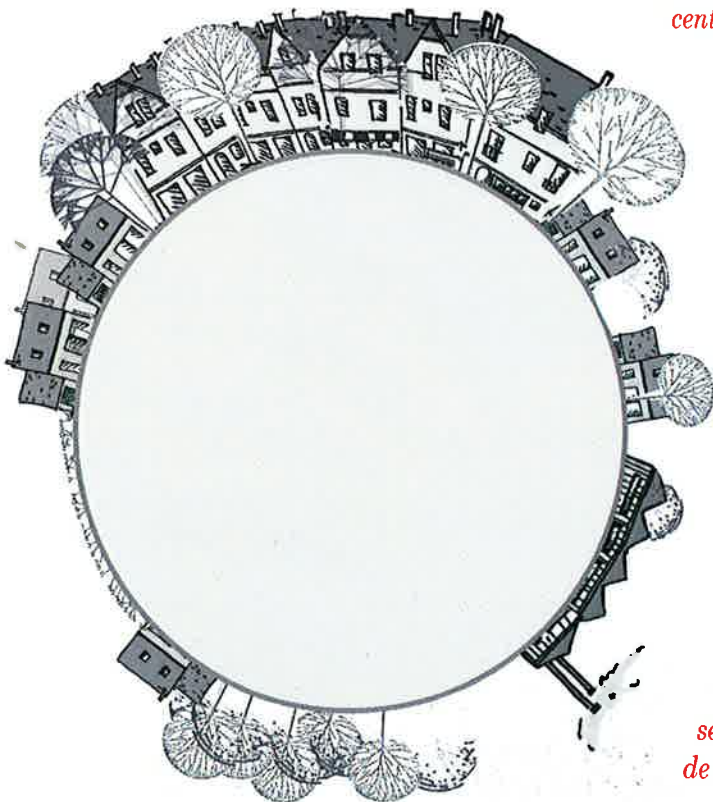




CAHIER PRATIQUE ET PROSPECTIF

Commerce et territoire, des enjeux de centralité ?

+ *Dès la fin des années quarante, dans un contexte de redémarrage de la croissance économique après-guerre, les principes de répartition commerciale qui, jusqu'ici, privilégiaient les centralités urbaines, se sont trouvés bouleversés. En effet, les grandes surfaces ont catalysé de nouveaux espaces de commerces en périphérie de ville, le long des axes de circulation importants. Peu à peu et surtout à partir de la fin des années soixante-dix, elles se sont imposées comme un symbole fort de la nouvelle société de consommation. Certes, un élan de démocratisation était donné aux nouveaux consommateurs, qui disposaient désormais de nouveaux moyens (automobiles, réfrigérateurs) et d'un pouvoir d'achat plus important, grâce notamment à la généralisation progressive du double salaire dans les ménages. Mais les effets sur l'organisation du territoire n'ont pas tardé à se faire ressentir : affaiblissement de l'attractivité des centre-villes, transformation aléatoire des entrées de ville, apparition de friches commerciales, construction de nouvelles centralités favorisant l'émergence d'une ville diffuse...*



Un nouveau virage est pris dans les années deux mille avec l'émergence du commerce électronique (e-commerce) à destination des particuliers, qui modifie progressivement le rapport entre le consommateur et l'offre commerciale, et facilite l'acte d'achat à distance. Ainsi, l'implantation commerciale compte légitimement parmi les préoccupations majeures de l'urbanisme.

Offre et densité commerciale, consommation d'espace et étalement urbain, mais aussi accessibilité, fret, impact environnemental et rayonnement... tels sont les termes dans lesquels les urbanistes peuvent s'interroger, avec une approche qui par ailleurs concerne un périmètre de plus en plus étendu, celui des aires urbaines. La bonne échelle pour traiter ces questions pourrait donc bien être celle du Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT). C'est en tout cas le choix qu'a fait l'AudaB pour s'interroger avec ses partenaires en séance du vendredi de la prospective autour de ce sujet : « commerce et territoire, des enjeux de centralité ? ».

■ Jean-Paul DILLSCHNEIDER, Président de l'AudaB