

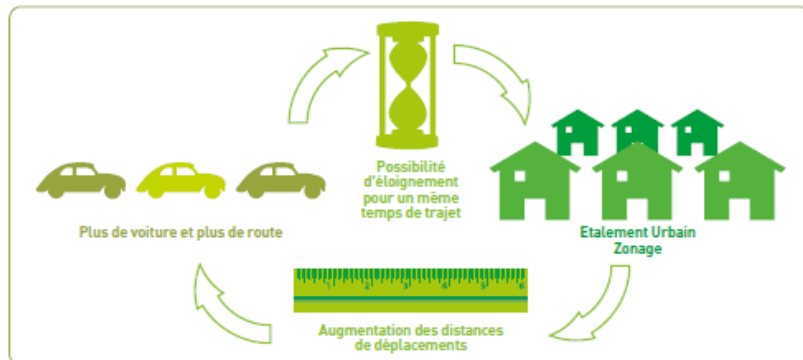
## URBANISME POUR UNE VILLE DESIRABLE

Le WWF s'engage avec les décideurs locaux pour lutter contre l'étalement urbain

### #1 Les moteurs de l'étalement urbain

#### La voiture, toujours plus vite, toujours plus loin

En quelques décennies, la réduction des coûts de la mobilité et l'augmentation des vitesses moyennes ont bouleversé la morphologie des villes, permettant d'aller habiter plus loin en un temps de déplacement identique.



La voiture et ses infrastructures sont des causes majeures dans l'éclatement de la ville entre lieux d'habitat, lieux de travail et zones de commerces et d'équipements.

#### Le rêve de la maison avec son grand jardin

Depuis 1997, les 2/3 des logements construits sont des maisons individuelles ; elles représentent aujourd'hui 57% des logements en France et consomment 97,5% du foncier consacré à l'habitat.

Le rêve de la maison avec jardin a su s'imposer comme une réponse unique aux attentes des Français : fuir une ville polluée et insécurisante, trouver un lieu à soi calme, se rapprocher de la nature, ...

Mais ce rêve a surtout été nourri par la crise du logement, les coûts exorbitants de l'immobilier et du foncier proches des centres, et les politiques publiques favorisant indirectement le neuf et de l'habitat individuel.



#### Un modèle commercial ravageur pour les territoires et les habitants

La grande majorité des achats se fait aujourd'hui dans des grandes surfaces implantées en périphérie (65% du chiffre d'affaire global des commerces en France se réalisent en



*for a living planet*®

périphérie), modèle commercial ravageur pour les territoires, leurs habitants et les politiques locales d'aménagement :

- source majeur de l'étalement urbain, il défigure les entrées de ville et consomme énormément de foncier ;
- souvent uniquement accessible en voiture<sup>1</sup>, il pousse à une surconsommation d'essence et des émissions de gaz à effet de serre disproportionnées<sup>2</sup> ;
- enfin, il déséquilibre le territoire, morcelé en quartiers dortoirs, zones de commerce et d'activité et des centres villes désertifiés et inattractifs.



Pourtant, ni ces problèmes, ni la baisse de la consommation des ménages depuis la crise ne freinent le développement de ces zones : la France est le pays d'Europe qui programme pour les prochaines années le plus grand nombre de projets et de m<sup>2</sup> commerciaux<sup>3</sup>. Cette surproduction se nourrit de la concurrence entre enseignes et entre territoires, de l'absence de planification des collectivités locales et du prix dérisoire du foncier en périphérie.

### ***La politique de développement de certaines collectivités locales***

La restriction de la construction dans les zones urbanisées a repoussé l'urbanisation vers la périphérie, de plus en plus loin jusqu'à ravager aujourd'hui les communes rurales. La construction de lotissements ou de maisons dans le diffus est souvent l'unique réponse envisagée par ces collectivités pour attirer de nouvelles populations et revivifier le territoire.

Le déficit de planification à l'échelle des bassins de vie, du fait de l'absence ou d'une échelle trop restreinte des Schémas de Cohérence Territoriaux, ne permet pas d'instaurer de gardes fous ou d'organiser collectivement une réponse cohérente aux besoins en logements et en activités.



<sup>1</sup> 66% des agglomérations ne relient pas en transport en commun les zones résidentielles et les zones commerciales, selon une enquête du GART réalisée en 2007 auprès de 154 autorités organisatrices de transport urbain.

<sup>2</sup> Pour 100€ d'achat, un ménage consomme en moyenne 1,36 litre pour aller dans un hypermarché en périphérie contre 0,34 litre d'essence dans un supermarché de centre ville, soit 4 fois plus d'essence pour le même achat.

<sup>3</sup> Après des années record pour la création de surface commerciale, 7,5 millions de m<sup>2</sup> commerciaux sont déjà en projet en périphérie pour les 5 prochaines années (contre moins de 1 million en centre ville).