

Recentraliser le centre commercial ?

SOPHIA VERGUIN

Le centre commercial semble de prime abord facile à définir. Chacun en possède une représentation mentale. Pourtant, les imaginaires que ce terme convoque et les formes urbaines auxquelles il renvoie se révèlent particulièrement variés. Une fois écartée la confusion fréquente entre zone commerciale, hypermarché et centre commercial, les contours de ce lieu se précisent. Il se caractérise par un bâtiment rassemblant plusieurs magasins, clairement distincts les uns des autres. Cette définition synthétique ne suffit toutefois pas à rendre compte de la diversité des formes urbaines que peut revêtir le centre commercial. En France, il n'existe pas un modèle unique de centre commercial mais plusieurs. Dans la matrice typologique¹ fondée sur un double gradient – l'un de morphologie urbaine, l'autre d'implantation commerciale en fonction des flux –, cinq principaux types sont distingués.

- Le socle-dalle regroupe des commerces de proximité insérés dans des socles commerciaux.
- La greffe correspond à un ensemble commercial venant s'arrimer à un flux préexistant, tel qu'un hub de transport.
- La rue-centre rassemble également des commerces de proximité intégrés dans les rez-de-chaussée de tissu urbain dense.
- Le paquebot-île désigne une entité abritant un commerce de destination². Il est souvent matérialisé par un volume massif et autonome.
- Enfin, l'île prétend'urbaine, qui renvoie également à un commerce de destination, reprend les références et le vocabulaire de la ville traditionnelle.

Le centre commercial, un modèle en crise

Au vu des enjeux contemporains, certains d'entre eux, notamment le paquebot-île, apparaissent

1 | S. Verguin, *S/Chopping mall, le centre commercial dans la fabrique de la ville : un élément de centralité en devenir ?* Le Mans Université, 2025.

2 | Commerce pour lequel les consommateurs sont prêts à effectuer une visite spécifiquement pour son offre.

aujourd'hui comme des terrains particulièrement favorables au développement urbain et, plus spécifiquement, à la densification. Ils tendent à évoluer d'une configuration monofonctionnelle, générant une centralité quasi exclusivement commerciale, vers une recentralisation fondée sur la mixité des fonctions et la production de véritables fragments de ville.

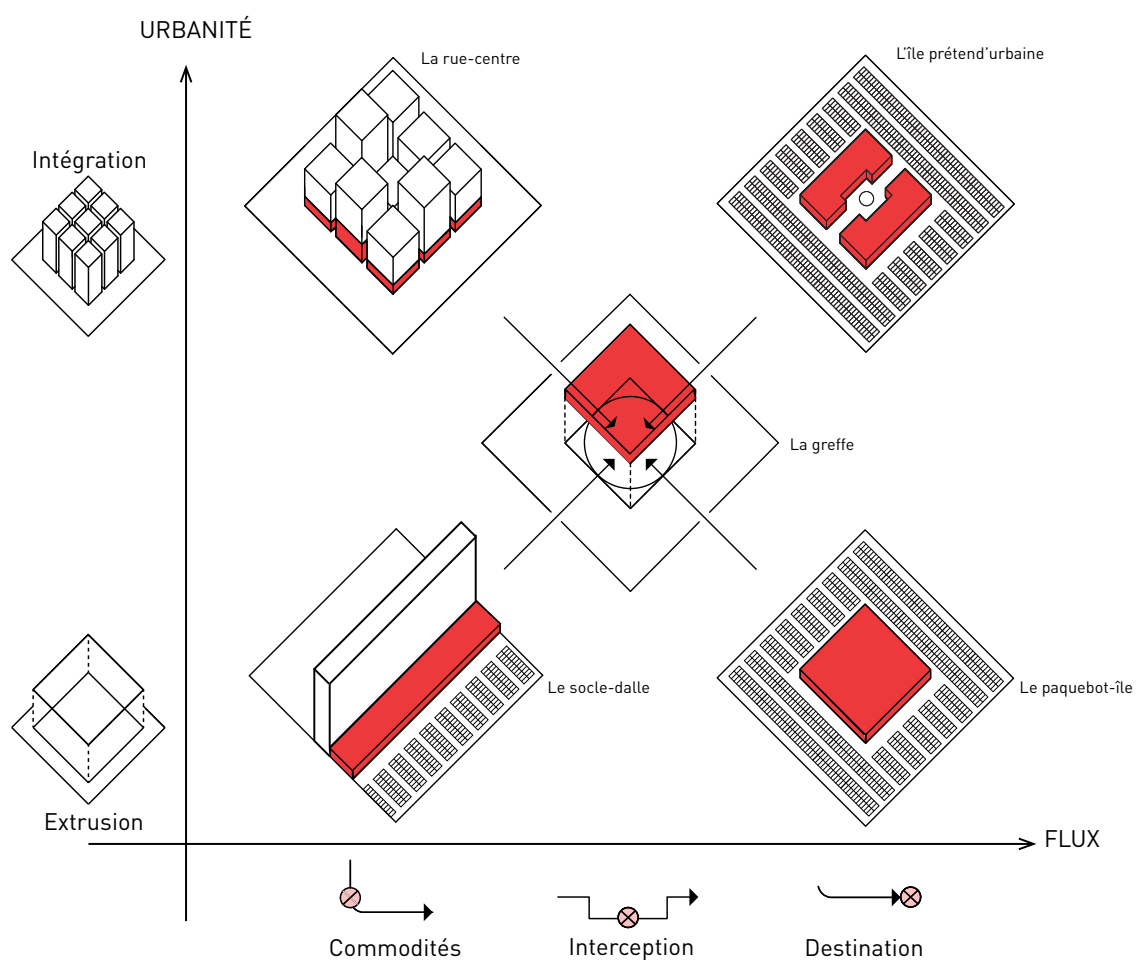
En effet, les centres commerciaux, majoritairement présents dans le périurbain, conçus comme des ensembles monofonctionnels et dépendants de la voiture, continuent de structurer les territoires par les flux qu'ils génèrent. Toutefois, ce modèle est contesté : il est accusé de fragiliser les centralités commerçantes traditionnelles et de produire des formes urbaines peu intégrées. Parallèlement, les transformations économiques et sociales – notamment l'essor du e-commerce ou la recherche d'un commerce plus responsable – accentuent la crise des centres commerciaux, marquée par de la vacance et des phénomènes de déprise territoriale. Dans le même temps, la croissance démographique, les impératifs de sobriété foncière et la mise en œuvre du zéro artificialisation nette (ZAN) invitent à repenser ces sites. Peu denses mais fortement artificialisés, ils offrent aujourd'hui un potentiel stratégique pour des opérations de requalification et de densification urbaine répondant aux enjeux contemporains d'aménagements durables.

Vraies-fausse centralités

Il convient de revenir brièvement sur le rapport complexe entre le centre commercial et la notion de centralité. Comme le rappellent Françoise Choay et Pierre Merlin dans leur *Dictionnaire de l'urbanisme* (1988), le centre désigne un point géographique dans l'espace tandis que la centralité renvoie à la fonctionnalité de cet espace. Souvent associée à la diversité des fonctions urbaines, la centralité recouvre une

Matrice typologique des centres commerciaux

© Sophia Verguin.



pluralité de significations dont le centre commercial s'est largement emparé. Depuis les premiers grands modèles, ces ensembles ont mobilisé un vocabulaire architectural et urbain inspiré de la ville, cherchant à produire une impression d'urbanité. Qu'ils relèvent d'un style faux-vernaculaire ou d'une esthétique moderniste, leur aménagement tend à simuler les codes du centre-ville. Parallèlement, la sociologie a montré que ces espaces occupent déjà une fonction d'urbanité, souvent associée aux centralités, en accueillant des pratiques de sociabilité et de rencontre comme celles de jeunes en quête d'appartenance ou de personnes âgées en recherche de lien social.

Pourtant, cette forme d'urbanité masque des disparités importantes que certains types de centres commerciaux, notamment les paquebots-îles, mettent particulièrement en lumière. Ces complexes, souvent décontextualisés, peinent à générer de véritables centralités urbaines. Dès lors, la question de leur transformation s'impose, afin d'envisager les conditions d'une recomposition de leur centralité et d'une intégration plus aboutie dans le tissu urbain : comment réintroduire de la mixité et les réinscrire dans leur environnement immédiat ?

Vers une nécessaire mixité des fonctions

La perspective d'une transformation urbaine articulée autour du commerce invite à reconsidérer son rôle structurant dans le développement des territoires. Dans certains sites, cette approche suppose la redéfinition du périmètre de chalandise et l'intégration de nouvelles fonctions résidentielles afin de recomposer le bassin de desserte. L'habitat, en se réimplantant au sein d'espaces auparavant exclusivement commerciaux, contribue à régénérer la fréquentation et à transformer des commerces de destination en commerces de proximité, tournés vers les nouveaux habitants. Il s'agit, en somme, de conférer une nouvelle dimension de centralité à des polarités existantes, dans une logique de durabilité urbaine où le commerce redevient vecteur de cohésion spatiale. Une telle approche conduit à inverser le paradigme classique de la planification, en plaçant le dispositif commercial non plus en conséquence, mais en préalable au projet urbain.

Les conditions pour faire muter un centre commercial peuvent être identifiées¹. D'une part, la configuration spatiale apparaît déterminante : les sites insérés dans un tissu urbain résidentiel ou mixte

se révèlent plus favorables à ce type de mutation. D'autre part, l'attractivité des territoires d'implantation, la dynamique du marché immobilier et la pression foncière, particulièrement marquées dans les grandes métropoles et en Île-de-France, constituent des moteurs potentiels de transformation, malgré les obstacles que peut poser la rareté foncière. Enfin, la présence d'infrastructures de transport, notamment de transports collectifs, renforce l'insertion des sites dans le maillage urbain, comme le montrent les cas de Lomme dans la métropole lilloise (métro) et de Mérignac (tramway).

Par ailleurs, des facteurs économiques et législatifs peuvent être incitatifs. L'évolution récente du modèle

Battersea Power Station à Londres. © Geoff Henson - flickr.



1 | Ibid.

économique des centres commerciaux en France marque la fin du développement extensif et conduit les acteurs à rechercher de nouveaux relais de croissance fondés sur la diversification fonctionnelle. Des partenariats économiques et fonciers permettant de mutualiser les coûts, sur des sites englobant des centres commerciaux, entre promoteurs, foncières et parfois des acteurs publics, montrent l'essor de ces réflexions¹. Sur le plan législatif, les politiques récentes – plan de transformation des zones commerciales (PTZC), loi Industrie verte et mobilisation des grandes opérations d'urbanisme – introduisent des dispositifs facilitant la mixité fonctionnelle, la simplification administrative et la reconversion foncière.

1 | D'un autre côté, le retrait de certains acteurs majeurs, comme Frey sur certains projets, faute de péréquation économique avérée, montre la fragilité de ces montages.

Cependant, de nombreux obstacles subsistent. Le temps long inhérent aux projets de transformation commerciale constitue un premier frein, lié à la complexité des montages opérationnels, à la multiplicité des acteurs impliqués et aux procédures administratives prolongées. À cela s'ajoute la difficulté de mobilisation du foncier commercial, souvent fragmenté, soumis à des droits de propriété éclatés ou à des valorisations spéculatives. Enfin, la recherche d'une complémentarité programmatique entre les différentes fonctions urbaines – habitat, commerce, services, équipements – demeure un enjeu majeur pour garantir la cohérence et la viabilité des nouvelles centralités issues de ces transformations.

Ainsi, malgré les dynamiques engagées, comme celles du PTZC et les dispositifs favorisant la reconversion des espaces commerciaux, la mise en œuvre opérationnelle demeure lente et complexe. Les initiatives existantes témoignent d'un changement de paradigme, mais leur concrétisation se heurte encore à des obstacles structurels, fonciers et organisationnels. Le passage de l'expérimentation à la généralisation suppose une coordination renforcée entre acteurs publics et privés, une ingénierie territoriale adaptée et une clarification des outils réglementaires et financiers. Alors, quelles sont les prochaines étapes pour passer des projets à la réalisation ? _

