

ENTRÉE DE VILLE

Saint-Etienne restructure une zone commerciale

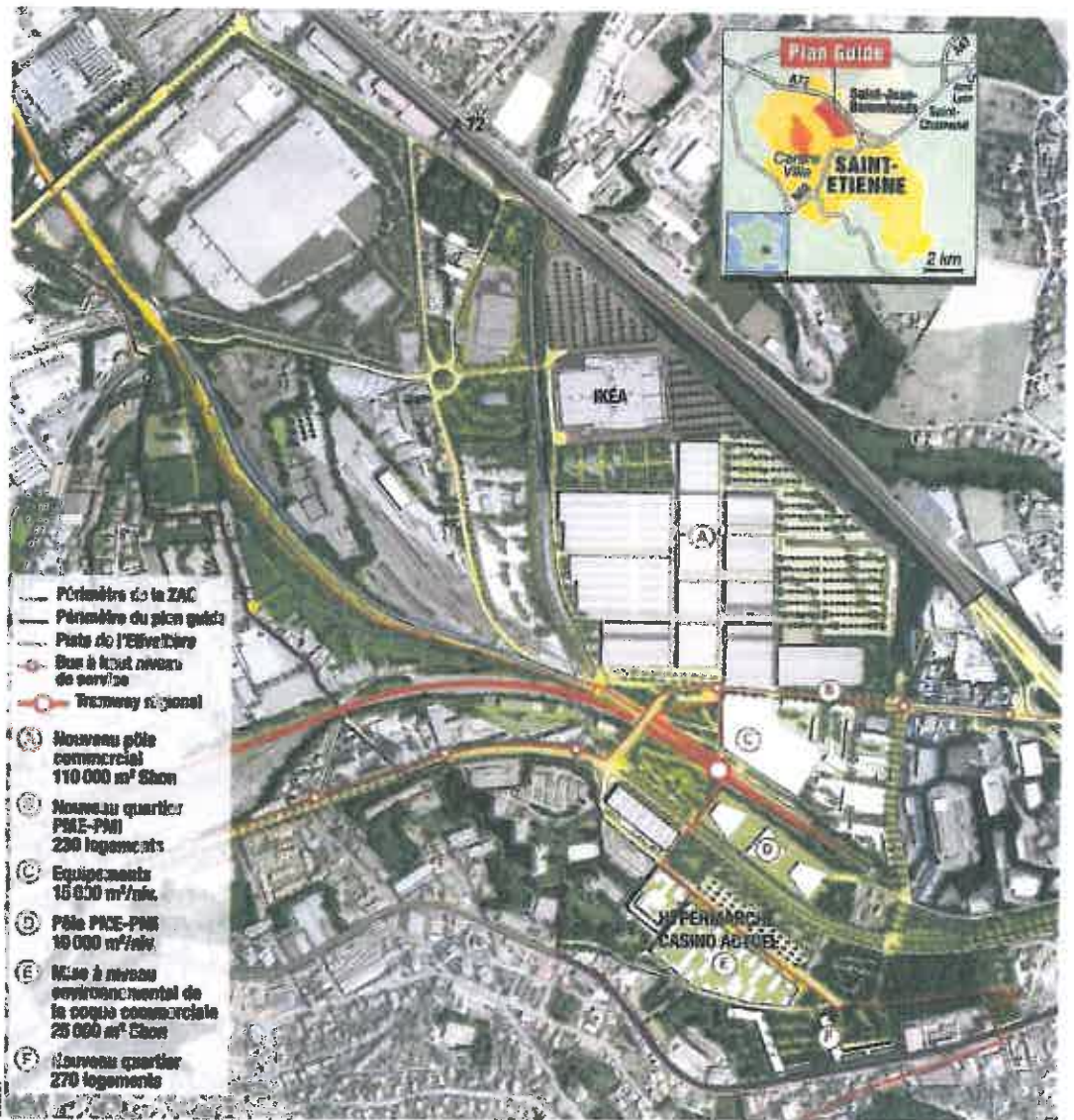
Le quartier Pont-de-l'Ane-Monthieu constitue une entrée de ville marquée par les enseignes de la grande distribution. Il entame sa mutation pour retrouver une qualité urbaine passant par la réorganisation des principales implantations commerciales.

Porte de Saint-Etienne depuis Lyon, le quartier Pont-de-l'Ane Monthieu (130 hectares) présente toutes les caractéristiques d'une entrée de ville peu accueillante. C'est une zone hétérogène, constituée d'entrepôts, de commerces, et d'activités artisanales et industrielles, desservie par un réseau routier omniprésent mais peu efficace, qui la rend peu praticable pour le piéton, saturée par les panneaux publicitaires. «Avec quatre cents parcelles et cent treize propriétaires, Pont-de-l'Ane Monthieu est l'exemple même d'un quartier qui s'est constitué sans schéma directeur, au profit d'un laisser-faire et de logiques individuelles conduisant à l'anarchie urbaine. C'est aussi, avec un COS moyen de 0,22, un quartier qui présente tous les symptômes d'un tissu périurbain éloigné, alors qu'il n'est situé qu'à deux kilomètres du centre-ville», analyse Nicolas Ferrand, directeur de l'EPA de Saint-Etienne (Epase), chargé de la mise en œuvre de ce projet territorial.

Une enquête menée auprès de la population a également montré que cette zone commerciale, vieillissante, était délaissée par les Stéphanois au profit de celles de Givors et de Lyon, mieux fournies.

Mutations foncières

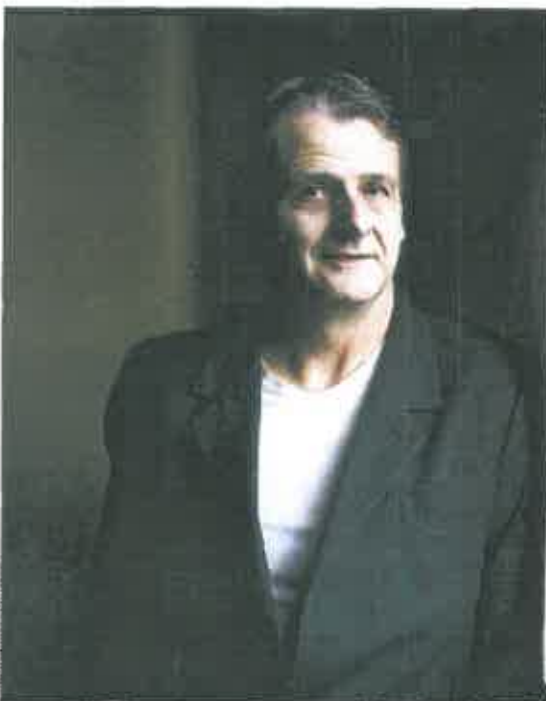
La restructuration vise donc plusieurs objectifs : donner une qualité urbaine et une image plus attractive au quartier tout en modernisant l'appareil commercial, hiérarchiser le réseau viarie tout en ouvrant ce territoire.



La restructuration de l'entrée de ville Pont-de-l'Ane-Monthieu s'appuie sur la mutation de grands tènements fonciers et l'arrivée du tram-train pour moderniser la zone commerciale et renforcer la mixité. Pivots de cette restructuration, la création d'un pôle commercial compact et innovant dans son fonctionnement, localisé à côté d'Ikée, le long de l'A72.



Entrée de Saint-Etienne depuis Lyon, Pont-de-l'Anse-Monthieu est un site d'entrepôts et d'enseignes traversé par de grandes infrastructures.



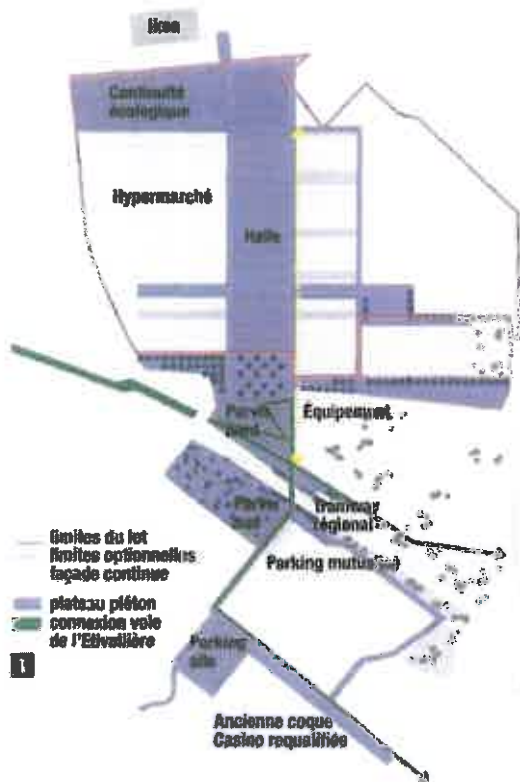
L'EXPERT

DAVID MANGIN, architecte urbaniste

«De la zone commerciale à la ville»

«Ces dernières années, les enseignes ont évolué. Elles ont intégré que l'arrivée des transports en commun ne nuisait pas à la rentabilité de la zone commerciale, bien au contraire. Elles affichent aussi des scénarios pour diminuer la place du stationnement, souvent en contrepartie d'une extension de leur galerie commerciale. Elles sont prêtes à accueillir des logements à proximité pour avoir une clientèle captive. Mais de là à jouer la carte de la mixité verticale, en les plaçant au-dessus des commerces... il reste du chemin. Si les grands centres commerciaux sont prêts à améliorer la qualité architecturale de leurs bâtiments, les zones

commerciales d'entrées de ville sur les nationales sont dans une autre logique : la boîte à chaussures est un modèle associé aux produits à bas coûts, et l'image *low cost* du bâtiment participe à l'attraction commerciale. Ma conviction est la suivante : plutôt que de se battre sur le formatage de la publicité, les vrais leviers sur lesquels la puissance publique doit agir relèvent de l'intégration progressive des zones commerciales aux systèmes urbains -- arrivée des transports en commun, compactage ou foisonnement des aires de stationnement, ouverture sur le paysage, programmation mixte d'équipements et de logements...»



1) Le futur pôle commercial (110000 m²) s'organise autour d'un plateau piétonnier de 40 ha, l'un des objectifs étant de pouvoir se déplacer facilement à pied dans le quartier.

2) La mutation de Pont-de-l'Anemonthieu s'accompagne de l'arrivée de nouvelles fonctions, notamment un équipement et des logements.

3) L'ancienne voie ferrée de l'Ébavillière sera réinvestie pour créer une liaison douce rejoignant le site de la Manufacture Plaine Achille.

4) Une passerelle enjambant le tram-train permettra de lier le nouveau pôle commercial à l'ancien, restructuré.



(●●●) aux circulations douces, mais aussi optimiser le foncier et rationaliser le site.

Les opportunités de mutations sont là. L'une est stratégique : le groupe Casino projette, en effet, d'implanter un pôle commercial de 110000 m² (dont 80000 m² de surface de vente contre 23000 m² aujourd'hui) pour remplacer l'actuel hypermarché et sa galerie commerciale, et regrouper les enseignes aujourd'hui dispersées.

De même, de grandes emprises foncières se libèrent avec le départ d'entreprises que l'Epase et l'établissement public foncier, l'Épora, rachètent au fur et à mesure. Ces acquisitions représentent à ce jour 45% de ce territoire. « Une fois la dépollution effectuée, l'Épase pourrait revendre une partie de ces terrains en macro-lot au groupe Casino ou à un autre opérateur commercial selon une procédure classique de ZAC, vente qui couvrira la moitié du budget de la ZAC pour la période 2007-2013 », ajoute Nicolas Ferrand.

Le plan guide a été confié à l'architecte David Mangin. Ce document, qui fixe la stratégie urbaine pour le quartier, sera actualisé au fil des mutations. « Aujourd'hui, la vocation des différents secteurs est établie, ainsi que les répartitions des programmes et la méthode pour faire évoluer ce territoire en quartier de ville », précise David Mangin. Le plan guide comprend un volet paysager, qui vise notamment à restaurer la topographie de la vallée, disparue avec la construc-

tion des plates-formes des activités, et à s'appuyer sur les espaces boisés, talus enherbés et jardins ouvriers existants, qui seront mis en réseau pour instaurer des continuités écologiques. Des noues et des jardins filtrants compléteront cette trame, qui limiteront le rejet des eaux pluviales au réseau d'assainissement (rejet de 15 l.sec.ha). Au chapitre des mobilités douces, l'ancienne voie ferrée allant jusqu'au site de la Manufacture Plaine Achille sera transformée en voie verte et un plateau piétonnier de quarante hectares sera créé autour du nouveau pôle commercial. « Les habitudes de consommation bougent, on doit pouvoir se déplacer facilement à pied dans une zone commerciale », observe Nicolas Ferrand. De fait, l'un des enjeux de cette mutation consiste aussi à réduire la place de la voiture et des camions de livraison, avec comme résultat un bilan carbone beaucoup plus favorable.

Arrivée du tram-train

L'un des leviers de cette politique est l'arrivée du tram-train, inscrit au contrat de projet 2007-2013, qui desservira le quartier, et la construction d'un parking relais. Au niveau du réseau routier, l'actuel échangeur sera reculé d'un bon kilomètre, remplacé par un boulevard urbain.

Mais le pivot de cette restructuration est la création d'un pôle commercial compact et innovant dans son fonctionnement. Parmi les hypothèses pour sa localisation, celle

Un pôle commercial structuré autour de vastes espaces piétonniers

Implanté très probablement à côté d'Ikéra, le long de l'autoroute A72, le futur pôle commercial du groupe Casino - 110000 m² - sera dédié à l'équipement de la maison et l'alimentaire, dans un souci d'équilibre avec les commerces du centre-ville, plutôt spécialisés dans l'équipement de la personne et la culture. 80000 m² de surface de vente sont programmés, une taille critique pour que l'opération devienne rentable pour le distributeur. Dès lors, pour concilier les objectifs de rentabilité économique et d'urbanité, le plan guide fixe un ensemble de prescriptions pour la construction du pôle commercial, qui a été confiée à l'architecte Bernard Reichen : un bâtiment réparti sur trois terrasses de manière à préserver le d'univélé existant, moins de places de stationnement (une place pour 30 m² de surface de vente), en aérien ou semi-enterrées, et des mutualisations possibles, la création d'un plateau piétonnier continu de 40 ha, ainsi que d'une passerelle qui le reliera à l'ancien centre commercial, restructuré.



qui a été retenue consiste à le rapprocher d'Ikea, le long de l'autoroute A72, ce qui lui donnera plus de visibilité et lui permettra de capter la clientèle de l'enseigne suédoise. L'étude de faisabilité prévoit de réduire la place du parking et d'introduire, aux côtés des moyennes surfaces spécialisées, une grande halle commerciale modulable, plus souple dans sa gestion qu'une galerie commerciale. Le groupe Casino a mandaté l'architecte Bernard Reichen pour conduire ce projet dont la livraison est attendue à l'horizon 2015. « C'est le levier commercial qui va activer la recomposition de la zone », explique Nicolas Ferrand. Après ce geste fort, on entrera dans une phase de « mise en culture » au cours de laquelle l'initiative privée prendra le relais, dans un cadre réglementaire bien défini pour que ces mutations se fassent de manière vertueuse. Cet urbanisme négocié doit générer une économie inventive pour ce territoire ».

CYRILLE VÉRAN

« Les initiatives exemplaires sont très rares »



PASCAL FRANCK, directeur de l'Institut pour la ville et les entreprises.

Les partenaires économiques sont-ils prêts à s'engager dans la rénovation des zones commerciales en entrées de ville ?

Non, pas encore. Il y a un décalage complet entre la prise de conscience des collectivités locales de l'extrême pauvreté architecturale et paysagère de leurs entrées de ville, et les intérêts économiques et privés des entreprises, qui continuent de prévaloir.

Pour preuve, le nombre de mètres carrés d'autorisations commerciales délivrées en 2010 - 3 millions -, et ce malgré la crise. Les logiques d'extension et de création d'immobilier commercial l'emportent sur les restructurations. Or tout mètre carré s'ouvre aux dépens du parc existant. Les collectivités locales n'ont pas une lecture globale des enjeux économiques sur l'ensemble de leur territoire. L'une des conséquences aujourd'hui, c'est que la vacance se développe fortement dans ces entrées de ville.

Quels seraient les outils, financiers et réglementaires, qui pourraient aider les collectivités à rénover leurs parcs commerciaux ?

Il faudrait déjà faire valoir la notion d'intérêt général sur la question des entrées de ville. On recense aujourd'hui 1150 zones commerciales en entrées de ville dans les aires urbaines, avec ce que cela induit de déplacements énergivores et de consommation du foncier - deux fois plus que les commerces en centres-villes. Mais on est très démuni

au niveau des outils réglementaires et financiers. L'Institut propose de créer l'Agence nationale pour la rénovation des entrées de ville (l'Anrev), calquée sur le modèle de l'Anru, un guichet unique qui collecterait une partie de la taxe sur les grandes surfaces, la Tascom, et dont les recettes retourneraient aujourd'hui dans le budget général de l'Etat. Ces subventions aideraient les collectivités à équilibrer leur bilan financier lorsqu'elles se lancent dans la restructuration de ces zones commerciales, qui passe par la maîtrise et la valorisation du foncier.

Avez-vous identifié des initiatives locales vertueuses en matière de rénovation des entrées de ville ?

Elles sont très rares, et ce sont celles qui profitent de l'arrivée d'un mode de transport ou d'une infrastructure - tramway ou gare -, pour engager une action volontariste sur la maîtrise du foncier, et contraindre les acteurs économiques à adopter une démarche de qualité, paysagère et architecturale, dans ces zones commerciales en restructuration : mutualisation et aménagement paysager des parkings et des accès, obligation de mixité, encadrement des extensions à venir... On peut citer l'exemple de la route de la Mer à Montpellier et de Vendenheim, en périphérie de Strasbourg. Les appels à projet lancés par les collectivités auprès des partenaires privés sur ces zones fragilisées ne sont en revanche pas une solution : ils se limitent à un relogement de façade - avec des kits - et ces partenaires assujettissent ces requalifications à certaines conditions, comme pouvoir s'étendre. Le contraire d'une démarche vertueuse...

PROPOS RECUEILLIS PAR CYRILLE VÉRAN

Fiche technique

- Aménageur: EPA de Saint-Etienne; villes de Saint-Etienne, Saint-Jean-Bonnefonds, et Saint-Etienne Métropole, partenaires.
- Conception du plan guide: agence Seura, architectes urbanistes; atelier Lf, paysage et UFD; Energies demain, BET.
- Périmètre du plan guide: 130 ha.
- Superficie de la 1^{re} ZAC: 66 ha.
- Budget: 65 millions d'euros pour la période 2007-2013.
- Calendrier: 2010-2025.

* L'Inrev pour la ville et le commerce a été créé en septembre 2008. C'est un feu d'engins et de réflexion pour les acteurs impliqués dans le développement du commerce dans la ville, et un lieu de formation et de sensibilisation des questions économiques à l'attention des élus.