

Inventer la zone commerciale de demain

Repenser les entrées de villes comme une charnière entre urbanité, mobilité, usage et nature

Depuis les années 1960, l'essor des zones commerciales par le regroupement des grandes surfaces et par l'avènement de l'automobile ont marqué la morphologie urbaine des agglomérations.

Aujourd'hui, ces espaces se caractérisent par de larges zones artificialisées monopolisant les entrées de villes et induisant de fortes ruptures urbaines notamment avec les centres urbains. Cet étalement pose maintenant question sur notre gestion des sols vis-à-vis de l'économie du foncier, la densité urbaine et l'imperméabilisation des terrains. De plus, l'évolutions des modes de consommations (achats en ligne, achats par commerces de proximité, etc.) entraînent un changement dans les attentes et besoins des consommateurs. Les zones commerciales par leur mono-fonctionnalité et leur gourmandise en foncier deviennent alors des quartiers enclavés, repliés sur eux-mêmes, difficile d'accès et peu qualitatifs.

Cela impose aujourd'hui une révolution du modèle commerciale et de repenser ces zones aux fonciers stratégique pour devenir un enjeu propre à intégrer pleinement au développement métropolitain. Dans ce cadre, Urban Act s'intéresse à transformer ces lieux pour créer des centralités accessibles aux mobilités actuelles et pour révéler des espaces de vie intégrant une vraie diversité programmatique. Elles sont également des zones d'enjeux pour le développement du paysage locale : les zones bitumées peuvent être optimisées en fonction des besoins locaux pour accueillir de nouveaux espaces verts et perméables.

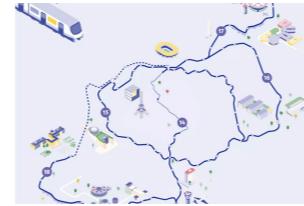
Ces espaces d'entrée de ville intègrent alors un travail plus large de continuités écologiques et de biodiversité entre les zones naturelles et/ou agricoles en périphéries et l'intérieur des villes.



Avant-projet
Des espaces majoritairement bitumés, strictement fonctionnalistes et peu optimisés

Nos autres manifestes des éditions urban|act|

urban|act| réinvente les mobilités de demain



Les gares de la Société du Grand Paris
Île-de-France



Projet
Site de projet



Projet
Site de projet

urban|act| s'engage dans les démarches de réemploi



Envie le Labo
Paris, 20e arr. (75)



Le siège du Medef
Paris, 7e arr. (75)



Les Ardoines
Vitry-sur-Seine (94)

urban|act| redynamise les centres-villes en déprise



Le Mail de Saint-Maixent
Saint-Maixent-L'École (79)



Le centre-ville de Bondy
Seine-Saint-Denis (93)



Le centre-ville de Montbazin
Hérault (34)

Agence Urban Act
33 rue de Montreuil
75011 Paris France
urbanact@urban-act.com
01 44 93 20 99
urban-act.com

Nous transformons les zones commerciales d'entrées de villes en quartiers prônant la mixité.

urban|act|

architecture artisanale et urbanisme de terrain

La galerie des Portes du Sud

Transformer une zone d'activité en déclin en opportunité pour le territoire dijonnais

Aux côtés de Mercialys, nous développons une stratégie de mutation de cette zone commerciale en quartier amène, ouvert sur ses richesses paysagères et sur la ville.

Avec ses 2500 entreprises et 18 000 salariés, les Portes du Sud sont un quartier d'activité majeur en périphérie de Dijon. Nous tirons parti de l'axe sur lequel il est situé, la route de Grands Crus pour concevoir la transformation du quartier en plusieurs étapes.

- 01 | Créer une trame paysagère** qui permettra de passer facilement d'une activité à l'autre, de quartier en quartier, à pied ou à vélo.
- 02 | Planter de nouvelles constructions** qui viendront valoriser et animer le nouveau quartier.
- 03 | Penser des façades de quartier ouvertes** sur la ville et sur le paysage.
- 04 | Mettre en lien** les parcours commerciaux, les espaces publics et le paysage.

Site
Les Portes du Sud, Chenôve (21)

Mission
Étude urbaine pour la transformation d'une zone commerciale d'entrée de ville

Faisabilités architecturales

Maîtrise d'ouvrage
Mercialys



Équipe
Urban Act (mandataire)

Surface
12,5 hectares

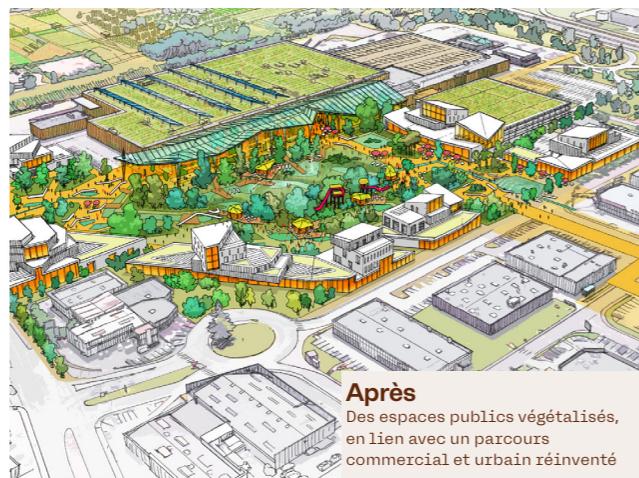
Calendrier
2021

10 000 m²
de surface végétalisée en plus de l'existant.

32 %
d'emprise bâtie en plus pour accueillir de nouveaux commerces et activités

40 %
de surface en enrobé noir en moins par rapport à l'existant.

Après
Des espaces publics végétalisés, en lien avec un parcours commercial et urbain réinventé



La forêt commerciale de Saint-Herblain

Créer un nouvel atout pour Nantes Métropole

Avec ses 46 000 habitants, Saint-Herblain est la deuxième ville de la métropole Nantaise. Urban Act l'accompagne dans la redéfinition de la zone commerciale de la route des Vannes, en faisant du site de l'hypermarché Auchan un véritable catalyseur des évolutions à l'oeuvre.

Urban Act accompagne le réaménagement en profondeur du site de l'hypermarché Auchan :

- 01 | Nous apportons des réponses aux enjeux** qui affectent le fonctionnement du site : baisse d'attractivité, repli du site sur lui-même, faible intensité urbaine, fracture urbaine, paysagère
- 02 | Nous redynamisons la commercialité** du site en en faisant un site charnière
- 03 | Nous augmentons l'accessibilité et la porosité du site** en repensant les flux internes et leurs connexions aux mobilités externes
- 04 | Nous renforçons les liens paysagers**, pour en faire un levier d'attractivité
- 05 | Nous intensifions les usages** en renforçant la mixité programmatique et fonctionnelle du site.

Site
Route de Vannes, Saint-Herblain (44)

Mission
Étude de définition urbaine, architecturale, paysagère et programmatique

Programme
Réaménager le site de l'hypermarché Auchan pour en faire une centralité mixte, ouverte sur les

100 000 m² SDP
au total sur le projet, sans compter les parkings et répartie entre le R+1 et R+9.

30 %
de surface perméabilisée et végétalisée en plus (coeur d'îlots, toitures plantées...).

mobilités actives et les commerces de demain.

Maîtrise d'ouvrage
NH00D

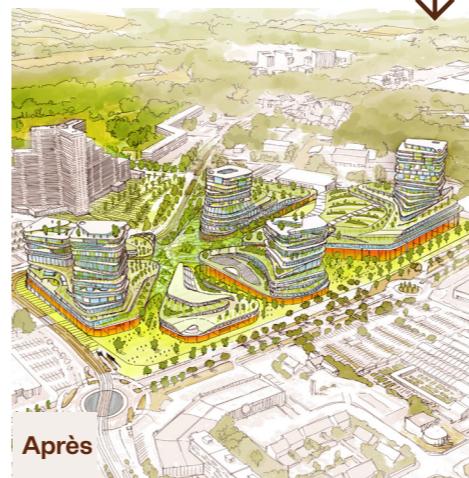
Équipe
Urban Act (mandataire)

Surface
10 hectares

Calendrier
2020



Avant



Après

La Galerie commerciale V2

Accompagner la mutation de la première zone commerciale de la métropole lilloise.

A Villeneuve d'Ascq, nous réintégrons le paysage disparu dans le centre-ville en lien avec la requalification de la zone commerciale et la valorisation de la dalle du centre commercial V2.

Le V2 de Villeneuve d'Ascq est une galerie commerciale très refermée sur elle-même, mais idéalement située à proximité du centre-ville, de ses équipements et du métro. Cette galerie est accessible depuis une dalle de parkings des années 70, qui a constitué l'enjeu majeur du projet de réhabilitation.

L'objectif du projet a été d'ouvrir toute cette zone et de lui redonner un rôle dans l'attractivité du centre-ville. Dans ce but, nous recréons le lien entre le métro et le Stade Pierre Mauroy et nous imaginons une nouvelle programmation mixte pour réinvestir la dalle. Nous oeuvrons également à reconnecter les éléments paysagers, entre le Forum Vert au nord et les nouveaux coeurs paysagers.

Site
Villeneuve d'Ascq (59)

Mission
Étude urbaine et architecturale

Programme
Intégration d'une zone commerciale au centre-ville et proposition d'une nouvelle programmation mixte



Avant



Après

Maîtrise d'ouvrage
NH00D

Équipe
Urban Act (mandataire)

Surface
13,7 hectares

Calendrier
2022

8500 m²
de surface réinvestie végétalisée pour lutter contre les îlots de chaleur

70 000 m² SDP
de surface constructible pour les commerces, loisirs et services..

