



LES ATELIERS

OBSERVATOIRE PARTENARIAL DU
COMMERCE ET DE LA CONSOMMATION
OBSERVATOIRE ENVIRONNEMENT

4 DÉCEMBRE 2013



renouvellement des zones commerciales

Changements d'usages, formes urbaines
et qualité environnementale

**Le devenir des zones
commerciales :**
un enjeu urbain

2

Des projets innovants :

- Le « ruban bleu
à Saint-Nazaire »
- La « Route de la mer »
à Montpellier

3

4

**Retour d'expérience,
que retenir ?**

- Construire un nouveau
partenariat
- Accompagner les changements
d'usages sur ces territoires...
- ... associés à un aménagement
de qualité

5

6

7

**Allier urbanisme règlementaire
et urbanisme de projet**

8

Conçues sur le modèle du zonage des années 1970, dans une période d'utilisation massive de la voiture, de nombreuses zones d'activités commerciales sont confrontées à des dysfonctionnements urbains chroniques et à une moindre fréquentation.

Alors qu'ils étaient le lieu de la consommation de masse, facile d'accès et sur des terrains bon marché, ces espaces, autrefois périphériques, sont aujourd'hui intégrés dans l'urbain et exposés à une autre réalité : des problèmes de mobilité (congestion automobile, pas ou peu de liaisons douces, signalétique défaillante...) et de lisibilité commerciale, une faible qualité architecturale, environnementale et paysagère (« boîtes à chaussures », parkings bitumés...), ceci dans un contexte économique et sociétal enclin à différents changements, voire bouleversements (e-commerce...).

Face à ce constat, les collectivités mais aussi les professionnels du commerce s'interrogent sur les possibilités de mutation, de requalification et/ou de renouvellement urbain de ces espaces commerciaux vieillissants, propices à une (re)valorisation de l'appareil commercial dans la ville.

À travers différentes expériences, cet atelier du 4 décembre 2013 a pour objectif de partager et de préciser les logiques, les attentes et les stratégies des acteurs privés et publics au sein de ces territoires, et d'identifier des modes de collaboration qui ont fonctionné dans les projets présentés.

Il a permis de réunir, autour des élus en charge de ces questions dans les différentes collectivités de l'aire urbaine toulousaine, différents experts nationaux et responsables de projets emblématiques.



Le devenir des zones commerciales, un enjeu urbain

Pourquoi reconquérir ces territoires de la ville ?

L'évolution des pratiques commerciales de ces dix dernières années, notamment avec la forte progression du commerce en ligne, des circuits courts... conjuguée à une baisse de fréquentation et de rentabilité de certains centres commerciaux suscite quelques questions sur le modèle et sur le devenir des grands sites commerciaux vieillissants aux dysfonctionnements multiples.

Cette « perte de vitesse » et cette «(r)évolution sociétale » pourraient entraîner des délocalisations et des décrochages économiques lorsque les dysfonctionnements sont trop importants, et être l'opportunité d'engager un renouvellement urbain dans ces espaces. Longtemps, les zones commerciales ont été à la périphérie des villes. Aujourd'hui, inclus dans la ville, ces territoires, aux caractéristiques du périurbain des années 70/80, doivent se « repenser » selon une approche urbaine globale. L'enjeu principal consiste à associer la démarche économique à une démarche d'aménagement durable et de rénovation urbaine plus englobante. Certaines zones commerciales datant des années 60-70 ont déjà fait l'objet de travaux de restructuration. Cependant, ces actions, pour la plupart guidées par des considérations strictement commerciales, ne s'inscrivaient pas dans une logique plus large de recomposition et de valorisation urbaine et foncière.

Comment engager un renouvellement ?

La revalorisation de l'activité commerciale et l'évolution des fonctionnalités de ces zones interrogent les élus et les professionnels du commerce.

- Quels partenariats publics et privés mettre en place afin de concevoir une réelle complémentarité et cohérence des actions à entreprendre ?
- Quels changements d'usages ? Peut-on envisager d'y intégrer d'autres fonctions ? Quels liens (re) créer avec la ville ? Quelles formes urbaines, quels aménagements qualitatifs ? Quelles solutions mettre en place pour une amélioration de la qualité environnementale de ces zones ? Quels outils à mettre en place pour améliorer le fonctionnement des zones commerciales ?

Dans le cadre des travaux menés au sein des Observatoires Partenariaux de l'aua/T, ces questions ont été débattues avec la présentation de deux projets :

- le projet de Saint-Nazaire «Ruban Bleu», par **Jean HAËNTJENS**, consultant Urbatopies, ancien Directeur de l'agence d'urbanisme de Saint-Nazaire ;
- le projet de Montpellier «Route de la mer», par **Alain MAHOT**, Société d'Aménagement de l'Agglomération de Montpellier (SAAM).

... et le témoignage de **Philippe PETITPREZ**, Directeur de la Direction Stratégies urbaines et Environnement, groupe Immochan.

Des projets innovants venus d'ailleurs

« Ruban Bleu » à Saint-Nazaire, un projet de reconquête urbaine

Présentation
Jean HAËNTJENS

Le projet Ruban Bleu à Saint-Nazaire fut une opération décisive pour le rayonnement et le fonctionnement urbain de Saint-Nazaire. Il a consisté à reconvertir une friche industrielle en logements, avec des espaces culturels et un centre commercial.

LES OBJECTIFS

- Devenir le cœur d'une agglomération de 250 000 habitants ;
- Relier ce pôle d'attractivité au centre-ville ;
- Achever l'ouverture de la ville sur le port ;
- Capter l'économie résidentielle ;
- Diversifier l'économie.

LE PROGRAMME

- Nouveaux équipements culturels
- Espace Commercial de 25 000 m²+ Hôtel 3*
- 700 logements
- 60 000 m² d'espaces publics

LES ATOUTS DU PROJET

Changement des usages (commerces, logements, services) et qualité environnementale

- Mise en place d'une démarche HQE®
- Redéfinition de l'espace public
- Intégration urbaine et paysagère des bâtiments dans le tissu existant
- Bonne desserte en transports en commun
- Développement des modes doux, bonne gestion et organisation des flux
- Mixité fonctionnelle et sociale



« Route de la Mer » à Montpellier, un partenariat fort, un renouvellement urbain innovant

Présentation
Alain MAHOT

Le projet « Route de la Mer » consiste à créer, sur l'avenue de la mer (5 km), des centralités fortes autour des stations de la nouvelle ligne de tramway, connectées au fonctionnement global de l'agglomération. Le projet porte sur une restructuration de 200 000 m² de surface commerciale, avec deux hypermarchés et 250 unités commerciales dont la moitié dans les centres commerciaux et l'autre moitié représentée par des moyennes surfaces.

LES OBJECTIFS

- Accueillir de nouveaux acteurs et renforcer l'identité commerciale ;
- Repositionner géographiquement les acteurs ;
- Favoriser l'émergence de centralités urbaines et commerciales autour des stations de tramway ;
- Limiter les développements commerciaux sur les franges ;
- Créer des centralités fortes autour du tramway ;
- Fonder le commerce du troisième millénaire : moins gourmand en espace, plus accessible, plus proche de l'humain et plus performant au niveau énergétique.

LE PROGRAMME

- Commerces
- Loisirs
- Services
- Logements
- Tramway

LES ATOUTS DU PROJET

Un partenariat fort et une volonté de changement des usages (commerces, logements, services)

- Mise en place d'une démarche EcoCité
- Recomposition foncière
- Cohérence urbanisme/transport autour du tramway
- Création d'espaces mutualisés
- Mise en valeur des paysages et de l'environnement
- Maîtrise des consommations énergétiques et développement des énergies renouvelables





Retour d'expérience, que retenir ?

Construire un nouveau partenariat

Un préalable nécessaire : une volonté politique affirmée sur le long terme

La puissance publique peut impulser la restructuration, le renouvellement des zones commerciales, cependant, la mise en œuvre de la requalification reste difficile. En effet le temps de l'action publique n'est pas le même que celui des acteurs économiques. Le portage politique dans le temps et dans la continuité nécessite alors une mobilisation constante des collectivités.

Une concertation rapprochée entre acteurs privés et publics

Les exemples montrent que la pertinence des projets commerciaux et l'intégration harmonieuse de ces derniers dans leur environnement économique et urbain résultent d'une démarche concertée et réfléchie entre les acteurs publics et privés.

Cependant la recherche d'un interlocuteur unique qui puisse dialoguer avec la collectivité tout au long du projet s'avère souvent difficile. Les propriétaires et commerçants sont nombreux, peu organisés et portent des intérêts différents qui complexifient le rapprochement et la définition d'engagements communs. D'autre part, les entreprises et propriétaires ont besoin, pour s'engager, de garanties qui répondent à leurs attentes (immobilier, accessibilité, marché local, marché du travail, évolution de coûts du foncier...) établies sur la durée et solidement organisées.

Pour répondre à ces exigences, des structures juridiques communes, l'association des propriétaires dans les sociétés de projets, la création de chartes, de cahiers

des charges précisant les moyens à mettre en œuvre pour réaménager les quartiers, les espaces publics, ... peuvent être initiées par des agences de développement, des sociétés foncières, des entreprises de distribution et/ou des associations de commerçants et d'entreprises, ces dernières pouvant jouer un rôle, incitatif et volontariste.

Formaliser les engagements de chacun, fixer les partenariats afin de réconcilier le commerce et la ville

Les différents exemples présentés montrent qu'il semble indispensable de mettre en place des structures juridiques communes et uniques garantes de la qualité et du suivi de l'opération de renouvellement urbain (exemple de la SEM Projet Montpellier – Route de la Mer).

Ces structures peuvent s'appuyer sur différents outils (fonciers, financiers et d'aménagement) qui s'articulent avec les orientations établies dans les documents de planification (SCoT, PLUi, PLU...). Comme le souligne P. Petitprez, de nouveaux leviers financiers pourraient être mobilisés, notamment à travers la création d'un fond spécifique sur les entrées de ville. Celui-ci, financé par une partie de la Taxe sur les surfaces Commerciales (TasCom) permettrait aux collectivités d'intervenir plus rapidement sur ces espaces.

Il s'agit à travers ces nouvelles pratiques de changer de modèle et de réinterroger les méthodes en matière de conception et d'aménagement, de portage et de gestion des zones commerciales.

« Le projet Route de la mer propose de changer de modèle... On ne peut pas changer le modèle d'un seul coup. Il va falloir avoir une méthode qui permette l'apprentissage, l'habitude »

« Le fait qu'il y ait un seul opérateur s'occupant à la fois des études préalables, des négociations et de la commercialisation, est primordial pour la réussite d'un projet »

« Nous cherchons un dialogue permanent avec les collectivités locale. Il faut dialoguer, discuter, aller vers les acteurs privés. De grands acteurs de distribution sont, aujourd'hui, prêts à se lancer dans cette démarche de recomposition urbaine, y compris sur leur domanialité privée. La continuité de la volonté politique sur ce type d'opérations est plus que nécessaire. Ce sont des opérations de longue haleine »



Accompagner les changements d'usages sur ces territoires...

Du diagnostic...

L'analyse du contexte géographique, socio-économique, urbain ainsi que la connaissance approfondie du foncier permettent d'identifier les premières actions à entreprendre.

Le foncier : une expertise indispensable afin de maîtriser les coûts et négocier une stratégie globale

Ces espaces sont le plus souvent le fruit d'une imbrication progressive de divers propriétaires fonciers, d'une variété des modes de gestion et d'une faible maîtrise physique.

L'approche foncière est relativement complexe dans ces territoires. Néanmoins, ce travail est une étape indispensable afin d'identifier les différents acteurs et d'en analyser, dans un second temps, leur stratégie foncière, déterminante quant à la réorganisation des espaces et la valorisation potentielle des parcelles à densifier (cartographie de la domanialité actuelle, des surfaces foncières, évaluation de la mutabilité foncière à court, moyen et long-terme...).

Plusieurs outils et modes de gestion sont à la disposition des collectivités pour maîtriser le foncier (bail à la construction, procédures d'acquisition par préemption, expropriation...).

Le volet socio-économique : un préalable à toute programmation ciblée.

A partir d'une analyse de la typologie des entreprises, de leur évolution, de leur positionnement économique, il est possible d'apprécier les vocations et le potentiel de la zone. Le diagnostic doit servir de base à un (re) positionnement de l'activité commerciale au sein d'un territoire urbain plus vaste.

Le volet fonctionnel, architectural, paysager et environnemental : identifier les marges de progrès

Ce volet est nécessaire pour identifier les modes d'occupation de l'espace, les caractéristiques paysagères, architecturales et environnementales de la zone tout en y intégrant le fonctionnement de la desserte, les conditions de circulation interne, de stationnement et proposer des premières pistes d'amélioration.

Ce diagnostic transversal, mettant en exergue les atouts, faiblesses et contraintes du territoire d'étude,

doit permettre d'évaluer précisément la faisabilité et la viabilité économique globale du projet (types d'opérations, temporalité de la mise en œuvre...) et d'identifier les enjeux en préfigurant de premiers scénarios de la requalification urbaine et de (re) positionnement de l'activité commerciale.

... aux premiers éléments de programmation

L'objectif de la recomposition urbaine est de décloisonner les différentes entités urbaines issues d'une conception monofonctionnelle dépassée, de diminuer les effets de coupure des infrastructures et d'améliorer les liaisons internes et externes. Elle ne peut se faire au détriment de l'activité commerciale, et est un des leviers d'une meilleure mise en lisibilité de l'offre commerciale du secteur.

La diversification et la mixité fonctionnelle comme outil du changement d'usage

Des équipements sportifs et culturels, de l'habitat, des activités autres que du commerce (tertiaire, artisanat, petite industrie...) confèrent à ces lieux d'autres usages; habiter, consommer, se cultiver dans la ville. Aujourd'hui, les programmes mixtes, ou ceux qui tendent vers plus de mixité, se situent essentiellement en centre-ville ou en première couronne, dans des tissus relativement denses, comme par exemple le Ruban bleu à Saint-Nazaire, et assez peu finalement en entrée de ville et en périphérie. La mixité semble plus simple à mettre en place dans des programmes neufs que dans des opérations de renouvellement.

Néanmoins, quelques exemples d'opération mixte en renouvellement existent dans des espaces périphériques, comme par exemple à Illkirch en banlieue de Strasbourg, ou le projet de la Route de la Mer à Montpellier. La création de logements à Illkirch ou à Montpellier au sein de la polarité commerciale, en frontalité d'une desserte en transport en commun, redonne une certaine urbanité à ces anciens espaces monofonctionnels et exclusivement économiques. Cette tendance répond d'une part à la volonté politique de certaines collectivités de « réintégrer » ces espaces dans la ville et d'autre part de certains professionnels du commerce d'anticiper un possible déclin économique de certaines zones.

▮ Pour avancer il faut partager le diagnostic. Les enjeux ne sont plus de gérer une expansion sans fin mais plutôt de requalifier l'existant, en y ajoutant d'autres fonctions ▮

▮ La meilleure façon de lutter contre un local paupérisé est d'avoir un programme d'ensemble. L'objectif est de retrouver des valeurs et des constructivités et donc un embellissement de la ville, nous sommes dans un schéma d'urbanisme ▮

▮ Bien comprendre les logiques économiques privées, reste une connaissance incontournable pour l'élaboration ▮



... associés à un aménagement de qualité

Des déplacements et une connectivité repensés

La valorisation des modes de déplacements doux constitue un des moyens d'actions. Ainsi, des liaisons piétonnes et cyclables réservées et sécurisées sont à privilégier à l'intérieur de la zone et dans les différents quartiers.

D'autre part, l'organisation viaire des quartiers limitrophes est à intégrer dans la réflexion afin de structurer le territoire et de proposer un schéma de circulation en lien avec son fonctionnement.

Enfin, si la zone commerciale bénéficie d'une desserte en transport en commun, une accessibilité directe entre les arrêts et les commerces est indispensable. Ce transport en commun devant arriver au plus près des commerces.

Une certaine compacité et densité dans les projets

Des leviers permettent d'obtenir des projets plus compacts et plus denses. Le stationnement fait partie des points les plus significatifs. Des parkings silo et/ ou des places de stationnement au-dessus des surfaces commerciales (comme l'exemple récent de Rennes Alma dans le cadre d'une restructuration de l'ensemble commercial) sont des solutions à explorer. Cependant, comme le souligne Philippe PETITPREZ, ce type d'action a un coût. Une optimisation des coûts peut se faire à travers la mutualisation de ces parkings (et donc du financement) avec les transports en commun (parkings-relais) ou dans le cadre de programmes mixtes (logements, activités tertiaires...) D'autres leviers peuvent être mis en œuvre : les locaux techniques propres aux magasins (bureaux, sanitaires, locaux sociaux...) à l'étage des commerces... ou encore la réalisation de programmes regroupant en rez-de-chaussée des commerces et des activités tertiaires et/ou de l'habitat à l'étage.

Il est nécessaire de repenser les déplacements internes puisque tout se fait quasiment en voiture. Il faut favoriser tous les moyens les modes doux de déplacement, à pied, à vélo, et bien entendu en transports en commun

La requalification urbaine doit prendre en compte les accès à la zone économique, la réalité urbanistique mais aussi l'habitant vivant aux côtés de la zone commerciale

Il faut reprendre les modes de parking. Le coût d'une place de parking est d'environ 3 000 euros. En superstructure, c'est-à-dire en structure aérienne, il est entre 12 et 14 000 euros, et un parking en sous-sol entre 22 et 25 000 euros. Il faut trouver des solutions de financement de ces parkings. Cela peut-être à travers des parkings mutualisés entre des parkings-relais et des parkings avec la fonction commerciale L'avantage pour le commerçant est de raccourcir le parcours du client et pour la collectivité de dégager du foncier pour mettre en front de boulevard ou d'infrastructure routière une composition urbaine composée de logements, de tertiaire, de commerces en pied d'immeuble, d'espaces publics éventuellement, et des espaces de loisir





Des démarches de qualité environnementale

Une approche en coût global dans l'intérêt des entreprises et de la collectivité

L'ouverture aux valeurs environnementales est devenue incontournable pour les collectivités et les entreprises et représente un tremplin pour de nouvelles opportunités alliant vigilance écologique et développement économique du territoire. Loin de n'être qu'un coût externe supplémentaire, l'environnement présente des avantages concurrentiels durables à moyen et long terme : image positive auprès des clients et des habitants, attractivité du territoire, meilleure intégration dans l'environnement naturel et le tissu urbain existant, amélioration des conditions de travail, diminution des coûts de fonctionnement et des coûts environnementaux qu'impliquent la pollution... La mise en œuvre des engagements environnementaux peut passer par une approche incitative et négociée (charte partenariale), ou par une approche imposée (règlement des documents d'urbanisme, CCCT...). Plusieurs démarches de certification ou de labélisation permettent de valoriser ces engagements, comme le montre l'exemple du « Ruban Bleu » à travers la mise en place d'une démarche HQE® axée sur les cibles liées à la gestion de l'eau et de l'énergie. Le projet « Route de la Mer », au côté de l'Etat, dans une démarche EcoCité s'inscrit dans la lutte contre l'artificialisation des sols, la pollution de l'air et le réchauffement climatique.

Le paysage et l'utilisation du végétal

Par la qualité des ambiances, la diversité des traitements minéraux et végétaux, par la couleur, la forme ou la masse, les espaces publics, le paysage et le traitement végétal contribuent, au même titre que le bâti, à créer l'ambiance d'une zone commerciale. Le rôle de la végétation et des aménagements paysagers ne se limitent pas à ces aspects et permettent à moindre coût de répondre à plusieurs fonctions régulatrices : apport de fraîcheur, protection contre le soleil et le vent, assainissement de l'atmosphère, maintien et développement d'écosystème vivant riche en milieu urbain...

L'harmonisation des clôtures, la mise en cohérence de la signalétique, la maîtrise de l'affichage publicitaire contribuent également à l'identité et à la qualité paysagère de la zone.

Une gestion publique /privée économe des ressources naturelles

L'optimisation de la gestion des eaux représente un enjeu économique non négligeable pour les collectivités et les entreprises ainsi qu'un facteur important d'amélioration de la qualité des espaces et paysages, que procure la mise en place de techniques alternatives (noues à ciel ouvert, bassins paysagers...). La gestion économe de la ressource en eau peut par ailleurs être atteinte en réduisant les consommations, en limitant les causes de gaspillage ou en récupérant l'eau de pluie pour des usages où l'eau potable n'est pas indispensable (WC, arrosage, nettoyage, process, station de lavage...).

La maîtrise de l'énergie pour réduire les émissions de gaz à effet de serre et les coûts énergétiques à l'échelle d'une zone d'activité peut porter sur l'optimisation des ressources énergétiques et le développement d'énergies renouvelables moins nuisibles pour l'environnement. Cette préoccupation concerne toutes les consommations énergétiques, aussi bien celles liées à la gestion publique que privée de la zone : signalétique, éclairage public et des locaux, chauffage, eau chaude sanitaire, froid...

Des solutions sont à mettre en œuvre dès l'élaboration du plan masse. Le traitement de l'enveloppe des bâtiments à requalifier permet d'améliorer l'isolation, de favoriser l'éclairage naturel, le confort d'été, ainsi que le choix d'installations et d'énergies performantes.

Il faut travailler en amont. Des critères tels que la gestion des déchets, de l'eau, des matériaux de construction ainsi que la maîtrise des consommations énergétiques sont primordiaux dans le renouvellement des zones commerciales

L'augmentation de la végétalisation, la limitation des surfaces minéralisées, des bâtiments performants énergétiquement, le développement de l'espace dédié aux modes doux... ces critères doivent être pris en compte et développés pour le renouvellement des zones commerciales

LABELS ET OUTILS DE CERTIFICATION ...

La démarche de qualité environnementale peut passer par la mise en œuvre d'un Système de Management Environnemental – SME qui peut être reconnu par certification (Iso 14 001). Au niveau des bâtiments commerciaux, plusieurs démarches et labels sont reconnus en France et à l'international (Label HQE® / BREEAM / LEED IC). Suite à la Réglementation Thermique de 2012, plusieurs labels de performance énergétique sont également applicables aux bâtiments commerciaux (Labels Haute et Très Haute Performance Énergétique HPE / THPE / Labels Effinergie+ Rénovation, BePos Bâtiments à Énergie Positive...).



Allier urbanisme réglementaire et urbanisme de projet

Du repérage des zones commerciales vieillissantes, mutables, dans les documents de planification, à leur renouvellement, une démarche de projet est à mettre en place.

Une démarche projet pour susciter et faciliter les initiatives

Les documents de planification (SCoT et ou PLU) peuvent inciter, à l'échelle de sites préalablement identifiés, une démarche de requalification urbaine. Le SCoT de l'Agglomération Bordelaise prévoit ainsi, que tout projet de création ou d'extension au sein de certains territoires ne peut être compatible avec les orientations et objectifs du SCoT qu'à travers un projet d'urbanisme global cohérent. Pour ce faire, « un périmètre de gestion des opérations de requalification des pôles commerciaux peut être mis en place dans les documents locaux d'urbanisme où des opérations tiroirs seraient rendues possibles sous condition d'opération globale de projet dans un souci de mixité et d'aménagement durable ».

Dans la même idée, la Communauté Urbaine de Lille a établi un partenariat direct avec la Foncière Immochan afin de réaliser des études de faisabilité concernant trois zones commerciales (identifiées au SCoT comme zones prioritaires de renouvellement) dans lesquelles il est préfiguré de réaliser une requalification urbaine alliant mixité et densité.

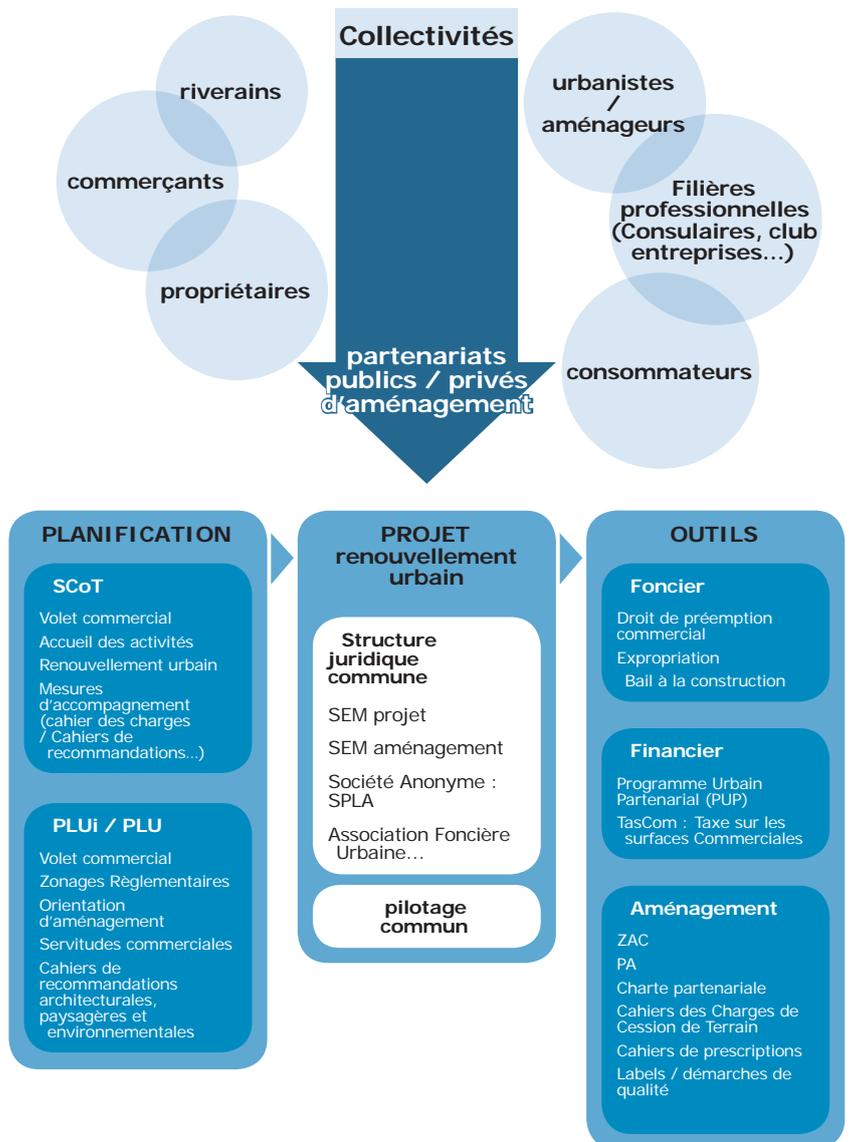
... dans une logique d'attractivité commerciale...

Ces orientations fortes ne peuvent être réalisées sans une réflexion sur l'activité commerciale. Ainsi certains dysfonctionnements peuvent être résolus en apportant une lisibilité plus grande de l'offre commerciale. Cela passe par exemple par une réorganisation commerciale, que privilégie le regroupement de cellules commerciales en fonction de leur typologie d'activité.

... à travers des chartes urbaines, paysagères et commerciales partagées

L'objectif pour chaque site identifié sera donc de travailler sur un cahier des charges fixant des prescriptions et des recommandations sur les aspects architecturaux, paysagers et environnementaux (hauteur, frontalité, déplacements internes, végétalisation, bâtiments HQE) au sein d'une organisation commerciale repensée susceptible de s'engager dans des projets globaux sur le court, moyen et long terme.

Ceci pourrait être complété d'un plan de déplacement identifiant et hiérarchisant les liaisons douces, les transports collectifs, les liens sécurisés et les divers stationnements.



Les ateliers de Toulouse aire urbaine

A destination première des élus et de leurs services opérationnels, les ateliers de Toulouse aire urbaine constituent une opportunité d'échange et de partage sur les pratiques en matière d'aménagement, d'urbanisme et de mise en œuvre des politiques publiques.

Des spécialistes locaux ou nationaux viennent exposer l'état de leurs connaissances, réflexions et pratiques sur les questions traitées par l'atelier.

In fine, l'enjeu est bien « d'éclairer les territoires » sur le bon usage des procédures et outils à disposition, dans la perspective de constituer des modes opératoires performants au service d'objectifs partagés.