

# Préparer aujourd'hui **le commerce de demain**

**SCHÉMA D'AMÉNAGEMENT  
COMMERCIAL**

**PARIS  
SACLAY**  
Communauté d'agglomération





# AVANT-PROPOS

## Anticiper et accompagner les transformations du commerce

### UN MODÈLE EN PROFONDE TRANSFORMATION

Le modèle de l'hypermarché, puis de la zone commerciale périphérique, s'est construit sur les fondements d'une société des « Trente glorieuses » et du « baby boom », où la prévalence de la famille se conjugait avec celle du déplacement automobile et où les seniors ne représentaient pas encore une force économique majeure. Un demi-siècle plus tard, que reste-t-il de ce modèle ? Plus grand-chose au-delà des habitudes acquises.

Entre une « sénior-économie » pesant un tiers du PIB commercial, 40 % de personnes seules et une génération Z (née après 1996) hyper-digitalisée et moins automobile, la décennie que nous vivons marque un tournant majeur dans l'offre commerciale. Pour autant, ce bouleversement sociologique vient télescoper un modèle qui continue à produire des mètres-carrés commerciaux.

Depuis une dizaine d'années, les surfaces commerciales se sont accrues entre 6 et 10 fois plus vite que la population. Les années 2010 ont battu tous les records en matière de production de mètres-carrés de surfaces commerciales en zones périphériques ou en sites diffus, en particulier autour des ronds-points. C'est d'ailleurs ce dernier phénomène qui témoigne le mieux de l'évolution des implantations commerciales depuis 10 ans. Il s'agit là du premier des 3 paradoxes qui témoignent des enjeux de l'urbanisme commercial de demain.

Premier paradoxe : la satellisation du commerce de proximité se poursuit alors même que l'on cherche à freiner la désertification des centres-villes.

Deuxième paradoxe : le commerce se trouve aujourd'hui fortement implanté sur les axes de flux automobile alors que la voiture est chahutée par la croissance du coût de l'énergie et l'essor de nombreuses alternatives au déplacement individuel carboné.

Enfin, troisième paradoxe : le commerce a considérablement augmenté ses surfaces de vente tandis que le consommateur devenait de plus en plus adepte de l'achat hors magasin (digital, vente directe, livraison à domicile).

Dans ce contexte, l'approche du commerce va devoir fondamentalement muter pour s'adapter aux nouveaux usages, avec un enjeu majeur pour les collectivités : reprendre la main sur cet aménagement structurant du territoire. D'une logique de régulation, par l'autorisation contrôlée de mètres-carrés, les territoires vont devoir passer à une stratégie de transformation visant à une décroissance maîtrisée des surfaces.

Deux questions clés en découlent. Comment gérer le stock de surfaces commerciales et la vacance à venir sur les espaces de périphérie ? Comment évoluer d'un commerce où l'on passe à un commerce où l'on vit ? C'est tout l'objet du présent schéma que de répondre à ce double objectif.

## Comment évoluer d'un commerce où l'on passe, à un commerce où l'on vit ?



## UN BESOIN DE PARTAGER UNE VISION ET DES ORIENTATIONS COMMUNES

Aujourd'hui, le territoire ne dispose d'aucun outil de pilotage du commerce. La lecture des projets reste le plus souvent communal et explique en particulier les effets de sur-structuration qui émergent.

Le schéma a pour objectif de proposer une vision partagée qui permettra de motiver les avis en CDAC<sup>(1)</sup>, de dialoguer sereinement avec les acteurs et de préparer un volet commerce plus robuste pour les futurs documents d'urbanisme et de planification et d'orienter la programmation commerciale des ZAC<sup>(2)</sup> et nouveaux quartiers du territoire.

Il a pour vocation de poser les bases d'une gouvernance partagée en renforçant le dialogue collectif avec les acteurs du commerce.

**Les orientations portées par le schéma ont vocation :**

- à se décliner dans les PLU<sup>(3)</sup> pour devenir opposables et ainsi faire preuve de robustesse face aux projets d'initiative privé ;
- à définir la notion d'intérêt général en matière de commerce.

### LE SCHÉMA D'AMÉNAGEMENT COMMERCIAL

#### Un outil de dialogue

Entre élus de l'agglomération Paris-Saclay et entre l'agglomération Paris-Saclay et les opérateurs privés

#### Un outil de gouvernance

Pour éviter les concurrences entre projets dans un marché saturé

#### Un outil d'orientation

Pour positionnement partagé de l'agglomération Paris-Saclay en CDAC

#### Un outil d'orientation et d'aide à la décision

Pour la programmation des futurs quartiers

<sup>(1)</sup> Commission Départementale d'Aménagement Commercial.

<sup>(2)</sup> Zone d'Aménagement Concerté.

<sup>(3)</sup> Plan Local d'Urbanisme.





SÉQUENCE N°1

# QUELS ENJEUX ET SOLUTIONS POUR FAIRE FACE AUX TRANSFORMATIONS DU COMMERCE ?

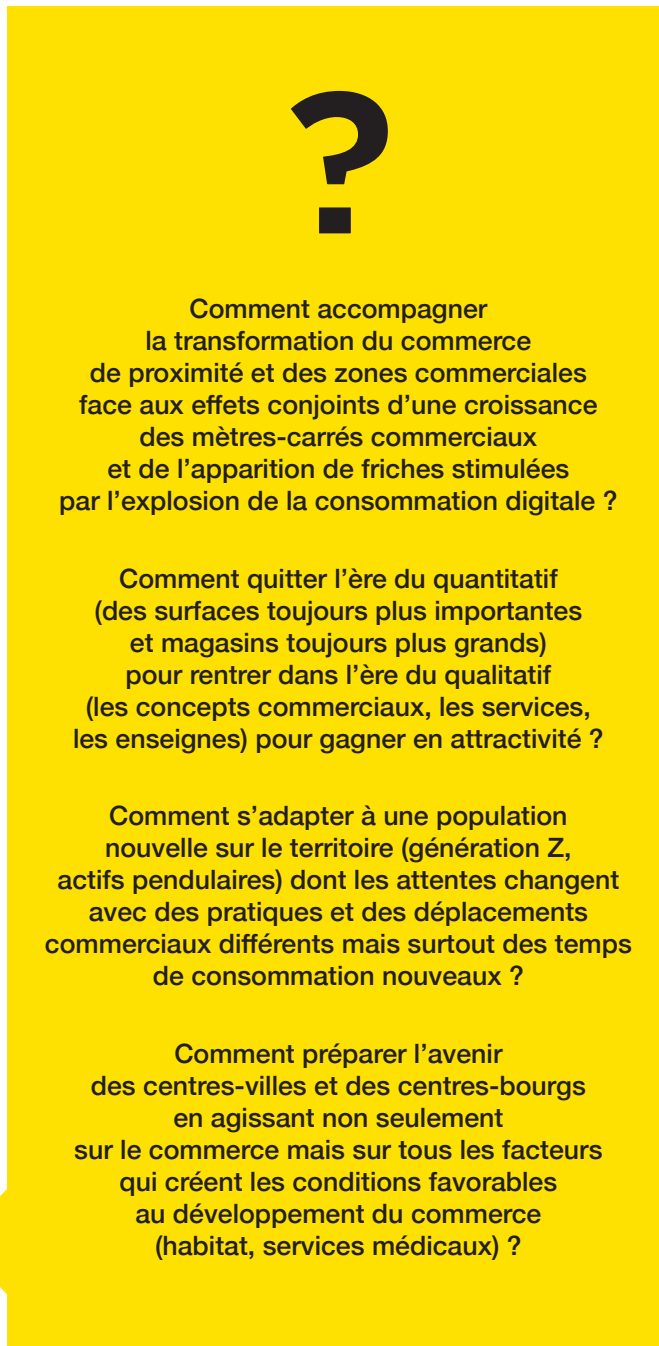
## AGIR FACE AUX ENJEUX COMMERCIAUX DE DEMAIN

Si le territoire de la Communauté d'agglomération Paris-Saclay s'insère dans une dynamique de croissance de population amplifiée des projets d'ampleurs en matière de mobilité (le futur Tram-Train Versailles-Massy-Évry (T12), l'arrivée en 2026 de la ligne 18 du métro Grand Paris Express...) et de densification de son pôle d'emploi et de recherche, il subit de la même manière que tous les territoires les effets de la transformation du commerce.

Les fortes mutations domicile-travail hors territoire questionnent la notion de commerce de proximité et génère une déconnexion entre temps de présence des actifs et temps d'ouverture des commerces déplacent la réflexion vers un problème moins de croissance du commerce mais plus d'adaptation du commerce existant aux usages des nouveaux habitants.

Ce constat partagé avec les acteurs fait émerger une vision partagée de l'aménagement commercial du territoire et des enjeux de ce dernier pour demain autour de 4 questions-clés.

L'aménagement commercial du territoire autour de 4 questions-clés :



**Comment accompagner la transformation du commerce de proximité et des zones commerciales face aux effets conjoints d'une croissance des mètres-carrés commerciaux et de l'apparition de friches stimulées par l'explosion de la consommation digitale ?**

**Comment quitter l'ère du quantitatif (des surfaces toujours plus importantes et magasins toujours plus grands) pour rentrer dans l'ère du qualitatif (les concepts commerciaux, les services, les enseignes) pour gagner en attractivité ?**

**Comment s'adapter à une population nouvelle sur le territoire (génération Z, actifs pendulaires) dont les attentes changent avec des pratiques et des déplacements commerciaux différents mais surtout des temps de consommation nouveaux ?**

**Comment préparer l'avenir des centres-villes et des centres-bourgs en agissant non seulement sur le commerce mais sur tous les facteurs qui créent les conditions favorables au développement du commerce (habitat, services médicaux) ?**

## PRENDRE EN COMPTE LES EFFETS DE SATURATION DE MARCHÉ

La situation, résumée par ces quelques chiffres ci-dessous, fait apparaître une forte anticipation des opérateurs sur la démographie. La densité commerciale est forte et l'offre est déjà calibrée pour répondre aux besoins de 10 ans de croissance démographique. Les friches commerciales ne cessent d'augmenter et soulignent des effets de saturation (en particulier face à des pôles extérieurs en forte croissance).

La périphérisation du commerce de proximité s'accélère et son implantation sur les axes de flux tend à devenir la norme alors même que les communes investissent sur leur centre-ville.

Le diagnostic réalisé par l'Agence Lestoux & Associés - LA ! met en évidence les indicateurs qui permettent d'objectiver la situation.

### Les densités en GMS<sup>(1)</sup> par secteur d'activité (m<sup>2</sup> pour 1 000 habitants)



<sup>(1)</sup> Grandes et Moyennes Surfaces.



### À RETENIR

**+18%**

La croissance des m<sup>2</sup> commerciaux en GMS<sup>(1)</sup> depuis 2010

**26 889 m<sup>2</sup>**

Le nombre de m<sup>2</sup> commerciaux vacants en 2020

**51%**

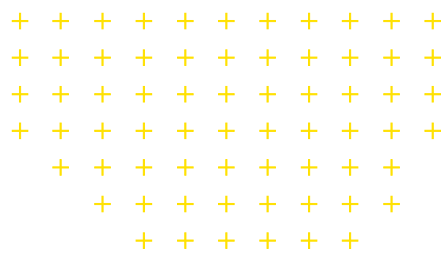
La part des commerces traditionnels implantés dans les centres-villes, bourgs ou quartiers



## RÉPONDRE AUX MUTATIONS DES COMPORTEMENTS D'ACHAT

Avec un renouvellement de population fort (30 % des habitants ne vivaient pas sur le territoire il y a 5 ans), des migrations domicile-travail intenses, les comportements de la clientèle évoluent.

Les résultats de l'étude de consommation ont fait émerger des défis essentiels à relever :



1

Une fréquentation très modérée des pôles du territoire et une image qui tend à se banaliser entraînant une difficulté à capter les actifs et notamment les CSP+ dans un contexte de forte concurrence des pôles environnants et de forte mobilité des actifs.

2

Des pôles très diversement appréciés. Si quelques centres-villes (Orsay, Gif-sur-Yvette, Palaiseau) sont globalement appréciés, beaucoup souffrent de déficits d'attractivité importants notamment en termes de diversité commerciale et d'attractivité urbaine (pôles de périphérie).

3

Les pôles de périphérie sont de loin les premiers pôles fréquentés par les habitants du territoire. Néanmoins, les habitants expriment des attentes fortes en commerces et services de proximité dans les centres-villes et les quartiers.

4

Des attentes fortes exprimées par 1 habitant sur 5 en moyenne (voire 1 sur 3 concernant les jeunes et les actifs) concernant les services de livraison à domicile et l'offre de commerce à proximité des gares et aires de co-voiturage.

5

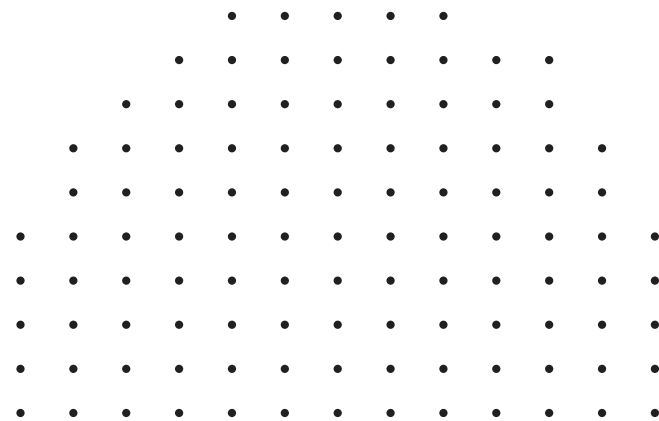
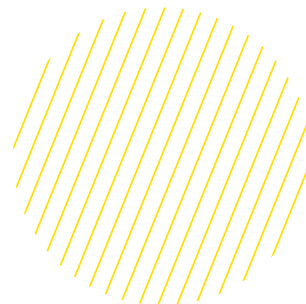
Les évasions commerciales sont relativement importantes en équipement de la personne, de la maison et culture-loisirs compte tenu de la proximité de centres commerciaux d'importance régionale (Sainte-Geneviève-des-Bois, notamment pour les habitants du secteur de Montlhéry et Vélizy-Villacoublay pour les habitants du nord du territoire).

6

Les habitants montrent également une appétence très marquée à l'usage d'Internet, notamment pour les achats en équipement de la personne, de la maison et culture-loisirs (de 14 % en équipement de la personne à près de 20 % en électrodomestique et produits culturels notamment).

7

Des marchés non-sédentaires appréciés et fréquentés qui constituent des véritables locomotives pour les centralités dont la mise en scène et les temporalités pourraient être mieux adaptés aux aspirations des consommateurs.



## CONFORTER L'ARMATURE DU TERRITOIRE

Le schéma est bâti en premier lieu pour conforter l'armature commerciale du territoire et en particulier les centralités (centres-villes, centres-bourgs, pôles de quartiers) et espaces commerciaux intégrés au tissu urbain qui tendent à souffrir de la croissance diffuse de l'offre sur les axes de flux et les zones commerciales de pleine périphérie.

Dans ce contexte, et face aux enjeux du ZAN<sup>(1)</sup>, le schéma sera vigilant à ne pas multiplier les polarités commerciales nouvelles afin de conforter l'effet d'attraction des sites existants. Il œuvrera pour permettre la transformation non commerciale des sites de périphérie non connectés aux zones d'habitat.

Le schéma s'appuiera ainsi sur l'armature ci-dessous :

LES CENTRES-VILLES ET CENTRES-BOURGS

- Centre-ville majeur
- Centre-ville structurant
- Centre-ville intermédiaire
- Centre-bourg de proximité
- Centre-bourg d'hyper-proximité

LES POLES DE QUARTIER

- Pôle de quartier majeur
- Pôle de quartier structurant
- Pôle de quartier de proximité

LES ESPACES DE FLUX

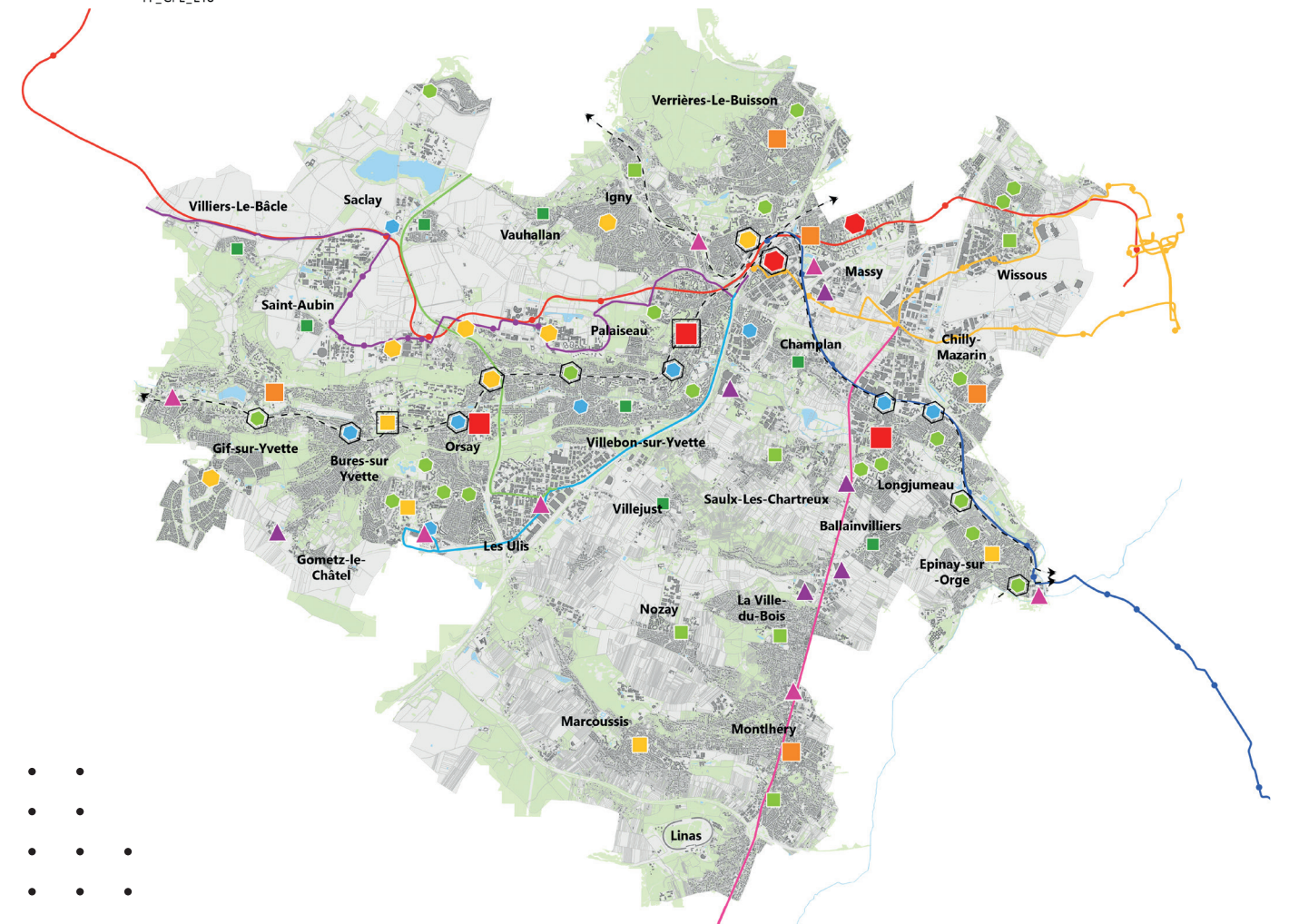
- Pôle de flux de proximité

LES ESPACES COMMERCIAUX DE PERIPHERIE

- ▲ Espace de périphérie connecté
- ▲ Espace de périphérie déconnecté

- Centralité commerciale en lien avec une station RER

- TP\_TTME
- TCSP Courtaboeuf - Saclay - Vélizy
- TCSP Massy - Arpajon (RN20)
- TCSP Massy - Les Ulis
- TCSP Massy / Saint-Quentin
- TCSP Orly - Massy
- TP\_GPE\_L18



<sup>(1)</sup> Zéro Artificialisation Nette.



## **PORTER UNE VISION D'UN COMMERCE IMPLANTÉ LÀ OÙ VIT LA POPULATION**

Le schéma est conçu à partir de 6 ambitions stratégiques partagées par les acteurs du territoire. Ces ambitions ont pour vocation à être affirmées dans les décisions en CDAC, à être traduites dans les opérations d'aménagement, à s'inscrire dans les PLU et à venir enrichir la définition des termes de la politique locale du commerce adoptée par l'agglomération Paris-Saclay.

Ces 6 ambitions concourent à un objectif majeur : privilégier un développement commercial sur les centres-villes, centres-bourgs et pôles de quartiers existants du territoire en limitant le développement des espaces commerciaux de flux et de périphérie (existants et futurs) et en investissant les fonctions alimentaires de proximité, les halles, les marchés et la restauration.

L'objectif est simple : implanter le commerce là où est la population et non là où elle passe, afin de retisser du lien social.



### **NOS 6 AMBITIONS**

**Maîtriser les surfaces commerciales et enrayer la croissance des friches commerciales.**

**Maîtriser le commerce sur les flux en dehors de toute centralité ou hub de transport.**

**Favoriser la réimplantation de métiers de bouche dans les centralités et éviter la tertiarisation des linéaires.**

**Mettre en place des nouvelles formes de commerce servicielles pour s'adapter aux nouvelles temporalités de vie.**

**Accentuer le soutien aux centralités de la frange Est du territoire pour répondre aux phénomènes de dévitalisation.**

**Renforcer les actions destinées à améliorer la désirabilité de l'habitat en centralité pour densifier en population et préserver le commerce de proximité.**





SÉQUENCE N°2

# LE SCHÉMA POUR OUTILLER LE TERRITOIRE FACE AUX TRANSFORMATIONS DU COMMERCE

## LE SCHÉMA ET LES FORMES DE COMMERCE

La vocation du schéma est d'orienter les implantations du commerce dans l'esprit de la Directive Service Européenne de 2008 et de la loi Elan qui rappelle que les discriminations en matière d'implantations commerciales ne peuvent être envisagées qu'au titre de l'aménagement du territoire, du développement durable, de la diversité commerciale à garantir au citoyen et des effets sur la vie sociale et l'animation des centres-villes.

Son efficacité dépendant aussi de la bonne définition de son champ d'application et de ce qui est entendu sous le terme commerce.



### DÉFINITION DU TERME COMMERCE

Toute activité de vente de biens ou services, dans des conditionnements adaptés à une clientèle de particuliers générant des flux de véhicules particuliers ou de transport en commun, que la transaction soit réalisée sur place ou par voie dématérialisée.

Sont exclus de cette définition : les restaurants dont les caractéristiques d'insertion urbaine et d'animation locale sont spécifiques, les concessions automobiles et espaces de ventes de véhicules de loisirs compte-tenu de besoins en foncier spécifique et d'une influence réduite sur les flux de circulation.

Les show-rooms, magasins d'usines ne rentrent pas dans cette classification sous réserve que leur surface ne dépasse pas 15 % de la surface de l'unité bâtie et que l'impact sur les flux de véhicule est réduit.

Sont intégrés sous le terme commerce : les formes de commerce physique, les drives, les lieux de retrait de colis et les distributeurs de produits alimentaires.

## LES ORIENTATIONS DU SCHÉMA POUR UN COMMERCE PLUS PROCHE

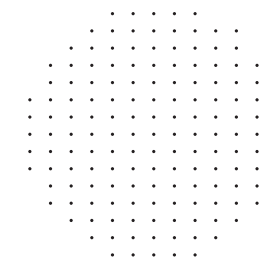
Si sur les 10 dernières années les surfaces commerciales ont augmenté de 75 000 m<sup>2</sup>, sur les 10 prochaines années, les potentiels de croissance seront 3 à 4 fois moins élevés.

Dans le même temps, des risques de fermeture peuvent apparaître sur les secteurs à saturation déjà perceptibles au regard des 27 000 m<sup>2</sup> de surfaces vacantes. De cette approche mathématique mise en perspective avec les changements de consommation, le schéma se donne pour objectif de limiter la croissance des grandes surfaces à 10 000 m<sup>2</sup> sur les 5 prochaines années.

Un observatoire piloté par l'agglomération Paris-Saclay devra veiller au respect de cette jauge et permettre aux acteurs de disposer d'outils de suivi.

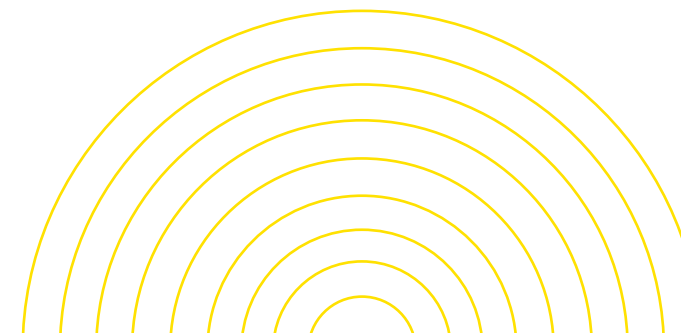
Ces surfaces se déclineront par type de pôle selon les orientations suivantes.

L'armature commerciale du territoire est composée de 7 typologies lieux où le commerce s'est implanté et développé au cours des dernières années et pour lesquels le schéma fixe les conditions de développement du commerce sur la période 2021-2026.



Centre-ville Centre-bourg	+	<b>Un développement commercial concentré et favorisé</b> sur les cœurs de vie, soit les centres-villes et centres-bourgs du territoire. Secteur d'implantation pour tout type de commerce mais lieu prioritaire d'implantation des commerces de surfaces inférieures à 400 m <sup>2</sup> de surface plancher.
Pôle de quartier existant Pôle de quartier futur	+	<b>Un développement commercial autorisé mais limité</b> à une fonction de proximité qui répond aux besoins de la clientèle du quartier.
Espace de flux existant	-	<b>Des nouvelles implantations commerciales interdites</b> mais une autorisation de modernisation (si croissance inférieure à 5 % de la surface de plancher existante). Une perte de commercialité après 2 ans de vacance.
Espace de flux futur	+	<b>Un développement commercial autorisé sur</b> des secteurs caractérisés par l'existence d'une station RER, THNS, Ligne 18... <b>mais limité</b> à une offre de services à la clientèle (conciergerie, distributeur automatique) voire à des offres non sédentaires (marché du soir, food trucks).
Espace de périphérie connecté	+	<b>Un développement commercial autorisé</b> mais devant s'intégrer à un projet urbain d'ensemble et multifonctionnel sans croissance de surface commerciale (vente et stockage) supérieur à 10 % de la surface initiale.
Espace de périphérie déconnecté	-	<b>Un développement de l'offre commerciale interdit et limité</b> au réinvestissement éventuel de cellules vacantes avec interdiction de découpe des cellules existantes en surfaces inférieures à 400 m <sup>2</sup> de surfaces de vente pour éviter la déstabilisation des centralités.

+	Développement commercial <b>autorisé/encouragé</b>
+	Développement commercial <b>sous condition</b>
-	Développement commercial <b>interdit/limité</b>





## LES ORIENTATIONS POUR LES CENTRES-VILLES ET LES CENTRES-BOURGS

Les centres-villes et les centres-bourgs constituent l'espace prioritaire de développement pour le commerce de demain.

### Définition

Les centres-villes et les centres-bourgs se caractérisent de manière simultanée par une densité en habitat parmi les plus élevées de la commune, par l'existence de services non-marchands (services-publics, services médicaux...), par la présence d'un lieu de sociabilisation public (lieu de culte, place, espace public), par une offre commerciale. Un rond-point ne peut pas être considéré comme un pôle de quartier.

### Vocation

Implantation de tout commerce quelque soit la taille mais secteur prioritaire d'implantation du commerce de surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> (surface de plancher). Cette règle vise à éviter la périphérisation.

### Accélérateurs de développement

- La présence d'une halle, d'un marché adapté aux temps sociaux des consommateurs (marché du soir).
- La qualité des terrasses de cafés et restaurants.
- La convivialité de l'espace urbain et la place de l'enfant.

### Préconisations pour les communes

- Délimitation du périmètre de centralité à traduire dans le PLU.
- Allègement des contraintes d'implantation des commerces dans les centralités.
- Linéaires commerciaux soumis à une interdiction de changement de destination.
- Obligation de création de cellules commerciales en pied d'immeuble pour créer ou recréer une continuité commerciale dans le périmètre défini.

## Conditions de fonctionnement

Vouloir obliger l'implantation du commerce dans les centralités sans rendre ces centralités plus attractives serait contre-productif. Il est donc essentiel de travailler à ce que ces centralités soient le lieu prioritaire pour :

- l'implantation des professions médicales et paramédicales ;
- l'implantation des immeubles tertiaires ;
- l'implantation des services au public ;
- le renforcement de l'habitat et de sa désirabilité.

### Polarités concernées

#### Centre-ville majeur :

- Centre-ville Palaiseau
- Centre-ville Longjumeau
- Centre-ville Orsay

#### Centre-ville structurant :

- Centre-ville Chilly-Mazarin
- Centre-ville Verrières-le-Buisson
- Centre-ville Gif-sur-Yvette
- Centre-ville Massy
- Centre-ville Montlhéry

#### Centre-ville intermédiaire :

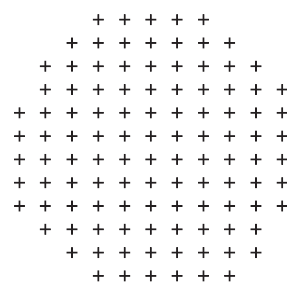
- Centre-ville Épinay-sur-Orge
- Centre-ville Marcoussis
- Centre-ville Les Ulis
- Centre-ville Bures-sur-Yvette

#### Centre-bourg de proximité :

- Centre-bourg La Ville-du-Bois
- Centre-ville Nozay
- Centre-bourg Linas
- Centre-bourg Saulx-les-Chartreux
- Centre-bourg Wissous
- Centre-bourg Igny

#### Centre-ville d'hyper-proximité :

- Centre-bourg Champlan
- Centre-bourg Saclay
- Centre-bourg Villiers-le-Bac
- Centre-bourg Villebon-sur-Yvette
- Centre-bourg Ballainvilliers
- Centre-bourgg Vauhallan
- Centre-bourg Villejust
- Centre-bourg Saint-Aubin



## LES ORIENTATIONS POUR LES PÔLES DE QUARTIERS FUTURS ET EXISTANTS

Les pôles de quartiers existants constituent, comme les centres-villes, des espaces stratégiques de développement du commerce. Ils ont vocation à accueillir le commerce alimentaire de proximité.

### Définition

Les polarités de quartiers, comme les centres-villes se caractérisent de manière simultanée par une densité en habitat parmi les plus élevées de la commune, par l'existence de services non-marchands (services-publics, services médicaux...), par la présence d'un lieu de sociabilisation public et par une offre commerciale.

### Vocation

- Espaces prioritaires d'implantation du commerce de surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> (surface de plancher).
- Surfaces commerciales maximum autorisées en implantation ou après extension : 1 500 m<sup>2</sup> (surface de plancher).

### Accélérateurs de développement

- Un marché du soir.
- La convivialité de l'espace urbain et la place de l'enfant.
- Un distributeur ou une consigne à achat.

### Préconisations pour les communes

- Délimitation du périmètre de centralité à traduire dans le PLU.

- Allègement des contraintes d'implantation des commerces dans les centralités.
- Linéaires commerciaux soumis à une interdiction de changement de destination.

## Conditions de fonctionnement

La faible densité de population à 3 min de la polarité commerciale et les temporalités de vie en quartiers peuvent conduire, en journée, à une insuffisance de clientèle pour permettre le fonctionnement du commerce. En dessous de 2 000 habitants par exemple et/ou avec une présence forte de navetteurs, il est préférable de privilégier une offre servicielle : casiers, livraisons à domicile. Les polarités de quartiers futures de l'OIN<sup>(1)</sup> devront tenir compte des spécificités de la population (navetteurs, étudiants...) pour développer des programmations mixtes intégrant une dimension servicielle et une dimension de convivialité. Elles n'ont pas vocation à devenir des polarités commerciales de destination.

### Polarités concernées

#### Pôle de quartier majeur :

- Massy - Les Franciades
- Massy - Atlantis - Gare RER TGV Sud Est

#### Pôle de quartier structurant :

- Gif-sur-Yvette - Chevry
- Orsay - Rue Charles de Gaulle - Station RER Le Guichet
- Massy - Vilmorin - Gare RER TGV Nord Ouest
- Igny - Gommonvilliers
- Gif-sur-Yvette - Quartier du Moulon
- Orsay - Corbeville
- Palaiseau - École Polytechnique

#### Pôle de quartier de proximité :

- Chilly-Mazarin - Gragny/Balisy
- Épinay-sur-Orge - Mauregard
- Longjumeau - Les Arcades
- Longjumeau - Les Coteaux
- Verrières-le-Buisson - Les Prés Hauts
- Villebon-sur-Yvette - Rue Henri Dunant
- Les Ulis - Courdimanche
- Wissous - Rue Fernand Léger
- Épinay-sur-Orge - Station RER Épinay-sur-Orge
- Orsay - Mondétour
- Les Ulis - Treille
- Massy - Vilaine
- Longjumeau - Gragny/Balisy
- Gif-sur-Yvette - Route de l'Abbaye
- Palaiseau - Camille Claudel
- Palaiseau - Quartier Polytechnique
- Saclay - Val d'Albian
- Les Ulis - Amonts
- Wissous - Chemin de la Vallée
- Chilly-Mazarin - Avenue Mazarin
- Palaiseau - Lozère

<sup>(1)</sup> Opération d'Intérêt National.



**LES ORIENTATIONS  
POUR LES ESPACES DE FLUX  
EXISTANTS**

Des espaces dont le développement a fragilisé les centralités en proposant une offre basée uniquement sur les trajets et l'usage de la voiture qui crée des difficultés de gestion des flux et dont le développement à vocation à être interdit.

**Définition**

Des espaces créés par opportunité qui favorise l'extension urbaine. Il peut s'agir d'espaces situés sur les axes de flux routiers d'entrée dans des parcs d'activité économique. Leur développement n'entre pas dans les objectifs du schéma. Il pourront faire l'objet soit :

- d'opérations de remembrement avec relocalisation de commerce en centralité ;
- d'opérations de transformation en pôle de quartier avec reconversion en habitat.

**Vocation**

- Interdiction d'implantation de nouveaux commerces.
- Extension des commerces existants limitée à 5 % de la surface de plancher pour permettre la modernisation.

**Préconisations pour les communes**

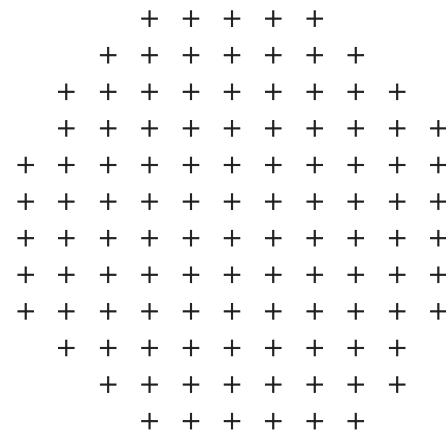
- Interdiction de création de commerce en pied d'immeubles et en dehors des pôles de centralité.
- Recherche de la perte de commercialité après 2 ans de vacance sur les commerces implantés sur les flux.

**Conditions de fonctionnement**

Éviter sur ces secteurs l'implantation des professions médicales et paramédicales, des immeubles tertiaires, des services au public mais privilégier l'implantation de locaux artisanaux.

**Polarités concernées**

- Orsay - Gare Orsay
- Villebon-sur-Yvette - Avenue général de Gaulle
- Bures-sur-Yvette - La Hacquinière
- Palaiseau - Palaiseau Villebon Station RER
- Palaiseau - Palaiseau Est (Avenue Stalingrad)
- Les Ulis - Aubrac
- Longjumeau - Station RER Longjumeau
- Chilly-Mazarin - Station RER Chilly-Mazarin



**LES ORIENTATIONS  
POUR LES PÔLES DE FLUX  
FUTURS**

Des espaces à enjeux car ils caractérisent la nouvelle fonction du territoire dans ses liens à la métropole, seront fortement fréquentés et sources d'enjeux pour les investisseurs du commerce.

**Définition**

Des espaces de fréquentation majeurs avec des amplitudes larges qui se structurent autour des hubs de mobilités futurs :

- stations de la ligne T18 et T12 ;
- gare RER ;
- aire de covoiturage.

**Vocation**

- Surfaces commerciales maximum de 800 m<sup>2</sup> (surface de plancher) dans la limite de 1 000 m<sup>2</sup> par polarité.
- Implantation de conciergeries alimentées par les commerces des polarités constituées.
- Implantation de formes servicielles de commerce destiné à un usage piéton : drive piéton, consignes.

**Accélérateurs de développement**

- La temporalité de service sur des horaires atypiques.

**Préconisations pour les communes**

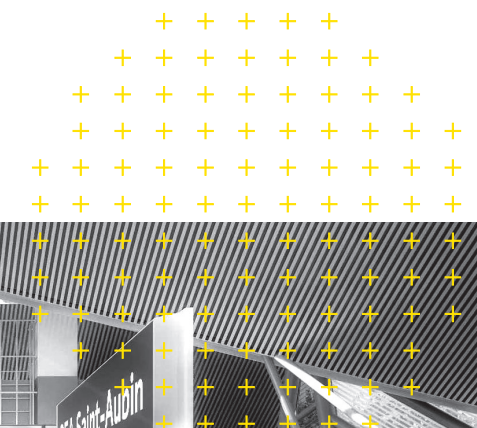
- Délimitation de périmètres spécifiques pour éviter l'étalement de la zone de flux et de la circonscrire au hub lui-même.
- Maîtrise des pieds d'immeubles pour gagner en agilité et anticiper des mutations.
- Interdiction d'autoriser le regroupement de cellules après la première installation.

**Conditions de fonctionnement**

La conservation d'un fonctionnement majoritairement orientée vers du commerce serviciel répondant à une notion de « retrait d'achat » devra permettre d'alléger la pression concurrentielle s'exerçant sur le commerce de centralité.

**Polarités concernées**

- Saclay - Le Christ
- Champlan - Station T12





## LES ORIENTATIONS POUR LES ESPACES DE PÉRIPHÉRIES CONNECTÉS

Des espaces de périphéries rattrapés par l'urbanisation qui offre des potentiels de participation à un modèle de développement par densification et en minimisant les déplacements automobiles.

### Définition

Ces espaces sont caractérisés par l'existence d'une ou plusieurs GMS et de cellules commerciales attenantes (en galerie) ou de moyennes surfaces composant un ensemble commercial. Leur voisinage est aujourd'hui constitué d'habitat collectif ou pavillonnaire.

### Vocation

Implantation de tout commerce de plus de 400 m<sup>2</sup> de surface de plancher sous condition :

- d'une croissance de moins de 10 % de l'ensemble commercial sur la période du schéma ;
- d'un projet urbain permettant de mutualiser les accès et les stationnement et de végétaliser l'espace ;
- d'un projet global et multifonctionnel incluant une offre en habitat et/ou du loisirs pour en faire un morceau de ville à part entière.

### Accélérateurs de développement

- Une offre de loisirs à l'exclusion d'un cinéma.

## Préconisations pour les communes

- Délimitation du périmètre de projet.
- Autorisation sur le secteur de développer de la multifonctionnalité en ne limitant pas les implantations au commerce.
- Mise en en place d'une OAP<sup>(1)</sup>.

### Conditions de fonctionnement

Éviter la duplication d'un modèle de centre-ville en permettant l'implantation d'activités complémentaires au commerce sans déstabiliser le centre-ville :

- l'implantation des professions médicales et paramédicales si une maison médicale existe déjà en centralité ;
- l'implantation d'immeubles tertiaires pour des opérations supérieures à 1 000 m<sup>2</sup> de surfaces de plancher ;
- la non implantation de services publics.

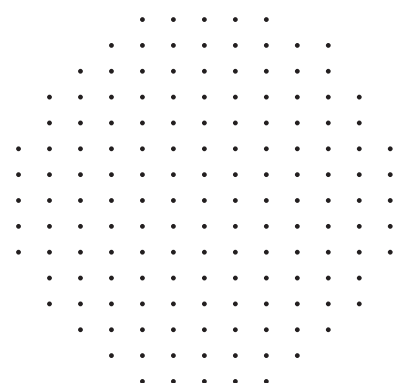
### Polarités concernées

#### Centre commercial :

- Massy - Centre commercial Cora Massy et - X %
- Les Ulis - Centre commercial Ulis 2

#### Zone commerciale :

- Massy - Zone commerciale Leclerc
- Les Ulis - Zone commerciale de Courtabœuf
- Montlhéry - Zone commerciale Route d'Orléans
- Épinay-sur-Orge - Zone commerciale Chemin des Tourelles
- Gif-sur-Yvette - Zone commerciale de Courcelles



## LES ORIENTATIONS POUR LES ESPACES DE PÉRIPHÉRIES DÉCONNECTÉS

Des espaces à constructibilité commerciale limitée pour permettre une stratégie orientée vers les centres-villes.

### Définition

Des espaces de périphérie à vocation commerciale ou mixte (commerce/activités économiques) situés en discontinuité d'urbanisation avec les zones d'habitat et dont la fréquentation nécessite une utilisation majoritaire de la voiture. Des espaces qui ont concentré, sur les 10 dernières années, 80 % de la production de surfaces commerciales du territoire.

### Vocation

- Un développement de l'offre commerciale interdit et limité au réinvestissement éventuel de cellules vacantes à iso-surface.
- Interdiction de découpe des cellules existantes en surfaces de vente inférieures à 400 m<sup>2</sup> pour éviter la déstabilisation des centralités.
- Investissements concentrés sur la restructuration, l'apaisement des espaces urbains et la revalorisation architecturale.

### Accélérateurs de développement

- Une transformation en foncier économique à l'heure du ZAN.

## Préconisations pour les communes

- Délimitation du périmètre de projet.
- Autorisation sur le secteur de développer de la multifonctionnalité en ne limitant pas les implantations au commerce.
- Mise en en place d'une OAP.

### Conditions de fonctionnement

Ces espaces pourront, à terme, voir leur commercialité baisser avec l'apparition de friches. Il pourra être opportun de ne pas rechercher la prolongation de leur fonction commerciale mais de préparer leur mutation vers des fonctions économiques pour réimplanter de l'emploi.

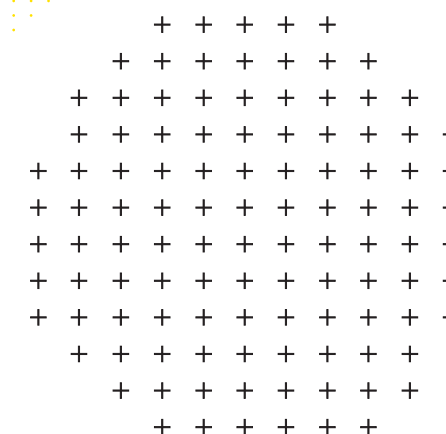
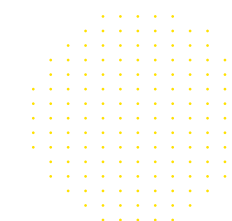
### Polarités concernées

#### Centre commercial et zone commerciale :

- Villebon-sur-Yvette - Centre commercial Villebon 2 et Zone commerciale
- La Ville-du-Bois - Centre commercial la Ville-du-Bois et Zone commerciale

#### Zone commerciale :

- Ballainvilliers - Zone commerciale les Berges du Rouillon
- Gometz-le-Chatel - Zone commerciale Chemin Vicinal 2
- Saulx-les-Chartreux - Zone commerciale Avenue Salvador Allende
- Massy - Zone commerciale du « Marechal Koenig »



<sup>(1)</sup> Orientations d'Aménagement et de Programmation.



ET DEMAIN ?

# UN PILOTAGE

Depuis l'élaboration du schéma, la transformation s'accélère et de nouveaux défis émergent :

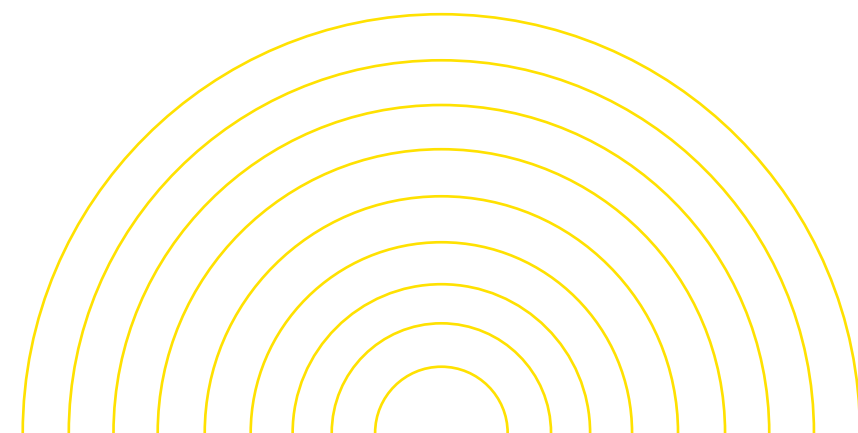
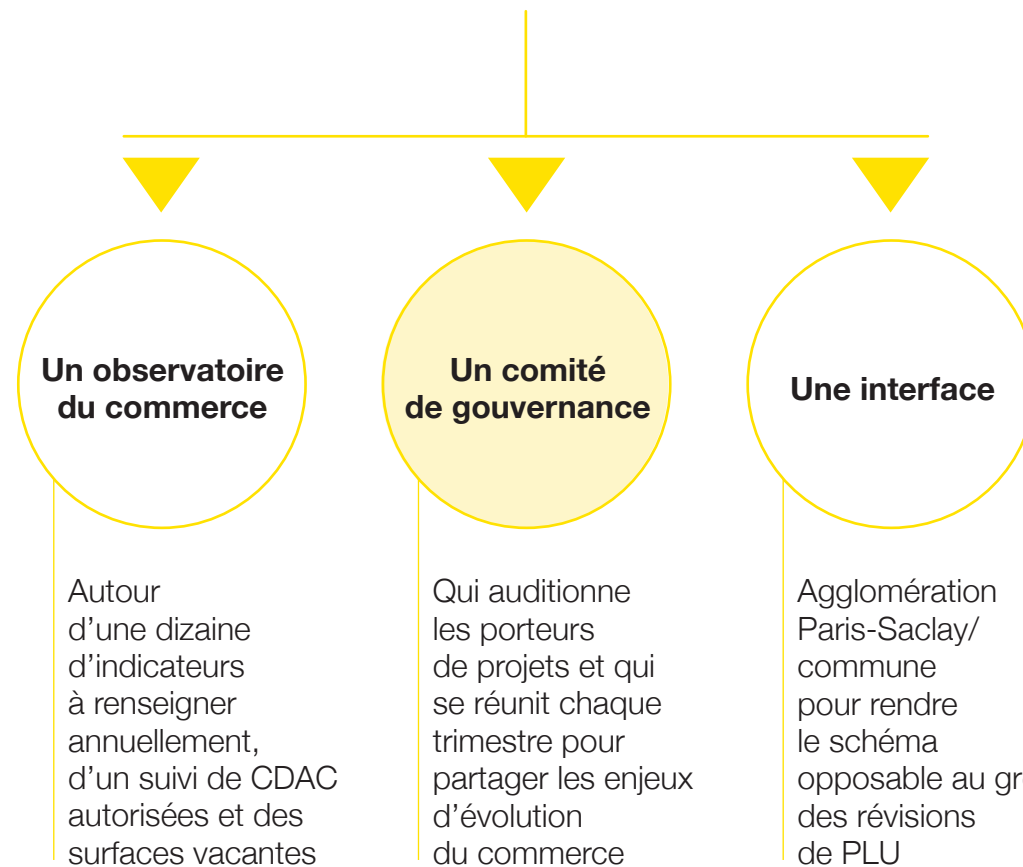
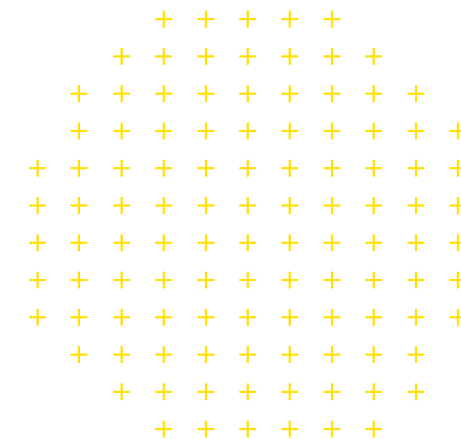
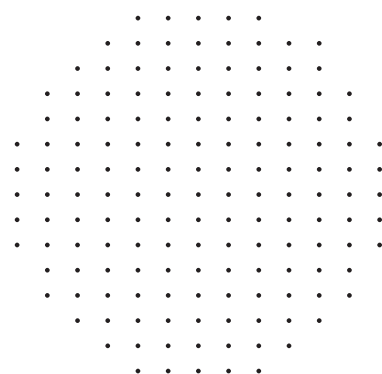
- comment réguler la multifonctionnalité future des nouveaux concepts urbains des périphéries pour éviter de générer des centres-villes bis ?
- comment gérer les stocks énormes de terres artificialisées que sont les parkings des centres-commerciaux (25 % de bâti, 70 % de voirie et parking et 5 % d'espaces verts en moyenne pour une périphérie commerciale) qui prennent sans cesse de la valeur à l'heure du ZAN ?
- comment mieux prendre en compte la spatialisation des fonctions médicales dans les documents de planification, tant on sent que ces activités seront plus rayonnantes que le commerce demain et que le duo commerce/médical sera l'attelage d'attractivité ?
- comment gérer le découplage croissant entre propriété des murs commerciaux et exploitation dans un contexte fiscal plus que favorable pour les investisseurs ?

Mais une question demeure encore plus essentielle :

- comment construire l'aménagement commercial de demain en remettant au cœur de la réflexion les usages et non les modèles industriels des opérateurs dans un contexte de commerce déterritorialisé ?

Des questions essentielles pouvant éprouver l'efficacité du schéma. Il va ainsi collectivement s'appuyer sur des instances de portage du schéma pour s'appliquer sur une durée quinquennale. À l'issue de cette période, le schéma sera révisé et adapté à l'observation des dynamiques commerciales qui pourra être réalisée.

Ainsi, sur les 5 prochaines années, le schéma aura pour vocation à s'appuyer sur une gouvernance à 3 niveaux.





LA STRATÉGIE SUR LE TERRITOIRE

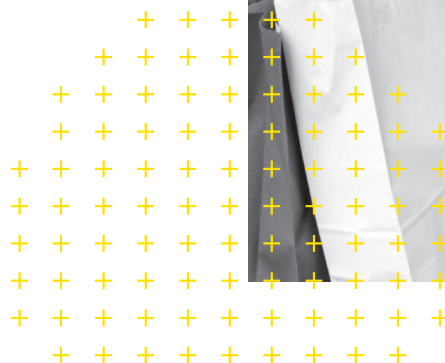
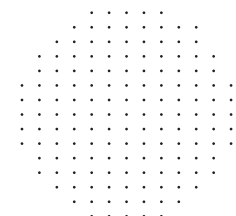
# LES PISTES D' ACTIONS À L'ÉCHELLE DE L'AGGLOMÉRATION PARIS-SACLAY

**LA FEUILLE DE ROUTE  
POUR LE COMMERCE  
ET LES CENTRALITÉS  
DU TERRITOIRE**

Une feuille de route regroupant un ensemble d'une dizaine d'actions à relever pour répondre aux enjeux du territoire et de ses centralités.

On y retrouve des actions à déployer sur l'ensemble de l'agglomération et des actions plus ciblées sur les centralités incluses au périmètre ORT.

Un programme d'actions ciblé pour générer des « victoires rapides ».



AXE FONDAMENTAL	N°	TITRE DE L'ACTION	TEMPORALITÉ	ÉCHELLE
<b>AXE 1</b> Le commerce en centralités et sur les lieux de vie	1	Un schéma d'aménagement commercial sur l'agglomération	Conseil communautaire Juin 2022	Agglomération
	2	Un observatoire du commerce sur l'agglomération	Court terme	Agglomération
	3	Un office du commerce pour porter les actions mutualisées (chèques-cadeaux, marketing, promotion, formation manager...)	Court terme	Agglomération
	4	Une foncière commerce	Consultation en cours	Agglomération
	5	Des études de reconversion des sites administratifs, industriels et hospitaliers en centre-ville	Court terme	Agglomération
<b>AXE 2</b> La vocation alimentaire des centralités	5	Un accompagnement à la rénovation des marchés non sédentaires et des halles	Moyen terme	Agglomération
	6	Un manager des halles et des marchés	Moyen terme	Périmètre ORT
<b>AXE 3</b> La rénovation de l'habitat	7	Une étude pré-opérationnelle OPAH-RU sur les centralités ciblées par l'ORT	En cours	Périmètre ORT
	8	Un suivi-animation et des aides à la rénovation dans le cadre du dispositif OPAH-RU	Moyen terme	Périmètre ORT
	9	Le permis de louer sur les centres-villes et centres-bourgs	Moyen terme	Agglomération
<b>AXE 4</b> Les nouvelles formes d'habitat	10	L'accompagnement à la maîtrise de bâtis et fonciers stratégiques avec le soutien de l'EPF	Moyen terme	Agglomération
	11	Le lancement d'appels à projet en centralité pour des projets d'habitat nouvelles générations	Moyen terme	Agglomération
<b>AXE 5</b> Les services et mobilités	12	Le déploiement d'une offre commerciale servicielle sur les pôles mobilités	Moyen terme	Agglomération
	13	L'accompagnement à l'implantation de services médicaux en centralité	Court terme	Agglomération
<b>AXE 6</b> La désirabilité des centralités	14	Un guide des bonnes pratiques pour les enseignes et façades commerciales	Court terme	Agglomération
	15	Un fond façade pour les vitrines commerciales	Moyen terme	Agglomération
	16	Des prestations territorialisées pour la rénovation d'espaces publics en centralité	Long terme	Périmètre ORT





## **UNE QUESTION ? UNE REMARQUE ?**

Écrivez-nous à :  
deveco@paris-saclay.com  
myriam.beauvallet@paris-saclay.com



LESTOUX & ASSOCIÉS

Diagnostic réalisé par l'agence Lestoux & Associés  
Suivi réalisation : Suzie Paal et Myriam Beauvallet  
Graphiste : Pauline Gueydan  
Imprimé en 100 exemplaires par Desbouis Gresil

**Communauté d'agglomération Paris-Saclay**  
**21 rue Jean Rostand - 91898 Orsay cedex**

 @aggloparisaclay