, la nouvelle nomenclature du **PLU** permet d'affiner depuis mars 2023 l'arrêté de novembre 2016 (21 sous-destinations au lieu de 9) et donc d'être plus précis dans la régulation, en distinguant le commerce de gros du commerce de détail (dans sa diversité).

Les pétitionnaires peuvent être cependant tentés de jouer du flou de la mixité de la programmation dans la déclaration de l'activité principale de l'établissement (alors que l'activité secondaire s'avère être dans les faits du commerce de détail).

- **Effets directs et indirects**

La forte pression foncière et les faibles disponibilités immobilières génèrent une attractivité naturelle du site qui renforcent la prise en considération des exigences environnementales au sens large ainsi qu'une plus grande recherche d'optimisation foncière des bâtiments sur les parcelles, de nouveaux objets architecturaux avec nouvelles fonctions plus urbaines.

Les PLU des communes d'Houdemont et d'Heillecourt ont circonscrit, par le règlement et le plan de zonage, les possibilités de mutation des emprises et bâtiments d'une vocation activités vers une vocation commerciale.

**Les projets sont par conséquent plus qualitatifs** (et donc plus onéreux) et la partie publique est davantage entendue dans ses exigences, le rapport de force dans la négociation penchant en faveur de la collectivité.

Cela dit, la dynamique commerciale demeure forte et des projets tertiaires mixtes (bureaux-commerce) tendent à grignoter les emprises jusqu'alors occupées par des activités de production.

**Les résultats ont été divers.** La délimitation par le zonage a été globalement respectée. La commune d'Houdemont n'a pu néanmoins empêcher l'extension de l'enseigne But avenue des Erables, la commune d'Heillecourt sur le même axe l'installation du magasin de vélos Specialized Nancy, qui vend pourtant des cycles aux particuliers.

Outre la difficulté d'anticipation des mutations entre acteurs privés, la vigilance sur les prospects peut également se relâcher (revente, réallocation de surface dans le même bâtiment), sans compter sur la pression des promoteurs commerciaux (nouvelle attractivité, emplois).

Finalement, Nancy Porte Sud demeure toujours aussi attractive, tandis que quelques commerces du centre-ville se sont délocalisés dans les zones commerciales, beaucoup doublant leur magasin en centralité et en périphérie.

A terme, il faudra analyser si la charge foncière, les loyers pratiqués sur ces zones mutées permettront des rendements immobiliers autrement plus intéressants qu'à d'autres endroits en ZAC ou au centre-ville.

Un relai de croissance pour les ZAE ? pour les promoteurs, commercialisateurs, investisseurs ?

- **Bonnes pratiques à signaler**

Localement :

- Le parallélisme de la réglementation : PLUi-SCoT
- La coordination des acteurs publics : Etat et collectivités locales.

# APPROCHE DIFFERENCIÉE DES ZONES COMMERCIALES EN PÉRIPHÉRIE

Retours d'expériences en Grand Est

Étude pilotée par : Damien Vargenau (SCALEN)

## ÉQUIPE-PROJET

### AGAPE

Agence d'urbanisme et de développement durable Lorraine Nord

**Rédactrice** Cristina Burtea  
cburtea@agape-lorrainnord.eu  
03 55 26 00 31  
[www.agape-lorrainnord.eu](http://www.agape-lorrainnord.eu)  
Eurobase 2 Centre Jean Monnet  
54810 LONGLAVILLE

### AUDRR

Agence d'urbanisme et de développement de la région de Reims

**Rédactrice** Amel Benchernine  
a.benchernine@audrr.fr  
03 26 77 42 93  
[www.audrr.fr](http://www.audrr.fr)  
Place des Droits de l'Homme  
51084 REIMS

### AGURAM

Agence d'urbanisme d'agglomérations de Moselle

**Rédacteur** Damien Levé  
dleve@aguram.org  
03 87 21 99 00  
[www.aguram.org](http://www.aguram.org)  
27 Place Saint Thiebault • 57000 METZ

### AUDC

Agence d'urbanisme et de développement de l'agglomération et du pays de Châlons-en-Champagne

**Rédacteur** Éric Citerne  
e.citerne@audc51.org  
03 26 64 78 54  
[www.audc51.org](http://www.audc51.org)  
26 rue Joseph-Marie Jacquard  
51000 CHÂLONS-EN-CHAMPAGNE

### SCALEN

Agence de développement des territoires Nancy Sud lorraine

**Rédacteur** Damien Vargenau  
dvargenau@agencescalen.fr  
03 83 17 42 02  
[www.agencescalen.fr](http://www.agencescalen.fr)  
49 bd d'Austrasie - CS 20516 • 54008 NANCY



Ces agences appartiennent au réseau des 7 agences d'urbanisme du Grand Est (7Est)