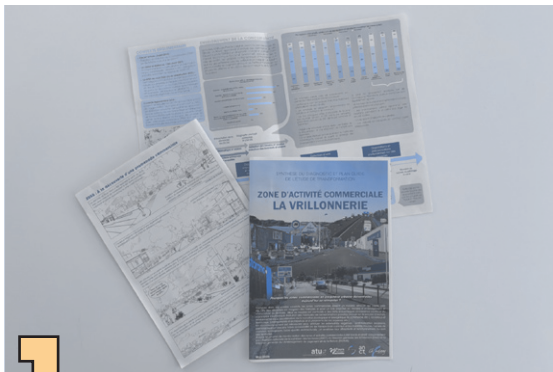


OBSERVATION DES USAGES

PLAN DE TRANSFORMATION DES ZACOMS
DE TOURS NORD ET DE CHAMBRAY-LÈS-TOURS



SOMMAIRE



1.

INTRODUCTION p.4

Rappel de l'étude de
transformation des zones
commerciales

Présentation de la méthode



2.

TOURS NORD p.12

Les sites de la Petite Arche
et Fusaparc au sein de l'étude

L'état actuel du lieu

Les pratiques

Les enseignements de
l'observation



3.

CHAMBRAY-LÈS-TOURS p.42

Le site du centre commercial
et ses abords au sein de
l'étude

L'état actuel du lieu

Les pratiques

Les enseignements de
l'observation



4.

REMERCIEMENTS BIBLIOGRAPHIE p.72

INTRODUCTION



Tours Nord

**Rodhepinard
Grands Mortiers**

Vrillonnerie

RAPPEL DE L'ÉTUDE DE TRANSFORMATION DES ZONES COMMERCIALES

Pourquoi les zones commerciales en périphérie urbaine doivent-elles aujourd'hui se réinventer ?

Conçues dans les années soixante, les zones commerciales restent un modèle attractif qui capte près de 72% des dépenses en magasin des Français et joue un rôle essentiel en matière d'aménagement et d'animation du territoire. Mais ce modèle est confronté à des défis économiques (croissance continue du commerce électronique, évolution des habitudes de consommation, pression accrue sur le pouvoir d'achat), environnementaux (accélération de la transition écologique et énergétique du commerce, etc.), sociétaux et territoriaux (changements d'architecture et d'urbanisme de ces espaces, etc.).

Un accompagnement est donc nécessaire pour atténuer les externalités négatives (artificialisation excessive, imperméabilisation des sols, faible accessibilité via les transports en commun et les mobilités douces, rupture de corridors écologiques, faible qualité architecturale) et améliorer leurs attractivités et leurs fonctionnements au sein des territoires.

À cette fin, un plan de transformation des zones d'activités commerciales a été lancé et piloté conjointement par l'Agence Nationale de la Cohésion des Territoires (ANCT), la Direction Générale des Entreprises (DGE) et la Direction Générale de l'Aménagement, du Logement et de la Nature (DGALN).

Comment se déroule l'étude ?

La Métropole de Tours a d'abord candidaté à l'appel à manifestation d'intérêt (AMI) lancé conjointement par l'ANCT, la DGE et la DGALN. À cette occasion, trois sites ont été proposés pour faire l'objet d'une étude : Tours Nord et sa zone commerciale, Chambray-lès-Tours avec la zone de la **Vrillonnerie**, et Tours / Saint-Pierre-des-Corps avec le secteur **Rochevinard/Grands Mortiers**.

En mars 2024, deux sites ont finalement été retenus : Tours Nord et Chambray-lès-Tours. Chacun d'eux a bénéficié d'une subvention de 75 000 €.

L'étude de requalification des zones d'activités commerciales débute en janvier 2025 par une visite des sites, ainsi que par la définition de la méthodologie de travail qui s'organise en trois phases :

- Une première phase, intitulée « Diagnostic, enjeux et invariants » ;
- Une deuxième phase, consacrée à la « Définition d'une stratégie de transformation sous la forme d'un plan-guide et d'un plan d'actions » ;
- Une troisième phase, portant sur les « Orientations et préconisations d'intervention sur les espaces ».

Pourquoi réaliser un travail d'observation des usages ?

Si l'analyse menée par Pivadis a permis de mieux comprendre le fonctionnement économique et commercial de la ZACOM ainsi que les attentes des commerçants, elle ne renseigne que partiellement sur la manière dont les espaces sont réellement pratiqués au quotidien. Or, les usagers (clients, salariés, habitants ou simples visiteurs) jouent un rôle central dans la vie et l'attractivité de ces secteurs.

L'observation des usages vise ainsi à compléter le diagnostic existant en s'intéressant aux pratiques effectives des espaces : les parcours, les modes de déplacement, la fréquentation, l'occupation ou encore les appropriations informelles. Cette approche permet de révéler les décalages éventuels entre les espaces conçus et les espaces vécus, mais aussi d'identifier les besoins et les potentiels d'amélioration venant ainsi nourrir les phases 2 et 3 de l'étude.

Ce travail d'observation n'est pas exhaustif mais nous informe sur les grandes tendances, sur les pratiques de ces espaces.

LA MÉTHODE D'OBSERVATION

Qu'est-ce que
l'observation des
usages ?

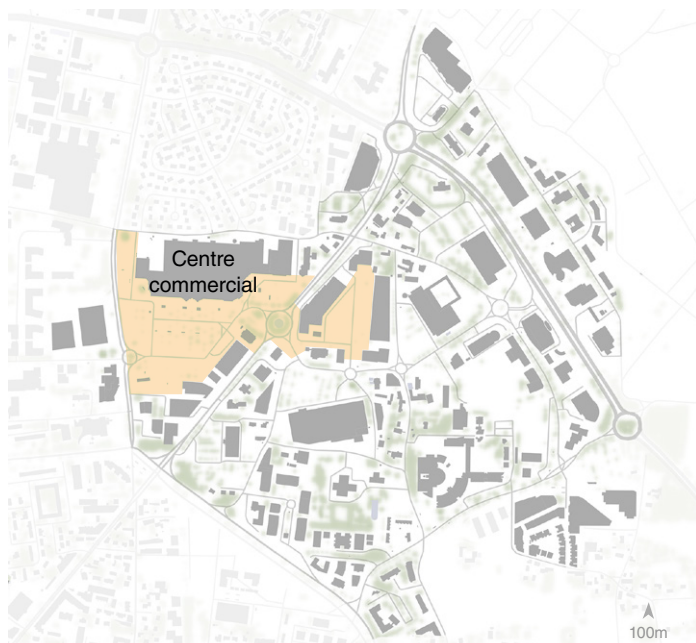
L'observation
des usages consiste à
s'intéresser aux déplacements, aux
appropriations et aux détournements d'un
lieu (et des éléments qui le composent) par les
personnes qui le pratiquent. Comme l'explique le
rapport *Espace public : méthodes pour observer et
écouter les usagers*, publié en 2020 par le Cerema, « on
observe simplement les usages sans prétendre juger
s'ils sont bons ou mauvais, appropriés ou non ».
L'objectif est ainsi de comprendre comment
les individus investissent concrètement un
espace, au-delà des fonctions qui lui ont
été initialement attribuées.

Le travail d'observation des usages s'articule autour de la problématique suivante :

Comment les usages, les dynamiques d'occupation et les perceptions des usagers révèlent-ils le fonctionnement réel des espaces extérieurs des centres commerciaux situés au sein des ZACOM ?

Pour y répondre, cette étude se concentre sur les espaces extérieurs entourant ces « mastodontes » du commerce que sont les centres commerciaux. Deux espaces ont été retenus comme terrains d'étude : le centre commercial Petite Arche et le secteur Fusaparc à Tours nord et de le centre commercial Auchan et ses abords à Chambray-lès-Tours.

Hérités de la seconde moitié du XX^e siècle, ces équipements sont notamment composés d'un hypermarché et d'une galerie marchande. Leur analyse permet d'interroger **les occupations de l'espace, les usages et les représentations** qui se déploient dans leurs espaces extérieurs.



8 Zone d'observation des usages au sein de la ZACOM de Tours Nord



Zone d'observation des usages au sein de la ZACOM de Chambray-lès-Tours

Il s'agit d'une photographie prise systématiquement depuis le même point de vue et représentant le même paysage. Seuls l'horaire et le jour de la prise de vue varient.

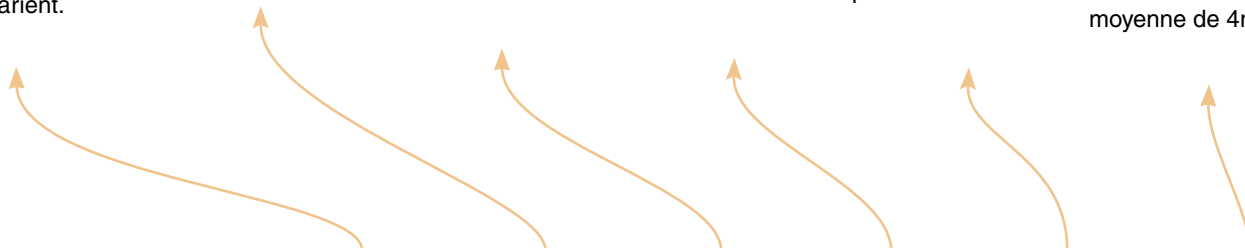
Cet outil vise à documenter, par la photographie, les usages et les occupations observés au cours d'une balade.

Ce dispositif vise à recenser et à spatialiser les usages observés au sein d'un espace donné, durant une période déterminée.

Cet outil vise à évaluer le volume d'achats des usagers à partir de comptages réguliers réalisés aux différentes sorties de la galerie marchande.

Ce dispositif permet de relever les déplacements de l'ensemble des usagers, à l'exception des automobilistes, dans un espace donné et sur une période déterminée.

Cet outil vise à comprendre les usages, les modes d'occupation de l'espace et les perceptions des usagers en les interrogeant directement à l'aide d'un questionnaire fermé d'une durée moyenne de 4mn36.



OBJECTIF	SOUS-OBJECTIFS	PHOTO FIXE	BALADE PHOTO	COMPTAGE ET CARTE DES USAGES	COMPTAGE DES PANIERS	CARTE DES TRAJECTOIRES	QUESTIONNAIRE
Comprendre les usages	Types d'activité	X	X	X			
	Appropriations et détournements		X	X			
	Conflits		X	X		X	X
Analyse de l'occupation de l'espace	Intensité	X			X	X	
	Durée						X
	Répartition	X				X	
	Modes et logiques de déplacements				X	X	X
Recueillir la perception des usagers							X

LE CALENDRIER D'OBSERVATION

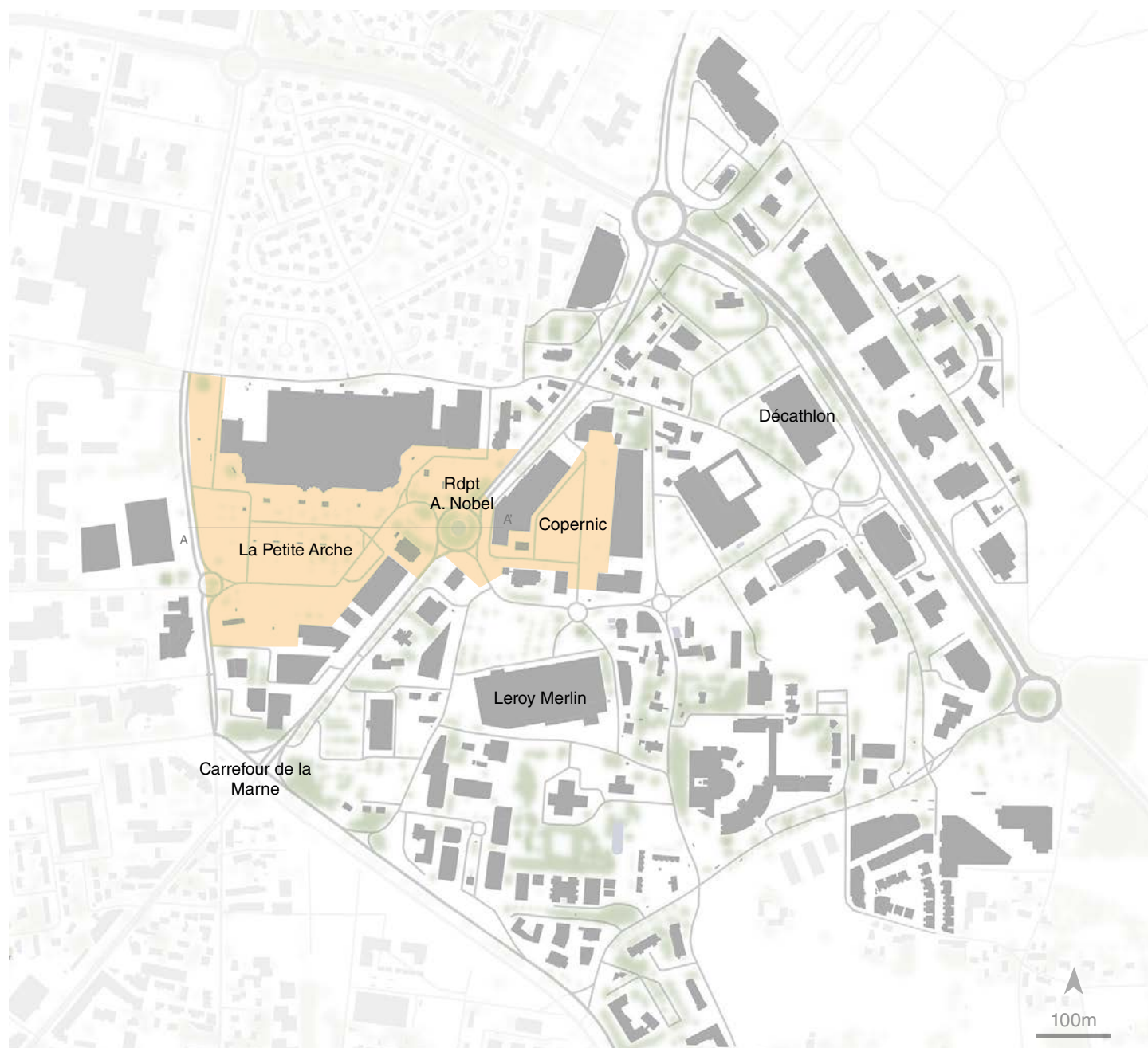
	TOURS	CHAMBRAY
Mardi 28/04	8h-11h30 12h-15h	
Mercredi 29/04	9h-12h 15h-18h30	
Jeudi 30/04		8h-11h30 12h-15h
Mercredi 06/05		9h-12h 15h-18h30
Vendredi 22/05	11h30-15h 17h-20h	
Vendredi 29/05		11h30-15h 17h-20h
Samedi 30/05		15h-18h 18h30-22h
Dimanche 31/05	11h-12h30	11h-12h30
Lundi 01/06		
Samedi 06/06	15h-18h 18h30-22h	
Lundi 08/06		
Total	29,5h	29,5h

TOURS NORD

LA PETITE ARCHE - FUSAPARC AU SEIN DE L'ÉTUDE ZACOM

Les parkings des espaces commerciaux de la petite Arche et de Fusaparc (parking Copernic) ont été choisis en raison de l'intensité d'usages qu'ils génèrent liée à leur positionnement stratégique dans la zone, dans la ville et des types d'enseignes présentes. En effet, la proximité du carrefour de la Marne et de l'arrêt de tramway, la desserte par les avenues Gustave Eiffel et André Maginot et les différentes lignes de bus leur confèrent une attractivité certaine.

L'objectif est alors de comprendre ces usages et le lien entre les deux espaces commerciaux : Petite Arche et Fusaparc.



Zone d'observation des usages au sein de la ZACOM de Tours Nord



Limite est du parking de la Petite Arche



Groupement commercial de l'entrée est de la galerie



Entrées centrales de la galerie



Sud du parking de la Petite Arche



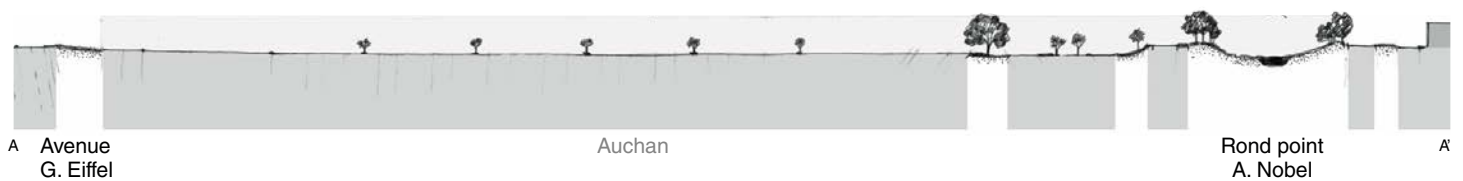
Entrée ouest de la galerie commerciale



Parking Copernic



Espace entre parking Copernic et rond point A. Nobel



A Avenue
G. Eiffel

Auchan

Rond point
A. Nobel

A'

Coupe de la ZACOM de Tours Nord

L'ÉTAT ACTUEL DU SITE D'OBSERVATION



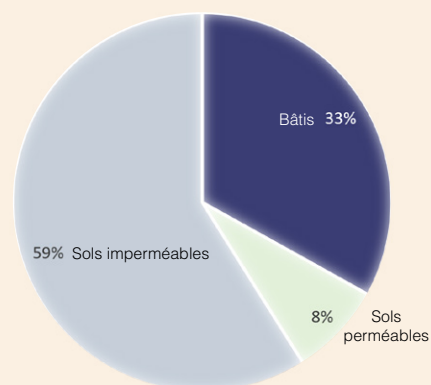
Zone d'observation des usages au sein de la ZACOM de Tours Nord

Le secteur où prend place l'observation des usages est composé de 3 zones :

- **La Petite Arche**, composée de Auchan et sa galerie commerciale, Darty, Cuisinella, Basic Fit, Intersport, ainsi que 4 restaurants ;
- **Copernic**, comprenant Mcdonald, Subway, Picard, Cultura, Gémo, Aubert, Norauto, Quartier des tissus, Orchestra, La Halle, La Grande Récré, Easycash, Blue Box, Tape à l'oeil, Célio, Dalbe, VandB, et Le fournil Saint-André ;
- Le rond point A.Nobel est les espaces qui le bordent (Buffalo Grill, la rue à l'arrière de Cultura).

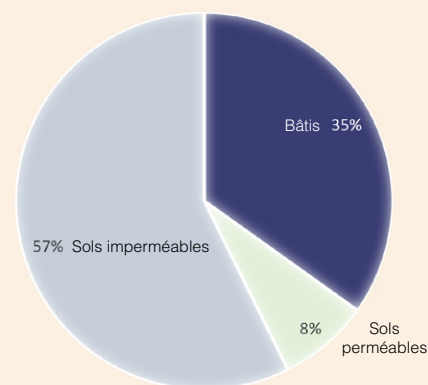
LA ZONE D'OBSERVATION :

Date de construction :	entre 1969 et 1980
Superficie :	16,6 ha.
Nombre de places de parking :	2348
Emprise bâtie :	5,5 ha. (33%)
Emprise des sols perméables :	1,33 ha. (8%)

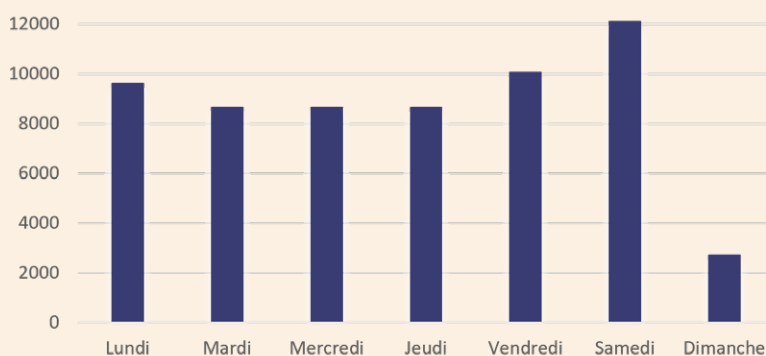


LA PETITE ARCHE :

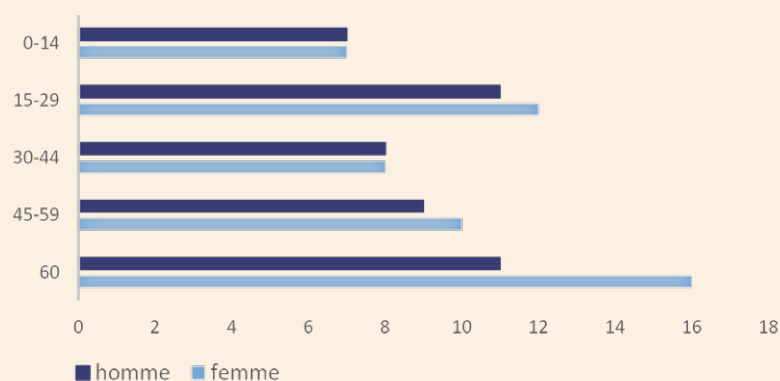
Date de construction :	1969
Superficie :	10.9 ha.
Nombre de places de parking :	1734
Emprise bâtie :	3,8 ha. (34,5%)
Emprise des sols perméables :	0,85 ha. (7,8%)
Nombre de visiteurs par semaine :	60 400 (Source : MyTraffic*)



Nombre de visiteurs par jour à la Petite Arche
(Source : MyTraffic)



Age et genre des visiteurs de la Petite Arche
(Source : MyTraffic)



LES PRATIQUES

LES PHOTOS FIXES

Il s'agit d'une série de photographies prises systématiquement depuis un même point de vue et représentant un même paysage (voir le point noir indiqué sur la carte à la page précédente). Seuls le jour et l'heure de la prise de vue varient.

Ce travail nous a permis de mettre en évidence les fluctuations de l'occupation du parking de la Petite Arche et de confronter, par l'observation photographique, les données quantitatives recueillies par MyTraffic concernant la fréquentation de ce lieu au cours de la journée.

8 600

Visiteurs en moyenne par jour
(+34% de visiteurs le samedi)
(Source : MyTraffic)



Point sud - Mardi 28 avril à 8h16 (magasins fermés)



Point est - Mardi 28 avril à 8h11 (magasins fermés)



18 Point sud - Vendredi 22 mai à 10h33



Point est - Vendredi 22 mai à 10h37



Point sud - Mardi 28 avril à 12h21



Point est - Mardi 28 avril à 12h16



Point sud - Mardi 28 avril à 14h52



Point est - Mardi 28 avril à 14h58

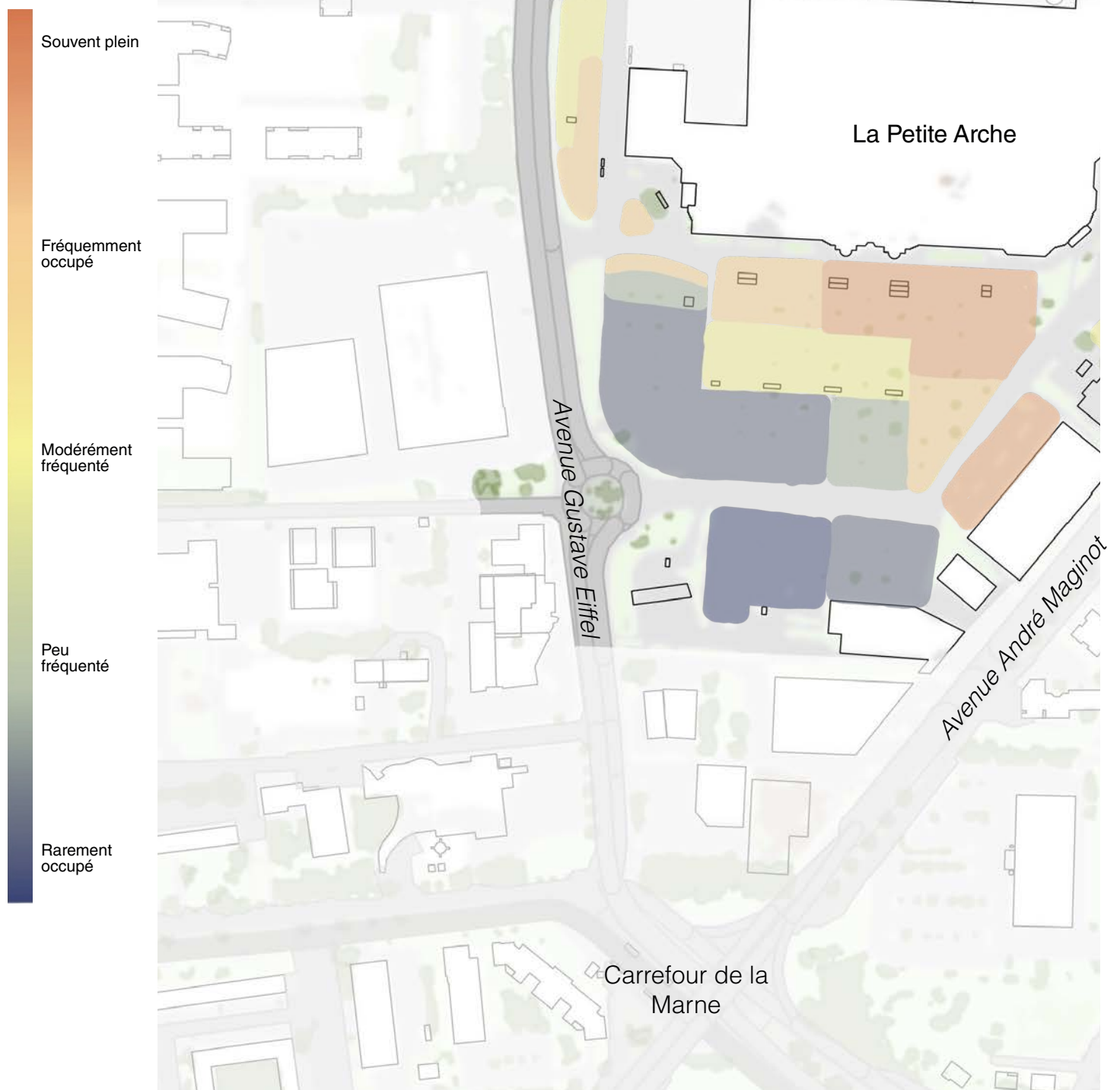


Point sud - Samedi 6 juin à 17h21



Point est - Samedi 6 juin à 17h17

LES PRATIQUES OCCUPATION DES PARKINGS



Ce dispositif vise à évaluer le taux d'occupation des parkings des différents espaces commerciaux sur une période déterminée.



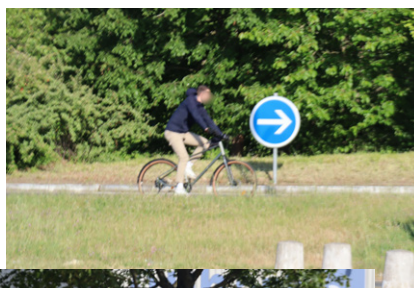
LES PRATIQUES

LA BALADE PHOTOGRAPHIQUE

Cet outil vise à documenter, par la photographie, les usages et les occupations observés au cours d'une balade urbaine.

Ce travail nous a permis d'identifier deux types de situations. D'une part, les **occupations** qui témoignent de la présence d'usagers (piétons, cyclistes, etc.) dans des espaces conçus pour les accueillir. D'autre part, les **appropriations** qui révèlent la manière dont les usagers détournent un espace ou un aménagement afin de répondre à un besoin, alors même que celui-ci n'avait pas été conçu pour cet usage à l'origine.

Cette planche présente les différents usages observés, tandis que la double page suivante est consacrée aux formes d'appropriation par détournement relevées sur le terrain.



La balade photographique a révélé une présence importante du vélo sur le parking de la Petite Arche, ainsi que dans l'ensemble de la zone d'observation.



Les cyclistes sont visibles le long de l'avenue André Maginot et de l'avenue Gustave Eiffel, mais également à l'intérieur des rues et des espaces de stationnement.

L'un des indicateurs les plus révélateurs de cette pratique est l'utilisation régulière des stationnements vélos situés à proximité des entrées de la galerie commerciale et d'Intersport, qui apparaissent fréquemment occupés.



Les trottinettes font également partie du paysage observé. Bien que moins nombreuses que les vélos, elles occupent l'espace de manière similaire et sont présentes dans les mêmes secteurs de la zone d'étude.



Les terrasses de la boulangerie de Copernic, ainsi que celles des différents restaurants de la zone, sont régulièrement occupées, en particulier lors des journées ensoleillées.



Devant la Petite Arche, le mobilier extérieur est relativement limité. Le principal espace couvert permettant de s'asseoir est l'abri situé à proximité de l'entrée est, visible sur la photographie ci-contre. Au cours des différentes périodes d'observation, cet espace a rarement été inoccupé. Il était régulièrement utilisé par des employés en pause, des personnes âgées souhaitant se reposer ou encore des usagers en attente.



L'observation a également mis en évidence la présence de plusieurs coureurs, principalement en début de matinée.

Il était également fréquent d'observer des groupes de personnes à l'arrêt, échangeant ou discutant en bordure des espaces de stationnement. Ce type d'usage a été relevé plus régulièrement dans le secteur de Copernic que dans celui de la Petite Arche.



Enfin, l'observation des usages a mis en évidence la forte fréquentation du chemin situé entre Cultura, Subway et Picard, au sud-ouest de la place Copernic. Cette fréquentation pourrait s'expliquer par une ambiance plus piétonne, notamment liée au changement de revêtement au sol, qui passe du goudron à un béton ocre et par l'absence de voie circulée par les voitures.

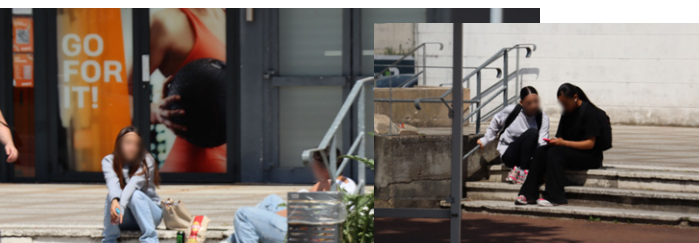


Sur le parking de la Petite Arche, les voitures ne sont plus uniquement des moyens de déplacement : elles deviennent des lieux de sieste, des cabines téléphoniques improvisées, des espaces de restauration, encore des supports de discussion, des salles d'attente...



Face au déficit de mobilier extérieur, les usagers investissent des supports alternatifs pour de courtes pauses : bordures, plots, bacs à végétation ou espaces enherbés deviennent ainsi des assises informelles.





INFO : À l'entrée ouest du centre commercial se trouvent les arrêts de bus « La Petite Arche », desservis par 6 lignes du réseau Fil Bleu.



Parmi ces assises improvisées, les escaliers apparaissent comme particulièrement prisés.



Ainsi, la sortie ouest de la galerie commerciale de la Petite Arche accueille régulièrement des personnes en quête de repos.

Il s'agit en grande majorité de jeunes, probablement issus du lycée Vaucanson, qui, après être allés chercher quelque chose à manger à Auchan, viennent s'asseoir sur les escaliers de cette placette organisée autour de charmes.

INFO : La cafétéria Auchan n'autorise l'accès à ses tables qu'à ses propres clients. Les personnes ayant acheté de la nourriture dans la grande surface ne peuvent donc pas s'y installer.

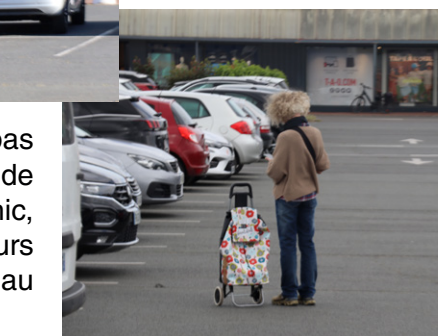


Les détournements d'usage observés vont parfois jusqu'à l'appropriation d'équipements initialement fonctionnels, comme les parkings à caddies, utilisés ici comme tables hautes.



Les flux piétons n'étant pas organisés sur les parkings de la Petite Arche et de Copernic, les usagers organisent leurs parcours de façon à aller au plus court. Cela crée des flux piétons aléatoires au milieu de voitures garées, rendant ces espaces très dangereux.

À la Petite Arche, cette problématique est accentuée par l'étendue du parking, favorisant des vitesses de circulation automobile plus élevées.

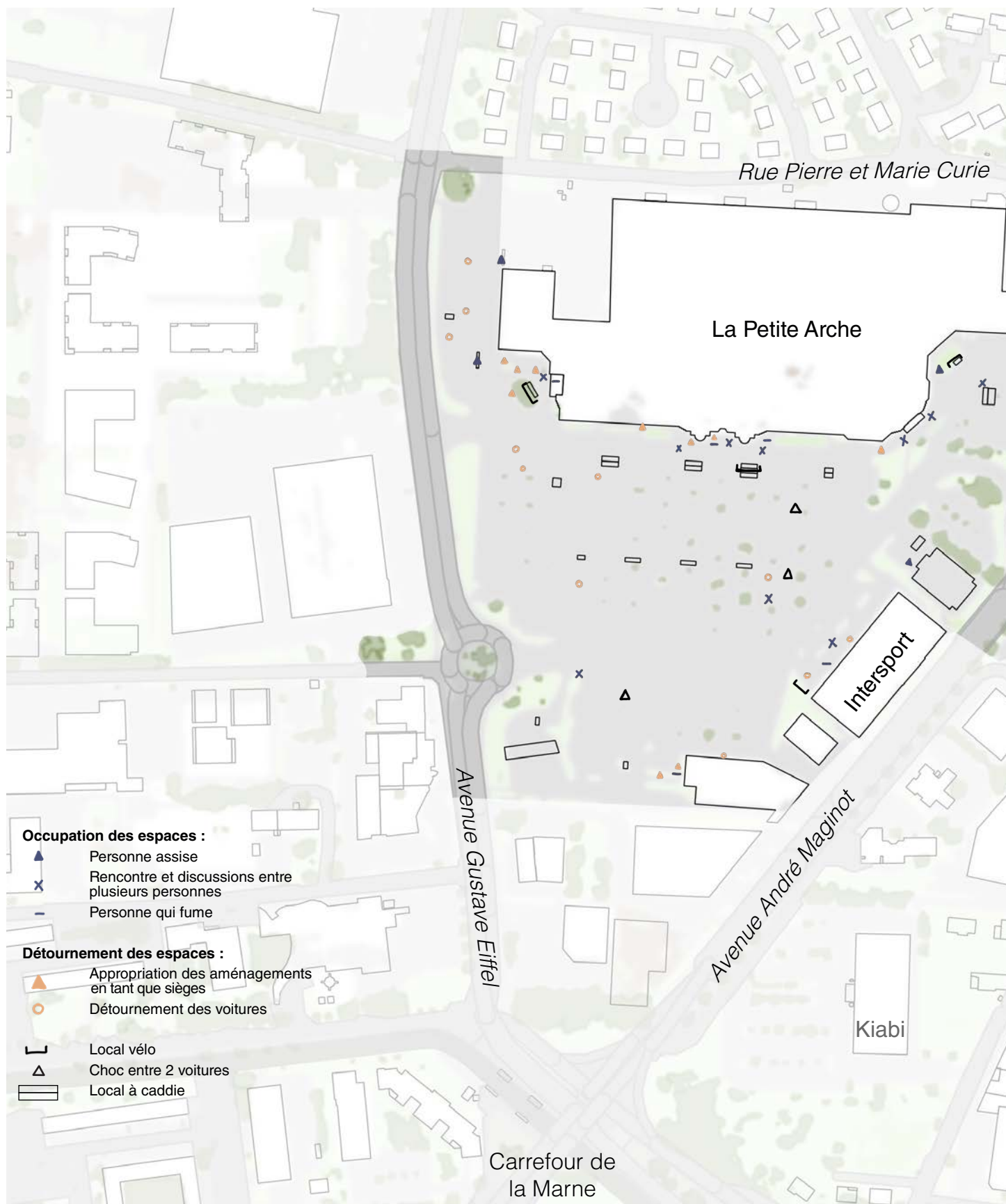


Des chemins de désir apparaissent là où la circulation piétonne n'a pas été pensée.



LES PRATIQUES

CARTE DES USAGES



Ce dispositif vise à recenser et à spatialiser les usages observés au sein d'un espace donné, durant une période déterminée.

Ainsi les usages présentés aux pages précédentes se retrouvent replacés sur cette carte.



LES PRATIQUES

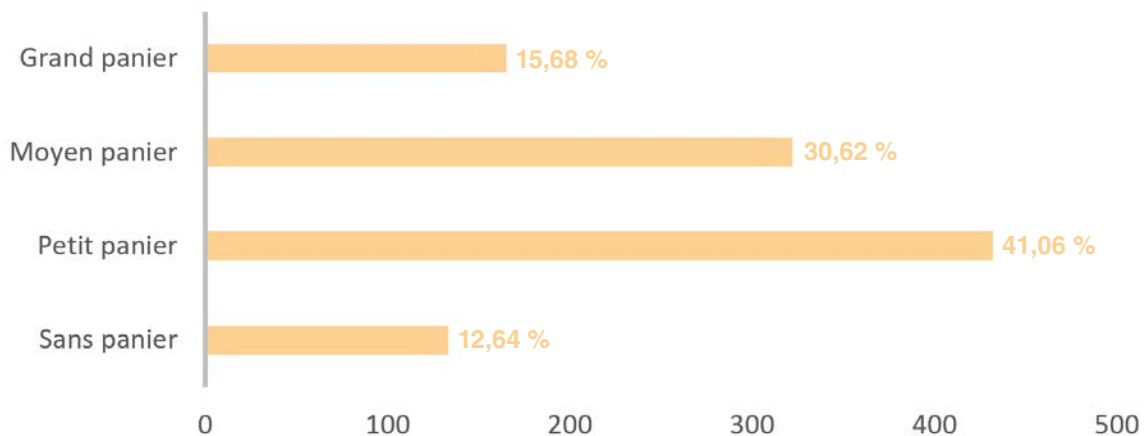
COMPTAGE DE PANIER

Cet outil vise à évaluer le volume d'achats des usagers à partir de comptages réguliers réalisés aux différentes sorties de la galerie marchande.

Les volumes d'achats observés ont été répartis en quatre catégories :

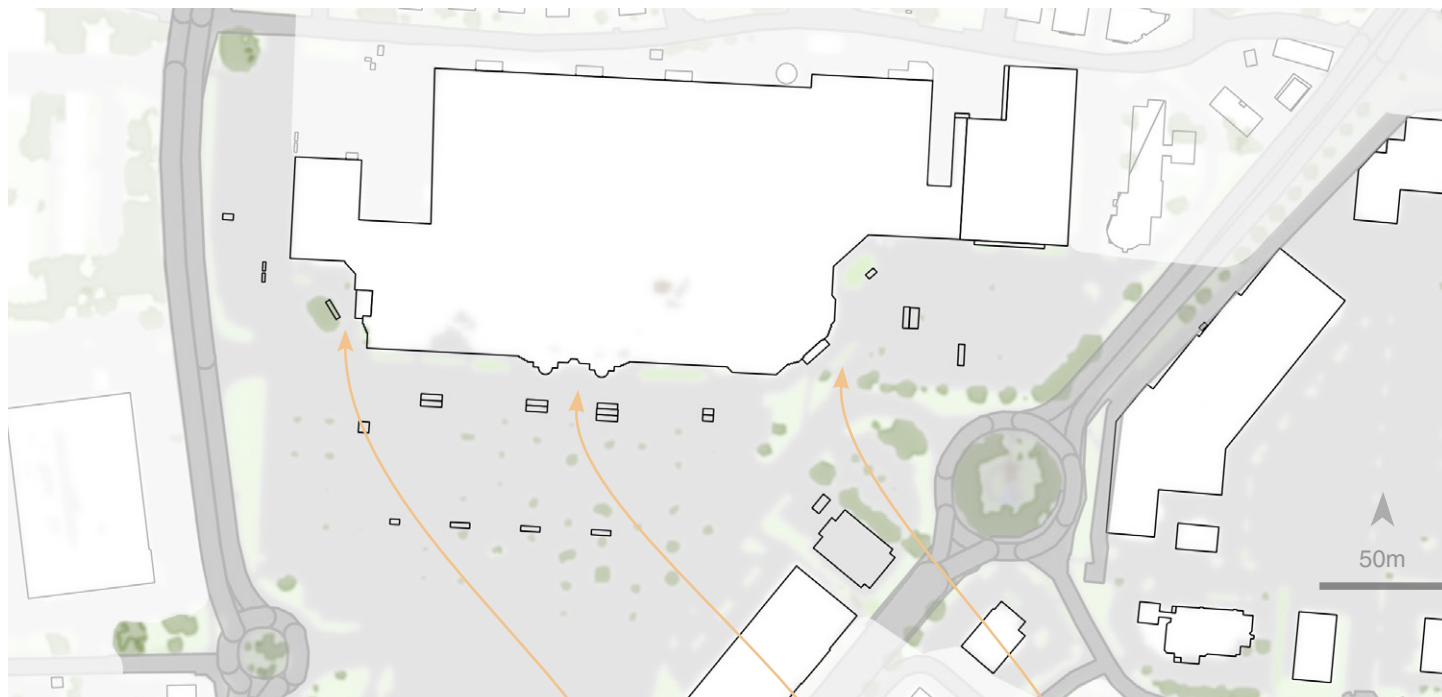
- Les « **grands paniers** », correspondant aux usagers utilisant un caddie de course ou d'un sac à roulettes pour transporter leurs achats ;
- Les « **paniers moyens** », caractérisés par la présence d'un ou de plusieurs sacs de courses ;
- Les « **petits paniers** », qui désignent les personnes quittant la galerie avec un ou plusieurs articles portés à la main ;
- Les « **sans panier** », regroupant les personnes sortant de la galerie sans achat apparent (celui-ci pouvant toutefois être rangé dans un sac à main ou un sac à dos).

Cette classification permet d'appréhender les différents usages du centre commercial, ainsi que les caractéristiques de ces différentes sorties.



Résultat de 350 minutes (+/- 6h) de comptage de paniers aux sorties de la galerie de la Petite Arche





Grand panier	32,67%	15,40%	12,22%
Moyen panier	6,93%	34,83%	31,11%
Petit panier	33,67%	37,72%	35,00%
Sans panier	26,73%	12,05%	21,67%

Répartition des comptages de panier par entrée du centre commercial

Le centre commercial de la Petite Arche se caractérise par une forte proportion de petits paniers, qui représentent près de 40 % des sorties observées. Cette catégorie correspond principalement à des achats de complément ou à des achats liés à la pause déjeuner. Ce résultat met en évidence le rôle de commerce de proximité joué par le centre commercial, aujourd'hui entouré de bureaux, de chantiers et de logements.

L'analyse détaillée des données par sortie révèle toutefois des différences significatives entre la sortie ouest, qui dessert les arrêts de bus, et les sorties est et centrale, principalement connectées aux parkings.

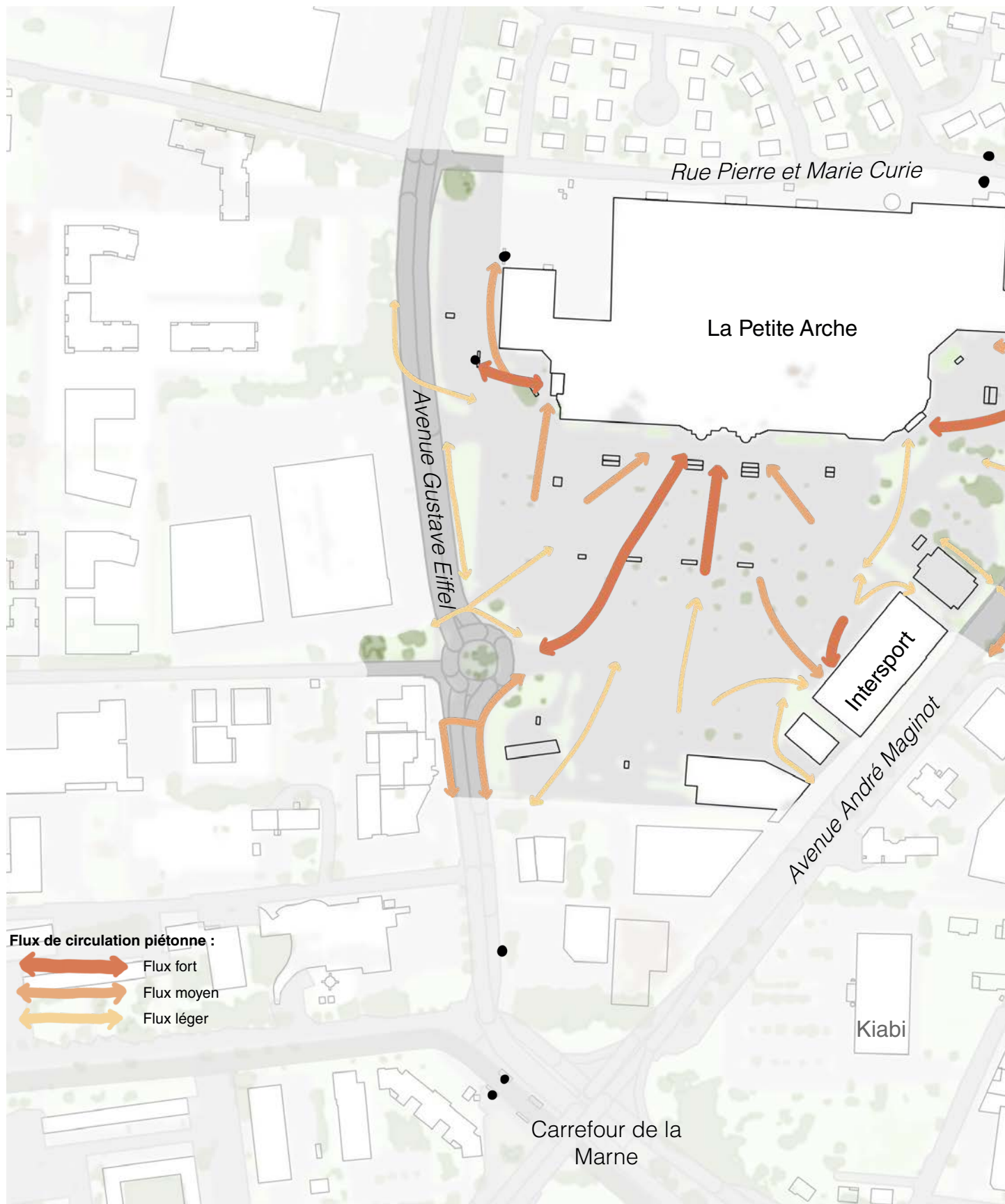
La sortie ouest présente une proportion plus importante de personnes quittant le centre commercial sans achat. Cette situation peut notamment s'expliquer par la présence d'une salle de sport à proximité, qui génère une partie de ces flux. Les petits paniers représentent quant à eux environ un tiers des sorties, une proportion comparable à celle observée aux sorties est et centrale.

La différence la plus marquée concerne les paniers moyens. À la sortie ouest, ils ne représentent qu'environ 7 % des sorties, contre près d'un tiers aux sorties est et centrale. Cette disparité peut s'expliquer par les contraintes liées au transport des courses en transports en commun ou sur de longues distances à pied. Dans ce contexte, l'utilisation d'un sac à roulettes apparaît plus adaptée. Cette hypothèse est renforcée par la proportion de grands paniers (comprenant les sacs à roulettes) observée à la sortie ouest, environ deux fois plus élevée que dans les autres sorties.

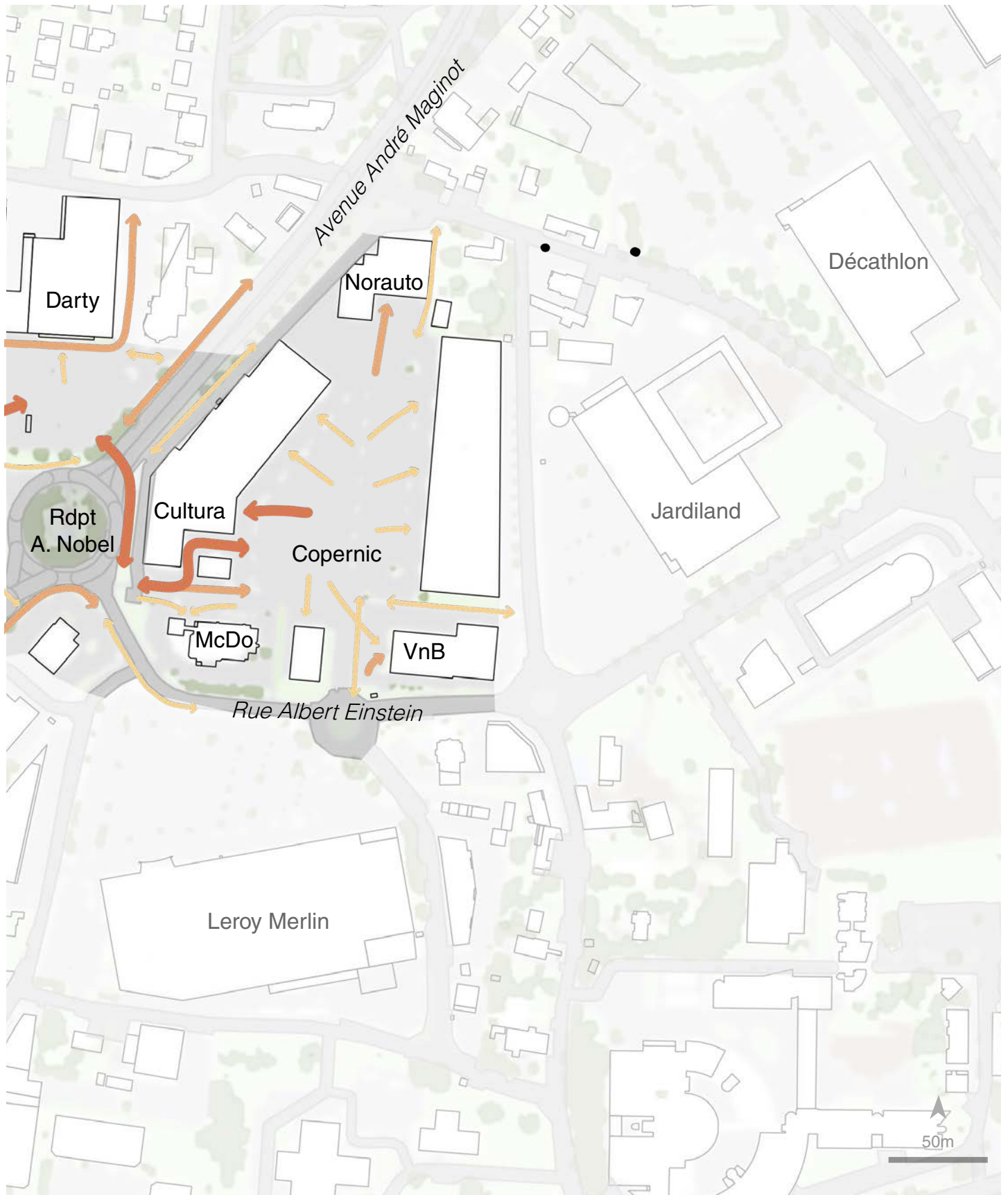


LES PRATIQUES

CARTE DES TRAJECTOIRES PIÉTONNES

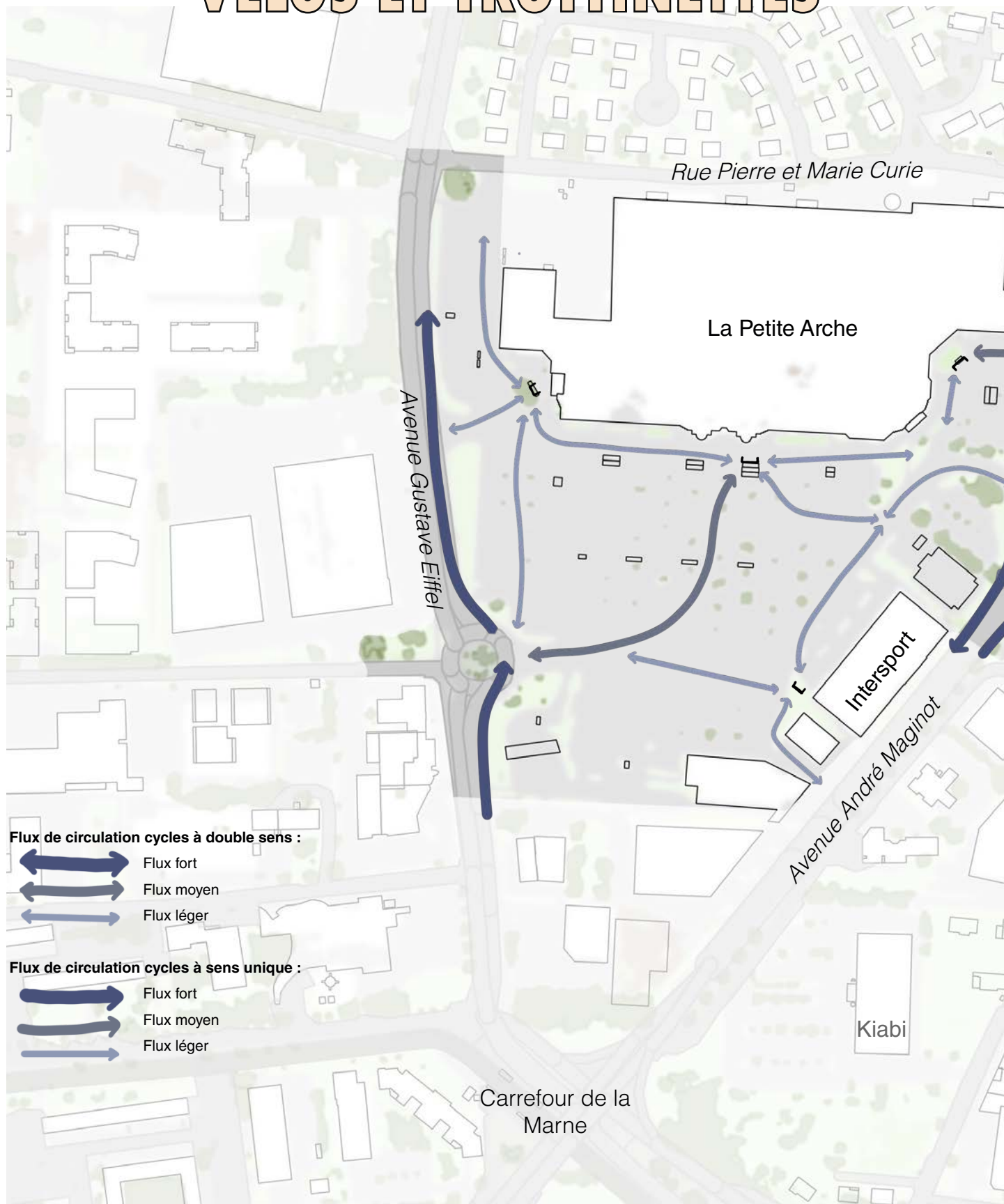


Ce dispositif permet de relever les déplacements de l'ensemble des piétons dans un espace donné et sur une période déterminée.

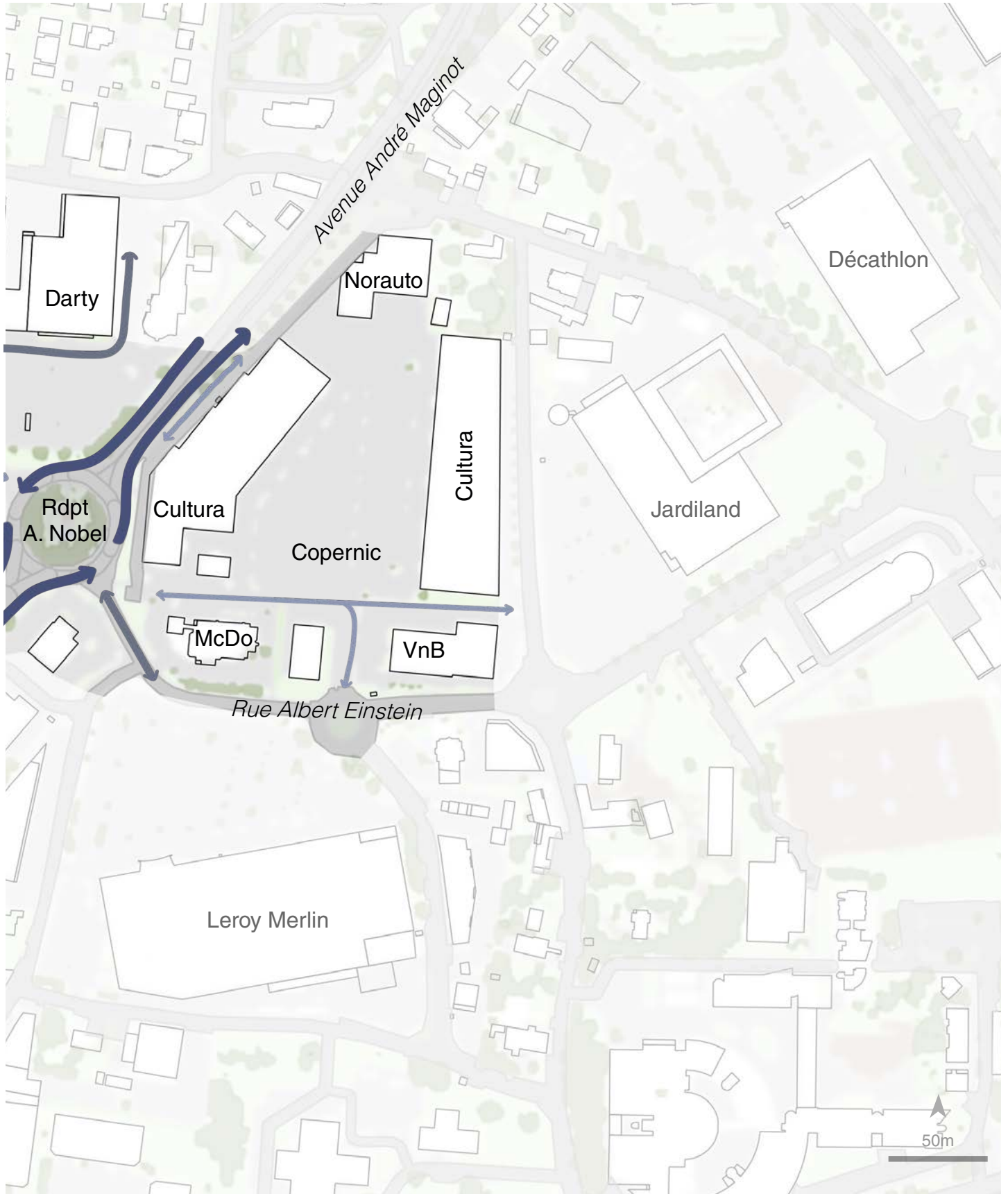


LES PRATIQUES

CARTE DES TRAJECTOIRES VÉLOS ET TROTTOINETTES



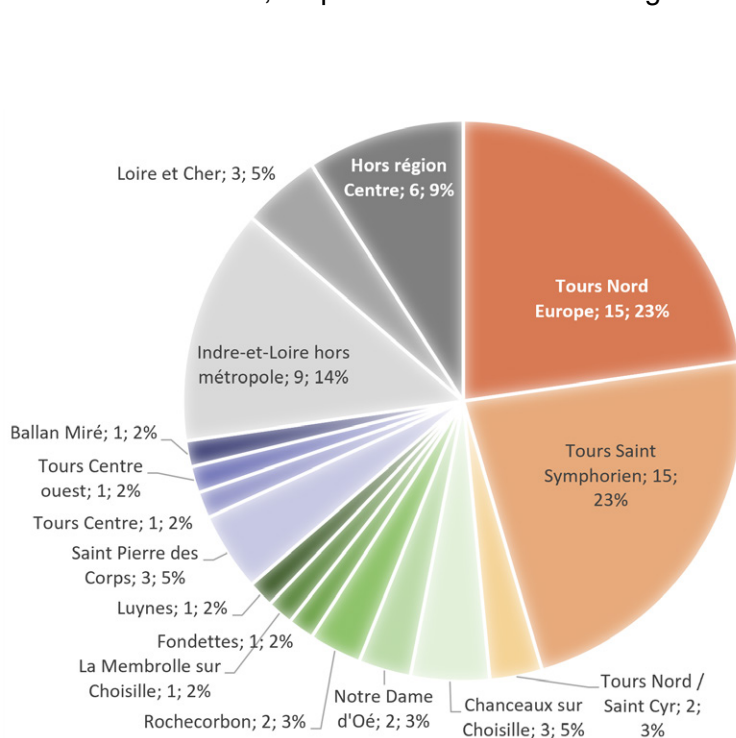
Ce dispositif permet de relever les déplacements de l'ensemble des vélos et trottinettes dans un espace donné et sur une période déterminée.



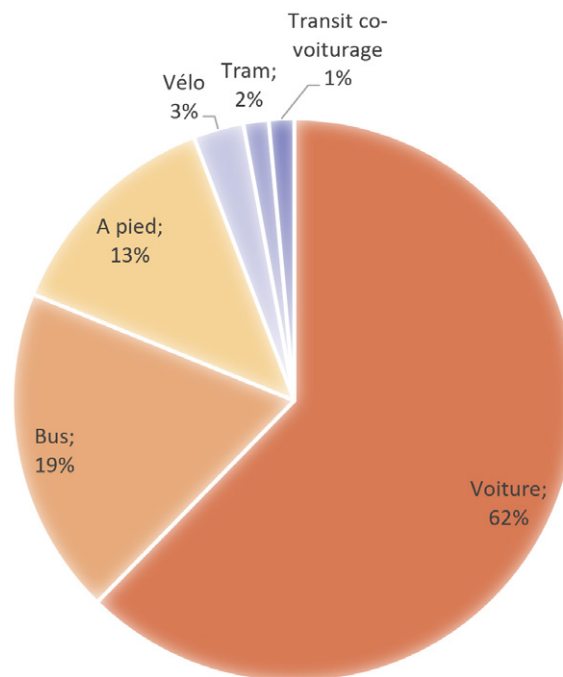
LES PRATIQUES

QUESTIONNAIRE

Cet outil vise à comprendre les usages, les modes d'occupation de l'espace ainsi que les perceptions des usagers, en les interrogeant directement au moyen d'un questionnaire fermé d'une durée moyenne de 4 minutes et 36 secondes. Les questionnaires ont été réalisés majoritairement dans la galerie marchande du centre commercial. Au total, 69 personnes ont été interrogées.



**Lieu de vie des personnes interrogées
(nombre exact et pourcentage)**

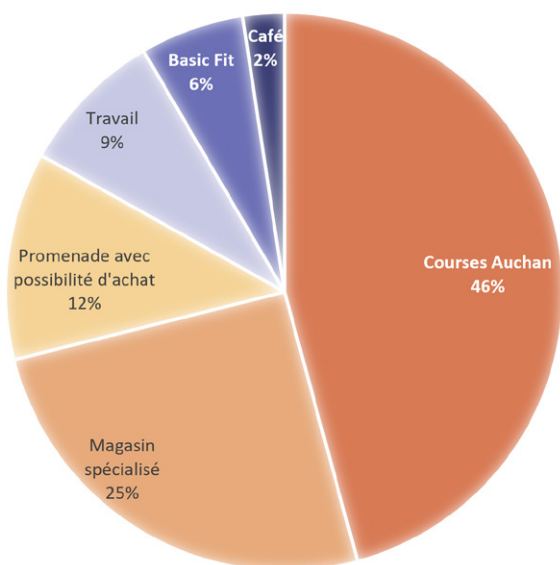


Moyens de déplacement des usagers interrogés

Parmi les 69 personnes enquêtées, près de la moitié des usagers viennent de Tours Nord dont environ un quart de Tours Symphorien, un peu moins d'un quart des quartiers de l'Europe. Cette part démontre le rayonnement de proximité de ce centre commercial.

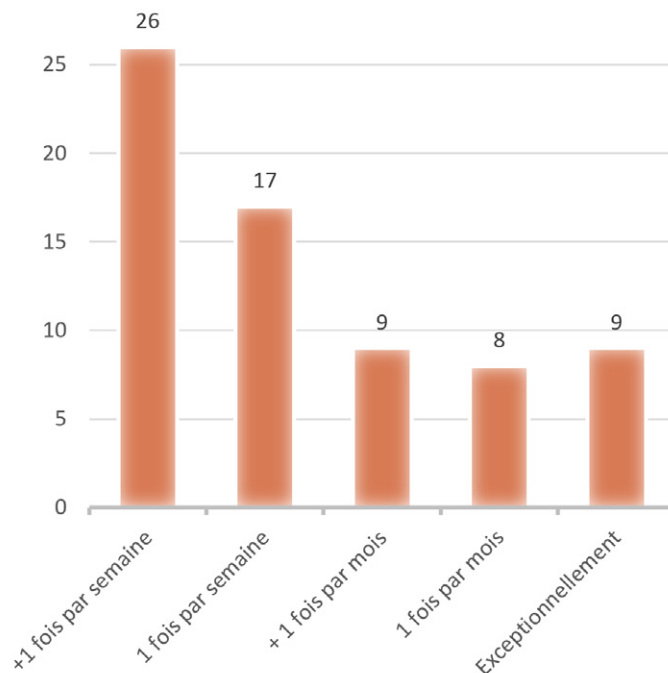
Pour autant, un quart des clients viennent de la métropole (18% du Nord de la métropole et 9 % du Sud dont Tours centre et Tours Sud) et plus du quart (28%) des clients viennent d'au-delà de la métropole. Cela nous informe sur le rayonnement départemental et au-delà du Auchan et de sa galerie.

Concernant les modes de déplacement, 38% des clients ont utilisés d'autres modes de déplacement que la voiture dont 20% sont venus en bus. Ainsi, les parts modales sont davantage diversifiées à Tours Nord qu'à Chambray. Cette différence peut s'expliquer par une meilleure desserte par les transports en commun et par une plus grande intégration de la zone commerciale dans la ville.



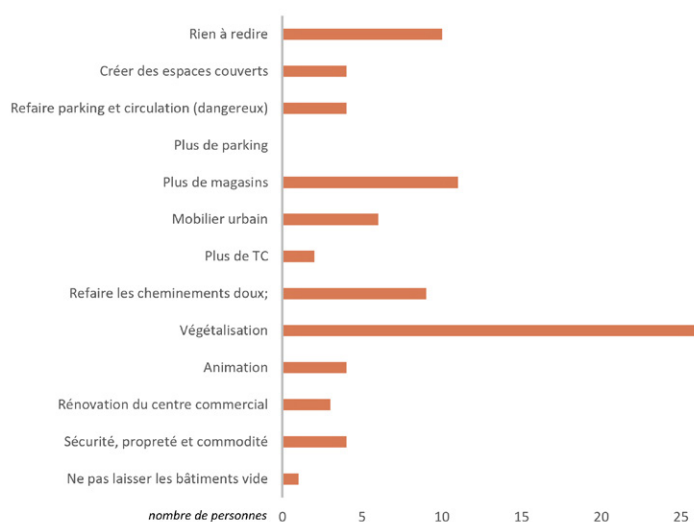
Objectif de venue des usagers interrogés

La diversité de motifs, la petite taille des paniers (50% de petits paniers ou sans panier), les modes de déplacement diversifiés, la fréquence élevée de visite (63% viennent au moins une fois par semaine), la bonne desserte par les transports en commun et la proximité de deux lycées (Clouet et Vaucançon) peut laisser supposer que le CC de la Petite Arche joue un rôle de centralité.



Fréquentation des usagers du Auchan de Tours Nord

Les pratiques semblent donc distinctes au sein de la zone, entre d'une part des grandes enseignes spécialisées (équipements de la maison, concessionnaires, etc.) qui attirent des consommateurs dans un rayon bien plus large et moins régulier, et de l'autre ce centre commercial.



Améliorations proposées par les enquêtés

Les personnes sondées se sont montrées globalement satisfaites de l'état du centre commercial et de l'ensemble de la zone : 1 personne sur 7 n'avait spontanément rien à redire en termes d'améliorations éventuelles à apporter. Cependant, en « creusant » au-delà de ce premier ressenti, plusieurs pistes ont pu être évoquées, renvoyant pour la plupart à la nécessité de végétalisation (26 personnes), davantage d'enseignes (11 personnes) et à l'amélioration des cheminements piétonniers (9 personnes).

LES PRATIQUES

LA PAROLE DES USAGERS

«Il faut ralentir les voitures. C'est super dangereux, tu ne peux pas lâcher les enfants, les voitures fusent dans tous les sens. On a eu plus d'une frayeur !»

«Ça serait bien des pistes cyclables, ça éviterait d'être côte à côte avec les voitures.»

«Ce serait bien d'avoir une aire de jeux pour les enfants»

«La zone commerciale à pied c'est horrible.»



«Je pense qu'il faut centraliser les magasins. Aujourd'hui c'est compliqué de se déplacer pour tout faire à pied. Je pense à Ma Petite Madeleine, quelque chose comme ça, ce serait bien.»

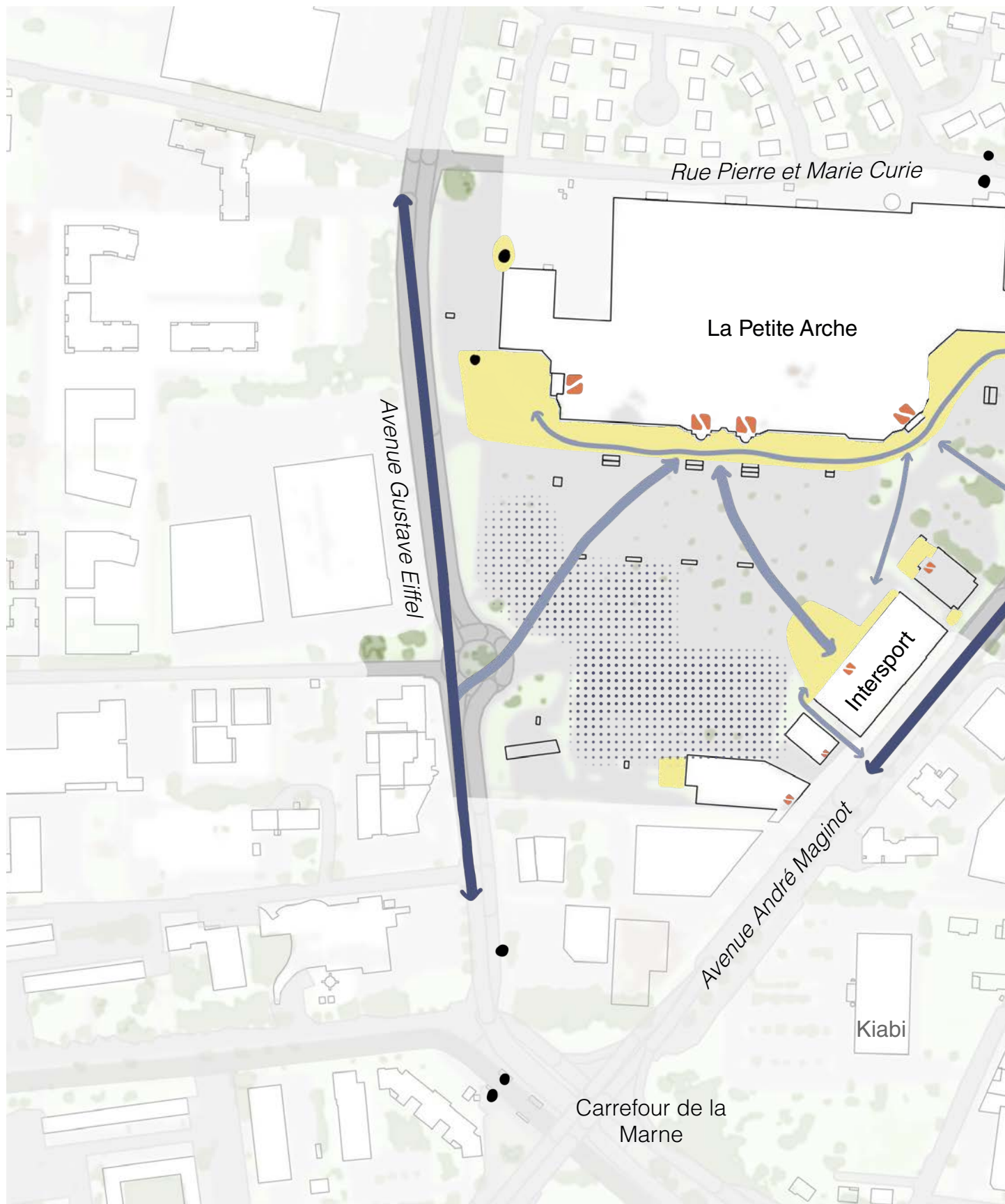
«Moi je changerais les portes. Elles sont tout le temps en panne.»

«Faut refaire les espaces extérieurs. Aujourd'hui ils ne sont pas sympas à pied ; il n'y a pas d'arbre et les magasins fermés donnent l'impression que la zone se meurt.»

«Ce serait bien d'avoir plus d'ombrage.»



LES ENSEIGNEMENTS DES OBSERVATIONS



Flux de circulation modes doux :



Flux fort
Flux moyen
Flux léger



Arrêts de bus «Chambray 2» / «Chambray 2 Joule»



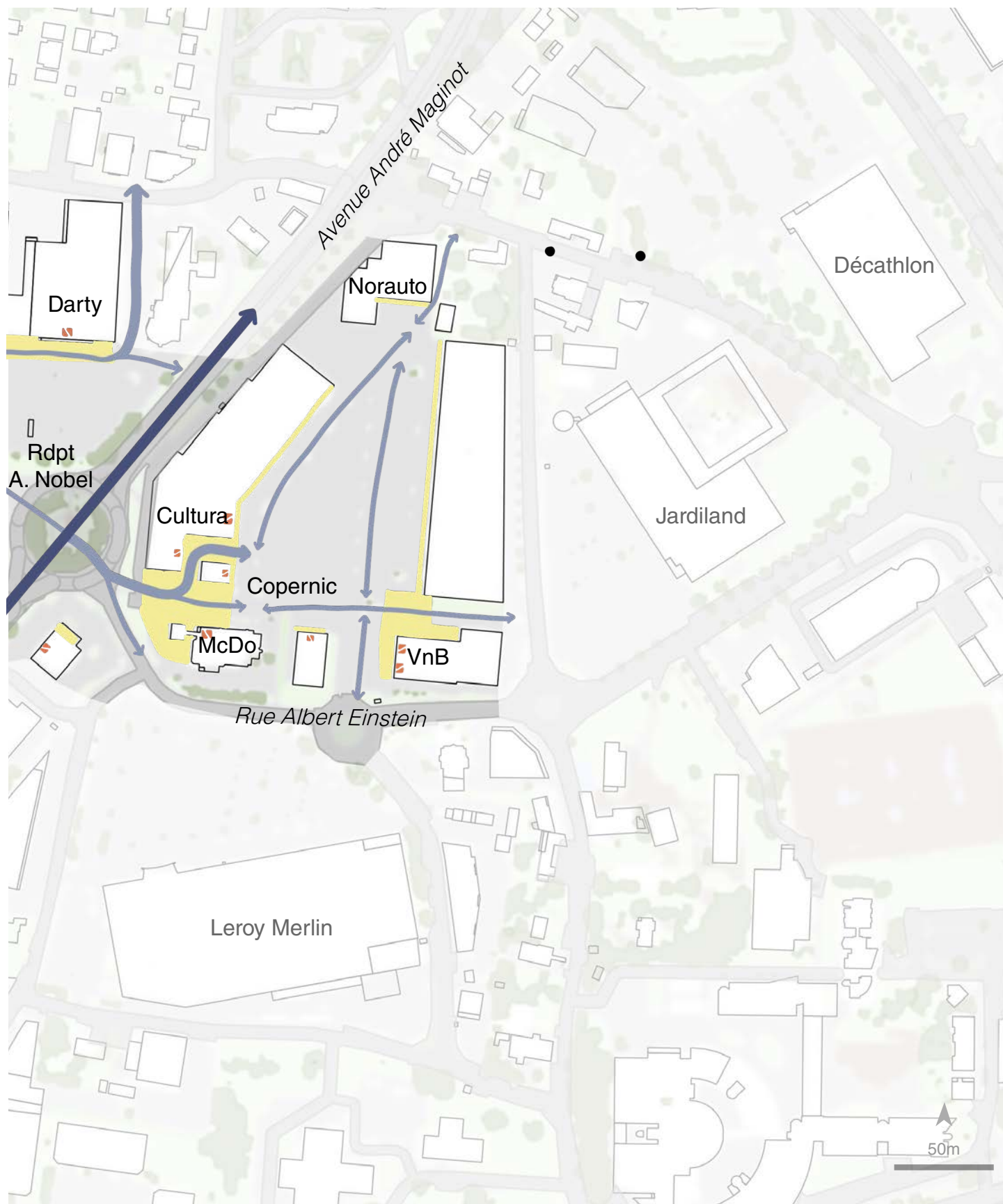
Entrées / sorties de la galerie commerciale



Terrasses des commerces et restaurants



Espaces sous-occupés et/ou peu valorisés



LES ENSEIGNEMENTS DES OBSERVATIONS

L'intensité des usages

L'intensité des usages qu'ils soient sur des espaces dédiés ou sur des espaces détournés est principalement présente en façades et aux entrées des commerces (Cultura, Intersport, Auchan, la Grande Récré...)

Les usages sont particulièrement intenses le long de la façade du Auchan car se croisent des piétons, des personnes à l'arrêt (assises, en train de discuter...) des personnes qui garent leur vélo ou trottinette.

Les usages sont nombreux sur l'espace entre l'entrée ouest du Auchan pour diverses raisons : d'une part la présence du Basic-Fit génère de nombreuses allées et venues notamment de jeunes. Les marches d'escalier au pied de la salle de sport sont très utilisées comme assises d'autant qu'il n'y a pas de mobilier dédié. La présence de charmes permet aux personnes d'attendre à l'ombre. Le range vélo abrité et surtout les arrêts de bus (6 lignes dont la ligne 2 très fréquentes), situés sur le parking au plus près de l'entrée, génèrent de nombreux flux piétons vers le centre commercial. La programmation de cet espace conduit à la présence de nombreux jeunes. Pour conclure, cet espace présente de nombreux ingrédients (fonctions, flux) d'un espace public.

Les terrasses des commerces sont des espaces de convivialité : les trois brasseurs et le VandB attirent une clientèle type « after work », tandis que le McDonald et le Subway attirent davantage de jeunes et des familles.

Ainsi coté Fusaparc, les usages sont nombreux sur l'espace situé à l'interface entre McDonald, le Subway et le Cultura.

Les entrées techniques notamment celles du Drive sont des espaces de pause pour certains salariés bien qu'elles ne soient pas considérées et valorisées en termes d'aménagements (mobilier, revêtements de sol, abris, végétation, etc.).

Les flux piétons

L'observation a permis de comprendre les dynamiques piétonnes et faire ressortir les principaux axes de flux. Ainsi la traversée du parking du centre commercial par les piétons venant ou repartant vers le carrefour de la Marne (et l'arrêt du tramway) est très régulière malgré des aménagements inadaptés et des situations dangereuses car les voitures peuvent rouler vite. Des mouvements piétons sont également très présents entre le centre commercial et les autres commerces dont l'entrée donne sur le parking (Intersport, restaurant japonais, trois Brasseurs...).

Les flux piétons entre l'entrée Ouest et les quartiers résidentiels Nord limitrophes notamment ceux de la Milletière, sont fréquents démontrant le rôle de centre de proximité pour les habitants des quartiers environnants.

Les flux piétons entre les commerces du parking Copernic et le centre commercial Auchan, en traversant l'avenue Maginot par le rond-point Nobel, sont fréquents. Des chemins de désir (non aménagés) sont d'ailleurs visibles à divers endroits. Cette observation confirme les liens d'usages étroits entre ces deux centralités commerciales malgré le manque d'aménagement.

Occupation des parkings

Il ressort de l'observation que les taux d'occupation des parkings sont variables selon sa distance par rapport à l'entrée. Logiquement les parkings les plus proches sont ceux le plus souvent pleins. Il est intéressant de constater qu'une petite moitié du parking du centre commercial Auchan est peu voire rarement occupée.

Pour conclure, l'ensemble de ces enseignements seront à prendre en compte dans les pistes d'amélioration à envisager dans le cadre de l'étude de transformation de la zone commerciale.



CHAMBRAY-LÈS-TOURS

LE SECTEUR DE AUCHAN ET SES ABORDS AU SEIN DE L'ÉTUDE ZACOM



Zone d'observation des usages au sein de la ZACOM de Chambray-lès-Tours

Le secteur du centre commercial Auchan et de ses abords occupe une position centrale et stratégique à l'échelle de l'ensemble de la zone de La Vrillonnerie. Il croise de nombreux enjeux : articulation entre les grands axes de desserte est-ouest et nord-sud, attractivité et forte fréquentation (flux de voitures, bus, modes doux...), potentiels en termes de végétalisation et d'améliorations des espaces extérieurs, etc.

Le périmètre d'observation a donc ciblé ce site, élargi pour intégrer notamment les restaurants le long de la rue James Joule et les enseignes en façade de la rue Philippe Maupas et de l'Avenue du Grand Sud sur cette séquence.



Parking Est du parking du centre commercial



Entrée centrale du centre commercial



Sud-ouest du centre commercial
et entrée ouest



Parking couvert au sud du centre commercial



Parking en ouvrage du centre commercial



Parking devant l'entrée centrale
du centre commercial



Parking de Stokomani et accès à la ferme Marsin
(à l'arrière de cette prise de vue)



Ensemble tertiaire au sud du centre commercial



Carrefour entre la rue Edison
et l'avenue du Grand Sud



Coupe en long sur le parking (AA')

L'ÉTAT ACTUEL DU SITE D'OBSERVATION



Zone d'observation des usages au sein de la ZACOM de Chambray-lès-Tours

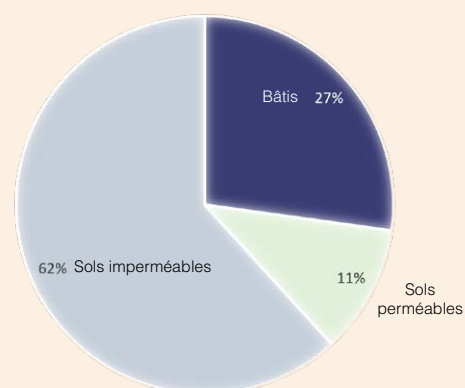
Le secteur où prend place l'observation des usages est composé de 3 zones :

- Le **Centre Commercial**, composé de Auchan et sa galerie commerciale ;
- Un **ensemble de commerces**, au sud du centre commercial, composé de Médor et Compagnie, Ange, Stokomani, Alain Afflelou, Chasse et Nature, Carglass, Norauto et Darty ;
- Un **regroupement de restaurants et services**, plus proches de l'avenue du Grand Sud, avec Léon, deux enseignes, La Banque Populaire, Bellacitta, La Baraka, Burger King.

Entre ces secteurs, on trouve la voie d'insertion de la rue P. Maupas, la traversée de l'avenue du Grand Sud et le grand giratoire entre les rues P. Maupas/ C. Coulomb/ J. Joule – des carrefours routiers qui structurent la zone et permettent la desserte routière de l'ensemble des enseignes.

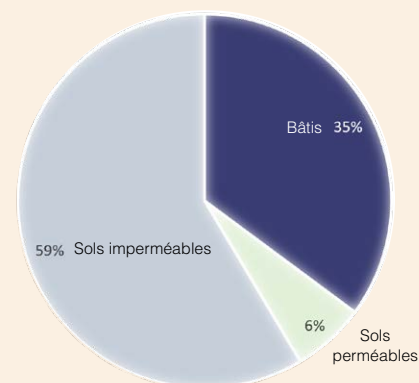
LA ZONE D'OBSERVATION :

Date de construction :	entre 1975 et 1990
Superficie :	15,3 ha.
Nombre de places de parking :	1785
Emprise bâtie :	4,16 ha. (27,2%)
Emprise des sols perméables :	1,69 ha. (11%)

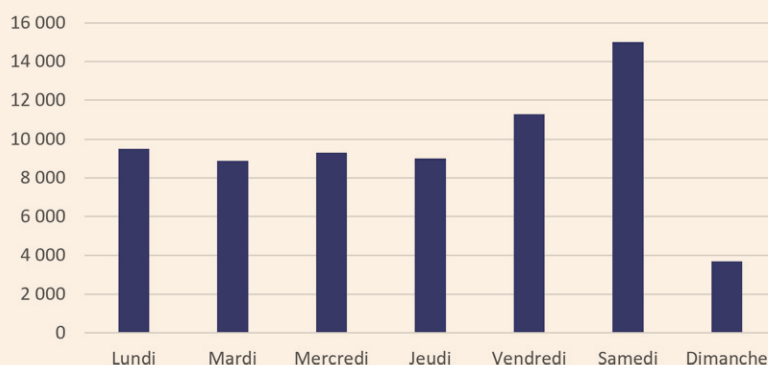


LE CENTRE COMMERCIAL :

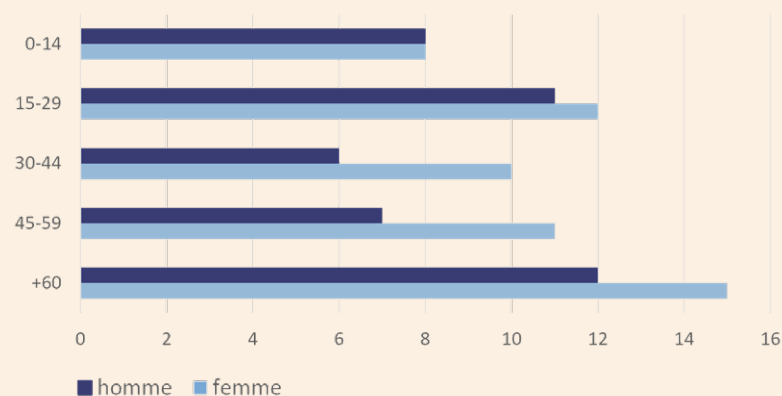
Date de construction :	1982
Superficie :	7,94 ha.
Nombre de places de parking :	1250
Emprise bâtie hors d'air :	2,79 ha. (35%)
Emprise des sols perméables :	0,5 ha. (7,8%)
Nombre de visiteurs par semaine :	66 700 (Source : MyTraffic*)



Nombre de visiteurs par jour du centre commercial
(Source : MyTraffic)



Age et genre des visiteurs du centre commercial
(Source : MyTraffic)



LES PRATIQUES

LES PHOTOS FIXES

Il s'agit d'une série de photographies prises systématiquement depuis un même point de vue et représentant un même paysage (voir les points noirs indiqués sur la carte à la page précédente). Seuls le jour et l'heure de la prise de vue varient.

Ce travail nous a permis de mettre en évidence les fluctuations de l'occupation du parking et de confronter, par l'observation photographique, les données quantitatives recueillies par MyTraffic concernant la fréquentation de ce lieu au cours de la journée.

9 500

Visiteurs en moyenne par jour
(+56% de visiteurs le samedi)
(Source : MyTraffic)



Parking en ouvrage - Jeudi 30 avril à 8h16 (magasins fermés)



Vue sur le parking central - Jeudi 30 avril à 8h11 (magasins fermés)



48 Parking en ouvrage - Mercredi 6 mai à 9h11



Vue sur le parking central - Mercredi 6 mai à 9h12



1



1 bis

Parking en ouvrage - Jeudi 30 avril à 12h11



2

Vue sur le parking central - Jeudi 30 avril à 12h14



1



1 bis

Parking en ouvrage - Vendredi 5 juin à 13h



2

Vue sur le parking central - Vendredi 5 juin à 13h



1



1 bis

Parking en ouvrage - Jeudi 30 avril à 14h55



2

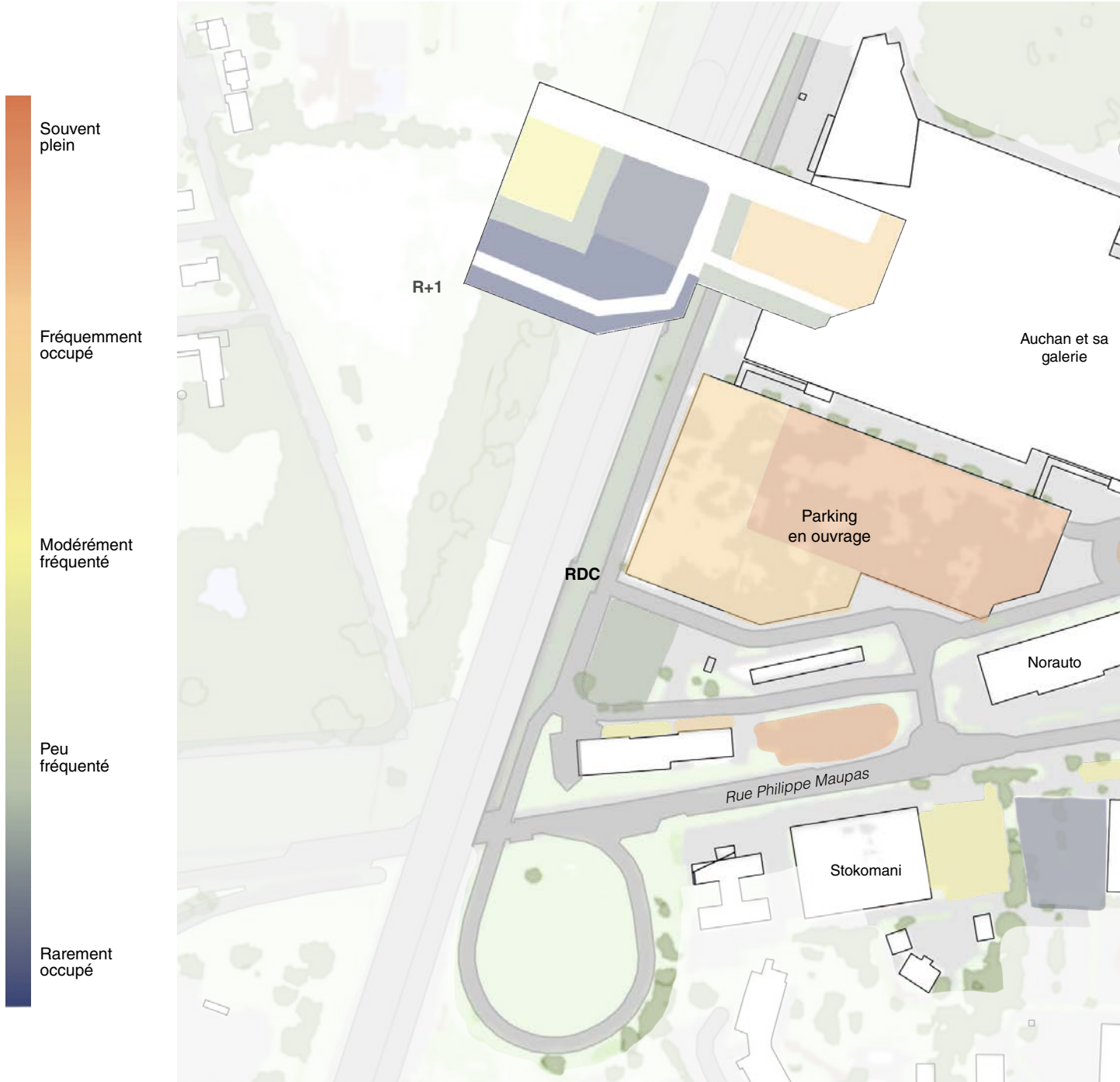
Vue sur le parking central - Jeudi 30 avril à 14h57



Parking en ouvrage - Vendredi 5 juin à 16h00



Vue sur le parking central - Vendredi 5 juin à 16h01





Parking en ouvrage - Vendredi 5 juin à 18h55



Vue sur le parking central - Vendredi 5 juin à 18h57



LES PRATIQUES

LA BALADE PHOTOGRAPHIQUE

Cet outil vise à documenter, par la photographie, les usages et les occupations observés au cours d'une balade urbaine.

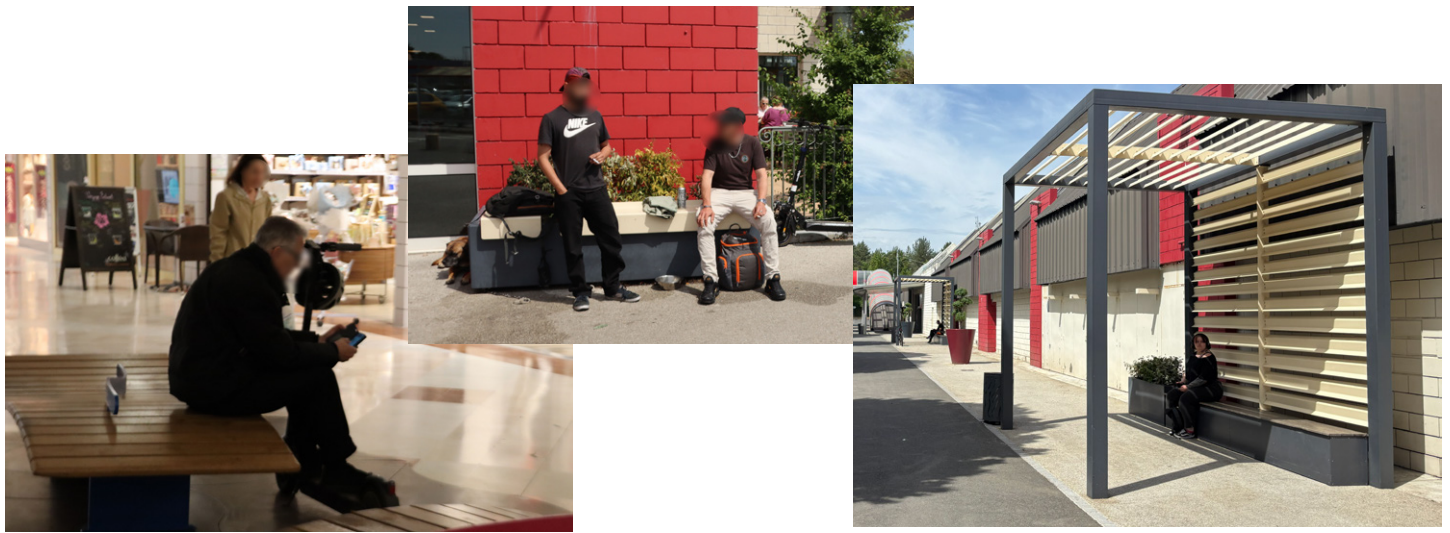
Ce travail nous a permis d'identifier deux types de situations. D'une part, les **occupations** qui témoignent de la présence d'usagers (piétons, cyclistes, etc.) dans des espaces conçus pour les accueillir. D'autre part, les **appropriations** qui révèlent la manière dont les usagers détournent un espace ou un aménagement afin de répondre à un besoin, alors même que celui-ci n'avait pas été conçu pour cet usage à l'origine.

Cette planche présente les différents usages observés, tandis que la double page suivante est consacrée aux formes d'appropriation par détournement relevées sur le terrain.



On observe une fréquentation relativement importante des espaces extérieurs de la zone d'observation par les piétons. Celle-ci s'explique notamment par les déplacements des usagers des transports en commun, des employés de la ZACOM, ainsi que par l'aménagement déjà existant des cheminements piétons.





Les abords du centre commercial sont équipés de mobilier urbain, dont certains éléments sont couverts.

Ces aménagements sont particulièrement appréciés des usagers et des employés du centre commercial. Hormis ces équipements, la zone d'observation comporte peu de mobilier urbain. Toutefois, les besoins des usagers semblent aujourd'hui être satisfaits par les aménagements existants.

La machine de recyclage des bouteilles fait l'objet d'une utilisation importante.

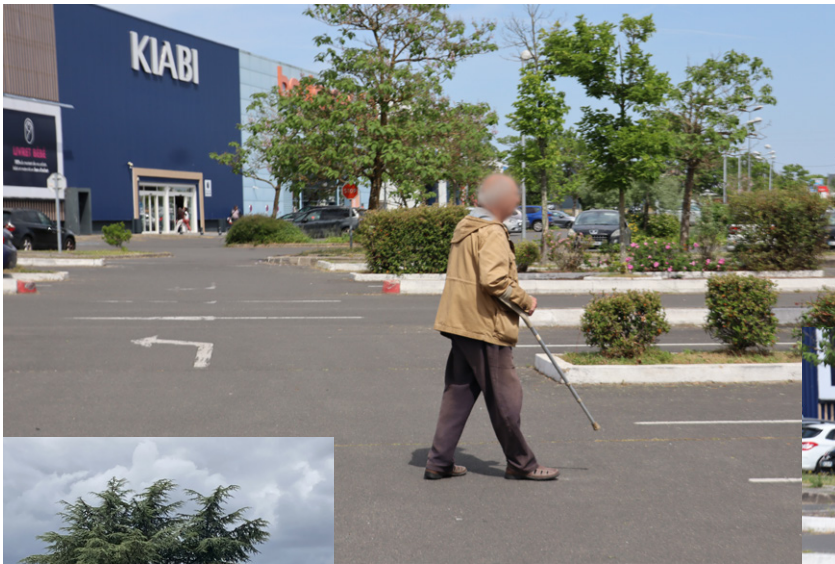


La balade photographique a mis en évidence une présence notable du vélo (49 observations en 6h25 de parcours) et de la trottinette (26 observations en 6h25 de parcours), principalement sur les rues Philippe Maupas, Thomas Edison et l'avenue du Grand Sud.

Les cyclistes circulent majoritairement sur ces axes aménagés de pistes cyclables, dans le cadre de déplacements de type pendulaire.

En revanche, peu de vélos sont observés au sein des espaces de parkings ou dans les deux abris à vélos situés le long du centre commercial.



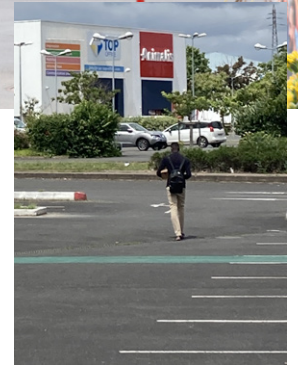


Les flux piétons n'étant pas structurés au sein des parkings de la zone d'observation, les usagers organisent leurs déplacements de manière à emprunter le chemin le plus direct.

Cette absence d'organisation génère des cheminements piétons aléatoires au milieu des véhicules en stationnement, ce qui accroît les risques de conflit avec les voitures en circulation et rend ces espaces particulièrement dangereux.



Des chemins de désir apparaissent là où la circulation piétonne n'a pas été pensée.



Des employés de la zone ont été régulièrement observés prenant leur pause café ou cigarette devant, sur le côté ou à l'arrière des enseignes.





Sur le parking du centre commercial, les voitures ne sont plus uniquement des moyens de déplacement : elles deviennent des lieux de sieste, des cabines téléphoniques improvisées, des espaces de restauration, ou encore des supports de discussion, des salles d'attente...



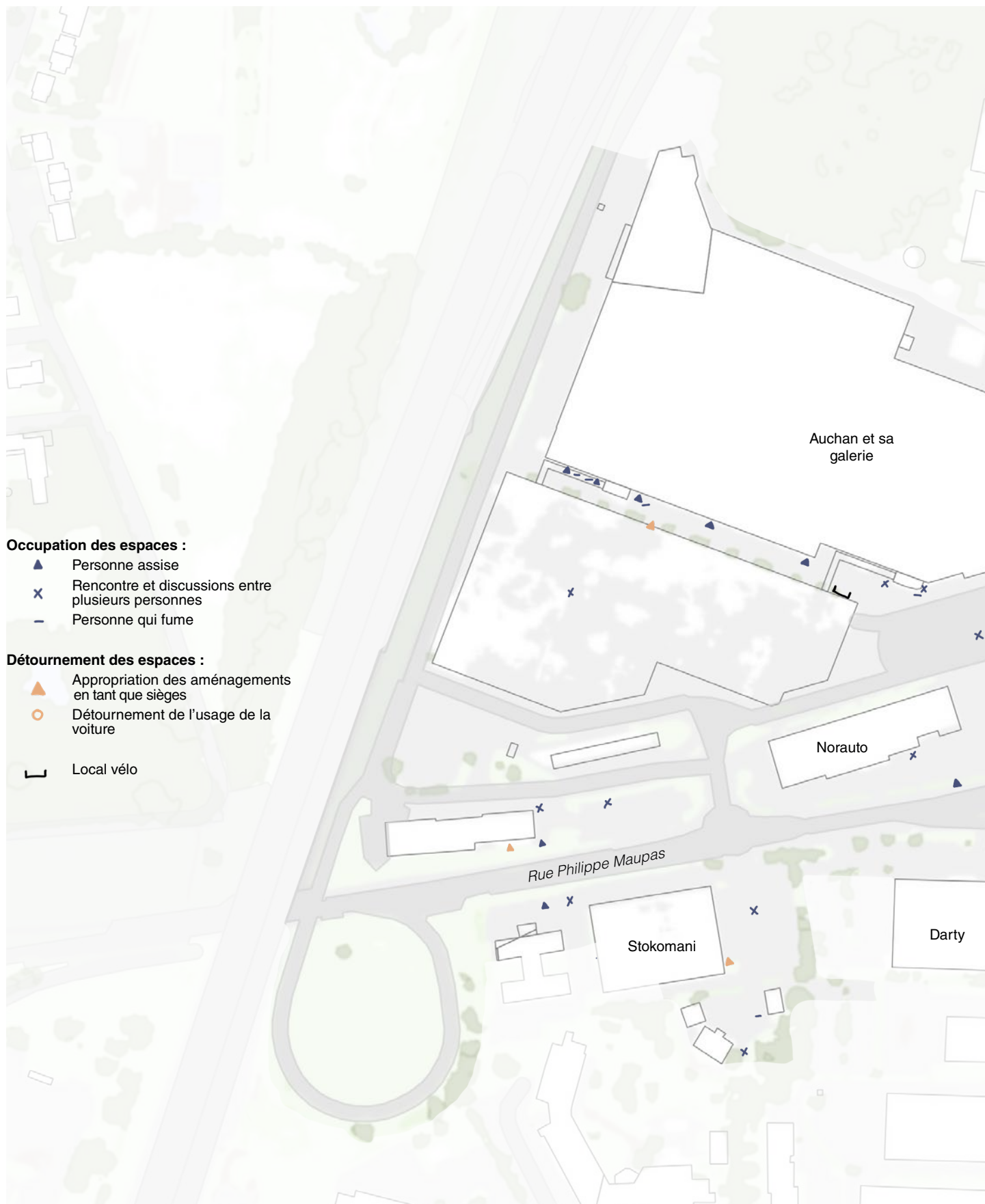
Bien que moins apparents qu'à Tours Nord, des détournements des espaces existants à des fins de repos sont observés à Chambray-lès-Tours. Néanmoins, la présence d'aménagements sur la zone oriente ces usages vers des espaces non équipés.

La présence récurrente de caddies abandonnés en différents points de la zone d'observation témoigne de leur utilisation au-delà des espaces prévus à cet effet et de leur restitution parfois incomplète.



LES PRATIQUES

CARTE DES USAGES



Ce dispositif vise à recenser et à spatialiser les usages observés au sein d'un espace donné, durant une période déterminée.

Ainsi les usages présentés aux pages précédentes se retrouvent replacés sur cette carte.



LES PRATIQUES

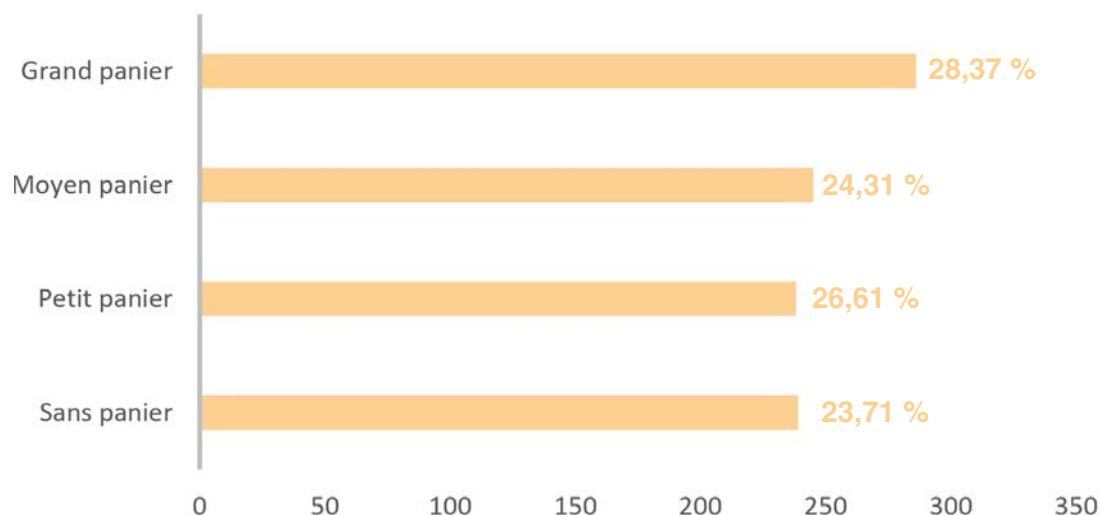
COMPTAGE DE PANIER

Cet outil vise à évaluer le volume d'achats des usagers à partir de comptages réguliers réalisés aux différentes sorties de la galerie marchande.

Les volumes d'achats observés ont été répartis en quatre catégories :

- Les **grands paniers**, correspondant aux usagers utilisant un caddie pour transporter leurs achats ;
- Les **paniers moyens**, caractérisés par la présence d'un ou de plusieurs sacs de courses ;
- Les **petits paniers**, qui désignent les personnes quittant la galerie avec un ou plusieurs articles portés à la main ;
- Les **sans panier**, regroupant les personnes sortant de la galerie sans achat apparent.

Cette classification permet d'appréhender les différents usages du centre commercial, et les caractéristiques propres à chaque sortie.



Résultat de 223 minutes (près de 4h) de comptage de paniers aux sorties du centre commercial de Chambray-lès-Tours





Grand panier	32,41%	24,86%
Moyen panier	25,59%	23,19%
Petit panier	21,54%	25,42%
Sans panier	20,47%	26,53%

Répartition des comptages de panier par entrée du centre commercial

Le centre commercial de Chambray-lès-Tours se caractérise par une répartition presque équilibrée des types de paniers. On note néanmoins une légère sur-représentation des grands paniers (28,37 %). Cette donnée souligne le rôle de cette grande surface comme **lieu privilégié des « grosses courses »**. Il convient toutefois de nuancer cette observation au regard du nombre important de caddies métalliques relevés lors des comptages. Ceux-ci semblent en effet souvent utilisés comme une aide à la déambulation par les personnes âgées ou les familles avec de jeunes enfants. Dans ces situations, les caddies étaient généralement moins remplis.

L'analyse détaillée des données par sortie révèle cependant des **différences significatives entre la sortie ouest**, qui dessert le parking couvert, **et les sorties est et centrale**, principalement connectées aux autres parkings et correspondant aux accès les plus directs depuis les arrêts de bus situés à proximité.

Alors que les sorties est et centrale présentent une répartition relativement homogène des différents types de paniers, **la sortie ouest se distingue par une proportion nettement plus importante de grands paniers**. Ces derniers correspondent majoritairement à des caddies métalliques dont l'usage est, dans la plupart des cas, associé à **l'utilisation de la voiture**.

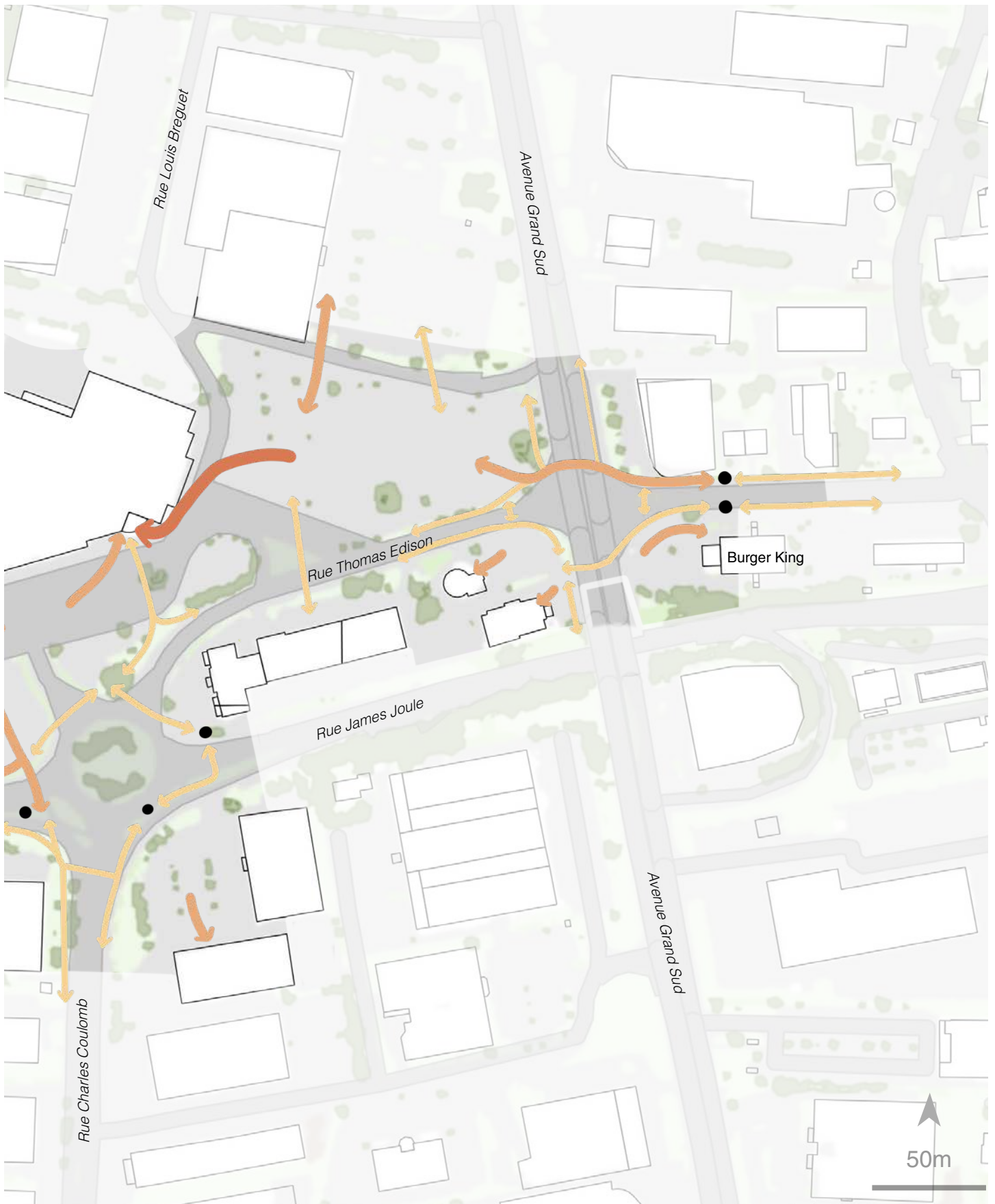
Aux sorties est et centrale, les personnes quittant le centre commercial sans achat représentent 26,53 % des usagers observés. Ce chiffre, supérieur d'environ 6 points à celui relevé à la sortie ouest, peut s'expliquer par la proximité de commerces tels que Kiabi ou Boulanger, facilement accessibles à pied ou encore la **quantité importante de magasins de service** (Free, Orange, SFR, Atole, Krys, Kodak...).

LES PRATIQUES

CARTE DES TRAJECTOIRES PIÉTONNES

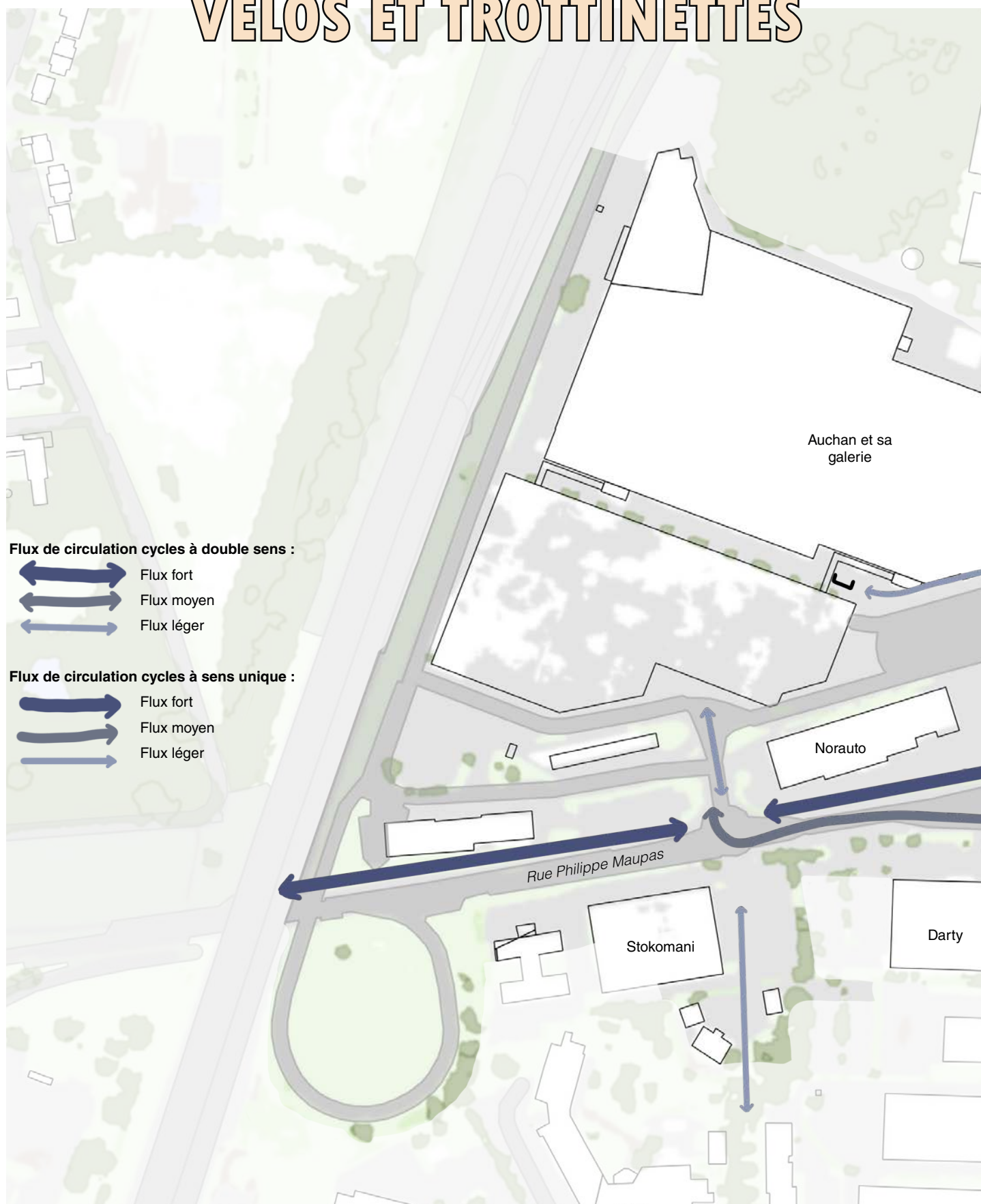


Ce dispositif permet de relever les déplacements de l'ensemble des piétons dans un espace donné et sur une période déterminée.

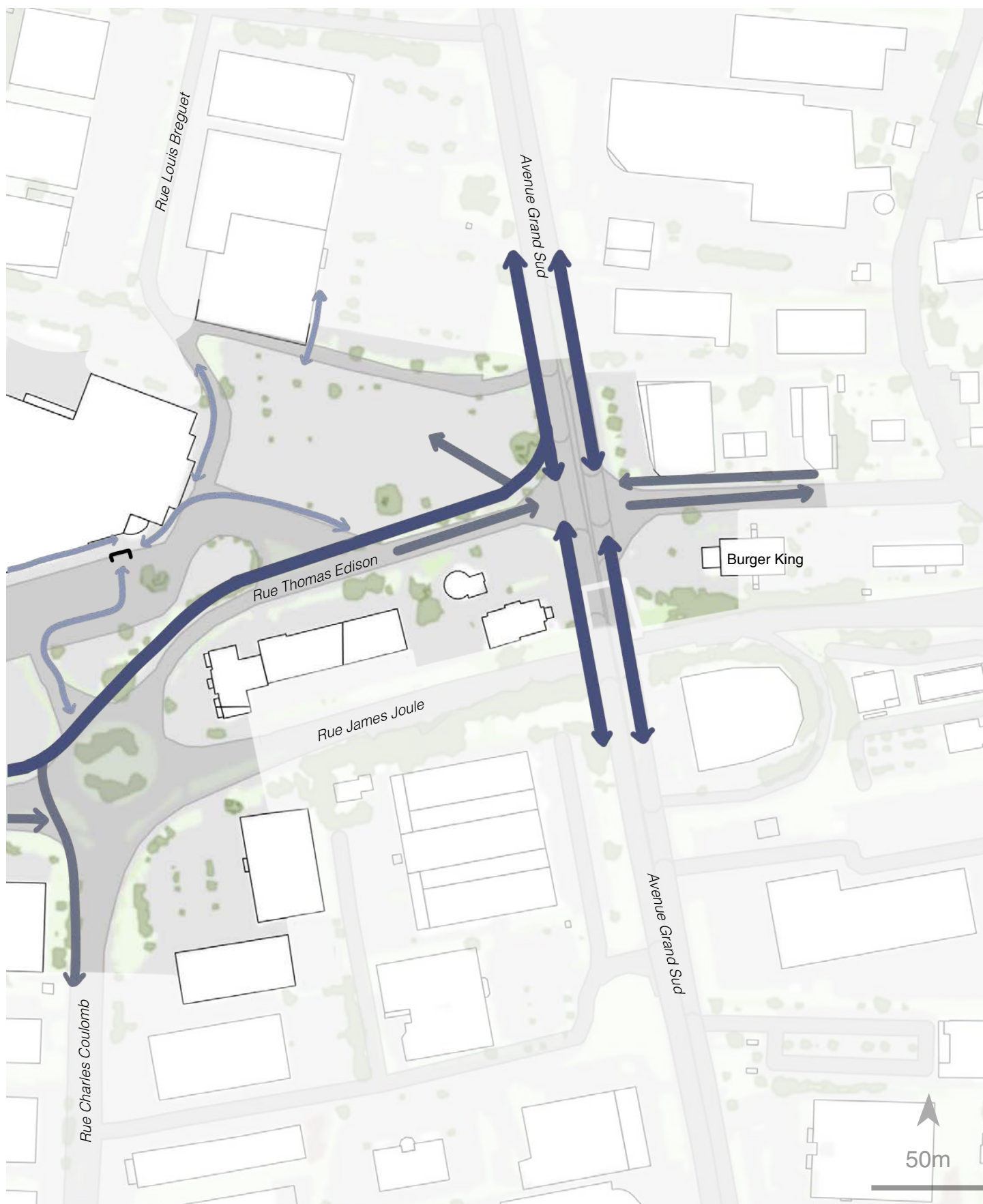


LES PRATIQUES

CARTE DES TRAJECTOIRES VÉLOS ET TROTTOINETTES



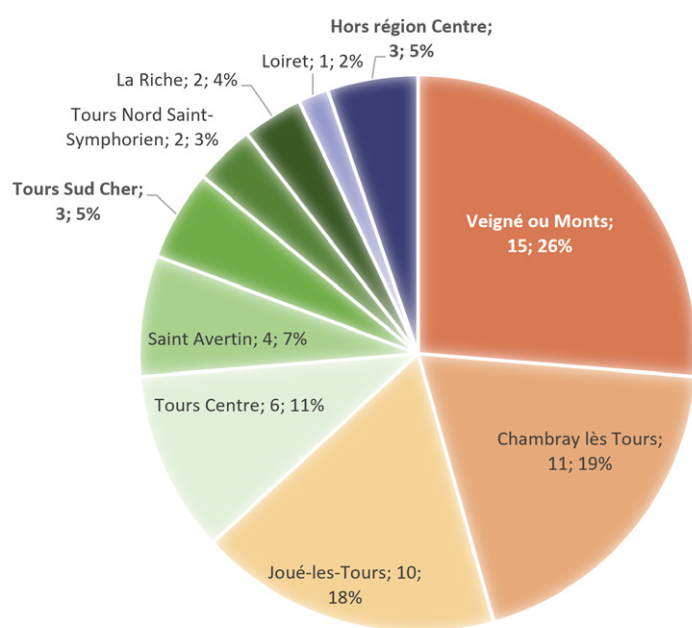
Ce dispositif permet de relever les déplacements de l'ensemble des vélos et trottinettes dans un espace donné et sur une période déterminée.



LES PRATIQUES

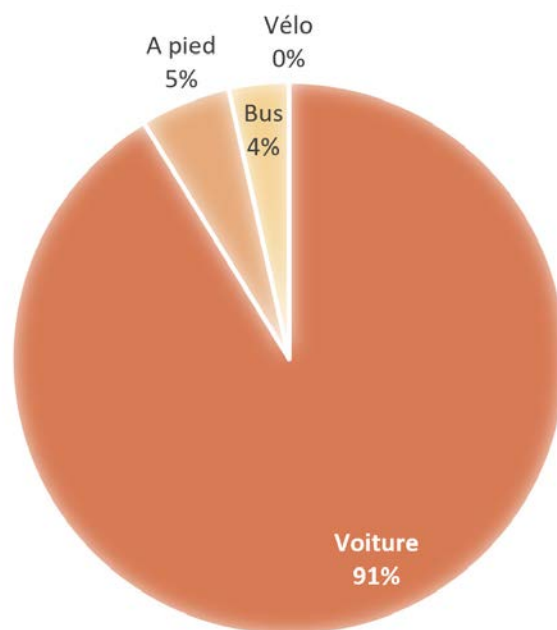
QUESTIONNAIRE

Cet outil vise à comprendre les usages, les modes d'occupation de l'espace ainsi que les perceptions des usagers, en les interrogeant directement au moyen d'un questionnaire fermé d'une durée moyenne de 4 minutes et 36 secondes. Les questionnaires ont été réalisés majoritairement dans la galerie marchande du centre commercial. Au total, 57 personnes ont été interrogées.



Lieu de vie des personnes interrogées
(nombre exact et pourcentage)

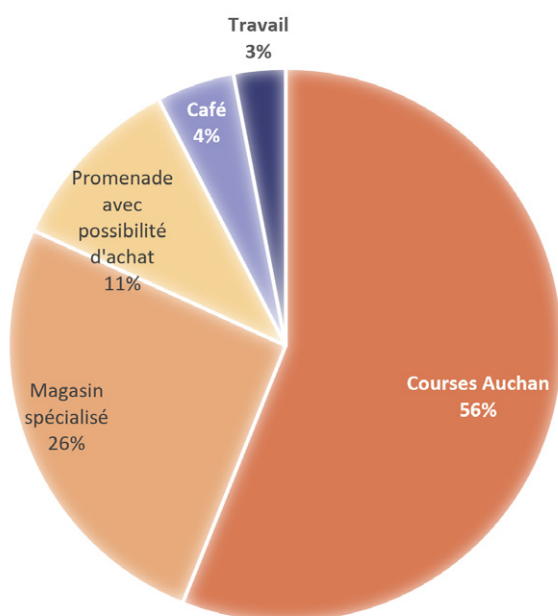
Environ **deux tiers des personnes interrogées** résident dans un rayon de **moins de 10 km de La Vrillonnerie** (communes aux **portes sud de Tours** – Chambray, Joué, Veigné et Monts), 1 personne sur 5 étant chambraysienne. Ces proportions peuvent surprendre au regard du rayonnement départemental de la zone commerciale dans son ensemble. Cela nous informe surtout sur la **particularité du Auchan et de sa galerie, qui restent une destination pour les courses alimentaires du quotidien**. Les pratiques semblent donc bien distinctes au sein de la zone, entre d'une part des grandes enseignes spécialisées (équipement de la maison, concessionnaires, etc.) qui attirent des consommateurs dans un rayon bien plus large, et de l'autre cet hypermarché de secteur.



Moyens de déplacement des usagers interrogés

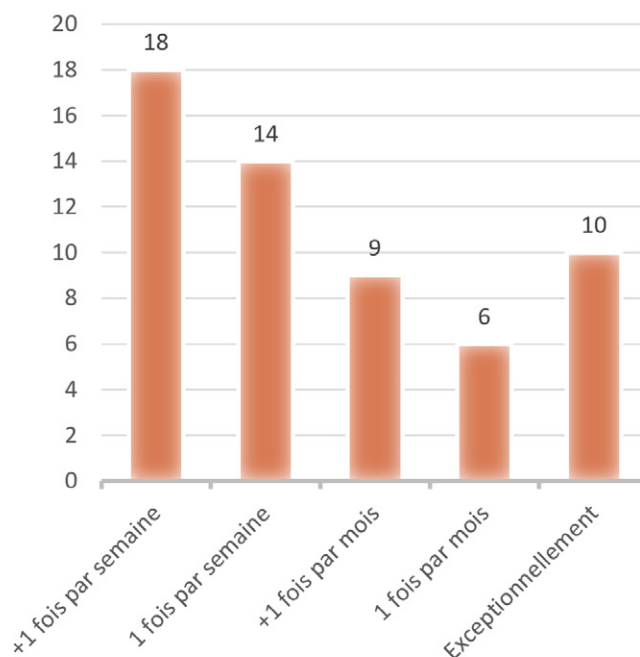
Malgré cette grande part de consommateurs venant des communes proches, **la voiture reste le mode de transport largement privilégié (90 % des personnes interrogées)**. Cela peut notamment s'expliquer par l'offre importante de parkings (notamment autour du Auchan), combinée à une desserte trop contrainte en transports en communs (fréquence assez limitée et itinéraires sinueux des bus dans ce secteur).

La part nulle de personnes à vélo peut surprendre car on observe des passages de cyclistes sur la zone : malgré une amélioration progressive de l'accessibilité vélo sur La Vrillonnerie, ce mode de déplacement reste sans doute **peu compatible avec les pratiques d'achat des usagers**. Les trajets observés à vélo ou trottinette peuvent correspondre à une traversée du secteur sans forcément s'y arrêter. Des entretiens réalisés par ailleurs auprès des commerçants faisaient ressortir le recours de leurs jeunes salariés non motorisés aux trottinettes et vélos pour venir travailler.



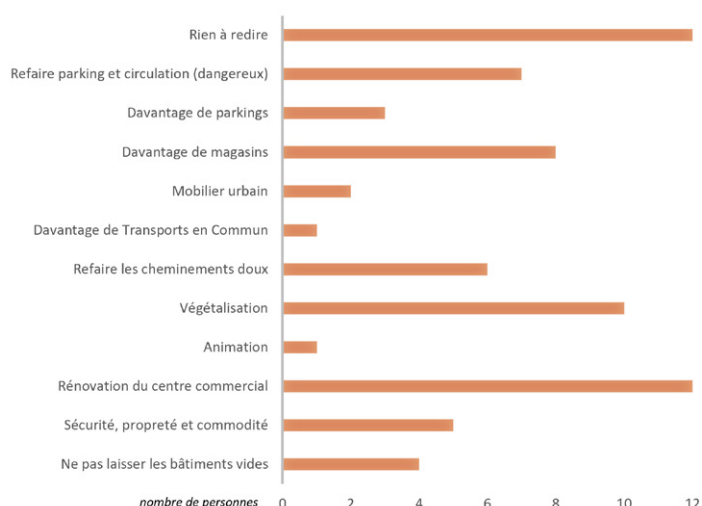
Objectif de venue des usagers interrogés

Sans surprise, une **large majorité** (plus de 80%) des usagers questionnés sur ce secteur du centre commercial viennent avec l'objectif précis d'y **réaliser des courses au Auchan ou dans une enseigne spécialisée**. Il est intéressant toutefois de noter qu'1 personne sur 10 se promenait sans réelle destination commerciale en vue (mais « avec possibilité d'achat »), ce qui va dans le sens du **ressenti globalement positif sur la galerie marchande** à travers les différents témoignages, la décrivant comme un espace plutôt agréable.



Fréquentation des usagers du Auchan de la Vrillonnerie

La fréquence relativement importante de venues sur le centre commercial (au moins une fois par semaine pour une large moitié des personnes interrogées), renvoie de manière assez évidente aux **pratiques de courses « du quotidien » de l'enseigne Auchan**.



Améliorations proposées par les enquêtés

Les personnes sondées se sont montrées globalement satisfaites de l'état du centre commercial et de l'ensemble de la zone : **1 personne sur 5 n'avait spontanément rien à redire en termes d'améliorations éventuelles** à apporter. Cependant, en « creusant » au-delà de ce premier ressenti, plusieurs pistes ont pu être évoquées, renvoyant pour la plupart à une **rénovation des bâtiments** (ambiance et lumière naturelle dans la galerie ou l'hypermarché par exemple) et à la **végétalisation des extérieurs**. Quelques critiques ont porté sur le caractère de vétusté ou d'abandon, renvoyant aux problèmes de vacance du bâti, de manque de sécurité ou de propreté sur certains endroits de La Vrillonnerie.

LES PRATIQUES

LA PAROLE DES USAGERS

« Il faudrait plus contrôler les personnes qui se garent sur les places handicapées. Parce que parfois certaines personnes abusent... »

« On ne va pas se mentir, c'est un peu vieillot ! »

« Il y a pas mal de restaurants. Ils sont plus concentrés qu'à Tours Nord. »

« L'ambiance est familiale. »

« Je ne pense pas qu'il répond au RSE. »



« Je trouve que c'est mal indiqué en voiture. Y a des sens interdits et des stops partout ! Ça m'arrive souvent de tourner en rond. »

« Le centre commercial est propre et les employés sont aimables. »

« Il y a des creux sur le parking, pour l'eau de pluie, mais c'est super dangereux. On se fait emporter par le caddie, vous imaginez une personne âgée... »

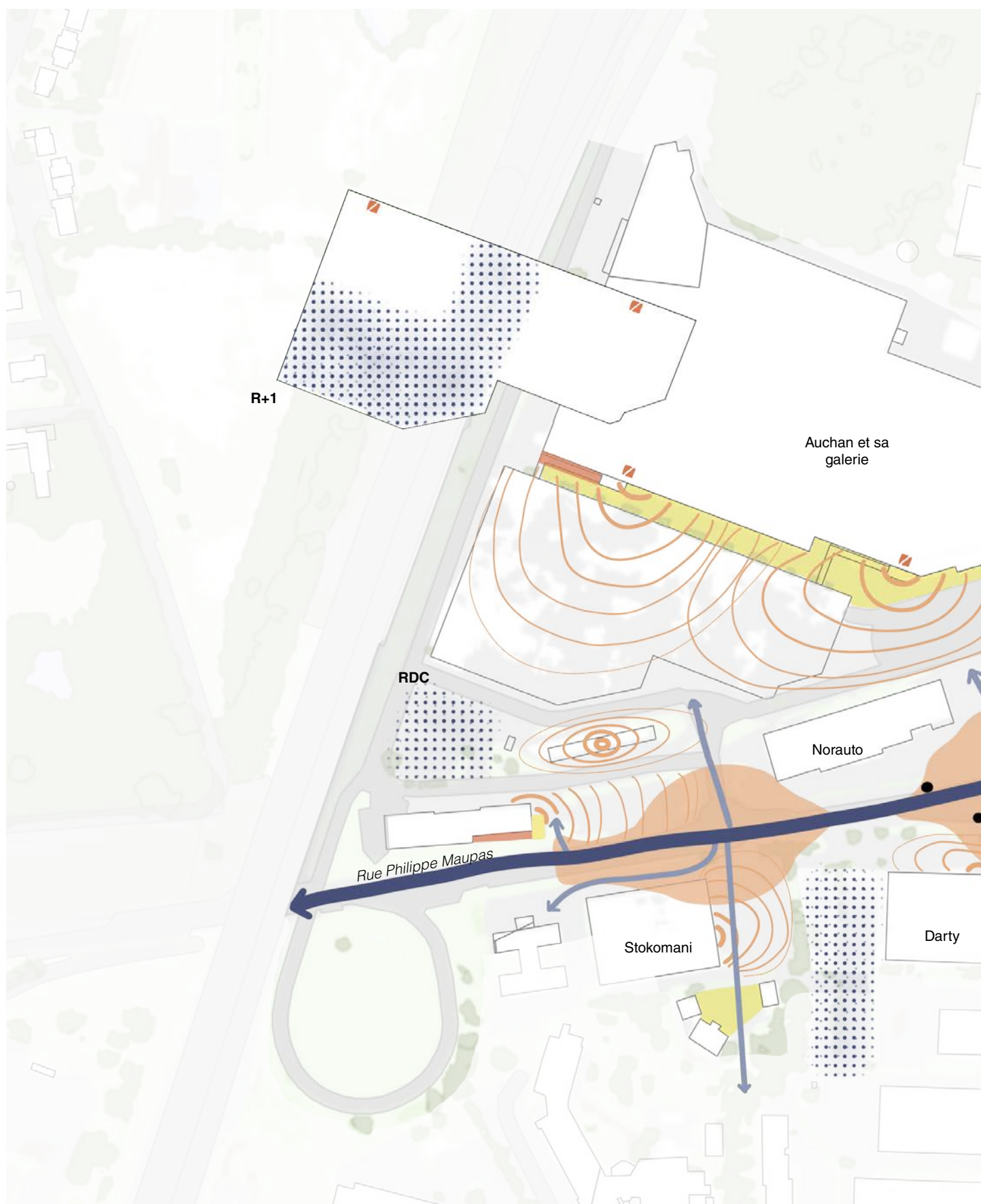
« C'est un endroit fonctionnel, ce n'est pas beau, mais ça répond à ce qu'on lui demande. »

« Ce serait bien de mettre plus de contraste au sol pour les personnes malvoyantes comme moi. »

« Vous imaginez un parc, ça ferait du bien ! »



LES ENSEIGNEMENTS DES OBSERVATIONS



Flux de circulation modes doux :



Flux fort

Flux moyen

Flux léger



Arrêts de bus «Chambray 2» / «Chambray 2 Joule»



Entrées / sorties de la galerie commerciale



Concentration des flux piétons / vélos



Attractivité des entrées ou façades commerciales



Terrasses des commerces et restaurants



Espaces de convivialité des salariés



Espaces sous-occupés et/ou peu valorisés



LES ENSEIGNEMENTS DES OBSERVATIONS

Cette carte de synthèse fait ressortir l'importance pour les modes doux de la connexion est-ouest (en « S » étiré) le long des rues Philippe Maupas puis Thomas Edison, et de ses 3 intersections avec des voies nord-sud : celle qui se prolonge vers la ferme Marsin au sud, celle avec la rue Charles Coulomb et celle avec l'avenue du Grand Sud.

Ces trois espaces « d'intensité d'usages » sont notamment liés à la desserte en bus (positionnement des arrêts). Bien que supports de flux importants, ils sont problématiques du point de vue du confort et de la sécurité, en particulier pour les piétons (surfaces peu végétalisées ou arborées, démultiplication des traversées routières...).

Les entrées principales des enseignes et/ou vitrines commerciales, avec aménagements ponctuels de terrasses pour les espaces de restauration, constituent des points d'attractivité importants de part et d'autre de cette grande connexion est-ouest, que nous avons représentés sous forme de rayonnement pour souligner leur influence spatiale majeure à l'échelle du périmètre d'observation.

De manière plus ponctuelle, les « espaces de convivialité » (pauses des employés / collaborateurs) parsèment l'ensemble du site. S'ils peuvent sembler plus informels, ils correspondent pourtant à des usages récurrents qui rythment l'animation quotidienne de la zone commerciale. Étant souvent localisés sur des « arrières » plus techniques des commerces, ils mériteraient d'être davantage considérés et valorisés en termes d'aménagements (mobilier, revêtements de sol, abris, végétation, etc.).

Enfin, de grandes emprises d'espaces extérieurs (de parkings pour la plupart) apparaissent nettement comme sous-investies : elles seront aussi à prendre en compte dans les pistes d'amélioration à envisager dans le cadre de l'étude de transformation de la ZACOM.



REMERCIEMENTS

BIBLIOGRAPHIE

L'ATU adresse ses remerciements à Monsieur Toulemonde, directeur du Auchan de Chambray-lès-Tours, ainsi qu'à Monsieur Barbarant, directeur du Auchan de Tours Nord, pour l'intérêt qu'ils ont porté à cette démarche de recherche et pour leur soutien dans sa mise en œuvre.

Nous tenons également à remercier les équipes de sécurité des deux magasins pour leur accueil, leur gentillesse et leur disponibilité tout au long des observations réalisées sur site.

Ce travail a été rendu possible grâce à l'investissement du bureau d'études Pivadis, ainsi que des services de la Ville de Chambray-lès-Tours, de la Ville de Tours et de Tours Métropole Val de Loire.

Cerema Centre-Est (Juillet 2020), Annexes, *Rapport Espace Public : méthode pour observer et écouter les usagers*, pp. 1-33

Richard Nordier (2018), Observer les usages sociaux de la ville, *Les cahiers du développement social urbain* 2018/1 n°67, p. 20, Editions Labo Cités

Sylvie Grosjean, Ph. D. et Marjorie Vidal, Ph. D. (2017), Introduction, *Observer les pratiques et les acteurs en situation : réflexions sur des démarches d'observation multisituées, équipées ou en ligne, Recherches Qualitatives*, Hors-série, numéro 22, pp. 1-7

Ivan Ivanov, Ph. D. et Arlette Bouzon, Ph. D. (2017), Étirer le temps, traquer dans l'espace : conjuguer l'approche naturaliste de la décision et l'ethnographie organisationnelle, *Observer les pratiques et les acteurs en situation : réflexions sur des démarches d'observation multisituées, équipées ou en ligne, Recherches Qualitatives*, Hors-série, numéro 22, pp. 42-58

Sylvain Bordier, Maître de Conférences et Muriel Marnet, Doctorante (2017), Les ethnographes armés ou désarmés par l'observation multisituée? Éléments de réponse à partir d'enquêtes sur les « précarités rurales », *Observer les pratiques et les acteurs en situation : réflexions sur des démarches d'observation multisituées, équipées ou en ligne, Recherches Qualitatives*, Hors-série, numéro 22, pp. 78-89

Au premier regard, un parking de centre commercial semble n'être qu'un simple espace de passage. On y gare sa voiture, on traverse rapidement quelques mètres, puis l'on disparaît derrière les portes automatiques d'un magasin ou d'une galerie marchande. Mais ces vastes étendues goudronnées ne cacheraient-elle pas un panel d'usages bien plus riche qu'il n'y paraît ?

Cette question est rapidement devenue récurrente dans le cadre de l'étude de requalification des zones commerciales de Tours Nord et de Chambray-lès-Tours. Afin d'y répondre, un travail d'observation des usages a été mis en place sur les deux sites.

atu 

Agence d'Urbanisme de l'Agglomération de Tours
3 cour, 56 avenue Marcel Dassault

37200 Tours

Tél : 02 47 71 70 70

Mail : atu@atu37.fr

www.atu37.fr

© ATU - Juin 2026 / Plan de transformation des ZACOMs
de Tours nord et de Chambray-lès-Tours

Directeur de la publication : Sébastien Pividal.

Étude et rédaction : Noriane Dagorn, Fanny Chenu et Fanny Maire.

Cartographie et conception graphique : Noriane Dagorn.

Crédits photographiques, illustrations, cartographies : ATU, sauf mention.

Les droits de reproduction sont réservés sous toutes formes.

