

CCTP

Cahier des Charges

**Assistance à la maîtrise d'ouvrage dans la mise en œuvre de la
saison 2 de l'expérimentation « Sobriété et urbanisme commercial,
changement de regard » de l'ADEME**

Créer les liens entre Urbanisme commercial et enjeux de sobriété

Augmenter l'attractivité des territoires, tout en diminuant les émissions de GES et l'impact environnemental (sol,
matière...) des activités marchandes.

Consultation en procédure adaptée

Marché forfaitaire

Référence consultation : 2025MA000225

Direction : DAAT

Service : Pôle Aménagement des villes et territoires

Rédaction : David CANAL

Table des matières

1	Eléments de contexte.....	3
1.1	Les actions de l'ADEME.....	3
1.2	Contexte de la mission	3
1.2.1	Le paradigme de la sobriété à l'ADEME.....	3
1.2.2	Sobriété des projets d'aménagement commerciaux.....	4
1.3	Avancée de la Saison 1 « Changement de regard sur l'urbanisme commercial ».....	7
2	Les attentes de l'ADEME vis-à-vis de la prestation à réaliser - Saison 2.....	10
2.1	Etape 0 Préalable : Constitution et Animation d'un nouveau comité de suivi : Institutions/Universités/Professionnels/collectivités.....	11
2.2	Etape 1 : Choix des collectivités accompagnées et préparation des supports.....	13
2.2.1	Sélection de 5 nouvelles collectivités à accompagner via un AMI.....	13
2.2.2	Préparation des supports d'accompagnement	14
2.3	Etape 2 : Accompagnement des collectivités	16
2.3.1	Activation de données clefs en amont des visites de terrain :	16
2.3.2	Accompagnements individuels de collectivités sur les recommandations.....	16
2.3.3	Accompagnement collectif de l'expérimentation	18
2.3.4	Suivi de l'engagement dans l'expérimentation, impacts et indicateurs clefs.....	18
2.4	Etape 3 : Création d'un outil générique et valorisation.....	22
2.4.1	Un outil méthodologique pour les collectivités.....	22
2.4.2	Valorisation de l'expérimentation.....	24
2.5	Calendrier rapports et versements	25
2.5.1	Calendrier	25
2.5.2	Rapports à remettre.....	26
3	Pilotage de la prestation et profils recherchés.....	27
3.1	Encadrement et suivi.....	27
4	Annexes.....	28
4.1	Rapports d'exploration Agence Territoires circulaire (1 rapport Vacance + 1 rapport Sobriété)	28
4.2	Questionnement sur les usages : Méthodologie ADEME	29
4.3	Listes des sources de données ouvertes utilisées lors de la saison 1.....	30
4.4	Listes des outils identifiés lors de la saison 1	31
4.5	Le portail des ressources clefs identifiées lors de la saison	32
4.6	Les 30 recommandations de la saison 1.....	33
4.7	Les 6 fiches détaillées de la saison 1 (parmi les 30 recommandations)	35

1 Éléments de contexte

1.1 Les actions de l'ADEME

L'ADEME est l'opérateur de l'État pour accompagner la transition écologique et énergétique. C'est un établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC) placé sous la tutelle des ministères de la Transition écologique et de la cohésion des territoires, et de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation.

Afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale, l'ADEME met à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public ses capacités d'expertise et de conseil. Elle aide en outre au financement de projets, de la recherche à la mise en œuvre, et ce, dans les domaines suivants : la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, les économies de matières premières, la qualité de l'air, la lutte contre le bruit, la transition vers l'économie circulaire et la lutte contre le gaspillage alimentaire.

La présente consultation est portée par le Pôle Aménagement des Villes et des Territoires (PAVT) au sein de la Direction Adaptation, Aménagement et Trajectoires bas carbone (DAAT)

Le PAVT a pour mission de soutenir les acteurs de la planification et de l'aménagement en faveur de nouveaux systèmes territoriaux et urbains plus durables : sobres, faiblement émetteurs de GES, économes en ressources, adaptés au changement climatique et permettant une transition juste. Ses orientations se placent en cohérence avec la feuille de route décarbonation de l'aménagement et le manifeste français pour des villes et territoires durables. Ses actions traduisent la mise en œuvre de la Stratégie Urbanisme durable de l'ADEME qui vise à activer efficacement les leviers de l'urbanisme durable, de l'échelle de la planification urbaine à celle du projet urbain et de l'aménagement opérationnel, afin de décliner aux différentes échelles territoriales les objectifs de neutralité carbone à 2050 de la SNBC, d'adaptation au changement climatique du PNACC et de zéro artificialisation nette de la loi climat et résilience.

1.2 Contexte de la mission

1.2.1 Le paradigme de la sobriété à l'ADEME

La notion de sobriété n'a jamais été autant mise en avant que depuis les campagnes lancées lors de l'hiver 2023 encourageant les économies d'énergie. Terme utilisé à la fois à l'échelle individuelle et collective, la sobriété concerne de nombreux domaines comme la mobilité, l'alimentation, le numérique ou encore l'aménagement urbain, entre autres.

Dans son 6^{ème} rapport le GIEC emploie pour la première fois le terme de sobriété. Selon sa définition, il s'agit de mesures permettant à la fois d'éviter des demandes en énergie, matériaux, sols, eau, tout en assurant le bien-être des personnes. Dans sa définition le GIEC renvoie à la fois à des mesures de sobriété d'usage et de mesure de sobriété coopérative et en lien avec les infrastructures.

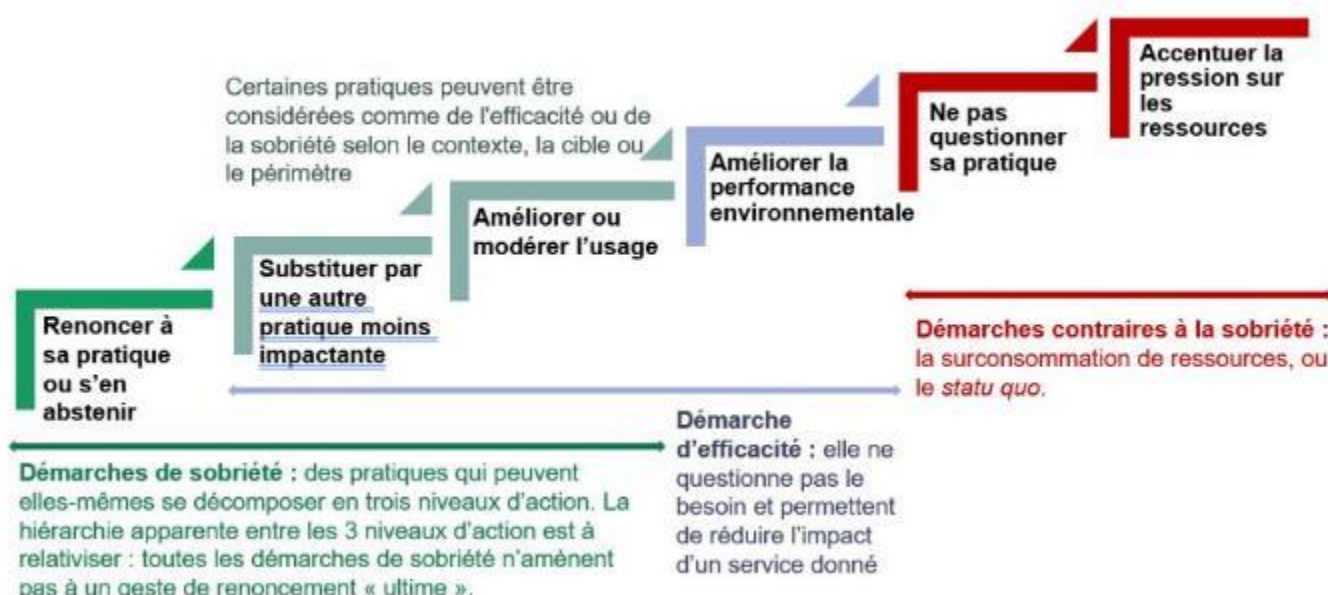
L'ADEME, sur la base de ses nombreux travaux et visions prospectives, a proposé une définition d'une « démarche de sobriété » en cohérence avec cette définition, pour une nécessaire mise à niveau du langage et pour que ce terme soit compréhensible et assimilable par le plus grand nombre, du grand public aux collectivités territoriales, en passant par les entreprises :

*« Dans un contexte où les limites planétaires sont dépassées, la **sobriété** est une démarche indispensable consistant à **questionner les besoins individuels et collectifs** pour y répondre en **respectant le vivant et les ressources finies**. Il s'agit de **réduire les consommations d'énergie, de matière** et les **émissions de gaz à effet de serre**, tout en gardant un objectif d'équité et d'intérêt général. Pour cela il est nécessaire d'opérer des changements de politiques publiques, d'organisation, des modes de production et de consommation et plus globalement de **mode de vie**. La sobriété est **complémentaire** à une démarche d'efficacité qui ne peut répondre à elle seule aux enjeux cités. »*

Cette définition est donc basée sur **3 piliers** :

- Le questionnement du besoin ;
- Le changement de comportement individuel et collectif ;
- Le respect du vivant et la diminution de la pression sur les ressources.

L'absence d'un seul de ces piliers conduit à s'éloigner de la notion de « **démarche de sobriété globale** ». Cette définition permet de mieux comprendre ce qui la distingue de la notion d'efficacité qui, elle, ne questionne pas forcément le besoin, le service, l'organisation ou le mode de vie. On peut ainsi proposer une grille d'analyse permettant de hiérarchiser les pratiques de sobriété et d'efficacité, des démarches fortement complémentaires.

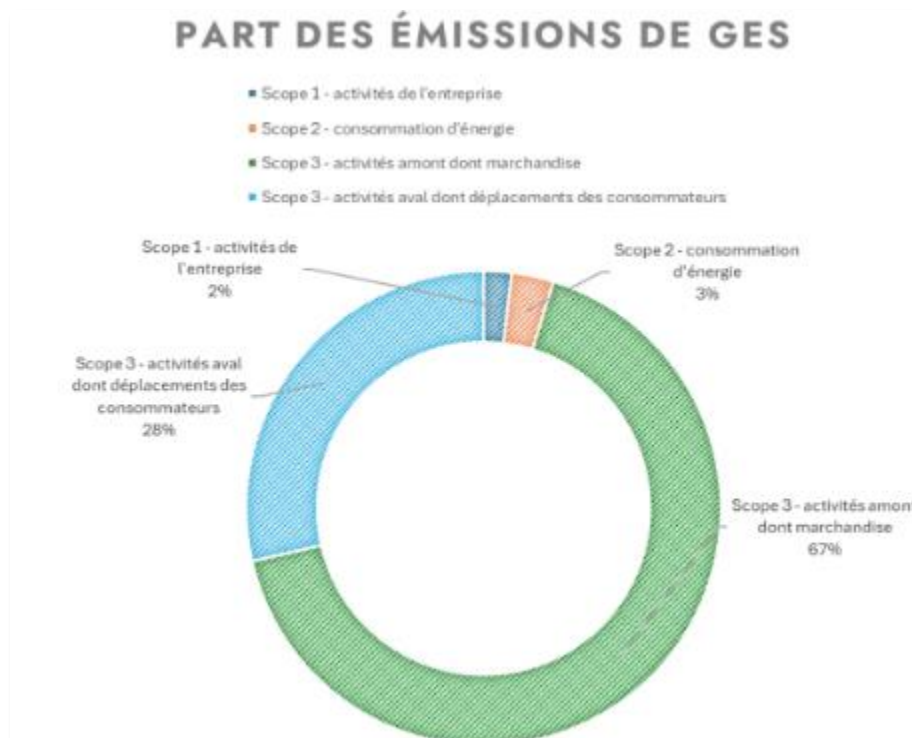


Source : Travaux du groupe interne « Sobriétés et Transition Écologique », ADEME 2024- Baptiste HARBONNIER/SCR

1.2.2 Sobriété des projets d'aménagement commerciaux

Appliquant la même logique à la conception d'un lieu de commerce, **questionner le besoin revient tout autant à questionner l'immobilier commercial et son impact foncier, que l'impact des activités marchandes, la logistique associée, les pratiques de consommation.** L'inscription dans une démarche de sobriété efficace pour un projet d'urbanisme commercial nécessite donc de prendre en compte les usages et l'origine et la conception des produits. La question est ainsi posée en ces termes : **comment les outils de l'urbanisme peuvent-ils concilier les enjeux liés aux lieux de commerce avec ceux liés à la marchandise dans un objectif de sobriété ?**

A titre d'illustration, selon le rapport [source page 14 Mc KINSEY](#), au niveau européen, **plus de 95 % des émissions de GES de la chaîne de valeur du commerce de détail et de gros relèvent des émissions indirectes SCOPE 3** (tout ce qui se passe en dehors de l'entreprise : fabrication , utilisation des produits vendus), pour autant les lieux de commerces se transforment en questionnant principalement les questions de sobriété foncières et les émissions directes notamment lié à l'énergie.(SCOPE 1 et 2)



Emissions de GES d'une enseigne marchande(Nota : ce schéma varie fortement d'une activité à l'autre (Alimentaire, non Al, GMS ...). Graphique Source : <https://territoirecirculaire.fr/>

Il ne faudrait donc pas limiter les impacts de l'urbanisme commercial à des questions foncières et immobilières, au risque d'omettre la grande majorité des impacts sur l'environnement et le climat.

Ces questionnements ont fait l'objet des travaux suivants de l'ADEME :

- 0- [Guide méthodologique « Impulser une politique de sobriété sur mon territoire »](#). :Il s'agit d'un outil méthodologique conçu pour accompagner les collectivités territoriales dans la mise en œuvre d'une politique globale de sobriété.
- 1- « Exploration des lieux de commerces : Enjeux de sobriété, indicateurs et solutions », menée par <https://territoirecirculaire.fr/> en 2023/2024 dans laquelle se dégage **les fondamentaux d'une nouvelle vision d'un urbanisme commercial plus sobre** mettant les usages (et usagers) au cœur des projets.
Disponible sur <https://experimentationsurbaines.ademe.fr/urbanismecommercial/presentation>
Une synthèse sous forme de visuel est également déposée en annexe.

Dans cette exploration le rôle des collectivités est appelé à évoluer, s'adapter notamment sur les axes de travail suivants :

- « 1. Plus de proximité : rapprocher l'offre des besoins (physiquement et symboliquement)
- 2. Une alimentation plus végétale (en magasin comme dans la restauration)
- 3. La matérialisation de la filière Seconde Main (durabilité de la conception à la réparabilité)
- 4. Une mise en commun des solutions (partage des données, des plans, des pièces détachées ...)
- 5. Pour un arrêt de l'omniprésence de la consommation dans nos paysages (et pour commencer la mise en avant d'une autre consommation) »

Source : Territoire Circulaire-« Exploration des lieux de commerce enjeux de sobriété » Avril 2025-

Bien que la totalité des actions liées à ces axes de travail ne relèvent pas uniquement des collectivités (ou de l'EPCI en charge), celles-ci exercent, dans le cadre légal de l'urbanisme et celui de leur compétence « *Politique locale du commerce et Soutien aux activités commerciales d'intérêt communautaire* » une influence et une maîtrise de l'implantation commerciale importantes sur leur territoire.

C'est sur cette base que l'expérimentation « changer de regard » a par la suite été lancée :

- 2- Une expérimentation (en cours) qui est menée depuis Novembre 2024 : « **Changer de regard sur l'urbanisme commercial** », avec la collaboration des services Consommation Responsable, le pôle Aménagement des villes et territoires de l'ADEME et le pilotage du cabinet d'Urbanisme "Territoire Circulaire" : <https://experimentationsurbaines.ademe.fr/urbanismecommercial/>.

Dans cette expérimentation, nous interrogeons notamment la mobilisation des données de l'urbanisme. Cela suppose aussi de questionner en amont les besoins et l'équilibre de l'offre commerciale sur un territoire ; c'est en principe l'**objectif de l'Article L752-6 du Code du commerce** qui implique de prendre en considération dans tout projet les aspects suivants :

La « consommation économe de l'espace », « L'effet sur l'animation de la vie urbaine », l'effet sur les flux de transport, la préservation ou à la « revitalisation du tissu commercial » existant, La « qualité environnementale » du projet, la « valorisation de filières de production locales ou encore « le taux de vacance commerciale » ; ...

Le cadre légal permet théoriquement aux collectivités d'exercer une influence déterminante sur les implantations commerciales ayant lieu sur leur territoire. Cependant les études d'impact restent difficiles à mettre en œuvre lors des appels d'offre aménageurs : en effet, les programmations commerciales sont souvent peu suffisamment détaillées, il n'y a pas ou peu d'affectation des cellules commerciales à des enseignes ou commerces connus au moment de la décision. Une démarche globale de sobriété nécessite donc de travailler en amont à l'échelle de la programmation urbaine, à l'échelle territoriale, afin que les projets d'aménagement opérationnels restent cohérents avec les trajectoires fixées par la collectivité et l'intérêt commun.

Source chapitre 1.2.2 : dossier documentaire science Po « villes et Territoires sobres vraiment ? » David CANAL, Mars 2025
<https://dossiers-bibliotheque.sciencespo.fr/index.php/villes-sobres/axe-2-villes-et-territoires-sobres-vraiment>

Ces 2 derniers travaux, spécifiques aux zones à dominante commerciale, réalisés entre 2024 et 2025 constituent le socle de la présente consultation.

1.3 Avancée de la Saison 1 « Changement de regard sur l'urbanisme commercial »

L'ensemble des avancées de l'expérimentation saison 1 en cours sont mises à jour sur le site dédié :

<https://experimentationsurbaines.ademe.fr/urbanismecommercial/>

A partir du décryptage de la situation de 3 collectivités sur 6 terrains d'expérimentation et de nombreuses interviews et visites/observations de terrains, **cette expérimentation saison 1 permet de dégager des recommandations (30 fiches de recommandations dont 8 fiches détaillées)** à destination des acteurs sur la manière de questionner les projets d'urbanisme commercial au regard de la sobriété.

La formulation des recommandations a été réalisée en plusieurs étapes :

Etape 1 : Récolte des données

- Entretiens avec acteurs institutionnels, issus du commerce et de l'ESS (+ de 70 entretiens)
- Sorties de terrains au cœur des 3 collectivités pilotes (10 sorties de terrains)
- Diagnostics de territoires réinterrogés sous le prisme de la sobriété

Etape 2 : Construction des recommandations

- Analyse des résultats obtenus pour identifier les enjeux clefs et création de 6 personas afin d'ancrer les réflexions dans des besoins réels
- Brainstorming et élaboration d'un parcours de 30 recommandations en 6 étapes ayant pour objectif de proposer un cheminement vers un horizon souhaitable
- Arbitrage en comité de suivi permettant l'émergence 8 recommandations lauréates

Etape 3 : Élaboration des 8 fiches détaillées

- Proposition de fiches détaillées par recommandation lauréate cherchant à analyser les enjeux, objectifs et démarches de réalisation ainsi qu'à faire émerger les retombées positives sur les territoires.
- Chacune des fiches a été relue par les expert.es du sujet de l'ADEME afin d'en approfondir les perspectives

Etape 4 : Déclinaison de 4 ou 5 recommandations par territoires sur le modèle des fiches détaillées

- Recueil des retours des territoires concernés.

Ces recommandations proposent d'intégrer des sujets parfois jugés éloignés de l'urbanisme commercial en repensant le rôle du commerce, on peut les décliner en 6 étapes :

- Etape 1 : (Re) Penser l'avenir du commerce sur son territoire

Constats : Des implantations commerciales parfois mal maîtrisées, des effets déstructurants pour l'activité locale.

- Etape 2 : Enrichir les connaissances et les observations

Constats : Des données essentielles non-«OPEN SOURCE» et une méconnaissance /manque de visualisation des données ouvertes disponibles.

- Etape 3 : Former les acteurs.rices

Constats : Une sectorisation des enjeux qui conduit à un manque de vision globale, une perte d'ambition dans les objectifs sociaux/environnementaux.

- Etape 4 : Repenser la place de la publicité

Constats : Omniprésence de l'impératif de consommation dans nos vies et paysages, rendant difficile l'inscription du commerce dans un objectif de sobriété.

- Etape 5 : Repenser la réglementation et l'opérationnel

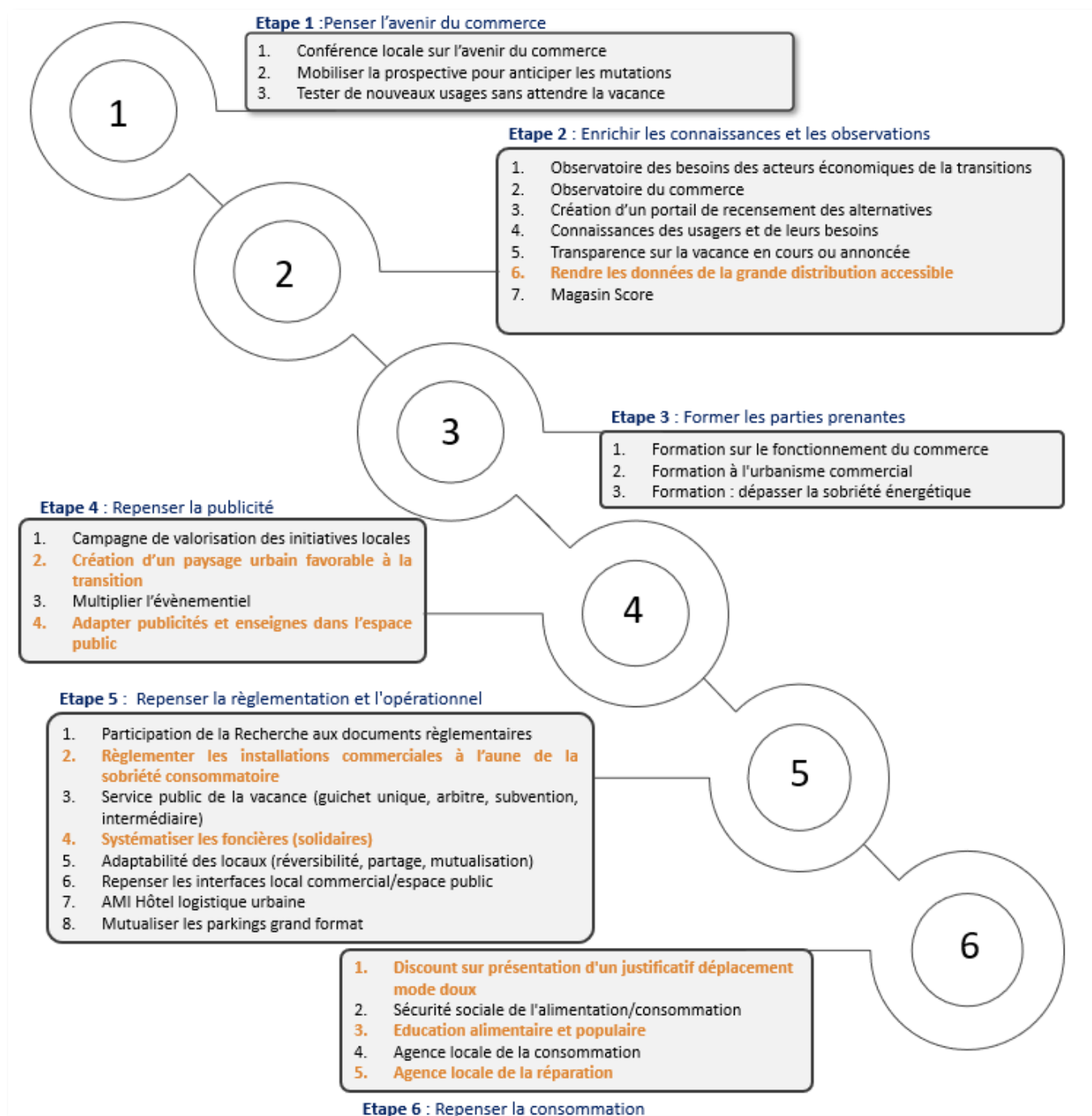
Constats : Des questions de sobriété globales (SCOPE3) peu intégrées dans les dispositifs.

- Etape 6 : Repenser la consommation et les usages

Constats : Peu d'intégration des alternatives existantes d'intérêt local dans les grands formats commerciaux et un travail sur les usages à renforcer.

Les objectifs des recommandations sont expliqués dans le CR du comité de suivi N°02 de l'expérimentation et 6 recommandations sont détaillées en annexe de la présente consultation.

Et téléchargeable sur : <https://experimentationsurbaines.ademe.fr/urbanismecommercial/presentation/>



Sources : Les 30 recommandations, dont 8 détaillées, ADEME/Territoire Circulaire. Juillet 2025

Au vu du bilan positif de cette première saison, l'ADEME souhaite à présent lancer une saison 2 de l'expérimentation « sobriété et urbanisme commercial » coconstruite avec un comité de suivi élargi et en se nourrissant des enseignements et résultats de la saison 1. L'objectif sera notamment d'approfondir 5 recommandations pour chaque lauréat et leur mise en œuvre opérationnel.

2 Les attentes de l'ADEME vis-à-vis de la prestation à réaliser - Saison 2

L'objectif de la prestation est de préparer et suivre la saison 2 de l'expérimentation « Sobriété et urbanisme commercial, changement de regard » en **accompagnant 5 collectivités volontaires pour étudier et mettre en œuvre dans leurs actions et politiques 5 recommandations issues de la saison 1 « pour un urbanisme commercial plus sobre »** et ainsi **porter un regard nouveau sur l'attractivité de leur territoire en intégrant les enjeux de sobriété globaux**, sur la base des enseignements de la saison

Un prévisionnel de 5 recommandations « à travailler » sera donc prévu pour chaque collectivité.

Les collectivités bénéficieront d'un accompagnement technique via l'AMO financée par l'ADEME qui fait l'objet de la présente consultation et devront confirmer par écrit : leur intérêt pour la démarche présentée, le(s) points de contacts des pilotes à solliciter, leur disponibilité pour participer aux échanges techniques, réunions, validations des documents et pour accueillir les visites de terrain. A noter : il n'est pas prévu d'aide financière directe aux collectivités dans le cadre de la présente consultation.

Cet accompagnement s'appuie notamment sur l'activation des données ouvertes : qualité de l'offre commerciale, gisements fonciers, identification filières locales ...

La prestation à réaliser s'accompagnera ainsi d'un travail de préparation des supports, d'animation d'un comité de suivi, de capitalisation, d'approfondissement des outils et de valorisation qui font partie intégrante de l'expérimentation.

L'ensemble des productions, validées au préalable avec les collectivités, seront publiées par l'ADEME sur le site <https://experimentationsurbaines.ademe.fr/urbanismecommercial/> et sur la Librairie de l'ADEME.

Les prestations à réaliser sont détaillées ci-dessous de l'étape préalable 0 à l'étape de valorisation 3.:

2.1 Etape 0 Préalable : Constitution et Animation d'un nouveau comité de suivi : Institutions/Universités/Professionnels/collectivités.

La saison 1 a permis de constituer un premier comité de suivi de l'expérimentation réunissant une grande diversité de profils en lien avec l'urbanisme et compte tenu des différents enjeux abordés. Ce comité s'est réuni 2 fois en 2025 et a permis de sélectionner les recommandations finales.

Les personnes suivantes ont été intégrées au comité de suivi de la Saison 1 :

Thomas Charrier, Urbaniste : Territoires circulaire, Rédacteur du rapport Sobriété et urbanisme commercial

Charlie Brocard, chercheur sur les questions liées à l'alimentation : IDDRI

Paul Citron, Urbanistes indépendant, Ville solidaire et urbanisme de transition(s)

Arnaud Gasnier Professeur des universités en aménagement de l'espace et urbanisme : Université Le Mans

Samuel Deprez Professeur des universités en aménagement de l'espace et urbanisme : Université Le Havre

Louise Eymard/Annabelle Boutet, ANCT fabrique prospective entrée de ville

Yann Clerc, DGA de la ville de Grasse

Alizée Marceau, Co-animatrice Alliance ALTAA ; Transitions agricoles et alimentaires ALTAA

Anna Seignovert, DGALN DHUP /Bureau Urbanisme et Paysage (UP3)

Pour la saison 2 L'objectif sera d'organiser des temps d'échange pour préparer l'accompagnement des futures collectivités à accompagner.

Il sera prévu un renforcement des échanges au sein d'un nouveau comité de suivi à constituer et un élargissement des acteurs impliqués afin de faciliter l'enrichissement de l'expérimentation et créer des liens avec les autres dispositifs d'accompagnement.

Les nouveaux partenaires suivants sont envisagés :

- 1- CEREMA : Mission Economie, Transition et Territoire (DTecTV) point de contact Nicolas.Gillio@cerema.fr
- 2-FNAU pour impliquer une agence d'urbanisme active sur ces questions comme l'AURAV par Exemple, (<https://www.fnau.org/fr/publication/cahiers-du-commerce-point-sur-les-zones-commerciales-et-les-grands-commerces>)
- 3- France Villes et Territoires Durables pour l'organisation d'un atelier territorial dédié et l'identification de collectivités ; point de contact sebastien.maire@francevilledurable.fr
- 4- DGALN Bureau AD4/AD5 pour faciliter la mise en lien avec les dispositifs d'accompagnement de l'Etat ; points de contact corentin.charieau@developpement-durable.gouv.fr; camille.madoire-rouzard@developpement-durable.gouv.fr
- 5- DGE (Pôle aménagement commercial), Pour les échanges sur le cadre légal ; point de contact jean-victor.michel@finances.gouv.fr

Et en complément un rapprochement avec les dispositifs ou entités existants sera prévu

- 1- Plan de transformation des Zones Commerciale dit « PTZC » : comment le dispositif peut s'inspirer du changement de regard porté dans l'expérimentation, proposer la mise en place de nouveaux critères pour accompagner les futurs lauréats... point de contact : Paul.GIGOT@anct.gouv.fr; Christelle.BREEM@anct.gouv.fr
- 2- Universités : L'ADEME prévoit notamment l'accompagnement d'une thèse universitaire à partir de la rentrée 2026 :

« La frugalité comme paradigme social et urbanistique : une voie nécessaire pour repenser la relation entre commerce, consommation et territoire à l'aune de la sobriété » pilotée par l'université **Le Havre Normandie**.

Il est prévu lors de cette thèse une relecture des cadres opérationnels et réglementaires qu'il conviendra de croiser avec les terrains des 5 collectivités de l'expérimentation. Il en est de même sur le croisement des méthodologies. Pour les croisements avec les universités membres du COPIL, l'expérimentation se calera avec l'agenda universitaire.

- 3-Le groupe de travail FNAU <https://www.fnau.org/fr/club/club-urbanisme-commercial/>
- 4- France ville et territoires durables qui anime des ateliers territoriaux : <https://francevilledurable.fr/>
(Pour faire le lien avec des candidatures de collectivités ou coorganiser un des ateliers collectifs)

En conclusion les rôles du comité de suivi seront :

- Nourrir par l'expertise de ses membres l'expérimentation, orienter les livrables
- Participer à la sélection des lauréats de l'AMI et du panel de recommandations à approfondir
- Proposer des liens à réaliser entre l'expérimentation et les autres dispositifs existants (de la recherche à l'opérationnel en passant par le financement d'opération.)
- Le cas échéant : identifier qui pourrait prendre en charge une brique utile pour l'expérimentation, non traitée dans le cadre du présent marché.

Livrables Etape 0 :

- Réalisation d'entretiens téléphoniques/visio auprès des nouveaux acteurs à impliquer, (Nota : une présentation de l'expérimentation a été réalisée en 2025 auprès des acteurs hormis FNAU), il sera proposé d'autres acteurs clefs en veillant à équilibrer les profils (universités, professionnels, institutions...)
- Note de constitution du nouveau comité de suivi présentant de façon synthétique, les intérêts à participer, les rôles et contributions attendus, les forces pour l'expérimentation
- Animation durant l'expérimentation des réunions du comité de suivi : réunions en distanciel : Compte rendu.

Phase de préparation Etape 1 : 1 réunion du comité (avec jury de sélection)

Phase d'accompagnement Etape 2 : 2 réunions / ans soit 3 réunions du comité

Présentation au comité des résultats finaux : Etape 3 : 1 réunion du comité

Soit au total 5 réunions sur la durée de l'expérimentation qui permettront de recueillir et analyser les recommandations des membres via les CR de réunion.

Le prestataire pilotera l'organisation et l'animation de ces réunions, construira le déroulé et les supports de présentation en concertation avec l'ADEME qui validera l'ensemble des productions.

2.2 Etape 1 : Choix des collectivités accompagnées et préparation des supports

2.2.1 Sélection de 5 nouvelles collectivités à accompagner via un AMI

Sur cette première phase, il s'agira d'accompagner l'ADEME dans le lancement d'un l'AMI Sobriété Commerces correspondant à cette deuxième saison en tenant compte des enjeux identifiés par les partenaires de l'ADEME au sein du comité des acteurs (Etape 0).

Pour accompagner l'ADEME dans l'élaboration de l'AMI, il est attendu, dans un premier temps, que le prestataire coanime avec l'ADEME un brainstorming auprès des partenaires.

Ce brainstorming en distanciel devra permettre à l'ADEME de dresser un format de candidature et de contenu pour l'AMI.

Recommandations ADEME pour le choix des collectivités :

Sans être nécessairement titulaire de la compétence « Commerce » de la loi NOTRe attribuée aux EPCI :

- 0- Chaque collectivité accompagnée devra être pilote d'un ou plusieurs projets d'aménagement en cours ou à venir (de type linéaire périphérique et/ou redynamisation centre-ville/village) et d'une stratégie plus globale en cours.
- 1- Le niveau de maturité des projets à accompagner sera donc différent.
- 2- Le panel de collectivités permettra de couvrir des enjeux variés (périphérie/centre), des dynamiques commerciales variées (dynamique, déclin...) et des tailles variées de communes.
- 3- Les cas d'étude ne devront pas aborder uniquement les questions traditionnelles de l'urbanisme commercial, foncières immobilières ou énergétiques et réinterroger le rapport à la marchandise, la consommation, la mobilisation des ressources du territoire, le questionnement des usages... tel que décrit dans les recommandations de la saison 1 en annexe. Il n'est pas nécessaire de couvrir l'intégralité des 30 recommandations de la saison 1, mais on s'attachera à une diversité de recommandations dans les 6 étapes.
- 4- **Chaque collectivité devra s'engager activement dans la co-construction de certaines briques de l'expérimentation, voir le portage d'une recommandation à détailler en particulier. La question qui leur sera posée au moment de l'AMI est « Quelle recommandation vous concerne plus particulièrement ? Qu'êtes-vous prêt à faire/porter pour l'expérimentation ? Comment ? »** Cette participation active de la collectivité, via un AMO local le cas échéant, est un incontournable de la réussite de l'accompagnement proposé.

Les recommandations du comité de suivi permettront d'orienter des collectivités motrices sur ces questions vers l'AMI, définir un panel de problématiques à traiter, le cas échéant des synergies sur les cas d'étude pourront ainsi être envisagées **en complémentarité** avec des dispositifs d'autres partenaires.

L'AMI sera mis en ligne par l'ADEME sur sa plateforme « innover pour la transition écologique » :

<https://www.innoverpourlatransitionecologique.fr/fr/challenges/expe-urba-sante/>.

Le prestataire sera muni d'un compte modérateur et devra renseigner les candidats dans les meilleurs délais jusqu'à la clôture de l'AMI.

Après analyse des candidatures reçues le prestataire accompagnera l'ADEME dans l'organisation d'un jury de sélection restreint (au sein de la Communauté étape 0), ce jury se déroulera en distanciel.

Livrable étape 2.2.1

- Projet de texte d'AMI en 2 pages définissant les critères et profils de terrains d'expérimentation recherchés ;
- Format type de candidature (courrier d'engagement type de la collectivité, description des terrains d'expérimentation et leur périmètre, Fiche de questionnaire type des collectivités pour pré-identifier les recommandations à travailler, ...)
- Compte rendu du jury de sélection
- Fiche synthétique d'identification de chacune des 5 collectivités retenues comprenant :
L'identification des caractéristiques et enjeux
Une liste (prévisionnelle de 5 recommandations) des axes de travail possibles et organigramme des services à jour.
- A récupérer auprès de chaque Lauréat : lettre d'engagement signée de l' élu en charge, avec liste des contacts à jour des interlocuteurs, informés de l'expérimentation, et prêts à répondre aux sollicitations et nom du pilote en charge du suivi de l'expérimentation (responsable de service, responsables opérationnels...)

2.2.2 Préparation des supports d'accompagnement

L'objectif de cette étape sera de préparer des supports d'accompagnement des collectivités sur la base des recommandations de la saison 1 jointes en Annexe.

La préparation des supports doit s'envisager au regard de l'objectif final de l'accompagnement des collectivités : rendre opérationnelles, pour chaque projet des territoires retenus, les recommandations pertinentes en répondant aux questions suivantes :

- Comment rendre opérationnelles les recommandations issues de la saison 1 sur un territoire donné ?
- Est-il possible de territorialiser les préconisations sur les terrains d'étude de la collectivité, si oui lesquelles ?
- Comment replacer les préconisations dans la temporalité, de la stratégie à l'opérationnel ?
- Quels documents contractuels doivent être mobilisés ?

En identifiant précisément les rôles des acteurs concernés :

- Qui pilote la recommandation au sein de la collectivité, quels services ?
- Qui a un pouvoir d'influence sur la recommandation ?
- A quelle étape doit-elle être mise en œuvre ?
- Quels sont les documents de planification ou contractuels concernés ?

Le prestataire devra ainsi rédiger une note (synthétique de 3 ou 4 pages) permettant de replacer l'ensemble des recommandations de la saison 1 dans un projet de territoire pour les 5 territoires, de la prospective territoriale à l'échelle opérationnelle, en passant par la planification et la programmation urbaine. Elle viserait à conserver l'ambition initiale de sobriété de l'aménagement commercial jusqu'à la mise en œuvre opérationnelle*.

Pour les recommandations qui ne relèveraient pas directement de la compétence des collectivités accompagnées, il sera étudié **le facteur d'influence que la collectivité peut exercer sur les acteurs clefs plus directement concernés** (notamment sur les enseignes et leur émissions issues de leurs activités directe et indirecte).

Cette première note servira de base aux outils développés à l'issue des retours de la saison 2 ; Cf. chapitre 2.4.1

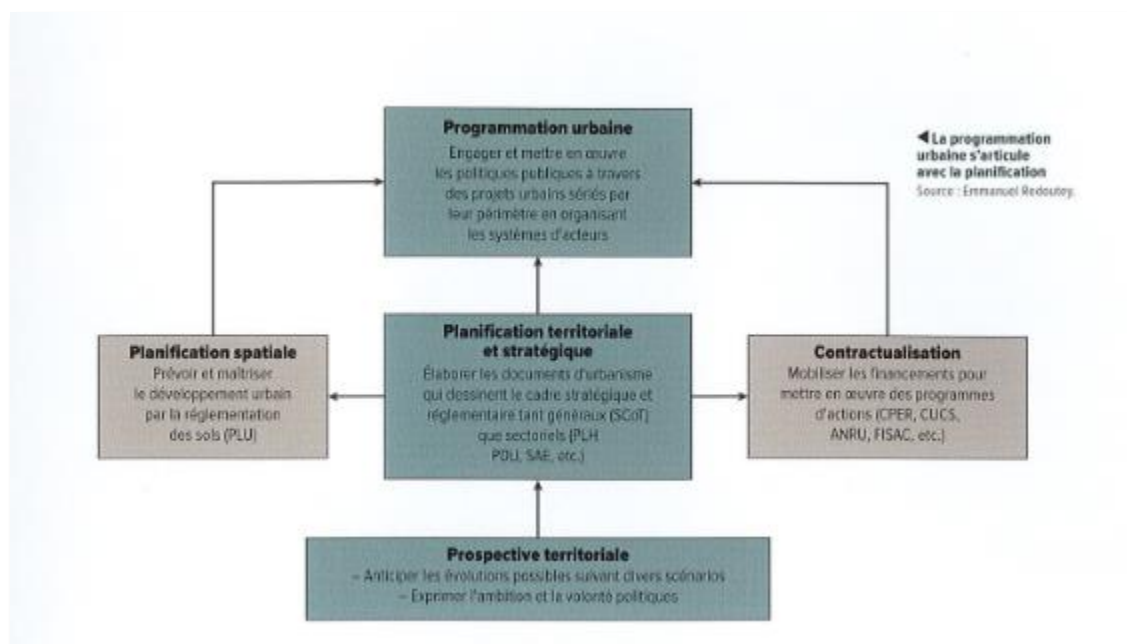
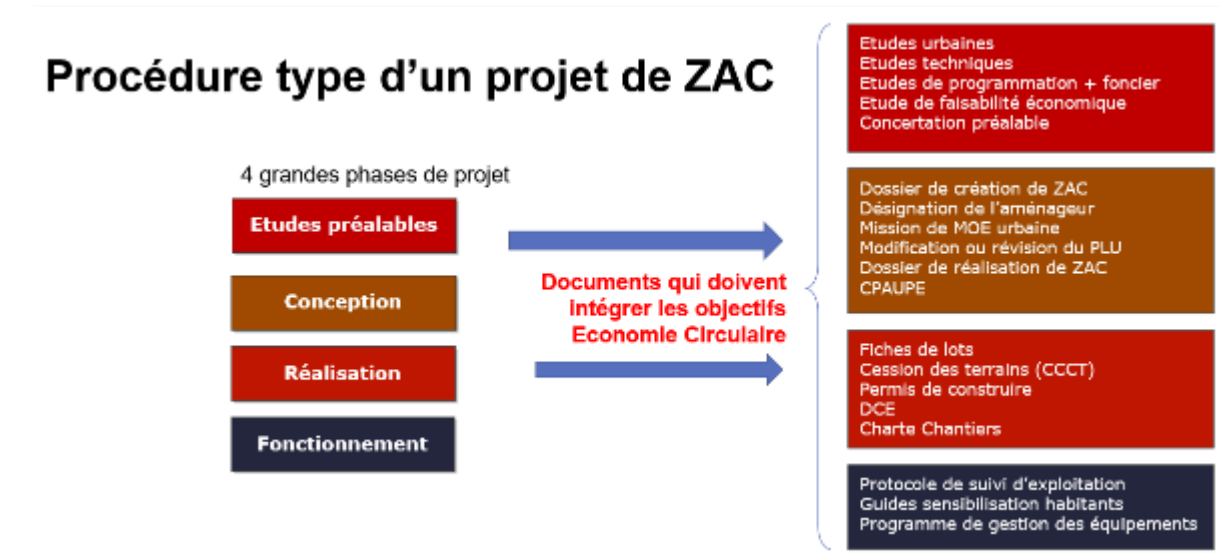


Illustration Prospective Programmation : source, livre « programmation Urbaine » Edition Le moniteur 2021



*Exemple de chaîne de documents contractuels lors d'une création de ZAC, source Guide « Economie circulaire et urbanisme : « Une démarche, des Outils pour construire son projet » ADEME 2022.

Liste des recommandations saison 1 déposée en annexe :

<https://experimentationsurbaines.ademe.fr/urbanismecommercial/presentation/>

Livrables étape 2.2.2

Grille de questionnaire type des projets à destination des collectivités, déclinant les recommandations en 6 étapes de la saison 1, les pistes de travail en distinguant les parties « stratégies » et « opérations ».

Note et Fresque de Positionnement sur les recommandations dans le déroulé d'un projet d'aménagement.

Listes (à tenir à jour) des données d'entrée fournies par la collectivité (études existantes, documents réglementaires ...) avec calendrier des échéances réglementaires (notamment mise à jour des documents d'urbanisme)

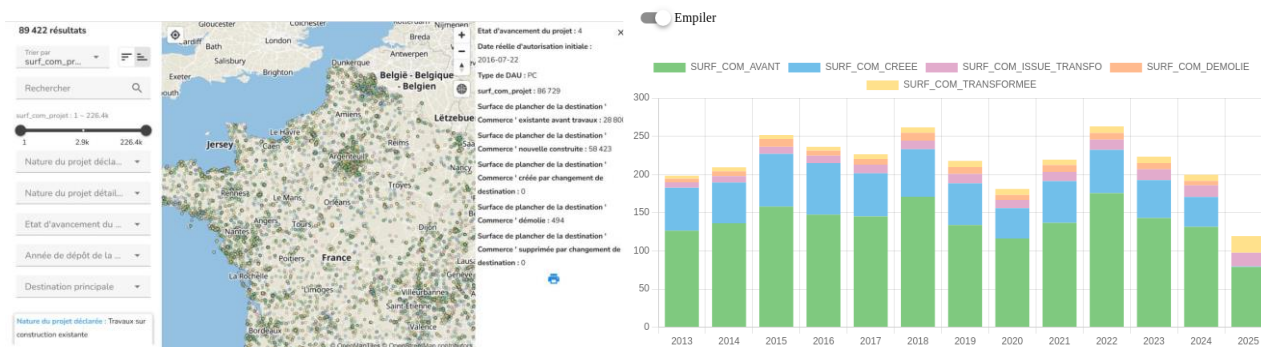
Première déclinaison des 5 recommandations pertinentes par collectivité (cf. Approfondissement chapitre suivant)

2.3 Etape 2 : Accompagnement des collectivités

2.3.1 Activation de données clefs en amont des visites de terrain :

Pour une intervention efficace et la moins chronophage possible pour les collectivités engagées, un travail préparatoire sur les spécificités locales sera réalisé en étudiant les données pertinentes en amont (CEREMA, INSEE, BANCO, CARTECO, CITADEL, ESS France...)

En utilisant notamment l'outil de datavisualisation développé lors d'une précédente exploration:
<https://opendata.koumoul.com/applications/sitadel-locaux>



Exemple visualisation KOUMOUL, Tc. 2024

Les listes des sources de données interrogées et outils utilisés lors de la saison 1 sont déposés en annexe à titre d'exemple. Le prestataire visera à mobiliser des sources de données locales également.

Nota : Le travail demandé consiste à contextualiser les recommandations « Sobriété » sur le projet de chaque territoire retenu : il ne s'agit pas de réaliser un diagnostic approfondi de chacun des terrains de l'expérimentation, mais de s'appuyer sur les données existantes pour permettre une première appropriation du territoire et ses terrains d'expérimentation (l'approfondissement étant réalisé au fil de l'accompagnement)

Livrable 2.3.1 :

Fiche état des lieux synthétique des collectivités sur la base de l'exemple joint en annexe de la saison 1 sur les 3 territoires (Le HAVRE, CAEN, LE MANS) : « carte d'identité » d comprenant :

- Contexte démographique et social, contexte économique, contexte règlementaire locale, Localisation et dynamique commerciale, dynamiques et projets déjà engagés, Arbitrages et parties prenantes engagées, listes des projets en cours ...
- identification d'un périmètre « Terrain d'expérimentation » pertinent pour chaque collectivité.
- Première **Identification de 5 recommandations prioritaires en 6 étapes à travailler avec chaque collectivité** (les critères de « priorité » : facilité de mise en œuvre des recommandations, moyens humains disponibles de la collectivité, criticité, enjeux locaux...seront arbitrés en concertation avec le comité de suivi)

2.3.2 Accompagnements individuels de collectivités sur les recommandations

L'objectif sous-jacent de cet accompagnement est de réinterroger la stratégie et le rôle en phase plus opérationnelle de la collectivité au regard des enjeux de sobriété globaux.

Cet accompagnement s'appuiera sur la mobilisation de la documentation locale, les règlements et documents d'urbanisme locaux (DAACL le cas échéant), **par une immersion au sein des collectivités, par des rencontres avec les collectivités, des visites de terrain, des rencontres avec les acteurs locaux clefs...**

Il sera étudié par exemple, en fonction des recommandations retenues, l'offre commerciale de la zone, les besoins, atouts et ressources du territoire, les gisements fonciers disponibles, l'identification filières locales, ...

Ce travail suivra la trame des 6 étapes proposées en saison 1.

A partir du travail préparatoire 2.2., l'objectif de l'accompagnement sur la durée sera ainsi de répondre aux questions suivantes pour chacune des recommandations faisant l'objet d'une priorité :

- Qui peut piloter la recommandation au sein de la collectivité, quels services ?
- Qui a un pouvoir d'influence sur la recommandation ?
- Quels sont les documents de planification ou contractuels concernés ?
- A quelle étape et comment peut-elle être mise en œuvre ?
- Sur quel périmètre ?

Méthodologie :

L'accompagnement technique et méthodologique individuel se matérialisera par la mise à disposition d'experts adaptés aux recommandations traitées par la collectivité (tout en gardant la compétence sur la trame globale « Sobriété » des 6 étapes) :

- Pour la réalisation d'entretiens et rencontres avec les 5 collectivités lauréates et les visites ou sorties (sur les terrains d'étude), il sera prévu 5 journées d'immersion au total par collectivité pour aller notamment à la rencontre des acteurs clefs des terrains d'expérimentation (en fonction des recommandations retenues comme pertinentes). L'objectif étant d'ajuster les visites et rencontres au contexte local.
- Il sera prévu ensuite des contacts réguliers à distance tout au long de l'accompagnement ainsi qu'un retour en fin d'accompagnement pour présenter les recommandations finales opérationnelles aux collectivités.

Au total il sera prévu 15 Jours hommes par collectivité.

Il est attendu que le prestataire désigne un point de contact unique pour les collectivités qui assurera l'animation, la communication, la centralisation des expertises : ce rôle est particulièrement important pour maintenir la dynamique de travail avec chaque collectivité volontaire.

Livrable 2.3.2 :

Pour chaque collectivité :

- CR des sorties de terrains, entretiens réalisés et enseignements.
- Un rapport pour mise en œuvre opérationnelle des recommandations pertinentes comprenant les chapitres suivants :
- Identification et description des problèmes « d'ébriété » des zones concernées (Et caractérisation en termes d'urgence de criticité)
- Retombées possibles pour la collectivité liées à la mise en œuvre des recommandations « EXPE » de sobriété ; il conviendra d'explicitier les valeurs ajoutées des changements proposés en utilisant par exemple les 4 catégories proposées par : Source : <https://media.bain.com/elements-of-value/#> ou autres (attractivité territoriale, bien être, Alignement politique environnementale, etc.)
- Fiche de synthèse des propositions pour mise en œuvre opérationnelle (suivant les questionnements ci-dessus, chapitre 2.2.2)
- Intégration opérationnelle des recommandations dans le corpus réglementaire local existant, avec calendrier.

2.3.3 Accompagnement collectif de l'expérimentation

Le candidat proposera dans son offre les modalités de l'animation qu'il envisage pour accompagner collectivement les porteurs de projets de l'expérimentation. **Une attention particulière sera portée au caractère innovant et créatif de l'animation. Des méthodes permettant de « faire communauté » pour resserrer les liens entre porteurs de projets devront être proposées.**

Bien que l'animation vise principalement les 5 lauréats de la 2ème édition, elle intégrera pour information et recueil des recommandations les 3 collectivités de la saison 1 et le cas échéant 1 ou 2 partenaires volontaires du comité de suivi.

Une fois les 5 lauréats sélectionnés par le jury de sélection de l'expérimentation, il sera prévu pour les 5 lauréats, indépendamment du comité des partenaires à minima :

1- 3 Webinaires de travail collectifs en distanciel

- Webinaire de démarrage : Juin 2026
- Webinaire intermédiaire : Janv. 2027
- Dernier webinaire : Janv. 2028

2- 3 journées de travail collectif en présentiel (pour environ 10 à 20 personnes)

- Atelier de travail N°01 à Paris, incluant un temps de travail sur les recommandations : Sept 2026
- Atelier de travail intermédiaire N°02 qui devra avoir lieu dans un des territoires lauréats avec visite : Juin 2027
- Atelier de restitution N°03 et présentation des outils à Paris ou toute autre ville volontaire et accessible en TGV : Mars 2028

Pour organiser les journées en présentiel, le prestataire devra travailler en étroite collaboration avec le comité de suivi pour :

- Élaborer le programme et l'animation de ces temps forts ;
- Proposer les intervenants /interventions
- Déterminer le lieu et la date de l'événement. Pour cela, il sera intéressant d'étudier les synergies pertinentes entre cet événement et ceux des partenaires de l'ADEME ;

Le prestataire pilotera l'organisation logistique et l'animation de ce temps d'échange, construira le déroulé et les supports de présentation : Les tiers lieux, locaux associatifs, bureaux mutualisés, bureaux de l'ADEME ou d'un membre du COPIL, seront privilégiés pour accueillir ces 3 journées de travail.

Les frais de location de la salle (20 personnes maxi), le déjeuner et les pauses-café sont exclus de la présente consultation

Livrable 2.3.3 :

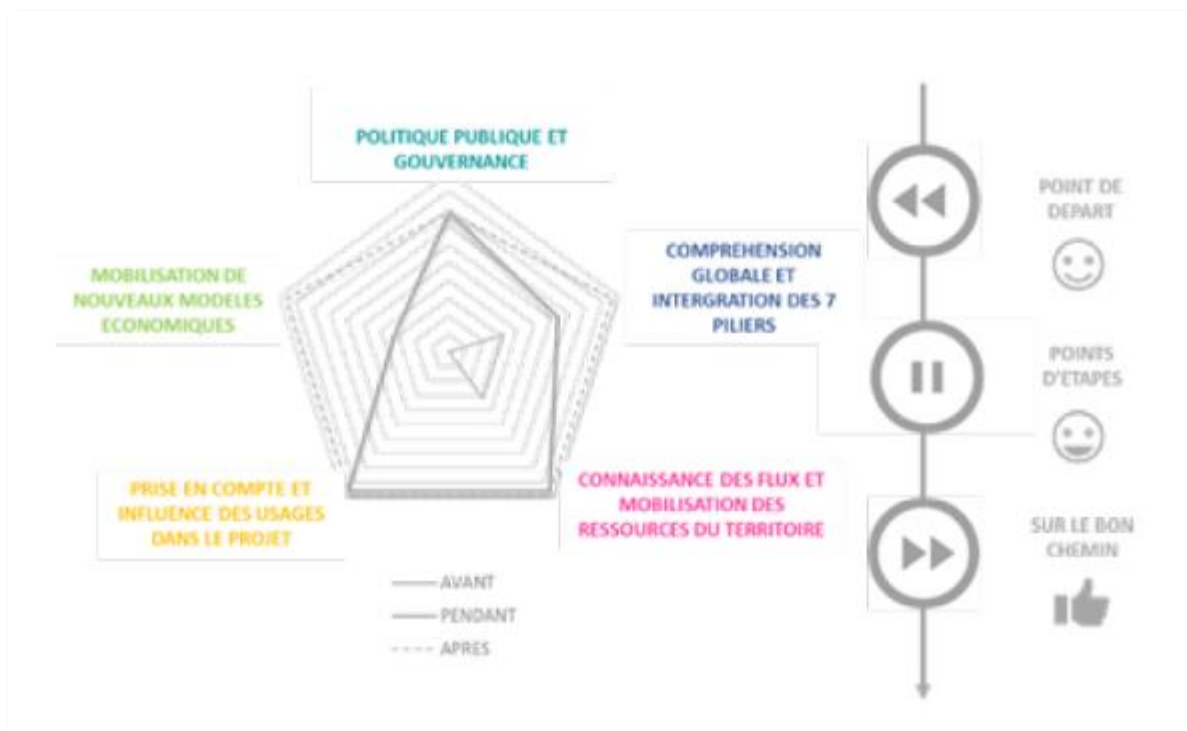
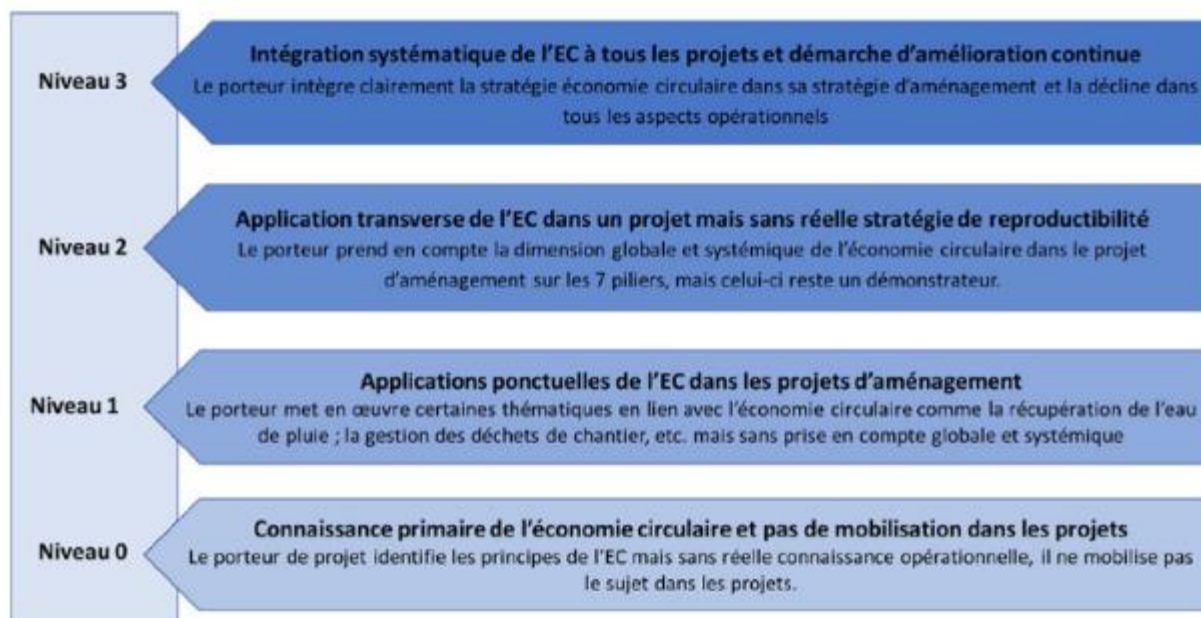
- Ordre du jour et CR des réunions de travail
- Tableau d'animation en ligne (Klaxoon...) ou autre support d'animation créatif.
- Nouvelles fiches détaillées de recommandations.
- Mise à jour régulière des fiches territoires préparées lors de l'étape 1

2.3.4 Suivi de l'engagement dans l'expérimentation, impacts et indicateurs clefs

Le prestataire prévoira une méthode simple de mesure d'impact de la politique sobriété appliquée aux projets commerciaux de territoire des collectivités, de la stratégie à l'opération permettant de **représenter les objectifs et les progrès réalisés lors de l'expérimentation.**











Une proposition simple et robuste par le candidat de visualisation graphique est attendue sur ce point, en s'inspirant des 2 exemples suivants :

- 1- Exemple inspirant N°01 : le candidat pourra s'appuyer sur la méthodologie développée lors de l'expérimentation « Economie circulaire et urbanisme » de l'ADEME : <https://experimentationsurbaines.ademe.fr/economie-circulaire-et-urbanisme/> qui permet, via une grille d'auto évaluation, de fixer des objectifs de progression sur l'intégration d'une démarche globale d'économie circulaire en s'appuyant par « Niveau d'appropriation » ; Cf. outils N°08 « Grille d'évaluation générale d'un projet ECU ». (Ceci en partant d'un point de départ avant accompagnement) ; voir les visuels ci-dessous :



Exemple 1 : Niveau d'intégration de l'économie circulaire dans les projets d'aménagement, Guide ECU, juillet 2020

Exemple inspirant N°02 : <https://www.essonne21.fr/IMG/pdf/guide-utilisation-Climat-Pratic.pdf>
Guide d'utilisation de l'outil CIMAT PRATIC ADEME, 2011

CLIMAT PRATIC L'outil de votre politique climat énergie								
N°	Périmètre	Maitre d'ouvrage	Incitateur	Actions / Etapes	Définir 	Consolider 	Décoller 	Devenir exemplaire 
	Territoire			Définir les objectifs du PCET  	Engagez par délibération le lancement du PCET	Fixez des objectifs chiffrés globaux de réduction des consommations énergétiques, de production d'EnR et de réduction des émissions de GES	Fixez des objectifs précis de réduction des consommations d'énergie et des émissions de GES dans les différents secteurs d'activité du territoire	Fixez comme objectif de développer l'ensemble du potentiel de sobriété, d'efficacité et de production d'EnR sur le territoire
	Interne / Territoire			Réaliser le diagnostic initial  	Recensez les études disponibles et actions déjà mises en place sur le territoire : faites la synthèse de ces éléments	Réalisez un bilan interne (responsabilités directes et compétences) de vos consommations et productions énergétiques et émissions de GES	Réalisez le profil climatique du territoire : bilan des consommations et productions énergétiques et des émissions de GES du territoire et étude de vulnérabilité aux effets des changements climatiques	Systématisez les études d'impact et de vulnérabilité pour tout nouvel investissement à long terme ; réalisez une étude prospective permettant de définir différents scénarios d'évolution du territoire

Exemple 2 : Niveau d'engagement en 4 phase dans la démarche CLIMAT Pratic ADEME

L'objectif à terme, lorsque les recommandations seront testées et jugées opérationnelles, est de pouvoir nourrir le programme phare Territoire Engagé Transition Ecologique <https://www.territoiresentransitions.fr/> de l'ADEME qui accompagne les territoires dans la mise en œuvre de leur transition écologique, ce point devra être anticipé pour faciliter une éventuelle intégration.

- 2- Afin de nourrir l'analyse du territoire, le candidat s'inspirera des indicateurs plus quantitatifs définis lors du travail d'exploration du rapport « Exploration des lieux de commerces : Enjeux de sobriété, indicateurs et solutions » mené en 2024/2025 par l'Agence <https://territoirecirculaire.fr/> en annexe de cette consultation, les indicateurs proposés intègrent à la fois l'échelle territoriale et l'échelle de l'opération et s'appuie essentiellement sur des données ouvertes :

A l'échelle des territoires : nombre de commerces pour 1000 habitants, (nouvelles surfaces) m² neufs et sur existant, taux de vacance commerciale, présence acteurs transition/ESS sur le segment, nombre de commerces dans la zone et détail.

A l'échelle de l'opération : accessibilité, déplacements des consommateurs, logistique accès, offre de seconde main/réparabilité, provenance de la marchandise, impact carbone – scope 3, adéquation offre-besoins, consommations énergétiques.

En s'appuyant en particulier sur les données ouvertes suivantes : <https://opendata.koumoul.com/applications/sitadel-locaux>

Une comparaison avant /après recommandations ADEME pourra ainsi être proposée.

Indicateur	Evaluation	Cible	Source
Marchandise	Provenance de la marchandise	Collectivités – transition Consommateurs	Terrain, labels, https://fr.openfoodfacts.org/
	Carbone – scope 3	Collectivités – transition Commerces	terrain, engagement des groupes/secteurs, https://bilans-ges.ademe.fr/bilans
Proximité	Adéquation offre-besoin	Collectivités - commerce Commerces sobres	Terrain, engagement des groupes/secteurs, labels
	Réponse aux besoins sociaux	Collectivités - transition Commerces sobres	https://communemesure.fr/la-methode-vertigo-effets-environnementaux/
Immobilier	Consommations énergétiques	Collectivités - urbanisme, commerce	Terrain, OPERAT, https://data.ademe.fr/datasets?q=OPERAT&topics=fJZXrdcRGP
	Accessibilité	Collectivités - urbanisme, commerce	https://opendata.koumoul.com/applications/accessibilite-des-etablissements-recevant-du-public-erp
Mobilité	Déplacement des consommateurs	Collectivités - transition	Terrain, SIG, https://www.data.gouv.fr/fr/datasets/donnees-sur-la-localisation-et-laces-de-la-population-aux-equipements/
	Logistique	Collectivités - transition	Terrain, SIG
	Accès	Toute	https://opendata.koumoul.com/applications/accessibilite-des-etablissements-recevant-du-public-erp
Durabilité	Offre de seconde main	Collectivités – transition Consommateurs	Ademe (LVAO) https://longuevieauxobjets.ademe.fr/ , nature de l'activité, engagements du secteur
	Réparabilité	Collectivités – transition Consommateurs	Ademe (LVAO), nature de l'activité, engagements du secteur

Indicateur	Evaluation	Cible	Source
Territoire (fichier dédié à part)	Nombre de commerces pour 1000 habitants	Collectivités - commerce	OSM/INSEE
	(nouvelles surfaces) m² neufs et sur existant	Collectivités - commerce, urbanisme	https://opendata.koumoul.com/datasets/sitadel-locaux/full? d sitadel-locaux AN DEPOT eq=2024& d sitadel-locaux DEP CODE eq=14
	Taux de vacance commerciale	Collectivités – commerce Producteurs de données	Collectivités ? Codata ?
	Présence acteurs Transition/ESS sur le segment	Collectivités – transition	https://koumoul.com/data-fair/dataset/z1-in6hs3o-0vfrxcg2xks29
	Nombre de commerces dans la zone et détail	Collectivités - commerce	OSM/INSEE, CEREMA https://datafoncier.cerema.fr/base-empcom-des-principales-emprises-dactivites-commerciales

Tableau des indicateurs identifiées dans l'exploration TC. 2025

Livrables 2.3.4 :

- Visualisation graphique des progrès des collectivités
- Tableau des indicateurs avant/après mise en œuvre des recommandations par territoire
- Synthèse

2.4 Etape 3 : Création d'un outil générique et valorisation

2.4.1 Un outil méthodologique pour les collectivités

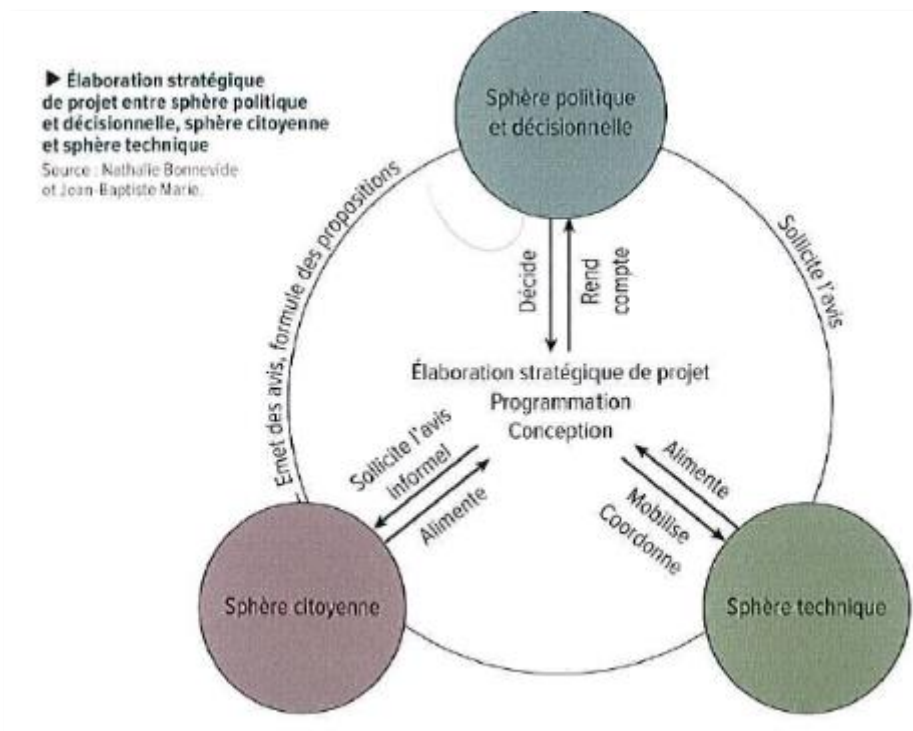
Cet outil s'inscrit dans la continuité des 30 recommandations de la saison 1 et de ses 8 fiches détaillées en annexe :

Sur la base du livrable de l'étape 2.2.2 et plus généralement des enseignements de l'expérimentation, le prestataire devra réaliser un outil à destination des collectivités permettant **une mise œuvre facilitée des recommandations de l'expérimentation** pour changer de regard sur un projet d'urbanisme commercial.

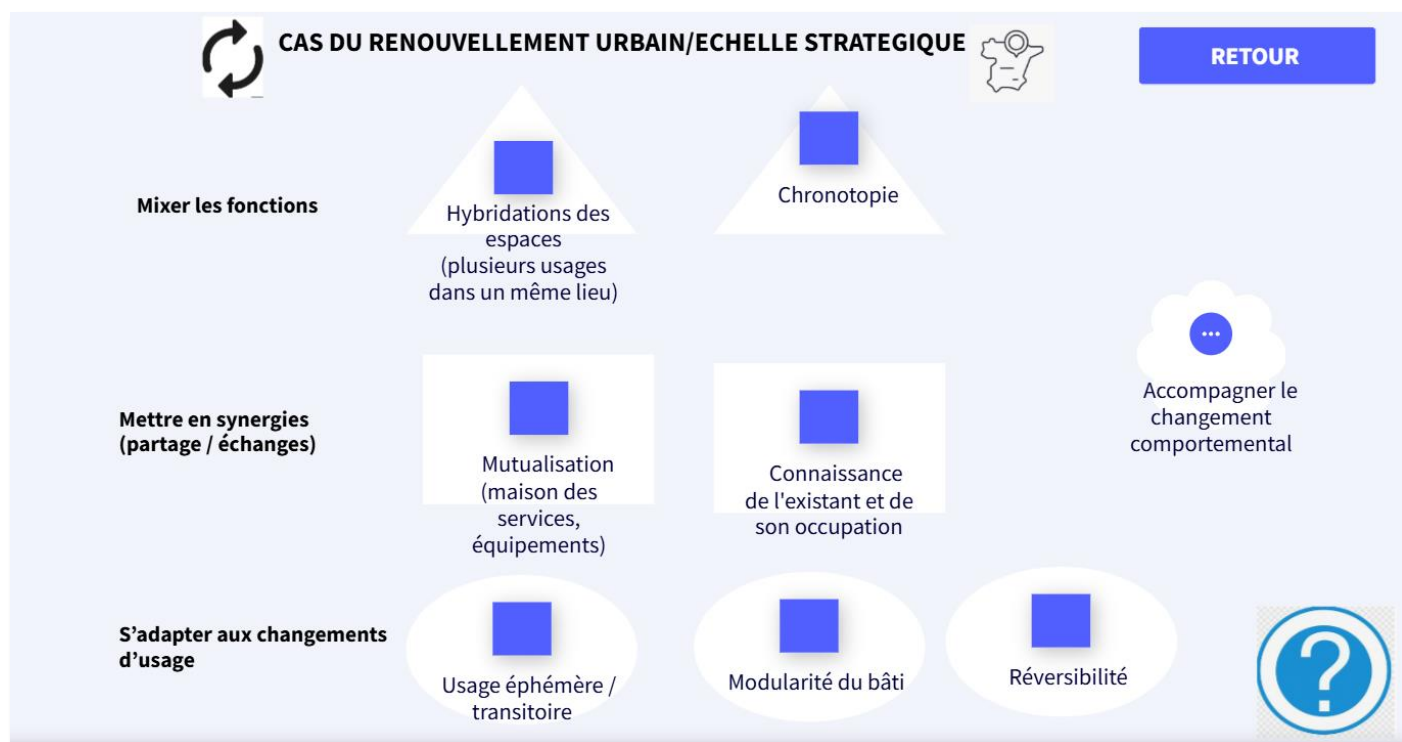
Cet outil s'adressera aux collectivités et sera construit à partir des enseignements de la saison 2, et permettra d'opérationnaliser à travers un plan d'actions, les recommandations des 6 étapes en fournissant des éléments de réponse :

- Comment replacer les recommandations dans la temporalité de la stratégie à l'opérationnel ? sur quel périmètre ?
- Quels sont les documents de planification ou contractuels concernés ?
- Qui peut piloter la recommandation au sein de la collectivité, quels services ?
- Comment identifier les acteurs à mobiliser et organiser leur gouvernance ?
- Qui possède un pouvoir d'influence (et de quel type) sur la recommandation dans réseau des acteurs ?
- A quelle étape et comment doit-elle être mise en œuvre ?

Il est attendu des propositions créatives sur la forme que l'outil va prendre en réponse aux besoins des cibles dans le cadre de l'offre pour la présente consultation : une attention particulière est demandée sur la production de schémas, d'illustrations, de tableaux... en substitution d'éléments de rédaction à l'image des exemples d'outils créés dans le cadre des expérimentations de l'ADEME (ZAN, UFS, ECU...) <https://experimentationsurbaines.ademe.fr/>



Exemple d'illustration des interactions entre acteurs : source, livre « programmation Urbaine » Edition Le moniteur 2021



Exemple d'outil libre d'accès : Démarche Economie circulaire et urbanisme : conception genially David CANAL, ADEME, 2023

<https://view.genially.com/64259942bf85ad001849cc9f/guide-la-question-des-usages-dans-un-projet-damenagement>

Qu'est-ce qu'on fait ?

Infographies Newsletter

À votre avis, quel pourcentage de la population française vit en zone urbaine ?

- ☐ Environ 1/2, la moitié et les moutons sont bien gardés ?
- ☐ 3/5... mais au fait, ma petite commune sans gare ni supermarché, ça compte ?
- ☐ 4/5, ça fait du monde en ville !

2/81

Exemple d'outil : infographie « ville et santé la cohabitation idéale », Expérimentation urbaine UFS ADEME/qfq , 2024

<https://experimentationsurbaines.ademe.fr/blog/ressource/quest-ce-quon-fait-ville-et-sante-la-cohabitation-ideale/>

Ce nouvel objet de connaissance répondra sur le fond aux 6 questionnements ci-dessus (Chapitre 2.4.1) et sera validé par l'ADEME dans toutes les étapes de production.

Nota : Les collectivités lauréates seront consultées sur le format de l'outil tout au long de l'accompagnement, une première validation du format sera réalisée à travers le comité de suivi.

Livrable 2.4.1

- Outil/méthodologie « Sobriété des projets commerciaux, de la programmation à la phase opérationnel »

2.4.2 Valorisation de l'expérimentation

- 1- Une présentation des principales avancées de l'expérimentation à l'occasion d'événements externes clefs à identifier avec les partenaires de l'ADEME : Salon des Maires, Cadre de ville, Rencontres de la FNAU, atelier France Villes et Territoires Durables, Assises de la TE, etc., le candidat doit intégrer dans son offre les présentations PPT nécessaire à l'intervention et les déplacements associés.

Au total, Il sera prévu 3 déplacements en France métropolitaine et 5 interventions de valorisation de l'expérimentation en distanciel à des évènements clefs.

- 2- La rédaction de 10 post LinkedIn sur la durée de l'expérimentation
- 3- Réalisation d'une capsule vidéo en format motion design de moins de 2mn sur la présentation de l'expérimentation et les outils associés à valoriser notamment sur les réseaux sociaux
- 4- La production de supports communicants sur les fiches territoires et l'outil final pour diffusion sur <https://experimentationsurbaines.ademe.fr>

Livrable 2.4.2

- Présentation PPT des interventions
-Post LinkedIn
- Capsule vidéo
- Supports de diffusion pour le site EXPEURBA

2.5 Calendrier rapports et versements

2.5.1 Calendrier

Planning EXPE commerces - Saison 2		2025	2026												2027												2028											
		Déc.	Janv	Févr	Mar s	Avr	Mai	Juin	Juil	Août	Sept	Oct	Nov	Déc	Janv	Févr	Mar s	Avr	Mai	Juin	Juil	Août	Sept	Oct	Nov	Déc	Janv	Févr	Mar s	Avr	Mai	Juin	Juil	Août	Sept	Oct		
		M0	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	M13	M14	M15	M16	M17	M18	M19	M20	M21	M22	M23	M24	M25	M26	M27	M28	M29	M30	M31	M32	M33	M34		
	Notification M0	X																																				
Etape 0	Préparation																																					
Etape 1	AMI																																					
Etape 2	Accompagnement																																					
Etape 3	Outils																																					
	3 Webinaires Collectifs							1								2											3											
	3 Réunions collectives Présentiel											1									2										3							
	Rapports à transmettre							X											X																			
	Rapport final																																	X				
	clôture M34																																		X			

La date de démarrage des travaux est la date de notification de la prestation par l'ADEME au prestataire.

Date prévisionnelle de notification visée : **M0=décembre 2025**

Etape 1 préparation : **M1 à M7**

Remise du premier rapport d'avancement : **M7**

Etape 2 Accompagnement : **M8 à M25**

Remise du deuxième rapport d'avancement : **M18**

Etape 3 Outils/valorisation : **M26 à M33**

Remise Rapport final à **M32**

Validation du Rapport final par l'ADEME : **M32 à M33**

Fin de la mission **M34 : terme du marché**

La durée totale de la mission sera donc de **34 mois**

2.5.2 Rapports à remettre

- Le premier rapport d'avancement comprenant le livrable 0 et 1 et les Compte-rendu de réunions associées.
- Le second rapport d'avancement comprenant les livrables 2.3.1, 2.3.2 et 2.3.3
- Le Rapport final comprenant :
 - Une note technique de synthèse précisant le déroulement de l'opération et son bilan, le bilan des actions
 - L'ensemble des livrables détaillés dans le cahier des charges
 - Une synthèse communicante de 2 pages rédigée à l'attention d'un public large, présentant les préconditions.
 - Une présentation PPT reprenant les résultats de l'étude.

Le rapport final sera « charté » ADEME

3 Pilotage de la prestation et profils recherchés

3.1 Encadrement et suivi

Le pilotage pour l'ADEME est assuré par Monsieur David Canal, Coordonnateur Innovation Urbaine au Pôle Aménagement des Villes et Territoires, interlocuteur principal de la mission :

david.canal@ademe.fr Ligne directe : 04 93 95 79 19

Madame Karine MOGLIACCI, chargée du suivi administratif et financier du dossier – karine.mogliacci@ademe.fr

Le candidat désignera dans son offre **un interlocuteur unique** (Responsable de projet) pour rendre compte des prestations effectuées et piloter les travaux.

Il sera prévu des points réguliers d'avancement avec à minima :

- 1 Réunion de démarrage en distanciel
- 1 réunion bi- mensuelle à distance (1h) avec relevé des décisions
- 1 réunion de restitution finale à distance auprès de l'ADEME.
- Des échanges réguliers téléphoniques et visio-conférences.




Aucune réunion en lien avec le pilotage du projet n'est imposée en présentiel. La visio-conférence sera ainsi privilégiée, néanmoins des rencontres pourront être organisées en mutualisation de déplacements respectifs entre le Pilote ADEME et le responsable de projet Prestataire).

4 Annexes


4.1 Rapports d'exploration Agence Territoires circulaire (1 rapport Vacance + 1 rapport Sobriété)

<https://experimentationsurbaines.ademe.fr/urbanismecommercial/presentation/>

Exploration des lieux de commerces : Enjeux de sobriété, indicateurs et solutions




CONTEXTE - Les lieux de commerce font partie de notre quotidien <ul style="list-style-type: none">Pieds d'immeubles, rues animées, en périphérie, ces locaux marquent nos espaces publics et nos habitudesLes acteurs des territoires sont en première ligne pour organiser un tissu commercial attractif, répondant à la fois aux besoins des consommateurs et des professionnels du commerce	CONSTAT - L'urbanisme commercial habitué à l'«ébrété» foncière et immobilière <ul style="list-style-type: none">Mieux connaître ses conséquences permettrait d'objectiver le débat et de proposer des perspectives contextualiséesLa dimension consommatoire de l'urbanisme commercial apparaît comme un impensé des politiques publiques.	PROPOSITION - Le projet s'inscrit dans le prolongement de l'exploration menée en 2023 sur les liens entre lieux de commerce vacants et enjeux de sobriété <ul style="list-style-type: none">Sujet activé auprès d'un réseau de partenaires du secteurIl est question ici d'illustrer ces enjeux par des observations de terrain et de partager des solutions, numériques ou humaines.
--	--	--




Un travail exploratoire :

- Une exploration qui nous a vite poussé à élargir **notre vision de la sobriété, au-delà des interventions classiques** de l'urbanisme
- Ne pas se restreindre aux questions de sobriété foncières et immobilières, au profit d'**une vision ouverte sur le secteur du commerce**






Un fil rouge : questionner les usages et intégrer la dimension consommatoire à la vision d'un urbanisme commercial sobre

- 90 à 95% de l'impact carbone d'un magasin provient de la marchandise et du déplacement des consommateurs
- Les collectivités auraient intérêt à agir sur les usages induits par telle ou telle implantation



PARLER DE SOBRIETE

- En repartant des échanges menés lors de l'exploration des locaux commerciaux vacants, **comprendre via une trentaine de nouveaux entretiens la perception et les besoins** en matière de sobriété des acteurs de l'urbanisme commercial ... mais pas uniquement !
- Décryptage des besoins exprimés afin de faire de la sobriété un invariant de l'urbanisme commercial



Synthèse communicante - 2317D0080 - avril 25 -Territoire Circulaire - (red. Thomas Charrier) 01/04/2025

Exploration des lieux de commerces : Propositions pour changer de regard

tc.



MANIFESTE POUR UN URBANISME DE LA MARCHANDISE

1. Pour plus de proximité : rapprocher l'offre des besoins (physiquement et symboliquement)
2. Pour une alimentation plus végétale (en magasin comme dans la restauration)
3. Pour la matérialisation de la filière Seconde Main (durabilité de la conception à la réparabilité)
4. Pour la mise en commun des solutions (partage des données, des plans, des pièces détachées ...)
5. Pour un arrêt de l'omniprésence de la consommation dans nos paysages (et pour commencer la mise en avant d'une autre consommation)

4.2 Questionnement sur les usages : Méthodologie ADEME

<https://experimentationsurbaines.ademe.fr/economie-circulaire-et-urbanisme/>



4.3 Listes des sources de données ouvertes utilisées lors de la saison 1

Données Générales	Producteur	URL	Commentaires	OPEN
Sitadel2	SDES	https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/la-base-de-donnees-sitadel2-methodologie	DAU Locaux	oui
BPE	Insee	https://www.insee.fr/fr/metadonnees/source/serie/s1161	Nb eqpt marchand et assimilé	oui
BANCO	OSM	https://commerces.openstreetmap.fr/projects/2022-01_shop	Nb et info sur eqpt marchand et assimilé	oui
EmpCom	Cerema	https://datafoncier.cerema.fr/base-empcom-des-principales-emprises-dactivites-commerciales	Zones commerciales : emprises, bâti	
CNAC/CDAC	DGE	https://cnac.entreprises.gouv.fr/decisions-et-avis-de-la-cnac	ne veut pas donner les infos avant 2022	
Base carbone	ADEME	https://base-empreinte.ademe.fr/	Ensemble des données de la Base Empreinte® de l'ADEME (nécessite un compte)	
Divers	ANCT	https://www.data.gouv.fr/fr/organizations/agence-nationale-de-la-cohesion-des-territoires/#/datasets	Lauréats ACV, PVD, PTZC ...	oui
Sarthe Open Data	Département de la Sarthe	https://data.sarthe.fr/pages/home/	PCAET, contours administratifs	oui
Operat	ADEME	https://data.ademe.fr/datasets?q=OPERAT&topics=fjZXrdcRGP	Consommations énergétiques	oui
Agribalyse	ADEME	https://agribalyse.ademe.fr/	Alimentation	
OD local	Département de la Sarthe	https://data.sarthe.fr/explore/dataset/pcaet-vallee-sarthe%40paysdelaloire/export/?sort=-annee	PCAET	oui
Logistique	ADEME	https://www.innoverpoulatransitionecologique.fr/fr/challenges/xdlogistique	XD Logistique	
Règlement	AURAN	https://www.auran.org/autre-publication/les-attendus-du-document-damenagement-artisanal-commercial-et-logistique-daccl/	DAACL	
Friches	CEREMA	https://www.data.gouv.fr/fr/datasets/sites-references-dans-cartofriches/	Cartofriches	
Valeurs foncières	DGFIP	https://explore.data.gouv.fr/fr/	nouveau DVF avec valeurs commerces !	oui
Foncier Economique	ICDF	https://www.intercommunalites.fr/publications/le-foncier-economique-a-lheure-de-la-sobriete-fonciere-etat-des-lieux-et-perspectives/	Foncier Economique	
Magasin	Auchan	https://auchan-agit.fr/nos-actions/initiative?slug=slug-1132	Initiatives par magasin Auchan	
Commerce, carbone	Decarbonation 2030	https://www.decarbonation2030.fr/category/secteurs/commerce/	Actualités carbone et commerce	
		https://ecozept.com/fr/telechargements/		
	Bricolib	https://bricolib.net/home/trouver-une-bricotheque/		
	CartEco	https://carteco-ess.org/map		
	OID	https://www.taloen.fr/ressources/8815a5e1-2fd5-43d5-903f-eeeb4b0e6463	Centre de ressources de l'immobilier durable	
Annuaire Répar'acteurs	CMA	https://www.artisanat.fr/annuaire-repar-acteurs		

Analyse du système alimentaire Normand, de sa durabilité et de sa résilience	ADEME	https://librairie.ademe.fr/agriculture-alimentation-foret-bioeconomie/6961-analyse-du-systeme-alimentaire-normand-de-sa-durabilite-et-de-sa-resilience.html	Données utiles sur métabolisme normand	
--	-------	---	--	--

4.4 Listes des outils identifiés lors de la saison 1

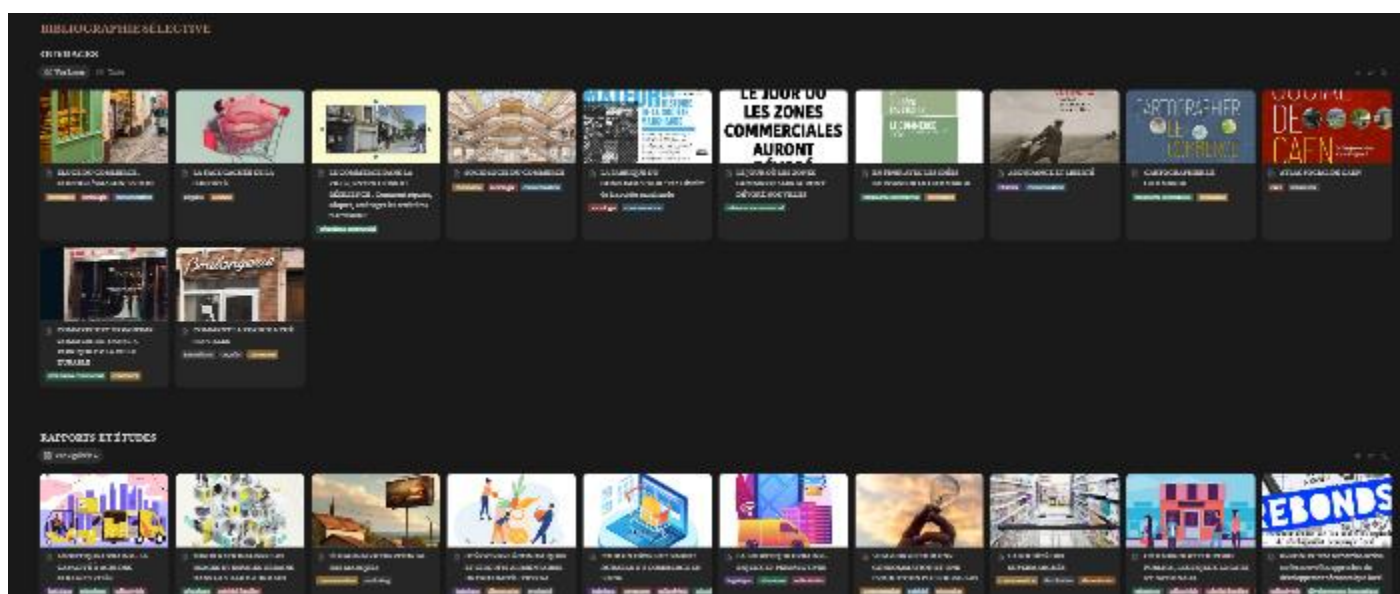
URL	Producteur	Thème
https://agribalyse.ademe.fr/	Ademe	Alimentation
https://experimentationsurbaines.ademe.fr/economie-circulaire-et-urbanisme/	Ademe	10-Matrice-Indicateurs (1).xlsx
https://deveco.incubateur.anct.gouv.fr/	ANCT	DevEco
https://www.banquedesterritoires.fr/fonciere-de-redynamisation	Banque des Territoires	Foncière redynamisation
https://diag.bpifrance.fr/diag-decarbon-action?gad_source=1	BPI France	DIAG DECARBON'ACTION
https://www.savoie.cci.fr/frce#:~:text=Qu'est%20ce%20que%20France,votre%20activit%C3%A9%20sur%20l'environnement	CCI Savoie	FRANCE RELANCE COMMERCE ÉCOLOGIQUE
https://cartagene.cerema.fr/portail/apps/dashboards/81285f91fb774d3586b4b5dc2a9f5e6b	CEREMA	Artificialisation
https://crater.resiliencealimentaire.org/	CRATER	Alimentation
https://transport.data.gouv.fr/	Data Gouv	Transports
https://centralites.fnau.org/	FNAU	Centralités
https://www.grandbesancon.fr/infos-pratiques/environnement/developpement-durable/le-developpement-durable-a-besancon/commerce-eco-engage-de-besancon/	Grand Besançon	Commerce éco-engagé de Besançon
https://www.insee.fr/fr/outil-interactif/7737357/map.html	Insee	Cartographie des données Insee
https://koumoul.com/cadastre/	Koumoul	Parcellaire et domanialité
https://opendata.koumoul.com/applications/carte-des-parcelles-des-personnes-morales-majic?lat=49.17999238455556&lng=-0.4028236134930694&zoom=12.681109290847415&selected=14118000IY0211	Koumoul	Domanialité personnes morales
https://reseauactionclimat.org/wp-content/uploads/2023/01/rac_gdedistri_rapport06-email.pdf	RAC France	Indicateurs Grande Distribution en annexes
https://www.smappen.fr/	Smappen	Zones de chalandise
https://ecobalyse.beta.gouv.fr/	Ecobalyse	Calculez le coût environnemental de vos produits
https://external.spallian.com/stat_dashboard.html?name=Artificialisation&token_id=artif_sols_3f242e19-2389-ffe7-ba66-dba3d13f8ca3	Spallian	Artificialisation
https://lizmap.aucame.fr/index.php/view/	AUCAME	SIG Agence d'Urba de Caen (nombreuses données sur les activités)
https://librairie.ademe.fr/produire-autrement/3486-climagri-un-diagnostic-energie-gaz-a-effet-de-serre-au-service-d-une-demarche-de-territoire.html		
https://territoiresfertiles.fr/	Crater	Alimentation
https://mobiliscope.cnrs.fr/fr	CNRS	mobilités
https://longuevieauxobjets.ademe.fr/lacarte/	Ademe	économie circulaire

https://mondiagartif.beta.gouv.fr/	betagouv	Artificialisation
https://obsat.org/?ObsAT	Inrae	
https://fr.openfoodfacts.org/		

4.5 Le portail des ressources clefs identifiées lors de la saison

- Bibliographiques (livres, rapports, presse, articles)
- Audiovisuelles (podcasts, vidéos)
- Numériques (cartographies, outils, datas)

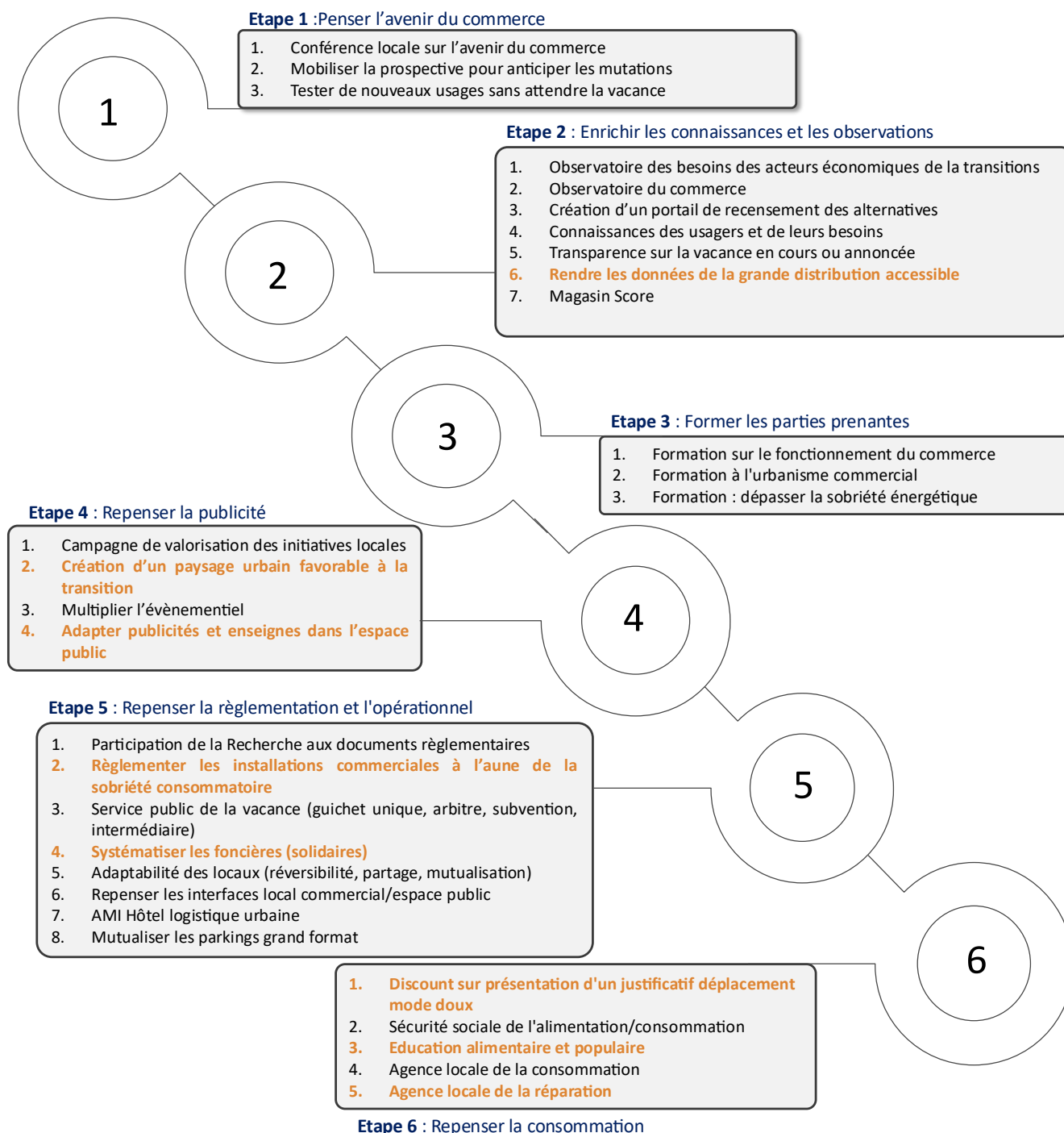
<https://territoirecirculaire.notion.site/1049fce5fffc803281e4cc869b15518c?v=1c09fce5fffc80b89d77000cf2a31f18>



4.6 Les 30 recommandations de la saison 1

Changer de regard sur l'urbanisme commercial – expérimentation urbaine

Méthodologie de construction des recommandations globales : Liste des 30 recommandations en 6 étapes dont 8 fiches détaillées



- Les objectifs des 30 recommandations sont Disponibles en ligne dans le CR du COSUI N°02
<https://experimentationsurbaines.ademe.fr/urbanismecommercial/presentation/>

1 : Penser l'avenir du commerce - 3. Tester de nouveaux usages sans attendre la vacance



Objectifs

- Assurer la viabilité économique des concepts commerciaux innovants
- Occuper les espaces sous-utilisés grâce à des solutions de mutualisation des locaux
- Permettre accès au bâti des structures de l'ESS à moindre coûts
- Optimiser occupation des espaces commerciaux
- Diversifier les offres commerciales
- Répondre aux nouvelles attentes des consommateurs
- Lutter contre la vacance commerciale



Partenaires clefs

- Gestionnaires d'espaces (Myflexoffice, espace sur demande)
- Collectivités territoriales : Villa, Métropole, CU, Département
- CCI
- Commerçants et porteurs de projets
- ESS
- Promoteurs et bailleurs
- Foncières

Marchands
Commerces

Intérêt ?

Faisabilité ?

Retombées ?



Expérimentations urbaines - Part 1 - 1000000 x Commerce Circulaire Sept. 20 - sept. 21
Ouvrages Coeur de Sud / 7 mai 2023



tc.

2 : Enrichir les connaissances et les observations - 1. Observatoire des besoins des acteurs économiques de la transition



Objectifs

- Apporter une connaissance fine des initiatives locales
- Cartographier les initiatives ESS et des transitions sur le territoire
- Mesurer l'importance et l'impact économique, social et environnemental de ces acteurs
- Identifier les projets et faciliter leur identification pour les consommateurs, les pouvoirs publics et les acteurs de la transition entre eux
- Anticiper les mutations



Partenaires clefs

- Collectivités territoriales : Régions, métropoles, mairies, CU
- ESS France, CRESS
- Associations et réseaux de l'ESS : ressourceries, AMAP
- Laboratoires de recherche d'université
- Services de l'État : INSEE, ADEME
- Citoyens
- Plateformes numériques libres : OpenStreetMap
- Pépinières d'entreprises
- Tiers lieux



Acteurs économiques
des transitions

Intérêt ?

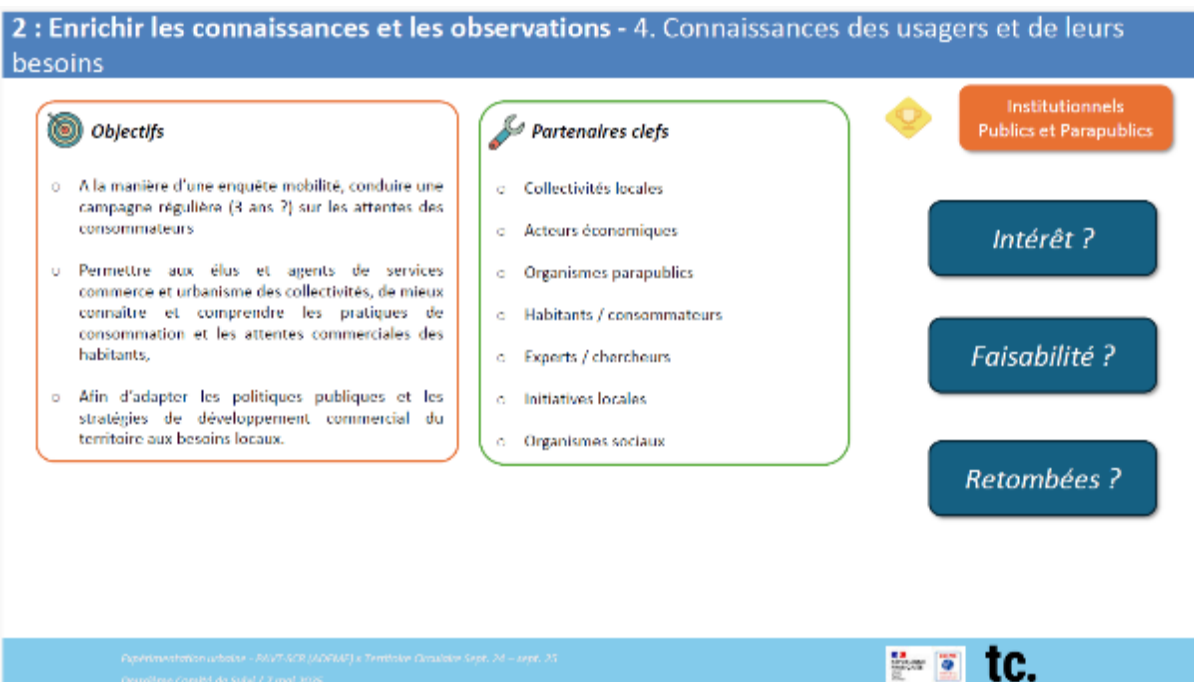
Faisabilité ?

Retombées ?

Expérimentations urbaines - Part 1 - 1000000 x Commerce Circulaire Sept. 20 - sept. 21
Ouvrages Coeur de Sud / 7 mai 2023



tc.



3 Exemples de recommandations COSUI N°02 – TC. Avril 2025

4.7 Les 6 fiches détaillées de la saison 1 (parmi les 30 recommandations)

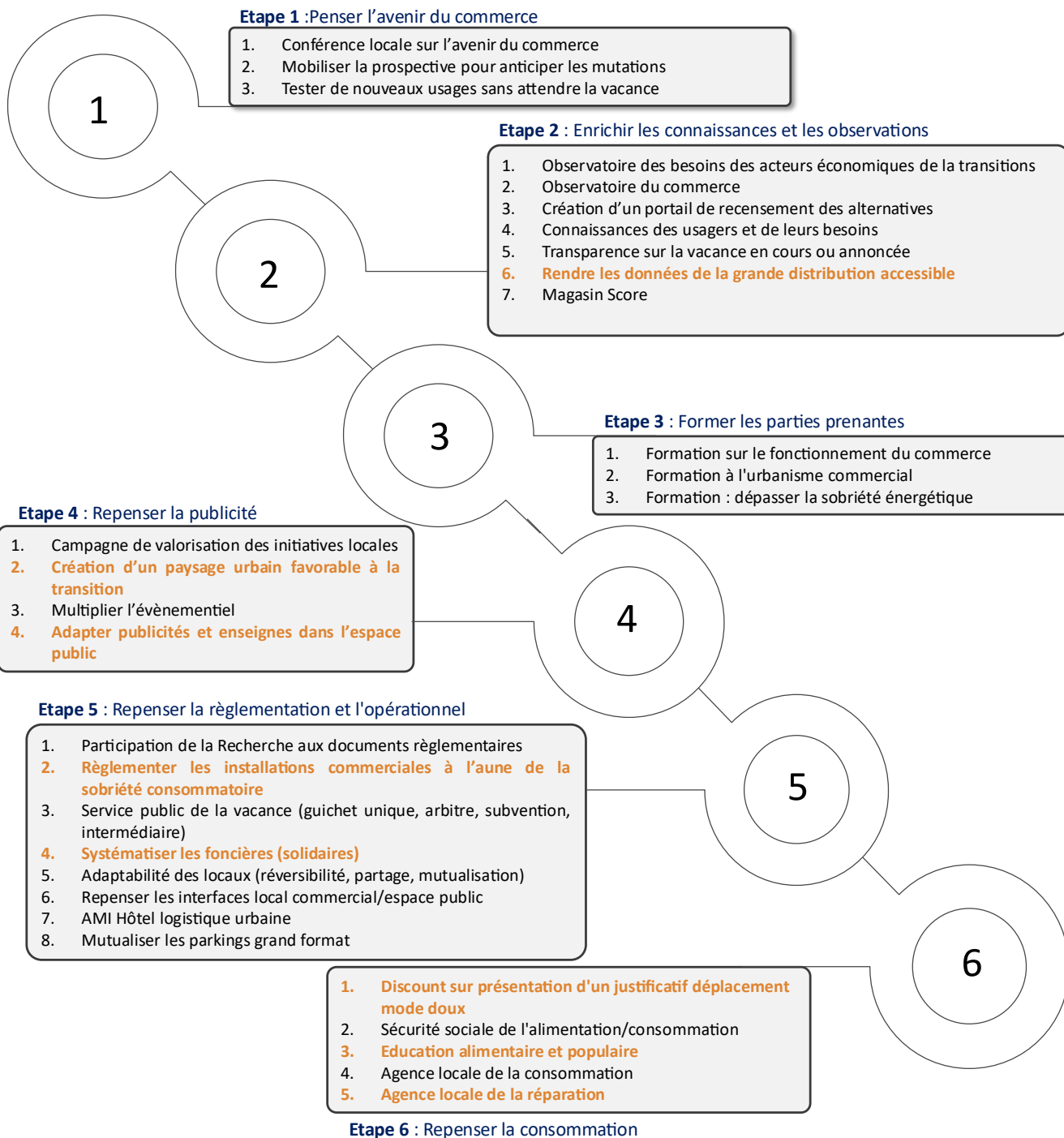
Le fichier PPT avec liens hypertexte actifs est disponible sur :

<https://experimentationsurbaines.ademe.fr/urbanismecommercial/presentation/>

Les fiches sont également disponibles en format image ci-dessous :

Méthodologie de construction des recommandations globales :

Liste des 30 recommandations en 6 étapes dont 8 fiches détaillées



Présentation des 8 fiches détaillées les logos



Description de la problématique rencontrée et solution à mettre en œuvre



Echelle d'intervention de la recommandation
du national à l'opération

(très difficile) ★ ★ ★ ★ ★ (très facile)

Facilité de mise en œuvre



Porteurs.euses suggérées de la
recommandation



Cibles principales de la recommandation



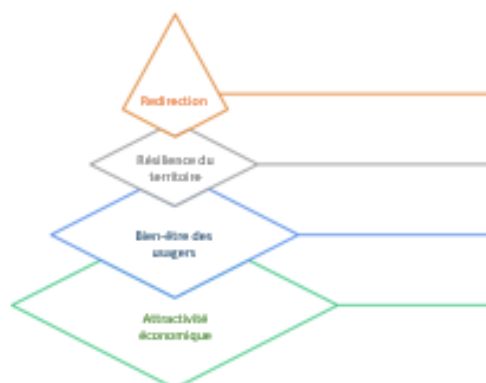
Chantier / méthodologie : Pistes méthodologiques
pour mettre en œuvre la recommandation



Références: Ils l'ont fait, ça existe !



Retombées territoriales attendues : le graphique
permet d'analyser les retombées suivant 4 enjeux
prioritaires.



Partenaires clefs : proposition de liste de partenaires à mobiliser pour
mettre en œuvre la recommandation.



Sources, ressources, outils : voilà des ressources identifiées
pour vous emparer du sujet!



Ce logo indique que des données ouvertes sont disponibles

2. 6. Rendre les données de la Grande Distribution accessibles

? Face à la montée des préoccupations autour de la qualité, de la traçabilité et de l'impact environnemental majeur des produits, les enseignes doivent répondre en fournissant **des informations claires, accessibles et vérifiables sur leurs activités**. Disposer de ces données permettrait à des usagers divers de s'en emparer afin d'orienter les choix des consommateurs et des collectivités.



Facilité de mise en œuvre



Objectifs



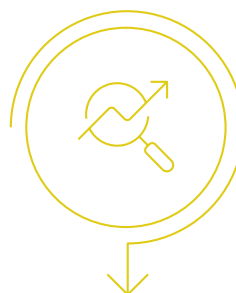
Mesure portée par:

- Ministères (Économie, Agriculture, Transition Ecologique, Numérique)



Mesure à destination :

- Collectivités territoriales
- Consommateurs
- Experts des territoires et de la donnée



Comprendre
l'impact de la
marchandise



Encourager
la transparence
de la grande
distribution



Prendre des
décisions
d'aménagement
en connaissance



Chantier / méthodologie

- Définir des données prioritaires à publier et les modalités de diffusion associées
- Faire des états des lieux des données déjà traitées et disponibles en interne
- Construire un schéma de données pour l'uniformisation et la cohérence des publications nationales
- Réaliser une publication officielle en format *Opensource*
- Prendre en main les informations disponibles dans les PAT, CDAC et agences d'urbanisme
- Evaluer le dispositif



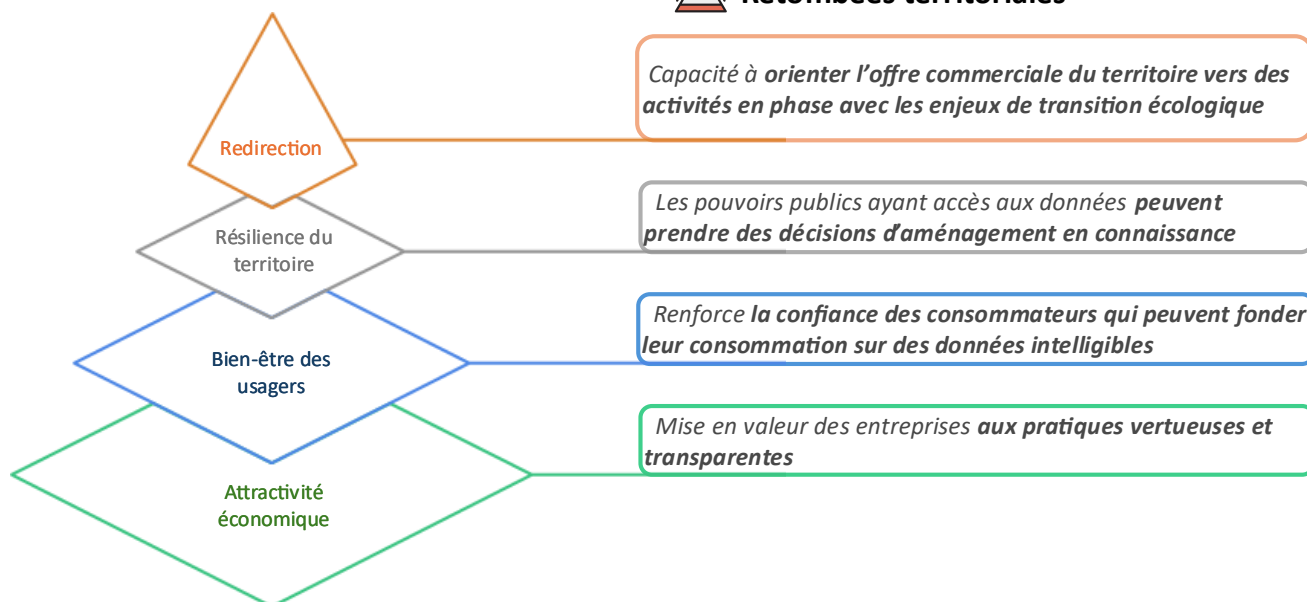
Références

- **Magasin Score** — Proposition d'outil d'évaluation des enseignes (agence tc.)
- **Directive CSRD** - Informations Obligatoires en matière de durabilité des grandes entreprises
- **Affichage environnemental** - en cours de déploiement, porté par le MTE et l'ADEME, qui permet de renseigner sur l'impact enviro des produits
- **RSE/RTE** - Livre blanc sur la Responsabilité Sociétale ou territoriale des Entreprises (CRESS NA)
- **Transition écologique de la grande distribution alimentaire** : Evaluation de 8 enseignes par le Réseau Action climat, 2025 (RAC)

2. 6. Rendre les données de la Grande Distribution accessibles



Retombées territoriales



Sources, ressources, outils



Partenaires clefs

- CCI
- Fédérations de distributeurs
- Autorité de la concurrence
- Grande distribution et commerces
- Universités et urbanistes : urbanisme commercial, sociologie de la consommation, environnement, commerces

- **Bilan GES** : Mesure des émissions de gaz à effet de serre.- ADEME
- **OpenFoodFact** : Base ouverte sur la composition des produits alimentaires
- **Dataactivist** : Collectif militant pour l'ouverture des données publiques
- **SCORED** : plateforme d'évaluation des marques de prêt-à-porter (The Good Goods)

4.2. Création d'un paysage urbain favorable à la transition

? L'artificialisation croissante et les enjeux climatiques obligent à penser des villes plus résilientes (végétalisation, modes actifs ...). Cet engagement dans la transition passe également par l'adaptation des parcours marchands, afin de promouvoir la proximité et la sobriété



Mesure portée par

- Ministères (Transition Écologique, de la Ville)
- Collectivités



Mesure à destination des

- Collectivités territoriales
- Services de développement économique et d'urbanisme
- Consommateurs
- Commerces et porteurs de projets



National / Local



Facilité de mise en œuvre



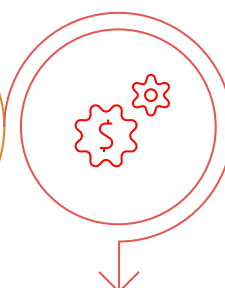
Objectifs



Penser des villes
plus résilientes



Adapter les
parcours
marchands aux
enjeux de transition



Valoriser la
proximité
et la sobriété
consommatoire



Chantier / méthodologie

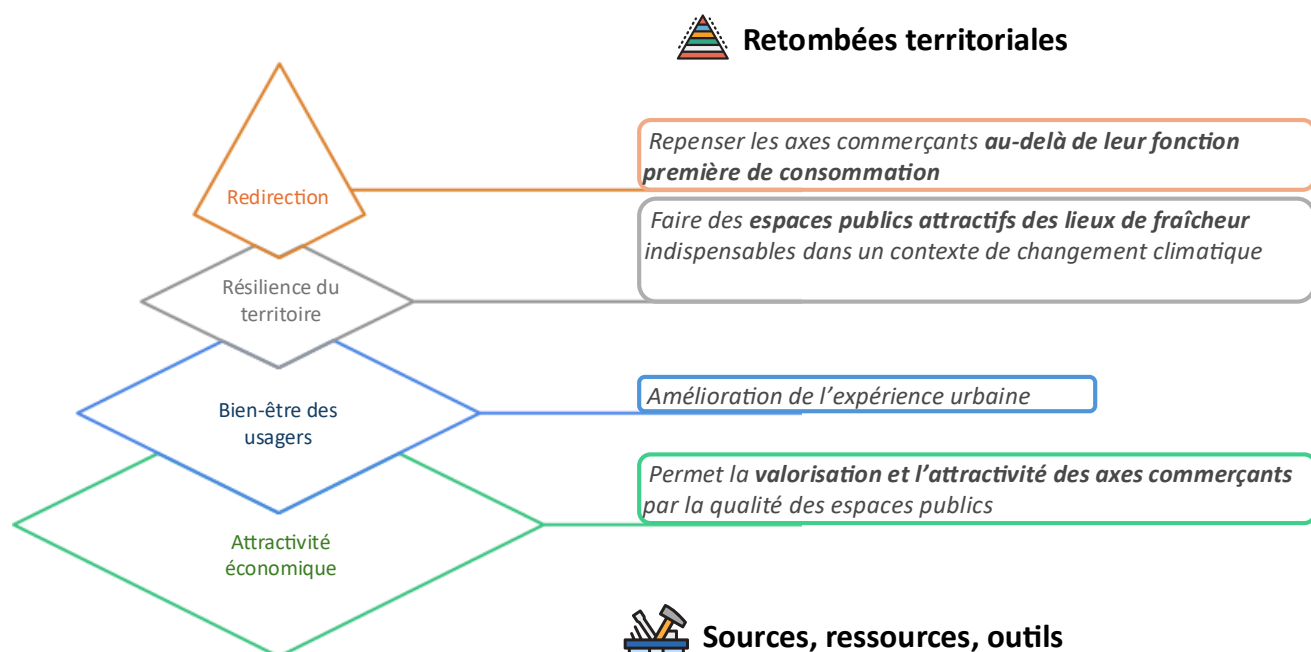
- Concevoir des espaces publics perméables, multifonctionnels et résilients face aux aléas climatiques
- Penser l'urbanisme commercial pour qu'il s'intègre dans ces paysages afin d'éviter la banalisation et la fragmentation des espaces publics
- Utiliser les espaces publics comme supports d'échanges sociaux et d'une économie locale et durable
- Sensibiliser et former aux enjeux paysagers de transitions



Références

- De quels leviers disposent les municipalités pour agir sur les paysages alimentaires ? SO WHAT n°17, Juillet 2021
- Travaux de Samuel Deprez – Université du Havre
- EXCOM - , projet de recherche sur les externalités du commerce (Dataactivist)
- Les Guides atypiques, Parcours engagés valorisant les acteurs locaux responsables (Normandie Equitable)

4.2. Création d'un paysage urbain favorable à la transition



Partenaires clefs

- CRESS et associations locales
- Designers signalétique urbaine
- Citoyens / Habitants
- Banque des Territoires, ADEME
- Commerçants et artisans

Indicateurs:

- Taux de satisfaction des usagers
- Surfaces désimperméabilisées
- Fréquentation des pistes cyclables
- Qualité environnementale des commerces proposés
- **Plus fraîche ma ville** – Solutions locales pour rafraîchir les villes durablement (ADEME)
- **La Rue Commune** – Réinvention participative des usages de la rue (Leonard)



4. 4. Adapter publicités et enseignes dans l'espace public

? La publicité dans l'espace public soulève des enjeux de protection de l'environnement, du patrimoine et des paysages mais également de limitation de la surconsommation. Ces effets conjugués peuvent accentuer des déséquilibres déjà existants dans certains territoires. Il est proposé de repenser le rapport avec les messages publicitaires (pub, enseignes) et leurs supports, pour un paysage limitant la diffusion d'appels à la consommation.



Mesure portée par

- Etat
- Élus locaux



Mesure à destination des

- Usagers et consommateurs
- Initiatives locales
- Régies publicitaires



Chantier / méthodologie

- **Renforcer les outils réglementaires** : généralisation des **Règlements Locaux de Publicité Intercommunaux (RLPI)**, réduction des surfaces de panneaux publicitaires, réglementations strictes sur les façades et vitrines dans les **Plans Locaux d'Urbanisme Intercommunaux (PLUI)**
- **Lever les freins juridiques et politiques** : étendre l'interdiction des publicités pour produits fossiles polluants à toutes les villes sur le modèle de la **Loi Climat (art. 7)** ou conditionner les autorisations commerciales à l'absence de publicité invasive en s'appuyant sur le respect des **RLPI** et des normes de façades des **PLUI**
- **Encadrer la publicité par des critères environnementaux** : ratio de publicités responsables dans l'espace public (modèle du **quota radio**); mentions pour les produits non durables (cf. loi Evin)



National / Local



Facilité de mise en œuvre



Objectifs



Limiter la
pollution
visuelle



Sensibiliser à
la sobriété



Promouvoir
des paysages
urbains sobres



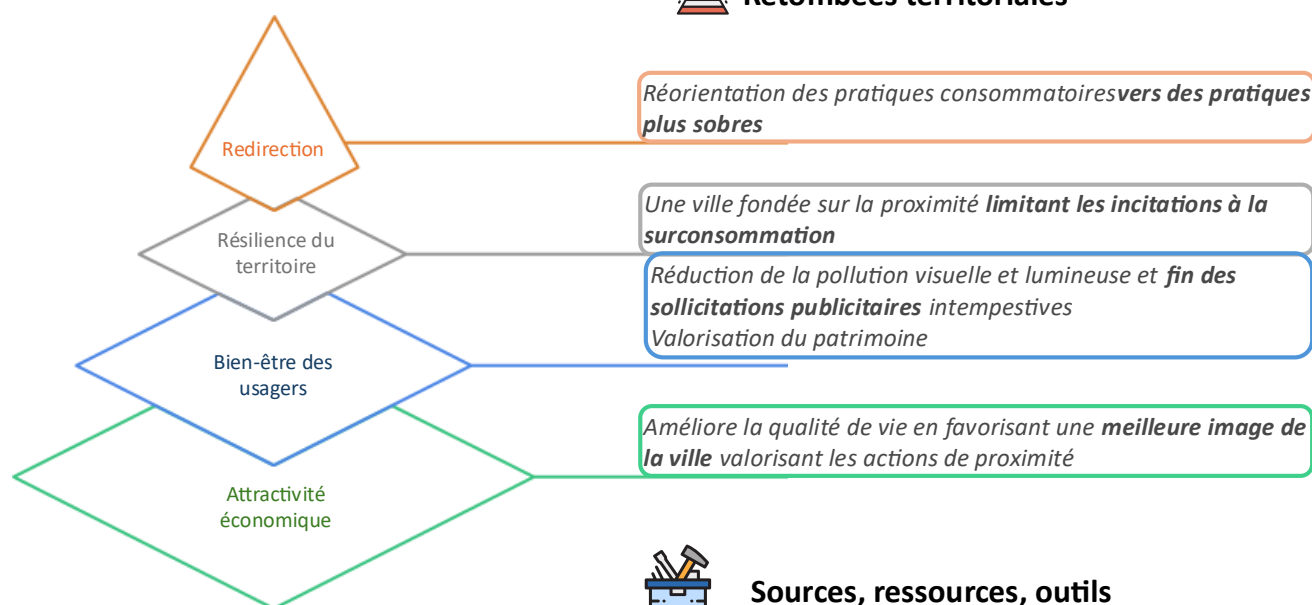
Références

- **Expérimentation « Oui Pub »** - Limitation de la publicité papier (ADEME)
- **Campagne contre « la publicité pour la malbouffe »** - Mobilisation jeunesse contre la publicité incitant à une mauvaise alimentation. ONG Bite Back 2030 (R-U)
- **Règlement Local de Publicité intercommunal** – Règlement local encadrant publicité et enseignes urbaines. Métropole de Grenoble
- **Règlement local de publicité intercommunal** – Cadre réglementaire pour publicité respectueuse du territoire. Métropole de Rennes
- **Article 7 de la Loi Climat** Encadre la publicité pour limiter incitations à surconsommer.

4. 4. Adapter publicités et enseignes dans l'espace public



Retombées territoriales



Sources, ressources, outils



Partenaires clefs

- Ministère de la Transition Ecologique et Etat
- ADEME
- DGCCRF
- Collectivités locales
- Grande Distribution et commerces
- RAC
- CRESS
- Ecosystème de la publicité : régies, agences locales de publicités, fournisseurs de panneaux/écrans
- Associations de consommateurs

- **Charte des devantures**, Guide esthétique pour façades commerciales harmonieuses locales. (CAUE 76)
- **Campagne de publicité Ô'Bocal**
Promotion locale du vrac et zéro déchet. – (Nantes)
- **RLPi et PLUi** Règlements d'urbanisme encadrant publicité et aménagement

Changer de regard sur l'urbanisme commercial – expérimentation urbaine : 4. 4. Limiter voire interdire certaines publicités dans l'espace public

5. 2. Réglementer les installations commerciales à l'aune de la sobriété consommatoire

? L'impact significatif des installations commerciales sur les émissions de gaz à effet de serre d'un territoire impose la mise en place d'une réglementation des autorisations, fondée sur les bilans GES.



National / Local



Facilité de mise en œuvre



Mesure portée par

- Etat
- DHUP, DGALN
- Collectivités pilotes ?



Mesure à destination des

- Commerçants
- Porteurs de projets
- Elus locaux
- CDAC / CNAC



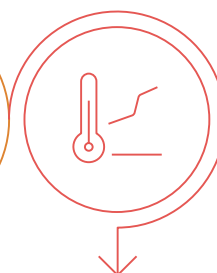
Objectifs



Intégration de la sobriété dans les documents d'urbanisme



Intégration des critères carbone dans les autorisations



Contrôle des objectifs climatiques



Chantier / méthodologie

- **Demander en cas d'enseigne connue** un bilan de GES complet (SCOPE 1, 2, 3) par le porteur de projet pour permettre l'étude du projet en CDAC et CNAC
- **Mettre en place une conditionnalité** environnementale de l'autorisation en CDAC/CNAC
- **Rendre transparents et accessibles les bilans GES** des projets commerciaux pour permettre un suivi citoyen
- **Accompagner** et contrôler les déclarations
- **Vérifier la conformité aux engagements** pris lors de l'instruction du dossier



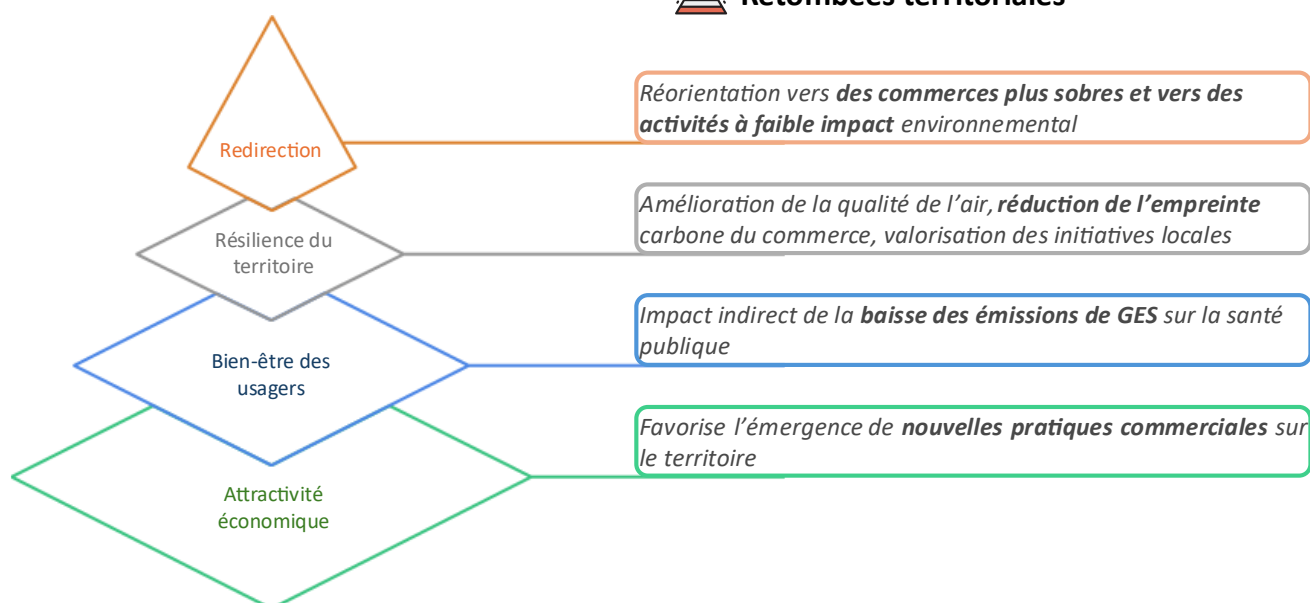
Références

- **RTE:** Livre blanc sur la Responsabilité Sociétale ou territoriale des Entreprises
- **LOI AGECE (2020):** Interdit depuis janvier 2022 aux enseignes de détruire les produits invendus non alimentaires neufs (habillement, électronique, livres, jouets, produits d'hygiène, etc.). Article L541-15-8 du Code de l'environnement

5. 2. Réglementer les installations commerciales à l'aune de la sobriété consommatoire



Retombées territoriales



Sources, ressources, outils



Partenaires clefs

- Recherche et producteurs de données
- CEREMA, ADEME
- Grandes surfaces et commerces
- Associations des commerçants, de consommateurs
- Promoteurs, Bailleurs, Aménageurs, Foncières
- Agence de développement économique

- **Décisions et avis de la CNAC** arbitrages nationaux sur projets d'aménagements commerciaux.
- **Bilan GES** – Évaluation des émissions de gaz à effet de serre (ADEME)
- **Le cadre légal de l'urbanisme commercial**, présentation des dispositifs juridiques - ACdF
- **Expertise juridique pour Evolution de la réglementation** : Analyse réglementaire pour encadrer l'évolution commerciale (DAAC, PLUi, Codes ...)

5. 4. Systématiser les foncières (solidaires)

? La vacance croissante des locaux commerciaux entraîne une dégradation de l'image des quartiers et un risque accru de détérioration du bâti, ce qui rend indispensable la systématisation des foncières pour les revitaliser. Pendant ce temps, l'accès à la ville et l'immobilier est fortement contraint lorsque l'on porte un projet économique de la transition ou de l'ESS. La maîtrise du foncier par la collectivité est la garantie d'une forme de justice immobilière à destination des activités aux plus forts retombées environnementales et sociales.



Mesure portée par

- Collectivités territoriales
- Etablissements Publics Foncier
- Banque des Territoires



Mesure à destination des

- Acteurs de l'ESS
- Propriétaires fonciers
- Bailleurs



Chantier / méthodologie

- **Définir statut juridique et agréments** : SCIC ou SAS à but non lucratif avec agrément ESUS. Partenariat avec les OFS pour logements solidaires adjacents si mixité habitat.
- **Financer** : Épargne citoyenne, subventions ANRU ou fonds de revitalisation des centres-villes, financement par sociétaire (SCIC)
- **Identifier les sites** : focus sur les locaux vacants dégradés en rdc
- **Accompagner les porteurs de projets** : à forte utilité sociale (insertion, écologie, économie circulaire, réparation) et viabilité économique sur 3 ans
- **Gérer et louer solidaire** : Possibilité de contrat avec des baux solidaires (3/6/9) et charte d'engagement avec obligation d'un maintien de l'activité sociale, loyers indexés sur le chiffre d'affaires



Local



Facilité de mise en œuvre



Objectifs



Maîtriser le foncier et bâti



Faciliter l'accès au foncier



Créer de la mixité fonctionnelle



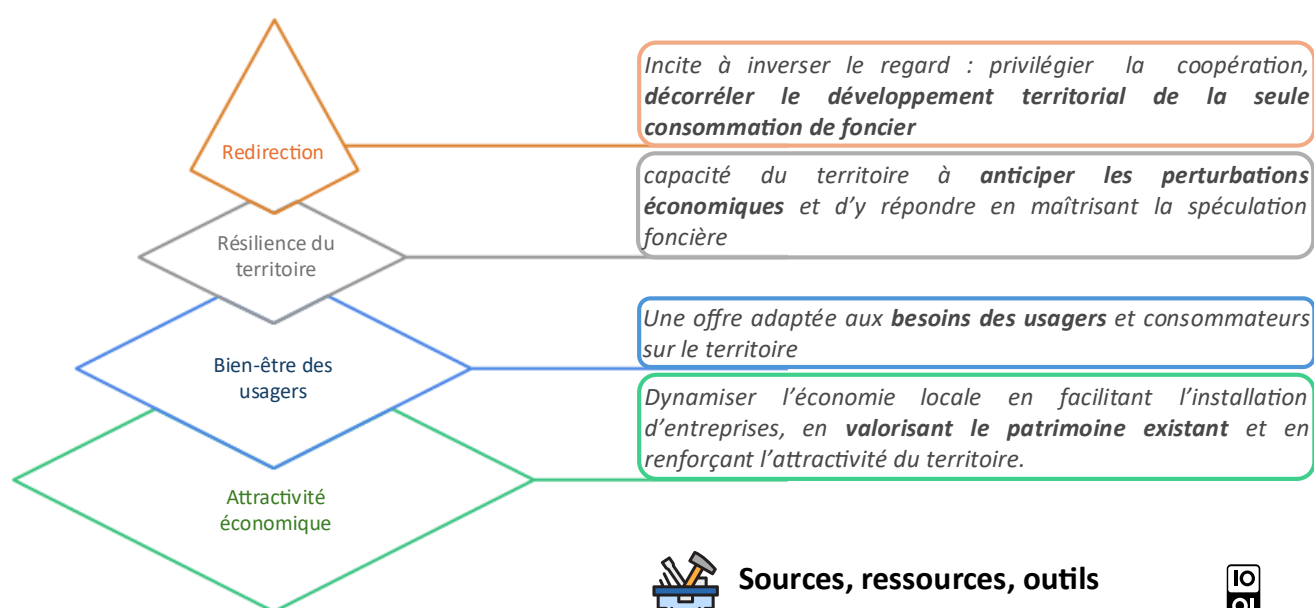
Références

- **SoCo** : Incubateur de commerces responsables avec cuisine pédagogique et ateliers participatifs – Paris
- **ATIS** : Mise en place d'une foncière solidaire commerciale via la Fabrique à initiatives – Bordeaux
- **Emmaüs Épargne Solidaire** : Financement participatif de recycleries solidaires
- **Base commune, Bellevilles, Villages Vivants ...** : initiatives solidaires privées pour revitaliser les centres bourgs et commerces
- **Murs solidaires**, ouvrage décryptant les mécaniques de création des lieux d'utilité sociale

5. 4. Systématiser les foncières (solidaires)



Retombées territoriales



Partenaires clés

- Etablissements Publics Foncier
- Bailleurs, foncières, aménageurs
- Pôles Territoriaux de Coopération Economique
- Chambres de Commerce
- Financeurs : Crédit Coopératif



Sources, ressources, outils



- **Acteurs économiques de la transition** Cartographie des entreprises engagées dans la transition écologique (agence tc.)
- **Carte des personnes morales** Données ouvertes sur les structures juridiques françaises (koumoul)
- **Modification du PLUi** : *Orientation d'Aménagement et de Programmation pour renforcer l'offre commerciale*
- **Atlas du foncier invisible** : Identification des foncières disponibles vacants, sous-utilisés.... (SOURCE)
- **Charte « Ville Commerçante » (en cours)** mesures de revitalisation économique et le lancement d'une consultation autour de la charte – Etat Français, Ministère de l'Economie et des Finances

6. 1. Discount sur présentation d'un justificatif mode doux

? L'importance des émissions de gaz à effet de serre liées aux déplacements des clients (scope 3) incite à instaurer des réductions pour les achats réalisés après un déplacement en mode doux, **afin de réduire significativement l'empreinte carbone globale des commerces**. Cette relocalisation des achats s'adapte aux évolutions du commerce et met en avant les talents locaux



Local



Facilité de mise en œuvre



Objectifs



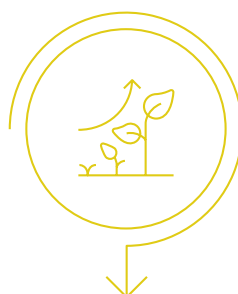
Mesure portée par

- Collectivités locales
- CCI
- CMA



Mesure à destination des

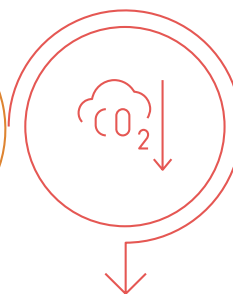
- Consommateurs
- Commerçants locaux



Mettre en
valeur les
entreprises
positives



Encourager les
mobilités
douce



Réduire
le
Scope 3



Chantier / méthodologie

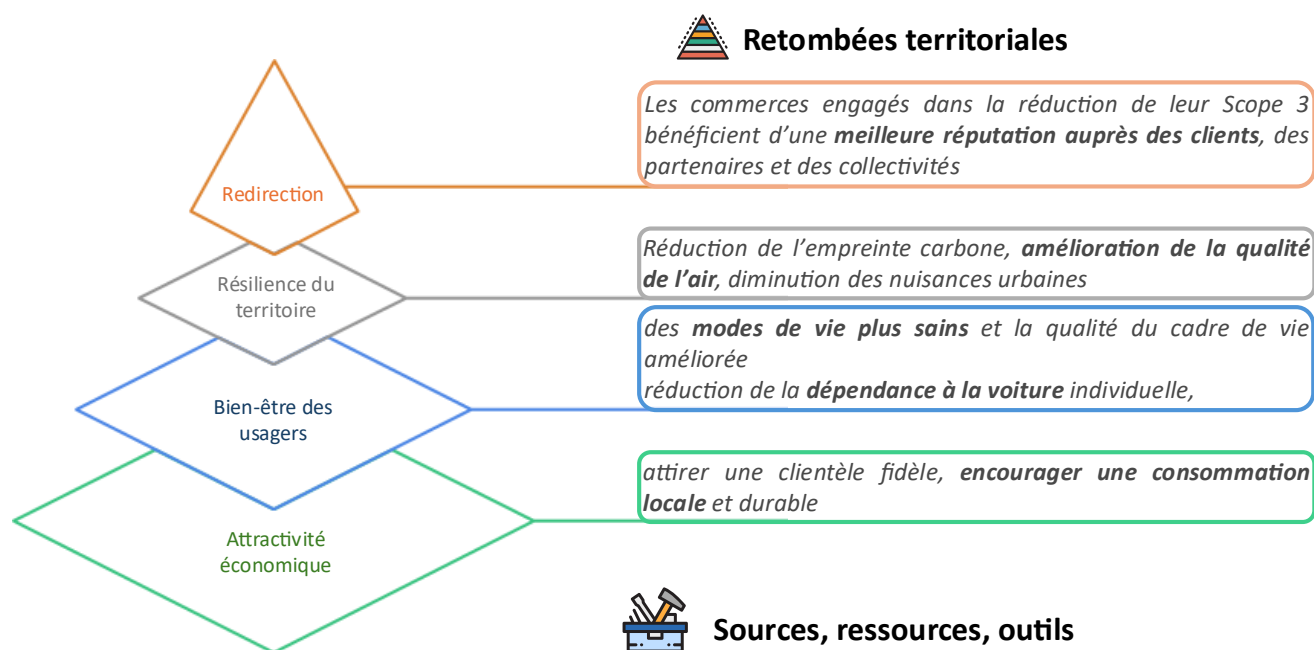
- **Offrir une réduction immédiate** dans les commerces partenaires **locaux** sur présentation d'un justificatif de déplacement en mode doux (ticket de transport en commun, attestation de stationnement vélo, preuve d'utilisation d'une application de mobilité active)
- **Étendre la reconnaissance aux justificatifs** d'utilisation de dispositifs de mobilité adaptés pour PMR : carte mobilité inclusion
- **Mettre en avant le dispositif dans la communication** (affiches, réseaux sociaux, site de la ville, appli fidélité)
- **Valoriser les commerces engagés** via des labels ou événements spécifiques



Références

- **Dispositif France Active** – Le dispositif qui permet la mobilisation des commerces de la ville autour de pratiques vertueuses en matière de développement durable. Besançon (25)
- **Mobilités douces : redécouvrir les cœurs de ville** – Valorisation des centres-villes via déplacements durables. CCI
- **Etude Mobilité et commerces** - Analyse des liens entre transport et activité commerciale. CEREMA

6. 1. Discount sur présentation d'un justificatif mode doux



Partenaires clefs

- Collectivités territoriales
- Autorités organisatrices des transports
- Commerces locaux
- CRESS
- Associations cyclistes
- Monnaies locales



Sources, ressources, outils

- **Indicateurs :**
- Suivre le nombre de réductions accordées par type de justificatif et de public
- Évaluer l'impact sur la fréquentation des commerces et l'usage des modes doux
- Nombre de commerces participants et de réductions accordée
- **Le Rollon** – Monnaie locale pour soutenir l'économie normande circulaire. **Région Normandie**
- **La Carte Verte** – Outil ludique pour agir face au changement climatique. **Ademe**

6.3. Éducation alimentaire et populaire

? La progression des maladies liées à l'alimentation, la précarité alimentaire et la méconnaissance des enjeux nutritionnels rendent indispensable la mise en place d'une éducation alimentaire et populaire pour permettre à chacun d'adopter des choix alimentaires éclairés. En parallèle, il est important de travailler sur la qualité des paysages alimentaires.



National / Local



Facilité de mise en œuvre



Objectifs



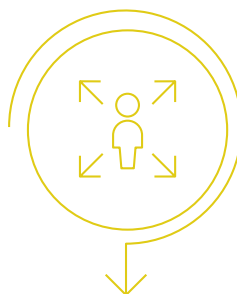
Mesure portée par

- Collectivités locales
- Région / Département



Mesure à destination des

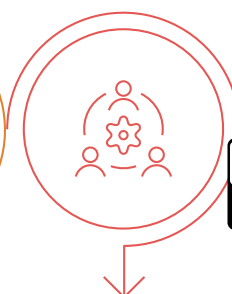
- Consommateurs
- Publics scolaires



Encourager la participation



Réduire les inégalités d'accès à l'alimentation



Renforcer l'autonomie Alimentaire, soutenir les producteurs locaux



Chantier / méthodologie

- **Organiser des animations éducatives sur le territoire :** ateliers de cuisine, visites de fermes, concours impliquant familles et associations locales
- **Identifier et soutenir les producteurs locaux** en créant des boucles alimentaires locales
- **Intégration dans les programmes scolaires** et périscolaires, avec des supports adaptés à tout âge
- **Promouvoir l'alimentation durable** et solidaire. Sensibiliser aux enjeux du gaspillage, de saisonnalité et de circuits courts.
- **Inscrire les objectifs** dans les **Projets Alimentaires Territoriaux (PAT)**
- **Associer les actions éducatives** à la distribution de produits frais, sains et de qualité aux publics les plus fragiles (petits déjeuners à l'école, paniers solidaires, épiceries sociales)



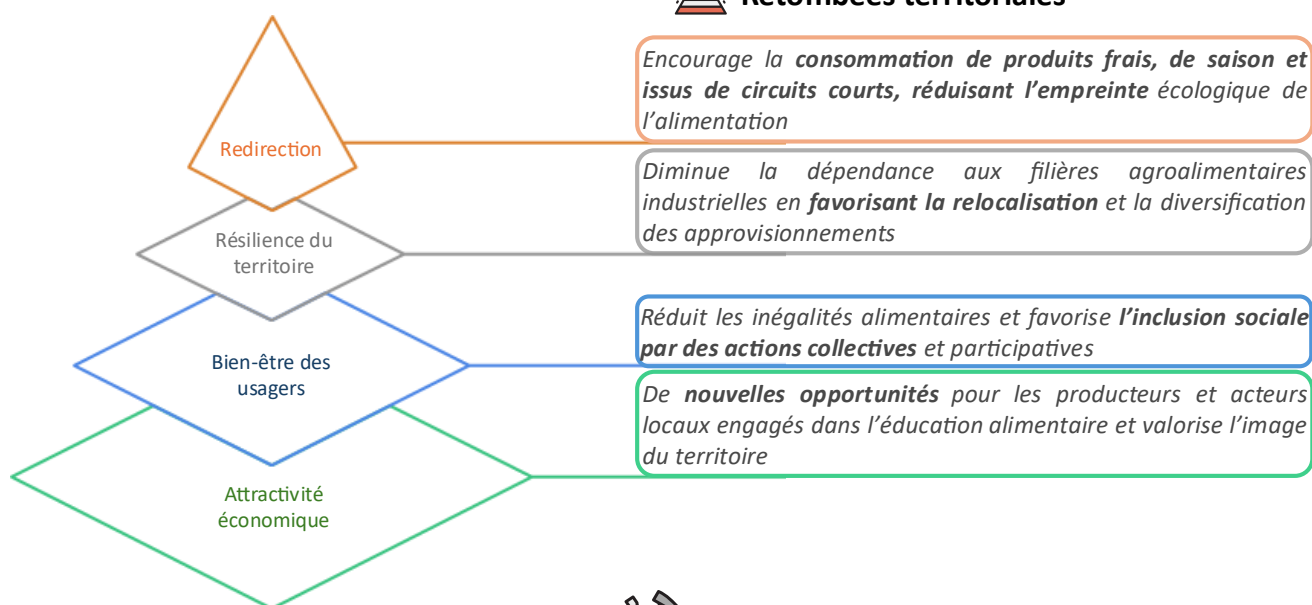
Références

- **Programme scolaire d'éducation alimentaire et à la diversité alimentaire**– Pays de Mortagne (61)
- **Maison de l'Alimentation et de la Nutrition** - Lieu ressource pour nutrition, santé et durabilité Grand Est
- **Acclim'action** – Programme territorial d'adaptation au changement climatique. Gironde (33)
- **Travaux de Maxime Marie**- Recherche sur commerce durable et transition alimentaire Université de Caen (14)
- **Le drive des 4 saisons**: un drive fermier de produits locaux à Valenciennes

6. 3. Éducation alimentaire et populaire



Retombées territoriales



Sources, ressources, outils



Partenaires clefs

- Ministère de l'Éducation Nationale, communauté éducative
- Santé Publique France
- Agriculteurs locaux / maraîchers
- Associations et Initiatives locales
- Commerçants locaux
- Professionnels de la concertation
- Chercheurs

- **Boîte à outils** — Ressources pratiques pour accompagner la transition alimentaire. [ALTAA](#)
- **Défis foyers à alimentation positive** — Familles engagées pour une alimentation saine et durable. [Vallée de la Sarthe](#) (72)
- **Association Graine d'Odyssées** — Projets éducatifs autour de l'alimentation et l'environnement. [Le Havre](#) (76)
- **Dialogue citoyen** — Participation publique pour co-construire les politiques locales. [Nantes](#) (44)

6.5. Agence locale de la réparation

? Entre obsolescence et **production croissante de déchets**, le consommateur doit pouvoir accéder à des **propositions durables, réparables et locales**. Il est proposé de rendre visibles acteurs et filières des territoires via une agence dédiée (publique, DSP ou autre), véritable guichet unique de la réparation à l'échelle d'une collectivité. Cette agence s'adressera tant aux particuliers qu'aux professionnels de la réparation déjà implantée, dans le but de créer un **parcours complet de circularité des objets**.



Mesure portée par

- Collectivités locales
- CCI, CMA
- Région / Département



Mesure à destination des

- Consommateurs
- Commerçants
- Réparateurs



National / Local



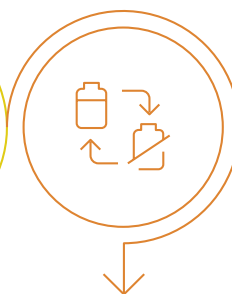
Facilité de mise en œuvre



Objectifs



Réduction des
déchets



Promouvoir
les initiatives
locales



Promouvoir la
sobriété



Chantier / méthodologie

- **Structurer le service (public)** : identifier le réseau de lieux dédiés à la réparation, échelle locale ou EPCI
- **Appliquer un Bonus réparation** tout public et tout type de bien. Tarifs sociaux ou aides supplémentaires pour les ménages modestes, en complément des dispositifs nationaux.
- **Organiser la logistique** pour la collecte, le diagnostic et la redistribution des biens réparés ou réemployés avec un process adapté
- **Suivre et valoriser les impacts** environnementaux (tonnes de déchets évitées, émissions de CO2 économisées, emplois créés). Labelliser les réparateurs partenaires et garantir la transparence des prix, la qualité des interventions et l'accès à l'information.



Références

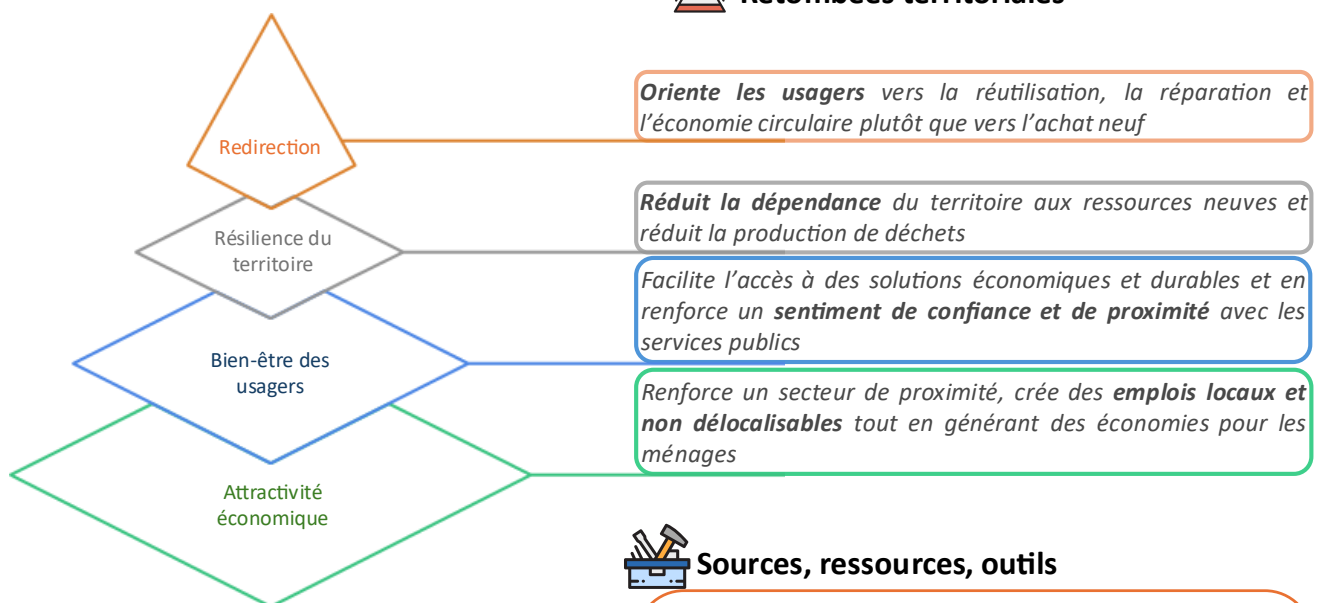
- **Bonus Réparation** – Aide financière pour réparer plutôt que jeter (réparateurs labellisés) Etat Français
- **50 mesures pour une consommation et une production durable**. Guide des politiques publiques pour une société sans obsolescence programmée – HOP, 2019
- **Smicval Market** – Supermarché inversé pour donner au lieu d'acheter. Vayres (33)
- **Réseau des Repair Cafés** Ateliers citoyens pour réparer objets et réduire déchets.



6.5. Agence locale de la réparation



Retombées territoriales



Partenaires clefs

- ADEME
- ETAT
- Education Nationale
- Collectivités territoriales
- Réseaux : Ressourceries, AMAP, ESS France, Répar'acteurs
- Associations (EMMAUS, Croix Rouge Française ...)
- Associations des commerçants



Sources, ressources, outils

- **Acteurs économiques de la transition**, *Cartographie des entreprises engagées dans la transition écologique.* (agence tc.) 
- **Longue Vie aux Objets** *Outil qui permet de recenser et partager les acteurs de l'économie circulaire en France* .(ADEME) 
- **Au Rendez-vous des Normands** – *Valorisation des initiatives locales et responsables normandes.* Région Normandie
- **Soutien aux investissements pour réemploi et réparation** – *Aides financières pour projets de réemploi et réparation.* ADEME
- **Plan Climat-Air-Energie territorial** *Stratégie locale pour climat, air et énergie durable. Exemple PCAET Rennes Métropole*