

TRANSFORMATION ET MUTATION DES ENTRÉES DE VILLE, ZAE & ZONES COMMERCIALES :



DE LA VILLE « MOCHE » À DES LIEUX DE VIE
AGRÉABLES.

Préface

Les entrées de ville sont des territoires souvent critiqués pour leur mono-fonctionnalité, leur manque d'espaces verts, leur artificialisation et leur homogénéité architecturale. Le foncier, intégralement artificialisé, empêche l'écoulement des eaux, impacte la biodiversité et génère des îlots de chaleur. Les bâtiments ont mal vieilli et sont devenus des passoires thermiques. Ils sont fondés enfin sur la place prépondérante de la voiture, et sont mal articulés avec les centres-villes. Ce modèle de développement des entrées de ville n'est plus soutenable et leur requalification s'impose. Les entrées de villes peuvent constituer une ressource foncière pour répondre aux besoins croissants de logements, ou inversement pour renaturer.

Mais ces objectifs posent des défis de gouvernance : multiplicité des acteurs fonciers, problèmes de coordination, coût élevé de la reconversion, capacité à porter le projet sur le temps long. Pour explorer le sujet, la Caisse des Dépôts a proposé au groupe d'étudiants diverses questions sur les projets d'entrées de ville : **Quelles stratégies pour réinscrire ces espaces dans une logique de mixité fonctionnelle, de qualité paysagère, de renaturation, ou de mobilité durable ? Comment intégrer l'adaptation au changement climatique ? Quels modèles économiques pour financer /rentabiliser ces transformations ? Quels outils de financement ? Quels leviers réglementaires et quelles modalités de gouvernance entre les acteurs ?**

La Caisse des Dépôts, et en son sein la Banque des Territoires, est impliquée dans les projets autour des entrées de ville. En effet, la Banque des Territoires accompagne les territoires Cœur de Ville pour restructurer ces espaces, élaborer et mettre en œuvre les projets de requalification et de diversification fonctionnelle, afin de soutenir le développement durable des villes-centres. Elle offre notamment un accompagnement du diagnostic territorial et un appui à la structuration des projets, des outils financiers en investissement et en prêt, ainsi que le soutien au déploiement de nouveaux services. En proposant ce projet aux étudiants, elle a permis un regard neuf sur des projets d'entrées de ville et une vision sociologique de ce qui est vécu dans ces espaces commerciaux.

Isabelle Laudier

Responsable du service
de recherche à l'IR-CDC

Catherine Herpson

Directrice de projet transitions et
valorisations expertises à l'IR-CDC

Remerciements

Nous adressons tout d'abord nos sincères remerciements à **Isabelle Laudier** et **Catherine Herpson**, de l'Institut pour la Recherche de la Caisse des Dépôts et des Consignations, pour la confiance qu'elles nous ont témoigné en nous proposant cette étude sur la requalification des zones commerciales d'entrées de villes. Pouvoir travailler sur ce sujet tout le long de l'année universitaire a représenté une opportunité sans précédent de donner aux enseignements de notre Master une réalité plus opérationnelle. Merci également à **Matthieu Vasseur** et à **Aurélie Dujus Raphael**, ainsi qu'à l'ensemble des équipes de la CDC.

Nous tenons à remercier **Vincent Piveteau**, notre tuteur professionnel, pour son accompagnement à toutes les étapes de la présente étude. Son écoute, sa bienveillance et ses conseils attentifs ont considérablement enrichi nos réflexions sur le commerce périphérique, et sur la fabrique urbaine plus largement.

Un grand merci également à **Irène Mboumoua**, notre tutrice pédagogique, pour son encadrement formateur. Ses recommandations nous ont été d'une aide précieuse dans la construction de notre cheminement intellectuel et professionnel.

Nous exprimons notre profonde gratitude envers toutes les personnes qui ont contribué à cette étude, que ce soit dans le cadre d'entretiens formels, de discussions informelles, des promenades sensibles, ou d'ateliers. Merci à elles pour leur disponibilité, leurs témoignages, et leur sincérité, sans lesquels ce travail n'aurait pu voir le jour.

Enfin, nous remercions vivement nos camarades de promotion STU et nos proches, pour leur soutien indéfectible à toutes les étapes de cette étude.

Sommaire

INTRODUCTION

14 **Une “ France moche ” devenue un enjeu urbain majeur**

Le point de départ : étude proposée par l’Institut pour la Recherche de la CDC

Penser l’entrée de ville comme lieu de vie

22 **Une méthodologie sensible pour saisir les entrées de ville par le prisme citoyen**

Entre populisme et misérabilisme : vers une approche sensible des ZC

Une approche méthodologique basée sur des “études de cas”

Sélection de 3 terrains selon des degrés de maturation différenciés

Préciser notre approche sensible pour saisir les mutations des ZC

D’une méthodologie classique d’entretiens à nos enquêtes de terrain

Le discours photographique pour saisir les ZC

Terrain test à Montigny-Lès-Cormeilles

Les promenades sensibles

Évolution de notre prisme d’analyse au fil des terrains

54 **Entre ambition régalienne et réalité opérationnelle**

Axe 1 : Le changement de paradigme, de la “zone” à la “ville”

Axe 2 : L’épreuve du réel : le mur financier et foncier

Axe 3 : La gouvernance et les temporalités

Axe 4 : Vers un urbanisme de la négociation

NOS ÉTUDES DE CAS

66 **Les Grands Vergers du Sud à Chenôve**

Contexte urbain et histoire du projet

État actuel du projet

Les acteurs impliqués

Le modèle économique

Les outils juridiques

96 **Baggersee**

Contexte urbain et histoire du projet

État actuel du projet

Les acteurs impliqués

Le modèle économique

Les outils juridiques

122 **La Zone Commerciale Nord de Strasbourg**

Contexte urbain et histoire du projet

État actuel du projet

Les acteurs impliqués

Le modèle économique

Les outils juridiques

I. JEUX D’ÉCHELLES, JEUX DE POUVOIRS : la transformation des zones commerciales, entre compromis institutionnels, tensions foncières et gouvernance négociée

152 **Portage métropolitain, assise communale**

La métropole, échelle pilote de la requalification des ZC d’entrées de villes

La défense des intérêts communaux

Le dialogue métropole/ communes, entre tensions et compromis

La temporalité des mandats comme contrainte

164 **Quand les logiques marchandes conditionnent le projet urbain**

Intérêts divergents & tensions entre acteurs publics/privés

Une dépendance structurelle ?

Les acteurs privés, grands gagnants de la reconversion des ZC ?

Vers une disneylandisation des ZC : le cas de la Shopping Promenade

178 La participation habitante, angle mort de la requalification ?

Une ntégration de la participation citoyenne à géométrie variable

Une volonté politique suffisamment ambitieuse ?

Les associations comme contre-pouvoir

185 Le paysage, entre ambition écologique et vitrine territoriale

De l'uniformisation historique à la valorisation des atouts paysagers

La désimperméabilisation et renaturation comme nouveaux défis

L'entrée paysagère, une stratégie de marketing territorial ?

II. DE LIEUX DE PROJETS À LIEUX DE VIE :

pour une requalification citoyenne des entrées de villes

202 Fonctionnelles, habitables, parfois aimées : ce que l'enquête auprès des usagers révèle des zones commerciales

Un usage "classique" des zones commerciales

La perception du beau et du moche

La question résidentielle : qui accepterait d'habiter la zone ?

D'un concept à l'autre : de l'habitabilité à l'attachement

Un attachement fondé sur la flânerie

La Shopping Promenade, une zone commerciale vraiment autre ?

236 La promenade sensible comme temps de récolte et de fabrique d'un savoir citoyen

La promenade sensible à Chenôve

La promenade sensible à Strasbourg

262 Du diagnostic au projet : quand les habitants esquissent des propositions alternatives

Les propositions alternatives à Chenôve

La propositions alternatives à Strasbourg

278 Recommandations pour une mutation des zones commerciales ancrée dans les pratiques

284 Conclusion

286 Bibliographie

Acronymes

ANCT: Agence Nationale de la Cohésion des Territoires

CDAC: Commission Départementale d'Aménagement Commercial

CDC: Caisse des Dépôts et Consignations

CUS: Communauté Urbaine de Strasbourg

DGALN: Direction Générale de l'Aménagement, du Logement et de la Nature

DPU: Droit de Préemption Urbain

DUP: Déclaration d'Utilité Publique

EMS: Eurométropole de Strasbourg

EPCI: Établissement Public de Coopération Intercommunale

EPF: Établissement Public Foncier

EPFL: Établissement Public Foncier Local

EPL: Entreprise Publique Locale (Fédération des EPL)

HLM: Habitation à Loyer Modéré

INSEE: Institut National de la Statistique et des Études Économiques

MOE: Maîtrise d'Œuvre

OAP: Orientation d'Aménagement et de Programmation

OFS: Office Foncier Solidaire

PC: Permis de Construire

PLU: Plan Local d'Urbanisme

PLUi-HD: Plan Local d'Urbanisme intercommunal — Habitat et Déplacements

PMR: Personne à Mobilité Réduite

POS: Plan d'Occupation des Sols

PPC: Périmètre de Prise en Considération

PTZC: Plan de Transformation des Zones Commerciales

PUCA: Plan Urbanisme Construction Architecture

PUF: Presses Universitaires de France

RD: Route Départementale

SAS: Société par Actions Simplifiée

SCI: Société Civile Immobilière

SCOTERS: Schéma de Cohérence Territoriale de la Région de Strasbourg

SPL: Société Publique Locale

SPLAAD: Société Publique Locale d'Aménagement de l'Agglomération Dijonnaise

SRU: (loi) Solidarité et Renouvellement Urbains

VRD: Voirie et Réseaux Divers

ZAC: Zone d'Aménagement Concerté

ZAE: Zone d'Activités Économiques

ZAN: Zéro Artificialisation Nette

ZCN: Zone Commerciale Nord

ZUP: Zone à Urbaniser en Priorité

INTRODUCTION

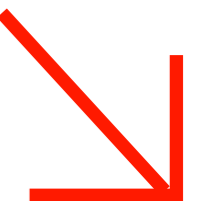


14 Un sujet d'étude de la Caisse des Dépôts

22 La méthodologie

52 **Le contexte national :**
la transformation des zones commerciales

*La photo de l'entrée de ville de Honfleur (Calvados)
©Paysages de France*



Une « France moche » devenue un enjeu urbain majeur

En 2010, l'hebdomadaire Télérama publiait un dossier devenu depuis cano- nique : « *Halte à la France moche !* ». Photographies à l'appui, la publication y dénonçait la laideur uniforme des entrées de ville françaises, pointant du doigt ces interminables séquences d'hypermarchés, de concessions auto- mobiles et de panneaux publicitaires qui jalonnent les pénétrantes routières de la plupart de nos agglomérations. Quinze ans plus tard, l'expression a fait fortune et continue de qualifier ces espaces périurbains nés de l'urbanisme commercial des années 1970 à 1990. Néanmoins, au-delà de la stricte cri- tique paysagère, ces territoires font l'objet d'un regard scientifique renouve- lé. En effet, comme le soulignent des chercheuses à l'instar d'Élodie Bitsin- dou, ces zones longtemps décriées méritent d'être reconnues comme des objets urbains à part entière, porteuses d'une histoire propre et de pratiques sociales effectives, d'autant que la France y réalise actuellement 72 % de ses dépenses commerciales. Or, cette tension inhérente aux entrées de ville entre rejet esthétique et centralité fonctionnelle s'inscrit dans le temps long de l'action publique. L'histoire de leur formation est indissociable des jalons législatifs qui ont tenté de l'encadrer. Tout d'abord, la loi Royer du 27 dé- cembre 1973, initialement pensée pour protéger le petit commerce, a pa- radoxalement structuré l'implantation des grandes surfaces en l'encadrant sans la freiner. C'est dans ce contexte permissif qu'ont fleuri les vastes zones périphériques.

Vingt ans plus tard, la prise de conscience s'amorce véritablement avec le rapport du sénateur Ambroise Dupont (1994) qui aboutit à la loi Barnier du 2 février 1995. En instituant une bande inconstructible le long des axes à grande circulation, cette loi reconnaît pour la première fois les entrées de ville comme un objet d'aménagement spécifique. Plus récemment enfin, la loi Climat et Résilience (2021) a fondamentalement rebattu les cartes en instaurant l'objectif de Zéro Artificialisation Nette (ZAN). En contraignant drastiquement l'étalement urbain sur les terres agricoles, le législateur a fait des 500 millions de mètres carrés de foncier déjà artificialisé de ces zones



commerciales un gisement stratégique absolu. C'est d'ailleurs sur ce constat d'urgence que s'appuie le Plan de transformation des zones commerciales (PTZC), lancé par le Gouvernement à l'automne 2023 pour expérimenter la reconversion de ces sites en véritables quartiers mixtes.

Le Plan de Transformation des Zones Commerciales (PTZC) :

Porté conjointement en 2024 par les ministères de la Transition écologique, de l'Économie et du Logement, le PTZC est un dispositif gouvernemental visant à repenser l'avenir des espaces commerciaux situés en entrée de ville. Ce plan ambitionne de transformer ces secteurs en véritables lieux de vie, de partage, capables de mixer les usages et d'y développer du logement pour répondre aux besoins locaux. Le dispositif s'articule autour d'un triple objectif :

- Accompagner la mutation des entrées de ville pour adapter leur modèle aux enjeux actuels et en faire des lieux de vie à part entière.
- Améliorer l'attractivité de ces territoires et assurer leur bonne intégration dans l'architecture et l'urbanisme communal.
- Adapter ces espaces aux évolutions des habitudes de consommation, aux impératifs économiques ainsi qu'aux urgences environnementales.

Le plan couvre une grande diversité de territoires, ciblant aussi bien des petites villes de 5 000 habitants que des métropoles de plus de 800 000 habitants. Le soutien de l'État se matérialise de manière très opérationnelle par de l'aide à l'ingénierie, de l'aide à la conduite de projets, le financement de déficits d'opérations, ou encore un soutien en accompagnement par une "task force" dédiée.



Le point de départ de notre démarche : l'étude de l'Institut pour la Recherche de la CDC

C'est dans cette dynamique de transition intellectuelle et opérationnelle que s'ancre notre travail. Notre projet collectif répond en effet à une étude proposée par l'Institut pour la recherche de la CDC. Notre partenaire part d'un constat plutôt partagé : le modèle de développement historique des entrées de ville monofonctionnelles, massivement artificialisées et entièrement tournées vers l'automobile n'est plus soutenable d'un point de vue écologique, économique et social. De surcroît, ces espaces génèrent aujourd'hui des îlots de chaleur urbains, leurs bâtiments se révèlent être de véritables passoires thermiques, et leur imperméabilisation massive entrave la gestion des eaux pluviales tout en altérant la biodiversité.

Par conséquent, la mission qui nous a été confiée consiste à analyser les stratégies permettant de réinscrire ces territoires dans une logique de mixité fonctionnelle, de qualité paysagère et de mobilité durable. En d'autres termes, il s'agit pour nous de comprendre comment opérer la bascule de la "ville moche" à des "lieux de vie agréables". Pour mener à bien cette réflexion globale, l'Institut pour la recherche de la CDC nous invite à observer la manière dont ces mutations s'engagent concrètement sur le terrain.

La démarche insiste sur des sites de requalification différenciés, qu'ils se situent dans des métropoles où le marché du logement est tendu, dans des territoires en déprise. Afin de répondre à cette exigence, il nous a paru indispensable de confronter notre réflexion à une littérature académique et professionnelle. Le cadre fondateur a été posé par David Mangin au tournant des années 2000. Dans *La ville franchisée* (2004), il livre une analyse morphologique décisive, démontrant que l'action conjointe des infrastructures routières et des promoteurs commerciaux a produit un «urbanisme de secteurs», c'est-à-dire une ville fragmentée et privatisée. Dans le sillage de cette approche morphologique, il nous apparaît indispensable d'approfondir le diagnostic critique qui rend la mutation de ces entrées de ville inéluctable. L'urgence de repenser ces espaces ne relève pas d'une simple volonté

esthétique, mais découle d'un constat structurel sans appel : le modèle de la grande distribution, qui a régné en maître pendant près d'un demi-siècle, est aujourd'hui confronté à des transformations majeures qui ébranlent ses fondements mêmes.

C'est ici que notre travail s'appuie fortement sur les analyses économiques et spatiales de chercheurs tels que Pascal Madry et Arnaud Gasnier, dont les recherches documentent avec précision l'essoufflement de l'urbanisme commercial périphérique. En premier lieu, ces espaces subissent de plein fouet une évolution radicale des modes de consommation. En effet, les zones commerciales sont prises en étau entre volonté de retour à la proximité et e-commerce. Elles ne répondent plus à des besoins d'une part de réduction de la consommation et d'autre part de son accélération et de digitalisation. Cependant, la crise que traversent ces entrées de ville est aussi, et peut-être surtout, immobilière et financière. La financiarisation croissante de l'immobilier commercial a imposé une logique de développement totalement décorrelée de l'évolution réelle de la demande et de la consommation. Soutenus par des capitaux extérieurs, les opérateurs ont multiplié les mètres carrés commerciaux, entraînant une surproduction chronique, une baisse continue de la rentabilité au mètre carré et, in fine, une accélération brutale de l'obsolescence du parc existant.

L'apport de Madry se révèle fondamental pour notre grille de lecture : bien que la vacance commerciale de ces périphéries demeure encore inférieure à celle constatée dans les centres-villes, l'apparition de friches commerciales aux franges de nos agglomérations, ce qu'il nomme l'« enfrichement », s'installe désormais comme un phénomène latent et incontournable. Les chiffres d'affaires stagnent, et les plans de reconversion se succèdent, actant la fin d'une époque de croissance ininterrompue. Au-delà de l'impasse économique, notre travail prend acte des impasses environnementales et sociales de ce modèle. L'urbanisme périphérique, caractérisé par sa faible densité, ses immenses nappes de parkings et sa programmation exclusivement commerciale, incarne un développement en contradiction totale avec les impératifs de la ville durable, modèle aujourd'hui prôné par les pouvoirs urbains

(Adam, 2024). Cette organisation monofonctionnelle a généré un profond malaise social, symbolisé par la forte dépendance à la voiture individuelle. Cet enjeu est d'ailleurs au cœur des travaux de Patricia Lejoux, qui intègre à cette équation la question des mobilités et des zones d'activités économiques (ZAE), en soulignant les coûts sociaux et la vulnérabilité que cette dépendance génère pour les salariés et les usagers.

Dans cette perspective d'élargissement du diagnostic, les travaux de Patricia Lejoux s'avèrent incontournables pour appréhender la complexité de ces lisières urbaines. Dans un article publié en 2019, la chercheuse qualifie les Zones d'Activités, qu'elles soient économiques comme commerciales, d'« objet urbain non identifié ». Elle souligne ainsi un paradoxe majeur : bien que ces espaces concentrent une part de l'emploi, de la consommation et structurent largement la morphologie de nos périphéries, ils sont paradoxalement restés un impensé de la recherche urbaine, traditionnellement focalisée sur les espaces résidentiels ou les centralités historiques. Son approche permet d'intégrer une dimension fondamentale à notre grille de lecture : celle des acteurs économiques et des mobilités. Lejoux démontre en effet que les entreprises sont des actrices directes de la périurbanisation par leurs stratégies de localisation. Surtout, elle met en exergue la profonde vulnérabilité socio-économique générée par la dépendance structurelle de ces zones à l'automobile dans un contexte de mutation vers des mobilités douces. Elle prouve que la reconversion de ces périphéries ne peut se limiter à une densification du bâti, mais exige une restructuration globale des mobilités et du lien fonctionnel à la ville.

Par conséquent, avec l'adoption du principe de Zéro Artificialisation Nette (ZAN), l'étalement de ce modèle est définitivement proscrit. Face au déclin programmé de la boîte à chaussures commerciale, ces sites constituent aujourd'hui de formidables réserves foncières déjà artificialisées, capables et contraintes de muter vers des programmes immobiliers mixtes.

Le ZAN ou la sobriété foncière comme nouveau cadre de l'aménagement:

Introduit par la loi Climat et Résilience du 22 août 2021, l'objectif de **Zéro Artificialisation Nette (ZAN)** marque une rupture dans la doctrine française de l'aménagement. Codifié à l'article L. 101-2-1 du Code de l'urbanisme, il définit l'artificialisation comme l'altération durable des fonctions écologiques d'un sol par son occupation ou son usage. L'artificialisation nette correspond au solde entre surfaces artificialisées et surfaces renaturées : il ne s'agit donc pas d'interdire toute construction nouvelle, mais de la compenser à proportion égale par la renaturation d'espaces auparavant artificialisés.

La loi fixe initialement deux jalons : la **réduction de moitié de la consommation d'espaces naturels, agricoles et forestiers** d'ici 2031 par rapport à la décennie 2011-2021, puis l'atteinte du ZAN en 2050. La loi du 20 juillet 2023 dite « ZAN 2 » a ajusté le dispositif pour mieux accompagner les élus locaux (garantie rurale d'un hectare par commune, conférence ZAN, forfait national de 12 500 hectares pour les projets d'envergure nationale ou européenne). Plus récemment, la **proposition de loi TRACE** (Trajectoire de Réduction de l'Artificialisation Concertée avec les Élus locaux), adoptée par le Sénat le 18 mars 2025 et en attente d'examen à l'Assemblée nationale, propose de repousser l'échéance intermédiaire de 2031 à 2034 et de régionaliser la trajectoire. L'objectif final de 2050 est maintenu, mais les modalités font débat entre acteurs économiques jugeant le cadre trop contraignant et associations environnementales dénonçant un détricotage progressif.



Penser l'entrée de ville comme lieu de vie

Ainsi, dans la littérature professionnelle et scientifique, un récit très cohérent se dessine : un modèle économique dépassé a engendré des formes urbaines dysfonctionnelles qu'il est désormais impératif de régénérer. Si notre travail s'inscrit pleinement dans cet héritage analytique, nous avons fait le choix de questionner l'une de ses principales lacunes. En effet, l'analyse des formes, des flux économiques ou des mobilités structurelles tend à appréhender les entrées de ville comme des espaces techniques à réparer, reléguant au second plan leur épaisseur vécue. La sociologie des usages et des perceptions y demeure marginale. C'est précisément sur ce point que nous avons souhaité déplacer la focale.

Face à l'étude de la Caisse des Dépôts visant à imaginer de futurs espaces habitables et attractifs, nous avons pris le parti de considérer notre terrain non pas comme un simple gisement foncier, mais à partir d'une notion rarement invoquée pour ces espaces : celle de lieu de vie. Le pari est exigeant. Appliquer cette notion à des espaces érigés en archétypes du « *non-lieu* » (au sens de Marc Augé) revient à chercher ce qui fait sens et attachement dans un paysage hybride et fracturé. Penser l'entrée de ville comme un lieu de vie potentiel, c'est politiquement et méthodologiquement refuser de faire table rase. C'est prendre acte du fait que ces espaces accueillent déjà des pratiques et des sociabilités ordinaires, et que tout projet de régénération urbaine, fruit d'une nécessaire coopération public-privé, doit impérativement s'appuyer sur ce « déjà-là ». Ce parti pris a ainsi guidé notre approche : nous avons privilégié une méthode sensible – attentive aux ambiances et aux récits des usagers – pensée à de multiples échelles.

Problématique

Notre travail portera donc sur le lieu de vie, aussi bien dans la réflexion que dans sa méthode. Il faut d'ailleurs comprendre notre travail comme un va-et-vient entre travail théorique, opérationnel et méthodologique. Cette dernière n'est pas seulement un outil mais aussi un moyen de réflexion constant. Notre axe de réflexion qui traverse le sujet est celui du lieu de vie, comprendre ce à quoi cette notion renvoie chez les habitants comme chez les aménageurs ou décideurs et comment elle est inscrite ou non comme levier de requalification des zones commerciales. C'est pourquoi, nous allons répondre à la question suivante :

Comment appréhender le rapport sensible des habitants aux zones commerciales afin d'en faire des lieux de vie ? Quels leviers sont-ils mobilisables pour que les zones commerciales deviennent des lieux de vie agréables ?

Ainsi, après avoir présenté les terrains étudiés, notre rapport sera construit en deux temps principaux, qui reprennent l'organisation de nos visites de terrain. En effet, nous étudierons en premier lieu le volet opérationnel de la requalification des entrées de ville. Ce volet repose surtout sur l'analyse des discours des aménageurs, décideurs ou associations impliqués dans les divers projets. Ensuite, le deuxième temps du travail vise à exprimer le rapport sensible des individus avec les zones commerciales et avec ce qu'ils imaginent des zones commerciales de demain. Ici, nous détaillerons les apports de notre méthode et les réflexions engagées autour des zones commerciales comme lieux de vie actuels ou potentiels.



3. Entre ambition régaliennne et réalité opérationnelle : les paradoxes de la transformation des zones commerciales

Cette partie du rendu vise à retracer notre démarche méthodologique qui constitue en elle-même un résultat central de notre étude afin de mieux saisir les zones commerciales et donc permettre leur reconversion. Notre méthodologie s’ancre autour d’une approche “sensible” des zones commerciales. Il s’agit d’une approche territorialisée à l’échelle des différentes entrées de ville qui vise à comprendre ces lieux comme des espaces vécus à partir de celles et ceux qui les côtoient. En effet, la notion de “lieu de vie” est au cœur de notre sujet. et permet d’approfondir une approche sensible pour saisir nos terrains d’étude. Cette approche sensible est le fruit de plusieurs motivations. Tout d’abord, cette approche prend racine dans le rapport « nostalgique » que nous entretenons avec les zones commerciales, que nous fréquentions enfant et que nous continuons de fréquenter occasionnellement comme une large partie des français-es. *De la zone commerciale de Mondeville 2 à l’entrée de Caen pour Hippolyte, à celle de Montigny-lès-Cormeilles pour Maya, en passant par celle de Cesson pour Naoumy puis la zone commerciale d’Englos pour Eliot, ces lieux font partie de notre vécu.* Ensuite, elle s’inscrit dans la continuité du rapport de consultation produit en novembre 2024 par la Banque des Territoires (filiale de la CDC) dont la question était : **Quelles sont vos idées pour transformer les entrées de ville (zones commerciales, d’activités industrielles) ?**

Nous avons trouvé cette approche par le bas pertinente, ce qui nous a encouragé à produire une « suite » mobilisable pour les pouvoirs publics. Enfin, cette approche sensible suit une position épistémologique visant à associer les savoirs faire citoyens et populaires afin de résoudre les enjeux sociétaux tels que la transformation des zones commerciales situées en entrées de ville. Des zones commerciales qui, comme nous l’avons déjà mentionné, cristallisent des problèmes sociaux et environnementaux, propre à un modèle arrivé à bout de souffle. Cette position épistémologique s’ancre dans le champ

des sciences citoyennes appelant à passer d’un “agir sur” à un “agir avec”. Parmi ces travaux, nous pouvons citer le travail d’Anne Salmon et de Jean-Louis Laville – chercheur-euse au Conservatoire National des Arts et Métiers à Paris (CNAM) – qui furent précurseurs des expériences participatives sur la production de l’espace public et du savoir. Dans un article intitulé *Pour un travail social indiscipliné. Participation des citoyens et révolution des savoirs* (2022), les auteurs appellent à repenser notre rapport épistémologique au savoir – un savoir aujourd’hui fondé sur la domination de l’expertise – afin de tendre vers un savoir associant les savoirs des acteurs de terrains impliqués dans l’action. Ainsi, notre approche par le bas s’oppose, elle aussi, aux travaux qui méprisent les savoir-faire populaires. A l’instar des travaux des sciences citoyennes, nous envisageons la transformation des zones commerciales à partir de la pluralité des savoirs produits par les usagers eux-mêmes

Entre populisme et misérabilisme : vers une approche sensible des zones commerciales

Notre objet d’étude, à savoir les zones commerciales localisées en entrée de ville, demeurent associées aux classes populaires dans les représentations sociales. Si elles sont fréquentées par l’ensemble de la population, leur fréquentation régulière – hebdomadaire, voire quotidienne – ainsi que les sorties du week-end concernent plus particulièrement les ménages populaires et les classes moyennes inférieures. Par opposition, les classes sociales dite “supérieures” entretiennent un rapport essentiellement fonctionnel à ces espaces qu’elles mobilisent de façon soit exceptionnelle – pour des achats spécifiques comme les magasins de literie ou le mobilier de maison – soit pratique. Ainsi, dans une perspective centrée sur la notion de “lieu de vie” les zones commerciales apparaissent avant tout comme des espaces investis par les classes populaires et durablement associées au territoire du commerce populaire et aux paysages de la “France Moche” (Renard-Grandmontage, et al, 2026).

Dans un ouvrage canonique des sciences sociales intitulé *Le savant et le populaire* (1989) Grignon et Passeron identifient deux principaux écueils sur

“Je viens faire mes courses ici car c’est moins cher ”

Usager d’une zone commerciale

l’étude des classes populaires à savoir : le populisme et le misérabilisme. En effet, les zones commerciales sont simultanément décrites sur un mode folklorique – comme les lieux de la dérive de nos modes de vies avec la consommation de masse ou l’artificialisation des sols – et simultanément dépeints à travers des récits misérabilistes, nourris par des travaux critique sur l’uniformisation du monde tel que la notion de “non-lieux” proposée par Marc Augé pour qualifier la standardisation déshumanisée des zones commerciales (1982). Une réification paradoxale, faisant des zones commerciales des lieux du “en même temps”, à la fois mises à l’écart de la société et à la fois les lieux de l’entassement urbain et de la cacophonie les samedis après-midi. C’est en identifiant ces deux écueils, propres au travail sur les classes populaires et aux lieux qu’ils côtoient, que nous avons essayé d’articuler notre méthode sensible.

Afin de ne pas reproduire ce que Bourdieu (1977) nomme la “*classe objet*”, c’est-à-dire un processus de domination symbolique par lequel les classes sociales dominées sont « parlées » et donc construites par d’autres, nous accordons une place centrale aux usagers. Dans notre cas, ce risque renvoie au fait que les projets de transformation des zones commerciales sont majoritairement conçus par des acteurs qui fréquentent peu ces espaces. De fait, notre approche épistémologique vise non seulement à replacer les perspectives sensibles au cœur du débat sur la transformation des zones commerciales, mais aussi à donner directement la parole aux habitants. Ainsi, notre méthodologie s’articule autour des témoignages et des photographies des usagers eux-mêmes. Cette approche s’inspire dans le travail de nombreux-euses sociologues travaillant sur les classes populaires. Par exemple, dans son ouvrage *Ceux qui restent* (2020) sur les habitant-es

des campagnes en déclin du Grand Est, Benoît Coquard tente lui aussi de ne pas “*reproduire inconsciemment l’exotisme que l’on veut critiquer*” et de “*prendre au sérieux le poids de leurs mots*” (page. 13).

Ainsi, tout l’enjeu méthodologique de notre étude est de trouver un juste milieu entre une perspective misérabiliste – que nous cherchons à dépasser en développant une approche sensible attentive aux savoir-faire populaires – sans tomber dans l’écueil du populisme. Comme nous le verrons, si les usagers des zones commerciales sont porteurs de la transformation des zones commerciales vers des lieux de vie qualitatifs, la mutation de ces espaces ne peut pas reposer uniquement sur eux.

Une approche méthodologique basée sur des “études de cas ”

L’approche retenue s’inscrit dans une logique d’ “études de cas” plutôt que dans une démarche strictement monographique, bien que ces deux méthodes relèvent d’un même *continuum* analytique (Albero,2010). En effet, si la première partie du rendu propose une description systématique de chacun des terrains étudiés, l’objectif de ce rapport est d’aller au-delà d’une restitution descriptive pour développer une analyse interprétative des dynamiques de transformation à l’œuvre. Cette orientation se justifie par l’intérêt heuristique que représente l’examen approfondi des processus de reconversion des zones commerciales en France. Des espaces qui constituent des réserves foncières rares, dont la valeur stratégique est renforcée par les objectifs de sobriété foncière inscrits dans la loi ZAN, et qui s’inscrivent dans un mouvement plus large de “faire la ville sur la ville”.

Le choix d’étudier les entrées de ville des métropoles de Dijon et de Strasbourg répond à cette ambition. Ces terrains permettent d’observer, à une échelle opérationnelle, les leviers et contraintes qui structurent les projets de transformation des zones commerciales. Notre analyse vise ainsi

à comprendre en profondeur ces projets urbains majeurs afin d'éclairer la conduite d'autres cas (Gerring, 2004). Il ne s'agit toutefois pas de produire un modèle généralisable. En effet, comme nous le montrerons, la tension entre la recherche d'un cadre universel de reconversion et la nécessité d'une approche territorialisée demeure structurante pour la production de véritables "espaces de vie". Dans cette perspective, l'étude de cas suppose d'identifier les facteurs qui singularisent chaque terrain sans tomber dans l'écueil du prisme par l'exceptionnalité (Passeron & Revel, 2020).

Sélection de nos trois terrains d'étude selon des degrés de maturation différenciés

Nos recherches bibliographiques nous ont amenés à identifier plusieurs terrains d'étude potentiels. Certains cas ont été largement étudiés, à l'instar de Mérignac Soleil qui fut l'une des premières zones commerciales françaises à avoir entamé une transformation vers un bassin de vie. Par ailleurs, l'année dernière, des étudiants de l'École urbaine ont travaillé sur la question des entrées de ville dans le cadre d'un projet collectif avec la Fédération des élus des entreprises publiques locales (Fedep) en proposant des stratégies de requalification pour ces espaces. Parmi leurs cas d'étude figure Mérignac, mais aussi Montigny-lès-Cormeilles, Cahors, Roanne, et Genève. Nous proposons, en nous inscrivant dans la continuité des travaux existants, de diversifier les terrains afin d'enrichir les recherches actuelles sur les entrées de ville.

Ainsi, une première partie de notre travail de *benchmark* consistait à identifier nos potentiels terrains d'étude. Parmi notre corpus initial on peut rapidement citer : la zone commerciale de Plan de Campagne (plus grande zone commerciale de France et d'Europe, avec une superficie d'environ 350 000m²) et le Centre Commercial E.Leclerc Schiltigheim en banlieue strasbourgeoise, que nous n'avons pas retenu car n'étant pas vraiment localisé dans une "entrée de ville" mais davantage en centre ville. On peut noter que nos deux autres terrains à Strasbourg nous ont donné

l'occasion d'y passer en voiture. Finalement, nous avons fait le choix de sélectionner nos 3 études de cas selon différents degrés de maturation. Ainsi, notre corpus final se compose de :

1. L'opération d'aménagement Les Grands Vergers du Sud, située sur la commune de Chenôve, qui s'inscrit dans requalification de l'entrée de ville sud de la métropole Dijonnaise. Un projet en phase pré-opérationnelle, qui fait partie des lauréats du plan de transformation des zones commerciales, et dont la fin du projet est estimée à horizon 2050.

2. Ensuite, le deuxième terrain retenu est le projet de transformation autour du centre commercial **AuShopping Illkirch Baggersee** sur la commune d'Illkirch-Graffenstaden à l'entrée Sud de Strasbourg. Ce site se trouve aujourd'hui dans une phase pré-opérationnelle, à un niveau de maturation comparable à celui observé à Dijon-Chenôve. Or, il présente une trajectoire plus ancienne avec la création d'une première zone d'aménagement concerté (ZAC) Baggersee dès 2013. Une ZAC qui n'est jamais devenue opérationnelle mais qui a conduit en 2023, à la signature d'un protocole de collaboration pour mener la requalification de la zone commerciale. Ce protocole est sur le point d'aboutir à l'élaboration d'un nouveau plan guide, marquant une étape structurante dans la requalification du site. L'étude de ce terrain permet ainsi d'analyser un projet en cours de structuration, caractérisé par une gouvernance partenariale et par la nécessité de redéfinir un cadre opérationnel après une première tentative de requalification restée sans suite.

3. Enfin, la **Zone commerciale Nord (ZCN)** répartie sur les communes de Lampertheim, Mundolsheim, Reichstett, Vendenheim au Nord de Strasbourg, constitue le troisième terrain retenu pour cette étude. S'étendant sur près de 150 hectares, elle figure parmi les plus vastes zones commerciales de France. Le projet de requalification, entré en phase opérationnelle en 2018, présente le degré de maturation le plus avancé, avec un programme d'aménagement presque entièrement livré. Ainsi, ce terrain offre l'opportunité d'examiner un modèle récent de reconversion des

zones commerciales, marqué notamment par la construction de plus de 400 logements – dont les premiers ont été livrés en 2024 – et par l’ouverture, en 2021, de la *Shopping Promenade Cœur Alsace*, venue étendre la zone commerciale historique de Strasbourg Nord.

Dans cette logique visant à intégrer un projet déjà finalisé, le projet *Pasing Arcaden*, situé en périphérie de Munich et livré en 2011, avait également été identifié. Ce site présentait un intérêt particulier en matière de mixité fonctionnelle, combinant commerces, logements et bureaux au sein d’un même ensemble. Toutefois, nous avons fait le choix de concentrer notre analyse sur des terrains exclusivement nationaux, l’enjeu de la reconversion des zones commerciales revêtant des caractéristiques largement spécifiques au contexte français.

Préciser notre approche sensible pour saisir les mutations des zones commerciales en France

Notre intention dans cette recherche est d’entrevoir la perception « sensible » des entrées de villes. Cette approche centrée sur les usages et pratiques quotidiennes, renvoie à la “ triade spatiale ” théorisée par Henri Lefebvre (1974). Un triptyque selon lequel les espaces se définissent par notre capacité à les percevoir, à les vivre et à les concevoir. Notre travail vise à comprendre comment les zones commerciales peuvent devenir des “ lieux de vie agréables ”. De fait, en tant que lieu privilégié des interactions sociales – rappelant la définition que faisait Michel Lussault des zones commerciales avec l’idée “ d’hyper-lieux ” (2017) – les zones commerciales renvoient à la notion de droit à la ville traduisant le droit de chaque individu d’accéder à l’espace public. Or, comme le précise David Harvey dans son ouvrage *Le capitalisme contre le droit à la ville : néolibéralisme, urbanisation, résistances* (2011) le droit à la ville ne se résume pas seulement au fait d’avoir accès aux espaces urbains, mais aussi au droit de faire la ville. De fait, notre approche méthodologique repose sur le constat d’un décalage entre les populations qui fréquentent,

traversent ou travaillent dans ces espaces et les acteurs institutionnels qui portent les projets de transformation des zones commerciales. Une déconnexion avec les habitants et les usagers qui limite la capacité à produire une véritable “ habitabilité ”. Nous considérons que les usagers peuvent constituer une ressource déterminante pour territorialiser ces projets et favoriser l’émergence de lieux de vie singuliers. En d’autres termes, bien que les usagers des zones commerciales soient les premiers destinataires des transformations engagées, leur implication dans les processus de conception et de décision reste limitée. Ainsi, ce travail vise à prendre au sérieux les capacités d’actions et de réflexion des usagers tout en rappelant que les acteurs institutionnels et privés restent indispensables à la conduite de ces projets.

Ainsi, en creux, ce travail interroge les projets qui privilégient le “ faire pour ” les citoyens à la place du “ faire avec ” (Briand 2015 dans Brossaud et al, 2019). Notre démarche sensible vise donc à replacer la notion de vécu au cœur de la fabrique de la ville afin d’identifier des leviers de mutations pour ré-enchanter ces lieux. Pour cela notre positionnement épistémologique part d’une logique déductive – visant à explorer l’hypothèse d’une sous-représentation de la prise en compte perçue et vécu des usagers dans la reconversion de ces lieux – afin de tendre vers une démarche inductive partant des réalités de terrains observés et donnant directement la parole aux usagers fréquentant les zones commerciales.

De la mise en place d’une méthodologie “classique” à partir d’entretiens à nos enquêtes de terrain

Notre démarche s’appuie d’abord sur une méthodologie classique fondée sur la conduite d’entretiens semi-directifs auprès d’acteurs institutionnels, publics comme privés, afin de comprendre la genèse des projets de transformation des zones commerciales et de caractériser précisément chacun de nos terrains d’étude.

Cartographie des acteurs rencontrés

Acteurs nationaux ●

DGALN

ANNA SEIGNOVERT - Chargée de mission en urbanisme commercial

FABIEN DOISNE - Adjoint au chef(fe) de bureau de la planification urbaine et rurale et du cadre de vie

LAURENT LEBON - Chef du bureau de la planification urbaine et rurale et du cadre de vie

ANCT

PAUL GIGOT - Chef de projet - Fonds de restructuration des locaux d'activité

Acteurs privés - Dijon ●

Tikehau Capital

MATTHIEU LAPORTE - Asset Manager

Acteurs locaux - Dijon ●

Mairie de Chenôve

THIERRY FALCONNET - Maire & vice-président mobilité, transports urbains, et délinquance de la métropole de Dijon

STÉPHANE GAILLARD - Directeur du développement urbain et de l'attractivité du territoire

Métropole de Dijon

PIERRE PRIBETICH - Député de la 3e circonscription

Ensemble pour Chenôve

GABY BLONDEAUX - Président

JOËL FANET - Trésorier et photographe

Acteurs privés - Strasbourg ●

Agence TER - paysagistes

CARLOTTA MAZZI - Directrice de projet

NHOOD

ALEXANDRE LELEUX - Directeur de développement

Acteurs locaux - Strasbourg ●

Eurométropole de Strasbourg

ANNE-CÉCILE MARX - Chargée de mission de l'urbanisme commercial

ALIX BRIGNON - Cheffe de projets

ADÈLE BERGNA - Cheffe de projets d'aménagement

Mairie d'Illkirch-Graffenstaden

VINCENT TISSOT - Directeur de l'aménagement & du patrimoine

Association Baggersee

VALÉRIE GEILLE - Présidente

PATRICE GEILLE - Membre

Participants des promenades sensibles ●

L'équipe de Chenôve

MARIE-JOSÉ BRUANT

VÉRONIQUE BARBEROT

DOMINIQUE LALIRE

ODILE CHESNOT

FRANÇOISE GRIMAUD

MICHÈLE WEISS

L'équipe de Strasbourg

ROMANE MATHELIN

EMILIEN LEFEVRE

JULIETTE CONRAD

SOPHIE RUSSELL

LOUIS CAMPORESI

Notre première posture épistémologique fut donc déductive et a débuté par des échanges avec les services nationaux en lien avec le PTZC – notamment la Direction Générale de l’Aménagement, du Logement et de la Nature (DGALN) et l’Agence Nationale de la Cohésion des Territoires (ANCT) – avant de se déployer vers les échelons locaux, auprès des députés, maires, élus métropolitains et chargés de mission en charge de projet de transformation spécifique. Cette approche n’est en rien contradictoire avec notre démarche sensible. Au contraire, ces entretiens se sont révélés indispensables pour retracer la généalogie des projets, saisir les marges de manœuvre des institutions impliquées et comprendre les logiques d’action qui structurent la transformation des zones commerciales

Dans un second temps, nous avons mené des enquêtes de terrain auprès des habitants. Cette seconde posture épistémologique, plus inductive, visait à observer les pratiques et à recueillir les représentations des usagers et des professionnels côtoyant les zones commerciales. Ces enquêtes de terrains ont également été l’occasion d’explorer ces vastes espaces, à pied et en transports en commun, et de consigner nos observations dans des carnets de bord. Nous avons donc personnellement éprouvé le manque de mobilier urbain, la sensation des îlots de chaleur sur les parkings en été ou la forte dépendance à la voiture. Ces expériences ont nourri notre démarche sensible et éclairé la manière dont ces lieux sont vécus au quotidien.

Sur le plan méthodologique, nous avons d’abord conçu un court questionnaire, à réaliser directement avec les enquêtés ou accessible via des QR codes installés à des points stratégiques. Rapidement, nous avons constaté que le format du micro-trottoir facilitait davantage le contact avec les usagers. Ce mode d’enquête, moins formel, permettait de saisir des récits plus spontanés, révélant la relation intime – ou non – que les habitants entretiennent avec ces espaces, afin de retracer l’histoire “globale” de chaque zone commerciale à partir d’une multitude de “micro-histoires”. Au total, nous avons recueilli une trentaine de verbatims auprès d’usagers, de passants et de professionnels. Ces témoignages constituent un matériau qualitatif essentiel pour comprendre les usages réels, les perceptions et les attentes associées



QR-Code du questionnaire distribué en flyers A5 aux usagers

à ces espaces en pleine mutation. Une mutation dont les usagers n'ont pas forcément conscience en fonction du degré de maturité de chaque projet.

Le discours photographique pour saisir les zones commerciales

Notre approche sensible vise non seulement à replacer les discours pratiques et sensibles des usagers au cœur du débat sur la transformation des zones commerciales, mais aussi à leur donner directement la parole. En ce sens, nous avons fait le choix de confier, tour à tour, des appareils photo jetables KODAK aux usagers, afin qu'ils puissent proposer leur vision des zones commerciales. La règle était simple :

“Il n’y a pas de règles, prenez en photo la façon dont vous percevez ce lieu.”

Consigne donnée aux usagers avec une limite de 3-4 photos par personne

Cette démarche s'inscrit directement dans la lignée du concours photo Regards sur les zones d'activités économiques, organisé par le Plan Urbanisme Construction Architecture (PUCA) et le collectif Point Virgule, en partenariat avec l'Institut pour la Recherche de la CDC. Un concours photographique qui offre un nouveau regard sur ces espaces d'ordinaire peu valorisés.

Ces photographies jouent sur les formes urbaines et les lignes de fuites, valorisent la perspective ainsi que la géométrie particulière des “boîtes à chaussures” et mettent en avant les couleurs vives des enseignes. Pourtant, selon nous, la plupart de ces photos présentent le même écueil : elles esthétisent les zones commerciales et donnent à voir une image qui ne correspond pas à ce qu'elles sont réellement. En creux, elles adoptent souvent une posture misérabiliste, qui tend à représenter ces espaces comme vides de vie, tout en recherchant une cohérence visuelle. Néanmoins, nous tenons à souligner que nous comprenons la démarche du collectif Point virgule qui consiste à



Extrait du concours photo du PUCA & Collectif Point Virgule

revaloriser des objets urbains souvent délaissés afin de “*métamorphoser ces lieux standardisés*” (p. 88). Aussi, malgré notre positionnement déontologique critique vis-à-vis de ces travaux photographiques, il nous est aussi arrivé de succomber à cette démarche d’esthétisation lorsque nous avons saisi les zones commerciales au travers de notre objectif. En effet, notre position sociale – celle de quatre étudiant-es de l’École urbaine de Sciences Po – influence nécessairement notre conception de ce qu’est une “*belle photo*”. Aussi notre méthodologie photographique s’inspire directement des travaux



*Bloc de béton , Chenôve
Février 2026 ©Le groupe de projet*

*Composition , Zone Commerciale Nord
Avril 2026 ©Le groupe de projet*

du photographe britannique Martin Parr, qui nous a quitté le 6 décembre dernier. Une façon pour nous de rendre hommage à cette grande figure du genre vernaculaire, un style de photo qui saisit la banalité du quotidien. Martin Parr aimait autant sublimer que critiquer les dérives de nos modes de vie. Parmi ses sujets favoris on retrouve les stations balnéaires comme celle de New Brighton dans la série *The Last Resort* ou encore la frénésie consumériste à la sortie des centres commerciaux.

A ce titre, les zones commerciales françaises n'ont pas été épargnées par son objectif acerbe. En témoigne cette photo, issue de sa série *One Day Trip*, dans laquelle il photographie les britanniques qui, dans les années 1980, descendaient le temps d'une journée dans le nord de la France, comme ici à Boulogne-sur-Mer, pour acheter des litres de bière à bas coûts. Les travaux de Martin Parr donnent à voir une réalité plus crue, parfois dérangeante, qui peut, à l'inverse du concours photo *Regards sur les zones d'activités économiques*, tomber dans l'écueil d'une posture folklorisante. En effet, Martin Parr accentue volontairement le trait pour nous interpeller sur nos modes de consommation. Son style photographique est d'ailleurs connu pour ses couleurs vives et saturées qui attirent le regard.

Ainsi, les photographies prises par nos enquêtés offrent un tout autre point de vue sur les zones commerciales. Des photos qui s'inscrivent aussi dans le genre vernaculaire étant donné que la plupart ont été prises au fil du parcours habituel des habitants dans ces espaces. A ce titre, il est intéressant de noter une forme de "violence symbolique" (Bourdieu et Passeron, 1970) dont nous avons été témoins. En effet, à plusieurs reprises, des usagers ont décliné notre proposition en invoquant leur manque de maîtrise de la photographie, estimant qu'ils ne sauraient "pas quoi prendre" ou que leurs images "ne seraient pas réussies". Leur hésitation traduit la difficulté à produire une image conforme aux codes esthétiques dominants à partir des paysages les entourant. Pour le reste, une large partie du corpus montre les zones commerciales telles qu'elles sont réellement.

Ainsi, même si ces photos peuvent être flous, sombres ou mal cadrés

selon les standards photographiques, elles restituent avec justesse la réalité de ces lieux et les enjeux qui motivent leur reconversion. Cette méthodologie photographique ne tend pas vers une simple analyse descriptive visant à fournir des illustrations pour le rendu final. Au contraire, elle a permis une analyse interprétative des dynamiques de vie à l'œuvre dans les zones commerciales. Par exemple, le flou de certains clichés, traduit la précipitation et montre bien que les zones commerciales ne sont pas encore considérées comme des lieux de vie mais comme des lieux de passage dans lesquels les gens sont souvent pressés. Plusieurs personnes ont d'ailleurs décliné notre questionnaire pour cette raison. De même, une large partie de notre corpus photographique montre des parkings, des voitures et du bitume. Une façon de soulever l'enjeu de l'artificialisation des sols ou de la dépendance à la voiture. Enfin, les photographies dont le sujet principal est une enseigne de supermarché, semblent indiquer l'existence d'un attachement fonctionnel. En effet, les zones commerciales sont des espaces dans lesquels on se rend d'abord pour une enseigne spécifique que pour trouver un lieu de vie.



Série One day trip, 1988-1989, Mission Photographique Transmanche n°5 - Collection du CRP/ Centre régional de la photographie Hauts-de-France • © PARR Martin



Terrain test à Montigny-Lès-Cormeilles

Avant de partir sur nos trois terrains d'étude, nous avons souhaité mettre à l'épreuve notre méthodologie sensible sur la zone commerciale Les 4 Tulipes, située dans la commune de Montigny-Lès-Cormeilles (Val-d'Oise). Un terrain sur lequel les étudiants du Cycle d'urbanisme de l'École urbaine ont travaillé l'année dernière, dans un projet intitulé *"Requalifier les entrées de ville. Constats, stratégies et perspectives"* en partenariat avec la Fedep (Fédération des élus des entreprises publiques locales). De fait, notre recherche s'inscrit directement dans la continuité de leur travail, étant donné que l'un de leurs quatre axes de transformation identifié était celui de *"l'habitabilité"* entendu comme la capacité d'un lieu *"à s'y sentir bien, à se l'approprier, à le traverser"* (Synthèse du Lab, 2025, page 14).

Dans un article publié en octobre 2024, la Banque des Territoires identifie plusieurs enjeux à l'origine du projet de transformation de la zone commerciale de Montigny-lès-Cormeilles. Le site présente une fracture urbaine qui divise la commune, des difficultés de circulation, une succession de bâtiments standardisés et un taux de vacance en hausse. Ces constats rejoignent largement ceux identifiés sur nos propres terrains d'étude et ont motivé notre volonté de tester notre méthodologie sensible sur ce site.

Nous avons ainsi expérimenté nos méthodes d'enquête en recueillant des verbatims et en confiant des appareils photo jetables KODAK aux usagers.



Photo de la galerie commerciale de Montigny-Lès-Cormeilles, 30 janvier 2026 ©Usagers

Cette démarche a permis de collecter une vingtaine de clichés et de témoignages, confirmant la pertinence de notre approche. Les premiers retours mettaient en évidence la vétusté du bâti, l'artificialisation des sols et la forte dépendance à la voiture tout en confirmant l'aspect fonctionnel des zones commerciales. Des résultats que nous avons interprétés avec prudence, compte tenu du temps limité passé sur le terrain et du faible nombre de personnes interrogées, et qu'il s'agissait de confirmer ou d'infirmier à partir de nos trois terrains d'étude.

À la suite de ce test, nous nous sommes rendus à Dijon-Chenôve, du jeudi 5 février au dimanche 8 février, puis à Strasbourg, du jeudi 9 avril au dimanche 12 avril. Chaque terrain d'étude a fait l'objet d'un déplacement de quatre jours et trois nuits, afin de combiner les deux volets méthodologiques complémentaires, présentés précédemment.

Les promenades sensibles

Afin de finaliser notre approche sensible et narrative des zones commerciales nous avons effectué des promenades sensibles avec plusieurs participants. Une sorte de dernière étape méthodologique afin de saisir les zones commerciales comme des espaces vécus.

Pour construire cette expérience méthodologique nous nous sommes inspirés des travaux cartographiques d'Élise Olmedo (2015) qui intègrent : récits, émotions et pratiques afin de traduire la dimension vécue (émotionnelle comme corporelle) de l'espace, proposant des représentations "*fondées à la fois sur des processus de subjectivation de l'expérience spatiale et des processus d'objectivation cartographique du lieu*" (page, 7). Dans cette lignée, l'approche narrative de l'espace urbain d'Elsa Noyons (2025) met en récit les pratiques sociales par la cartographie. Son étude sensible du quartier de la Goutte d'or, dans le 18ème arrondissement de Paris, croise observations ethnographiques et récits habitants. Nous avons donc réalisé un premier arpentage de nos terrains afin d'appréhender leurs différentes spatialités pour

penser un itinéraire permettant une entrée sur le territoire par le paysage. Ces promenades sensibles sont donc intimement liées à notre méthode photographique en ce qu'elles s'inscrivent dans une perspective de médiation paysagère, comprise comme "*une intervention sur la société par le paysage, en cherchant, en particulier à le replacer à la croisée des regards des habitants et des acteurs sociaux*" (Bercovitz, 2022, page 1). Elle suppose ainsi de penser le paysage comme un outil de développement territorial et non comme un objet qui serait simple support de projets d'aménagement. Les ateliers photographiques permettraient ainsi d'impliquer les usager-es du territoire dans ce projet, par-delà les "*injonctions participatives des élus [...] généralement soutenues par une recherche de consensus, de paix sociale*" (Terrin et Wagner, 2023, page 23).

Chaque promenade s'est conclue par un atelier cartographique participatif. Nous avons donc sorti nos calques, nos stickers et nos crayons de sorte à ce que le dessin des participants viennent confronter la vision opérationnelle des acteurs de l'aménagement du territoire. Pour mener ces promenades, nous sommes retournés, par binômes, sur nos terrains d'étude respectifs. Les promenades sensibles ont été menées le lundi 25 mai sur la Zone Commerciale Nord de Strasbourg et sur la zone Les Grands Vergers du Sud à Chenôve. Chaque exercice a réuni entre cinq et sept participant-es volontaires.

Carnet d'impressions

La zone commerciale Nord

Lundi 25 mai 2026

Encadré par Eliot BINAULD & Hippolyte CHARBONNIER

Nom :

Prénom :

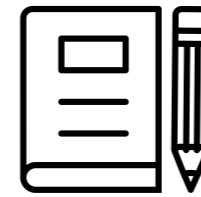
Âge :

Commune :



Projet collectif - SciencesPo Paris

Comment utiliser ce carnet ?



- Ce carnet de notes vous permettra d'indiquer toutes **vos impressions** et **vos réactions** durant la marche. Observer et notez en fonction de ce qui vous entoure (les éléments physiques et les personnes dans l'espace).



- Pendant la marche sensible, nous allons nous arrêter dans **plusieurs lieux**. Pour chacun d'eux, le carnet vous servira à donner **vos sensations**.
- Pour chaque lieu, vous aurez deux pages de questions identiques.



- Vous pouvez répondre aux questions dans l'ordre que vous le voulez.



- Sentez-vous libre d'ajouter ce que vous ressentez à titre personnel, par du **texte**, un **smiley**, un **griffonnage** sur le carnet. N'hésitez pas à prendre autant de photos que vous le voulez.

Extrait du carnet d'impressions de la promenade sensible

Lieu n°1

Avez-vous un nom plus **personnel** pour qualifier ce lieu ?

VOTRE PREMIÈRE IMPRESSION

* Êtes-vous **déjà venus** dans ce lieu ? Oui Non

* Quelles **émotions** ressentez-vous dans ce lieu ?
Entourez l'émotion principale que vous ressentez dans cet espace. Soulignez d'autres émotions que vous ressentez plus ponctuellement.

- en colère mal à l'aise déçu à l'aise amusé inspiré
- inquiet ennuyé indifférent curieux joyeux
- déprimé frustré neutre en confiance intéressé

Autres :

• Décrivez votre **ressenti** :

VOS SENSATIONS DANS L'ESPACE

N'hésitez pas à prendre des photos pour illustrer ces sensations



• Concentrons-nous sur ce que vous **entendez**.

Quels sont les **sons** principaux ?

Le son en général est : 😞😞😞😞😞😞 Pourquoi ?

• Concentrons-nous sur ce que vous **sentez**.

Quels sont les **odeurs** principales ?

L'odeur en général est : 😞😞😞😞😞😞 Pourquoi ?

• Concentrons-nous sur ce que vous **voyez**.

Que **voyez-vous** le plus ?

La vue en général est : 😞😞😞😞😞😞 Pourquoi ?

• Concentrons-nous sur l'**environnement physique** et le **toucher**.

Que pensez-vous de l'**état du sol** et du **mobilier urbain** ?

Le mobilier en général est : 😞😞😞😞😞😞 Pourquoi ?

VOTRE RÉACTION

• Qu'avez-vous **envie de faire** dans ce lieu ?

Entourez la réponse qui vous convient.

- l'éviter le traverser m'y arrêter rapidement y passer du temps

Pourquoi ?

VOS ATTENTES

• Quelles **actions** ou **activités** aimeriez-vous faire idéalement dans ce lieu ?

Entourez la réponse qui vous convient.

- Visiter, découvrir le lieu Se promener Lire, écrire, dessiner
- Faire du sport, jouer Se restaurer Prendre un verre
- Prendre un transport Travailler Aller aux toilettes
- S'asseoir Se retrouver entre amis Faire du shopping

Autres :

• Quelles **améliorations** souhaiteriez-vous voir dans le lieu ? (par exemple : équipements, aménagements, modifications de la voirie et/ou du paysage)

Évolution de notre prisme d'analyse au fil de nos terrains

Notre approche “sensible” des zones commerciales s’est déclinée sous plusieurs prismes d’analyse qui ont évolué avec nos allers-retours entre les travaux théoriques et nos terrains d’études. Une démarche hypothético-déductive étant donné que nos terrains ont invalidé certaines de nos hypothèses et ont fait évoluer notre cadre théorique.

Au départ, à partir du sujet proposé par l’institut pour la recherche de CDC qui propose d’opérer la bascule de la “ville moche” à des “lieux de vie agréables”, nous sommes partis de la question de l’habitabilité. Un prisme d’analyse soulevé par nos prédécesseurs de l’École urbaine l’année dernière, qui renvoie à *“l’ensemble des conditions de l’habiter d’un lieu [...] aussi bien matérielles qu’idéelles”* (Glossaire Géoconfluences, 2025).

Aussi, il nous fallait déjà nous assurer que les espaces des zones commerciales situés en entrée de ville étant d’abord considérés comme des “lieux” par les habitants avant même de tendre vers la notion de “lieu de vie”.

- Marc Augé ne considérait-il pas les zones commerciales comme des “non-lieux” après tout ?
- Une dimension que nous avons donc étudiée à travers le rapport socio-spatial et économique que les usagers entretiennent avec ces espaces.

Puis après notre terrain test à Montigny et notre premier terrain à Dijon nous sommes passés du prisme de l’habitabilité à celui de l’attachement :

- En effet, comme nous le verrons avec les résultats de notre enquête par questionnaires (dont la méthodologie et les résultats sont présentés page ...) les transformations des zones commerciales sont dans la plupart des cas encore à un stade pré-opérationnel (le plan guide n’est même pas encore public). De fait, il est encore trop tôt pour parler “d’habitabilité” bien que ce néologisme puisse constituer un objectif vers lequel tendre.
- Il semble que ces lieux restent des lieux de passage encore peu appropriés par les habitants.
- Ce nouveau prisme d’analyse autour de la question de “ l’attachement” a pour but d’identifier les caractéristiques qui font d’un lieu un “lieu de vie”

Ainsi, tout l’enjeu de cette recherche est d’étudier le rapport sensible que les habitants entretiennent. Un rapport qui, selon nous, constitue la pierre angulaire des projets de transformation de zones commerciales afin de tendre vers de véritables “lieux de vie”.

3. Entre ambition régaliennne et réalité opérationnelle : les paradoxes de la transformation des zones commerciales

Avant d'analyser nos cas d'étude, il nous a paru indispensable de saisir la transformation des zones commerciales à l'échelon national, pour comprendre les enjeux définis par les administrations, là où sont fixés le cadre réglementaire et les dispositifs de financement comme le PTZC. Notre enquête s'est donc appuyée sur deux entretiens complémentaires conduits auprès des services de l'État. La Direction Générale de l'Aménagement, du Logement et de la Nature (DGALN) sollicitée auprès de Laurent Lebon, chef du bureau de la planification urbaine et rurale et du cadre de vie, d'Anna Seignovert, chargée de mission urbanisme commercial, et de Fabien Doisne, adjoint au chef de bureau incarne l'État régulateur et planificateur, garant du cadre juridique et des objectifs de sobriété foncière. L'Agence Nationale de la Cohésion des Territoires (ANCT) représentée par Paul Gigot, chef de projet du Fonds de restructuration des locaux d'activité en constitue le bras opérationnel et financier, pilote du Plan de transformation des zones commerciales .

Le croisement de ces deux regards permet d'isoler les tensions structurelles entre la rationalité planificatrice de l'État et les logiques de marché qui conditionnent la faisabilité des projets. A partir de ces entretiens, nous avons dressé quatre axes qui selon la puissance publique correspondent aux principaux enjeux soulevés par la transformation des entrées de ville. Néanmoins, les acteurs nationaux insistent bien sur la diversité des projets, qui peut rendre parfois difficile le pilotage national.

Axe 1/ Le changement de paradigme : de la "zone" à la "ville"

L'analyse converge d'abord sur l'épuisement d'un modèle. Pendant près d'un demi-siècle, l'aménagement de ces espaces a obéi à une hiérarchie où l'on pensait "d'abord l'économique et ensuite on pense au reste"(ANCT).

Conçues comme des objets purement fonctionnels, ces boîtes à chaussures alignées en périphérie, optimisées pour le flux automobile et la consommation, se sont développées sur le mode de l'extension foncière et de la spécialisation monovalente. La critique de la "France moche" a contribué à délégitimer ce modèle en révélant le coût paysager et urbain, ouvrant la voie à une inversion des priorités au profit de la qualité urbaine. Cette mutation se traduit par une requalification conceptuelle du foncier : les zones commerciales cessent d'être perçues comme des emprises résiduelles pour devenir des gisements fonciers stratégiques. Déjà artificialisés et raccordés aux réseaux, ces espaces offrent un support privilégié à la densification sans extension, conformément à l'injonction du ZAN.

L'objectif affiché n'est plus la gestion des flux ou des "entrées de ville", mais la production de morceaux de ville à part entière. L'ANCT décrit à cet égard une ambition cumulative plutôt que hiérarchisée : "mixité de fonctions", "désartificialisation de ce qui peut l'être", "intensification" et "arrivée de transports en site propre"doivent, "mis bout à bout", faire des zones de demain de véritables quartiers, c'est-à-dire "sortir de zones monofonctionnelles vers de futurs quartiers". La DGALN insiste toutefois sur le caractère non décréteil de cette transformation :

"Elle ne peut se décréter depuis la tour Séquoia"

La tour Séquoia étant les bureaux de la DGALN

Si la loi Climat et Résilience fixe le cap, la mise en œuvre repose sur une boîte à outils réglementaire à travers des leviers comme le PLU et le SCoT dont l'activation suppose une volonté politique locale forte. En l'absence de traduction juridique dans les documents d'urbanisme, les études de transformation demeurent dépourvues d'effet opérationnel. Cette exigence de réalité éclaire la théorie du changement portée par le dispositif lui-même : l'accompagnement en ingénierie vise à produire des "bilans d'aménagement

préopérationnels” permettant, une fois l’étude aboutie, de savoir ce qu’on veut faire et *“combien ça coûte”*, puis de revenir vers l’État pour justifier le financement de la phase opérationnelle. La sélection des lauréats a d’ailleurs tenu à écarter les projets de simples transformations cosmétiques.

“Il faut cesser l’aménagement homéopathique consistant à refaire les trottoirs mettre trois arrêts de bus”

A cette logique là, il faut adopter une *“vraie ambition de transformation”* adossée à un portage politique réel.

Axe 2/ L’épreuve du réel : le mur financier et foncier

Néanmoins, un portage politique peut ne pas suffire. En effet, le passage de la planification à l’opérationnel révèle les limites du modèle. Au foncier perçu comme *“vivier”* par la DGALN, l’ANCT oppose un foncier verrouillé par le droit commercial. Le frein principal réside dans les indemnités d’éviction ou de transfert dues aux exploitants en place : pour libérer un terrain, il faut les indemniser, ce qui *“peut quasiment doubler le prix du foncier”*. L’ANCT en tire un constat sans équivoque :

“Pour un foncier qui vaut X, il faut sortir deux fois ce montant pour, ne serait-ce que mettre un pied sur le terrain”.

Ce régime est identifié quasi systématiquement dans les dossiers et place les acteurs publics en position de faiblesse dès qu’il s’agit de racheter du terrain pour préfigurer un programme. Des évolutions réglementaires sont réclamées par les acteurs de la requalification, mais leur aboutissement demeure incertain. Cette surcharge foncière commande structurellement l’équilibre des bilans d’opération. Pour absorber le surcoût, les opérateurs recourent à une densification résidentielle massive, le logement constituant le seul actif

suffisamment rentable : on équilibre l’opération par de la densification et de la construction de logement. Or, ce modèle se révèle inopérant là où il n’y a pas de marché immobilier porteur.

Les enjeux diffèrent fortement selon les territoires : le logement domine en région parisienne ou dans les métropoles dynamiques, là où les collectivités plus détendues attendent plutôt des équipements publics, voire de la requalification. C’est précisément sur ces opérations non résidentielles que le modèle économique se grippe : *“comment est-ce qu’on équilibre ce type d’opération [les opérations non-résidentielles] sans forcément passer par des financements publics ? Pour l’instant, on sait pas faire.”* L’aveu est décisif : hors marché immobilier fort, la requalification suppose une subvention publique que rien ne garantit. Le retrait du groupe Frey d’une opération d’ampleur conjointe à la CDC à Montigny-lès-Cormeilles, faute de pouvoir atteindre les objectifs de rentabilité fixés par son actionnariat, illustre concrètement cette impasse.

L’architecture financière du dispositif confirme ce primat de la dépense justifiée sur la prise de risque. L’aide est versée selon des modalités strictes : pour une opération immobilière, 50 % au démarrage des travaux et 50 % à la livraison ; pour une opération d’aménagement, par tranches indexées sur les dépenses acquittées (25 %, puis 50 %, le solde à justification de la totalité). Surtout, le modèle financier global de la transformation n’est pas encore stabilisé : l’enjeu, reconnaît l’ANCT, demeure de déterminer *“à quelle hauteur et “à quel volume” un financement public s’avérera nécessaire.* Cette indétermination se double d’une contrainte conjoncturelle majeure : une deuxième vague de l’appel à projets, lancée au printemps 2024 et ayant réuni une quarantaine de candidats, n’a pu être honorée *“au vu de tous les bouleversements qu’il y a eu au niveau du gouvernement et du budget”*. Faute d’enveloppe, le dispositif reste en suspens, dans un *“contexte de restrictions budgétaires assez fort”* où aucune garantie ne peut être donnée sur la reconstitution de marges de manœuvre.

Axe 3/ La gouvernance et les temporalités

La mise en œuvre se heurte également à une dyschronie entre acteurs, que l'ANCT décrit comme une discordance des horizons. À l'exploitant, qui *“veut son chiffre d'affaires à la fin du mois”* s'oppose le propriétaire, qui *“veut sa rentabilité à l'année”*, et l'élu, dont *“la vision s'arrête à l'horizon de son mandat”*. À ces temporalités courtes se superpose celle du projet urbain, qui s'inscrit sur vingt à trente ans : l'ANCT estime que les opérations les plus mûres ne sortiront *“pas avant 2030”*, et qu'il faut compter cinq à dix ans à partir du moment où l'équation financière est définie, délai lui-même incertain. Cette superposition d'échelles crée un risque permanent d'enlisement, d'autant que la dynamique reste exposée au cycle électoral : un simple gel de quelques mois avant une échéance peut suffire à compromettre un processus pluriannuel. C'est pourquoi, l'ANCT érige la gouvernance, non en condition annexe, mais en facteur premier de réussite.

“L'enjeu central consiste à [...] mettre ensemble, autour d'une même table, tous les acteurs de la zone commerciale pour qu'ils discutent ensemble et qu'ils se mettent d'accord sur une feuille de route et des objectifs partagés.”

Le Plan apparaît alors moins comme un guichet de financement, que comme un dispositif de mise en relation, dont l'apport premier réside dans cette capacité à faire dialoguer des logiques antagonistes une *“première brique qui permet de construire le reste”*. Plusieurs cas cités par Paul Gigot de l'ANCT en attestent : à Saint-Nazaire, l'association systématique des parties prenantes, structurée depuis trois ou quatre ans autour d'une agence d'urbanisme mandatée, est citée comme une réussite de la méthode ; à Tours Métropole, la démarche de l'Espace Synergie articule co-construction et ateliers de concertation autour de la remise au jour des trames verte et bleue.

À l'inverse, des configurations plus conflictuelles tel le dialogue difficile *“entre l'anneau et la ville”* à Avignon rappellent la fragilité de ces équilibres.

À cette difficulté de coordination s'ajoute des difficultés de coordination structurelles. Alors que la zone commerciale rayonne à l'échelle d'un bassin de vie intercommunal, la décision d'aménagement demeure fréquemment communale. Les EPCI sont certes le plus souvent porteurs des démarches, mais des communes restent directement maîtres d'ouvrage, induisant une dissociation entre le périmètre du problème et celui de la décision politique. La fragilité de cette gouvernance est encore accentuée par les aléas électoraux : l'abandon, pour des motifs strictement politiques, du projet de Chartres en offre une illustration. Le suivi mis en place tente de stabiliser ces dynamiques sans en maîtriser le tempo : les préfets de département, délégués territoriaux de l'Agence, assurent un suivi de proximité relayé par une plateforme dédiée (*“Mon Espace Collectivité”*) et par les comités techniques et de pilotage ; une communauté d'échange réunissant plus de cinq cents abonnés, animée par des webinaires thématiques (gestion des enseignes, maîtrise foncière, risques, stationnement), diffuse les bonnes pratiques. L'évaluation de la réussite, en revanche, reste prématurée, faute de recul : l'ANCT estime que la situation ne pourra être appréciée de manière exhaustive qu'à partir du milieu de l'année 2026, lorsque la majorité des études auront été livrées.

Axe 4/ Vers un urbanisme de la négociation ?

Le Plan de transformation des zones commerciales agit en définitive comme un révélateur des limites de l'urbanisme réglementaire classique. Garant de l'intérêt général et de la sobriété foncière, l'État se trouve dépendant d'acteurs privés dont la logique reste, selon l'ANCT, étrangère à toute *“philanthropie”* : *“ce sont des financiers, donc il faut qu'ils rentabilisent leurs opérations”*, dans une position que l'Agence qualifie elle-même de *“très capitaliste”*. Cette dépendance est d'autant plus prégnante que les grandes foncières maîtrisent une part substantielle du foncier concerné; Nhood, adossée au groupe Muliez (Auchan, Decathlon, Boulanger), en est l'exemple le plus net, ce qui en fait des interlocuteurs incontournables. L'ANCT échange ainsi directement avec elles, y compris lorsqu'elles ne sont pas lauréates, sur des sites tels que



Travaux près de l'ancien Géant Casino de Chenôve, 25 mai 2026
©Le groupe de projet

Bordeaux-Lac, Dunkerque ou Clermont (avec Etixia), et dialogue également avec d'autres foncières comme Mercialis.

Cette interdépendance n'a toutefois pas, à ce stade, débouché sur l'invention d'un modèle économique alternatif. Interrogée sur l'émergence d'un autre paradigme de financement de la requalification, l'ANCT répond que *"pour l'instant, pas vraiment, c'est toujours la même chose"*, la rentabilité demeurant la condition de sortie des opérations. La prophétie de David Mangin sur la *"ville franchisée"* conserve ainsi toute son actualité : la puissance publique compose avec des opérateurs qui, contraints de collaborer faute de quoi *"les opérations ne sortent pas"*, n'en restent pas moins guidés par leurs obligations de rendement.

La réussite des projets ne procède dès lors plus seulement de la qualité du dessin urbain ou de la rigueur des documents d'urbanisme, mais de la capacité de la puissance publique à construire un nouveau cadre de négociation financière avec le privé. Cet enjeu se trouve fragilisé sur ses deux versants. Sur le plan juridique, les documents de planification demeurent exposés à des annulations en cascade, comme à Toulouse où le PLU a été annulé, qui peuvent réduire à néant des années d'ingénierie. Sur le plan économique, l'impasse récurrente des bilans d'opération, conjuguée à l'incertitude budgétaire pesant sur les financements publics, prive l'ambition de ses moyens. La reconstruction de la ville sur la ville se présente ainsi moins comme un projet acquis que comme une équation économique et politique encore largement à inventer, suspendue à la fois à la continuité du portage national et à la soutenabilité comptable des opérations locales. Les axes identifiés jusqu'alors à l'échelle nationale constitueront pour nous le prisme d'analyse de nos différents terrains pour voir comment sur certains projets, ces enjeux et leviers s'articulent avec leur spécificité.

NOS ÉTUDES DE CAS

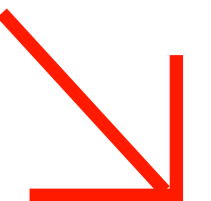


66 **Chenôve**
Les Grands Vergers du Sud

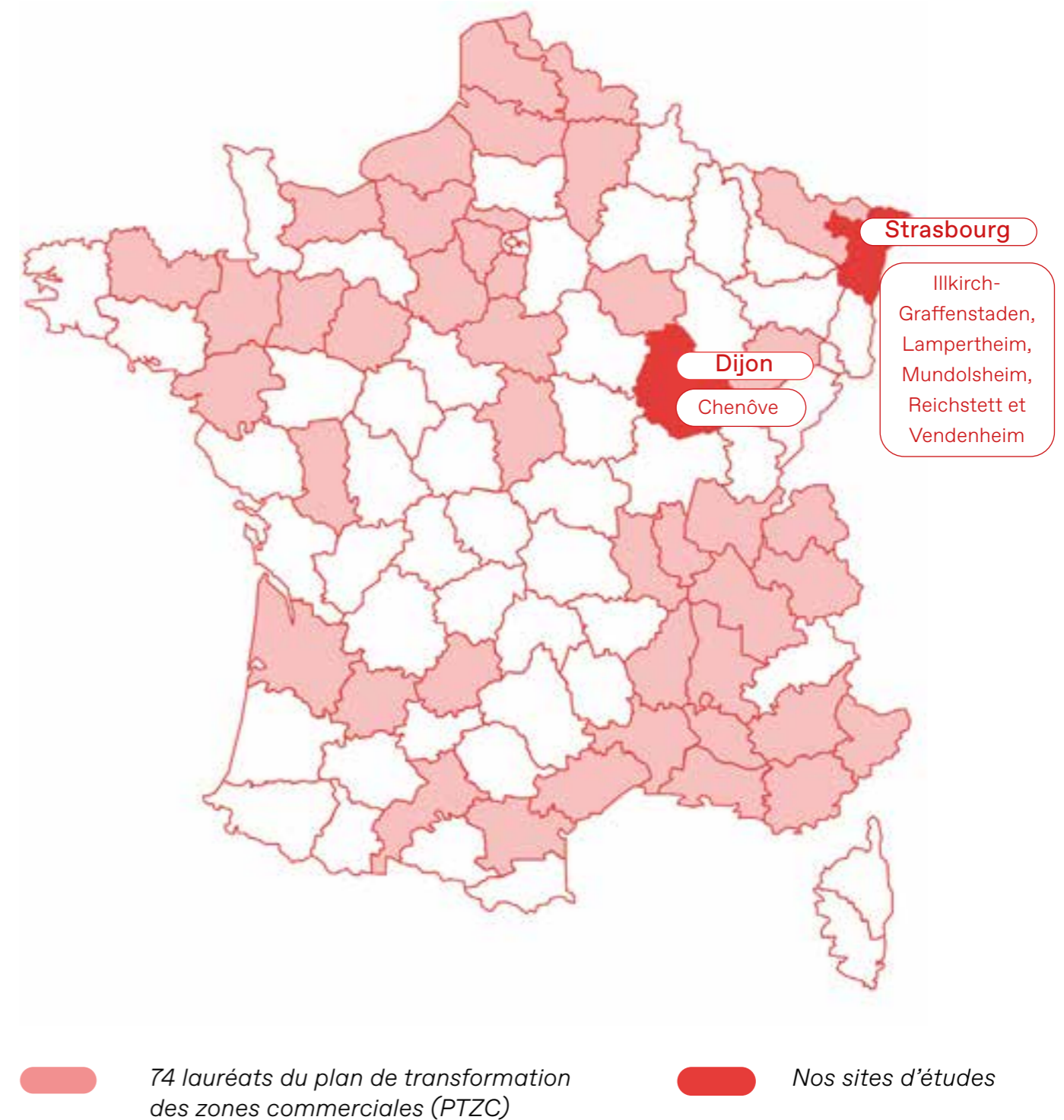
96 **Ilkirch-Graffenstaden**
La ZAC de Baggersee

122 **Vendenheim**
La Zone Commerciale Nord

*Panneau à l'entrée de la ZCN, Avril 2026
©Le groupe de projet*

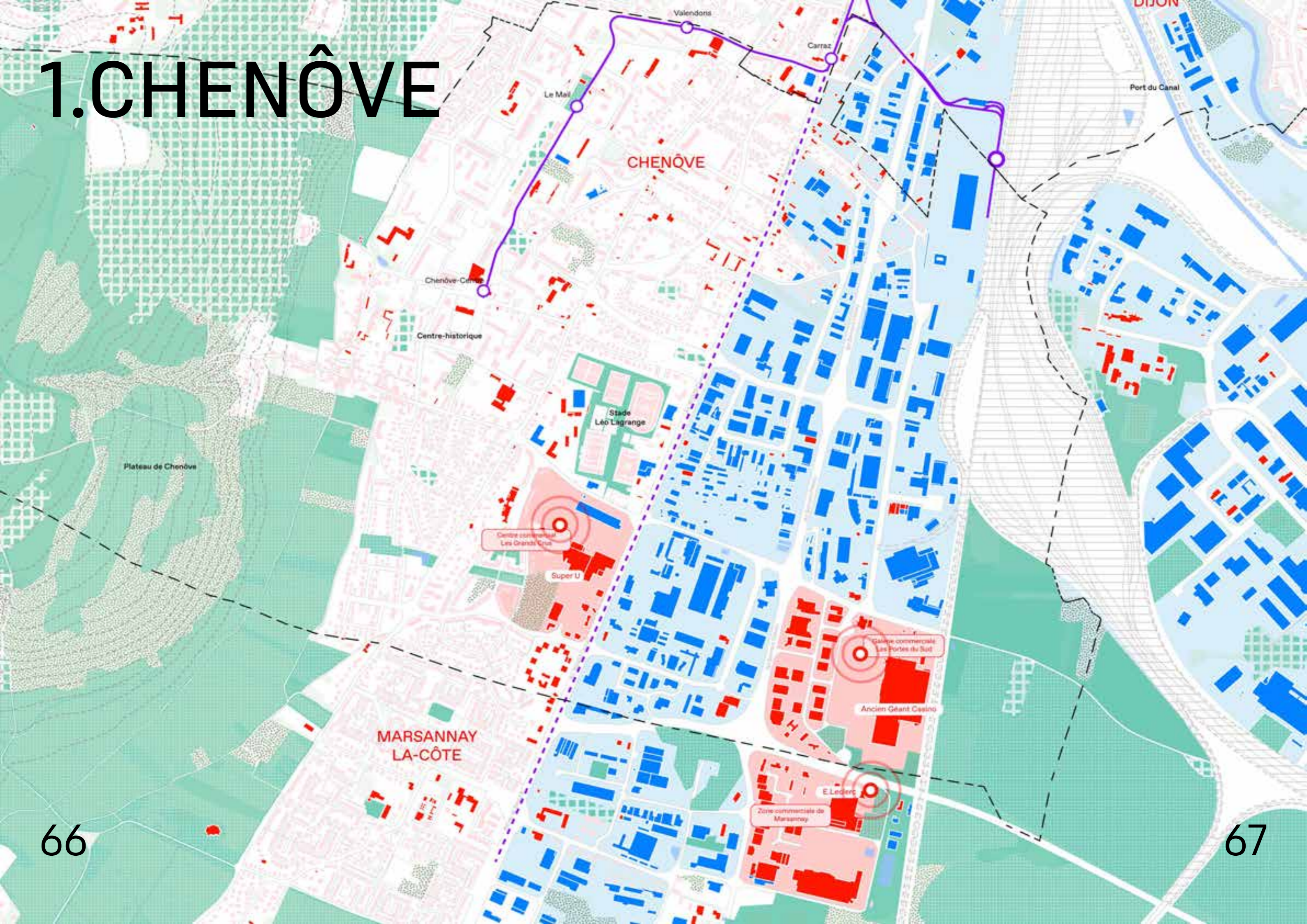


Les trois cas d'étude retenues, à savoir les opérations d'aménagement se sont Les Grands Vergers du Sud à **Chenôve**, la ZAC de Baggersee à **Illkirch-Graffenstaden**, la Zone Commerciale Nord à **Lampertheim, Mundolsheim, Reichstett et Vendenheim**. Ils présentent chacun des spécificités en matière d'histoire, d'objectifs, de montages opérationnels. Pour mieux comprendre les projets en cours, il convient de les présenter en explicitant pour chacun les éléments suivants : le contexte urbain et l'histoire du projet, son état actuel, les acteurs impliqués et leurs stratégies, le modèle économique et les outils juridiques mobilisés pour mener à bien l'opération.



Carte de localisation des cas d'études ©Naoumy Mmadi

1. CHENÔVE





Chenôve, vue générale, vers 1900 ©Bibliothèque municipale de Dijon

1. Le contexte urbain & histoire du projet

L'opération d'aménagement *Les Grands Vergers du Sud* se situe sur la commune de Chenôve. Ce projet urbain majeur de plus de 104 hectares, s'inscrit dans la requalification de l'entrée de ville sud de la métropole dijonnaise à l'horizon 2050. Une entrée de ville "vieillissante", héritée de l'urbanisme fonctionnaliste des années 60-70, privilégiant un aménagement pensé en priorité à l'automobile. Depuis, l'avenue Roland Carraz – axe routier majeur d'entrée sud de la métropole de Dijon qui marque le point de départ pour la route des grands crus de Bourgogne vers Beaune – correspond encore à une "autoroute urbaine" selon le Maire de Chenôve Thierry Falconnet. Cette configuration spatiale continue de générer une véritable frontière urbaine coupant Chenôve en deux : entre les quartiers résidentiels à l'Ouest et la zone d'activité économique et commerciale à l'Est. A cet égard, la faible proportion de la population vivant à l'Est "disent eux-mêmes, faire partie du quartier des oubliés" comme l'admet le Maire.

"Parce que c'est l'héritage de cette époque-là. Des grands axes de circulation, les autoroutes urbaines qui rentraient dans la métropole et en cœur de ville, pour y aller le plus vite possible. Tout est étanché, il n'y a pas de végétalisation, tout est imperméable. Ce n'est que du bitume. C'est des boîtes avec du stationnement grand. C'est tout ce qu'on ne veut plus, aujourd'hui."

Stéphane Gaillard - Directeur du développement et de l'attractivité du territoire de la Ville de Chenôve



*Les Portes du Sud, Février 2026
©Le groupe de projet*

*Ancien dépôt de bus DIVIA, Mai 2024
©Dominique Lalire*

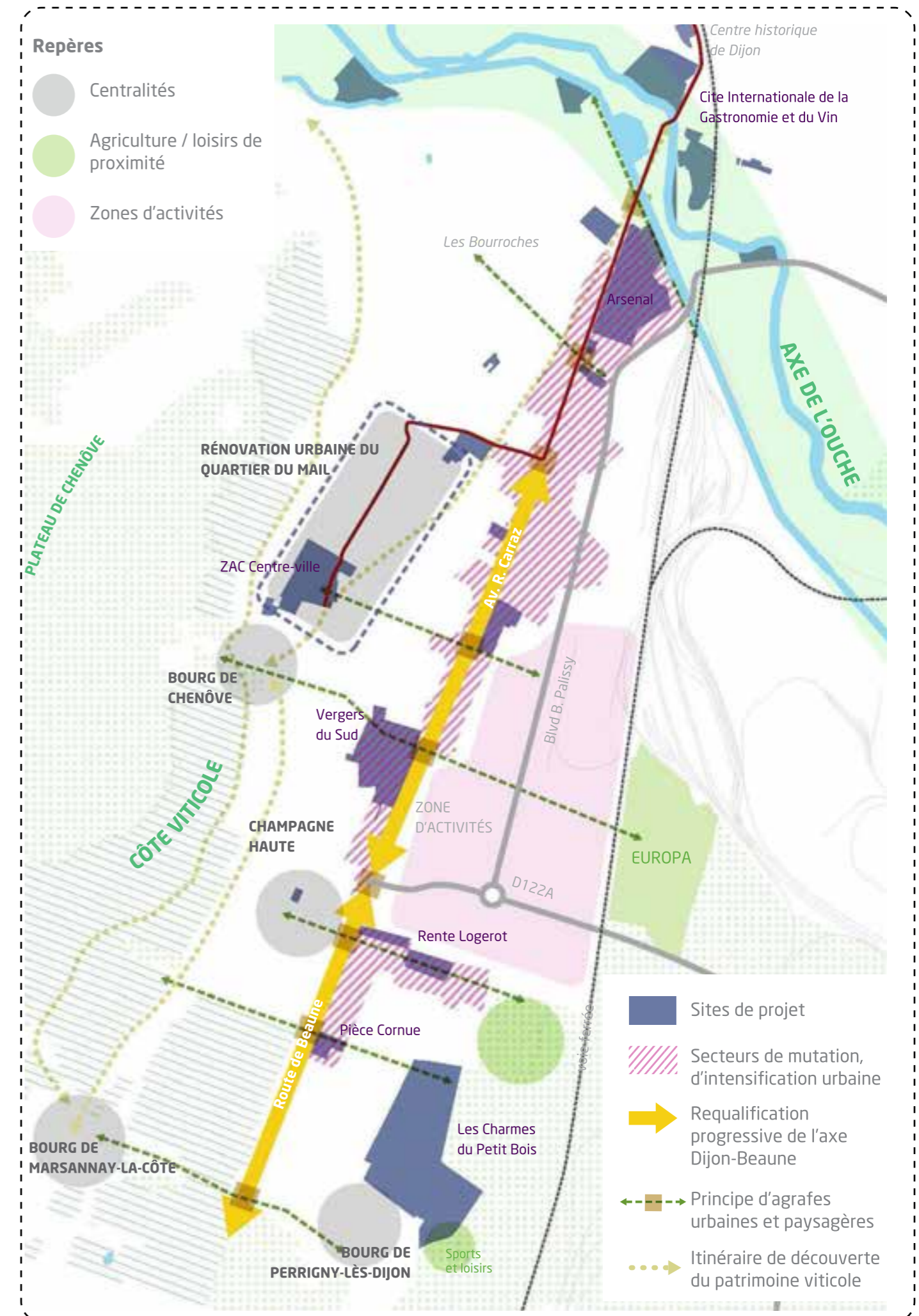
*Sud de l'axe Roland Carraz, Mai 2026
©Le groupe de projet*



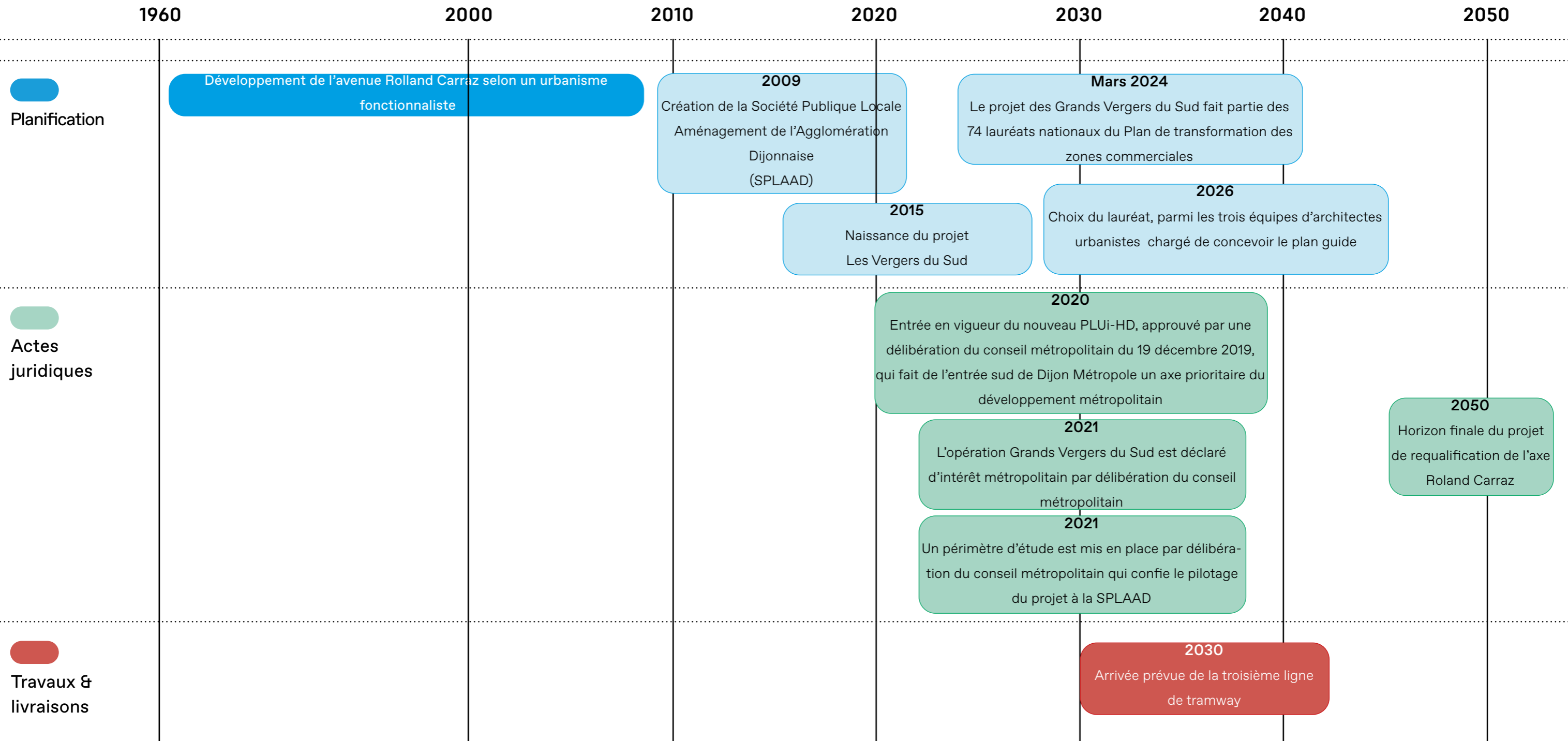
Face à ce constat d'un modèle urbain arrivé à bout de souffle, l'opération d'aménagement des Vergers du Sud voit le jour. La genèse du projet remonte à 2015, lors de l'élection de Thierry Falconnet à la mairie de Chenôve, et coïncide avec la libération du site "ex Divia", un ancien centre de maintenance des bus. D'abord pensait pour un éco-quartier, ce terrain de 4,5 hectare constitue le zonage initial du projet des Vergers du Sud. Il faut attendre l'inscription du projet dans le nouveau PLUi-HD de Dijon Métropole, élaborée entre 2015 et 2019, pour que le projet prenne le nom Les Grands Vergers du Sud qu'on lui connaît aujourd'hui. Cette date marque un moment décisif dans la requalification de l'entrée de ville sud de la métropole Dijonnaise. En effet, le projet n'est plus seulement porté à l'échelle communale mais devient un projet urbain d'envergure métropolitaine.

A ce titre, le PLUi-HD comprend une orientation d'aménagement et de programmation (OAP) portée spécifiquement sur l'entrée sud de la métropole, qui présente l'avenue Roland Carraz et les Grands Vergers du Sud comme deux des principaux sites de projet et pose comme objectif la "reconquête urbaine de l'entrée sud par une opération d'ensemble ou des opérations successives mais coordonnées" (p.44).

Extrait du de l'OAP du PLUi-HD de Dijon Métropole
©Dijon Métropole



Repères chronologiques



2. L'état actuel du projet : une phase opérationnelle sur le point de débiter à l'horizon 2050

L'opération d'aménagement Les Grands Vergers du Sud est notre terrain d'étude avec le degré de maturation le plus faible. En effet, ce projet se trouve actuellement dans une phase pré-opérationnelle. Le dialogue compétitif, c'est-à-dire la procédure de passation d'un marché public durant laquelle les pouvoirs publics dialoguent avec les trois équipes d'architectes-urbanistes candidates, touche à sa fin. Selon la municipalité de Chenôve, le lauréat chargé de concevoir le plan guide pour les dix prochaines années, doit être désigné avant la fin de l'année 2026.

“Donc on va être sur quelque chose qui va rentrer dans une phase opérationnelle assez vite [...] Donc, ça va se faire sur un temps long, mais ça va commencer bientôt.”

Stéphane Gaillard - Directeur du développement et de l'attractivité du territoire de la Ville de Chenôve

Avant de détailler les enjeux actuels de ce projet, il nous semble nécessaire de rappeler les singularités de la commune de Chenôve suivant notre démarche méthodologique basée sur des études de cas. Comme nous l'ont expliqué nos deux interlocuteurs, Chenôve est une commune intrinsèquement populaire avec 44 % de logements à loyer modéré et avec le parc HLM le plus important de l'agglomération. Elle compte environ 14 500 habitants, ce qui en fait la deuxième commune après Dijon, mais reste dix fois plus petite que la ville centre. Ainsi, Chenôve occupe donc une place stratégique pour le développement à l'échelle métropolitaine. En effet, Chenôve constitue la commune la plus importante de la première commune de la première couronne et se situe sur l'axe Dijon-Beaune.

“Dijon a quasiment terminé son développement, en tout cas intramuros. Les perspectives aujourd'hui de développement de la métropole ne sont plus sur la ville centre”

Stéphane Gaillard - Directeur du développement et de l'attractivité du territoire de la Ville de Chenôve

Dans ce contexte socio-économique particulier, le projet de requalification des Grands Vergers de l'entrée sud de Dijon représente une opération urbaine majeure visant à repenser la morphologie urbaine de Chenôve et son imbrication avec Dijon. L'objectif global affiché par la municipalité est d'effectuer un rééquilibrage socio-spatial en améliorant le cadre de vie des habitants et en renforçant les liens Est-Ouest. Ainsi, plusieurs grands objectifs structurent le projet d'aménagement des Grands Vergers du Sud car d'après le maire *“C'est un projet structurant à l'échelle de toute la métropole pour l'entrée sud de l'agglomération avec un vrai enjeu, un vrai enjeu en terme de mobilité, en terme de transition écologique, en termes de transition paysagère aussi, parce que vous avez dit que vous étiez rendu sur place, c'est quand même pas très beau.”*

Tout d'abord, l'enjeu des mobilités urbaines est au cœur de projet. L'objectif affiché est de venir renforcer les transports en commun et les mobilités actives (vélo, marche à pied) le long de l'axe Roland Carraz en vue de réduire la dépendance à l'automobile qui aujourd'hui *“juste un axe pour les bagnoles”*. (SG). À cet égard, l'arrivée de la ligne de tramway T3 à l'horizon 2030 constitue un levier à la fois physique et symbolique de transformation. Le tramway est conçu comme le moteur de la mutation urbaine. L'implantation envisagée d'une clinique sur l'esplanade Limburgerhof, à proximité d'une future station, illustre cette dynamique de revalorisation induite par la nouvelle desserte. Le deuxième enjeu concerne la production de logements afin d'accompagner la croissance démographique de la métropole dijonnaise, qui demeure



*Vue sur l'Avenue Roland Carraz, 25 mai 2026
©Participant de la promenade sensible*

l'une des rares métropoles de l'Est de la France à continuer de croître. Nous le verrons, cette augmentation attendue de la population fait débat à l'échelle locale et les estimations internes divergent encore. Tandis que Stéphane Gaillard évoque la création de "3500 à 4500 logements dans les 30 ans", le maire parle lui "d'une densité raisonnable sur l'ensemble d'avenue Roland Carraz nous amènerait à construire environ 2000 à 2500 logements d'ici à 2050. J'insiste bien, d'ici à 2050". Une augmentation démographique d'environ 30% qui entraînerait des transformations sociales importantes et nécessite d'anticiper les besoins en équipements et en services publics, notamment la création de nouvelles écoles.

“Enfin, je veux dire, c'était déjà moche avant. Ce n'est pas moche seulement depuis hier. Ça fait longtemps que c'est moche. Ça fait très longtemps que c'est moche. Et ça a toujours été affiché comme étant un enjeu, que de travailler le changement d'image de cette entrée sud de la métropole. Alors c'était inscrit dans les documents d'urbanisme, mais ce n'était pas la priorité de l'intercommunalité à l'époque.”

Stéphane Gaillard - Directeur du développement et de l'attractivité du territoire de la Ville de Chenôve

Le troisième enjeu affiché par les pouvoirs publics est de requalifier l'image de l'entrée de ville sud de la métropole dijonnaise. Un enjeu renforcé par "l'inscription des climats [du vignoble] de Bourgogne au mondial de l'UNESCO" comme le précise Stéphane Gaillard en charge de l'attractivité de la commune. Ainsi, la requalification vise à améliorer une image de l'avenue que les acteurs rencontrés décrivent tour à tour comme illustrative de la "France Moche" avec ses panneaux publicitaires. Un changement d'image qui passe par des enjeux de renaturation et la végétalisation en lien avec les objectifs de transition écologique du territoire. Ces enjeux sont inscrits dans les les

orientations programmatiques des OAP du PLUi-HD qui incitent à "Développer un projet urbain innovant permettant de connecter les quartiers, les équipements et espaces verts existants entre eux et à l'axe Dijon-Beaune" (p. 44) en prévoyant des "espaces tampons végétalisés".

Enfin, le dernier enjeu consiste à instaurer une véritable mixité des usages le long de l'axe Roland Carraz aujourd'hui perçu comme un simple corridor de transit. L'objectif est de transformer cet espace linéaire et peu qualitatif en un lieu de vie résidentiel et paysager, capable d'accueillir des fonctions diversifiées. Pour y parvenir, les pouvoirs publics envisagent une sélection fine des activités existantes, en conservant les commerces de proximité jugés utiles et en accompagnant le déplacement des activités incompatibles avec l'ambition d'un futur quartier de vie. Certaines entreprises, comme Iveco, spécialisée dans la vente et la location de poids lourds, sont ainsi considérées comme ne pouvant plus trouver leur place dans le paysage urbain à venir.

Cette recomposition fonctionnelle doit permettre de créer un tissu urbain mixte, plus cohérent et plus attractif pour les habitants comme pour les usagers. Si l'ambition politique affichée est forte, il reste toutefois difficile d'en mesurer la portée réelle, le projet demeurant à un stade pré-opérationnel. Les promesses paysagères et la qualité urbaine annoncées devront encore être confirmées par les phases de conception et de réalisation. Une vigilance s'impose donc quant à l'écart possible entre le récit mobilisateur et les formes urbaines effectivement produites.

“L'idée, c'est vraiment d'embarquer les habitants dans un récit, dans une ambition, dans une vision de la ville, qui soit pour ce qui nous concerne et pour ce qui nous concerne, une vision qui allie un urbanisme mixte, de qualité, donc la qualité architecturale est importante, la végétalisation, des mobilités renforcées.”

Thierry Falconnet - Maire de Chenôve

3. Les acteurs privés & publics impliqués ainsi que leurs stratégies

Le projet de reconversion, tel que nous l'ont présenté nos acteurs, vise une portée métropolitaine. Cette stratégie implique dès lors plusieurs types d'acteurs, à la fois du secteur public et du secteur privé. Présenté comme un projet marqueur de l'entrée de la métropole de Dijon, trois acteurs de la maîtrise publique pilotent conjointement le projet.

DIJON MÉTROPOLE

Présidée par François Rebsamen, la Métropole de Dijon a déclaré **l'opération d'intérêt métropolitain** des "Grands Vergers du Sud" en juin 2021 par délibération. Pour faire suite, le Conseil Métropolitain confie un mandat d'études à la SPLAAD (*Société Publique Locale d'Aménagement de l'Agglomération Dijonnaise*) en septembre 2021. Cette décision a notamment permis de **définir le périmètre d'études du projet**.

La métropole est actionnaire majoritaire sur ce projet, là où la ville de Dijon et Chenôve sont actionnaires à parts égales. La stratégie fixée par Dijon Métropole s'appuie sur le PLUi-HD entré en vigueur en 2020 qui permet de faire de l'entrée sud un axe prioritaire dans le développement de la future métropole. Située sur l'axe Dijon-Beaune, la commune de Chenôve permet d'étendre le développement intramuros de Dijon vers la première couronne. Le deuxième axe stratégique de Dijon Métropole se situe dans **la maîtrise du foncier public afin d'éviter la spéculation**.

LA SPLAAD

La SPLAAD a été créée en 2009 à l'initiative de l'actuel Député Pierre Pribetich – ancien président de Dijon Métropole – et François Rebsamen. En tant que SPL (*société publique locale*), cette structure agit dans l'intérêt de **réaliser des opérations ou des actions d'aménagement pour le compte de son ou de ses actionnaires**. Actuellement, la SPLAAD ne possède pas de mandat opérationnel mais plutôt un mandat d'études confié par la Métropole. Ce mandat confère environ 1 million d'euros pour l'étude. En août 2024, la SPLAAD, pour le compte de la métropole, a attribué **un accord-cadre d'étude de dureté foncière** concernant l'opération "Les Grands Vergers du Sud". Ce marché a porté spécifiquement sur l'analyse de la faisabilité des terrains du périmètre opérationnel. Cette étude technique précède la phase de plan-guide et de conception. Financé à hauteur de 236 950 euros, le marché a été gagné par le groupement **MOODAL/SYSTRA**, une vitrine dans la programmation de projets urbains.

Actuellement, **la SPLAAD pilote le dialogue compétitif pour la maîtrise d'œuvre** urbaine avec trois groupements. Les équipes en lice **Gautier+Conquet, Obras** et **Laq** ont pour objectif de proposer une vision ambitieuse de l'axe Roland Carraz à l'horizon 2050. Dès lors, la réalisation du plan-guide par le lauréat met en perspective un quartier innovant en matière d'habitat, de climat et de modes constructifs sur 50 hectares. La SPLAAD se verra ainsi **confier une concession d'aménagement** afin de piloter la phase opérationnelle du projet. Celle-ci supposera un montage financier d'investissement public (lié au tramway et aux espaces publics) et la promotion des investissements privés.

TIKEHAU CAPITAL

Tikehau Capital est une société de gestion d'actifs "multi-actifs" au sein de laquelle l'immobilier représente environ un tiers de son activité. Leur stratégie immobilière repose sur plusieurs niveaux de risque. Les fonds "value-add" sont le business plan adopté par le portefeuille Casino, c'est-à-dire acheter des sites fragilisés dans le but de redynamiser et de mener une revente dans les 5 ans. L'asset manager que nous avons rencontré possède un rôle de prise en main d'un actif après son acquisition jusqu'à la cession. Le site de Chenôve s'inscrit dans un portefeuille de 26 sites commerciaux rachetés au Groupe Casino pour un montant supérieur à 200 millions d'euros. Le site du Géant Casino est projeté selon trois scénarios possibles avec un degré de complexité différent pour chacun.

Le premier scénario est une **relocation en l'état** sous la coupe d'une nouvelle enseigne ou bien de nouvelles enseignes complémentaires. Cette première stratégie permet, selon l'acteur, une revente des locaux sous 2 ans. Le deuxième scénario consiste en une **division de la surface commerciale** pour accueillir plusieurs locataires, mais demande des travaux. Une enseigne commerciale et une salle de sport sont des options évoquées. À ce titre, la revente se ferait sous 2 à 3 ans.

In fine, la troisième stratégie consiste en une **restructuration complète**, donc plus lourde que les deux précédents scénarios. Il s'agit de la démolition et de la reconstruction d'un nouvel ensemble immobilier, impliquant l'obtention d'un permis de construire. La durée des travaux, puis de la revente après la livraison, durerait en théorie entre 4 et 5 ans. Notre interlocuteur précise que ce scénario est rentable avec un programme résidentiel inclus. Effectivement, cette option pourrait porter la charge financière des investissements et des coûts de travaux grâce à un prix au mètre carré revalorisé.

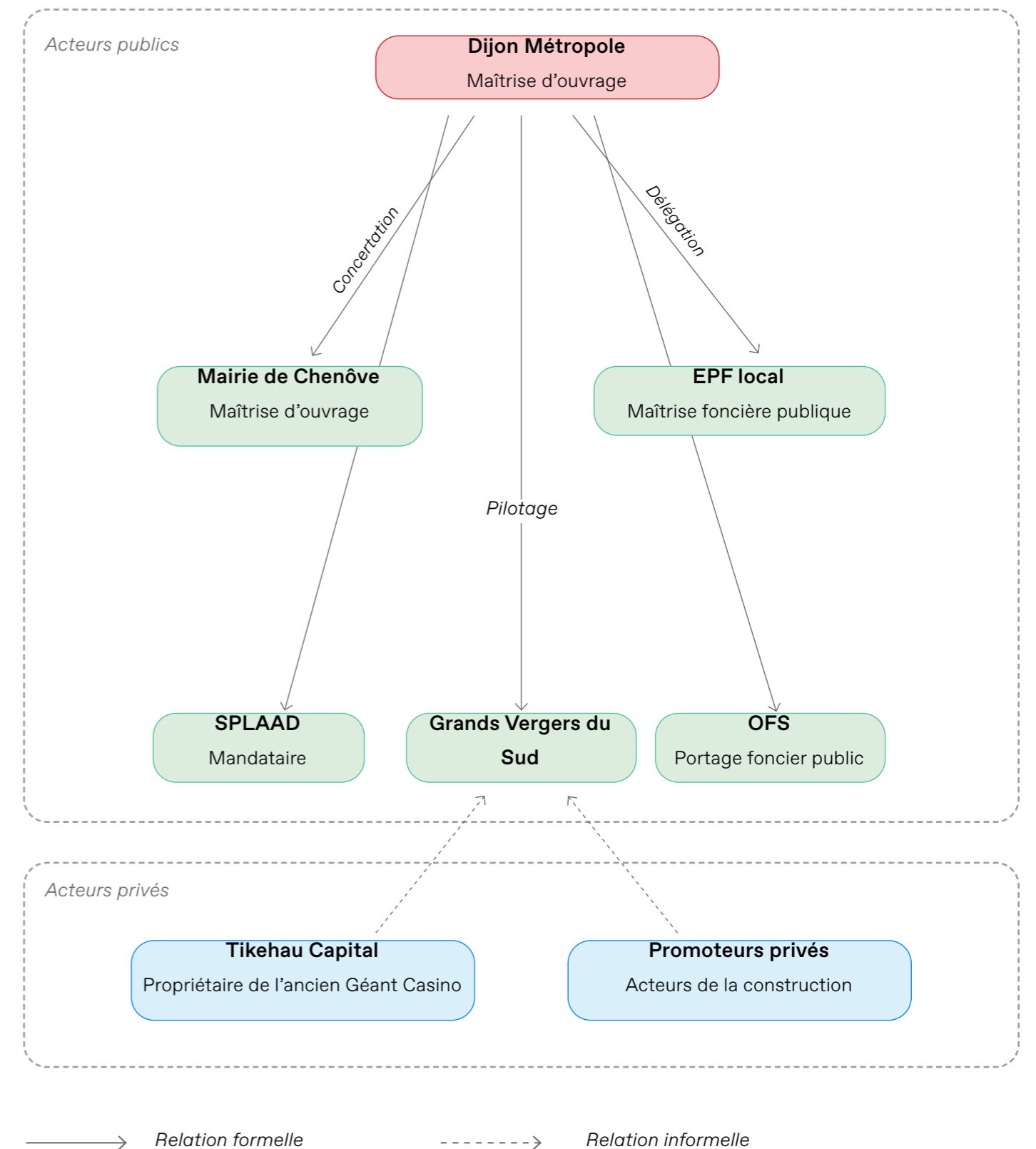


Schéma des acteurs ©Naoumy Mmadi



Panneau d'entrée vers les Portes du Sud, Chenôve, Février 2026
© Le groupe de projet

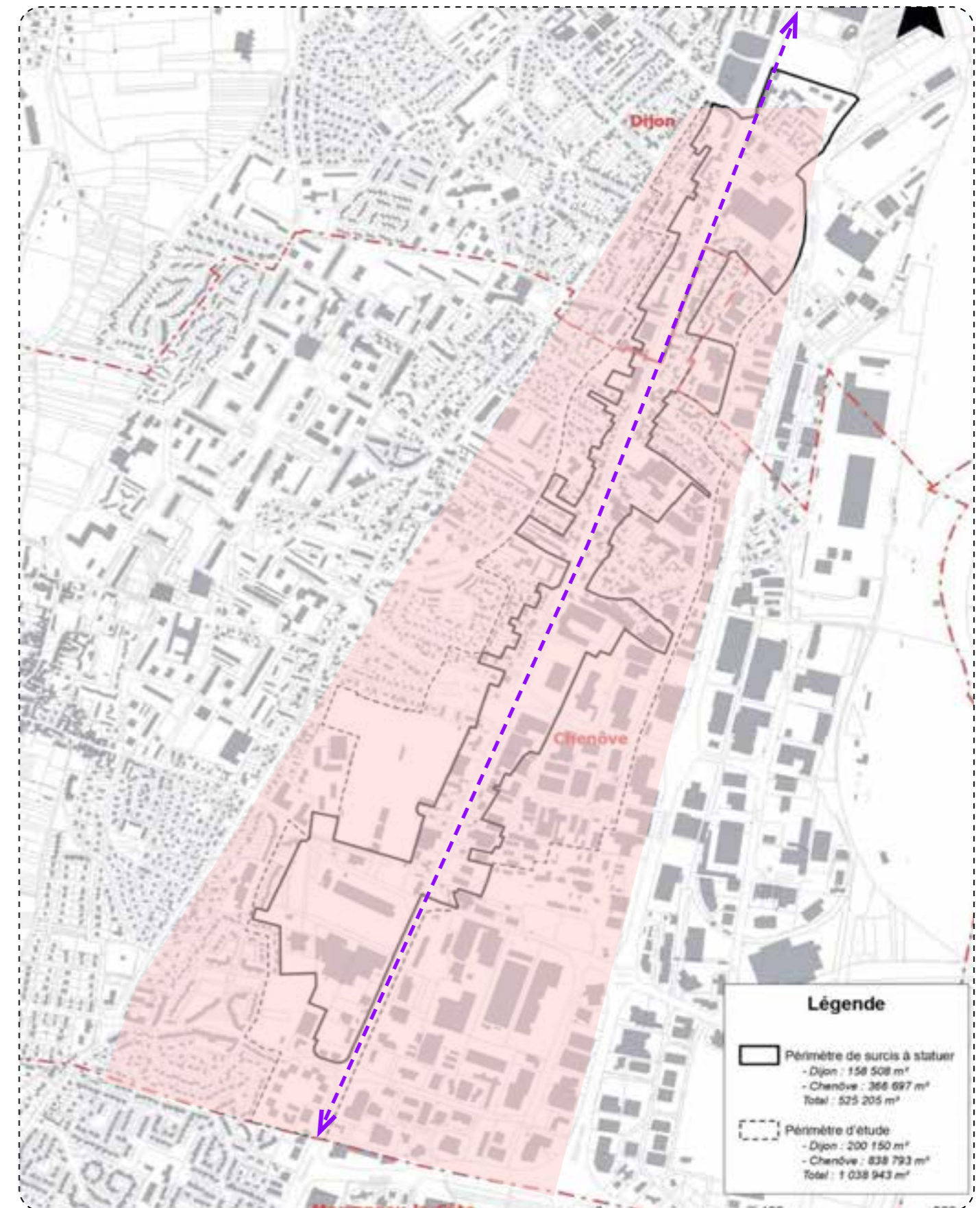
4. Le modèle économique actuel : la maîtrise foncière

Le périmètre de projet des Grands Vergers du Sud se situe en zone urbaine du PLUi de Dijon Métropole. L'un des défis majeurs auxquels se confronte le projet concerne la dureté foncière puisque le périmètre possède une large fragmentation de la nature des parcelles. Dès lors, la première étude commandée par la SPLAAD en 2024 est assurée par le groupement MOODAL/SYSTRA. La mission leur a permis d'analyser en profondeur la dureté foncière ainsi que les futures opportunités propres au projet de transformation. Effectivement, le foncier du périmètre mêle à la fois des emprises publiques et des propriétés privées dont les qualités sont très hétérogènes. Cependant, les documents en notre possession ainsi que les entretiens ne nous ont pas permis une analyse fine du parcellaire. Néanmoins, nous avons pu déterminer plusieurs points stratégiques.

Des emprises publiques stratégiques limitées

Les emprises publiques existantes ont joué un rôle déclencheur au sein du projet des Grands Vergers du Sud. L'ancien site Divia au sud de Chenôve, est devenu propriété métropolitaine lors du déménagement du dépôt de bus. Ce terrain de 4,5 hectares situé rue de Longvic constitue la genèse des Vergers du Sud avant que l'élargissement du périmètre ne donne naissance aux Grands Vergers du Sud tout le long de l'axe Carraz. Aujourd'hui, la propriété publique comprend des hangars ainsi qu'un grand parking bétonné surplombé par une ligne à haute tension. L'esplanade Limburgerhof, à proximité du stade Léo Lagrange, devrait accueillir une future clinique en lien avec le prolongement du tramway T3. Ainsi, une partie du périmètre d'étude relève de la domanialité métropolitaine, concernant principalement l'espace public.

(à droite) Périmètre des Grands Vergers du Sud ©Dijon Métropole



Périmètre d'étude : Délibération du conseil métropolitain au 30.09.2021

← - - - - - → Axe sud Roland Carraz

Un foncier majoritairement privé

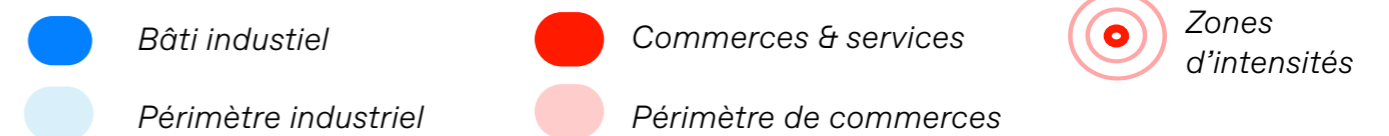
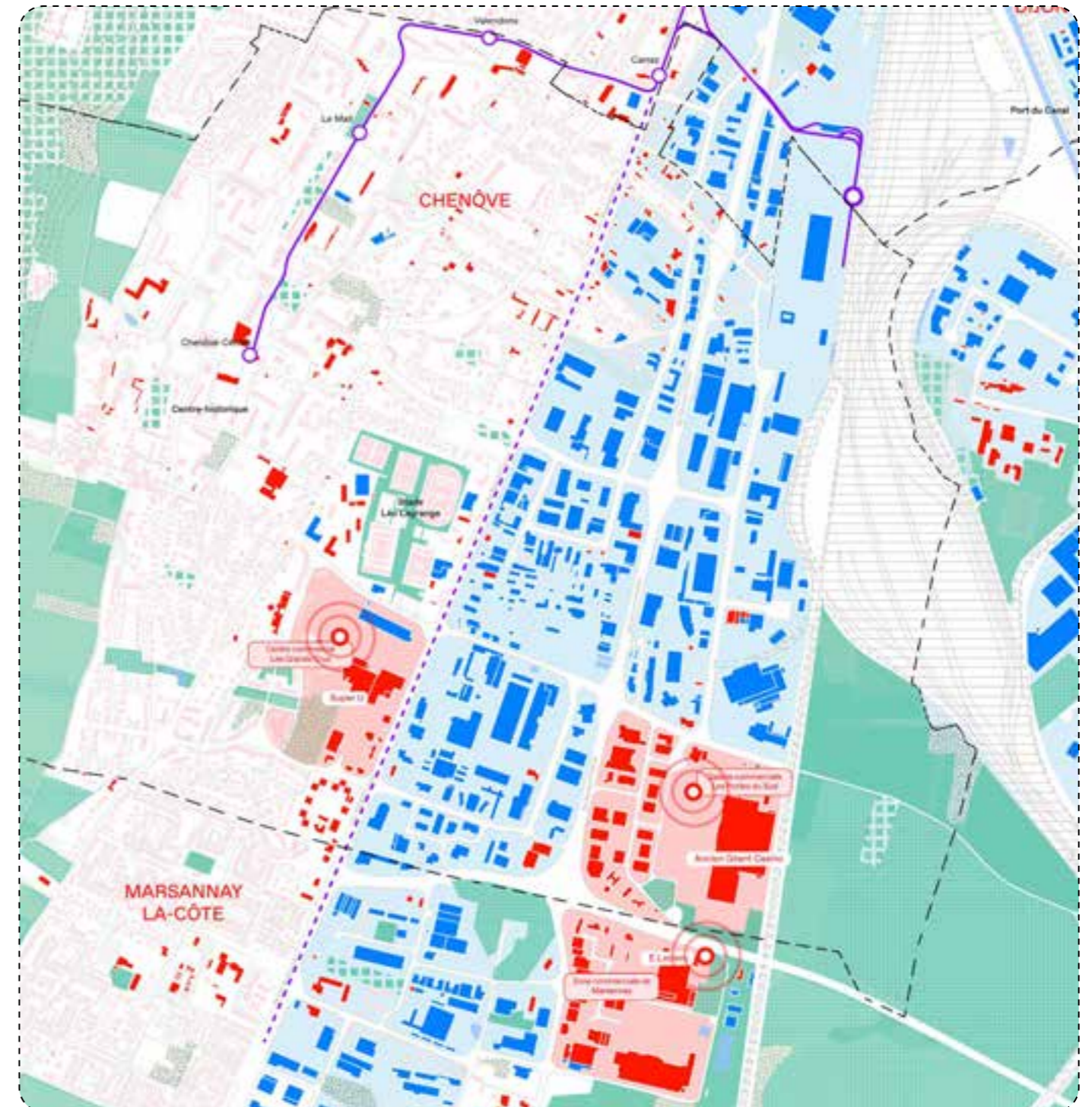
Le tissu du périmètre sur l'axe historique Roland Carraz permet de déceler plusieurs niveaux de propriétés privées. On retrouve des maisons individuelles et du pavillonnaire datés des années 30-50. Ensuite, l'emprise foncière est dominée par des locaux d'entreprises commerciales et industrielles tels qu'Iveco, Hyperbureau ou encore des concessionnaires. Nous retrouvons également des enseignes de grande distribution telles que l'ancien Géant Casino racheté par Tikehau Capital. Ce dernier cas de figure illustre une des limites rencontrées par la maîtrise foncière publique. Effectivement, puisque la SPLAAD n'a pas acquis ce foncier, il est difficile d'imposer des prescriptions à Tikehau Capital via le cahier des cessions de terrain.

Une logique économique fondée sur l'impulsion publique

L'ensemble de ce montage repose sur un plan séquentiel clair résumé par l'agent de la Mairie.

“Très clairement, s'il n'y a pas d'investissement public, il n'y a pas d'opération (...) un privé ne va pas venir faire une opération ici, tant qu'on n'a pas amené les infrastructures, la qualité qui va bien.”

Stéphane Gaillard - Directeur du développement et de l'attractivité du territoire de la Ville de Chenôve



Carte des zones commerciales & industriels à Chenôve ©Naoumy Mmadi

Concrètement, la restructuration de l'axe ainsi que la future qualité urbaine seront des leviers clés pour mener le projet à terme. Le modèle prévu pour le projet repose sur plusieurs temps : la livraison du tramway à l'horizon 2030 puis des aménagements d'espaces publics ainsi que la requalification de l'axe. Il s'agit d'étapes nécessaires qui, selon M. Le Maire, vont créer des conditions de valorisation foncière nécessaires pour attirer les investisseurs privés. C'est notamment un point que nous a souligné le Député Pribetich lors de notre échange puisque selon lui *“ sans acteurs privés, vous ne faites pas ”*. Le Député souligne également un risque structurel lié à ce modèle.

“(…) l'inconvénient, en fait, des investissements de la puissance publique, c'est que derrière, ceux qui ont les terrains, c'est eux qui captent la richesse”.

Pierre Pribetich - Député de la 3^è circonscription

Il met toutefois en avant un mécanisme qui pourrait aider la collectivité à récupérer le différentiel de valorisation :

“(…) un terrain agricole, ça vaut 30 euros le mètre, un terrain à bâtir, on en est plutôt à 500 euros. Le différentiel, il revient à la collectivité (…) ça se passe aux Pays-Bas”.

Pierre Pribetich - Député de la 3^è circonscription

Les stratégies des acteurs ainsi que les logiques foncières que nous venons de décrire ne prennent sens qu'avec un cadre réglementaire spécifique. Ainsi, via le droit de l'urbanisme, la collectivité dispose de leviers concrets pour traduire les ambitions des Grands Vergers du Sud, encadrer les acteurs privés puis sécuriser le projet sur le temps long.

5. Les outils juridiques : une maîtrise foncière partielle outillée

Si le projet des Vergers du Sud est devenu celui des Grands Vergers du Sud en raison de son intérêt stratégique pour le développement du territoire métropolitain, ce changement d'échelle est aussi naît en réaction à une spéculation foncière agressive. En effet, à partir des années 2010, de nombreux promoteurs privés démarchent les propriétaires de pavillons le long de l'avenue Roland-Carraz, forçant les pouvoirs publics à réagir pour ne pas perdre la maîtrise de l'aménagement. Ainsi, face à ces défis de maîtrise foncière, plusieurs outils juridiques sont mobilisés.

“D'où aussi la décision de la métropole de faire porter ce projet par une société publique d'aménagement, par notre société publique d'aménagement, en lien avec la création de l'Office Foncier Solidaire (OFS) pour que la collectivité puisse elle-même porter un certain nombre de tènements fonciers et obtenir ce qu'elle souhaite en termes de densité et en termes de mixité des corps urbains et en termes de mixité sociale”

Thierry Falconnet - Maire de Chenôve

Tout d'abord, afin de protéger un portage foncier sur le long terme, le Maire de Chenôve a insisté sur le rôle central de la SPLAAD et l'Organisme de Foncier Solidaire (OFS) – détenues exclusivement par les collectivités territoriales – qui permettent à la municipalité et à la métropole de contrôler la maîtrise

foncière et d'éviter des coûts prohibitifs qui obligeraient à une densité excessive. Au-delà de ces organismes, de nombreux outils juridiques sont utilisés pour maîtriser le foncier. Premièrement, on peut citer le sursis à statuer qui peut être actionné sur l'ensemble du périmètre d'étude instauré le long de l'avenue Roland Carraz en 2021.

Comme le résume Stéphane Gaillard *“toute personne qui veut déposer une demande d'autorisation d'urbanisme, un permis de construire, en fait, on peut lui dire, écoutez, “on ne va pas vous dire pour l'instant, oui ou non, par rapport à votre demande de permis, parce que nous, on est en train de réfléchir sur le devenir du secteur”*.



Galerie commerciale des Grands Crus
27 mai 2026 ©Participant de la promenade sensible

Ensuite, on note l'usage du droit de préemption. Stéphane Gaillard évoque des *“échanges assez réguliers, à chaque fois qu'il y a une vente qui se fait sur le secteur [du projet d'aménagement] ou sur ses franges, entre Dijon Métropole et la ville de Chenôve, sur l'opportunité ou pas d'exercer le droit de préemption”* et explique qu'il est déjà arrivé à la commune *“d'acheter une parcelle pour empêcher un promoteur immobilier de faire un projet”*. De plus, l'inscription du projet au PLUi-HD permet de contraindre les acteurs à des règles précises. Le maire rappelle également son pouvoir de délivrance des permis de construire, soulignant qu'un permis *“ça se refuse [...] sur des bases juridiques”*. Un arsenal juridique solide qui permet en partie de contraindre les acteurs privés et qui est amené à évoluer dans la suite du projet :

“Aujourd'hui, on n'a pas encore de procédures d'urbanisme qui nous permettent de contraindre les opérateurs. On n'a pas encore de zone d'aménagement concertée (ZAC), on n'a pas encore mis en place de déclaration d'utilité publique (DUP). Ce sont des choses qui viendront demain.”

Enfin, le droit de l'urbanisme devient également un levier pour améliorer la qualité paysagère et imposer la participation des opérateurs privés à la végétalisation. Les futures règles d'urbanisme prévoient notamment un recul obligatoire et la création d'un frontage paysager auquel les projets devront contribuer. Comme le résume Stéphane Gaillard, *“On impose un recul de 5 mètres... dans ces 5 mètres, on veut que l'opération privée participe aussi à la végétalisation... Puis s'il le fait pas, c'est pas conforme au règlement alors il n'a pas son permis de construire”*. Cette exigence traduit une volonté de dépasser la seule logique de verdissement pour promouvoir une conception paysagère globale, cohérente et contraignante, afin de créer un cadre de vie attractif.

2. ILLKIRCH-GRAFFENSTADEN





Notre deuxième étude de cas est le projet de transformation autour du centre commercial *Aushopping Illkirch Baggersee* sur la commune d'Illkirch-Graffenstaden à l'entrée Sud de Strasbourg. Un centre commercial, présent depuis 1970, qui a connu diverses extensions. La dernière en date, concerne une importante réduction de la surface commerciale de l'hypermarché Auchan, d'environ 5000 m² soit un tiers de sa surface totale, à l'origine de la relance du projet de transformation de la zone Baggersee.

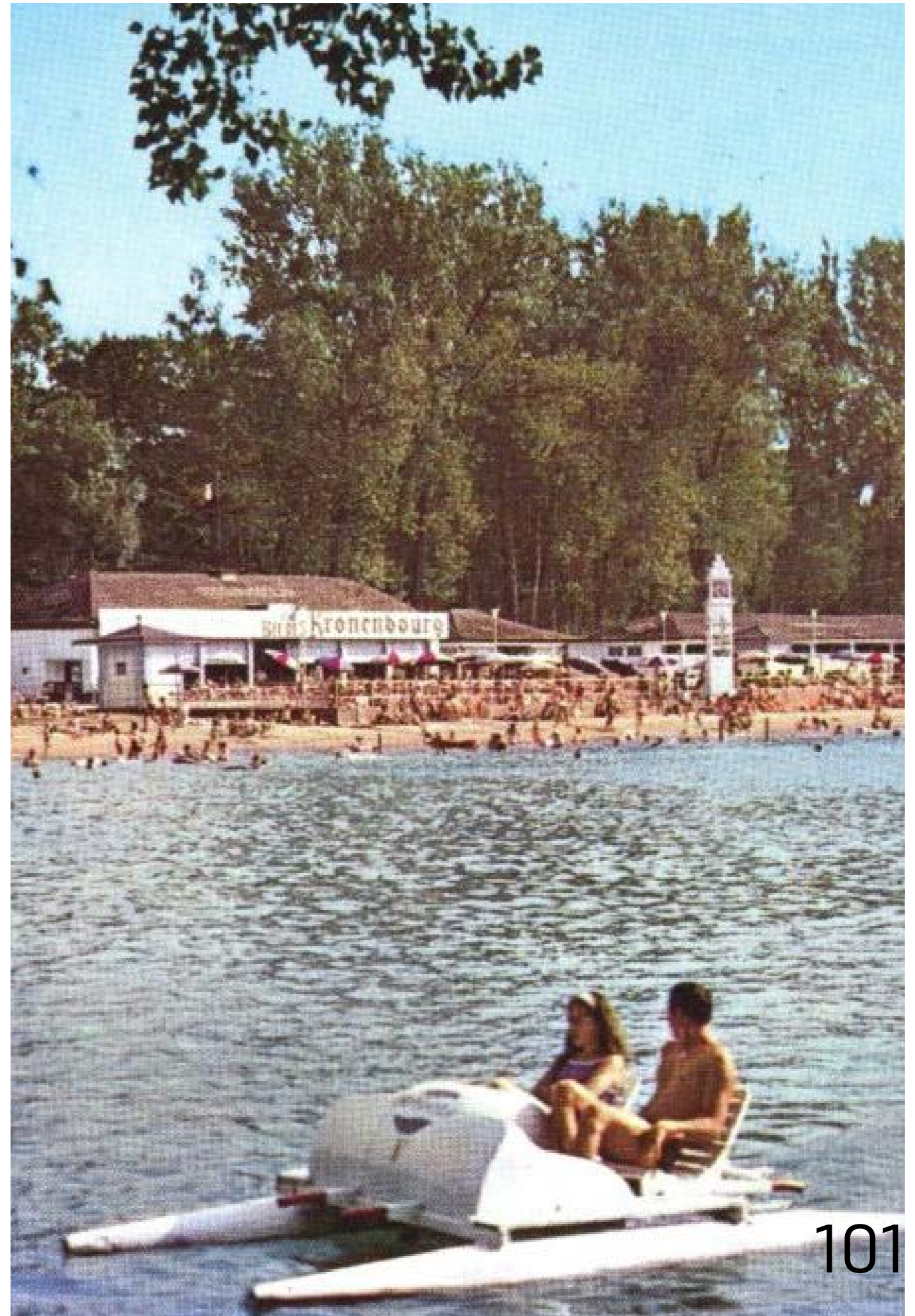
Le secteur Baggersee occupe une position de charnière à l'interface entre Strasbourg et Illkirch-Graffenstaden, à la limite entre le cœur de l'agglomération et sa première couronne. C'est une véritable porte d'entrée sud de la métropole : on y accède par les sorties de la M35 et de la M468, dans un environnement marqué par un trafic routier quotidien élevé et une forte identité automobile. L'avenue de Colmar/Strasbourg traverse le site sur 740 mètres et constitue une ligne de séparation entre deux ambiances : à l'ouest, des équipements publics (école, gare routière, parking-relais) implantés au milieu de parcelles agricoles ; à l'est, une dominante commerciale structurée autour de l'hypermarché Auchan, de sa galerie marchande, et d'enseignes comme Darty, Picard et la concession Renault.

La spécificité du Baggersee tient à sa proximité immédiate avec des espaces naturels de forte valeur écologique : le lac du Baggersee et sa base de loisirs, l'étang Gerig, la réserve naturelle nationale du massif forestier de Neuuhof et le canal du Rhône au Rhin. Le site, d'une superficie d'environ 26 hectares, joue ainsi un rôle d'articulation entre fonctions urbaines, commerciales et écologiques. C'est cette tension, entre une vocation commerciale héritée et une ambition de renaturation et de mixité, qui structure l'ensemble du projet.



Le Mamouth au Baggersee, années 70 ©Archives

La plage du Baggersee à la fin des années 60 ©Delcampe.net



1. Le contexte urbain & histoire du projet

Le Baggersee est identifié de longue date comme site de développement prioritaire et comme «vitrine» d'Illkirch-Graffenstaden et de Strasbourg en tant que «double entrée de ville». Dès les années 1990, la Communauté urbaine de Strasbourg y a mené une grande campagne d'acquisition foncière en prévision d'une opération d'aménagement. Cette anticipation foncière publique explique en partie la maîtrise dont disposent aujourd'hui les collectivités sur une partie du périmètre.

“En 2013, il y a une ZAC qui a été créée, donc la ZAC Baggersee [...]. A l'époque, c'était une ZAC, comment dire, à l'ancienne, dans le sens où on urbanisait sur les terres agricoles, on faisait table rase de ce qui existait, on recréait un quartier neuf, avec des ambitions environnementales plus réduites qu'aujourd'hui, et on construisait énormément de logements”

Adèle Bergna - cheffe de projets d'aménagement à l'Eurométropole de Strasbourg en charge du projet Baggersee

Une première traduction opérationnelle voit le jour en 2013. Par délibération du 20 décembre 2013, le Conseil de Communauté crée la Zone d'Aménagement Concerté (ZAC) Baggersee, après bilan de la concertation et mise à disposition de l'étude d'impact. Le projet consiste alors en la création d'une nouvelle centralité métropolitaine mixte avec 4 000 logements, des équipements publics, commerciaux et de loisirs, et 110 000 m² d'espaces verts et paysagers. La ZAC s'appuyait essentiellement sur l'urbanisation des terrains agricoles appartenant à la collectivité. Un protocole d'intention est signé le 10 février 2014 entre la collectivité et les sociétés Auchan et Immochan pour

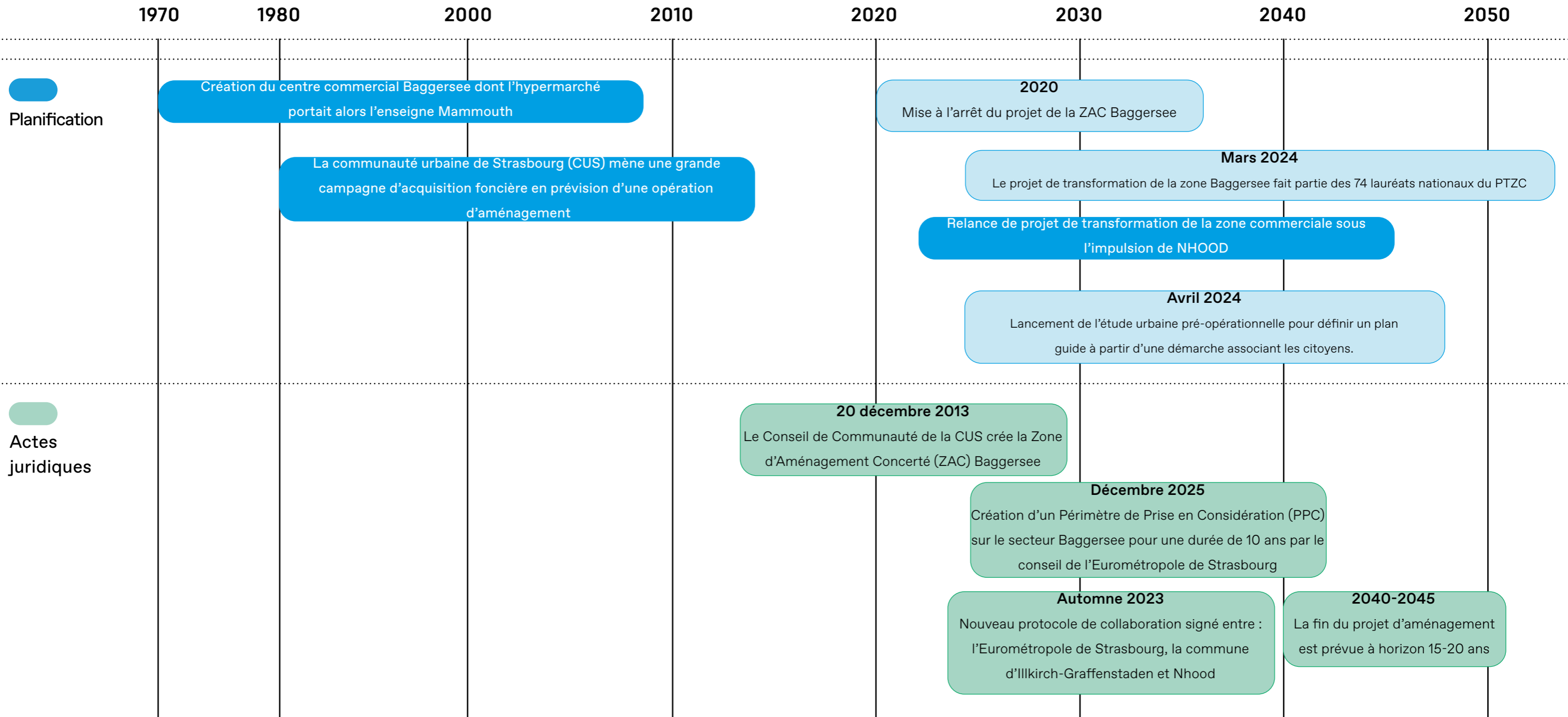
étudier la faisabilité du projet. Cette vision ne s'est toutefois jamais concrétisée. Jugé en décalage avec les nouveaux enjeux urbains et écologiques (notamment la volonté de préserver les espaces perméables agricoles et de mieux intégrer la transition écologique) le projet est mis à l'arrêt en 2020 et son autorisation de programme est supprimée.

“Aujourd'hui, les enjeux environnementaux et économiques ont évolué et donc forcément, le projet de l'époque n'était plus du tout adapté. Donc, ce qui s'est passé, c'est qu'en 2020, Auchan s'est de nouveau penché sur le sujet Baggersee, et est revenu chercher l'Eurométropole pour travailler sur le secteur»

Adèle Bergna - cheffe de projets d'aménagement à l'Eurométropole de Strasbourg en charge du projet Baggersee

Le contexte évolue à partir de 2022, sous l'effet conjugué de plusieurs facteurs : l'urgence climatique et les nouvelles règles d'artificialisation (objectif Zéro Artificialisation Nette), la fragilisation du modèle de l'hypermarché (perte d'attractivité, baisse du chiffre d'affaires, vétusté, concurrence de l'e-commerce, crise sanitaire), et la volonté du groupe Auchan de valoriser un foncier de 12 ha dont 5 ha de parkings. De plus, Le PLUi figeait la vocation commerciale du site, ce qui limitait fortement sa mutation. Le groupe mène une étude exploratoire (février-mai 2022) sous forme d'ateliers thématiques avec les services des deux collectivités. Lors des comités de pilotage des 11 juillet et 7 septembre 2022, il est décidé de relancer une coordination urbaine d'ensemble, pilotée par l'Eurométropole, avec une contribution financière de la Ville et de Nhood (l'intermédiaire de Auchan-Ceetrus) . Ce projet *“radicalement différent”* (Alexandre Leleux, Directeur de programmes) acte un changement majeur par rapport à 2013 : on ne cherche plus à urbaniser les terres agricoles mais à transformer la zone commerciale elle-même, en préservant le foncier perméable.

Repères chronologiques



2. L'état actuel du projet (2023-2025)

La démarche se formalise par un protocole de collaboration délibéré au conseil municipal d'Illkirch-Graffenstaden le 21 septembre 2023 puis à l'Eurométropole le 6 octobre 2023. Ce protocole organise le lancement et le cofinancement d'une étude urbaine pré-opérationnelle visant à élaborer un nouveau plan guide. Cette étude urbaine est pilotée par l'agence TER, un regroupement de 8 bureaux d'études, lauréat du grand prix de l'urbanisme en 2018.

Le projet est par ailleurs devenu lauréat, en mars 2024, du Plan de transformation des zones commerciales de l'Agence Nationale de la Cohésion des Territoires (ANCT), bénéficiant d'une aide de l'État de 150 000 € (75 000 € pour les études, 75 000 € pour la conduite de projet). L'étude urbaine a débuté en avril 2024. Elle a permis d'établir un diagnostic détaillé, enrichi par une démarche volontariste de participation citoyenne (ateliers sur site en novembre 2024, deux questionnaires en ligne totalisant 1 177 contributions).

À ce jour, l'étude est en phase de définition des scénarios d'aménagement. Les fortes préoccupations exprimées sur les mobilités ont conduit à lancer une étude mobilités complémentaire qui se prolonge jusqu'en 2026. La finalisation de l'étude urbaine, débutée il y a trois ans, avant la fin de l'année 2026 va donner lieu à un nouveau plan guide – encore confidentiel – qui fixera les grands principes d'aménagement du projet Baggersee. Ainsi, comme le souligne Adèle Bergna, si nous sommes sur le point *“d'arriver au bout de cette étude”* nous sommes encore loin *“de la dernière étape”* du projet.

A propos des outils d'urbanisme opérationnel que les collectivités territoriales pourraient mettre en place, elle nous informe : *“un montage qui serait envisagé, ce serait une ZAC à maîtrise foncière partielle. Mais là encore, il n'y a rien de défini et d'arbitrer à ce stade”*. Aujourd'hui, la fin du projet d'aménagement de la zone Baggersee est estimé à un horizon *“d'au minimum 15 ans”* selon Adèle Bergna.

Les enjeux actuels du nouveau protocole de collaboration sont multiples. A l'origine, c'est un enjeu économique avec l'adaptation du centre commercial *“aux évolutions des modes de vie”* qui motive Auchan, en 2020, à *“de nouveau se pencher sur le sujet Baggersee, et à revenir chercher l'Eurométropole pour travailler sur le secteur”*. Aussi, la renaturation et la végétalisation du site représente un enjeu important au vu *“des atouts paysagers très conséquents [à proximité], puisqu'on a le lac Baggersee, la forêt de Neuhof, etc.”* dans la mesure où le projet Baggersee est *“pilote de la démarche sur l'urbanisme favorable à la santé de l'Eurométropole de Strasbourg”*.

Parmi ces objectifs principaux, c'est l'enjeu de la multimodalité qui ressort comme le point névralgique du projet d'aménagement. Aujourd'hui, la zone Baggersee représente une centralité multimodale stratégique pour la métropole. Situé en entrée de ville Sud, le site regroupe deux lignes de tram, huit lignes de bus, un parking relais (P+R) de 460 places et les sorties d'autoroute de la M35 et de la M468. De fait, ce secteur est aujourd'hui saturé aux heures de pointe.

“Le secteur Baggersee particulièrement, est un hub de mobilité conséquent. Par exemple, on avait lancé l'étude urbaine en 2024, et on a eu toute une partie de l'étude qui a été stoppée à un moment, pour vraiment retravailler les mobilités. Et les élus, leur positionnement, c'était même de dire : y'aura pas de projet urbain tant qu'on a pas trouvé de solution sur la question des mobilités. ”

Adèle Bergna - cheffe de projets d'aménagement à l'Eurométropole de Strasbourg en charge du projet Baggersee

Ainsi, l'enjeu de la multimodalité constitue l'objectif principal de projet Baggersee.

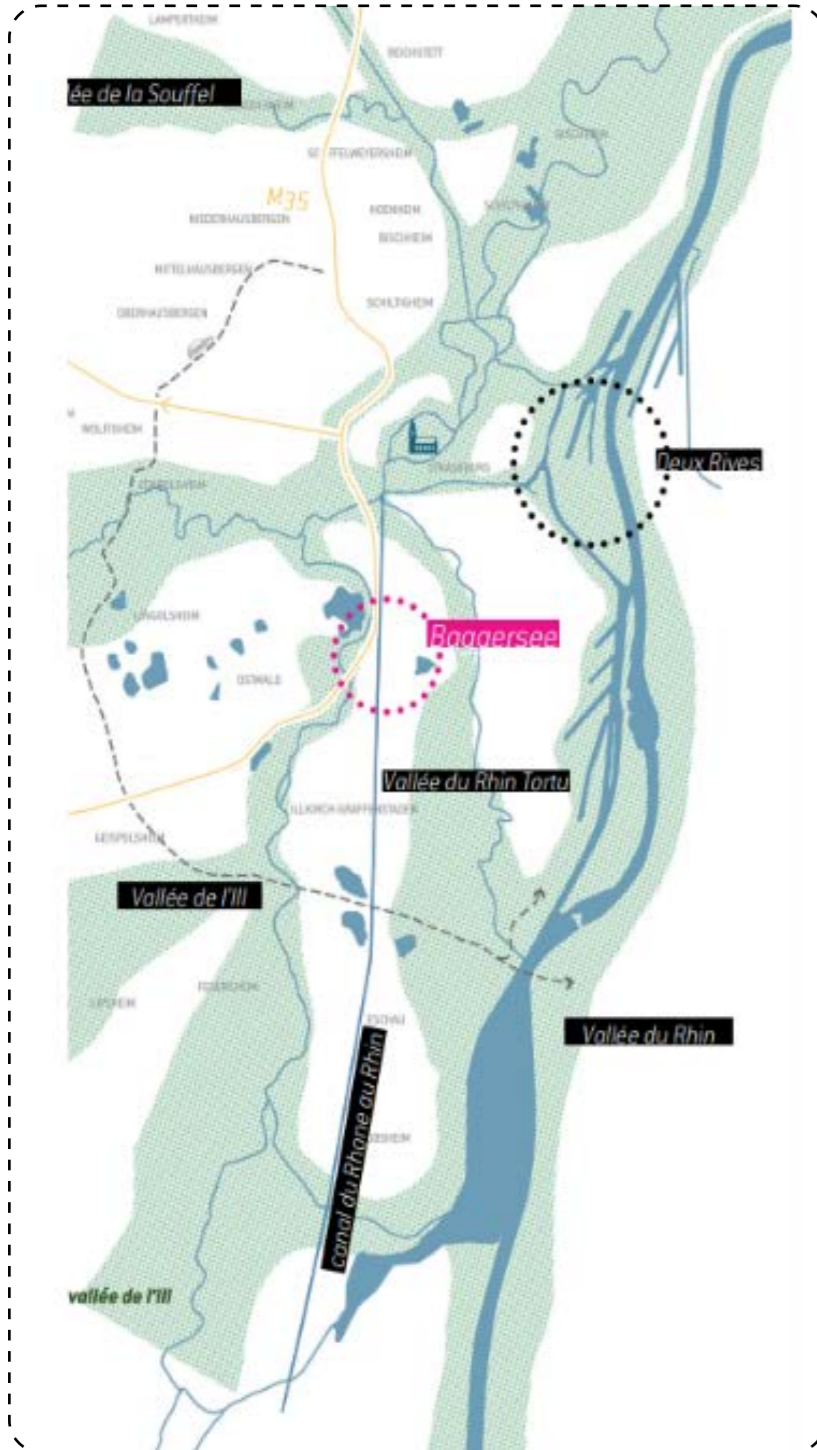


Le parking du Auchan à Baggersee, Avril 2016 ©Le groupe de projet

Le lac de Baggersee, Avril 2016 ©Le groupe de projet

Canal du quartier pavillonnaire, Avril 2016 ©Valérie Geille





Carte stratégique de la ZAC Baggersee, 2024
©Agence TER

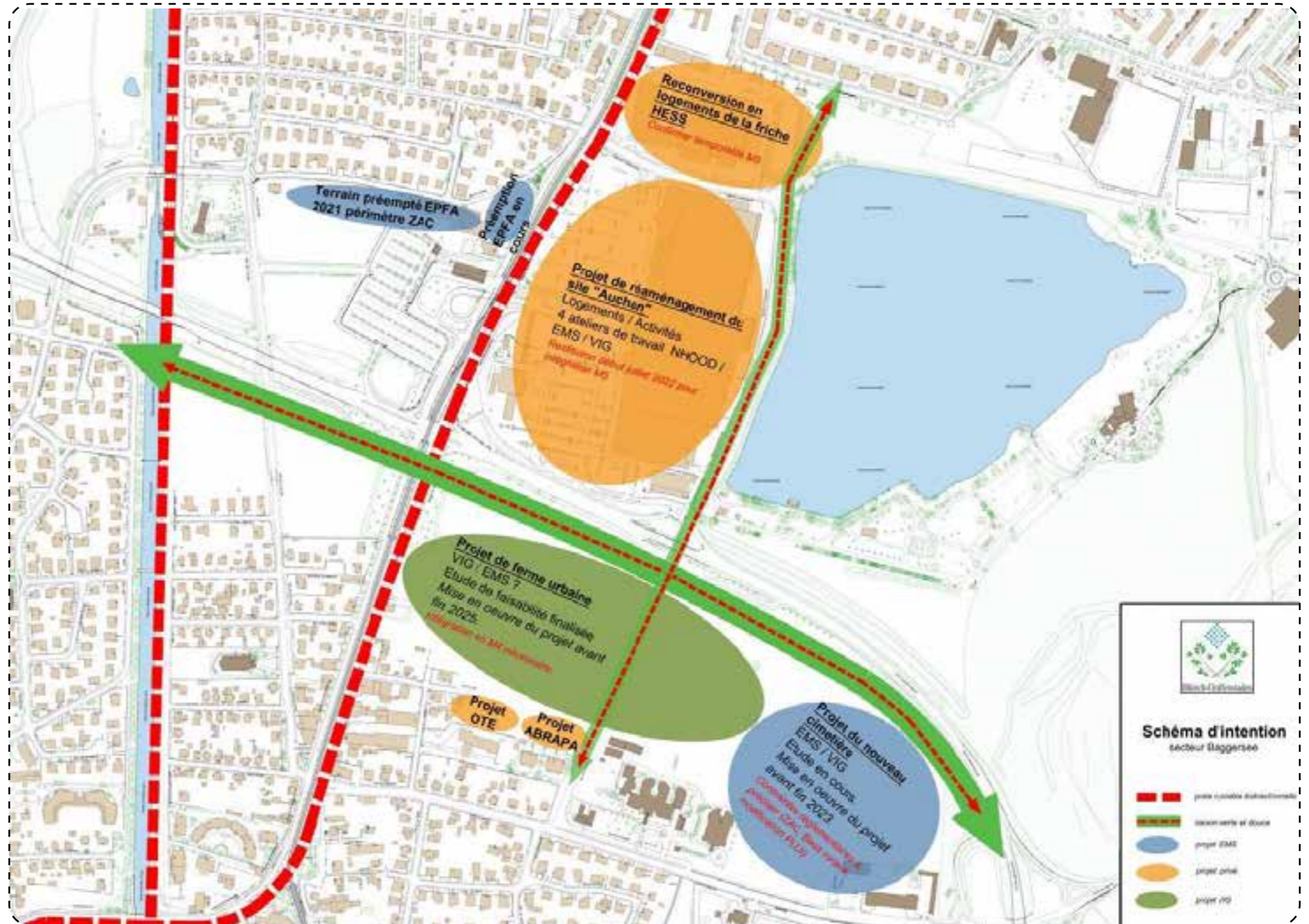


Schéma d'intention, 2022
©Ville d'Illkirch-Graffenstaden

3. Les acteurs impliqués : une gouvernance partenariale public-privé

Le projet repose sur un partenariat à trois parties, dont la cartographie révèle bien la répartition des rôles entre maîtrise publique et intérêts privés.

L'eurométropole de strasbourg (EMS)

L'Eurométropole de Strasbourg (EMS), compétente en matière d'aménagement, est le **pilote du projet et le maître d'ouvrage de l'étude urbaine**. Elle porte le pilotage public destiné à garantir l'intérêt général, la cohérence d'ensemble et la prise en compte des politiques publiques. Elle finance 50 % de l'étude urbaine.

A cet égard, nous nous sommes entretenus avec Adèle Bergna, cheffe de projets d'aménagement à l'Eurométropole de Strasbourg en charge du projet Baggersee, dont le rôle correspond à celui "**d'assembler**" : "*C'est moi qui fais la coordination avec les acteurs privés avec lesquels on travaille. Qui fait le lien aussi avec la commune.*"

La ville d'Illkirch-Graffenstaden

La Ville d'Illkirch-Graffenstaden est partenaire de proximité : le site se trouve en grande partie sur son territoire, et plusieurs projets connexes relèvent de la commune (activité agricole, nouveau cimetière paysager). Elle finance **10 % de l'étude urbaine**.

NHOOD Services France

Nhood Services France est l'opérateur privé, qui agit au nom et pour **le compte des sociétés Ceetrus France et Auchan Retail France**, propriétaires et exploitants de la zone commerciale (regroupés sous l'appellation "*Co-propriétaires*"). Nhood finance 40 % de l'étude. Son intérêt est clair : valoriser **un foncier fragilisé et requalifier un centre commercial vieillissant**. A propos du rôle de Nhood dans le projet, Alexandre Leleux, Directeur de programmes au sein de l'opérateur de services immobilier, nous dit : "*Quand on refait un petit focus sur Illkirch, ça représente plus de 80 ou 60% de l'emprise foncière du projet du Baggersee. Et donc, en gros, Nhood est l'acteur, on pourrait dire de référence, qui représentent l'ensemble des propriétaires*"

À ces trois signataires s'ajoutent des acteurs périphériques : l'État (via l'ANCT, financeur, et via le contrôle de légalité préfectoral), l'Établissement Public Foncier d'Alsace (délégataire de certaines préemptions), le prestataire d'étude urbaine (le groupement mené par l'Agence Ter, retenu après consultation), ainsi que les habitants et usagers mobilisés dans la concertation. D'autres propriétaires fonciers privés sont également présents dans le périmètre (Hess/Renault, la SCI Baggersee Ouest dont Ceetrus détient plus de 49 % des parts).

Face à ces acteurs directement mobilisés dans l'élaboration du projet, il ne faut pas oublier l'association Baggersee. En effet, cette dernière a été fondée en réaction à la création de la ZAC en 2013. Leur importance est non négligeable puisque chaque acteur en lien avec ce projet que l'on a rencontré nous mentionnait l'association Baggersee comme un acteur qui a eu un rôle dans les différentes prises de décisions par les acteurs. Sur sa page d'accueil, l'association se définit ainsi :

“Faire venir plus de 7 000 personnes autour du carrefour Baggersee aurait des conséquences graves, largement sous-estimées.”

La présence d'espaces verts suffisants, la gestion de la circulation, le bien vivre ensemble dans un environnement à taille humaine sont nos priorités. Les enjeux qu'ils ciblent sont particulièrement ceux du logement ainsi que la déstructuration du paysage du quartier. Pour faire peser leur voix, l'association a organisé des ateliers sur site, pour consulter l'avis des citoyens, a organisé en 2020, dans le cadre des élections municipales, une pétition :

“ Stop a la bétonisation d'illkirch !!! ”

qui a récolté 1402 signatures. Ils sont aujourd'hui parfois conviés par l'Euro-métropole ou la mairie à venir discuter du projet.

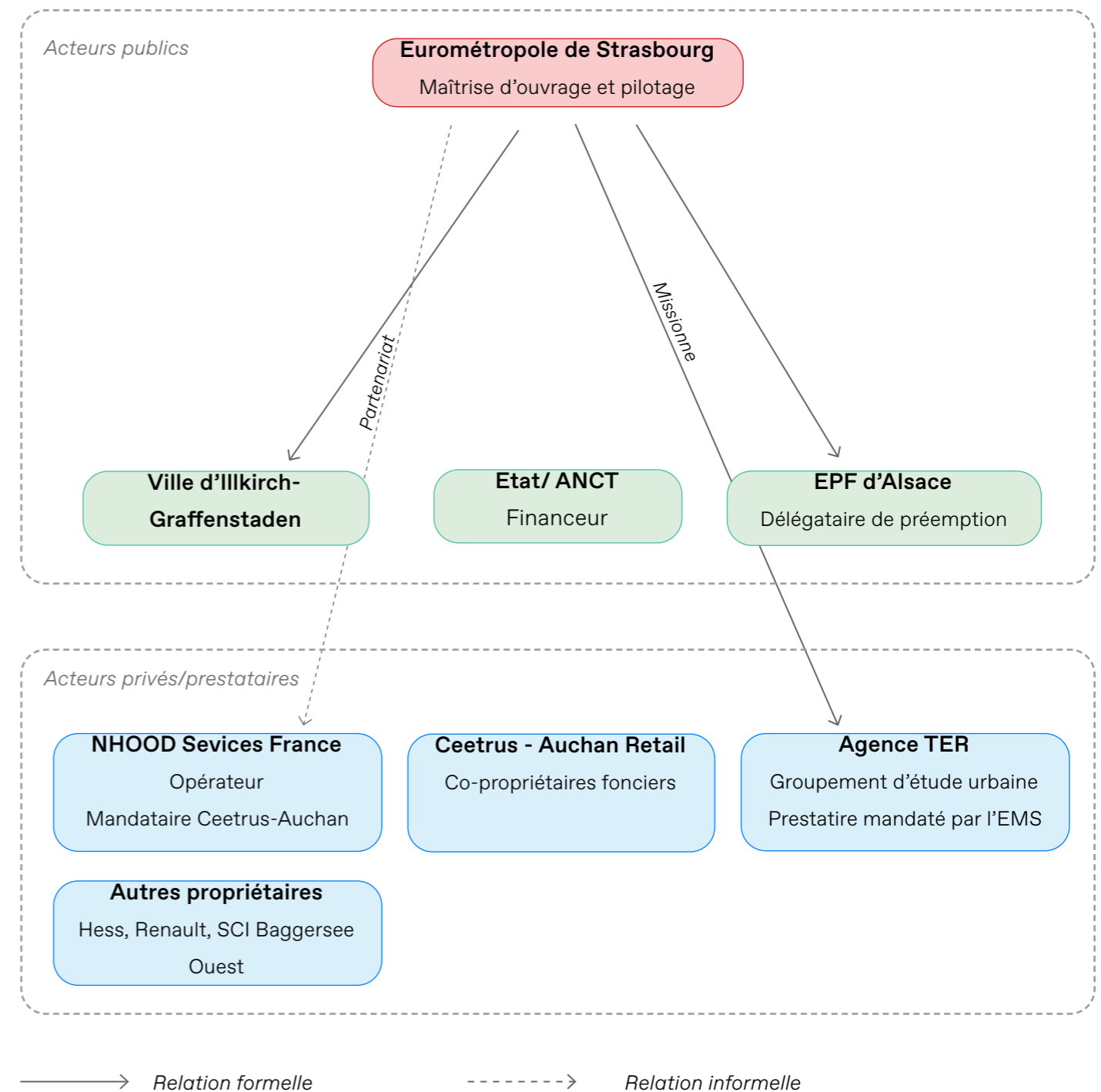
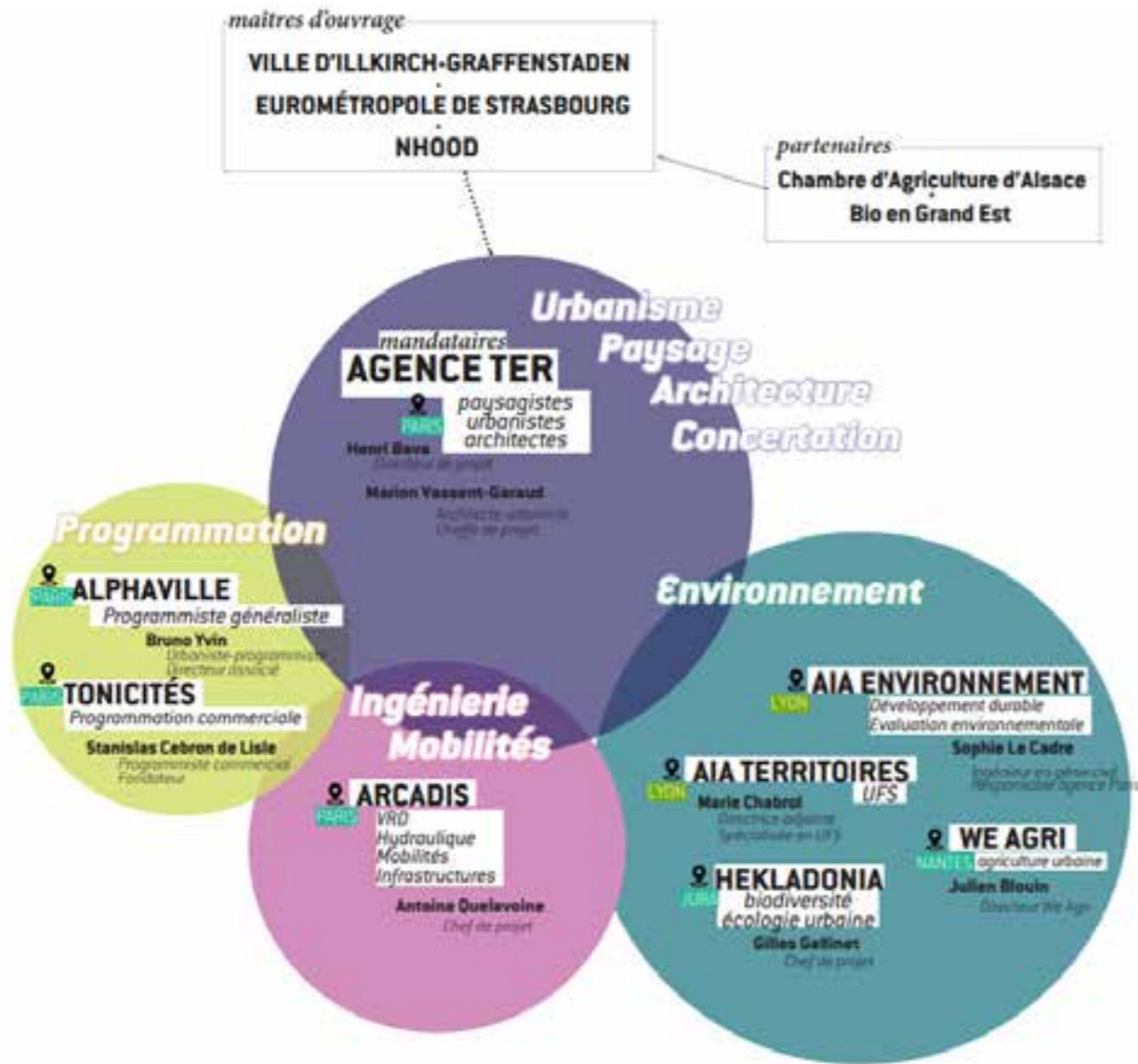


Schéma des acteurs ©Naoumy Mmadi



Poster d'annonce publié sur LinkedIn ©Agence TER
 Groupement de la maîtrise d'oeuvre ©Agence TER

ILLKIRCH BAGGERSEE
 Plan guide gagné !
 Pour un quartier vivant et connecté

agence **ter**

4. Le modèle économique : une maîtrise foncière partagée et stratégique

La question foncière est le cœur du modèle économique du projet, et sa principale complexité. Le Baggersee se caractérise par un foncier éclaté entre acteurs publics et privés. Côté public, l'Eurométropole et la Ville possèdent une part importante du foncier, notamment les terrains agricoles à l'ouest, fruit des acquisitions anticipées des années 1990. Côté privé, la propriété du centre commercial est elle-même morcelée : la SCI Baggersee Ouest (Ceetrus à plus de 49 %) détient la moitié nord ; au sud, Auchan possède une partie de son magasin, ses stationnements, la station-service et le Drive, tandis que Ceetrus détient la partie sud de la galerie et les terrains Norauto.

“Pour ces projets-là, l'équilibre économique est complexe et la puissance publique doit quand même prendre une certaine quote-part(...) je ne vais pas dire de déficit d'opération, mais de responsabilité pour accompagner d'une certaine manière la transformation et le changement.”

Alexandre Leleux - Directeur de programmation chez NHOOD

Le financement des études illustre la logique de partage des coûts : l'étude urbaine pré-opérationnelle est budgétée à 200 000 € HT, cofinancée à 50 % par l'Eurométropole de Strasbourg, 40 % par Nhood et 10 % par la commune d'Illkirch-Graffenstaden. Les études complémentaires (trafic ~100 000 €, environnement ~50 000 €, montage opérationnel ~40 000 €) portent le coût total à environ 390 000 € HT, l'EMS prenant seule en charge ces études complémentaires. À cela s'ajoute la subvention de l'État de 150 000 €. Il est à noter que le montage financier de l'opération elle-même (bilans d'aménagement, promotion, investissement) reste à définir :

le protocole précise qu'il sera élaboré en partenariat entre les trois parties et ne relève pas du prestataire. La stratégie foncière publique vise à sécuriser la maîtrise du sol pour garantir un aménagement cohérent. Deux leviers sont mobilisés : un périmètre de veille foncière permettant à l'EMS d'exercer son droit de préemption urbain sur les emprises manquantes (certaines préemptions étant déléguées à l'EPF d'Alsace), et, le cas échéant, une campagne d'acquisition à l'amiable selon l'avancement du programme. L'enjeu économique sous-jacent est d'éviter qu'une mutation non maîtrisée du foncier privé (revente, opération spéculative, nouvelle implantation commerciale) ne compromette ou ne renchérisse la future opération d'aménagement.



Carte de la signature du protocole, 2023 ©Ville d'Illkirch-Graffenstaden

5. Les outils juridiques mobilisés

Le protocole de collaboration (2023) est l'outil contractuel fondateur. Sans valeur d'engagement opérationnel définitif, il fixe le cahier des charges de l'étude, les modalités de choix du prestataire, le financement et la gouvernance afin d'arriver à un plan guide. Pour les trois parties impliqués, ce protocole permet de "définir une méthode de travail, sur une durée donnée" avec l'idée de se dire "on a signé, [...] ok, en fait, on va co-financer les études ensemble" (Alexandre Leleux). Ce protocole de collaboration se substitue au protocole d'intention de 2014, déclaré caduc. Sa durée est limitée (échéance prévisionnelle au 1er trimestre 2025). Les litiges relèvent du tribunal administratif de Strasbourg, ce qui confirme la nature publique du montage.

La commande publique encadre le choix du prestataire. L'étude étant cofinancée par fonds publics, elle entre dans le champ du Code de la commande publique : un marché de maîtrise d'œuvre urbaine à prix forfaitaire a été passé via une consultation organisée par l'EMS (accord-cadre et marché subséquent numéro 1 pour l'élaboration du plan guide), les co-financeurs étant associés à l'analyse des offres. Le plan guide est l'outil de planification opérationnelle. Document de synthèse traduisant le parti pris d'aménagement, il n'a pas de portée réglementaire directe mais oriente l'ensemble du projet et alimente, le cas échéant, l'évolution des documents d'urbanisme.

"Alors, notre outil [juridique] principal, ça reste le PLU. [...] Tout ce qui est sur la zone commerciale, on est sur du UX, donc en fait, les opérateurs ne pourraient pas construire du logement sans que la collectivité fasse évoluer le PLU. Donc ça, c'est vraiment notre outil principal de négociation avec les opérateurs privés."

Adèle Bergna - cheffe de projets d'aménagement à l'Eurométropole de Strasbourg en charge du projet Baggersee

Le périmètre de prise en considération (PPC), créé par délibération du 19 décembre 2025 (adoptée à l'unanimité, 77 voix pour), est l'outil juridique le plus récent et le plus significatif sur le plan de la maîtrise du projet. Fondé sur les articles L. 300-1 et L. 424-1 du Code de l'urbanisme, il est institué pour une durée de 10 ans. Il permet à l'autorité compétente d'opposer, pendant deux ans, un sursis à statuer aux demandes d'autorisation d'urbanisme portant sur des travaux susceptibles de compromettre ou de rendre plus onéreuse la future opération d'aménagement. C'est une mesure de sauvegarde défensive : elle gèle le secteur le temps de stabiliser le projet, et matérialise la volonté des collectivités de se prémunir contre toute évolution non maîtrisée d'un site jugé stratégique.

L'évolution du PLUi constitue l'outil réglementaire à venir. Une partie du périmètre (Auchan, garage Renault) est aujourd'hui en **zonage à vocation économique (UX)**, incompatible avec le développement de logements. Une fois le plan guide validé, une révision, **une modification ou une mise en compatibilité du PLUi** sera nécessaire. À noter qu'un Plan d'Aménagement Global (PAG), fondé sur l'article L151-41 du Code de l'urbanisme, a déjà été appliqué depuis 2024 sur les emprises Darty et Picard (zone UB2) via la mise en compatibilité n°4 : il y **gèle pour 5 ans** les constructions de plus de 10 m².

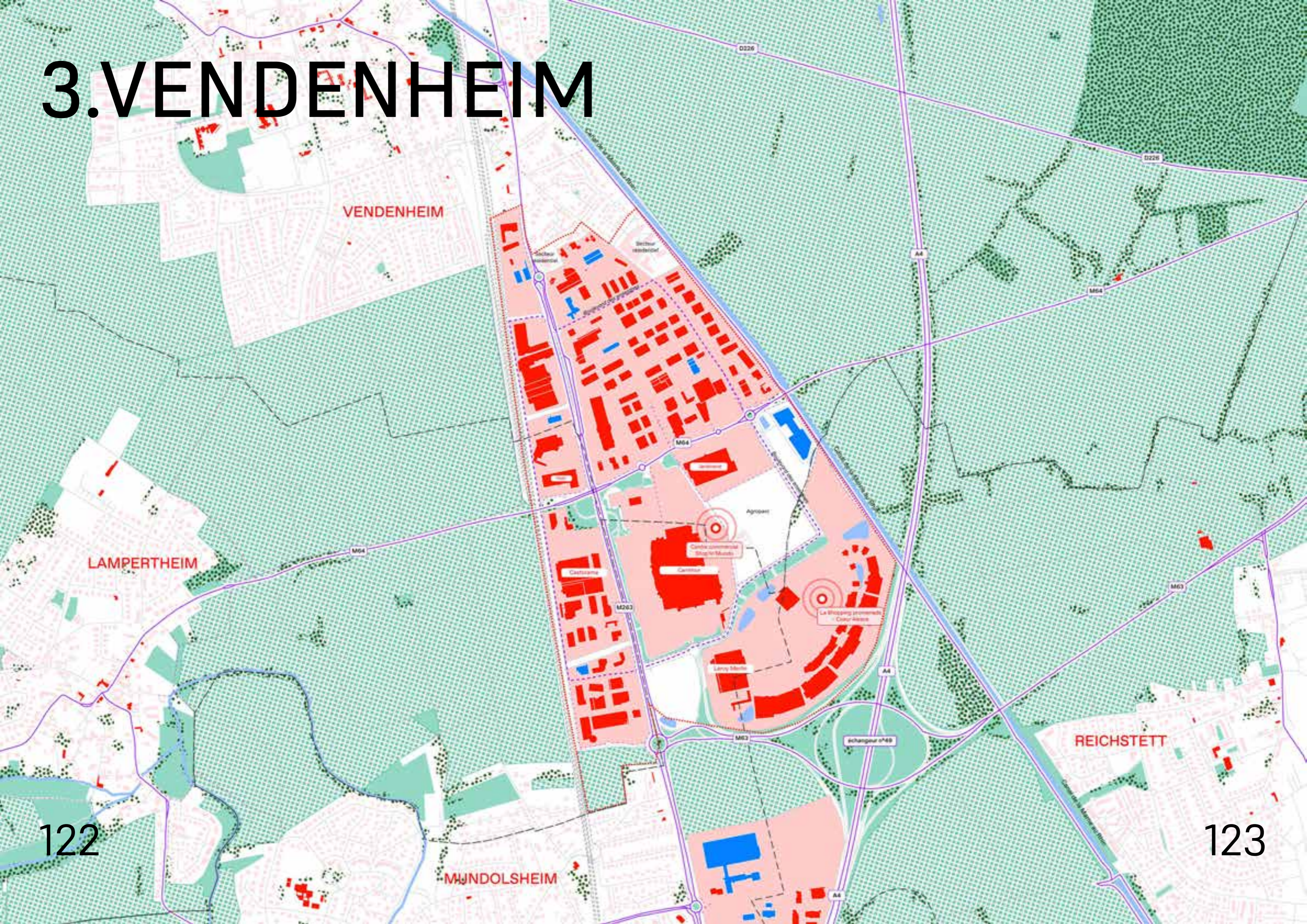


Enfin, comme dans tout projet d'aménagement urbain mené par une collectivité territoriale, le droit de préemption urbain (DPU) reste un outil de maîtrise foncière incontournable. Actuellement selon Adèle, plusieurs préemptions sont en cours dans le secteur.

"Dès qu'il y a une déclaration d'intention d'aliéner, la métropole se positionne sur, oui ou non, on veut préempter le terrain, et ça, c'est quand même un outil assez important"

Adèle Bergna - cheffe de projets d'aménagement à l'Eurométropole de Strasbourg en charge du projet Baggersee

3.VENDENHEIM





Vue aérienne de Vendenheim, 1963 ©Delcampe.net

1. Le contexte urbain & histoire du projet

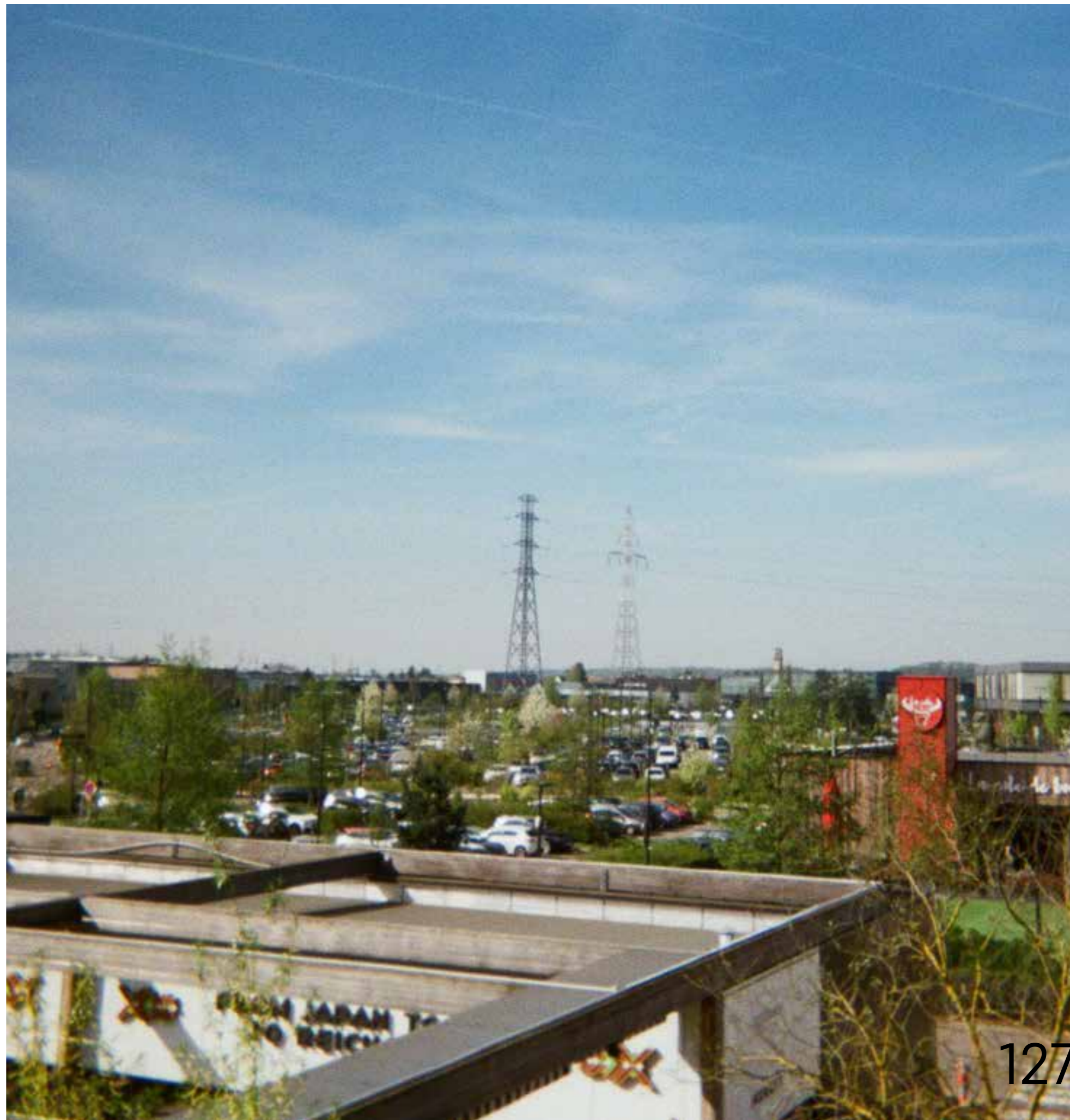
Le site de la Zone Commerciale Nord (ZCN) est étendu sur 150 ha, à cheval sur quatre communes de la métropole de Strasbourg : Reichstett, Vendenheim, Mundolsheim et Lampertheim. Située à moins de 10 km du centre-ville de Strasbourg, la ZCN est accessible via l'autoroute A4 et l'échangeur n° 49 de Reichstett-Mundolsheim. Sa position géographique idéale non loin d'une voie ferrée permet à la ZCN d'avoir une zone de chalandise de près de 600 000 habitants. Ces éléments de cadrage permettent de le qualifier de pôle commercial régional. Pourtant, il est important de noter que la ZCN est la deuxième destination commerciale privilégiée dans la métropole. Effectivement, la chargée de projet de l'Eurométropole nous disait que :

“Une spécificité importante à Strasbourg que l'on ne retrouve pas partout : le centre-ville reste la zone commerciale la plus importante par rapport à la périphérie.”

L'intervention sur la ZCN est décidée dès 2008. Plusieurs points dysfonctionnels de l'époque nous ont été évoqués par les deux chargées de mission de l'Eurométropole de Strasbourg. Tout d'abord, la zone était vieillissante avec des bâtiments obsolètes, une absence de végétalisation et un sol bitumé par les étendues de parkings. La chargée de projet soulignait :

“C'était des boîtes, des routes et des parkings, avec un réseau viaire qui était assez complexe à lire. Une zone vieillissante et mal intégrée dans son environnement (...) un accès via l'échangeur autoroutier au sud et une voirie centrale qui était une voirie à la fois de desserte des commerces mais aussi de principale accès aux communes.”

Alix Brignon - Cheffe de projet sur la ZCN



Vue sur la Shopping Promenade, Avril 2026
©Le groupe de projet

Au coeur de la Shopping Promenade, Avril 2016 ©Le groupe de projet
Parking de la galerie commerciale Carrefour, Avril 2026 ©Le groupe de projet



128



129

La mobilité est également un des facteurs de réflexion de la requalification de la zone. Effectivement, la RD263 assurait à l'époque la desserte de la zone mais servait également de lieu de transit vers les communes voisines sur l'axe nord-ouest. Dès lors, la saturation du trafic ainsi que les difficultés liées à l'accessibilité piétonne rendaient le lieu particulièrement dangereux.

Malgré la dégradation de la zone, le foncier restait tout de même coûteux puisque le SCoT (*Schéma de cohérence territoriale*) bloque le développement commercial hors des zones déjà existantes. En ce sens, l'impulsion publique se manifeste en 2008 lorsque la Communauté Urbaine de Strasbourg (devenue Eurométropole en 2014) lance les premières réflexions pré-opérationnelles avec les cabinets SEURA et Studio Authier. Dans le même temps, l'Eurométropole déclare la ZAC (*Zone d'Aménagement Concerté*) car elle est adaptée à une opération aussi complexe.

Après la lecture du dossier de réalisation de ZAC, les objectifs fondateurs évoqués dans la DUP (*Déclaration d'Utilité Publique*) en décembre 2013 sont les suivants :

- Optimisation et lisibilité de la structuration des flux de la zone
- Optimiser le stationnement et favoriser les déplacements doux (piétons, cycles, transports en commun)
- Repenser les centralités du quartier
- Recréer de l'urbanité : entre espaces publics de qualité et espaces de chalandise
- Penser les espaces verts dans la relation avec le canal
- Mixité fonctionnelle et mutabilité des espaces (logements, loisirs, artisanat)



Par ailleurs, l'Eurométropole de Strasbourg choisit le modèle de concession d'aménagement plutôt que la régie directe étant donné le manque de ressources humaines et financières.

“C’était l’outil sans doute le plus approprié pour ça. On n’a pas souhaité faire l’opération en régie, pour des questions de ressources tout simplement.”

Anne-Cécile Marx - Chargée d'urbanisme commercial à l'Eurométropole de Strasbourg


Cette concession a notamment permis la création du lot 1 de la ZAC en 2023, à savoir la Shopping Promenade. Effectivement, cette extension sur des terres agricoles au sud de la ZCN est exploitée par FREY en tant que foncière commerciale.

“C’est sa filiale d’investissement qui a racheté la plupart des terrains à bâtir et qui va bâtir les centres commerciaux et qui ensuite va louer les cellules commerciales. C’est le modèle : il loue les cellules commerciales, et c’est une rentabilité d’investisseur immobilier.”

Anne-Cécile Marx - Chargée d'urbanisme commercial à l'Eurométropole de Strasbourg

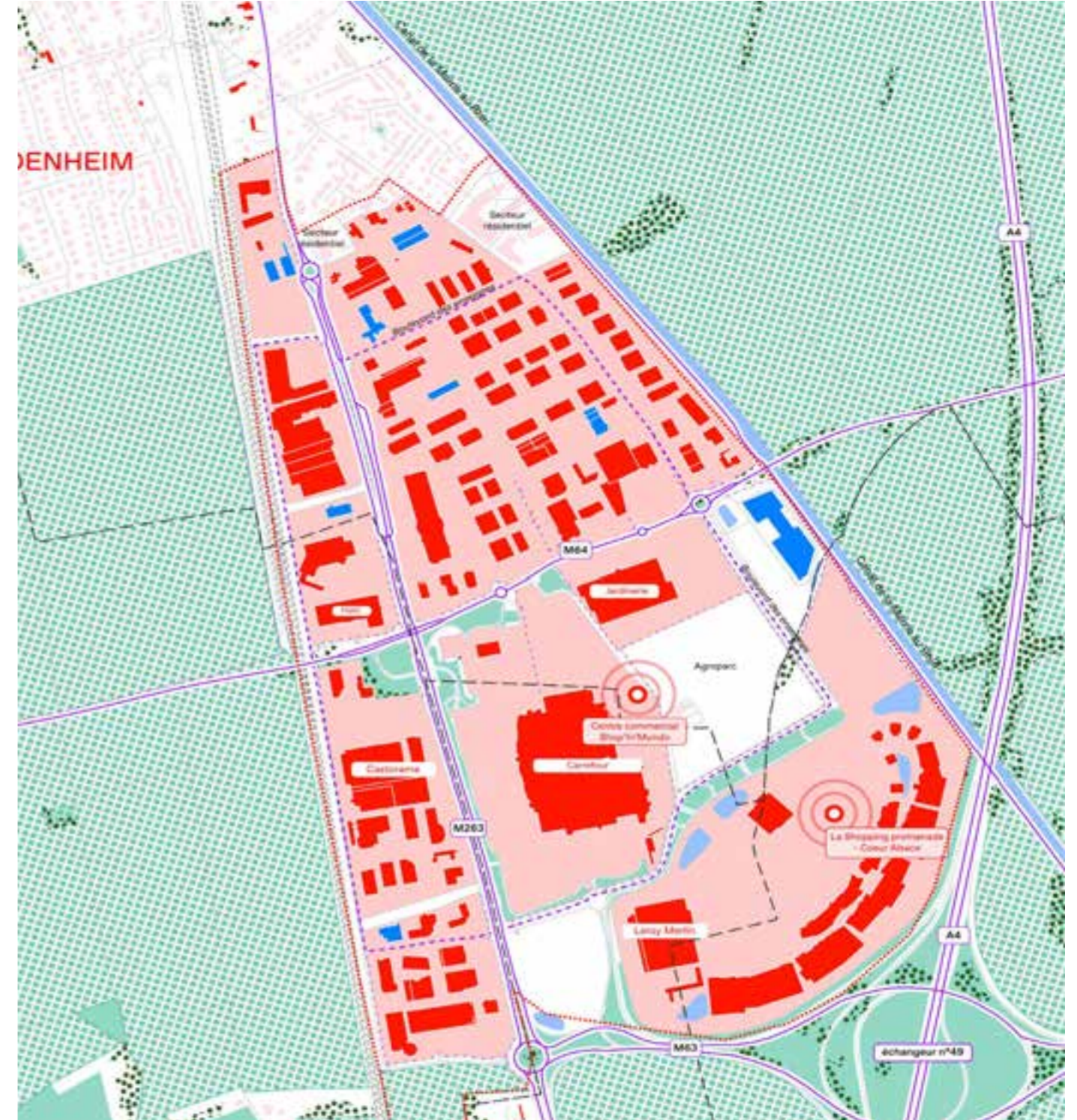
Bien qu'intégrée à la ZAC, la Shopping Promenade répond donc à une logique financière autonome.




 Nouveaux logements à Vendenheim


 Futurs bâtiments construits et gérés par FREY

Plan de la zone commerciale aménagée, 2015 ©FREY




 Bâti industriel

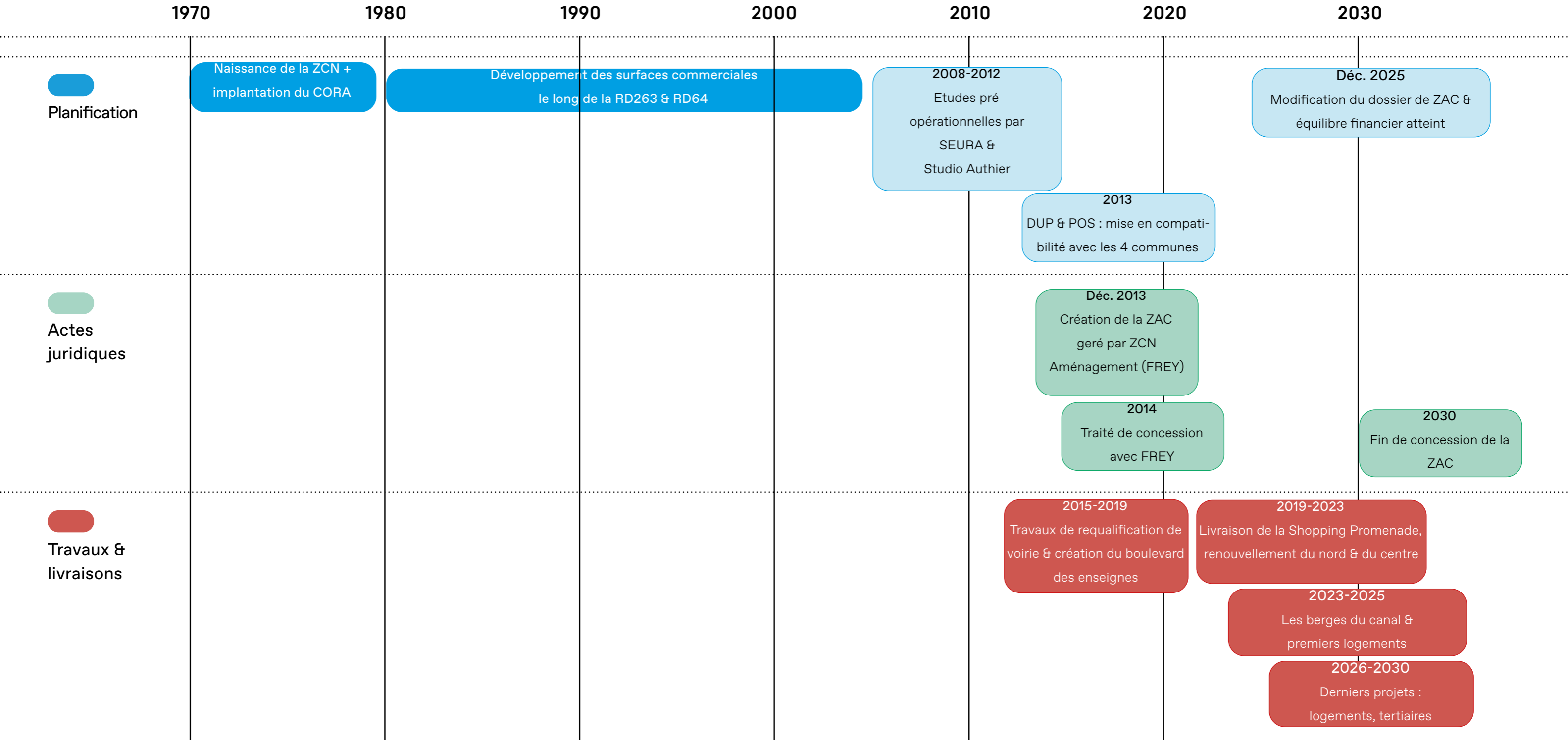
 Commerces & services

 Zones d'intensités

 Périmètre industriel

 Périmètre de commerces

Carte de la répartition commerciale au sein de la ZCN
©Naoumy Mmadi & Maya Schatzlé



2. L'état actuel du projet

Parmi les étapes clés notées dans la frise, nous pouvons noter que la concession d'aménagement lancée en 2014 devrait prendre fin en 2030.

“Aujourd’hui on est quasiment... l'aménageur a quasiment tout réalisé. Finalement, tout ce qui reste à faire, c'est ce lot là pour lequel un PC a été obtenu et ce lot là finalement est abandonné.”

Alix Brignon - Cheffe de projet sur la ZCN

Ainsi, les voiries, le boulevard des enseignes, l'échangeur n° 49, les berges du canal, la Shopping Promenade ainsi que les premiers logements (lots 5, 6, 8) ont été livrés. Dans le cadre de la concession, FREY a réalisé en grande partie les espaces publics de la zone commerciale historique (trottoirs, pistes cyclables, végétalisation, mobilier urbain) ainsi que des éléments hors périmètre de la ZAC tels que l'échangeur, soit un surcoût financier à la charge de la concession. Avant la fin de la concession, quelques programmes sont encore à réaliser. Sur la frange nord-ouest, il reste des permis de construire à obtenir concernant les lots de logements de Vendenheim. Sur la frange nord-est, une extension est prévue aux programmes de logements :

“Ce qui est envisagé dans ces potentiels futurs nouveaux logements, c'est que ce soient des immeubles avec des rez-de-chaussée actifs, plutôt axés services, potentiellement crèches. Il y a une école qui est envisagée.”

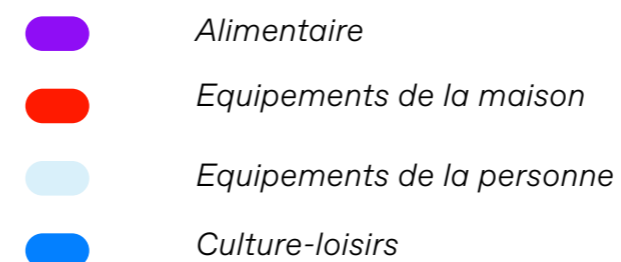
Anne-Cécile Marx - Chargée d'urbanisme commercial à l'Eurométropole de Strasbourg

Un projet initial d'agro-parc a constitué un compromis difficile entre FREY et l'Eurométropole. In fine, il a été décidé de développer un programme de

loisirs avec un escape-game et une fête foraine intérieure sur 2500 m². D'après le dossier de réalisation de la ZAC daté de décembre 2025, les dépenses représentent 72,4 millions d'euros contre les 62,7 millions prévus. Le surcoût est principalement lié au réaménagement de l'échangeur.

Les enjeux actuels, tels que l'ont identifiés nos deux interlocutrices, concernent principalement la vacance commerciale. Au sein de la ZCN, il y a un taux de vacance qui est passé de 4% en 2020 à 15% en 2025, notamment dans les parties nord et ouest.

Répartition par secteur d'activité dans la ZCN au démarrage du projet



Cette augmentation s'explique par la présence de la Shopping Promenade qui provoque un déplacement des enseignes, la crise économique post-covid, l'augmentation des charges ainsi que la fermeture d'enseignes nationales telles que le géant NafNaf. Aussi, il y a le défi de l'évolution du modèle commercial de périphérie, c'est-à-dire que le commerce de détail perd en vitesse au profit de la restauration et des loisirs. En complément, il y a un manque d'articulation de la ZCN avec le centre-ville de Strasbourg, créant une situation de tension notamment avec la venue future de la FNAC dans la ZCN, qui jusque-là était située au centre-ville.

“Quand il y a un projet [d’enseigne], ce que regarde le comité de pilotage enseigne c’est à savoir si cette enseigne risque de porter atteinte au centre-ville.”

Alix Brignon - Cheffe de projet sur la ZCN

Un autre défi concerne la mixité fonctionnelle et la requalification du cœur historique de la ZCN au sein de laquelle les investisseurs sont peu enclins à s’y intéresser. Un dernier enjeu nous semble important à situer car il s’agit de l’incertitude liée à l’action publique une fois la concession terminée. Effectivement, le concessionnaire, FREY, ne souhaite pas de prolongation en 2030. Ainsi, il y aura un retour à la multiplicité des acteurs privés sur le site de la ZCN, ce qui, selon l’Eurométropole, risque de fragiliser la cohésion.



Façade d’enseignes au coeur de la ZCN, Avril 2026
©Le groupe de projet

3. Les acteurs privés & publics impliqués : piloter dans un contexte de délégation

Le projet de la ZCN se caractérise par une gouvernance à trois niveaux : la collectivité, le concessionnaire-aménageur et les acteurs privés. La complexité de cette configuration repose sur le degré de compétences acquises par le concessionnaire FREY puisqu'il est à la fois aménageur, investisseur et exploitant commercial. Dès lors, nous allons décrire le rôle de chacun à partir de sa nature.

L'eurométropole de strasbourg (EMS)

Il s'agit de l'acteur concédant qui porte l'initiative de la ZAC. Cet acteur a délégué des pouvoirs importants au concessionnaire tels que **le droit de préemption, la maîtrise d'ouvrage des espaces publics** ainsi que **le pouvoir d'expropriation**. L'Eurométropole assure le pilotage stratégique du projet et porte les comités de pilotage. Elle a participé au projet à hauteur de 9,8 millions d'euros.

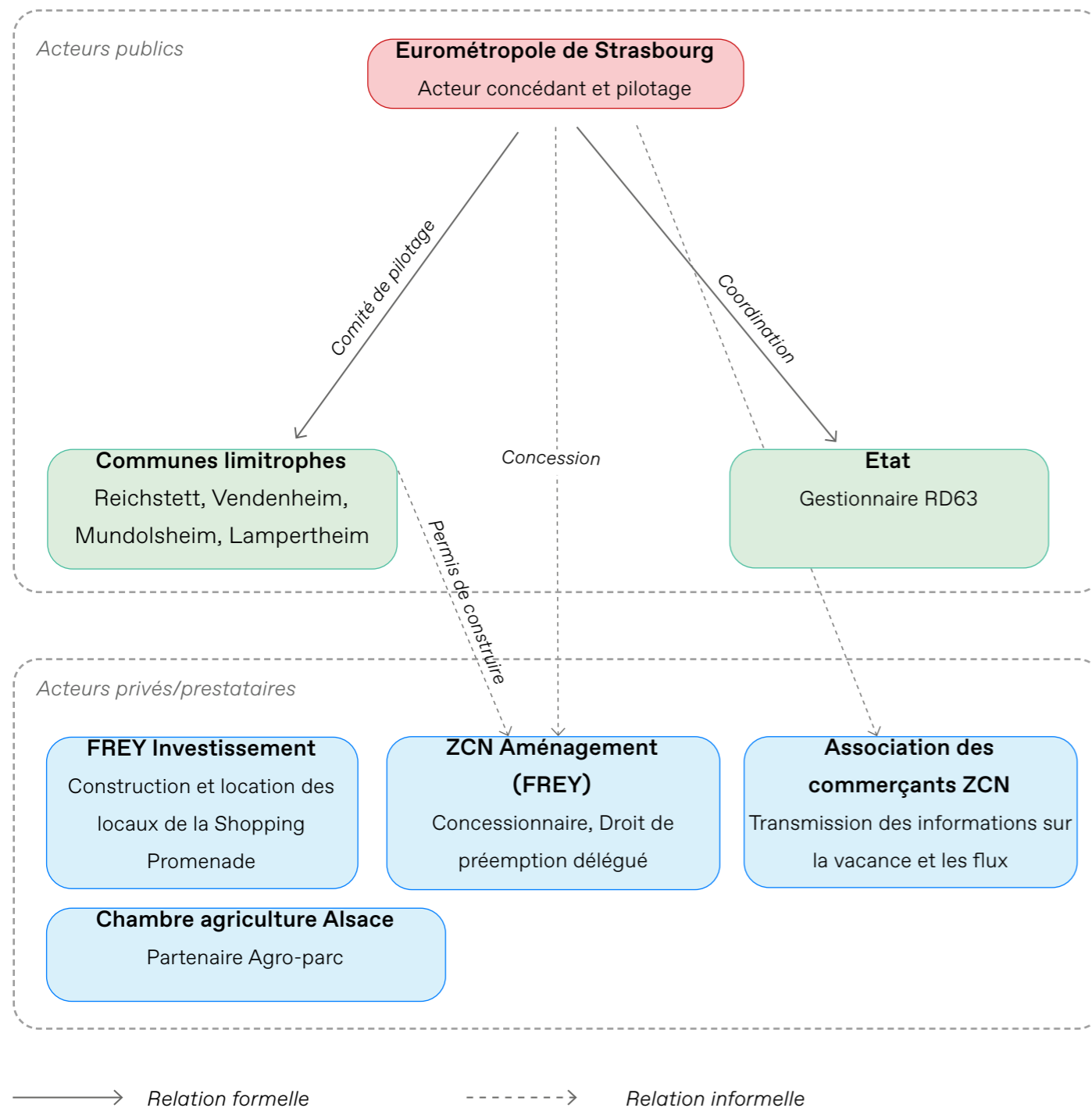
Les communes limitrophes

Au sein de ces comités de pilotage sont présentes les communes limitrophes de la ZCN, à savoir **Reichstett, Vendenheim, Mundolsheim et Lampertheim**. La gouvernance se fait en présence du vice-président de l'Eurométropole ainsi que des 4 maires des communes. Pour autant, elle ne possède que très peu de leviers d'action dans ce projet : *“Les communes n'ont pas de rôle à jouer ni l'Eurométropole sur ce volet-là [travaux]. Par contre, une fois que c'est réalisé, il y a une procédure de réception et à ce moment-là l'Eurométropole récupère ce qui relève de sa gestion.”* Une fois la ZAC terminée, elles possèdent des compétences liées aux espaces verts ainsi qu'à l'éclairage public. Ils **délivrent également les permis de construire** sur leurs territoires.

FREY

Il est le **concessionnaire d'aménagement** choisi par l'Eurométropole. Il a réalisé les programmes obligatoires de la ZCN, à savoir les travaux de VRD, la voirie, les espaces publics et la viabilisation des lots. Il possède **un droit de préemption délégué par l'Eurométropole**. Le rapport de force est nettement en faveur de FREY comme nous l'a souligné Anne-Cécile Marx, puisque selon les dires de FREY : *“Si vous nous dites non pour ça, on laisse les rideaux fermés, et il n'y aura pas d'enseigne. Vous allez devoir vous justifier auprès des autres commerçants.”*

La filiale Investissement de FREY assure l'acquisition et le développement de ses propres lots, notamment la Shopping Promenade. Dès lors, il construit et loue les cellules commerciales tout en se faisant une marge sur ces dernières.



4. Le modèle économique actuel : la maîtrise foncière

Le foncier de la ZCN était très morcelé avant le projet de transformation : de multiples propriétaires privés possédaient des petites parcelles sur les 150 hectares de la zone commerciale. La réalisation de toute opération d'aménagement était ainsi difficile, dans la mesure où la collectivité devait racheter du foncier en entamant plusieurs procédures de négociation. La valeur foncière élevée, liée au succès économique de la zone, mais aussi surtout à la limitation de l'extension des zones commerciales existantes imposée par le SCoT, représentait un autre frein au projet de transformation.

“Le SCoT avait verrouillé, et heureusement, depuis un moment, le développement de toutes les zones commerciales du secteur, pour éviter[...]une consommation foncière supplémentaire. [...]Toute nouvelle enseigne qui voulait s’implanter sur notre territoire devait trouver à s’installer dans des bâtiments existants. Ce qui fait que même des bâtiments qui n’étaient pas forcément en très bon état, performants, bien agencés, etc. avaient une valeur foncière quand même assez élevée. Et donc ce qui rendait les interventions publiques potentiellement difficiles aussi.”

*Anne-Cécile Marx - Chargée d'urbanisme commercial
à l'Eurométropole de Strasbourg*

Le groupe FREY, chargé de l'aménagement de l'ensemble de la ZCN par un traité de concession signé avec l'Eurométropole, a assuré le rachat d'une large partie du foncier inclus dans la ZAC afin de mener à bien l'opération.

Cette acquisition foncière concerne notamment les terrains où ont été prévus les principaux aménagements : *Shopping Promenade, Agroparc, quartier d'habitation au nord*. Le bilan initial de la ZAC prévoyait des dépenses d'environ 7,2 millions d'euros pour l'acquisition de terrains nus, 18,7 millions pour les terrains bâtis, portées à respectivement 10,7 millions et 22 millions d'euros par l'avenant n°3 du bilan de ZAC. L'extension sud a quant à elle été construite sur des terres agricoles.

Les indemnités d'éviction agricoles se sont ainsi élevées à 1,6 millions d'euros (contre 725 000 prévus) et les autres indemnités de transfert ou d'éviction à 770 000 euros (contre 1,9 millions prévus). Les logements ont quant à eux été réalisés sur des friches, ou sur des terrains occupés par des entreprises qui ont été déplacées. Sur le reste de la zone commerciale, la propriété reste morcelée. Un état des lieux réalisé en octobre 2025 recense 167 emplacements dans la ZCN hors Shop'In Mundo et Shopping Promenade, avec 24 locaux vacants dont 9 nouvellement recensés en 2025, concentrés surtout à Vendenheim et Lampertheim.

Répartition des dépenses de la ZAC ZCN en euros hors taxes



Répartition des recettes pour la ZAC ZCN en euros hors taxes



Si la maîtrise foncière est aujourd'hui assurée par FREY, une procédure de rétrocession des espaces publics est prévue : les espaces verts seront rétrocédés aux communes sur leur territoire, les arbres d'alignements, voiries, réseaux d'eau et d'assainissement à l'Eurométropole, la piste cyclable longeant le canal au Conseil départemental puis à l'Eurométropole, et les bords du canal à Voies Navigables de France. Les communes gèrent encore les espaces verts et l'éclairage public, mais le reste de leurs prérogatives initiales est aujourd'hui délégué à l'Eurométropole. La Shopping Promenade reste la propriété de la filiale investissement de FREY. Sa première recette est la cession de droits à construire pour les commerces : 50,6 millions d'euros sur un total de recettes de 70,7 millions d'euros. La location des cellules commerciales représente ainsi le levier principal de rentabilité de l'investisseur.

Les logements feront aussi l'objet d'une cession de droits en accession privée (à des promoteurs privés), en locatif social (à des bailleurs sociaux), et en

accession sociale. Au minimum 40% du parc devra être composé de logements locatifs aidés. Le modèle est donc similaire à celui commercial : Frey viabilise et cède les terrains, mais ne construit pas lui-même les bâtiments et n'en garde pas la propriété.

Le bilan global de l'opération s'élève à 72,4 millions d'euros de dépenses, dont 26,5 millions de travaux de voirie et 32,7 millions d'acquisition foncière (terrains bâtis comme nus), et 70,7 millions d'euros de recettes, dont 59,1 millions de cessions de droits à construire et 10,3 millions de participations constructeur autonome. FREY ne réalise pas ses marges sur l'aménagement, mais sur sa filiale investissement. La trésorerie aménageur cumulée s'élève en effet à seulement 418€, une somme très dérisoire au vu de l'ampleur du projet. Pour pouvoir amener le bilan à l'équilibre et attirer des concessionnaires, l'Eurométropole a participé à une hauteur de 9,8 millions d'euros.

4. Les outils juridiques

Le Schéma de Cohérence Territoriale de la région de Strasbourg (SCOTERS) 2026 est le cadre principal qui régit le périmètre de la ZCN. Dans la partie nord de la zone, dite «connectée», les projets d'habitat sont autorisés. Ces espaces habités peuvent accueillir des services (banque, assurance, prestations à domicile), des services à la personne (beauté, soins, paramédical) et des activités de santé. Au cœur de la zone est permise l'installation de commerces de détail, loisirs, artisanat, activités tertiaires et autres services dont l'inadéquation avec le centre métropolitain justifie une installation périphérique (par exemple à cause de leur taille, ou des nuisances générées). Néanmoins, le SCOTERS y interdit l'installation de nouveaux commerces alimentaires.

À une plus fine échelle, le Plan Local d'Urbanisme (PLU) de l'Eurométropole de Strasbourg peut représenter un levier réglementaire : une modification du PLU a été initiée, ouvrant de nouvelles discussions sur la ZCN et représentant l'occasion d'imposer de nouvelles règles s'appliquant au projet et de

contraindre les acteurs privés. Le pouvoir de la collectivité reste néanmoins limité : si un propriétaire privé agit conformément au PLU, elle ne peut le contraindre plus.

“Le maire de Vendenheim, par exemple, suite à la multiplication des projets de restauration, nous a demandé si on avait un levier pour ne pas totalement interdire la restauration, parce qu'on est ouvert au fait qu'il peut y avoir des projets de restauration, mais les contraindre. [...] L'idée par exemple ce sera de dire : OK restauration, mais il faut que le restaurant par exemple dispose de X places de stationnement pour 1m², ce genre de choses. Ce qui fait qu'ils ne pourront pas faire des restaurants trop grands parce qu'ils n'ont pas le parking, le stationnement équivalent en face. C'est un peu ce jeu de critères qui fait qu'on va pouvoir les contraindre par des billes un peu détournées.”

*Anne-Cécile Marx - Chargée d'urbanisme commercial
à l'Eurométropole de Strasbourg*

La procédure d'aménagement retenue pour le projet de transformation de la ZCN est celle de la Zone d'Aménagement Concertée (ZAC), au vu de la durée et de la complexité de l'opération. Il s'agit d'une procédure d'initiative publique, qui détermine un périmètre d'action sur lequel la collectivité porte une ambition d'opération d'aménagement qu'elle va réaliser en travaillant avec un opérateur. Le dossier de la création de la ZAC ZCN a été approuvé par délibération du conseil communautaire le 20 décembre 2013 et a conduit à une mise en compatibilité des documents d'urbanisme des quatre communes concernées. Dans le périmètre de la ZAC, les conventions de participation constructeurs autonomes sont tripartites, signées par l'Eurométropole, l'aménageur et le constructeur, et constituent une pièce obligatoire à fournir lors d'une demande de permis de construire. La ZAC n'a pas de date de péremption fixée, mais ne s'achèvera pas avec la fin du traité de

concession. Le groupe FREY a été désigné aménageur principal pour ce projet dans le cadre d'une concession d'aménagement. La concession d'aménagement a été préférée à la régie pour des questions de ressources : l'Eurométropole n'était pas en capacité de porter l'ensemble des investissements financiers et la maîtrise d'ouvrage de l'opération. Le traité de concession cadre ainsi les modalités de délégation des aspects techniques, financiers et programmatiques du projet. Il comporte un programme obligatoire et un programme complémentaire. Le premier correspond, comme son nom l'indique, à une obligation pour le concessionnaire, et représente environ 129 000 m² de surfaces à réaliser (dont 57 500m² de commerces soumis à CDAC, 23 100m² de locaux techniques, de restauration et de loisirs, 33 900 m² de logements et 14 400m² d'activités).

Le programme complémentaire laisse quant à lui plus de marge de manœuvre à l'opérateur sans imposer de destination. Il prévoit un potentiel de démolition, reconstruction, densification de 157 000m² de surface de plancher dans le reste des secteurs de la ZCN. La concession a été modifiée par plusieurs avenants portant sur la programmation des différents lots, ou sur la question financière. D'après le planning prévisionnel de réalisation issu du dossier de réalisation de ZAC, d'autres lots doivent encore être livrés.

La métropole a cédé à FREY le droit de préemption s'exerçant sur la ZCN, qui permet d'ordinaire à un pouvoir public d'être prioritaire pour le rachat du foncier sur son territoire. L'Eurométropole a également délégué à FREY la possibilité d'user d'une déclaration d'utilité publique (DUP), qui permet l'expropriation afin de pouvoir réaliser une opération d'aménagement d'utilité publique sur des terrains privés via une cession forcée. Ces deux prérogatives qui relèvent d'ordinaire de la puissance publique ont ainsi permis à FREY d'acquérir le foncier nécessaire à la réalisation du projet de transformation de la ZCN.

Pour les commerces de plus de 1000m², une autorisation d'exploitation commerciale délivrée par la Commission Départementale d'Aménagement Commercial (CDAC) est nécessaire. Cette dernière vérifie que les projets répondent à des besoins du territoire et respectent les règles de concurrence.

Il s'agit néanmoins d'une autorisation commerciale, qui ne concerne pas la restauration ou les loisirs, ce qui rend la régulation des activités plus difficile. Dans le traité de concession de la ZAC, un nouvel outil a été créé, qui reprend le fonctionnement de la CDAC pour contrôler l'installation des nouvelles enseignes

“Dans le traité de concession, une partie qui a été intéressante, c'est qu'il y a une espèce de CDAC, mais locale, qui a été mise en place, qu'ils ont appelé le Comité de pilotage Enseigne, et qui obligeait l'aménageur à solliciter l'accord de la collectivité pour ses projets d'enseigne. Donc typiquement, sur Shopping Promenade par exemple, ça a été la grosse partie où il y a eu des nouveautés, il y a un McDonald's, il y a un KFC, etc. Ça a dû être validé par la collectivité, ce qui en temps normal n'est pas le cas.”

*Anne-Cécile Marx - Chargée d'urbanisme commercial
à l'Eurométropole de Strasbourg*

1. JEUX D'ÉCHELLE, JEUX DE POUVOIRS : la transformation des zones commerciales, entre compromis institutionnels, tensions foncières et gouvernance négociée

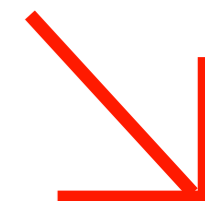
152 **La gouvernance publique :**
entre portage métropolitain
et assise communale

164 **Quand les logiques marchandes
conditionnent le projet urbain :**
une dépendance croissante aux
acteurs privés

178 **La participation habitante:** angle
mort des projets de requalification ?

185 **Le paysage :** entre ambition écolo-
gique et vitrine territoriale

*Entrepôts dans la Zone Commerciale Nord, Avril 2026
©Le groupe de projet*



1. Portage métropolitain, assise communale : la requalification à l'épreuve de la gouvernance locale

La requalification des zones commerciales soulève maintes questions de gouvernance. Dans les territoires étudiés, si les communes conservent certaines de leurs compétences en matière d'urbanisme, d'autres incombent aux métropoles qui pilotent souvent les opérations d'aménagement. Les différents acteurs publics doivent alors composer entre défense de leurs intérêts, tensions et compromis.

La métropole, échelle pilote de la requalification des zones commerciales d'entrée de ville

La métropole s'impose comme l'échelle de référence pour les projets de requalification des zones commerciales, face à des communes qui manquent parfois de compétences et de ressources. Comment expliquer ce poids métropolitain ? En premier lieu, les zones commerciales d'entrées de ville requièrent, par leur localisation stratégique, un arbitrage qui va au-delà des prérogatives communales : par exemple, la ZAC Baggersee est d'après Vincent Tissot, directeur de l'aménagement et du patrimoine d'Illkirch :

“Un projet qui est censé faire le lien entre la ville d'Illkirch et la ville de Strasbourg, c'est une entrée de ville à la fois pour Strasbourg mais également pour Illkirch.”

Elle a ainsi le statut de projet d'aménagement d'intérêt métropolitain. Les entrées de villes s'inscrivent également dans une logique de marketing territorial pour les métropoles, compris comme *“l'ensemble des actions publiques menées par une collectivité, afin d'améliorer son image auprès de groupes-cibles supposés être en mesure de participer à son développement”* (Le Bart, 2020 dans Pasquier et al., 2020, p.344). Elles peuvent ainsi se faire

motrices de rayonnement territorial.

“C'est aussi la mutation urbaine de l'avenue Roland Carraz, de cet axe qui potentiellement est un enjeu pour la métropole en termes d'image. C'est l'entrée, c'est une des entrées majeures de Dijon, et puis c'est l'axe touristique entre Dijon et Beaune. C'est carrément moche. [...] Voilà, la France moche. Des panneaux publicitaires, c'est quand même pas très très joli. Donc il y a un enjeu d'image, encore plus avec l'inscription des climats de Bourgogne, notamment le mondial de l'UNESCO.”

Stéphane Gaillard - Directeur du développement et de l'attractivité du territoire de la Ville de Chenôve

En outre, ces zones commerciales représentent un levier de développement métropolitain, et ce d'autant plus depuis le déploiement de l'objectif ZAN : elles sont d'importantes réserves foncières, notamment en vue de la construction de logements. Dijon Métropole se positionne comme l'une des rares métropoles en croissance démographique dans l'Est de la France. Pour loger la population actuelle et accueillir de nouveaux habitants à proximité du bassin d'emploi actuel, il est impératif de reconstruire la ville sur elle-même. Les enjeux économiques justifient également l'intervention des métropoles. L'importance de la ZCN pour le bassin de vie strasbourgeois et son étalement sur quatre communes différentes explique son échelle de gestion : *“C'est la plus grosse zone commerciale de notre territoire, voire même du département, voire même de la région”*, explique Anne-Cécile Marx, chargée de mission urbanisme commercial à l'Eurométropole. Les projets de transformation des zones commerciales répondent ainsi à des intérêts métropolitains, qu'ils soient fonciers, économiques, ou d'image.

“Les perspectives aujourd'hui de développement de la métropole ne sont plus sur la ville centre. On est plutôt sur les communes de première couronne, même s'il reste du potentiel et des opportunités sur Dijon. Et Chenôve a la chance d'être sur cet axe stratégique, qui est l'axe Dijon-Beaune, et avec un potentiel de mutation qui est relativement important.”

Stéphane Gaillard - Directeur du développement et de l'attractivité du territoire de la Ville de Chenôve

*Panneau à vendre au coeur de la ZCN, Avril 2026
©Le groupe de projet*



La défense des intérêts communaux

Malgré un pilotage métropolitain, les communes conservent un pouvoir décisionnel clé. D'après Stéphane Gaillard :

“Le maire reste aussi quand même celui qui autorise, c'est quand même lui qui signe les autorisations d'urbanisme, même si derrière, la ville de Chenôve seule n'aurait pas les moyens de s'attaquer à une opération comme celle-là.”

Monsieur le député Pierre Pribetich le confirme : *“un permis de construire, ça se refuse aussi”*. Les maires sont donc garants de la délivrance d'autorisations d'urbanisme, et s'en servent comme levier pour intégrer leurs priorités. Le maire d'Illkirch a un impact important sur les questions de densité et de stationnement, et a pu mettre le projet de la ZAC Baggersee en suspension pour pousser ces réflexions plus loin. Les présidents des métropoles peuvent difficilement aller à l'encontre de la volonté municipale.

Les communes peuvent à leur tour tirer profit de ces projets pour faire entendre leurs intérêts. La construction de logements au nord de la ZCN résulte par exemple d'une demande de la ville de Vendenheim, qui avait besoin de construire des logements, notamment car elle ne respectait pas le nombre minimal de logements sociaux rendu obligatoire par la loi SRU de 2001. Le projet de transformation a représenté une occasion en or de capitaliser sur du foncier existant, sans investir les terres agricoles.

La commune était contrainte de fermer des classes, et souhaitait donc également attirer de nouveaux habitants pour maintenir son école : la tendance s'est aujourd'hui inversée, et Vendenheim se pose la question de l'ouverture d'une nouvelle école. Il est aussi envisagé de modifier le traité de concession pour construire encore plus de logements que les prévisions initiales.



Construction de nouveaux logements à Vendenheim, Avril 2026
©Le groupe de projet

Le renouvellement de l'offre commerciale représente par ailleurs un levier de développement économique et d'attractivité pour les communes : un nouveau commerce permet une récolte de recettes fiscales supplémentaires, ainsi que la création de nouveaux emplois. L'installation d'une FNAC à Lampertheim a par exemple constitué une belle réussite pour la commune, car l'enseigne n'était jusque-là présente que dans le centre-ville de Strasbourg. L'implantation d'une si grosse enseigne permet à la fois de dynamiser les flux sur la zone commerciale, et d'offrir un nouveau rayonnement territorial à Lampertheim. Outre l'offre commerciale, le développement de nouvelles infrastructures publiques prévu dans certains projets de transformation des zones commerciales renforce l'attractivité des communes concernées : l'extension du tramway à Chenôve permet de mieux intégrer la ville au reste de la métropole.

Le dialogue métropoles/communes, entre tensions et compromis

Le dialogue entre les communes et les métropoles semblent généralement se dérouler avec peu d'accrocs. Sur le sujet de la ZCN, les quatre communes participent aux comités de pilotage présidés par un vice-président de l'Eurométropole, et sont associés à l'ensemble des décisions. Un avenant au dossier de réalisation de ZAC a par exemple été adopté en décembre 2025 modifiant les périmètres du programme obligatoire au nord suite à une demande des communes. Un consensus a aussi été trouvé sur la question des "boulangeries de rond-points", des chaînes comme Marie Blachère ou Ange qui s'installent dans les zones commerciales pour bénéficier des trajets domicile-courses ou domicile-travail. Ces derniers faisant concurrence aux boulangeries de centre-villes, un accord a été trouvé entre les quatre communes et l'Eurométropole pour le refus de nouvelles implantations de ce type de commerce.

Le bon déroulement des échanges entre concerne tout aussi bien la ZAC Baggersee, et montre que la métropole est aussi en mesure de compromettre et de suivre les communes dans leurs ambitions.

“L’Eurométropole et la commune ont toujours su se mettre d’accord sur [le projet Baggersee]. Même quand la commune avait des demandes qui pouvaient aller un peu à l’encontre de ce que souhaitait l’Eurométropole. En l’occurrence, dans ce projet, je précise vraiment dans ce projet parce que ça ne vaut pas partout, mais il y a vraiment eu des accords qui ont été trouvés. Quand le maire a souhaité mettre en pause pour travailler essentiellement sur les mobilités, l’Eurométropole a suivi. Et ça s’est fait en très bonne intelligence. La collaboration dans le cadre du protocole a été saluée en fin de mandat.”

Adèle Bergna - cheffe de projets d'aménagement à l'Eurométropole de Strasbourg en charge du projet Baggersee

Des tensions inter-communales émergent néanmoins quant à la répartition des bénéfices : la FNAC de Lampertheim a avantagé cette commune au détriment des autres, et le choix d'arrêter le tramway à Chenôve sans le prolonger jusqu'à la commune suivante (à savoir Marsannay-la-Côte) a créé des jalousies face à la perspective d'un déséquilibre renforcé entre les différentes villes de la banlieue sud de Dijon en matière d'intégration urbaine et métropolitaine. Ces frictions existent aussi entre les communes et les métropoles. L'Eurométropole de Strasbourg voyait par exemple d'un autre œil l'implantation de la FNAC sur la ZCN. Des enjeux très locaux perturbent parfois les relations entre acteurs territoriaux.

“La commune de Lampertheim, évidemment, était ravie de pouvoir diriger une FNAC sur son territoire. Les commerçants de la zone étaient ravis de pouvoir dire, la FNAC qui arrive, ça va booster les flux, etc. Mais l’Eurométropole, forcément, on était en mode, oui, pour la zone commerciale nord, c’est peut-être un bon signe. Pour le commerce de l’Eurométropole, pas sûr. Parce que ça va forcément, même si FNAC te dit que non, mais ça va forcément venir en concurrence avec le magasin du centre-ville. [..] La maire de Lampertheim, évidemment, a beaucoup poussé pour que ça puisse être accepté. Et en gros, il y a eu finalement un accord de l’Eurométropole avec des discussions entre la maire de Strasbourg, le PDG de la FNAC, etc.”

*Anne-Cécile Marx - Chargée d’urbanisme commercial
à l’Eurométropole de Strasbourg*

*Panneau dans la Shopping Promenade, Avril 2026
©Le groupe de projet*



La temporalité des mandats comme contrainte

Outre la conciliation de leurs intérêts, les acteurs publics font face à d'autres contraintes, notamment celle des cycles électoraux : le temps d'un mandat présente une incompatibilité structurelle avec les délais d'une opération d'aménagement, qui s'étale sur plusieurs décennies. En outre, l'organisation d'élections municipales peut geler les projets ou ralentir leur déploiement. Certains projets sont même abandonnés par le maire sortant en début de mandat.

“Il y a quand même un sujet de gouvernance dans ces projets, de stabilité politique, puisque vous l'avez compris, ce qui est délicat, dans ces grands projets, en 5 ans, c'est trop court. En 5 ans, il ne se passe rien. J'exagère, mais il y a un enjeu là-dessus. [...] Il faut qu'il y ait une vision politique qui soit claire, qui soit continue, et qui soit quasiment trans-mandat ou transpartisane. [...] [Ces projets-là] essayent d'être construits sur des bases les plus solides possibles, pour pas qu'ils partent à la première élection, ou au premier soubresaut”

Alexandre Leleux, directeur développement, Nhood



*Vue sur le parking de la Galerie des Portes du Sud, Février 2026
©Le groupe de projet*

2. Quand les logiques marchandes conditionnent le projet urbain : une dépendance croissante aux acteurs privés

Il est aujourd'hui admis que les acteurs privés occupent une place centrale dans la fabrication de la ville. Une présence exacerbée dans le cas des projets de transformations de zones commerciales qui complexifie la gouvernance urbaine. *“Sans acteurs privés, vous ne faites pas. Ça ne peut pas être que la puissance publique”* (Pierre Pribetich). Ainsi, cette lecture croisée sur l'enjeu de la dépendance, propose d'examiner le rapport de force entre les acteurs privés et publics au sein des projets de transformation des zones commerciales. Un rapport de force qui semble être déséquilibré en faveur des acteurs privés.

Des intérêts divergents qui cristallisent les tensions entre les acteurs publics et privés

Suivant une logique capitaliste, les acteurs privés, comme les promoteurs, s'engagent logiquement dans un projet en vue de dégager des bénéfices ou à minima d'être à l'équilibre. A l'inverse, une collectivité territoriale peut théoriquement s'endetter même si elles évitent au maximum de le faire. Ainsi, tout l'enjeu des projets d'aménagement des entrées de ville est de concilier la nécessité de rentabilité de l'opérateur privé (promotion immobilière) avec les objectifs d'aménagement public, souvent coûteux (renaturation, infrastructures de transport).

“Frey a cette double-triple casquette de aménageur, investisseur et exploitant. C'est trois enjeux qui sont très différents, mais leur objectif à la fin est le même, c'est la rentabilité financière”

Anne-Cécile Marx - Chargée d'urbanisme commercial à l'Eurométropole de Strasbourg

A propos de la programmation commerciale sur la Zone Commerciale Nord (ZCN), Anne-Cécile Marx nous raconte les désaccords entre l'Eurométropole de Strasbourg et FREY : *“Je vous avoue qu'on a eu des moments très houleux”*. Anne-Cécile Marx nous raconte un moment marquant du projet, lorsque que l'Eurométropole remet en question le choix de FREY d'installer de nouveaux cuisinistes alors que la zone en possède déjà une dizaine ce qui pourrait *“tuer”* les cuisinistes déjà installés.

Face à cette posture, elle nous explique que les interlocuteurs de FREY se braquent et font une sorte de chantage à la vacance : *“On est des experts de la commercialisation, nous, on sait de quoi on parle. [...] si vous nous dites non pour ça, on laisse les rideaux fermés, et il n'y aura pas d'enseigne. Vous allez devoir vous justifier autour des autres commerçants que vous avez dit non, et que c'est à cause de vous que ce local reste vacant”*. Une tension lors des négociations que l'on retrouve aussi dans le projet Baggersee :

“On avait l'impression que leurs objectifs et les nôtres n'étaient pas conjoints, et ça a pu amener à quelques frictions dans le projet”

Adèle Bergna - cheffe de projets d'aménagement à l'Eurométropole de Strasbourg en charge du projet Baggersee

A propos du traité de concession d'aménagement signé entre les collectivités et FREY pour l'aménagement de la ZCN, Anne-Cécile Marx nous dit : *“C'est pas équilibré. Je trouve que dans l'ensemble, ça leur est très favorable”* tout en relevant l'ensemble du travail effectué par FREY et la la qualité de la réalisation. Ainsi, il apparaît clairement que FREY a rempli son rôle d'aménageur tout en priorisant logiquement son intérêt. Par exemple concernant l'aménagement de la zone, Anne-Cécile Marx note qu'à certains endroits *“ils sont allés au bout des choses”* tandis qu'à d'autres FREY s'est contenté du minimum en appliquant strictement ses obligations d'aménagement inscrites dans la partie programmatique sans prendre en compte les considérations du Cahier de Prescription Architecturale des Paysages (CPAP).

Une distinction qui est clairement visible lorsque nous avons exploré la ZCN avec une démarcation paysagère forte.

Une dépendance structurelle ?

“On sait bien qu’un projet d’une ampleur comme ça, nécessitera des investissements privés. Donc il faut que les investisseurs privés se retrouvent dans un projet porté par la puissance publique”

Thierry Falconnet - Maire de Chenôve

A l’ère de l’austérité permanente (Pierson, 1998) à laquelle les collectivités territoriales sont confrontées, les acteurs privés apparaissent comme les seuls acteurs à détenir la capacité d’investissement requise pour porter les projets de reconversion des zones commerciales. Aussi, les zones commerciales et les zones d’activités économiques sont des espaces dans lesquels les acteurs privés sont historiquement implantés. Cet ancrage historique accentue leurs poids dans la reconversion de ces espaces car on le sait *“gouverner c’est d’abord hériter”*. Anne-Cécile Marx nous explique : *“Le problème du centre historique, c’est une myriade de propriétaires et d’exploitants. Pour réussir à faire quelque chose en commun, c’est compliqué. C’est l’intérêt de passer par un acteur unique”*

Cet extrait met en évidence le principal blocage de la reconversion du centre historique : la multiplicité des propriétaires fonciers. Par contraste, le groupe FREY apparaît comme un interlocuteur unique, simplifiant les négociations et permettant d’engager plus aisément un projet de reconversion. Même chose à Baggersee, où le groupe Nhood est l’intermédiaire unique des propriétaires principaux (Auchan et Ceetrus) pour l’Eurométropole. En dehors de ces aspects structurels, la prépondérance du poids des acteurs privés dans ces projets est aussi la conséquence de choix politiques passés. Par exemple, dans le cas de la ZCN, les pouvoirs publics ont fait le choix de



*Devanture Célio à Baggersee, Avril 2026
©Le groupe de projet*



Vue depuis le train en direction de Strasbourg, Avril 2026
©Le groupe de projet

déléguer l'ensemble de leurs missions d'aménagement mais aussi leurs compétences. La délégation par les pouvoirs publics du droit de préemption en tant qu'aménegeur de la zone en est sûrement le symbole le plus marquant. Une idée que Anne-Cécile Marx résume très bien : *“On leur a délégué plein de choses, mais on leur a aussi transmis plein de choses [...] Dès qu'on a une déclaration d'intention d'aliéner qui arrive, on leur transmet, et ils ont le droit de se positionner ou pas. Ça va quand même relativement loin”*.

Ainsi, il apparaît clairement que la reconversion des zones commerciales a longtemps constitué un enjeu secondaire pour les collectivités territoriales, qui se sont en grande partie reposées – souvent par contrainte – sur les acteurs privés pour mener ces projets d'aménagements. Ces opérations dépendent donc largement de la volonté des acteurs privés, et peuvent être ralenties voire interrompues du jour au lendemain, comme le souligne Adèle Bergna : *“Un autre risque [...] c'est aussi si un jour, Auchan et Ceetrus ne veulent plus travailler sur l'évolution de la zone commerciale, qu'est-ce qu'on fait ? Du coup, le projet s'arrête. [...] C'est aussi la volatilité des opérateurs privés”*.

Les acteurs privés, grands gagnants de la reconversion des zones commerciales ?

Tout d'abord, nous devons rappeler les nombreuses tentatives des collectivités territoriales de limiter le poids des acteurs privés par divers moyens juridiques et législatifs afin de garder la main sur ces projets.

“[à propos de faire porter l'opération par la SPLAAD] Maîtrise publique, ça veut bien dire ce que ça veut dire. Si un promoteur vient et nous dit : “On veut construire tant de logements à tel endroit, sous telle forme”, sans prendre en compte tel ou tel élément, la maîtrise publique, c'est de leur dire “revoyez votre copie. Tout simplement.”

Thierry Falconnet - Maire de Chenôve

A Chenôve, la SPLAAD et l'OFS jouent un rôle central dans la maîtrise foncière et permettent aux collectivités territoriales d'éviter des coûts prohibitifs qui obligerait à une densité excessive.

Aussi nous devons nuancer l'idée selon laquelle les acteurs privés seraient les grands gagnants de ces projets de reconversion. Par exemple, à propos du projet d'agroparc de la ZCN – une vaste zone au cœur de la zone commerciale dans laquelle il était prévu qu'un maraîcher exploite et vendent ses produits dans la shopping promenade – FREY est déficitaire de façon assez conséquente. A propos de l'échec de cette opération, Anne-Cécile Marx précise : “[FREY] ils ont pris en charge des travaux pour quelques centaines de milliers d'euros. Ils ne leur ont pas fait payer de loyer pendant je ne sais combien de temps. Je crois que quand ils ont fermé, ils ont laissé des dettes aussi sur la table.” et conclue que sur ce point le leader des zones commerciales en Europe a “joué le jeu”.

Enfin, il est primordial de rappeler que les acteurs privés comme FREY, Nhood ou Tikehau Capital ont aussi besoin de la puissance publique pour mener ces projets. Nous avons visité la galerie marchande de la zone commerciale de Chenôve, que Stéphane Gaillard qualifie de “presque en ruine” depuis le départ de l'enseigne Géant Casino. Les collectivités territoriales prévoient désormais sa démolition afin de reconfigurer le site. Si cette galerie ne reflète pas la situation de l'ensemble des zones commerciales françaises – certaines se portent bien – elle illustre néanmoins les difficultés croissantes auxquelles sont confrontés les acteurs privés, investisseurs comme exploitants. Ces difficultés tiennent à la vétusté du bâti, au déclin du commerce traditionnel face à la progression du e-commerce, ainsi qu'aux évolutions socio-démographiques avec une hausse des foyer monoparentales, etc.

Dans ce contexte de transformation des modes de consommation, les zones commerciales sont exposées à une dynamique de déprise économique. La ZCN en offre un exemple : son taux de vacance est passé de 4 % – un niveau minimal selon Anne-Cécile Marx – à 15 % après l'ouverture de la Shopping Promenade en 2020. Ce taux demeure correct au regard d'autres zones

commerciales, mais il confirme une tendance structurelle sur la fragilisation de ces espaces.

Ces dynamiques de déprise économique conduisent aujourd'hui à une réduction significative des surfaces commerciales, comme l'explique Alexandre Leleux, directeur de programmes chez Nhood, à propos de la zone commerciale du Baggersee : “Aujourd'hui, ce n'est plus comme en 2015 [...] On va de moins en moins pousser un chariot dans un centre commercial un samedi après-midi”. Cette évolution a notamment conduit à la diminution d'environ 5 000 m² de la surface de l'hypermarché Auchan, soit près d'un tiers de sa superficie totale, à l'origine de la relance du projet de transformation de la zone Baggersee en 2020. Selon Adèle Bergna, c'est d'ailleurs Nhood qui est “revenu chercher l'Eurométropole” afin d'engager un travail commun sur la reconversion du secteur.

Ainsi, si des frictions ont existé par le passé, on observe un récent alignement récent des intérêts entre acteurs publics et privés. Les partenaires du nouveau protocole de collaboration signé à l'automne 2023 partagent désormais des objectifs convergents pour transformer une zone commerciale vieillissante. Ils ont d'ailleurs travaillé “conjointement” à la candidature de la zone Baggersee au Plan de transformation des zones commerciales (PTZC), lancé par le Gouvernement à l'automne 2023. Cet exemple met également en évidence la dépendance des acteurs privés à l'égard des collectivités territoriales pour assurer la pérennité de leur activité économique.

On observe donc l'existence d'une interdépendance entre les acteurs publics et privés bien que le poids des acteurs privés semble exacerbé dans le cas des projets de reconversion des zones commerciales.

“Je ne vais pas aller défendre à tout prix un caddie contre la plantation d’un arbre. Parce que je sais que si on ne plante pas un arbre, on n’aura pas un caddie. [...] Généralement, quand on arrive à trouver des points de convergence [...] un site qui est désartificialisé, qui apporte du confort au client, ça apporte de la qualité d’usage. Et quand ça apporte de la qualité d’usage, ça va dans le sens d’un besoin pour la collectivité. C’est mieux.”

Alexandre Leleux, directeur développement, Nhood



Grillage du Casino fermé, Février 2026

©Le groupe de projet

Intérieur désert de la Galeries des Portes du Sud, Février 2026

©Le groupe de projet

Vers une disneylandisation des zones commerciales : le cas de la Shopping Promenade de la Zone Commerciale Nord

Dans son ouvrage, Géographie de la domination (Harvey et al, 2008), David Harvey nous met en garde face au processus de “disneylandisation” (ou de “disneyfication”) à l’œuvre dans le capitalisme moderne. Un processus par lequel il désigne les stratégies et rivalités des acteurs urbains pour attirer les capitaux. Présenté comme un modèle de réussite de reconversion des entrées de villes, la Shopping Promenade, ouverte en 2020, illustre-elle ce nouveau modèle urbain ?

Dans un récent entretien sur la croissance de l’entreprise Frey dans le journal régional L’Union, à la question “Si vous aviez carte blanche pour un projet Frey à Reims, que feriez-vous ?” Antoine Frey, le PDG du groupe, répond :

“Je demanderais à pouvoir faire à Cormontreuil ce que j’ai fait à Strasbourg : qu’on me confie l’ensemble des prérogatives d’aménageur pour repenser la zone commerciale”.

Outre les débats portant sur l’aspect qualitatif du lieu (ombrage, diversité de l’offre de services, présence de mobiliers urbains) la Shopping Promenade soulève plusieurs interrogations quant aux objets actuels visant à transformer les entrées de ville en “lieu de vie agréables”. Tout d’abord, ce projet de “reconversion” ne suit pas le principe de “faire la ville sur la ville”. En effet, les images d’archives montrent qu’il a été réalisé sur d’anciennes parcelles agricoles, prolongeant ainsi une logique d’artificialisation des sols. Ce choix apparaît d’autant plus paradoxal que la ZCN, qui était déjà l’une des plus grandes zones commerciales de France, offrait de vastes surfaces à requalifiées.

Un tel projet ne serait d’ailleurs plus autorisé dans le cadre réglemen-

taire actuel. En effet, la loi climat et résilience a modifié l’article L. 752-6 du code de commerce en interdisant la création de nouvelles surfaces commerciales sur des parcelles non artificialisées. Une interdiction dont les modalités de dérogations ont été précisées par le décret n° 2022-1312 du 13 octobre 2022.

Par ailleurs, la volonté affichée de transposer un même modèle de requalification sur l’ensemble du territoire interroge dès lors que l’on cherche à transformer ces espaces en des “lieux de vie agréables” qui supposent une certaine singularité. N’y-a-t-il pas une contradiction voire une impossibilité fondamentale entre la dimension répliquable d’un lieu et celle de constituer un “lieu de vie” par définition unique ?

Ainsi, malgré son aspect novateur, le modèle d’aménagement de la Shopping Promenade semble s’inscrire dans la continuité de l’ancien modèle des zones commerciales dans une forme renouvelée et actualisée.



Le Spiderman de la Shopping Promenade, Avril 2026
©Le groupe de projet

3. La participation habitante, angle mort des projets de requalification ?

La participation habitante est prise en compte par certains projets de requalification, mais elle est loin d'en constituer la pierre angulaire. Elle ne constitue pas nécessairement un impératif réglementaire et reste soumise à la volonté politique des décideurs locaux, parfois forte, parfois anecdotique. Les associations apparaissent dans ce contexte comme des organisations capables d'infléchir les ambitions publiques.

Une intégration de la participation citoyenne à géométrie variable

L'association des habitants aux projets de requalification des entrées de ville est loin d'être au cœur de tous les projets et reste dépendante du portage politique des élus locaux. À Baggersee, une démarche participative a été initiée en 2024, à peu près en même temps que l'étude urbaine, sans aucune obligation réglementaire à ce stade. Selon Adèle Bergna, "c'était vraiment les élus qui voulaient aller voir les habitants pour parler du secteur et de l'évolution du secteur". Cette participation citoyenne s'est traduite par deux ateliers : un dans le centre commercial un samedi après-midi, notifié par courrier aux habitants d'Illkirch, et un dans une école maternelle un mercredi soir. Une étude participative a également été lancée en ligne avec un ciblage sur les réseaux sociaux, et aurait réuni environ 1000 répondants.

La concertation est aussi une priorité pour le maire de Chenôve : *"Dans tout ce qui concerne la partie concertation, je souhaite que ce projet, il soit très largement connu des habitants, associer les habitants à toutes les faces, qu'on leur présente le projet, vraiment qu'on les inculque à ce que sera le projet demain, et qu'on leur fasse partager notre vision, nos ambitions, qu'on lève aussi les inquiétudes, parce que tout changement, même positif, génère des inquiétudes."*

Le projet de la ZCN n'a quant à lui pas intégré les enjeux de participation. Les chargées de mission de l'Eurométropole imputent cela à l'ancienneté du projet, lancé à une époque où la participation citoyenne n'était pas nécessairement à l'agenda des pouvoirs publics. Le contexte joue également : selon Alix Brignon, *"on est sur un projet très urbain à Baggersee, avec une grande mixité, c'est quand même moins le cas [sur la ZCN]"*. Les commerçants de la zone ont néanmoins été associés à travers l'Association Strasbourg Nord, qui réunit les entreprises de la ZCN. L'association a représenté un interlocuteur direct lors des discussions liées à la requalification de la zone, mais plus dans une perspective d'optimisation de la logistique (mutualisation des espaces de stockage de marchandises par exemple).

Une volonté politique suffisamment ambitieuse ?

Les dispositifs citoyens déployés à Baggersee et à Chenôve témoignent d'une véritable volonté politique d'associer les habitants à la transformation des entrées de ville. Ils rencontrent néanmoins des limites : il est notamment difficile de capter des profils de répondants diversifiés. À Baggersee, seules les personnes déjà impliquées dans la vie de la commune d'Illkirch qui avaient reçu le courrier ont participé à l'atelier organisé dans le centre commercial. Les personnes faisant leurs courses ne se sont pas arrêtées. Ce sont notamment ceux qu'Adèle Bergna appelle les *"têtes blanches"* qui participent, à savoir les personnes âgées. Très peu de famille étaient présentes, ainsi que peu de personnes n'habitant pas le secteur et venant seulement y faire leurs courses, ou transitant par la plateforme multimodale devant le centre commercial (les *"navetteurs"*).

Au niveau politique, la communication institutionnelle peut parfois faire l'objet d'une certaine défiance, et se trouve limitée par les outils de communication modernes (réseaux sociaux).

“On se rend compte que la communication institutionnelle, elle est toujours frappée d’une forme de suspicion, parce que ce n’est pas à des étudiants en sciences politiques que je vais dire que la confiance dans la politique est écornée, et même à l’échelle locale. [...] Les jeunes ne se déplacent pas dans des réunions publiques. Les 25-45 ans, très peu. Le journal municipal, il est diversement lu. Les réseaux sociaux fonctionnent bien, mais vous vous rendez bien compte, dans la discussion qu’on a ensemble, que c’est quand même compliqué d’expliquer par un tweet, par un post sur Twitter et par un post Facebook, toute la complexité d’un projet comme celui-là.”

Thierry Falconnet - Maire de Chenôve

La concertation citoyenne se limite finalement à l’organisation de quelques réunions publiques et ateliers, qui ne semblent pas avoir de conséquences notables sur les projets aux yeux des quelques habitants ayant participé, et ne sont en général pas connus de la plupart des résidents des communes concernées. La position officielle du maire qui présente une forte volonté d’associer les habitants se trouve remise en cause par plusieurs d’entre eux, qui soulignent un décalage entre discours et réalité. Lors de l’enquête publique portant sur la révision du PLUi-HD de 2020, les citoyens ont émis plus de 1000 remarques transcrites dans le rapport du commissaire-enquêteur. Ce rapport a été remis en cause et renvoyé sur la touche par le conseil métropolitain, alors qu’il suggérait d’envisager une plus grande collaboration avec les acteurs de terrain, notamment les associations, dans les différents quartiers de la métropole. Tous les acteurs ne sont en effet pas favorables à plus de concertation citoyenne.

Le député Pierre Pribetich partage une vue opposée : pour lui, les dispositifs participatifs freinent les projets et la prise de décision. Son point de vue commence à rallier le maire de Chenôve, selon des habitants rencontrés.

“J’ai une vision assez centralisatrice et jacobine de la situation. Et je ne crois pas en faire un urbanisme avec les habitants. Je vais vous dire pour la bonne et simple raison, c’est qu’il y a tellement, en fait, de contradictions et de demandes contradictoires, qu’à force, on ne fait plus rien. [...] À un moment donné, il faut prendre des décisions. [...] La participation, elle a du sens pour essayer d’améliorer un projet. Mais vous ne pouvez pas dire aux gens voici une feuille blanche, à moins d’être démagogues au possible.”

Pierre Pribetich - Député de la 3^è circonscription

Pourtant, plusieurs citoyens souhaitent participer à la transformation de leur territoire. Lors de nos promenades sensibles, la plupart des participants nous ont demandé quelle portée cet atelier allait avoir sur les projets étudiés, et comment leur contribution allait pouvoir orienter l’aménagement des zones commerciales dans une dimension opérationnelle, traduisant une volonté réelle chez certains de prendre part à la mutation des entrées de ville, et une frustration de ne pas y être pleinement associés à ce jour.

Les associations comme contre-pouvoir

Les associations communales occupent une place importante dans la vie politique à l’échelle locale, et peuvent occuper une place de choix dans le processus démocratique, à l’instar de l’association Ensemble pour Chenôve

**“Nous, on représente la démocratie participative.
Eux, ils représentent la démocratie représentative”**

Gaby Blondeaux - Président de l'association Ensemble pour Chenôve

Selon lui, leur rôle est de représenter les habitants et leur réflexion politique auprès de la mairie. L'association manque néanmoins de ressources et n'est pas aidée par la commune, qui ne leur garantit pas l'accès à des locaux pour leurs réunions, “comme s'ils avaient un monopole”. Si elle peut parfois réserver une salle à la Maison de la vie associative, elle doit néanmoins tenir plusieurs de ses réunions à Marsannay-la-Côte, commune adjacente où elle a accès à un autre local.

Les associations peuvent ainsi servir de relais de mobilisation entre les élus et les habitants : à Baggersee, l'association Baggersee, créée en réaction au projet de la ZAC, a contribué à la diffusion de l'information sur l'organisation d'ateliers participatifs par l'Eurométropole. Elle a également joué un rôle lors de la campagne des élections municipales : souhaitant obtenir des réponses écrites à ses questions de la part de plusieurs candidats réticents, l'association a fait du porte-à-porte pour obtenir des signatures, environ 1500 (sur un total d'environ 27 000 habitants).

“Et puis, notre action, je pense, a fait réfléchir les gens sur les différentes listes. Il y avait un petit peu un basculement possible entre l'ancien maire, qui était un socialiste, et qui était très pro-urbanisme. Mais qui voyait que, quand même, les choses commençaient à tourner et qu'il fallait faire gaffe. Et puis, un jeune qui était là depuis longtemps dans l'opposition [...] qui est LR, mais qui s'allie aussi volontiers avec des gens du centre et même de gauche. [...] Je pense qu'on a fait basculer du côté du maire actuel qui a été réélu, je pense, aussi avec une large majorité”

Patrice Geille - Membre de l'association Baggersee



*Rencontre avec Gaby et Joël de l'association Ensemble pour Chenôve, Maison de la vie associative de Chenôve, Février 2026
©Joël Fanet*

L'association Baggersee perçoit ainsi sa propre action comme essentielle dans le basculement partisan des élections de 2026. Les associations représentent en ce sens une forme de contre-pouvoir qui peut faire basculer les orientations politiques communales. L'association Baggersee est cependant vue par plusieurs acteurs institutionnels comme étant systématiquement dans l'opposition à des projets fantasmés, sans laisser suffisamment de place pour le dialogue. Elle s'oppose en effet à la création de barres d'immeubles face au lac Baggersee, projet dont il n'a jamais été question pour l'Eurométropole ou pour Nhood. Les associations sont dans tous les cas connues des pouvoirs publics et des acteurs privés : elles sont identifiées comme des acteurs du territoire au même titre que les structures plus institutionnelles, et peuvent jouer un rôle démocratique, de relais, ou de frein d'après les acteurs interrogés.

4. Le paysage, entre ambition écologique et vitrine territoriale

Pour les différents acteurs impliqués dans les opérations d'aménagement, l'entrée par le paysage correspond à un levier essentiel pour changer l'image des zones commerciales, d'une logique fonctionnaliste et automobile héritée, représentée par des boîtes à chaussures grises et une bétonisation à outrance, à une valorisation des aménités environnementales accolées aux entrées de ville. L'ambition affichée de renaturation peut néanmoins constituer un outil d'amélioration de l'image de ces zones, et de rayonnement territorial pour les collectivités concernées.

D'une uniformisation historique à la valorisation des atouts paysagers

Les zones commerciales d'entrées de villes étudiées partagent les mêmes caractéristiques d'un urbanisme fonctionnaliste hérité des années 1960-1970, auquel on doit la forme bâtie de la "boîte à chaussures". Ces dernières sont la première caractéristique architecturale des zones et témoignent de leur uniformisation. Stéphane Gaillard décrit les Vergers du Sud comme "des boîtes avec du stationnement grand". Alix Brignon, qui travaille sur la ZCN, partage le même constat : "c'était des boîtes, des routes et des parkings, avec un réseau viaire qui était assez complexe à lire" et déplore un développement extensif des cellules commerciales sans planification d'ensemble. L'imperméabilisation totale des sols bétonnés en représente l'une des conséquences principales, et entraîne des effets d'îlots de chaleur. La voiture structure en outre entièrement ces espaces. L'avenue Roland Carraz à Chenôve illustre les logiques de cet urbanisme automobile.

L'absence de qualité urbaine est ainsi un enjeu majeur dans les projets de requalification des entrées de villes. Les pouvoirs publics cherchent aujourd'hui à valoriser les aménités situées à proximité des zones commerciales, et à in-



*Le Canal à Vendenheim, Avril 2026
©Le groupe de projet*

*Le lac du Baggersee, Avril 2026
©Le groupe de projet*

*Au coeur de la zone industrielle de Chenôve, Mai 2026
©Le groupe de projet*



tégrer leurs spécificités paysagères aux projets de transformation. Le canal marquant la limite Est de la ZCN, longtemps invisible, est devenu le principal atout paysager identifié et mis en valeur par l'opération d'aménagement. FREY a assuré l'aménagement des berges du canal, comme prévu dans le contrat de concession : elles sont aujourd'hui devenues un espace de promenade pour les piétons et pour les cyclistes, avec des bancs et des tables permettant de profiter du canal. Si le canal est collé à la zone commerciale, une véritable coupure existe entre cet espace végétal et relativement calme, et les commerces adjacents.

“Il n’y a rien de plus désagréable que de balader à pied le long de l’avenue Roland-Carraz. Elle n’est pas faite pour les piétons. C’est un tonneau à bagnole. C’est un aspirateur à bagnole. Voilà. C’est juste ça. C’est un axe pour les bagnoles. Qui, en plus, vient buter contre le tramway à la station Carraz, ici. Qui est un vrai verrou, un verrou d’étranglement. Mais il n’y a aucune qualité urbaine. Il n’y a rien”.

Stéphane Gaillard - Directeur du développement et de l'attractivité du territoire de la Ville de Chenôve

À Chenôve, la ressource paysagère principale est mémorielle : elle trouve sa source dans l'histoire agricole et viticole du territoire. En effet, dans la première moitié du XIXe siècle, Chenôve comptait de nombreux vergers, pêches de vigne, et cultures de cassis, groseilles, myrtilles - d'où le nom initial du centre commercial des Vergers du Sud abritant l'ex-Géant Casino. Cette histoire alimente l'ambition paysagère de la commune : d'après Thierry Falconnet, *“à certains endroits, on pourrait avoir des vergers conservatoires sur cette avenue, pour rappeler une forme de témoin de l'histoire des vergers partagés”*. Ce projet est aussi soutenu par l'association Ensemble pour Chenôve, qui trouve que le passé agricole de la ville n'est aujourd'hui pas

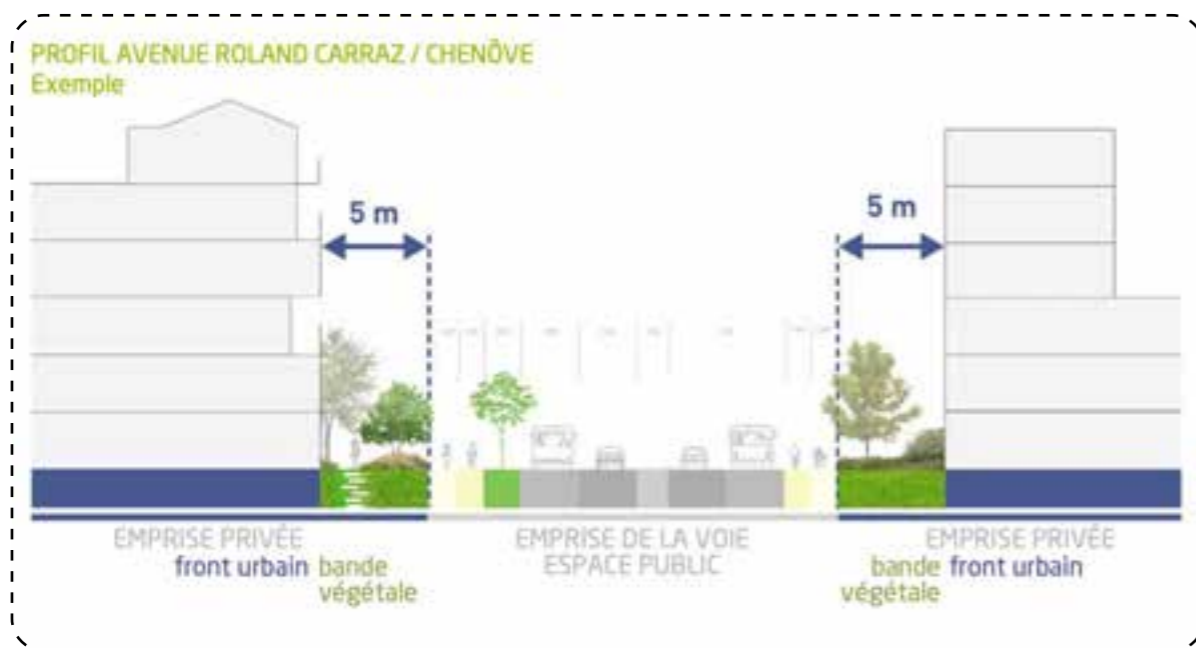
assez valorisé. L'avenue se trouvant sur l'axe touristique de la route des vins entre Beaune et Dijon, il s'agit également de mettre en lumière la dimension viticole du territoire.

Le site de Baggersee n'est pas en reste en matière d'aménités paysagères. La zone commerciale est accolée au lac de Baggersee, et est située à proximité de la réserve naturelle du massif forestier de Strasbourg-Neuhof/Illkirch-Graffenstaden, qui couvre une superficie de 945 hectares et constitue une trame verte autour de la ville. L'agence TER, chargée du plan guide de la zone commerciale, prévoit une *“amplification”* du paysage existant, d'après Carlotta Mazzi, directrice de projet travaillant sur ce site. Il s'agit ainsi de *“faire épaissir les paysages qui existent, les renforcer, les faire pénétrer dans un quartier pour qu'ils soient vivables et désirables”*. La reconstitution d'une trame paysagère est le levier principal imaginé pour redonner de la qualité au site de Baggersee. Les ateliers organisés par l'Eurométropole ont aussi fait ressortir l'importance du paysage pour les habitants, qui souhaitent voir plus de végétalisation. L'association Baggersee défend également un projet paysager : *“Notre objectif premier, c'est zéro construction sur les champs”*.

La désimperméabilisation et la renaturation comme nouveaux défis

Les enjeux paysagers et environnementaux sont de plus en plus intégrés aux projets d'aménagement des entrées de villes. Ils sont notamment pris en compte sur les plans réglementaire et politique. Le traité de concession de la ZCN comporte un document prescriptif qui traite spécifiquement du paysage : le Cahier de Prescription Architecturale des Paysages (CPAUPE), qui indique la manière dont la zone doit être aménagée même sur les parties privées. Sa portée reste néanmoins limitée aux zones sous la compétence de FREY : les autres projets privés n'ont pas d'obligation d'application de ces prescriptions. À Chenôve, un objectif de renaturation est prévu dans les OAP du PLUi-HD.

L'OAP métropolitaine 1 portant sur l'entrée sud prévoit "d'associer la requalification et le renouvellement urbain à une démarche ambitieuse de l'entrée de ville"(p.38). Le document impose aux constructions nouvelles un recul de cinq mètres par rapport à la voie de circulation. Cette bande réservée "devra faire l'objet d'un frontage paysager à l'aide de plantations multi-strates (herbacée, arbustive, arborée) permettant de constituer à terme une continuité de nature le long de l'entrée de ville", d'après le PLUi-HD (p.40).



Extrait du PLUi-HD de Dijon Métropole ©Dijon Métropole

D'après Stéphane Gaillard, Chenôve, l'objectif est que les aménageurs privés participent aussi à l'effort de végétalisation. Des mécanismes incitatifs appuient les obligations réglementaires : le PLUi accorde des bonifications aux opérations vertueuses, déterminées selon un coefficient biotope par surface. Ces dernières amènent les acteurs à chercher plus de qualité dans leurs opérations d'aménagement, en contrepartie d'une plus grande sensibilité publique à leurs propositions. Enfin, à Baggersee, le déploiement d'une

démarche d'urbanisme favorable à la santé intègre explicitement les enjeux paysagers comme facteurs de santé publique. Cette démarche s'inscrit dans l'approche globale "Une seule santé – One Health" de l'Eurométropole de Strasbourg sur l'interdépendance entre les enjeux sanitaires et environnementaux. L'objectif est de "réduire les facteurs de risques" d'après Adèle Bergna, à savoir les îlots de chaleur urbains, ou encore l'exposition au bruit. La végétalisation et le développement de lieux calmes représentent donc des leviers pour favoriser la santé. Cette démarche participe d'une ambition plus large de l'Eurométropole de Strasbourg de créer plus de qualité urbaine et paysagère.

La volonté politique de restauration paysagère et environnementale se traduit dans plusieurs projets, observables dans les trois terrains d'étude. Dans la ZCN, l'agroparc représente la pierre angulaire d'une stratégie de renaturation. Il était prévu qu'un maraîcher exploite la zone, et qu'en plus du volet production, l'espace propose des activités d'éducation à l'environnement. Le projet est cependant en attente à l'heure actuelle : la première tentative d'agriculture urbaine et de mise en vente dans la zone commerciale a échoué, et l'Eurométropole n'a pas retrouvé de maraîcher depuis. L'espace de l'agroparc est donc une réserve naturelle non exploitée pour l'instant.

À Chenôve, c'est le tramway qui s'impose comme levier principal de transformation paysagère de l'avenue Roland Carraz. Ce projet s'accompagne en effet d'une volonté de végétalisation le long du réseau, accompagnant le développement d'espaces piétons et cyclables. Thierry Falconnet défend la végétalisation comme facteur de qualité de vie. Allant plus loin que la simple végétalisation, l'agence TER souhaite créer à Baggersee une véritable trame verte permettant de désimperméabiliser l'entrée de ville, et de refaire place à la nature en ville. Cela se traduit notamment par la reconversion des parkings : concentrer le stationnement sur des parkings-silos à plusieurs étages libère de l'emprise au sol pour recréer des continuités écologiques. La directrice de projets souhaite également "refaire vivre des sols inertes" en initiant une transition agricole sur les espaces de champs.



Agroparc de la Zone Commerciale Nord, Avril 2026
©Le groupe de projet

L'entrée paysagère, une stratégie de marketing territorial ?

Ces projets présentent néanmoins des limites. Sur la ZCN, le relancement du projet d'Agroparc n'est pour l'instant pas à l'ordre du jour. La Shopping Promenade et l'espace O'Centre livrés par FREY cherchent à rompre avec l'esthétique des zones commerciales traditionnelles, en proposant des bâtiments au revêtement boisé. Ces bâtiments n'en restent pas moins des boîtes à chaussures, malgré l'utilisation de matériaux plus "nobles". La qualité paysagère est en outre à géométrie variable : ces rénovations ne concernent qu'une petite partie de la zone commerciale historique (projet O'Centre), mais le reste des commerces restent vieillissants. Le verdissement des boîtes à chaussures permet à FREY de valoriser le développement d'un espace commercial vertueux et respectueux de l'environnement, alors même que la Shopping Promenade a été construite à l'origine sur des terres agricoles, et qu'elle s'inscrit dans la continuité du modèle commercial historique. Le verdissement de la zone commerciale semble plus représenter un levier de marketing territorial qu'une véritable rupture pour plus d'intégration paysagère et écologique.

“Moi, ce que je regrette dans le projet, c'est qu'on n'a pas réussi, finalement, à faire évoluer le modèle du commerce de périphérie. [...] Sur la question de la logistique, sur des sujets qui auraient pu permettre, finalement, d'avoir plus de densité dans la zone, et faire en sorte aussi que les commerces se rapprochent, qu'on puisse tout faire à pied, [...] j'ai l'impression qu'on est restés quand même sur du commerce de périphérie assez classique. Et ça, c'est peut-être un regret, c'est qu'on n'a pas réussi à faire muter ces modèles-là dans la périphérie.”

Alix Brignon - Cheffe de projet sur la ZCN

À Chenôve, le paysage apparaît comme un impensé au-delà du tracé du tramway. Le directeur de l'aménagement urbain insiste sur le tramway comme moteur dans l'amélioration de l'image de la ville :

“C'est de l'investissement public, c'est des coûts, mais ça offre des opportunités de valorisation du foncier et de mutations qui sont phénoménales”.

Stéphane Gaillard - Directeur du développement et de l'attractivité du territoire de la Ville de Chenôve

La végétalisation aux abords du réseau ferré améliore seulement le paysage perçu depuis l'avenue, principal axe situé sur la route des vins entre Beaune et Dijon. Elle valorise ainsi le territoire, mais ne produit que des changements superficiels. L'intégration paysagère ne semble pas à l'échelle au vu de l'ampleur du projet des Grands Vergers du Sud, et représente plus une opportunité de valoriser l'image de Chenôve que l'aboutissement d'un véritable projet environnemental et écologique. Cette démarche peut aussi être comprise comme s'inscrivant dans une logique de marketing territorial, la mairie cherchant avant tout à faire la promotion d'une ville moderne et durable, engagée dans les mobilités douces et dans la végétalisation.

Le marketing territorial vise ainsi à renforcer l'attractivité du territoire afin d'y attirer des capitaux. Stéphane Gaillard affirme néanmoins vouloir aller au-delà du tramway et construire un projet plus global, qui reste à mettre en œuvre. La végétalisation de l'avenue Roland Carraz ne représente néanmoins pas un projet alternatif paysager alternatif en tant que telle. Sur les trois terrains étudiés, le diagnostic est posé et l'ambition paysagère affichée est forte, ; pour autant, les projets tels qu'ils nous sont présentés ne semblent pas porter d'ambition de rupture avec le modèle d'aménagement précédent, alors même que les acteurs rencontrés en reconnaissent implicitement la nécessité (en commençant systématiquement par invoquer le caractère moche de ces zones en début d'entretien notamment).

Par exemple, plusieurs déplorent le caractère grisâtre et triste de ces zones, mais aucun ne propose de solutions concrètes pour y introduire de la couleur et les égayer. L'entrée paysagère correspond ainsi à une volonté peut-être sincère, mais qui ne semble pas encore trouver d'écho opérationnel suffisant.

“On ne veut pas faire un beau décor de théâtre, quand on vient de Beaune et qu'on va à Dijon, ou on traverse Chenôve, alors c'est bien, on est devant l'avenue Roland Carraz, il y a le tramway, il y a une belle façade, et puis derrière, c'est la catacombe. Donc c'est comment on travaille ces continuités”

Stéphane Gaillard - Directeur du développement et de l'attractivité du territoire de la Ville de Chenôve

*Façades commerciales à Chenôve, Février 2026
©Le groupe de projet*



De l'espace planifié au lieu habité, la nécessité d'une approche sensible

Dans la première partie de notre étude, nous avons exploré les dynamiques macro-économiques, institutionnelles et réglementaires qui rendent la mutation des entrées de ville inéluctable. Les dialogues noués à l'échelle nationale ainsi que les entretiens menés avec les acteurs de l'aménagement sur nos terrains de Dijon et de Strasbourg nous ont permis de circonscrire les immenses défis opérationnels de cette requalification. Qu'il s'agisse de la gestion du morcellement foncier, des défis de gouvernance, de l'équation financière complexe des opérations de restructuration, ou encore de la question paysagère, nous avons cerné la manière dont la puissance publique et les aménageurs espèrent requalifier ces espaces.

Toutefois, si cette ingénierie de projet est la condition sine qua non de la transformation physique des entrées de villes, elle se heurte à une limite intrinsèque. L'urbanisme et la planification produisent de l'espace, mais c'est l'usager qui façonne le lieu. La demande de l'Institut CDC pour la Recherche nous invite explicitement à dépasser le stade de la réparation technique pour comprendre sous quelles conditions ces espaces peuvent devenir de nouveaux "lieux de vie agréables" et attractifs. Or, il ne suffit pas de décréter la mixité fonctionnelle sur un plan masse, de dessiner des logements au-dessus d'une surface commerciale ou de désimperméabiliser un parking pour générer spontanément de l'urbanité et de l'appropriation sociale. Le risque de reproduire, sous une forme verdie et densifiée, l'urbanisme standardisé hérité de la "*ville franchisée*" demeure particulièrement prégnant.

Dès lors, une question centrale émerge : **que met-on réellement derrière la notion de "lieu de vie" dans un environnement historiquement conçu pour le flux automobile, la rentabilité foncière et la consommation rapide ?** Un lieu de vie se définit par sa capacité à susciter l'attachement, à autoriser la flânerie, à générer des frottements sociaux et à s'inscrire dans les routines du quotidien en dehors du strict acte d'achat. Pour appréhender cette dimen-

sion impalpable mais fondamentale, il nous a paru indispensable d'opérer un changement d'échelle et de posture méthodologique. Le regard surplombant du planificateur devait céder la place au regard ancré de l'usager.

C'est très exactement l'objet de la seconde partie de notre travail. Nous y délaissions les documents d'urbanisme et les logiques d'investisseurs pour adopter une approche résolument sensible et qualitative. À travers une observation des pratiques spatiales, des passations de questionnaire ou ateliers photographiques sur nos terrains, nous chercherons à comprendre la vie qui existe sur ces zones commerciales. Notre démarche consiste à donner la parole non plus à ceux qui conçoivent ces entrées de ville, mais à ceux qui les vivent, les traversent, par défaut ou y travaillent au quotidien. En confrontant le discours institutionnel et aménageur de notre première partie aux réalités vécues du terrain développées dans cette seconde section, notre ambition est de dresser un pont entre la "ville conçue" et la "ville vécue". C'est à la croisée de ces deux approches que nous pourrions identifier les véritables leviers permettant à ces territoires de transit de s'incarner, durablement, en territoires d'ancrage.

RACONTEZ-MOI LES ZONES COMMERCIALES

Ce livret photo propose une sélection de 18 photos à partir de l'ensemble de notre corpus photographique de 300 photos.

Chaque photo raconte à elle seule une micro-histoire, un moment de vie des zones commerciales ou une nouvelle perspective sur la transformation des zones commerciales.

Nous invitons chaque lecteur et lectrice à faire sa propre sélection à partir de la compilation faite dans l'atlas photographique.

8 Mile Road • Chenôve
25 mai 2026 • ©Le groupe de projet



Durant la promenade sensible le long de l'avenue Roland Carraz, Dominique est contraint de marcher sur le terre-plein faute de passage piéton. La double double voie ne coupe pas seulement la commune de Chenôve en deux. Elle est aussi dangereuse que bruyante.

Les Jardins d'Issler • Zone Commerciale Nord
11 avril 2026 • ©Usagers



Il faisait chaud sous les serres des Jardins d'Issler. Le parking était plein. Comme la majorité des français-es, ces usagers se rendent dans les zones commerciales pour une enseigne plutôt que pour un lieu.

Les olives • Chenôve
7 février 2026 • ©Usagers



Derrière les boîtes à chaussures fades se cachent des couleurs vives. L'image est floue, notre enquêté devait déjà être en train de goûter l'une de ces magnifiques olives.

Les soldes • Montigny-Lès-Cormeilles
30 janvier 2026 • ©Usagers



Nous étions en train de réaliser notre terrain test. Il nous avait dit qu'il était photographe amateur, qu'il voyait une belle photo, remplie de couleurs et illustrant les enfilades de panneaux publicitaires propres aux zones commerciales. Il avait vu juste.

Un autre point de vue • Zone Commerciale Nord
11 avril 2026 • ©Le groupe de projet



Le témoin • Chenôve
6 février 2026 • ©Le groupe de projet



Depuis la vitre du train, la Zone Commerciale Nord se dévoile sous une nouvelle perspective. La fugacité du moment résonne avec la nature même des zones commerciales : des lieux de passage.

*Ce lampadaire a tout vu, tout vécu.
Il était là quand le Mammouth a ouvert. Il était là quand le Auchan l'a remplacé.
Il était là quand il a fermé. Témoin impuissant du déclin, il nous permet de prendre un peu de hauteur pour échapper aux îlots de chaleur des parkings brûlants.*

Portrait d'une zone commerciale • Chenôve
5 février 2026 • ©Usagers



Des boîtes à chaussures alignées, une double voie, un échangeur, une voiture qui passe, une belle lumière, des lignes de fuites. Tout y est. Voilà le portrait d'une zone commerciale.

La reine voiture • Chenôve
6 février 2026 • ©Le groupe de projet



Ici, les voitures sont encore reines, Elles imposent leur rythme. Nous avons hésité à prendre cette photo. (Mal)heureusement, ce cycliste a attendu de longues minutes avant de traverser.

Rouge • Chenôve
25 mai 2026 • ©Usagers



*Le rouge vif des enseignes domine tout. Comme pour masquer le vide du parking.
Comme le soleil qui brûle l'asphalte. La scène paraît presque
artificielle. Rien n'a été modifié, c'est juste la réalité qui sature.*

La reine voiture • Chenôve
6 février 2026 • ©Le groupe de projet



*Le gris des voitures et du bitume s'étale au premier plan.
Au loin, les tours blanches se dressent comme un horizon plus calme.
Deux mondes qui se frôlent sans vraiment se répondre.*

ACTION • Chenôve
7 février 2026 • ©Usagers



*Le soleil se couche. Les magasins s'apprêtent à fermer.
C'est le moment des courses de dernière minute. Plusieurs enquêtés ont photographié leur enseigne préférée : voici la sienne.*

Derrière les zones commerciales : la nature •
Zone Commerciale Nord
11 avril 2026 • ©Le groupe de projet



Le calme a remplacé le tumulte de la Shopping Promenade. La brise a remplacé les îlots de chaleur de la zone historique. Derrière nos terrains d'étude se cachent de vastes espaces agricoles et naturels. Il faut "simplement" oser passer derrière les boîtes à chaussures.

La chute • Chenôve
25 mai 2026 • ©Le groupe de projet



Un nid-de-poule, une chute, et tout est dit. On vous l'a dit, les vélos ne sont pas encore les bienvenus dans les zones commerciales. On répare et ça repart.

Une seconde vie • Chenôve
6 février 2026 • ©Le groupe de projet



“Avant c'était un Mammouth. Puis le Géant Casino l'a remplacé. Il commençait à être plus cher que le Leclerc d'à côté, alors les gens n'y allaient plus. Le jus d'orange était deux fois plus cher. Je suis venu là car y'a personne. Je suis tranquille pour réparer. Cette zone, ils l'ont laissé à l'abandon. Le soir ya des gens qui font du tuning maintenant.” (L'enquête a souhaité rester anonyme)

Corps • Chenôve
6 février 2026 • ©Le groupe de projet



*On devine un corps en mouvement dans le flou de l'effort. Chaque jour des milliers de personnes se rendent dans les zones commerciales pour y travailler.
Ce sont eux qui les font vivre, qui donnent corps à ces lieux.*

Sortie en amoureux • Chenôve
6 février 2026 • ©Le groupe de projet



Cette photo a été la première qui nous a marqué. Des voitures, des enseignes mais surtout de la vie. Un jeune couple, de la vie. Puis, l'ensemble vintage de la dame, la vieille voiture derrière, le tout sous l'œil d'un Kodak...On en douterait presque de l'année de la photo.



Il fut un temps où le commerce battait son plein. Le centre historique vivait au rythme des petits prix et des gros volumes. C'était l'âge d'or de la Zone Commerciale Nord. Aujourd'hui, les habitudes ont changé et la logique commerciale aussi. Ce sont les prix qui sont devenus gros et les gros volumes des galeries marchandes que l'on tente de faire petits.



La Shopping Promenade sait se montrer accueillante. Symbolise-t-elle le devenir des zones commerciales ? A chacun d'en juger. Ce jour-là il faisait frais, les gens semblaient bien : sous le regard discret de Big Brother.

2. DE LIEUX DE PROJETS À LIEUX DE VIE : pour une requalification citoyenne des entrées de villes



202 Résultats du questionnaire

236 **Les promenades sensibles**
Chenôve
Vendenheim

262 **Les propositions alternatives**
Chenôve
Vendenheim

278 **Recommandations**



1. Fonctionnelles, habitables, parfois aimées : ce que l'enquête auprès des usagers révèle des zones commerciales

Appréhender la vie dans les zones commerciales auprès des usagers s'est d'abord fait autour de la notion d'habitabilité. Cette dernière nous interpellait dans sa propension à capter différentes dimensions du quotidien des individus. En effet, selon Géoconfluences, l'habitabilité se définit comme "néologisme qui qualifie l'ensemble des conditions de l'habiter d'un lieu (accessibilité, convivialité, citoyenneté, proxémies) aussi bien matérielles qu'idéelles. Le terme renvoie à une idée de l'habiter plus large que le fait de résider. L'habitabilité d'un lieu est liée à l'existence de possibilités suffisantes de création et d'adaptation permettant aux individus de se l'approprier." Dans les projets de requalification des entrées de ville, la question du logement est souvent primordiale et nous nous intéressons alors à la capacité des individus à s'approprier les zones commerciales et en faire un lieu de vécu quotidien. Ici, on étudie la possibilité que des individus viennent y habiter mais aussi quels en seraient alors les pratiques qui en découlent. Ainsi, notre première approche s'est faite au regard d'un questionnaire, surtout diffusé à Chenôve. Ce dernier comportait les questions suivantes :

1. Quel est votre prénom ?
2. Êtes-vous : (Genre)
3. Quelle est votre tranche d'âge ?
4. Quelle zone commerciale fréquentez-vous ?
5. Vous êtes dans cette zone commerciale en tant que : (Rôle/Statut)
6. Dans quelle ville habitez-vous ?
8. Quel est votre profession ?
9. Quelles sont les raisons de votre déplacement dans cette zone commerciale aujourd'hui, par ordre de priorité ?

10. Quel mode de transport avez-vous utilisé pour vous rendre dans cette zone commerciale ?
11. À quelle fréquence vous rendez-vous dans cette zone commerciale ?
12. Combien de temps en moyenne durent vos visites dans cette zone commerciale ?
13. Depuis votre domicile, quel est votre temps de trajet jusqu'à la zone commerciale ?
14. Depuis votre lieu de travail, quel est votre temps de trajet jusqu'à la zone commerciale ?
15. Pourquoi choisissez-vous cette zone commerciale plutôt qu'un autre lieu ?
15. En général, vous venez : (Seul ou accompagné)
16. Si des logements étaient construits dans cette zone, pourriez-vous y habiter ?
17. Pourquoi ? (Suite à la question sur le logement)
18. Y a-t-il des éléments que vous trouvez particulièrement beaux dans cette zone commerciale ? Lesquels ?
19. Y a-t-il des éléments que vous trouvez particulièrement moches dans cette zone commerciale ? Lesquels ?
20. Si vous pouviez changer un aspect ou un élément de ce lieu, qu'est-ce que ce serait ?

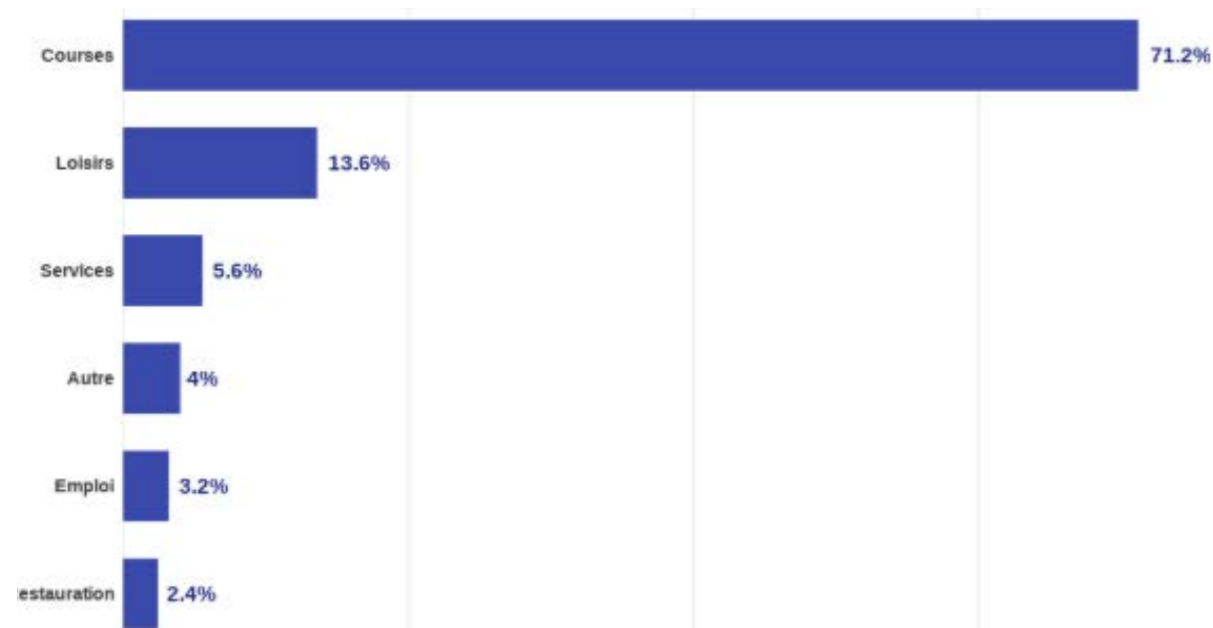
La première partie nous permettait alors de préciser les pratiques des usagers de la zone commerciale et la deuxième leur perception quant à la zone et la possibilité d'y habiter. Nous avons surtout axé la perception autour de la question de la beauté. D'abord, cela répondait à une interrogation quant à la "France moche" de Télérama que nous voulions vérifier au sein de la population cliente des zones commerciales.

Ensuite, nous voulions interroger ce que les individus pensent comme changement prioritaire sur les zones commerciales. Le mode de diffusion des questionnaires s'est fait par QR Code affichés sur les panneaux et parkings de la zone commerciale, méthode qui s'est avérée peu fructueuse mais également de manière directe ou nous allions poser les questions aux individus. Nous pouvons alors dresser quelques résultats sur la possibilité d'interroger l'habitabilité des zones commerciales. Ces résultats sont surtout inhérents à la zone commerciale chenevrienne et reposent sur un échantillon de 128 répondants.

Un usage "classique" des zones commerciales : voiture et achats

Pourquoi venez-vous dans cette zone commerciale ?

Pourcentage de répondants ayant placé cette raison en priorité n°1



©Notre enquête " Usages des zones commerciales"
n = 125

Sans trop contredire nos attentes, le questionnaire a mis en avant que la zone commerciale était surtout fréquentée dans un but de consommation et de venir y faire ses courses. En effet, le graphique montre que près de trois-quarts (71,2%) des usagers interrogés disent être là pour venir y faire leur courses. Le loisir, deuxième motif plébiscité n'est cité en raison prioritaire que pour 13% des répondants. Ainsi, les zones commerciales sont, dans les pratiques de ceux qui les fréquentent, encore très monofonctionnelles. Ces usages sont en grande partie guidés par l'offre présente, quasi-exclusivement commerciale.

Toujours dans la lignée de nos attentes, la voiture s'impose, parmi nos répondants, comme le moyen de transport privilégié pour se rendre sur les zones commerciales. Environ 9 individus sur 10 disent être venus en voiture.

Comment êtes-vous venus ?

Répartition des modes de transports pour accéder à la zone commerciale



©Notre enquête " Usages des zones commerciales"
n = 128



Hippolyte & Eliot accrochant les QR-Code, Montigny-Lès-Cor-meilles, Janvier 2026 ©Le groupe de projet

Naoumy en plein questionnaire, Chenôve, Février 2026 ©Le groupe de projet

Lyna & sa copine, Chenôve, Février 2026 ©Le groupe de projet



La perception du beau et du moche

Demander aux habitants et aux usagers ce qu'ils trouvent beau ou laid dans les zones commerciales se tient selon nous comme une façon concrète de toucher à la part sensible de l'habitabilité. Car un lieu n'est pas seulement fait de services, d'accès et de confort ; il est aussi habitable parce qu'on le perçoit et le vit comme tel. Comme le rappellent Barrioz et Laslaz (Anne Barrioz et Lionel Laslaz, *"Habitabilité : tour d'horizon d'une notion et de ses limites"*, Géoconfluences, janvier 2025.)

l'habitabilité reste un ressenti très différent d'une personne à l'autre, variable dans le temps et l'espace, et elle dépend toujours de l'appréciation des individus et des normes que se donne une société. Dire *"c'est beau"* ou *"c'est moche"*, c'est déjà porter ce jugement-là. D'ailleurs, c'est bien un sentiment de laideur qui a fait surgir le débat sur les entrées de ville dans l'espace public, avec l'article de Télérama *"Comment la France est devenue moche ?"* (2010). Écouter ce que les gens trouvent laid ou désirable, c'est donc se donner les moyens de comprendre, de l'intérieur, ce qui rend ces lieux vivables ou non. D'abord, ce qui est révélateur, c'est précisément l'étonnement de certains enquêtés face à la question. Plusieurs jugeaient étonnant voire insensé qu'on leur demande si une zone commerciale était belle ou laide : pour eux, un tel espace est avant tout fonctionnel. On y vient pour faire ses courses, se garer, repartir. La beauté n'aurait donc pas à y être évaluée. Cette réaction est en soi un résultat. Elle montre que ces lieux sont spontanément rangés du côté du purement utilitaire, comme des espaces que l'on traverse sans vraiment les habiter, et dont on n'attendrait ni qualité sensible ni agrément.

Or c'est justement cette mise à distance qui interroge l'habitabilité : si l'on s'autorise à ne pas se soucier de l'apparence d'un lieu, c'est qu'on ne le considère pas tout à fait comme un lieu de vie, mais comme un simple décor de la consommation. Poser la question du beau et du laid, même quand elle surprend, permet alors de rendre visible ce renoncement implicite et de rappeler que ces espaces, fréquentés quotidiennement par des milliers de

personnes, méritent eux aussi d'être pensés comme habitables. Néanmoins, malgré cette première réaction étonnée, nous avons pu récolter des dires sur le jugement esthétique des entrées de ville. D'abord en ce qui concerne les critères de beauté, ils sont bien trop rares pour être analysés. En effet, seuls 7 répondants sur 125 ont trouvé que certains éléments pouvaient être beaux. Pour la majorité des répondants, cela tenait dans la beauté de certaines enseignes depuis leur rénovation.

Si l'on se concentre alors sur la question de la mocheté, nous avons eu affaire à deux types de réponse. La première, un peu dans la même veine de l'étonnement initial était de dire :

“Ça ressemble à une zone commerciale”

Vincent, homme âgé de 50 ans

“C'est une zone, c'est vraiment le format d'une zone quoi”

Louis, retraité

“ Je m'attends pas à voir du beau ou du moche”

Fabien, homme dans la trentaine

La zone commerciale serait donc moche en elle-même car elle est zone commerciale et ne pourrait pas avoir de spécificités plus fines.

L'analyse de ce nuage de mots met parfaitement en évidence les points de friction esthétiques soulevés par les visiteurs. Sans surprise, les mots «zone» et «moche» trônent au centre du graphique. Bien que logiques par rapport à la question posée, leur taille confirme un rejet global de l'espace : la laideur n'est pas perçue sur un détail précis, mais sur la zone dans son ensemble. En se penchant sur les termes secondaires et en les croisant avec les témoignages recueillis, trois grands axes de rejet se dégagent très distinctement. Le premier problème majeur soulevé par les usagers est l'omniprésence du minéral, que l'on pourrait qualifier de *"tout-béton"*. Le mot *"béton"* est l'un des termes descriptifs les plus massifs du nuage, souvent associé en creux au mot *"verdure"* qui exprime un manque. L'espace est perçu comme froid et inhospitalier. C'est ce que ressent Pierre, qui déplore qu'il y ait *"trop de béton, pas assez d'arbres"*, un avis tranché que partage Patricia pour qui *"c'est que du béton"*. Christelle dresse d'ailleurs un portrait assez dur de cet aménagement, expliquant que :

“Cette zone est très laide, les bâtiments tombent un peu en décrépitude pour certains, les pylônes... plus trop de béton”.

Le deuxième constat partagé par les répondants est le vieillissement de la zone et le sentiment de déclin qui s'en dégage. Les adjectifs *"vieux"* et *"triste"* sautent immédiatement aux yeux, accompagnés de noms comme *"abandon"* ou *"ancien"*. Ce n'est pas seulement l'architecture qui est jugée inesthétique, c'est l'ambiance morose générée par les fermetures successives de commerces et les friches laissées telles quelles. Marion explique par exemple que *"le centre est un petit peu triste. Les enseignes qui ont fermé rendent le lieu triste : ancien chocolatier, bijouterie"*. Le mot *"casino"*, bien visible sur le nuage, cristallise cette sensation d'abandon. Ludivine cite d'ailleurs spontanément *"l'ancien casino abandonné"* comme élément le plus laid, tandis que Meliane pointe du doigt le côté *"vieillissant"*, notant une *"comparaison*

frappante entre le nouveau Intersport et le vieux Mistigriff en face, à moitié à l'abandon".

Enfin, le dernier axe de friction concerne l'esthétique purement artificielle et le côté *"boîte à chaussures"* des infrastructures. Des termes architecturaux bruts comme *"bâtiment"*, *"façade"*, *"galerie"* ou *"industriel"* traduisent le rejet de cette conception utilitariste de l'espace, sans âme ni histoire. Louis dénonce par exemple le *"gros bâtiment du géant Casino"*, tandis que Sandrine offre une réflexion très complète sur ce modèle d'aménagement urbain. Pour elle, c'est une :

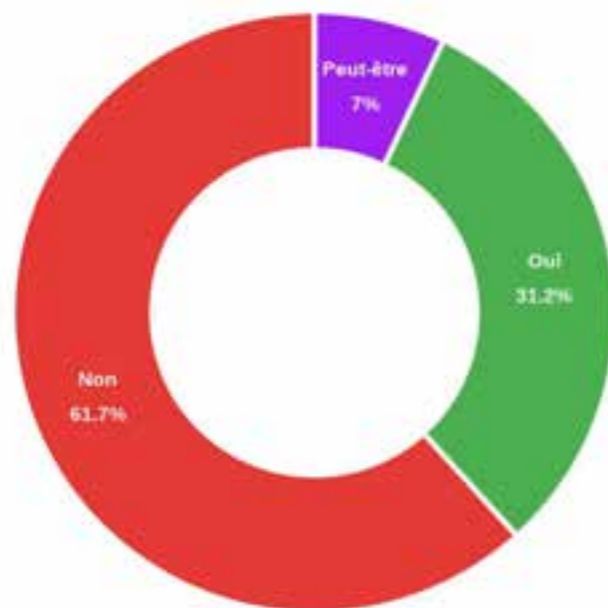
“Zone artificielle [...] ça me fait penser aux États-Unis où les gens prennent leur voiture pour venir manger un burger, et ce n'est pas ma culture”.

En synthèse, la perception négative de la zone dépasse la simple question des façades. Elle reflète le rejet d'un modèle d'aménagement perçu comme trop bétonné, vieillissant et déshumanisé.

La question résidentielle : qui accepterait d'habiter la zone ?

Parmi la minorité qui se déclare prête à habiter la zone (31,2 %), les justifications relèvent presque toutes d'une logique pratique et fonctionnelle, comme le donne à voir le nuage de mots des réponses positives (graphique XX). Le motif le plus récurrent est celui de la proximité : habiter sur place, ce serait avoir "à portée de main" les commerces, les magasins, les services et de quoi faire ses courses, dans une logique d'optimisation du quotidien. La proximité au travail et la facilité d'accès, toujours pensée, du reste, en termes automobiles, le mot "voiture" figurant en bonne place, complètent ce registre de la commodité. Un second argument, plus matériel, tient au prix : plusieurs répondants évoquent un immobilier supposé plus abordable, faisant de la zone une option par défaut, dictée par la contrainte économique plus que par un véritable désir d'y vivre.

Si des logements étaient construits ici, pourriez-vous y habiter ?



©Notre enquête " Usages des zones commerciales"
n = 128

À la marge enfin, quelques-uns mobilisent un registre plus qualitatif : un côté "calme", "joli", voire "chill", mais ces appréciations restent rares et ne suffisent pas à dessiner un attrait résidentiel positif. Le "oui" apparaît ainsi moins comme l'expression d'un désir d'habiter que comme un calcul utilitaire : on accepterait d'y vivre parce que ce serait pratique ou bon marché, non parce que l'on s'y projette comme dans un cadre de vie désirable.

"Grave pratique, je suis à côté de mon Basic Fit, et même pour aller à Carrefour je peux y aller en revenant en voiture."

Justine, entretien

"Le foncier est abordable par rapport à d'autres coins de la métropole, dans le neuf de première accession (...) on ne paye pas pour se garer et, avec la poussette, c'est assez pratique même si ça reste une zone commerciale."

Vincent, 32 ans, entretien

"Moi, je pourrais vivre là-bas parce que, justement, il n'y a personne. Et pourtant on est connectés, plus ou moins, à la ville. C'est trop bien."

Ancien habitant de Vendenheim, entretien

Le contraste entre les deux premiers extraits et le dernier est éclairant : la commodité et le prix dominant, et lorsqu'un argument plus sensible affleure (le calme), il tient paradoxalement à l'absence de vie du lieu "justement, il n'y a personne". Le lien envisagé reste donc conditionné par ce que la zone permet, jamais par ce qu'elle est.





Avoir acheté une maison, mené à bien un projet immobilier, fondé une famille autant d'éléments ("maison", "propriétaire", "projet") qui scellent un ancrage difficilement réversible. La perspective d'une mobilité résidentielle vers la zone se heurte ainsi à un fait têtue : une fois le projet immobilier concrétisé, le coût d'un déménagement financier, mais aussi affectif et social devient prohibitif, et l'hypothèse d'aller vivre dans une zone commerciale apparaît même, pour beaucoup, comme une régression par rapport à une situation déjà stabilisée. Le "non" ne traduit donc pas seulement le rejet d'un lieu jugé inhospitalier ; il exprime aussi l'inertie propre aux trajectoires résidentielles : on n'envisage pas d'habiter là où l'on a déjà cessé de chercher à se loger ailleurs.

"J'ai hésité à venir habiter là (...) mais j'avais peur de m'isoler. (...) Les gens font ce qu'ils veulent, mais c'est pas moi qui irai."

*Jacques, 71 ans, retraité habitant le centre-ville,
Extrait d'entretien*

Un dernier élément, issu des carnets de promenade sensible, mérite d'être relevé car il affine ce refus : le rejet ne vise pas "*la zone*" de façon indistincte, mais se concentre presque entièrement sur son secteur résidentiel déjà bâti (le lieu 1, l'entrée minérale et ses logements récents), tandis que la promenade aménagée et les abords du canal recueillent au contraire des appréciations très favorables. Autrement dit, ce que les enquêtés refusent d'habiter, ce n'est pas tant l'idée d'un cadre de vie agréable que ces logements précisément, jugés "*trop proches des commerces*" et "*minéraux*". Le logement apparaît ainsi comme une greffe mal articulée à l'espace de flânerie qui, lui, séduit.

Ce constat invite, du reste, à relativiser la portée même de notre question. En interrogeant une population majoritairement déjà propriétaire et installée sur sa capacité à venir habiter la zone, nous nous adressons à des enquêtés pour qui l'hypothèse résidentielle était, structurellement, peu opérante ce qui prépare le déplacement de focale que nous opérons par la suite, de l'habitabilité vers l'attachement.

Un des derniers points saillants qui est ressorti de l'ensemble de nos entretiens tient dans la difficulté à capter des avis quant aux zones commerciales. Ce constat, loin d'invalider l'enquête, en constitue peut-être le résultat le plus parlant. Que les gens aient peu d'avis, ou s'étonnent même qu'on les interroge, en dit long sur le statut de ces espaces dans l'imaginaire collectif. La notion d'imposition de problématique, héritée de Bourdieu et de sa critique des sondages d'opinion, rappelle qu'une question d'enquête présuppose toujours que le problème se pose déjà pour l'enquêté, alors qu'il peut n'exister que dans l'esprit de celui qui la pose. Or c'est exactement ce qui se joue ici : on interroge des usagers sur la beauté, l'avenir ou la requalification de lieux qu'ils fréquentent sans les avoir jamais pensés comme des objets de jugement, et dont beaucoup ignorent qu'ils font l'objet de projets. Ce silence relatif renvoie à ce que David Mangin a analysé dès *La Ville franchisée* (2004) : les entrées de ville sont le produit d'un "*urbanisme de secteurs*", façonné par la voiture, les grandes surfaces et l'étalement, qui a engendré un paysage monotone et dégradé.

Si les usagers peinent à dire ce qu'ils trouvent beau ou laid ou à s'y projeter en tant qu'habitant, c'est sans doute que ces lieux n'ont jamais été pensés pour être regardés, encore moins habités : leur faible investissement esthétique est le miroir de leur faible habitabilité. Cela dessine un défi de taille pour les aménageurs et les pouvoirs publics. Requalifier ces espaces ne peut se réduire à un embellissement de façade ou à une concertation de pure forme : si l'on plaque un "*projet de quartier*" sur des lieux que personne ne s'est jamais autorisé à juger habitables, on risque de reproduire la même verticalité experte que celle qui les a produits. Mangin lui-même plaide pour une "*ville passante*", plus diverse, moins dépendante de l'automobile, où ces emprises redeviendraient des morceaux de ville à part entière.

Mais pour que la requalification fasse réellement advenir de l'habitabilité, elle suppose un travail préalable : faire exister la question là où elle ne se posait pas, donner aux habitants les moyens de se projeter dans ces espaces et d'en attendre autre chose qu'une fonction. Autrement dit, l'enjeu pour les pouvoirs publics n'est pas seulement de transformer la matière de ces lieux, mais de transformer le rapport que les gens entretiennent avec eux, de les aider à passer du statut de simple usager de passage à celui d'habitant qui se sent légitime à dire ce qu'il veut, ou non, pour son cadre de vie.

D'un concept à l'autre : de l'habitabilité à l'attachement

Les résultats du questionnaire ont fait apparaître les limites du concept d'habitabilité tel que nous l'avions d'abord mobilisé. En l'ancrant fortement dans la question résidentielle — la capacité à s'approprier la zone et à y habiter — nous avons buté sur un refus plutôt net : près de 62 % des répondants n'envisageaient pas d'y vivre, et beaucoup s'étonnaient même qu'on les interroge sur la beauté ou l'avenir de ces espaces. Autrement dit, l'habitabilité, entendue comme l'aptitude d'un lieu à devenir un lieu de résidence, butait sur le fait que presque personne ne projette d'habiter une zone commerciale au sens plein. Ce constat ne signifie pourtant pas que les usagers n'entre-

tiennent aucun lien avec ces espaces : il signale plutôt que nous devons trouver ce lien au travers d'un autre axe. C'est pourquoi nous avons déplacé la focale vers la notion d'attachement au lieu. Issu de la psychologie environnementale (Altman et Low, 1992) puis repris en géographie et en urbanisme, l'attachement désigne les liens affectifs, symboliques, mémoriels et souvent quotidiens entre l'individu et son environnement bâti. Son intérêt, dans le cadre de notre étude, est double. D'une part, il est moins normatif que l'habitabilité : il ne demande pas si un lieu mérite d'être habité, mais cherche à saisir le rapport que les gens y nouent réellement. D'autre part, il ne suppose pas la résidence : l'attachement peut naître de la seule fréquentation répétée, des expériences vécues et de la stabilité des habitudes (Brown et Perkins, 1992).

Cette piste est d'autant plus pertinente pour des lieux de consommation et de loisir, où l'attachement se construit par la pratique régulière et l'expérience, et non par le seul fait de loger sur place. Là où l'habitabilité interrogeait une appropriation qu'il est difficile à saisir au travers de notre méthode mais surtout face à des projets qui n'ont pas encore vu le jour, l'attachement permet de relever les liens que les usagers tissent malgré tout avec ces espaces qu'ils ne quittent jamais vraiment et qu'ils n'habitent jamais tout à fait.

Un attachement fondé sur la flânerie

Ce déplacement trouve un premier écho dans les chiffres : malgré un échantillon réduit (une quinzaine de répondants), qui invite à la prudence, 55 % des usagers interrogés se déclarent attachés à la Zone Commerciale Nord et à la Shopping Promenade de Vendenheim. C'est un résultat intéressant au regard du refus majoritaire d'y résider, et il confirme que le lien aux lieux ne passe pas, ici, par l'habiter résidentiel mais par la pratique et l'expérience (Brown et Perkins, 1992). Ce qui fonde cet attachement, dans les entretiens, c'est très largement une logique de flânerie.

Là où la zone commerciale classique est subie comme un passage utilitaire, la Shopping Promenade est décrite comme un lieu où l'on prend le temps :



*Clients devant le bassin de la Shopping Promenade, Mai 2026
©Le groupe de projet*



Au coeur de la Shopping Promenade, Mai 2026
©Le groupe de projet

“C’est top pour se promener (...) on peut y passer toute la journée”

Maida, Employée de la Shopping Promenade

“Quand il fait beau, on profite, on flâne un peu dans tous les magasins”

Violette, Cliente

Cette flânerie est rendue possible par l’aménagement extérieur et les espaces de repos :

“il y a beaucoup d’espace pour s’asseoir (...) c’est super agréable”

Un client

“Ça ne me dérange pas du tout de me poser sur un petit banc et d’attendre”

Une cliente

Ici, la promenade déborde le seul acte d’achat : on vient s’y balader, s’y poser, occuper une demi-journée en famille. Cette observation mérite toutefois d’être nuancée par la critique théorique de la flânerie marchande. La figure du flâneur, héritée de Walter Benjamin et de son analyse des passages parisiens, désigne un promeneur en quête d’expérience libre de sa déambulation ; or plusieurs auteurs contestent que cette flânerie soit réellement possible dans un espace commercial, où le design du lieu oriente le parcours au lieu de laisser à l’individu le loisir de sa subjectivité, transformant le flâneur en simple “*badaud*” capté par la marchandise : ce que les concepteurs de centres commerciaux nomment l’ “*effet Gruen*”.

La flânerie de la Shopping Promenade serait alors moins une liberté retrouvée qu’un dispositif marchand : promouvoir un “lieu de vie” où l’on vient

acheter, flâner, manger ou se divertir constitue précisément la stratégie type des nouvelles polarités commerciales périphériques (Madoré, Péron). L'attachement par la flânerie est donc réel dans le vécu des usagers, mais reste indissociable d'une mise en scène pensée pour la consommation.

La Shopping Promenade : une zone commerciale vraiment comme une autre ?

La Shopping Promenade de Vendenheim se présente, par son nom même, comme une rupture avec la zone commerciale classique. En effet la zone commerciale n'est plus une juxtaposition de "boîtes à chaussures" sur un parking, mais un lieu de promenade, à ciel ouvert, paysager et tourné vers le loisir. Reste à savoir si cette altérité revendiquée se vérifie dans l'expérience des usagers, ou si elle relève d'une mise en scène superficielle ; les entretiens donnent à voir les deux faces de cette ambivalence.

Un premier ensemble de discours valide la promesse d'une zone "autre". Ce qui revient le plus souvent, c'est le contraste avec l'espace fermé du centre commercial ou du centre-ville : la Shopping Promenade serait "*beaucoup plus aérée que la Place des Halles au centre-ville de Strasbourg*" (Maida). La dimension de promenade est effectivement vécue, au point que l'attente y devient supportable voire plaisante, et s'y ajoute une fonction de loisir familial structurante. En effet, le petit train, les manèges, les parcs, le speed park reviennent dans presque tous les entretiens, certains usagers en tirant une expérience qui déborde la consommation : "*on a l'impression qu'on est en vacances*" (Auriane). Beaucoup de gens rencontrés aiment nous signifier qu'avant il y avait une grande roue. Plusieurs soulignent enfin l'effort esthétique et la diversification fonctionnelle : rénovation des enseignes, remplacement de "*blocs de tôle*" par du bois, parkings végétalisés, présence d'un médecin, d'un dentiste, d'un kiné : "*c'est varié, pas comme avant*" (un client). Ce qui s'exprime ici n'est pas une habitabilité résidentielle mais un attachement naissant, observable dans les pratiques plus que dans les déclarations

: il prend la forme de rituels comme le rendez-vous du samedi à la salle de sport entre amis (Alexandre) et parfois d'un rapport quasi urbain au lieu, Justine s'y rendant à pied avec "*l'impression d'aller comme en centre-ville*" , tout en reconnaissant qu'elle y va "*un peu moins*" depuis. Sur ce plan perceptif, la Shopping Promenade est donc bien vécue comme autre. Un second ensemble de discours, souvent tenus par les mêmes personnes, déconstruit pourtant cette altérité. D'abord, la zone reste irréductiblement dépendante de l'automobile : "*on est obligé de venir en voiture*" (Radia et Jérémy) et le parking, saturé le week-end, cristallise presque toutes les critiques ; la promenade ne se mérite qu'au prix d'un trajet motorisé, ce qui contredit l'image d'un lieu de flânerie de proximité. Ensuite, la pratique reste massivement monofonctionnelle : "*je viens, c'est pour acheter, je sais ce que je veux et je repars*" (Geoffrey), plusieurs ramenant l'aménagement à son plus petit dénominateur "*ça reste une zone commerciale quoi*" (Vincent).

La différenciation est ainsi largement esthétique et stratégique, non structurelle : un usager architecte le formule avec lucidité, les cheminements piétons et parkings végétalisés étant "*des choses qui étaient déjà imposées.*" Surtout, les effets territoriaux trahissent une continuité, et non une rupture, avec la "*ville franchisée*" analysée par Mangin : la Shopping Promenade prospère en aspirant la fréquentation du centre-ville et de la zone commerciale historique désormais désertée "*un bâtiment sur deux, y a plus rien dedans*" (un client) sans créer de plus-value réelle puisque "*l'offre s'est juste déportée là-bas*". Loin de recoudre le territoire, elle connecte encore moins Vendenheim à la ville et alimente l'étalement urbain :

"Même les champs, ils vont finir par y mettre des bâtiments"

*Jacques, 71 ans, retraité habitant le centre-ville,
Extrait d'entretien*

Tandis que l'habitabilité résidentielle censée justifier ces projets reste repoussée. D'autres retours pointent des logements jugés trop petits, sentiment que "*le soir, c'est mort*", crainte de l'isolement.

Ils ont essayé de casser un peu l'image de la zone commerciale classique, en mettant plus l'accent sur les cheminements piétons, sur la végétation aussi. De mémoire, c'était un peu des choses qui étaient déjà imposées, comme les parkings végétalisés là, qui laissent passer la flotte. C'est des choses que moi, en tant qu'architecte, je vois régulièrement dans les plans locaux de l'urbanisme. C'est qu'on pousse aussi un peu ces aménageurs à faire un peu un geste pour faire des zones un peu plus vertueuses. Même si, à la fin, ça reste des zones de bagnole, où tout le monde se dépasse en caisse. Mais bon, il y a des choses qui ont été faites.

Client de la Shopping Promenade



*L'entrée de la Shopping Promenade, Mai 2026
©Le groupe de projet*

La Shopping Promenade n'est donc "*vraiment autre*" qu'à un seul niveau, celui de l'expérience sensible et des attachements ordinaires qu'elle suscite, réels mais fragiles : que la fréquentation familiale ait chuté dès la réduction des animations (Laura et Anaïs) le montre bien, l'attachement observé tenant surtout à ce que la zone répond à un besoin : la dépendance au lieu de *Stokols* (1979) plus qu'à un ancrage profond. Dans sa structure (périphérique, automobile, consumériste) comme dans ses effets (étalement, concurrence au centre), elle reste fidèle au modèle qu'elle prétend dépasser, et apparaît ainsi moins comme une zone commerciale d'un nouveau genre que comme une ville franchisée ayant appris à mettre en scène l'habitabilité et l'attachement ce qui, loin d'être anecdotique, dessine précisément la marge de manœuvre, et l'ambiguïté, des politiques de requalification.

Au-delà des griefs fonctionnels, un dernier registre de critique mérite attention car il touche à ce que l'attachement a de plus profond : l'ancrage culturel et temporel. Un usager le formule de façon particulièrement dense : à la Shopping Promenade, dit-il :

"Il manque l'historique, la culture, le fait que ça a évolué au fil des années, décennies ou siècles ; évidemment c'est très joliment fait, mais pour moi ça reste trop artificiel, ça me fait penser aux États-Unis où les gens prennent leur voiture pour venir manger un burger, et ce n'est pas ma culture (...) quand j'ai des courses à faire je vais à Strasbourg centre-ville".

Cette parole recueillie condense l'ambivalence de toute l'enquête. D'un côté, il concède explicitement la réussite esthétique "*très joliment fait*" ce qui disqualifie l'idée que le rejet tiendrait à la seule laideur ; de l'autre, il déplace le critère du jugement, du beau vers l'authentique.

Ce qui manque à la zone, ce n'est pas la qualité de l'aménagement mais l'épaisseur du temps : la sédimentation historique, la mémoire et la culture

qui font qu'un lieu n'est pas seulement aménagé mais hérité. On retrouve là ce que la littérature sur l'attachement nomme le préalable temporel. Un lien fort suppose une certaine durée, une stabilité dans laquelle s'inscrivent les expériences (Hay, 1998 ; Brown et Perkins, 1992), et ce qu'Armand Frémont désignait par l'espace vécu, cet espace "*approprié, ressenti quotidiennement par ses habitants qui [en] ont une mémoire*". Une zone surgie d'un coup, aussi soignée soit-elle, ne peut offrir cette profondeur ; elle est perçue comme un décor sans passé.

La référence aux États-Unis n'est pas anodine : elle convoque l'imaginaire de l'urban sprawl et du tout-automobile que Mangin plaçait déjà au cœur de la "*ville franchisée*", et l'oppose à une "*culture*" la sienne, française, urbaine où faire ses courses reste associé au centre-ville historique. Le refus n'est donc pas individuel mais identitaire et territorial : habiter ou fréquenter pleinement la Shopping Promenade reviendrait à adopter un mode de vie ressenti comme étranger. Cette critique fixe ainsi la limite ultime de toute requalification : on peut fabriquer un cadre agréable, dupliquer les signes de l'urbanité la promenade, la verdure, les bancs, mais on ne décrète pas l'historicité ni l'attachement culturel, qui ne se construisent que dans la durée.

2. La promenade sensible comme temps de récolte et de fabrique d'un savoir citoyen

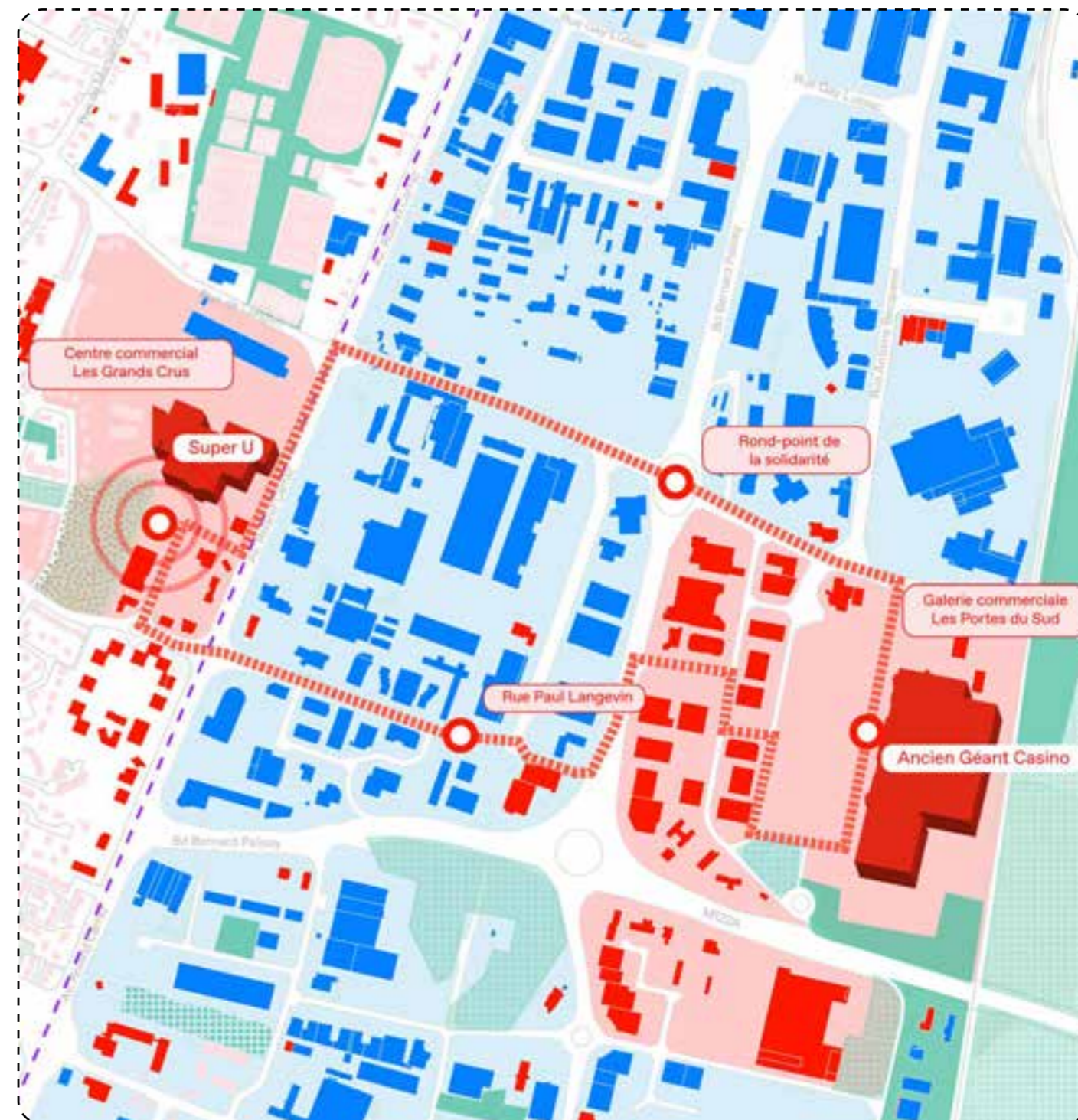
Pour recueillir un autre regard sur les zones commerciales, échappant à la contrainte temporelle de l'enquête précédente (les personnes interrogées étant pressées, au milieu de leurs courses), et pour approfondir la perception citoyenne d'une entrée de ville dans sa globalité, nous avons fait le choix de retourner à Chenôve et dans la ZCN afin de réaliser des promenades sensibles avec des habitants, respectivement de Dijon Métropole et de l'Euro-métropole de Strasbourg.

2.1 La promenade sensible à Chenôve

La promenade sensible à Chenôve s'est déroulée en compagnie de six habitants de Chenôve et du sud de Dijon qui y résident depuis au moins une dizaine d'années, ayant entre 63 et 73 ans, un lundi férié (Pentecôte) en matinée. Deux d'entre eux sont engagés dans l'association Ensemble pour Chenôve. Nous avons parcouru à pied un itinéraire d'environ 3km, en nous arrêtant à 4 points d'étape : le rond-point de la Solidarité, le centre commercial des Vergers du Sud où se situe l'ancien Géant Casino, l'avenue Paul Langevin, et la zone commerciale des Grands Crus où se trouve le Super U. Cette dernière est la seule étape qui se situe à l'Ouest de l'avenue Roland Carraz. La promenade a duré 2h, avec un arrêt à chaque point pendant lequel les participants ont pu renseigner leur perception dans leur carnet d'impressions. Tous s'étaient déjà rendus à plusieurs reprises dans les lieux traversés lors de la promenade.

Un gradient d'urbanité croissant à l'approche du centre-ville

À l'issue de la promenade, force est de constater que les lieux parcourus sont perçus de plus en plus positivement à mesure que l'on se rapproche de l'avenue Roland Carraz et du centre de Chenôve, donc d'un plus fort gradient



Plan de l'itinéraire de la promenade sensible à Chenôve
Lundi 25 mai 2026 © Naoumy Mmadi

d'urbanité. Si la première et la deuxième étape sont unanimement rejetées par les participants, le troisième arrêt au rond-point Langevin est perçu comme intermédiaire : le lieu est plus petit que le rond-point de la Solidarité et moins oppressant que le parking de l'ex-Géant Casino, mais ne semble pas avoir d'attrait propre pour autant. Le quartier est décrit comme plus calme, mais pas agréable pour autant. Il s'agit à nouveau d'une "voie de passage" (Odile). Néanmoins, les retours sont nettement plus positifs sur le parking du centre commercial des Grands Crus abritant le Super U. Pour la première fois, plusieurs participants se sentent en confiance, à l'aise, et intéressés. Cette zone est le lieu le mieux perçu du parcours. Dominique explique qu'il s'agit d'un :

“Lieu de rencontre avec les voisins, les habitants”

Ce qui se confirme par notre choix même d'en faire le lieu de rendez-vous initial, et de fin de notre boucle, car elle comporte plusieurs cafés dans lesquels nous avons effectué un brise-glace et expliquer les consignes, puis réalisé l'atelier cartographique post-promenade. Marie-José et Françoise emploient toutes deux l'expression "à taille humaine" pour qualifier cette zone. D'après Odile, l'accès y est facile à vélo : "On sent déjà une zone d'habitation ou de bureau". Cet espace est en effet situé de l'autre côté de l'avenue Roland Carraz, à l'Ouest, à proximité de quartiers résidentiels et à 20 minutes à pied du centre-ville de Chenôve où se trouve le terminus du tramway. Si les sensations sonores sont encore centrées sur les voitures, on entend toujours les oiseaux, mais aussi des bribes de voix, la zone étant largement plus fréquentée que les étapes précédentes. On aperçoit en outre de la végétation dans le parc accolé à la zone commerciale. Pour la première fois, des participants souhaitent y passer du temps. Cela est lié aux jeux pour enfants situés juste derrière la zone, à l'existence de lieux calmes, ombragés et arborés, et à l'offre commerciale "bien achalandée" (Marie-José). Cette étape est décrite par Odile comme "une zone vivante qu'il faut exploiter", où il est déjà possible de restaurer, de prendre un verre, de se retrouver entre amis, de se promener dans le parc. La géographie graduelle de la promenade témoigne ainsi d'un retour plus favorable à l'approche de lieux plus urbains, plus vivants.



Le tout-voiture, un paradigme largement rejeté

Le thème le plus transversal de la promenade est sans doute celui de la domination de la voiture dans l'aménagement de la zone. Le rond-point de la solidarité, notre première étape, constitue l'un des lieux les plus unanimement rejetés du parcours. Situé au cœur de la zone commerciale, il s'agit d'un carrefour de 16 voies. L'une des participantes le surnomme le "rond-point de la mort", traduisant une représentation négative associée au danger dans l'imaginaire local. La priorité est donnée au tout-voiture : Odile fait le constat de "trop de voitures, trafic dense, vitesse, conducteurs irresponsables". L'ambiance sonore est jugée très mauvaise par l'entière des participants, qui déplorent des bruits de voiture omniprésents : moteurs, crissements de pneus... Il en va de même pour les odeurs de pots d'échappement et d'essence. D'après Véronique, ces sensations "engendrent du stress" pour les piétons, ajoutant un frein au déplacement à pied déjà compliqué par un urbanisme peu accueillant. En termes de mobilier urbain, les trottoirs dégradés et le manque d'aménagements cyclables contribuent à une forte volonté d'évitement des participants : "trop dangereux pour moi en vélo", estime Dominique.

D'après lui, la rue Paul Langevin est "trop souvent utilisée en parking, y compris par les 38 tonnes", compliquant la circulation piétonne. Il aimerait y voir un lieu où "chacun trouve sa place : piétons, vélos, autos, camions". La place écrasante de la voiture rend donc la circulation piétonne et cyclable difficile, voire dangereuse (plusieurs participants étaient rassurés par la possibilité de porter un gilet jaune), et provoque une pollution de l'air, sonore, olfactive, visuelle.



Dominique devant contourner un camion dans la rue Paul Langevin, Chenôve, Mai 2026 ©Le groupe de projet

Un sentiment d'abandon par les pouvoirs publics

Durant l'ensemble de la promenade, le paysage est considéré comme laid, composé uniquement de routes, parkings et de bâtiments commerciaux «gris» et «moches». Les participants insistent sur une mauvaise qualité urbaine et paysagère, avec une prépondérance du béton et du bitume donc de couleurs grises et tristes, et une quasi absence de végétation. À cela s'ajoute un manque d'entretien des infrastructures publiques (notamment les routes et trottoirs), et une quasi absence de mobilier urbain, ce qui participe à nourrir un sentiment d'abandon par les pouvoirs publics.

Par exemple, sur le parking de l'ex-Géant Casino, les émotions sont toutes négatives face à l'immensité du site. À la question «*Décrivez votre ressenti*», Marie-José écrit : «*Tristesse. Abandon. Solitude*». Le parking est en effet désert, le centre commercial fermé, le mobilier urbain inexistant. Aucune infrastructure ne permet de s'asseoir en remplissant les carnets d'impression. Le sol est très vieux, les trottoirs non entretenus et les marquages au sol effacés. Marie-José note la présence «*d'encore beaucoup de panneaux publicitaires pour des magasins qui n'existent plus*». Les participant-es font ainsi le constat d'un délitement de l'espace public. L'image d'un espace laissé à lui-même interroge sur le rôle de la puissance publique.

Pourquoi une telle situation et un manque de volonté POLITIQUE et commerciale?
Quelle santé?
Quel temps perdu = 20 / 30 / 40 ans?

Extrait du carnet de Dominique

L'ex-géant Casino : une réserve foncière qui cristallise les imaginaires

La réserve foncière que représente l'ex-Géant Casino constitue un véritable terrain de jeu pour les participants, qui y voient un lieu plein de potentiel pour porter de nouveaux projets urbains, notamment en raison de sa très grande superficie. Ils imaginent «*un lieu idéal pour lieu commerce à taille humaine, pour partager achats, culture, loisirs simples*» (Dominique), où l'on pourrait prendre un verre, faire du sport, lire. Il s'agit du lieu qui suscite le plus d'idées d'amélioration et de créativité, traduisant l'opportunité que représente la transformation du site : la végétalisation ressort beaucoup, avec la plantation d'arbres et la création de jardins «*pour se promener après avoir fait du shopping*» (Marie-José).

Le développement d'habitations, de services publics et de transports en commun est aussi évoqué. Véronique propose un projet alimentaire à l'échelle locale, avec des arbres fruitiers, du maraîchage pour alimenter les cantines scolaires, un espace de vente pour les producteurs, des tiers lieux, et un food court dans l'ancien Géant Casino. Michèle propose quant à elle d'y installer des locaux associatifs, et Marie-José d'en faire un lieu d'hébergement pour les personnes sans domicile. Dominique propose de relier la zone à celle du Leclerc de Marsannay, séparée simplement par une route, mais sans aucun accès piéton ou cyclable, via un passage souterrain. Cette étape est celle qui a amené le plus d'idées innovantes chez les participants, et constitue ainsi le lieu parcouru avec le plus de potentiel de transformation.

Refaire corps avec le vivant comme levier de transformation

La zone commerciale est largement critiquée pour sa déconnexion avec la nature. Michèle considère par exemple le Rond-Point de la Solidarité comme «*la quintessence de choix environnementaux catastrophiques*». La bétonisation à outrance et l'imperméabilisation des sols ressortent comme des conséquences néfastes des choix d'aménagement antérieurs.



*Traversée du parking de l'ex-Géant Casino, Chenôve, Mai 2026
©Le groupe de projet*

*MJ assise sur l'unique poteau à l'ombre pour remplir son carnet d'impression,
parking de l'ex-Géant Casino, Chenôve, Mai 2026
©Le groupe de projet*

Dans la rue Paul Langevin, le trottoir est très dégradé et “*envahi par le végétal*”, d’après Véronique : elle confie préférer cet état au goudron lisse et uniforme. D’après Odile, c’est “*comme si la nature reprenait ses droits*” sur une zone minérale qui l’a exclue. La végétalisation constitue l’une des préconisations principales MJ aimerait également pouvoir “*trouver un mixte entre nécessité et convivialité*”. La création de liens entre les différents espaces visités, avec les centre-villes de Dijon, Chenôve, Marsannay, et avec la zone commerciale adjacente du Leclerc de Marsannay, pourrait permettre de créer cette convivialité. Il est très important pour les participants de redonner une place au vivant dans ces zones, qu’il s’agisse des humains ou de l’environnement. Odile écrit :

“Comment les humaniser ? Comment sensibiliser les habitants alentours aux transformations possibles, souhaitables ?”

Véronique constate en effet que les seuls bruits entendus étaient mécaniques et industriels : “*à part nous, aucune voix !!*”. Elle insiste en outre sur la nécessité de “*faire une place à la biodiversité*”, et est rejointe par plusieurs participants.

Un regard habitant porteur de revendications

Pour faire de cette zone commerciale un lieu de vie agréable et convivial, les participants font les propositions suivantes :



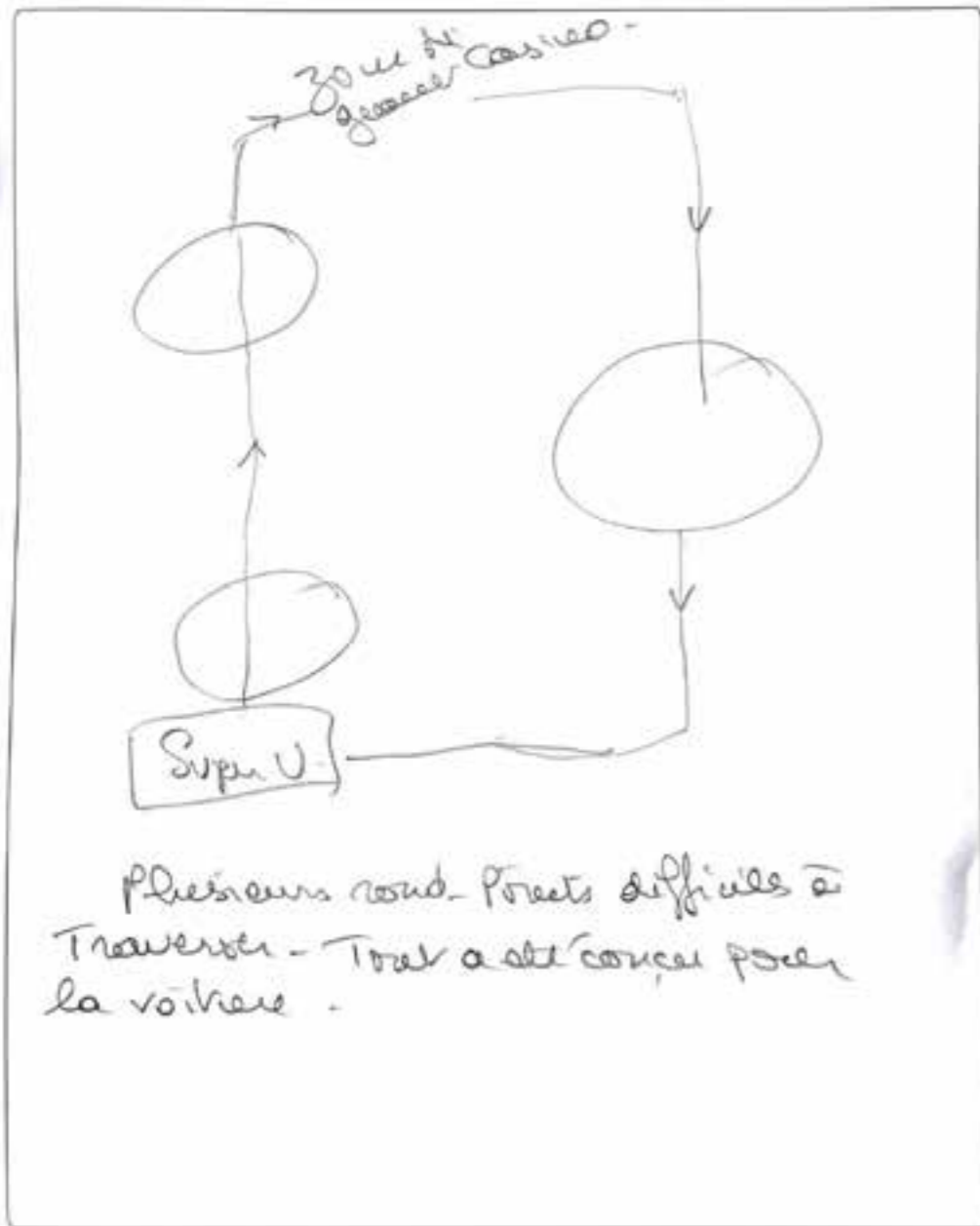
1. Redonner de la place aux mobilités douces **en construisant des infrastructures cyclables**, en développant les transports en commun (navettes, bus), en rénovant les trottoirs et en créant des **trames piétonnes**.

2. Diversifier l’offre commerciale avec **des magasins indépendants** (librairie, épicerie, recyclerie) et de loisirs, avec des activités culturelles et des jeux pour les enfants.
3. **Végétaliser, intégrer la nature et la biodiversité** dans les zones pour les déminéraliser et en faire de véritables poumons verts.
4. Créer des **quartiers d’habitat** avec de petits immeubles peu élevés et des maisons individuelles, en prévoyant du logement social.
5. Proposer des **solutions d’hébergement** pour les personnes sans domicile et intégrer une zone dédiée aux gens du voyage, souvent installés sur les parkings.

La promenade sensible a ainsi permis de recueillir le regard d’ensemble d’un groupe d’habitants de Dijon sud et de Chenôve sur la zone commerciale. Les dessins effectués par les participants témoignent de cette perception première de la zone comme espace où règne l’automobile : dans trois des cas, les routes structurent la représentation de la zone, prenant même une place omniprésente sur celui de Michèle. Le dessin de Marie-José retrace schématiquement notre itinéraire, mais est agrémenté d’un texte qui fait lui aussi écho à la place dominante de la voiture : “*Plusieurs ronds-points difficiles à traverser. Tout a été conçu pour la voiture*”.

Viennent ensuite les boîtes à chaussures dessinées par Dominique et Michèle. Véronique dessine quant à elle l’image de ce que pourrait être la zone : les ronds représentent des arbres, et elle imagine des jardins au niveau du Super U, des prés sur le parking de l’ex-Géant Casino, ainsi que des tiers-lieux et commerces de seconde main (friperie, recyclerie). En haut du dessin, elle explique : “*La métropole doit prendre ses responsabilités en matière de développement durable. Ce n’est pas en favorisant l’installation de magasins comme Gifi, Lidl, Aldi... que les gens arrêteront d’être dans la consommation à outrance*”. La promenade a ainsi permis de mettre en lumière non seulement la perception des participants de la zone, mais aussi leurs propositions pour son avenir.

Dessinez la zone commerciale à travers vos yeux : un élément qui vous a marqué, le trajet, un plan, un objet...



Votre représentation de la zone commerciale

Dessinez la zone commerciale à travers vos yeux : un élément qui vous a marqué, le trajet, un plan, un objet...

○○○○ = arbres
parcours = piétons ds endroits
- - - = pistes cyclables
+ piétons



2.2 La promenade sensible à Strasbourg

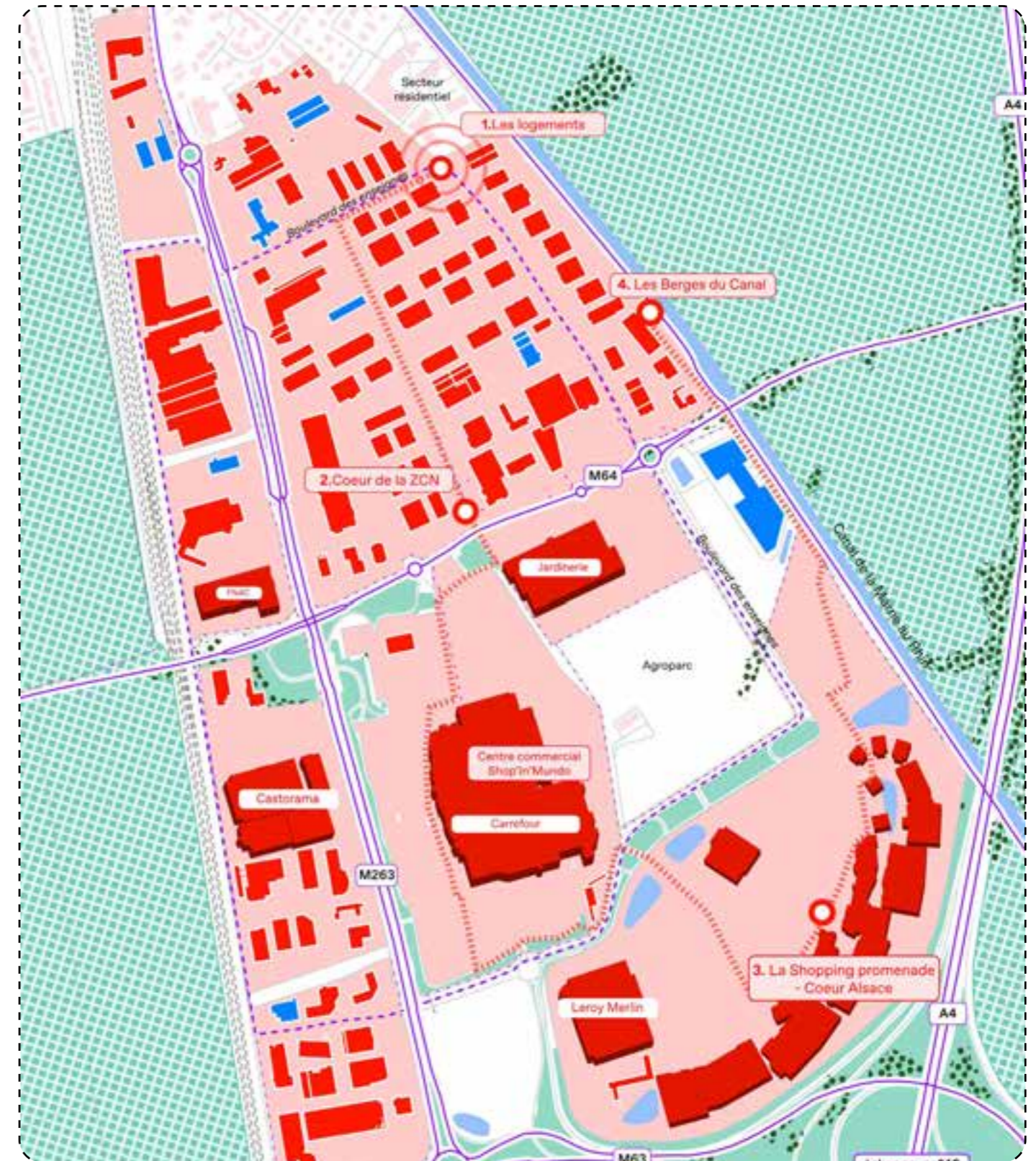
Du coeur historique à la nature : du rejet à l'adhésion

Le premier enseignement, et le plus solide, tient à l'unanimité du parcours vécu. Les cinq carnets ne décrivent pas cinq promenades distinctes mais une seule et même séquence, lue par tous selon la même courbe ascendante : un rejet initial qui se mue, lieu après lieu, en adhésion. Cette convergence est d'autant plus remarquable que les profils diffèrent — une riveraine de soixante-deux ans, de jeunes Strasbourgeois étudiants ou jeunes actifs et qu'elle résiste donc aux écarts de génération, de familiarité et d'intérêt. Le dispositif spatial produit un effet robuste, presque indépendant de qui le traverse.

Les noms personnels que les enquêtés donnent aux lieux suffisent à dessiner cette pente. On passe des “chalets et boîtes à chaussures” de Romane et du “rebut de Venden” de Louis, à l'entrée, jusqu'à “l'idylle” d'Emilien et au “village de magasins” de Romane, à l'arrivée. Le vocabulaire de l'entrepôt et du déchet cède la place à celui du village idéal, et “l'envie de faire” bascule en conséquence : on veut “traverser” ou “éviter” le premier lieu. Romane note :

“À part un besoin précis je n'y viendrai pas de moi-même”

On veut “y passer du temps” au troisième et au quatrième. L'aménagement réussit ainsi son pari premier : faire glisser l'utilisateur du transit vers le séjour.



Plan de l'itinéraire de la promenade sensible à Vendenheim
Lundi 25 mai 2026 ©Naoumy Mmadi & Maya Schatzlé

La voiture et le minéral contre l'eau et le végétal

Tout le jugement sensible se cristallise sur une opposition unique, présente dans presque chaque rubrique des carnets. L'entrée de zone est perçue par la voiture et pour elle : c'est le son qui domine, c'est le bitume et les hangars que l'on voit. Louis tranche d'une formule, il s'agit d'une "zone faite pour la voiture, pas pour la vue", tandis que Sophie diagnostique :

"Un lieu surtout fait par les voitures, minéral, froid".

La qualité ne remonte qu'au rythme exact où l'automobile s'efface et où le vivant réapparaît. Emilien se dit "joyeux car l'eau me rend heureux et apaisé", devant une vue "dégagée et bordée d'eau".

Juliette retrouve au canal "une grande continuité, un champ de vision élargi". Sophie décrit :

"Une promenade piéton & vélo, arborée, ombragée, très agréable".

Le plaisir n'est donc pas attaché à l'aménagement commercial comme tel, mais à la soustraction de la voiture et au retour de l'eau et de l'arbre. Une réserve, que les marcheurs formulent eux-mêmes : c'était un lundi férié. Louis l'écrit noir sur blanc "il est 10h un lundi férié, sinon ce serait plus" et Romane note finement que les voitures "parasitent le son perpétuellement" même ce jour-là. Le diagnostic sonore est donc probablement plus flatteur qu'un jour ouvré.

Groupe de la promenade de Strasbourg, Mai 2026
©Le groupe de projet



Séduits, mais pas dupes : le confort contre le dispositif

L'apport le plus précieux du croisement des carnets est cette fracture entre le plaisir éprouvé et le jugement porté. La Shopping promenade séduit sensoriellement tout le monde, mobilier noté au maximum, sons et vue au sommet, et c'est précisément depuis cette séduction que naît la méfiance la plus lucide.

Romane résume son ressenti d'un mot, "*invitée à la consommation*" ; elle parle d'un "*effet pastiche*" et de "*parc à thème*", et tout en reconnaissant un mobilier "*accessible sans consommer*", conclut "*très incitée à consommer*". Sa seule amélioration souhaitée : "*moins d'incitation à la conso*". Juliette, qui aime pourtant ce lieu "*sentiment de fraîcheur, possibilité de s'isoler*", un mobilier "*équilibré, réfléchi, naturel*", lâche la phrase la plus pénétrante du corpus : les améliorations possibles ne seraient que des "*pansements*", car :

"Il n'y a pas de retour en arrière possible : artificialisation, espace pensé pour venir en voiture".

Louis l'avait dit plus crûment en amont : le mobilier de la transition est un "*postiche pour faire beau et remplir un cahier des charges*", et "*l'espace n'est pas fait pour l'humain*". La réussite sensible d'un aménagement peut donc parfaitement coexister avec son échec aux yeux mêmes de ceux qu'il enchante.

Le maillon faible : une transition sans centralité

Ce crescendo a pourtant son point de rupture, et c'est le deuxième lieu, censé coudre l'ancien au nouveau. Personne n'y projette l'envie de s'arrêter. Juliette y reste "*dans un espace de passage... on vient pour un but précis, puis on repart*" ; Romane, devant un mobilier neuf, s'interroge sur son utilité "*car il n'y a que des parkings autour*" et garde "*toujours l'impression de s'arrêter sur un parking*" ; Louis veut "*le traverser à 80 km/h*".

L'illisibilité de l'espace tient en une image de Juliette :

"L'alternance entre routes, parking et parterres végétalisés inutilisés s'étend à perte de vue."

La leçon de conception est nette : on ne fabrique pas une centralité en posant des bancs et des jeux entre deux parkings ; il y manque, dit Romane, "*un lieu de regroupement, une centralité*".

Un même espace, des regards selon qui marche



Le corpus se lit aussi à travers les profils, et les écarts sont instructifs : un même lieu n'est pas jugé sur les mêmes critères selon la position de celui qui le parcourt. Sophie, soixante-deux ans, riveraine qui traverse la zone pour rejoindre sa salle de sport, porte le regard le plus concret et gestionnaire. Ses demandes sont opérationnelles, tournées vers le service et la vie quotidienne : **garderie pour les enfants des nouvelles habitations, petits commerces, vente alimentaire par les habitants, parking souterrain ou en silo car le parking devant est bondé, et une transition plus accueillante et chaleureuse entre logements et zone commerciale.**

Les deux jeunes Strasbourgeois, Emilien et Romane, vingt-deux ans, sont au contraire plus conceptuels, tournés vers les mobilités, la consommation et l'urbanisme ; Emilien projette même un usage culturel, **des expositions d'art ou scientifiques semi-permanentes destinées à cultiver et éveiller la population.** Louis, originaire de Bastia et plutôt extérieur au lieu, tient le regard le plus distancié et sarcastique, celui du visiteur qui n'y a aucun intérêt et le juge donc sans ménagement. Un même espace d'entrée de ville est ainsi évalué sur la logistique par celle qui l'habite, et sur l'idéologie par ceux qui le visitent.



Par-delà ces écarts de posture, les recommandations se recourent fortement, ce qui leur donne du poids. Reviennent d'abord, presque chez tous, la demande d'ombre et d'arbres. Emilien réclame **plus de grands arbres pour plus d'ombre**, Louis **de vrais îlots de fraîcheur pour rendre la balade tenable** et celle de lieux où se poser, qui est le grief le plus partagé : dès l'entrée, Emilien note **pas d'espace où se poser tranquille, pas bancs**.

Reviennent ensuite, avec la même constance, le besoin d'un meilleur lien aux mobilités douces et à Strasbourg. Romane pose la question centrale : **la dépendance à la voiture → comment relier à Strasbourg**. Juliette comme Sophie formulent des demandes équivalentes, **l'appel à une centralité et à du lien social**. Romane veut **un point de partage / rassemblement pour le côté social** et enfin une moindre emprise du parking et de la consommation, Sophie jugeant le parking **trop visible et trop grand, marche obligée au soleil sur du béton**. Ces convergences dessinent, en creux, un cahier des charges partagé : **moins de voiture, plus d'ombre, des lieux pour s'asseoir et se retrouver, et un raccordement à la ville**.

Du refus d'habiter à l'attachement

Un dernier élément, issu des carnets de promenade sensible, mérite d'être relevé car il affine ce refus : le rejet ne vise pas "la zone" de façon indistincte, mais se concentre presque entièrement sur son secteur résidentiel déjà bâti le lieu 1, l'entrée minérale et ses logements récents, tandis que la promenade aménagée et les abords du canal recueillent au contraire des appréciations très favorables. La chose se vérifie jusque dans le détail des sensations : c'est devant ces logements que Sophie relève des habitations "*peu arborées, trop proches des commerces*" et un cadre "*minéral, froid*", quand le même œil, deux lieux plus loin, qualifie le canal de "*promenade arborée, ombragée, très agréable*". Autrement dit, ce que les enquêtés refusent d'habiter, ce n'est pas tant l'idée d'un cadre de vie agréable que ces logements précisément, jugés trop proches des commerces et trop minéraux. Le logement apparaît ainsi comme une greffe mal articulée à l'espace de flânerie qui, lui, séduit et dont nul ne conteste l'agrément.

La plupart traversent ce lieu sans jamais envisager d'y vivre, Sophie le "*traverse pour aller à [sa] salle de sport*" et n'y "*achète pas*", Romane n'y reviendrait "*que pour un but précis*". Leur refus d'habiter ne dit donc pas grand-chose de l'habitabilité réelle des lieux ; il dit surtout la place que ces lieux occupent déjà dans leur géographie quotidienne.

C'est précisément ce qui prépare le déplacement de focale que nous opérons par la suite, de l'habitabilité vers l'attachement : dès lors que la question "*voudriez-vous y vivre ?*" bute sur des trajectoires déjà fixées, c'est moins la capacité du lieu à être habité qu'il faut interroger que les liens, même ténus, même intermittents, que ses usagers nouent malgré tout avec lui : la balade à vélo dont Juliette garde le "*souvenir*" et "*l'association d'idées positives*", l'eau qui "*rend heureux*" Emilien, "*l'autre regard*" que la marche, de l'aveu même des enquêtés, a porté sur des espaces "*qu'on ne regarde pas vraiment d'habitude*".

Emilien remplissant son bilan de la marche, Mai 2026
©Le groupe de projet

Petite pause près de l'eau, Mai 2026
©Le groupe de projet

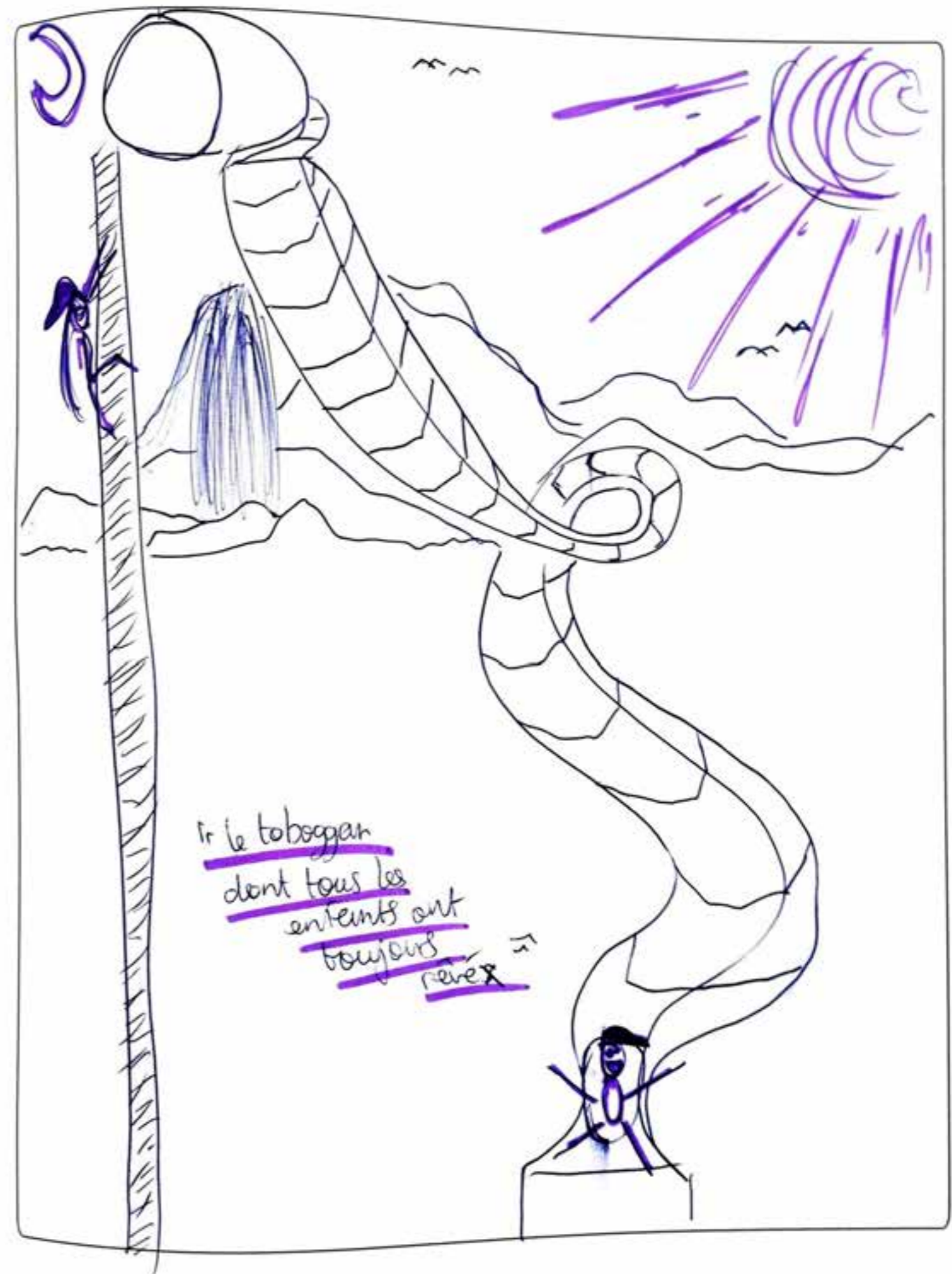
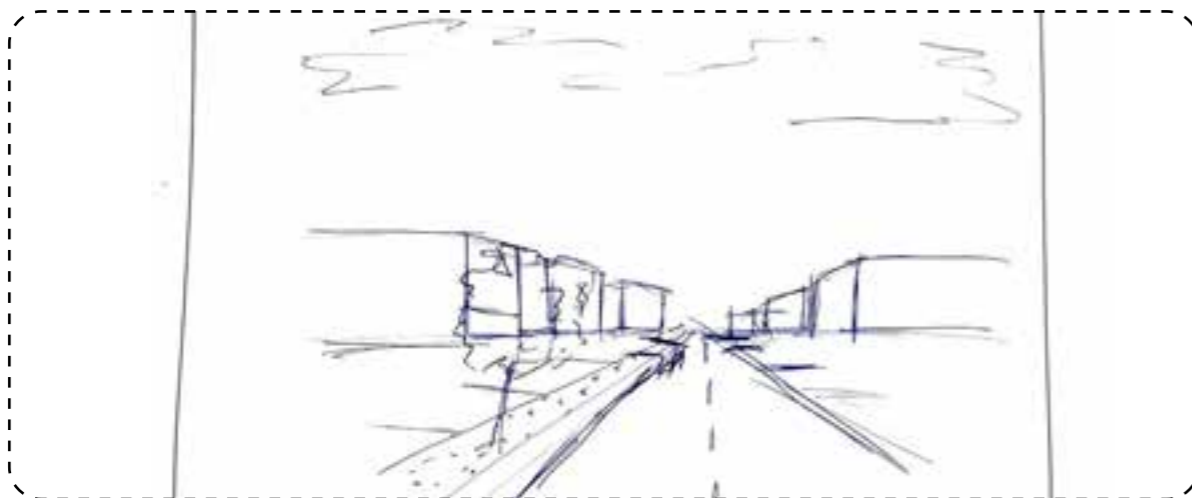


Les dessins : entre la route répétée et le toboggan rêvé

Les planches dessinées condensent à elles seules cette tension entre les deux pôles de la marche. Romane représente la zone par une perspective fuyante de la chaussée, bordée d'enseignes répétées jusqu'au point de fuite, et la légende d'un trait :

“L'impression de répétition de la zone commerciale et le bitume”.

L'entrée de ville y est tout entière dans sa monotonie, sa ligne droite et son revêtement. À l'autre extrémité du registre, Emilien dessine un toboggan auquel il prête ce commentaire : “*le toboggan dont tous les enfants ont toujours rêvé*” image d'un espace désirable, ludique, habité. Entre la route répétitive de Romane et le toboggan rêvé d'Emilien tient l'écart même que l'aménagement creuse : d'un côté un lieu qu'on subit, de l'autre un lieu qu'on imagine pouvoir aimer. Romane prolonge d'ailleurs ce travail du regard dans un second croquis, glissé au niveau du canal : une petite séquence champ, vélo, bruit d'autoroute, eau, piéton, magasins qui met en images le “séquençage” perçu de l'espace, ce passage par paliers du minéral au naturel qu'elle juge “intrigant”.



3. Du diagnostic au projet : quand les habitants esquissent des propositions alternatives

Suite à la promenade sensible, nous avons proposé un deuxième exercice de cartographie aux habitants, afin de dégager des intuitions et des idées qui contribuent à rendre les zones commerciales plus agréables. Nous avons fait le choix de ne pas spécifier le périmètre opérationnel des projets afin de voir les dysfonctionnements qui allaient être relevés par les habitants. Comme expliqué précédemment dans la méthodologie, l'atelier de cartographie met à disposition une carte de la commune au format A1 ainsi que plusieurs outils de dessin tels que du calque, des feutres, des crayons, des post-it ainsi que des stickers d'aménagements possibles.

3.1 Propositions alternatives à Chenôve

L'atelier cartographique

Le premier sujet sur lequel ils ont travaillé concerne la mobilité. Cette initiative a été grandement influencée par la balade sensible que nous venions d'effectuer à pied. En préambule, ils ont spécifié la légende adéquate, à savoir les pistes cyclables, les passages piétons, les arrêts de tram et les arrêts de bus. Pour l'ensemble de l'équipe, il était indispensable d'aménager des pistes cyclables sur l'ensemble des rues sur l'axe ouest de Chenôve. Une grande partie de l'équipe de la promenade étant venue à vélo, elle n'a pas manqué de nous expliquer les difficultés de cohabitation avec les voitures, avec un espace très réduit pour les voies cyclables. Jugeant cette zone dangereuse pour les mobilités douces, l'accent a été mis sur l'aménagement de trottoirs plus larges et d'espaces mieux pensés pour les piétons. Des arrêts de bus supplémentaires sont l'une des hypothèses que portent les habitants, ce qui permettrait d'être moins dépendants de la voiture.

En complément, les carrefours doivent posséder des points de franchisse-

ment piétons mieux pensés et inclusifs notamment pour les PMR. In fine, ils ont placé les arrêts de tram pressentis sur l'axe Roland Carraz, ce qui est selon eux une bonne idée car cela permet de rejoindre la commune voisine de Marsannay-La-Côte. Un deuxième sujet concerne la question du paysage et de la végétalisation. D'emblée, Véronique a commencé à dessiner des arbres ponctuellement dans l'ensemble du tissu industriel. L'exercice étant trop laborieux, elle nous a spécifié à l'oral qu'il "faudrait des arbres partout". Ce point a été en grande partie noté durant la promenade car en période estivale, les îlots de chaleur rendent le franchissement de la zone inconfortable à pied. La structure paysagère relative aux coteaux et aux vignes a également été un point de préoccupation. Effectivement, ils aimeraient un point de passage vers le plateau afin que celui-ci soit un lieu de randonnée ou de promenade facilement accessible depuis l'axe Carraz. On se rend ainsi compte de l'enjeu de relier les deux axes est-ouest de Chenôve. Dans cette configuration, l'axe Carraz pourrait jouer un rôle de colonne vertébrale.

Aussi, la préservation des espaces agricoles leur a semblé un point important pour le futur projet :

“On ne va pas continuer à construire sur l'existant !”

L'un des stickers qui proposaient d'avoir des serres agricoles leur a semblé être une bonne idée concernant les terres vierges près des lignes ferroviaires.

Les zones commerciales ont été un sujet de débat et nous avons pu observer que les points d'amélioration étaient davantage tournés vers le confort urbain plutôt qu'une transformation complète des lieux. Non loin de ce que nous avons relevé dans le questionnaire, nos participants ont inscrit des usages complémentaires dans la zone commerciale tels que : aller à une buvette, prendre un café, pique-niquer ou encore avoir des jeux pour enfants. Dominique disait notamment :



Véronique qui dessine durant l'atelier, Mai 2026
©Le groupe de projet

“On voudrait régulièrement des bancs ou des espaces pour prendre des casses-croûtes.”

Ici la notion de lieu de vie agréable s'apparente davantage à des équipements qui feraient de la zone commerciale un lieu de pause et non un lieu de passage. En complément de l'offre commerciale, les habitants jugent pertinent d'avoir un lieu de réunion entre amis ou en famille dans la ville.

“Plein de maisons individuelles ou quelques gros immeubles ?”

La question du bâti et de l'emprise urbaine est un point sensible étant donné que chacun des participants était familier au modèle de la maison individuelle. Ils ont mis l'accent sur la proposition de logements bien pensés, sur les espaces extérieurs généreux. L'une des préoccupations majeures pour ces habitués du pavillonnaire serait les problèmes de vis-à-vis avec des hauteurs de bâti dépassant le R+6. C'est donc un point de vigilance à prendre en compte pour favoriser la cohabitation entre anciens et nouveaux arrivants. Pour le moment, le nombre de logements et la démographie prévus dans le cadre des Grands Vergers du Sud semblent irréalisables selon les habitants au vu de la situation actuelle.

Pour autant, ils ne manquent pas d'idées pour que ces futurs logements conçus par des architectes soient les plus ergonomiques possibles, notamment en termes d'énergie. L'un d'eux nous disait :

“Il faudrait mettre des panneaux solaires sur toutes les toitures.”

Contre-proposition de l'association Ensemble pour Chenôve

Afin de compléter ces observations issues de l'atelier cartographique, nous souhaitons introduire les propositions citoyennes locales. Effectivement, l'association Ensemble Pour Chenôve a produit un carnet de propositions en décembre 2019 dans le cadre des élections municipales de mars 2020. Créée en novembre 2018 à l'initiative du maire actuel Thierry Falconnet, Ensemble Pour Chenôve devait selon lui: *“provoquer une rupture avec les élections précédentes”* où la construction du programme s'est faite *“entre amis”*.

“ L'idée de ce document est (...) d'essayer d'interférer dans des décisions et d'amener la municipalité à être dans une situation de dialogue avec les habitants, les principaux bénéficiaires de ces politiques publiques. ”

Ainsi, avant l'élection de 2020, l'association a remis 120 propositions qui ont été travaillées en atelier participatif avec des habitants de la commune. Les thèmes abordés durant ces ateliers de réflexion sont les incivilités et la sécurité routière, le développement urbain et le développement économique (commerces de proximité, aménagement des entrées de ville, l'attractivité), le plateau (protection, développement et aménagement), la transition écologique et énergétique, la démocratie participative puis la vie des seniors dans la ville. Dès lors, nous avons pu extraire quelques propositions organisées autour de 4 thématiques. Par ailleurs, nous utiliserons des données issues de notre entretien avec les deux membres de l'association en février dernier afin d'avoir un propos actualisé.



1. Circuler autrement : de la dépendance automobile à la ville apaisée

La question des mobilités constitue sans doute le point de convergence le plus important entre les résultats de notre atelier cartographique et le carnet de propositions de l'association. Déjà en 2019, l'avenue Roland Carraz était identifiée comme un espace hostile aux mobilités douces. Leurs propositions sont orientées vers **la création de pistes cyclables le long du tram** ainsi que sur l'itinéraire vers Longvic, un point déjà identifié lors de l'atelier. En complément, ils notifient **le manque de signalisation spécifique aux cyclistes**, piétons et autos. Aussi, l'association formule une proposition très concrète à l'entrée sud de l'avenue Carraz : il s'agit de **la création d'un parking-relais avec des navettes** vers la station de tram Carraz. Ainsi, cela permet de désengorger la voie. Cette idée émise en 2019 prend une tout autre dimension aujourd'hui puisque le projet prévoit le prolongement du T3 jusqu'à Marsannay-La-Côte.

Un dernier élément soulevé par l'association concerne la liaison entre la zone commerciale des Portes du Sud et celle de Marsannay. Les deux zones sont actuellement séparées par la D122. Ainsi, **la création d'une passerelle** ou d'un passage souterrain pour piétons et vélos pourrait réduire l'usage de la voiture et fluidifier les mobilités.



2. Le paysage comme condition du vivre-ensemble

Conjointement avec l'atelier de cartographie, **la thématique du paysage** est un des thèmes de préoccupation de l'association. Notre analyse de l'échange et des propositions a permis d'extraire trois stratégies distinctes : **un paysage à réparer, un paysage à l'échelle humaine et un paysage à protéger.**

Le carnet de l'association insiste sur la nécessité de qualifier l'image visuelle de Chenôve, qui souffre d'**un manque d'entretien de ses espaces publics**. Le document rédigé par l'association indique que : *“Chez nous à Chenôve, les grandes enseignes situées historiquement le long de l'avenue Carraz se sont transformées en friches industrielles ou en dents creuses avec, paradoxalement, plus d'une centaine de panneaux publicitaires de 4 m x 3 m invitant à consommer pour beaucoup... hors de Chenôve !”* Au-delà des friches commerciales, l'association pointe une forme de pollution visuelle qui dégrade l'image

de l'avenue Carraz. Le carnet de propositions dresse le constat suivant : *“L'avenue R.Carraz ne vit pas, elle subit le passage, elle manque d'animation, d'espaces fleuris, de lieux de repos, de détente, de bancs, de jardins, etc.”* Cette absence d'identité visuelle est d'autant plus frappante puisque Chenôve possède **un patrimoine viticole et vinicole invisibilisé** par ses entrées de ville.

À ce titre, l'association suggère l'**implantation d'artéfacts et de symboles** qui valoriseraient la ville auprès des visiteurs. L'association a ainsi proposé d'interdire les panneaux publicitaires montrant que **la réparation du paysage passe également par des leviers réglementaires**. L'enjeu de la végétalisation constitue le deuxième registre paysager identifié par l'association et l'atelier de cartographie. Alors que les habitants suggéraient *“des arbres partout”*, l'association propose **un véritable plan de végétalisation** qui associerait les habitants via le parrainage d'un nouvel arbre à entretenir.

Le carnet préconise de ralentir la densification au sein des dents creuses afin de privilégier des *“petits espaces de fraîcheur”*.

Enfin, le plateau de Chenôve est le troisième enjeu paysager identifié. Parallèlement à l'atelier, les propositions suggèrent un *“itinéraire cyclable entre le futur parc urbain et le plateau”*. Plus largement, le carnet retrace une vision vertueuse des coteaux car il est *“(…) d'évidence le troisième tiers de notre territoire ; la nature à préserver, le havre de paix et la zone récréative de proximité nécessaire à une population subissant le stress de la vie en ZUP et d'un travail intense”*.



3. La densité heureuse en question : la réhabilitation comme alternative à l'étalement

Lors de notre échange avec Gaby Blondeaux et Joël Fanet, la construction neuve a été un point de paradoxe entre **les exigences de densification et les réalités de terrain**. L'association reconnaît la pénurie de logements actuelle dans la commune ; pour autant, elle est assez critique sur les 6000 logements prévus par les GVS.



Dans un premier temps, **la location des 4300 logements vacants à Dijon** pourrait selon eux absorber la demande : *“(…) c'est dingue qu'il y ait 4300 logements vides [dans l'agglomération dijonnaise] et qu'on ait une politique de construire 15 000 logements d'ici à 2050, donc ça, il faut en discuter. Et puis oui, bien sûr intensifier il y a sans doute comme dans d'autres villes des habitations actuellement de 3, 4, 5 étages qui pourraient supporter un nouvel étage comme ça se fait avec l'architecture en bois, les structures en bois donc plutôt légères, aménagées équipées et tout. Ça c'est possible mais pour le moment on n'entend pas parler, moi la densité heureuse j'y crois pas (...)”*

La réhabilitation prioritaire face à la construction neuve pourrait également ouvrir la voie à **des modes de construction plus légers** et ainsi contenir l'étalement urbain prévu par le projet. Concernant l'accession à la propriété, il suggère : *“(…)est-ce qu'on pourrait pas aussi avoir une politique incitative d'aider les copropriétés à requalifier leurs logements de façon à ce qu'on puisse progressivement accéder soit à la location soit à la propriété de plein droit avec les aides (...)”*.



4. Le commerce de proximité comme condition de l'attractivité résidentielle

L'association, étant très regardante sur la place de Chenôve au sein de la métropole dijonnaise, se dit refuser le modèle de *“quartier dortoir”* le long de l'axe Carraz. Ils privilégient **la mixité fonctionnelle et non uniquement une programmation tournée vers le résidentiel**, par crainte d'une fuite des nouveaux habitants. Selon l'association : *“(…) il va y avoir 6 000 logements, c'est 18 000 besoins donc ici il va falloir des commerces, des commerces de proximité une zone artisanale on n'a rien si cette population vient se mettre sur l'avenue Roland Carraz. Ça veut dire que c'est une population qui va migrer à nouveau vers la Toison d'or ou Quetigny pour ses besoins personnels, pour ses courses, pour ses activités (...)”* Dans le carnet de propositions soumis en 2019, l'association ne manque pas de souligner les nombreuses dé-

faillances liées au commerce de proximité. Dans le carnet de propositions, ils font **le diagnostic de raréfaction du commerce de proximité intra-muros**, ce qui baisse drastiquement l'attractivité commerciale de Chenôve. Dès lors, ils suggèrent **la création de services de proximité aux pieds des immeubles des nouvelles résidences**, la création d'une cellule commerciale dédiée à la restauration (bar/buffet/restaurant), **une contractualisation des aménageurs** pour instaurer des loyers modérés aux futures cellules commerciales ainsi que du stationnement gratuit à proximité des commerces et services.

3.2 Propositions alternatives à Vendenheim

L'atelier cartographique

Le fait le plus frappant, et sans doute le plus politique, est une absence. Sur une carte censée représenter une zone commerciale, le commerce ne figure quasiment plus. L'écrasante majorité des usages projetés sont non marchands : un festival ou concert, des équipements sportifs, un terrain de football, des bancs, des niches pour la biodiversité, un arrêt de bus, des toilettes, une place publique, des jeux d'eau. Le commerce n'apparaît plus que sous une forme qualitative et minoritaire, "*diversifier commerce*", noté à l'orange sur la frange est, c'est-à-dire non pas plus de commerce, mais un commerce autre. C'est une manière silencieuse mais nette de retourner le programme du lieu : les habitants ne demandent pas une meilleure zone commerciale, ils demandent que cet espace cesse d'être seulement commercial. On retrouve, spatialisé, le "*moins d'incitation à la conso*" et le "*plus envie d'apprécier cet endroit qu'un endroit commercial*" des carnets, mais le passage à la carte radicalise le propos : ici, le consumérisme n'est même plus représenté, il est recouvert.

La composition obéit à une géographie très lisible, qui calque la traversée vécue pendant la marche. À l'ouest court une bande de nature et d'eau : le canal, les champs, le vert au feutre, les "*niches*", les "*jeux d'eau*", les "*abris → marcheurs*", et la mention "*zone inondable*". C'est l'espace de respiration, de promenade et de biodiversité. Au centre s'étire un axe planté, jalonné par les flèches oranges du cheminement, qui devient la scène de la vie publique : on y a posé le festival, le sport, le football, les bancs, et, comme en creux, le constat "*pas mobilier*" qui justifie tous ces ajouts. À l'est s'aligne enfin la bande bâtie, boîtes commerciales et logements, marquée à l'orange par les "*diversifier commerce*" répétés et les "*rapport piéton/vélo*". Cette zonation traduit une intention de fond : déplacer le centre de gravité de la zone.



Carte de l'atelier à Vendenheim, Mai 2026
©Le groupe de projet

Aujourd'hui, le cœur du lieu est à l'est, dans le parking et les enseignes ; le projet des habitants le tire vers le centre et l'ouest, vers l'axe vert et le canal. La vie quitte la dalle minérale pour rejoindre la nature.

Les quatre croix numérotées (cf. carte de l'itinéraire p.247) rejouent les arrêts de la promenade, et c'est leur fonction qui fait la valeur de la carte : à chaque station, le groupe accroche une réponse précise plutôt qu'un souhait flottant. Le point ① au sud, du côté des logements, porte "place publique" et des toilettes : on y fabrique une centralité, un cœur de quartier là où les carnets déploraient son absence. Le point ② sur la bande est concentre les "rapport piéton/vélo" et les "diversifier commerce" : c'est le secteur de la requalification du tissu existant et du rééquilibrage des mobilités. Le point ③, au nord-ouest près du canal, accueille les "niches", "l'arrêt de bus" et le festival : c'est à la fois la porte d'entrée par les transports en commun et le seuil de la nature. Le point ④, à l'articulation, agrège bancs, ombre, équipements sportifs, toilettes et jeux d'eau : c'est le nœud de confort et de loisir du dispositif. En affectant chaque demande à un lieu, la carte cesse d'être un cahier de doléances pour devenir l'esquisse d'un projet ; elle répond à la grande faiblesse des carnets, qui formulaient des attentes génériques sans pouvoir les situer.

Une strate de demandes irrigue toute la carte, indépendamment des grands usages : le mobilier de pause et les équipements élémentaires. "+ de bancs", "ombre", "abris → marcheurs", et surtout les toilettes représentées à deux reprises (① et ④). La répétition n'est pas anodine : elle dit qu'il s'agit moins d'un agrément que d'une condition minimale d'hospitalité, sans laquelle marcher, s'arrêter, rester devient impossible. Le "pas mobilier" inscrit au centre fonctionne comme le négatif de tout cela, l'état zéro que la carte cherche à corriger. C'est la transcription spatiale du grief le plus partagé des carnets, "pas d'espace où se poser tranquille, Ø bancs", et il faut y voir, au-delà du confort, l'expression d'un sentiment d'abandon par la puissance publique que l'on retrouvait, plus violent encore, à Chenôve.

C'est ici que la carte est la plus inventive, et l'interprétation mérite d'être corrigée. La "zone inondable" et les "jeux d'eau" ne sont pas la simple reconnaissance d'une contrainte hydrologique frappant la frange ouest : ce sont les marqueurs d'un désir actif. Les participants souhaitent que le canal sorte de son lit, qu'il quitte son tracé rectiligne habituel pour pénétrer dans la zone et venir l'irriguer. L'eau cesse alors d'être une limite extérieure, reléguée au bord du site, pour devenir un élément de composition que l'on attire vers le cœur de l'espace. "L'inondable" est donc moins subi que voulu : on accepte, on appelle même une zone que l'eau pourrait gagner, parce que cette divagation maîtrisée fabriquerait du paysage, de la fraîcheur, des usages ludiques et un milieu vivant là où il n'y a aujourd'hui que de la dalle. C'est un renversement complet de la logique d'aménagement classique, qui s'emploie à contenir et à canaliser l'eau pour libérer du foncier : ici, on rouvre l'eau pour qu'elle redonne de la valeur au sol. Ce souhait prolonge et radicalise ce que disaient déjà les carnets, où l'eau du canal était l'aménité la plus aimée, "l'eau me rend heureux et apaisé", mais il franchit un pas supplémentaire en proposant de la faire entrer physiquement dans la zone plutôt que de la laisser à sa lisière.

Contre-proposition de l'association Baggersee

L'association pose d'emblée quatre lignes directrices qui commandent tout le reste. Elle exige d'abord une cohérence d'ensemble : tous les développements de la ZAC doivent être connus dès le départ, pour éviter un morcellement du projet qui ferait apparaître les inconvénients et les risques au coup par coup, une fois le fait accompli imposé. Elle demande ensuite le respect des conclusions de la commission d'enquête sur le PLUi, qui préconisait de revoir à la baisse la production de logements et de prévoir un véritable "poumon vert". Elle pose comme troisième principe la résolution préalable du problème de circulation, exigeant qu'un aménagement raisonné du trafic soit trouvé avant le démarrage de toute construction. Elle réclame enfin une véritable démocratie participative, des habitants "entendus, et non simplement informés", et la transparence des échanges avec les services.



1. Maîtriser le béton et la densité

Le premier axe de fond est **un refus de la densité** telle que programmée. Le projet prévoit **la disparition d'environ 31,5 hectares de terres agricoles**, ce que l'association assimile à de l'étalement urbain, et s'appuie sur les doutes de la commission d'enquête quant aux prévisions de croissance démographique et de création d'emplois censées le justifier. Elle demande en conséquence **moins de logements que prévu et des hauteurs maîtrisées**, des résidences "*à taille humaine*" plutôt que de grands collectifs jugés impersonnels et générateurs de stress, et **une réelle variété de l'offre pour une mixité sociale réussie** : petits logements abordables, maisons avec jardin, appartements avec terrasses, résidences avec espaces sécurisés pour les enfants.



2. Sauvegarder les espaces naturels et agricoles

C'est le souhait numéro un exprimé lors de la consultation, décliné dans les mots des habitants : "*poumons verts*", "*parc*", "*espace aéré*", "*équilibre végétation/construction*", "*zone maraîchère*". L'association demande **la conservation des arbres anciens** en bordure des bretelles d'accès et propose **une ferme urbaine** comme "*centre vital*" du quartier production locale en circuit court, maintien de terres agricoles, outil éducatif pour les enfants, **lieu de lien social et levier de réinsertion** en citant des exemples existants dans la région (ferme urbaine de la Meinau, jardin de Saint-Gall en permaculture).



3. Gérer l'eau et le risque d'inondation

L'association rappelle qu'une partie de la ZAC est classée en zone inondable par **remontée de nappe, soumise au risque de ruissellement**, et **raccordée à des collecteurs unitaires** déjà proches de la saturation. Elle en tire un argument central : ces contraintes militent pour **une réduction des surfaces imperméabilisées**, donc du nombre de logements, et une augmentation corrélative des surfaces naturelles (végétation permanente, agriculture urbaine).



4. Faire reculer la pollution

Très conscients des nuisances actuelles, les habitants demandent **une lutte contre la pollution de l'air** dans un secteur déjà classé en zone de vigilance et exposé aux émissions de l'autoroute, **une réduction de l'îlot de chaleur urbain** par les espaces verts et la végétalisation des murs et toitures, et **des mesures contre le bruit**, notamment le recul des nouveaux bâtiments par rapport aux voies, protégés par une rangée d'arbres.

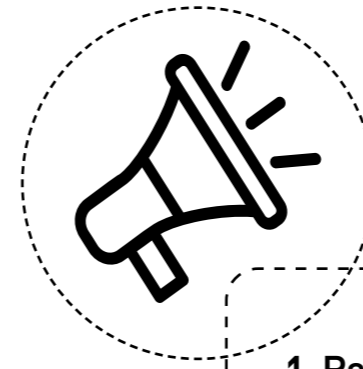


5. Un quartier adapté à la société de demain

Le cahier inscrit enfin ses demandes dans les défis contemporains, vieillissement, multiplication des petits foyers, besoin de lien social, lutte contre le stress. Il propose **la création d'une résidence seniors** et d'un **EHPAD**, le développement du lien social (jardins partagés, crèche parentale, petits commerces de proximité), un cadre de vie permettant de **se ressourcer**, et des **voies piétonnes et cyclables en site propre** plutôt qu'un simple marquage au sol jugé dangereux. La transition avec le bâti existant doit être progressive : **maisons en bandes et hauteurs strictement limitées** (R+1 plus attique au maximum) en lisière des maisons existantes avec des surfaces naturelles (végétation permanente, agriculture urbaine).

4. Recommandations pour une mutation des zones commerciales ancrée dans les pratiques

Les différentes enquêtes menées auprès de et avec les usagers des zones commerciales et les habitants de nos terrains d'étude nous permettent d'identifier plusieurs préconisations citoyennes, sur lesquelles pourraient s'appuyer les pouvoirs publics pour mettre en œuvre des projets de requalification ancrés dans les pratiques. L'un des constats principaux est l'existence d'un contraste entre le tout-voiture et l'urbanisme minéral, associés au gigantisme, et la valorisation de la nature et du paysage, qui vont de pair avec des espaces "à taille humaine". Les zones commerciales sont souvent comprises comme des lieux de transit, utilitaires, qui ne sont jusque-là pas nécessairement reconnus comme des objets dignes d'intérêt ni par les pouvoirs urbains ni par les usagers. Nombre de ces derniers déplorent justement l'abandon public de ces zones, et prennent le relais en formulant un véritable regard sur leur espace traversé, ainsi que des propositions pour en faire un véritable lieu de vie. Sept leviers sont ainsi ressortis de nos échanges et ateliers.



1. Paysage : déminéraliser et faire entrer la nature

Qu'il s'agisse de Chenôve, d'Illkirch ou de la ZCN, le constat est clair : pour que les zones commerciales deviennent des espaces plus agréables, il est essentiel de déminéraliser, désimpermeabiliser et redonner une place à la nature. La perception négative de ces lieux est quasi systématiquement associée à leur caractère bétonné : sont déplorés la grisaille, le manque d'espaces d'ombre et de fraîcheur (notamment lors des promenades sensibles, réalisées sous un soleil de plomb), le paysage de parkings et de routes. Pour y remédier, la végétalisation est toujours mentionnée. Les quelques efforts de plantation d'arbustes sur les parkings ne sont pas suffisants : il apparaît essentiel de créer de véritables poumons verts, de laisser s'infiltrer l'eau, et de lier les zones commerciales aux aménités paysagères environnantes. Sur la Zone Commerciale Nord, le canal est très souvent cité comme une source de plaisir, voire d'apaisement. Il en va de même pour le lac de Baggersee, accolé au centre commercial qui lui tourne le dos. L'accès au lac est d'ailleurs l'objet de potentielles jalousies : l'association Baggersee ne souhaite pas voir le développement de logements donnant sur le lac, car les nouveaux habitants bénéficieraient de ce paysage dont sont aujourd'hui privés les usagers et habitants d'Illkirch-Graffenstaden. La création de trames vertes et bleues, et d'ouvertures paysagères, représente ainsi un levier indispensable pour transformer les zones commerciales.

2. Reconquérir le foncier sous-utilisé

La requalification des zones commerciales doit passer par l'exploitation du foncier existant, aujourd'hui sous-utilisé. Les parkings sont, une fois déserts, comme c'est le cas devant l'ex-Géant Casino, perçus comme immenses et disproportionnés. De même, les friches, par exemple celle de l'agroparc à l'abandon, doivent être utilisées sans envisager d'extension comme ça a été le cas pour la Shopping Promenade, construite sur des terres agricoles. La reconquête du foncier existant est nécessaire pour créer des lieux de vie, car elle implique la réforme d'espaces aujourd'hui considérés comme morts. L'ex-Géant Casino et l'agroparc sont en effet compris comme des lieux où la vie a totalement disparu : leur dynamisation permettra de rendre les zones uniformément conviviales.

3. Repenser la mobilité pour sortir du paradigme automobile

La bétonisation massive des zones commerciales pose également la question de la place de la voiture. Comme nous l'avons vu, ces lieux ont largement été pensés pour la circulation automobile, d'abord par leur localisation en sortie d'agglomération, puis par leur modèle d'aménagement. La quasi-totalité des usagers rencontrés sur les zones commerciales sont venus en voiture individuelle ; et ceux qui s'y sont rendus à vélo ou à pied font l'écueil d'un trajet difficile dans un environnement où ils ne sont pas les bienvenus. Durant la promenade sensible à Chenôve, le seul cycliste rencontré est tombé devant nous en entrant en collision avec une borne anti-stationnement et a dû s'arrêter pour remettre la chaîne de son vélo en place. Plusieurs communes développent aujourd'hui des pistes cyclables dans les zones commerciales, sans réelle cohérence d'ensemble : le réseau cyclable des Vergers du Sud suit par exemple quelques tronçons de route avant de s'interrompre brusquement. La circulation piétonne est également difficile, voire dangereuse : l'infime nombre de passages cloutés implique de longs détours, et les trottoirs ne sont pas constants. L'absence de continuités cyclables et piétonnes invite donc à développer des offres de mobilité alternatives, avec des couloirs de circulation accueillants pour les usagers, décentrant la voiture et invitant à la promenade.

4. Centralités, pauses et convivialité

Pour faire des zones commerciales de véritables espaces de vie, il est nécessaire d'en faire de nouvelles centralités, et de faire une place à la convivialité. Il s'agit dès lors d'intégrer les entrées de ville au reste du tissu urbain, en les reliant aux autres pôles métropolitains et en les sortant de leur condition périphérique pour constituer un réseau spatial. Les usagers et habitants rencontrés insistent sur la création de mobilier de confort pour recréer de l'urbanité : des bancs, des parcs, des cafés, des lieux permettant l'arrêt et la pause, qui permettent de dépasser la logique utilitaire propre aux zones commerciales, et d'en faire des espaces non de passage, mais de coprésence. S'impose donc l'enjeu d'inverser la temporalité de ces zones pour mieux les intégrer au reste de la ville.

5. Diversifier les usages et l'offre commerciale

Un autre levier de transformation est de diversifier les usages des zones commerciales, pour leur ôter l'exclusivité de leur caractère, justement, commercial. Lors des promenades sensibles, plusieurs participants proposent d'utiliser ces espaces pour promouvoir de nouveaux modes de consommation, en y introduisant des commerces indépendants et en valorisant l'économie circulaire (recycleries, friperies, récupération...). Au-delà de la diversification de l'offre commerciale, l'enjeu est de sortir d'une logique purement marchande, en faisant de ces zones des lieux de culture et de loisirs au même titre que d'autres espaces urbains. De nouveaux usages pourraient y être intégrés : des jeux pour les enfants, des terrains de sports, des activités culturelles, et même des locaux pour des associations. Ces zones pourraient aussi, par leur taille, constituer un terrain fertile pour développer des projets alimentaires locaux. Si la Zone Commerciale Nord en a fait l'expérience avec son ambition d'agroparc, ce projet a rencontré plusieurs obstacles, qu'il s'agisse du recrutement d'un maraîcher ou de l'écoulement de la production sur un point de vente local, et est désormais en suspens. D'autres propositions moins ambitieuses pourraient néanmoins être envisagées, comme la création d'un food court ou le développement d'une offre de restauration indépendante en circuit court.

6. Création d'habitations et mixité fonctionnelle bien articulée

La création de logements et plus largement l'introduction d'une mixité fonctionnelle dans les zones commerciales constitue un sujet central dans les discussions sur la requalification, du côté des pouvoirs publics comme des associations locales et des participants aux promenades sensibles. La construction d'une nouvelle offre d'habitation au cœur des zones est encouragée par plusieurs habitants, mais conditionnée à certains critères de taille et de localisation. Les logements doivent en effet rester de petit gabarit, avec des maisons individuelles ou des immeubles de petite hauteur, afin d'être en continuité avec le bâti existant et de bien s'intégrer dans le paysage. La question de l'interface entre logements et commerces est centrale : à Vendenheim, la délimitation est relativement abrupte. Il faudrait ainsi soigner ces coutures urbaines pour éviter de faire coexister un quartier purement résidentiel et un quartier purement commercial. L'architecture est également essentielle pour permettre aux logements de se fondre dans la zone, sans trancher avec l'existant, mais aussi sans compromettre l'accès aux aménités paysagères. Un autre point majeur est de proposer des logements sociaux dans ces zones, avec des dispositifs favorisant l'accession à la propriété. Il est en outre question de développer des solutions d'hébergement dignes pour les personnes n'ayant pas de domicile.

7. Participation, gouvernance et sensibilisation

Enfin, l'un des leviers principaux sur lequel s'appuie notre méthodologie, et qui est central pour beaucoup d'usagers et d'habitants, est de favoriser une gouvernance citoyenne des projets de requalification des zones commerciales. Pour ce faire, il serait nécessaire d'associer davantage les associations au processus décisionnel, et de consulter les habitants en amont des projets, et non seulement dans un but informatif. Des dispositifs sensibles pourraient être déployés, comme la pérennisation de la promenade sensible, ou la réalisation d'enquêtes auprès des usagers sur les zones commerciales. Les stratégies aujourd'hui mises en place par les pouvoirs publics consistent à diffuser l'information concernant la tenue d'une réunion publique ou d'un atelier, et d'attendre

que des volontaires y participent, ce qui explique que les participants soient en grande majorité à la retraite. Doubler ces événements de stratégies d'aller-vers représente un autre levier pour mobiliser non seulement les citoyens déjà politisés et informés, qui se sentent légitimes à prendre part au débat public, mais aussi ceux qui fréquentent les zones commerciales sans être renseignés sur les projets métropolitains, et qui sont pourtant les premiers concernés par ces derniers.

Conclusion

Les entrées de villes s'imposent aujourd'hui comme des objets urbains à part entière, qui prennent part aux recompositions territoriales contemporaines. Elles représentent des ressources foncières, économiques, paysagères et écologiques, au fort potentiel de requalification et d'expérimentation. Leur caractère hybride, à l'intersection de la ville et du périurbain, de la gouvernance publique et privée, du minéral et du naturel, en fait des sites de choix pour tendre vers un urbanisme régénératif et durable.

Les zones commerciales sont aujourd'hui prisées par les pouvoirs publics pour développer des opérations d'aménagement d'ampleur. Ce portage institutionnel, fruit d'une gouvernance négociée entre acteurs publics et privés, repose sur un urbanisme de projet nécessaire, mais structurellement déconnecté des usages réels des zones commerciales. La participation citoyenne reste largement marginale dans les projets étudiés, ce qui peut témoigner d'une absence de volonté politique, mais aussi révéler l'absence d'outils adéquats à la disposition des décideurs pour associer les habitants. Ces derniers sont pourtant en mesure de porter un regard sur leur territoire, et d'être force de proposition pour le transformer : ce sont eux qui, par leurs pratiques, circonscrivent l'espace et en dictent la morphologie. Suivant ce raisonnement, nous avons cherché à mettre en évidence à la fois le volet opérationnel des projets de requalification des entrées de villes, et la perception citoyenne de ces lieux à travers une méthodologie sensible.

Notre protocole d'enquête, entre questionnaires, micro-trottoirs, promenades sensibles et ateliers cartographiques, donne à voir les zones commerciales comme des dispositifs fonctionnels, rarement compris comme des lieux de vie en tant que tels. En témoigne la grande difficulté, chez la majorité des usagers rencontrés, à les imaginer en espaces habitables. Si un attachement associé à une habitude de fréquentation existe, il reste fragile et conditionnel. Au cours des promenades et des temps de dessin sur plan, les participants développent néanmoins une multitude de propositions pour réenchanter ces lieux : y faire entrer la nature, diversifier les usages, repenser la mobilité, proposer des logements, ou encore créer des espaces de convivialité.

Ces leviers de transformation, loin d'être des suggestions chimériques, brossent le portrait d'une urbanité polycentrique et réticulaire, à laquelle les entrées de villes seraient pleinement intégrées.

Au terme de l'analyse, le passage du "faire pour" au "faire avec" apparaît ainsi comme une condition de possibilité de la requalification des zones commerciales. Le présent travail présente des instruments concrets pour favoriser la prise en compte des pratiques, attachements et savoirs citoyens : le dialogue avec des associations, l'institutionnalisation des promenades sensibles, l'adoption de stratégies d'aller-vers sur le terrain représentent autant de leviers permettant de donner corps à un urbanisme fondée sur les pratiques, de faire des entrées de villes des lieux d'ancrage et non de passage, et d'éviter l'écueil d'un aménagement s'appuyant sur la fausse croyance en l'existence d'un modèle universel et reproductible. Une approche citoyenne, territorialisée, régénérative, et profondément urbaine : telle est notre proposition pour faire des zones commerciales d'entrées de villes non pas des espaces de pur projet économique, mais des lieux de vie agréables.

Bibliographie

Ouvrages

ADAM, Matthieu (2024), *Contre la ville durable. Une écologie sans transition*, Éditions Grevis.

ALBERO, Brigitte (2010), “*L’étude de cas : une modalité d’enquête difficile à cerner*”, in *Enjeux et dilemmes de l’autonomie. Une expérience d’autoformation à l’université. Étude de cas*, Maison des Sciences de l’Homme pp. 15-25.

ALTMAN, Irwin et LOW, Setha M. (dir.) (1992), *Place Attachment*, New York, Plenum Press.

AUGÉ, Marc (1992), *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris, Seuil.

BARRIOZ, Anne et LASLAZ, Lionel (2025), “*Habitabilité : tour d’horizon d’une notion et de ses limites*”, *Géoconfluences*, janvier 2025.

BENJAMIN, Walter (1989 [posth.]), *Paris, capitale du XIXe siècle. Le livre des passages*, trad. J. Lacoste, Paris, Le Cerf.

BITSINDOU, Élodie (2023), “*En finir avec la “France moche” : peut-on changer notre perception des zones commerciales ?*”, *The Conversation*, septembre 2023.

BOURDIEU, Pierre (1977), “*Une classe objet*”, *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 17, n° 1, p. 2-5.

BRIAND, Michel (2015), “*Gouvernance contributive, réseaux coopératifs locaux et communs*”, *Éthique publique*, vol. 17, n° 2.

BROWN, Barbara B. et PERKINS, Douglas D. (1992), “*Disruptions in Place Attachment*”, in ALTMAN, I. et LOW, S. M. (dir.), *Place Attachment*, New York, Plenum Press.

COQUARD, Benoît (2019), *Ceux qui restent. Faire sa vie dans les campagnes en déclin*, Paris, La Découverte.

FRÉMONT, Armand (1976), *La région, espace vécu*, Paris, PUF.

GASNIER, Arnaud (2019), *Le commerce dans la ville, entre crise et résilience : comment réparer, adapter, aménager les territoires marchands ?*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.

GERRING, John (2004), “*What is a Case Study and What is it Good For?*”, *American Political Science Review*, vol. 98, n° 2, p. 341-354.

GRIGNON, Claude et PASSERON, Jean-Claude (2019 [1989]), *Le savant et le populaire. Misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, Paris, Seuil/Gallimard.

HARVEY, David (2011), *Le capitalisme contre le droit à la ville : néolibéralisme, urbanisation, résistances*, Paris, Éditions Amsterdam.

HAY, Robert (1998), “*Sense of Place in Developmental Context*”, *Journal of Environmental Psychology*, vol. 18, n° 1.

LAVILLE, Jean-Louis et SALMON, Anne (2022), *Pour un travail social indiscipliné. Participation des citoyens et révolution des savoirs*, Toulouse, érès.

LEFEBVRE, Henri (1974), *La production de l’espace*, Paris, Anthropos ; extr. dans *L’Homme et la société*, n° 31-32.

LEJOUX, Patricia (2017), “*Les petites villes face à la montée des contraintes énergétiques : l’augmentation du coût de la mobilité, un facteur de vulnérabilité économique ?*”, *Territoire en mouvement. Revue de géographie et aménagement*, n° 33.

LEJOUX, Patricia et CHARIEAU, Corentin (2019), “*La zone d’activités économiques : objet urbain non identifié ?*”, *Territoire en mouvement. Revue de géographie et aménagement*, n° 43.

LUSSAULT, Michel (2017), *Hyper-lieux. Les nouvelles géographies de la mondialisation*, Paris, Seuil.

MADORÉ, François (2004), “*Modes de vie périurbains en France : le cas d’une aire urbaine de taille moyenne, La Roche-sur-Yon (Vendée)*”, *Norois*, n° 193.

MADRY, Pascal (2018), “*Le nouveau rapport entre ville et commerce et l’impossible réforme des politiques d’urbanisme commercial*”, *Tous urbains*, n° 21, p. 42-47.

MADRY, Pascal (2020), “*L’offre commerciale : emballage et obsolescence*”, in *Atlas du Grand Paris*, Paris.

MANGIN, David (2004), *La Ville franchisée. Formes et structures de la ville contemporaine*, Paris, Éditions de la Villette.

PAQUOT, Thierry (1978), “*Préface*”, in WARD, Colin (photogr. Ann Golzen), *The Child in the City*, London, Architectural Press.

PASSERON, Jean-Claude et REVEL, Jacques (dir.) (2020 [2005]), *Penser par cas*, Paris, Éditions de l’EHESS.

PÉRON, René (2004), *Les Boîtes. Les grandes surfaces dans la ville*, Nantes, L’Atalante.

RENARD-GRANDMONTAGNE, Colette, BOQUET, Mathias et DORKEL, Nicolas (dir.) (2024), *Territoires du commerce populaire*, Nancy, Éditions de l’Université de Lorraine.

STOKOLS, Daniel et SHUMAKER, Sally A. (1981), “*People in Places: A Transactional View of Settings*”, in HARVEY, J. (dir.), *Cognition, Social Behavior, and the Environment*, Hillsdale, Erlbaum.

Documents et sources primaires

Eurométropole de Strasbourg / Zone Commerciale Nord et Baggersee

COMMUNAUTÉ URBAINE DE STRASBOURG (2013), Délibération du Conseil de communauté du 20 décembre 2013, point n° 24 - “ZAC Baggersee à Illkirch-Graffenstaden : création de la Zone d’Aménagement Concerté et bilans de la concertation et de la mise à disposition de l’étude d’impact”.

EUROMÉTROPOLE DE STRASBOURG / SAS ZCN AMÉNAGEMENT (2016), ZAC de la Zone Commerciale Nord (Lampertheim, Mundolsheim, Reichstett, Vendenheim). Dossier de réalisation de ZAC, maîtrise d’œuvre Ingerop, Acte2Paysage, AREP Ville, Transitec, Denu & Paradon, Antea Group, Groupe Solutions, août 2016.

EUROMÉTROPOLE DE STRASBOURG (2023), Délibération du Conseil de l’Eurométropole du 6 octobre 2023, n° E-2023-972, point n° 23 - “*Approbation et autorisation du périmètre d’étude du secteur Baggersee*

et du protocole de collaboration conclu entre l’Eurométropole de Strasbourg, la ville d’Illkirch-Graffenstaden et Nhood : lancement des études pré-opérationnelles et opérationnelles”.

EUROMÉTROPOLE DE STRASBOURG (2025), Délibération du Conseil de l’Eurométropole du 19 décembre 2025, n° E-2025-1121, point n° 39 - “*Création d’un périmètre de prise en considération sur le secteur Baggersee, situé à Strasbourg et Illkirch-Graffenstaden”.*

EUROMÉTROPOLE DE STRASBOURG (2025), Conseil de l’Eurométropole — ordre du jour de la séance du 19 décembre 2025. URL : https://storage.creacast.com/strasbourg-vod/documents/20251219_EM_OJ.pdf

EUROMÉTROPOLE DE STRASBOURG (2025), Baggersee : quel quartier pour demain ? Bilan de la participation citoyenne. Conclusions et perspectives, décembre 2025 (participer.strasbourg.eu).

EUROMÉTROPOLE DE STRASBOURG, ZAC Baggersee [page de présentation]. URL : <https://www.strasbourg.eu/zac-baggersee>

EUROMÉTROPOLE DE STRASBOURG, Annuaire des élus de l’Eurométropole. URL : <https://www.strasbourg.eu/annuaire-elus-eurometropole>

EUROMÉTROPOLE DE STRASBOURG, Bloc-notes : Une seule santé — One Health. URL : <https://www.strasbourg.eu/-/bloc-notes-une-seule-sante-one-health>

Dijon Métropole / Chenôve

DIJON MÉTROPOLE, *Plan local d’urbanisme intercommunal* — Habitat et Déplacements (PLUi-HD).

DIJON MÉTROPOLE (2024), Orientation d’aménagement et de programmation (OAP) — secteur MS1, dossier d’approbation, avril 2024. URL : https://www.dijon-metropole.fr/wp-content/uploads/sites/25/2024/04/4_MS1_2024_OAP_APPROB-1.pdf

ÉTABLISSEMENT PUBLIC FONCIER LOCAL (EPFL) / VILLE DE DIJON (2023), 4 rue des Ateliers, Dijon [document de projet]. URL : https://www.dijon.fr/wp-content/uploads/sites/24/2023/11/AP_EPFL_4_RUE_DES_ATELIERS_DIJON.pdf

VILLE DE CHENÔVE, Opération Grands Vergers du Sud. URL : <https://chenove.fr/operation-grands-vergers-du-sud>

ENSEMBLE POUR CHENÔVE (2020), Élections municipales de mars 2020 — “*Pour une réelle démocratie participative : le pouvoir d’agir des habitants*”

Rapports

FÉDÉRATION DES EPL & ÉCOLE URBAINE DE SCIENCES PO (2025), Cycle urbanisme — Synthèse 2025. URL : <https://www.sciencespo.fr/ecole-urbaine/sites/sciencespo.fr/ecole-urbaine/files/FEDERATION%20DES%20EPL-CYCLE%20URBA-SYN-THESE%202025.pdf>

Articles de presse

RAINALDI, Victor (2024), « *Montigny transforme sa zone commerciale vieillissante en centre-ville (95)* », *Banque des Territoires*, 3 octobre 2024. URL : <https://www.banque-desterritoires.fr/experience/montigny-transforme-sa-zone-commerciale-vieillissante-en-centre-ville-95>

« *Dijon : la métropole requalifie son entrée sud à Chenôve en quartier résidentiel* », *Cadre de Ville*. URL : <https://www.cadredeville.com/ville/dijon-la-metropole-requalifie-son-entree-sud-a-chenove-en-quartier-residentiel>

« *Auchan réduit la taille de ses hypermarchés : «Il y a 20 ans, c’était l’employeur qui payait le mieux»* », *France 3 Grand Est (franceinfo)*. URL : <https://france3-regions.franceinfo.fr/grand-est/bas-rhin/strasbourg-0/auchan-reduit-la-taille-de-ses-hypermarches-il-y-a-20-ans-c-etait-l-employeur-qui-payait-le-mieux-3074056.html>



Institut pour
la recherche

SciencesPo
ÉCOLE URBAINE