

DEVELOPPEMENT DURABLE ET CENTRES COMMERCIAUX : AUJOURD'HUI, ET DEMAIN ?



Nathalie Bertrand

Promotion Master 2 MSI 2008-2009- IMSI/ESPI

**Conseillers de recherche : Madame Catherine Oulé, Actual Retail et
Monsieur Thierry Armilhon, ATextim Immobilier Management**

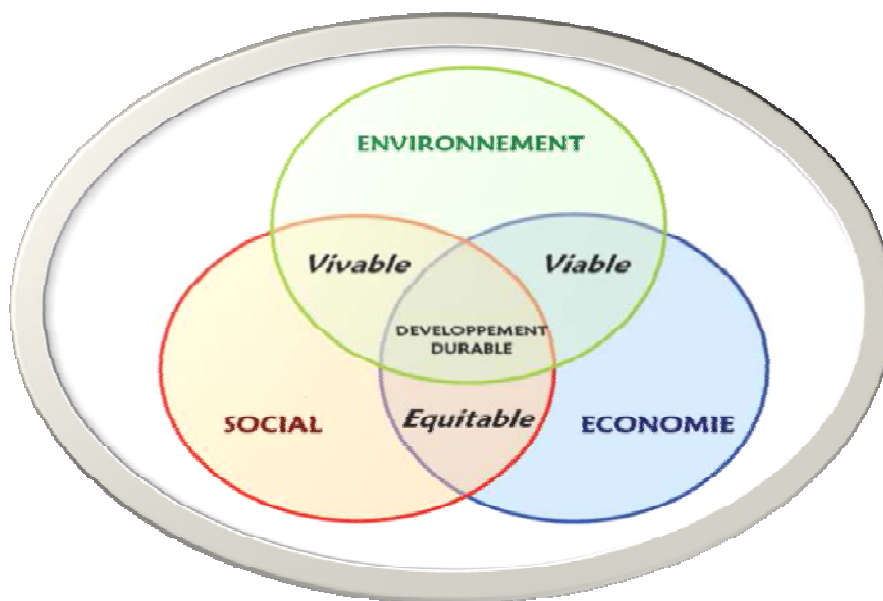
REMERCIEMENTS

Je remercie tout particulièrement les professionnels qui ont accepté de m'accorder de leur temps afin de collaborer à mes démarches d'enquête/réflexion et sans qui ce travail n'aurait pu aboutir en l'état:

- Monsieur Jean-Christophe Bretxa, Directeur général de REDEVCO France, qui m'a conseillé dans mon choix de sujet de mémoire.
- Madame Catherine Oulé, Directrice d'Actual Retail et Monsieur Armilhon Thierry, Président d'ATexim Immobilier Management et conseiller pédagogique de l'IMSI, qui ont accepté de suivre ce mémoire en tant que tuteurs.
- Monsieur Christophe Garot, Directeur du développement durable chez Unibail-Rodamco et Président de la Commission « Développement Durable » du CNCC, qui a accepté de répondre à mes questions et qui a donné son opinion sur l'ensemble de ce travail.
- Madame Anne Keusch, Directrice du développement chez Spie Batignolles Immobilier.
- Madame Céline Bouvier, Architecte au sein du cabinet Lobjoy & Bouvier.
- Madame Elodie Vignola, Icade Tertial.
- Monsieur Nicolas Perreau, responsable programmes chez Icade Tertial.
- Monsieur Pereira Jean-François, EDF.
- Madame Rasmey Thida LI, chargée d'études au CNCC.

INTRODUCTION

Ce sont les questions environnementales qui ont conduit, dans les années 1980, à l'émergence de la notion de « développement durable ». Le développement durable a été défini en 1987 par le rapport « Our Common Future », dit rapport Brundtland, comme “ **le développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs**”.



En dépit des interrogations sur les instruments à adopter pour sa mise en pratique, de la difficulté de définition et d'articulation des échelles pertinentes à sa mise en œuvre et des positions souvent contradictoires des parties prenantes, il existe au moins un consensus d'une part sur le fait que c'est un enjeu planétaire et d'autre part sur la nécessité de l'intégrer notamment dans la construction, la rénovation et l'exploitation de tous les bâtiments.

Maisons HQE, immeubles de bureaux HQE, on pourrait logiquement penser que les centres commerciaux « durables » se multiplient actuellement.

Un centre commercial se définit comme un ensemble d'au moins 20 magasins et services totalisant une surface commerciale utile minimale de 5 000 m², conçu, réalisé et géré comme une entité. Ils sont actuellement près de 700 en France « *représentant plus de 14 000 000 m² GLA et accueillant près de 31 000 commerces qui réalisent 120 milliards d'euros de chiffre d'affaires* »¹. Ils sont définis et hiérarchisés ainsi par le Conseil National des Centres Commerciaux (CNCC):

Les Centres Commerciaux Super Régionaux dont la surface GLA est supérieure à 80 000 m² et/ou qui totalisent au moins 150 magasins et services.

Les Centres Commerciaux Régionaux dont la surface GLA est supérieure à 40 000 m² et/ou qui totalisent au moins 80 magasins et services.

¹ www.cncc.com

Les Grands Centres Commerciaux dont la surface GLA est supérieure à 20 000 m² et/ou qui totalisent au moins 40 magasins et services.

Les Petits Centres Commerciaux dont la surface GLA est supérieure à 5 000 m² et/ou qui totalisent au moins 20 magasins et services.

Les Centres à Thèmes qui sont des centres commerciaux spécialisés, par exemple dans l'équipement de la maison ou les boutiques de fabricants.

Or, comme le souligne Adrien Pouthier dans un article paru dans le Moniteur en Novembre 2008, *« Il n'en est rien. Ces centres qui permettent de réduire au moins de moitié la consommation d'énergie par rapport à des centres classiques et qui fabriquent le reste de l'énergie nécessaire à leur fonctionnement sont quasi-inexistants en France. Moins de 10 projets internationaux de centres commerciaux verts ont ainsi été présentés cette semaine au MAPIC de Cannes, et seulement un en France. Une goutte d'eau face aux millions de m² de projets de centres classiques prévus d'ici 2009 dans l'Hexagone ».*²

Si les pays nordiques sont à la pointe en matière de développement durable, la France fait figure de mauvaise élève. Or, c'est un paradoxe dans la mesure où il y a urgence.

D'abord, les centres commerciaux sont une des catégories d'immeubles les plus polluants en raison de l'existence d'un parc obsolète, sorte de « passoire thermique », où ne sont pas actuellement pris en compte des problématiques pourtant essentielles telles que l'optimisation de l'isolation ou encore la gestion de l'énergie et de l'eau.

Ensuite, l'immobilier génère des impacts si considérables qu'aucun progrès environnemental ne pourra se faire sans la participation active du secteur, y compris de l'immobilier commercial. Ainsi, suite au Grenelle de l'environnement, le législateur a fixé un programme ambitieux pour les bâtiments neufs et existants: il a décidé qu'il faut en particulier baisser la consommation d'énergie de 50 % pour les bâtiments neufs à l'horizon 2012 et de 38% pour les bâtiments existants. Dans un premier temps, les bâtiments neufs devront atteindre le niveau de performance appelé « Basse Consommation » dès 2012 (diminution de la consommation énergétique du résidentiel et du tertiaire pour atteindre 50 kWh/m²/an, contre 230 kWh/m²/an aujourd'hui en moyenne, ajustés en fonction de la géographie et l'altitude via les coefficients de modulation). Dans un second temps, dès 2020, les bâtiments neufs devront être passifs (< 15 kWh/m²/an) ou à énergie positive.

De plus, la profession a commencé à prendre conscience, il y a seulement cinq ans, qu'elle avait *« défiguré les entrées de ville en France avec ces « boîtes à vendre » offrant une notion assez minimaliste de l'architecture, de l'urbanisme, du paysage et de l'environnement »*, comme le précise Monsieur Frey.³

² « Les centres commerciaux voient l'avenir en « vert » », Adrien Pouthier, Le Moniteur, 21 Novembre 2008.

³ « Les centres commerciaux « verts », une niche promise à un bel avenir », Bertille Ossey-Woisard, Le Point, 22 Novembre 2008.

Enfin, peut-on parler de démarche développement durable si on accède aux centres commerciaux que par voiture et si la dimension de la connexion aux réseaux de transports est occultée, voir inexistante?

Face à ce retard des acteurs de l'immobilier de commerce dans la prise en compte des questions environnementales, la question qui se pose est : comment permettre l'intégration du développement durable dans les centres commerciaux ?

Pour ce faire, nous nous sommes demandés:

- Quelle est la situation actuelle en matière de prise en compte du développement durable dans les centres commerciaux et donc quels sont les enjeux en la matière?
- Existe-t-il aujourd'hui des initiatives en faveur de l'intégration du développement durable dans les centres commerciaux ?
 - o Dans l'affirmative quelles sont-elles, quel bilan peut-on en tirer, ont-elles un effet « incitatif et coercitif » ?
 - o Dans la négative ou dans l'hypothèse où ces initiatives ne seraient pas satisfaisantes, comment aller plus loin demain pour permettre une réelle intégration du développement durable tant dans les bâtiments neufs qu'anciens ?

En raison du retard du commerce français dans la prise en compte des problématiques de développement durable, nous allons d'abord effectuer un état des lieux des initiatives dans la construction de centres commerciaux (flux), dans la rénovation du parc existant (stock) et enfin des actions menées par les enseignes. Grâce à cet inventaire, nous pourrions déterminer quels sont les enjeux en la matière pour favoriser l'émergence de centres commerciaux « durables ».

(PREMIERE PARTIE)

A côté de ces initiatives « isolées », certains acteurs ont fait de leurs opérations des « opérations pilotes » en participant à l'élaboration du référentiel commerce HQE afin de doter les centres commerciaux d'une certification propre et adaptée au secteur du commerce pour comparer leur performance environnementale. Nous allons expliquer en quoi consiste la certification NF Bâtiments Tertiaires-Démarche HQE® puis en quoi consiste la Démarche HQE® appliquée au commerce. A travers un exemple d'opérations pilotes et de son retour d'expérience, nous allons tenter de déterminer si la certification HQE-commerce n'est que du « Green washing » ou si plutôt elle est un réel progrès dans la démarche d'intégration du développement durable dans les centres commerciaux, et si oui doit-on en rester là ?

(DEUXIEME PARTIE)

Enfin, aux vues de cet état des lieux de l'intégration du développement durable dans les centres commerciaux, nous tenterons quelques propositions sur ce que seront demain, selon nous, les éléments clés pour permettre une réelle intégration du développement durable dans les centres commerciaux.

(TROISIEME PARTIE)

PREMIERE PARTIE :

LES INITIATIVES EN FAVEUR DE LA MISE EN ŒUVRE DU DEVELOPPEMENT DURABLE DANS LES CENTRES COMMERCIAUX : QUEL ETAT DES LIEUX ?

Afin de dresser un état des lieux de l'application du développement durable dans les centres commerciaux, il convient de bien différencier les projets en développement (**SECTION 1**), du parc existant (**SECTION 2**) et de l'exploitation même des centres commerciaux (**SECTION 3**). En effet, les leviers et freins, les problématiques, les enjeux ainsi que les outils mis en œuvre pour l'intégration du développement durable ne sont pas identiques.

SECTION 1: LES OUTILS MIS EN ŒUVRE POUR LA CONSTRUCTION DE BATIMENTS NEUFS

1- LES FREINS ET LEVIERS A L'INTEGRATION DU DEVELOPPEMENT DURABLE DANS LES PROJETS EN DEVELOPPEMENT

1.1- Les freins économiques

L'enjeu de l'intégration du développement durable dans les centres commerciaux n'est pas seulement citoyen et responsable, il est surtout économique pour les investisseurs. En effet à l'heure actuelle, les principaux freins à l'intégration du développement durable dans les centres commerciaux sont d'une part le surcoût « estimé », de 6 à 20% (et jusqu'à 25 % parfois) par rapport à un centre traditionnel et le retour sur investissement qui est plus long (moyenne de 10 à 12 ans contre seulement 7 à 8 ans pour un centre classique). De plus en période de crise, les banques sont frileuses pour financer de grands projets, aussi respectueux du développement durable soient-ils. Par conséquent à ce jour, seuls les opérateurs institutionnels ont les capacités pour intégrer les surcoûts générés par une démarche environnementale, à l'exclusion des petits promoteurs.

Néanmoins, les questions financières sont-elles réellement un frein à l'intégration du développement durable dans les centres commerciaux ? Il est difficile de répondre à cette question car il faut raisonner au cas par cas en fonction des caractéristiques de chaque projet. En tout état de cause, on peut dire qu'il existe des leviers à l'intégration du développement durable dans les centres commerciaux. D'abord, il faut raisonner en termes de coût global, c'est-à-dire sur toute la durée de vie d'un bâtiment, car si les surcoûts sont intégrés dès la phase de conception du bâtiment, ils sont nécessairement amoindris. Ensuite, le surcoût « estimé » est en partie amorti par

une augmentation de loyers qui peut être facilement acceptée par les enseignes qui voient leurs charges baisser. Enfin, un centre commercial « durable » aura sans conteste plus de valeur qu'un actif lambda, et ceux qui ne le seront pas seront certainement pénalisés à terme sur le marché.

1.2- Les freins juridiques

D'un côté, il y a les réglementations européennes et nationales en termes de performance énergétique et environnementale qui ne tiennent pas compte des spécificités propres aux actifs tertiaires, et propres à chaque catégorie d'actifs rentrant dans ce champ (centres commerciaux, bureaux, entrepôts...). En ce qui concerne la législation française, on constate une inadaptation « *du périmètre d'application et du mode de définition des exigences de la Réglementation Thermique (RT) pour les bâtiments non résidentiels* ». ⁴ En effet, l'outil de calcul réglementaire existant (RT 2005) est totalement décalé : il ne prend pas en compte les spécificités des bâtiments tertiaires, tels les centres commerciaux. Les exemples sont nombreux : les conventions d'occupation horaires de fonctionnement sont proches d'un usage logement, le ratio « éclairage » intégré au moteur de calcul de la RT 2005 est de 12 W/m² alors que dans un centre commercial il est de l'ordre de 60 à 80 W/m²... Par conséquent conscients de ce frein à l'intégration d'une démarche environnementale, les pouvoirs publics ont invité des représentants du CNCC et du groupe Unibail-Rodamco au groupe de travail intitulé « GT6-RT2012 » le 20 novembre 2008. Ses objectifs sont les suivants : « *proposer des adaptations du périmètre d'application et du mode de définition des exigences de la RT pour les bâtiments non résidentiels et remonter et proposer des traitements des problèmes d'application de la RT en non résidentiel.* » ⁵. Ses conclusions et propositions sont attendues pour Octobre 2009.

De l'autre côté, il y a les règles d'urbanisme qui encadrent la localisation et les modes de construction des immeubles en général, et à fortiori des centres commerciaux. Les nouvelles constructions doivent notamment être conformes aux règles générales de l'urbanisme qui sont codifiées aux articles R.111-2 à R.111-25 du Code de l'urbanisme. En pratique, un centre commercial construit en centre-ville devra respecter un ensemble de règles relatives à l'aspect de sa construction qui sont des contraintes potentielles entravant par exemple l'installation de panneaux solaires sur son toit ou la réalisation de façades végétalisées.

Néanmoins, cette catégorie de freins n'est pas si importante et il faut nuancer sa portée car il existe également des leviers relatifs à l'urbanisme. D'une part, depuis la dernière réforme de l'urbanisme commercial avec la loi LME du 4 Août 2008, l'octroi des autorisations délivrées par les nouvelles Commissions Départementales d'Aménagement Commercial (CDAC) est désormais conditionné aux critères fixés par l'article L.752-6 du Code de commerce relatifs aux effets du projet en matière d'aménagement du territoire, de développement durable et de protection des consommateurs. D'autre part, les élus, qui sont des soutiens importants pour l'issue favorable de l'implantation d'un centre commercial sur une commune, sont favorables au développement durable en général et donc à fortiori à la construction de centres commerciaux « durables ». Une étude réalisée par TNS Sofres en 2007 auprès des Maires de communes de 8 000 habitants et plus sur « les quartiers durables » révèle que :

⁴ Travaux du CNCC, Compte-rendu de la réunion de la Commission « Développement Durable » du 12 Décembre 2008.

⁵ Travaux du CNCC, Compte-rendu de la réunion de la Commission « Développement Durable » du 12 Décembre 2008.

- « **Le développement durable dans la ville est une évidence politique déjà convertie en actions par la plupart des élus locaux** » ⁶. En effet selon les résultats de cette étude, les maires mettent aujourd'hui en place des moyens en faveur du développement durable dans leur ville. Ainsi par exemple, en ce qui concerne la démarche HQE® pour la construction de nouveaux bâtiments, 94 % l'ont déjà mise en place ou sont en train de l'instaurer et pour ce qui concerne la rénovation ou la construction de bâtiments à faible consommation d'énergie, 90 % l'ont déjà mise en place ou sont en cours de la mettre en place.
- « **Le développement durable dans la ville aura une place très importante demain** » ⁷ puisque 99 % des maires interrogés considèrent que les problématiques liées au développement durable auront une place importante dans la gestion de leur commune.

2- DES INITIATIVES INNOVANTES DE PROPRIETAIRES POUR PRENDRE EN COMPTE LE DEVELOPPEMENT DURABLE LORS DE LA CONSTRUCTION DE CENTRES COMMERCIAUX

2.1- Comparaison des caractéristiques « développement durable » de 3 nouveaux « centres commerciaux »

Afin de faire un état des lieux de ce qui se fait actuellement en matière de construction de centres commerciaux communiquant sur leurs performances en termes de développement durable, nous avons sélectionné les initiatives innovantes et médiatisées de deux acteurs de l'immobilier commercial.

TABLEAU COMPARATIF : Mougins Investissements versus Immobilière Frey

Thèmes	Mougins Investissements : La Cité de l'Habitat	Immobilière Frey : Le Clos-du- Chêne et le concept de Green Center®
Brève description du centre commercial	Il s'agit d'un parc d'activités commerciales de 28 000 m ² situé à Reims.	<u>Clos-du-Chêne</u> = un retail park de 31 000 m ² qui a ouvert ses portes fin 2008 sur deux communes de Marne-la-Vallée. <u>Green Center®</u> = un concept conçu autour de l'idée du développement durable dont la vocation est de sensibiliser les chalandes à l'écologie. Le 1 ^{er} ouvrira fin 2010 à Toulouse (38 000 m ² couverts).
Matériaux/ procédés de constructions utilisées	Construction essentiellement à partir de matériaux naturels : utilisation des matériaux de construction issus du bois qui est une ressource qui, si elle est bien gérée, est	Au Clos-du-Chêne, l'accent a été mis sur l' isolation avec le choix d'une triple isolation pour la construction des bâtiments.

⁶ « Les quartiers durables », étude réalisée par TNS Sofres auprès des Maires de communes de 8 000 habitants et plus pour Bouygues Immobilier dans le cadre de son partenariat avec l'Observatoire de la Ville révèle que du 17 Octobre au 9 Novembre 2007.

⁷ « Les quartiers durables », étude réalisée par TNS Sofres auprès des Maires de communes de 8 000 habitants et plus pour Bouygues Immobilier dans le cadre de son partenariat avec l'Observatoire de la Ville révèle que du 17 Octobre au 9 Novembre 2007.

	inépuisable: -une charpente et un bardage en bois de culture. -une isolation des toitures au moyen de panneaux en fibre de bois et une isolation des murs, à base de cellulose, issue de papiers recyclés.	Au Green Center®, le promoteur a eu recours à des matériaux drainants pour les parkings.
Gestion de l'énergie	Fixation d'objectifs ambitieux en termes de gestion de l'énergie : Le centre commercial aura une consommation égale ou inférieure à 85 Kwh/m²/an grâce à un travail sur la conception du bâtiment : -utilisation de « <i>auvents et vitrage peu émissifs valorisant le soleil d'hiver et minimisant les surchauffes en été</i> ». -une isolation thermique renforcée au niveau des murs et des toitures. -utilisation du système SOLARSPOT qui est un procédé d'éclairage des immeubles basé sur la réfraction de la lumière naturelle. Ce système sera complété par une « <i>régulation automatique du niveau d'éclairage et, si nécessaire, par un apport de luminosité au moyen de lampes à basse tension et à basse consommation</i> ». Investissement dans les énergies renouvelables pour réduire la production de gaz à effet de serre : engagement du promoteur sur une réduction des émissions de gaz à effet de serre de 1 500 tonnes par an : - une chaudière biomasse développée et exploitée par ELYO permettant un chauffage, principalement au moyen du bois. - installation de panneaux solaires (+ de 3 000 m²).	L'éclairage des mails extérieurs ainsi que des ilots de parkings est assurée par des pieds d'éclairages avec panneaux photovoltaïques dans ces deux centres. Par ailleurs dans le Green Center®, l'installation d'équipements visant à réaliser 35% d'économie d'énergie est prévue : -installation de pompes à chaleur souterraines, de panneaux solaires pour l'eau chaude... -installation de cheminées à tirage thermique pour ventiler les locaux. -utilisation d'énergies alternatives (éolienne ou solaire).
Gestion de l'eau	Une gestion efficace de l'eau : Récupération de la totalité des eaux de toitures qui sont stockées dans une cuve de 650 m³ en vue d'arroser les jardins.	La récupération des eaux pluviales a fait l'objet d'une attention toute particulière : Les eaux de pluies sont filtrées par des plantes macrobiotiques et sont ensuite dirigées vers les bassins et stockées dans des citernes pour permettre le nettoyage des parkings, des allées et l'arrosage des espaces verts. En plus au Green Center®, les toits seront végétalisés.

Gestion des déchets		Ils comportent leur propre unité de valorisation des déchets : le pilote industriel du procédé de pyrogazéification de Finaxo Environnement. En résumé, l'incinération des déchets permet de créer de l'énergie thermique et/ou de l'électricité pour alimenter ensuite directement la chaudière ou générer de la climatisation.
Les espaces verts		Le promoteur a consacré une place importante aux espaces verts: Au Clos-du-Chêne, il a planté plus de 850 arbres, 31.000 arbustes et 15.200 plantes couvre-sol. Dans le Green Center® de Toulouse, des espaces verts seront également prédominants (5 hectares).
Charte bailleur/preneur	Oui.	Non.
Certification	Opération pilote pour la HQE commerce.	Le Green Center® de Toulouse sera le premier centre commercial certifié ISO 14001.

2.2 - Bilan de ces initiatives

Le bilan que l'on peut tirer de ces deux expériences en matière de construction de centres commerciaux neufs tentant d'intégrer une démarche développement durable est mitigé.

En effet, l'expérience du groupe Mougins Investissements est très instructive et un certain nombre de ses initiatives sont de vraies démarches en faveur de l'intégration du développement durable dans le commerce. D'une part, il a compris que pour réussir cette intégration, il est impératif de définir de nouvelles règles de construction et d'intégrer des méthodes et des matériaux qui ne sont pas à ce jour utilisés dans les centres commerciaux existants. D'autre part à mon sens, son expérience ne relève pas du « Greenwashing » car le promoteur s'est engagé sur des résultats quantifiés et qualifiés au quotidien, afin de vérifier que la performance annoncée est atteinte, auxquels il a souhaité associer les enseignes via une charte éco citoyenne.

En revanche en ce qui concerne les initiatives de l'Immobilière Frey, il y a controverse. Certes, le Clos-du-Chêne a le mérite de proposer une nouvelle approche sur des questions environnementales fondamentales telles la gestion des déchets, la gestion de l'eau et la gestion de l'énergie en se dotant d'équipements modernes. Mais à la différence de Mougins Investissements, l'Immobilière Frey n'a pas communiqué sur les engagements qu'elle a pris sur des résultats quantifiés et qualifiés au quotidien. Cela rend difficile de prouver la performance environnementale de son centre commercial. Or mesurer, c'est prouver, donc il me semble que

cette initiative est principalement de l'ordre de la communication. De plus en pratique, on ne peut pas le qualifier de centre commercial «durable » dans la mesure où il n'est réellement accessible qu'en voiture alors que la question des transports est une des clés de réponse à la mise en pratique du développement durable. L'Immobilière Frey avoue d'ailleurs que le Clos du Chêne n'est qu'un pilote qui préfigure ce que seront les Green Center® mais comme aucun n'a été livré à ce jour, il est difficile de faire un bilan de ce nouveau concept.

SECTION 2: LES OUTILS DEVELOPPES POUR LA RENOVATION DU PARC EXISTANT

1- LES FREINS ET LEVIERS A L'INTEGRATION DU DEVELOPPEMENT DURABLE DANS LE PARC EXISTANT

1.1- Les freins économiques

D'abord avant que la crise ne touche également l'immobilier, les propriétaires de centres commerciaux ne rénovaient qu'avec une augmentation des revenus (masse locative) : cela signifie qu'ils réalisaient des extensions/rénovations de leurs actifs pour générer du trafic, ce qui avait en principe pour conséquence d'engendrer une augmentation du chiffre d'affaires du centre commercial et donc d'augmenter sa valeur. Dans le contexte actuel de crise économique générale (baisse de la consommation donc baisse du chiffre d'affaires de certaines enseignes...), on peut légitimement se demander si les opérateurs de centres commerciaux, dont le moteur est la « création de valeur », vont agir ou s'ils vont adopter une position attentiste. Ensuite, afin d'investir dans des équipements en faveur du développement durable (panneaux photovoltaïques par exemple), les propriétaires des centres commerciaux doivent déboursier des sommes très importantes, d'une part parce que la surface à traiter est souvent très importante, et d'autre part parce que l'offre des industriels a un coût élevé puisque l'offre technologique est pauvre. Par conséquent, se pose nécessairement la question du financement de tels travaux. Il n'est possible qu'avec l'appui de partenaires financiers, surtout en période de crise, et seulement si la rentabilité des travaux est satisfaisante. Ainsi dans la pratique, seuls les propriétaires bénéficiant d'une certaine puissance financière peuvent se lancer dans de telles initiatives.

Néanmoins, il existe un levier d'ordre économique très important pour l'intégration du développement durable dans les centres commerciaux, à savoir les économies de charges générées par une rationalisation des consommations d'énergie par exemple. En effet en matière de centres commerciaux, les preneurs raisonnent en termes de compte d'exploitation où il y a un coût global d'occupation. Par conséquent pour le propriétaire 1 € de charges en moins équivaut à 1 € de loyers en plus, ce qui lui permet de maintenir ou d'augmenter son loyer.

1.2- Les freins juridiques

1.1.1- La rédaction des baux commerciaux

En matière de baux commerciaux, le bailleur a une obligation d'entretien : cela signifie qu'il doit entretenir l'immeuble en état de servir conformément à l'usage contractuel et assurer au preneur la jouissance paisible de la « chose louée ». Néanmoins par exception à ce principe, le bailleur peut transférer cette obligation d'entretien au locataire dans le bail commercial, sauf l'obligation d'entretien pour cause de vétusté. Par ailleurs en principe, les travaux de mise aux normes et de mise en conformité avec les normes administratives pour les activités autorisées par le bail sont à la charge du preneur, par exemple les travaux d'adaptation de locaux précédemment aménagés en vue d'y exercer une activité différente du commerce précédemment exploité.

En pratique dans la majorité des baux commerciaux des centres commerciaux, tous les travaux liés à des modifications de réglementation, même encore non existantes, sont à la charge du locataire. Or avec la crise, les preneurs ont accusé une baisse de leur chiffre d'affaires, rendant difficile la prise en charge des travaux qui leur sont refacturés par le bailleur.

1.1.2- Le régime de la copropriété

Un certain nombre de centres commerciaux composant le parc existant sont soumis au régime juridique très contraignant de la copropriété. Il existe deux principales catégories de freins pour les centres commerciaux en copropriété.

Dans un premier temps, il y a des freins relatifs à la « *fonction des organisations* ». ⁸ En effet dans un centre en copropriété, les copropriétaires mandatent un syndic pour assurer la gestion des parties communes : deux schémas sont alors envisageables :

Soit les copropriétaires mandatent un syndic tiers.	Soit les copropriétaires mandatent l'un des copropriétaires gestionnaires comme syndic.
Un syndic indépendant ne développe pas, en général, une politique propre de développement durable. Il n'est pas sur le site au quotidien et ne peut pas s'appuyer sur des équipes dédiées assurant la gestion opérationnelle du site pour mettre en place une telle politique. Dans ce cas de figure, la solution peut être d'intégrer dans les mandats de gestion des clauses particulières relatives à la mise en place d'une politique environnementale opérationnelle par le syndic mais cela nécessite l'accord des copropriétaires et peut générer des surcoûts.	Il est plus facile dans ce cas de figure de développer une politique de développement durable sur le site car les grands groupes (propriétaires et gestionnaires) ont une politique propre de développement durable. Le copropriétaire gestionnaire met en place sa politique environnementale sur l'actif à l'aide de sa filiale de gestion, syndic du centre (<u>exemple</u>: Unibail-Rodamco a une politique de développement durable au niveau du groupe et c'est avec ses filiales gestionnaires syndics, Espace Expansion et Rodamco Gestion, qu'elle met en œuvre une politique de développement durable sur les sites où elle est copropriétaire et gestionnaire). Par ailleurs dans ce cas de figure, le syndic est sur le site au quotidien et assure la gestion technique et budgétaire avec

⁸ Interview téléphonique du 17 Avril 2009 de Monsieur Christophe Garot, Directeur du développement durable chez Unibail-Rodamco.

	une équipe structurée dédiée.
--	-------------------------------

Dans un second temps, il y a des freins éventuels relatifs au régime même de la copropriété. En effet si des travaux sur les parties communes sont envisagés, ils devront faire l'objet d'un vote en Assemblée Générale mais la majorité sera différente selon la nature des travaux et leur importance. Ainsi, pour les travaux d'économie d'énergie, la majorité requise est la **majorité absolue des voix de l'article 25**, c'est-à-dire la majorité de tous les copropriétaires, présents ou non. Imaginons que dans un centre en copropriété, certains copropriétaires écoresponsables souhaitent faire installer des panneaux solaires sur le toit du centre commercial qui est une partie commune de l'immeuble. A la suite de la réalisation d'une étude auprès de professionnels, une résolution proposant l'installation de panneaux solaires est inscrite à l'ordre du jour de la prochaine Assemblée Générale. En pratique, plusieurs situations peuvent se présenter et bloquer l'adoption d'une telle résolution: refus d'un certain nombre de copropriétaires pour des raisons financières (mais à nuancer car il existe de nouveaux prêts pour accompagner les copropriétaires dans les travaux d'économie d'énergie), refus d'un copropriétaire majoritaire, absentéisme de copropriétaires... En conclusion on peut dire que réaliser des travaux en copropriété, c'est parfois difficile juridiquement, techniquement et enfin financièrement mais pas impossible surtout qu'aux vues de la nouvelle réglementation et des obligations mises à la charge des propriétaires par le Grenelle de l'environnement, les copropriétés vont devoir trouver des solutions pour se mettre aux normes et réaliser les travaux d'économie d'énergie nécessaires.

1.1.3- Les règles d'urbanisme

La réalisation de tous travaux est soumise au respect de la réglementation en matière d'urbanisme. Reprenons l'exemple de l'installation de panneaux solaires. Si le propriétaire, ou les copropriétaires, d'un centre commercial de centre-ville, souhaitent installer des panneaux solaires sur le toit du bâtiment, ils devront faire une déclaration préalable (article R.421-17 du Code de l'urbanisme). Si l'Administration ne s'y oppose pas, ils seront autorisés à réaliser lesdits travaux, sauf si le centre commercial se trouve dans le périmètre de protection d'un monument historique et que l'Architecte des Bâtiments de France s'oppose à ces derniers. En pratique, il est très probable qu'un centre commercial de centre-ville se situe dans un tel périmètre, d'où le risque de se voir opposer un refus pour de tels travaux. Néanmoins, il faut nuancer cet obstacle car le développement durable est aujourd'hui devenu un axe majeur des politiques publiques.

1.3- Les freins géographiques

Les premiers centres commerciaux construits dans les années 1960-1970 avaient comme point commun d'être implantés à l'extérieur des agglomérations, d'être équipés de grands parcs de stationnement pour faciliter leur accès en voiture et d'être tous conçus sur le même modèle. Leur localisation allait alors de pair avec la démocratisation de l'automobile. Aujourd'hui, bien que les centres commerciaux de centres-villes se soient multipliés (55,3% du parc), un grand nombre de centres commerciaux sont situés en périphérie des villes (44,7% du parc) sans toutefois nécessairement être reliés aux réseaux de transports urbains (bus, rer, métro, tramway, pistes cyclables...).

La majorité des émissions de CO₂ relatives à un centre commercial sont liées au transport des chalands, et des marchandises. La question qui se pose est alors de savoir si on peut parler de développement durable pour les centres commerciaux de périphérie alors qu'on y accède souvent uniquement par voiture. On ne peut pas « *parler de performance énergétique sans tenir compte de l'énergie de déplacement consommée par les utilisateurs d'un bâtiment donné* ». ⁹ Par conséquent, on ne peut pas faire du réel développement durable en se bornant simplement à installer des panneaux solaires sur le toit de son centre commercial, à récupérer les eaux de pluie ou trier ses déchets si des milliers de voitures continuent d'y affluer chaque jour en rejetant une masse considérable de CO₂. « *La question des transports est donc au cœur de la prise en compte des questions environnementales* » ¹⁰ pour l'industrie de l'immobilier. Cette donnée essentielle est à prendre en compte dans l'intégration du développement durable dans les centres commerciaux de périphérie. Les solutions existent mais elles doivent être cherchées par les acteurs de l'immobilier de commerce en concertation avec les pouvoirs publics, l'ensemble des parties prenantes et les organismes de financement car cela nécessite des aménagements concertés, coûteux et longs à réaliser.

2- DES INITIATIVES EN FAVEUR DE L'INTEGRATION DU DEVELOPPEMENT DURABLE LORS DE RENOVATIONS OU DE TRAVAUX

2.1- La rénovation de centres commerciaux Super Régionaux et Régionaux en Ile-de-France

Afin de faire un état des lieux de ce qui se fait actuellement en faveur de l'intégration du développement durable lors de la rénovation de centres commerciaux, nous avons sélectionné deux centres commerciaux situés en Ile-de-France.

2.1.1- Comparaison de deux rénovations sur le plan du développement durable

Thèmes	Beaugrenelle : SCI Beaugrenelle	Vélizy2 : Unibail-Rodamco
Brève description du centre commercial	Il s'agit de la restructuration du centre commercial Beaugrenelle (45.000 m ² GLA), par la SCI Beaugrenelle, qui s'intègre dans une véritable opération de requalification urbaine, sociale et environnementale du quartier du Front de Seine.	Il s'agit d'un centre commercial super régional d'environ 100 000 m ² qui est aujourd'hui le 1er centre commercial de France et d'Europe Continentale en chiffre d'affaires. Sa rénovation a notamment pour but d'améliorer ses performances environnementales.

⁹ Interview de Monsieur Christophe Garot, Directeur du Développement Durable chez Unibail-Rodamco, Euphorie Magazine : Marketing&Développement... Durable, n°9 Janvier et Février 2009.

¹⁰ « La « Haute Qualité Environnementale », étendard des nouveaux centres commerciaux », Gilles Van Kote, Le Monde, 29 Octobre 2008.

Matériaux/procédés de constructions utilisées	Végétalisation de l'ensemble des toitures et de certaines façades du centre commercial (12 000 m²).	
Gestion de l'énergie et de l'eau	Engagement à limiter la consommation d'eau et d'énergie pendant les travaux : suivi mensuel afin que les entreprises du chantier puissent gérer efficacement leur consommation. En termes de construction, le promoteur s'est axé sur la réalisation d'économies d'énergies polluantes.	Réalisation de verrières pour contrôler l'ensoleillement et l'isolation thermique. Utilisation d'ampoules économiques pour l'éclairage du centre. Vélizy 2 a obtenu ses premiers certificats d'économie d'énergie en 2008 en partenariat avec EDF suite à des travaux d'amélioration opérés sur les éclairages et variation de vitesse sur les équipements techniques, soit 6.3 GWh cumac. Installation de 5 bâches à eau de 5 000 litres destinées à récupérer les eaux de pluie pour l'arrosage des arbres et le nettoyage du centre.
Gestion des déchets	Engagement à réduire et valoriser la production des déchets du chantier via notamment le tri et le recyclage de ces derniers.	Optimisation de la valorisation des déchets (respect du tri sélectif par les enseignes pour faciliter le traitement des cartons ...) Les clients sont associés à la démarche environnementale par le biais du Tri Sélectif. En effet, différents collecteurs leur sont proposés tels des collecteurs de piles via le réseau Batribox...
Transports	Afin de limiter la pollution en termes de CO₂, la SCI Beaugrenelle a choisi d'évacuer en partie les gravats issus du chantier par voie fluviale par la Seine. Une attention particulière a été portée à l'accessibilité au centre commercial par tous les publics en bus, à pied, en métro, en voiture...	En matière de transport, il faut souligner que le centre commercial Vélizy 2 offre aux clients de la zone d'emploi les services d'une navette gratuite pour éviter le déplacement avec un véhicule personnel. De plus, le centre commercial sera relié au tramway dans les années à venir.
Limitation de l'impact environnemental des travaux	Dans le cadre de sa démarche HQE®, engagement du promoteur à limiter l'impact environnemental des travaux : - diminution, dans la mesure du possible, des nuisances et des pollutions générées par le chantier. -prévention des pollutions grâce à la mise en place d'un dispositif de détection des nuisances ressenties par les riverains	

	(bruits, poussières, odeurs...). Afin de vérifier que ses engagements sont bien appliqués, il a mis en place des dispositifs de contrôles (un « homme-voisinage », un « homme-traffic » et un bureau d'étude technique indépendant assurant un contrôle vigilant des bruits et vibrations qui mèneront des actions correctives si besoin est). Information régulière des riverains à propos du déroulé des travaux et de leur impact éventuel sur leur quotidien.	
Certification/prix	Opération pilote pour la HQE commerce.	Le nouveau Vélizy 2 a été récompensé par les professionnels. Il a notamment reçu le Trophée CNCC 2008 pour sa rénovation.

2.1.2- Bilan de ces 2 expériences

Premièrement, les expériences de ces deux investisseurs gestionnaires nous enseignent que la rénovation d'un centre commercial, comme c'est le cas de Beaugrenelle, peut s'intégrer dans une opération de requalification urbaine, sociale et environnementale d'un quartier de centre-ville. Ce type d'opérations devrait se multiplier à l'avenir, surtout que le commerce local redevient une priorité. Malheureusement à ce jour, elles sont très rares. Deuxièmement avec la rénovation du centre commercial super régional Vélizy 2, Unibail-Rodamco prouve qu'il est possible d'améliorer les performances environnementales du parc de centres commerciaux existants. Pour ce faire, le groupe a appliqué à cette rénovation sa politique de développement durable qu'il présente comme une « *politique active de rénovation des bâtiments anciens, particulièrement énergivores* »¹¹. Il s'agit d'abord d'agir au quotidien sur l'actif, comme par exemple agir sur son exploitation quotidienne avec le prestataire multi-technique pour réaliser des économies d'énergie de 10 à 20 % (modifications des températures de consignes, contrôle de l'air neuf...) puis ensuite de définir des plans d'investissement long terme.

Bien entendu, on est encore loin des exigences BBC, des bâtiments passifs ou à énergie positive néanmoins, si tous les centres commerciaux « anciens » faisaient des travaux afin d'améliorer leur performance énergétique et environnementale, cela conduirait à des avancées significatives, et non négligeables, en termes de baisse de la consommation d'énergie et des émissions de CO₂.

2.2- Les initiatives des petits centres commerciaux Leclerc

2.2.1- L'initiative ciblée de l'hypermarché de Saint Aunès

L'hypermarché de Saint-Aunès a développé une initiative encore unique en France visant à améliorer ses performances énergétiques. Il a inauguré le 12 Juin 2008, après 5 mois de travaux,

¹¹ Rapport Développement Durable 2007 d'Unibail-Rodamco.

une des plus puissantes centrales photovoltaïques d'Europe sur son parking de 1.300 places en s'équipant de 5 472 panneaux solaires intégrés à une douzaine d'ombrières. L'idée est innovante : utiliser le parking du centre commercial pour y installer des panneaux solaires. Ils allient esthétique, avec leur structure en bois, et efficacité énergétique puisqu'ils génèrent de l'électricité tout en apportant une ombre appréciée l'été et une protection contre la pluie en hiver.

Photographies du parking photovoltaïque du Leclerc de Saint- Aunès



Il aura fallu plus de deux ans de travail, et surtout de patience, au directeur du Leclerc pour voir aboutir ce projet. D'une part, il a fallu trouver une entreprise capable de mener à bien ce projet. Les solutions techniques qui lui sont alors proposées ne le convainc pas jusqu'à ce qu'il découvre une jeune entreprise parisienne, Sunvie qui travaille en collaboration avec la société Conergy, leader européen du photovoltaïque. D'autre part, il a fallu trouver des financements. Les banques se montrent d'abord particulièrement frileuses devant ce dossier ambitieux qui nécessite un investissement de 7 millions d'euros. Finalement, il réussit à rallier au projet Oséo (via le Crédit coopératif) et le Crédit Agricole. De plus, il réussit à obtenir des financements des collectivités publiques (Région et Fonds européen de développement régional) à hauteur de 300 000 €.

Ce système présente plusieurs avantages. D'abord, les panneaux produisent 1,42 GWh/an d'électricité photovoltaïque qui est une énergie propre et renouvelable, soit l'économie annuelle de plus de 1 655 tonnes de CO₂. De plus en intégrant les panneaux solaires dans la structure des ombrières, cette centrale aura droit, pendant 20 ans, à une prime d'achat par EDF qui est particulièrement intéressante d'un point de vue financier (revente de l'électricité à 57 centimes d'euros le kW/h au lieu des 31 centimes d'euros habituels). Enfin, les ombrières permettent de recueillir et recycler les eaux de pluie afin d'améliorer la gestion de l'eau du centre commercial.

2.2.2- Les initiatives globales des hypermarchés de Saint-Amand-les-Eaux et de Neuilly-sous-Clermont

Thèmes	Leclerc de Saint-Amand-les-Eaux	Leclerc de Neuilly-sous-Clermont
Brève description du centre commercial	Résultat d'un transfert-agrandissement, le nouveau Leclerc de Saint-Amand-les-Eaux a ouvert ses portes le 23 Avril 2008. La création de cet hypermarché de 6 000 m ² avec 2 400 m ² de galerie commerciale, a nécessité	Le projet d'implantation d'un centre commercial à Neuilly-sous-Clermont prévoit le déménagement de l'hypermarché Leclerc de Cauffry et son extension à 7 900 m ² , une galerie de 25 magasins et une zone commerciale. L'ouverture du centre est prévue pour 2010.

	un investissement de 26 millions d'euros.	
Matériaux/ procédés de constructions utilisées	Utilisation du bois comme matériau pour les façades, les mâts d'éclairage, les abris-chariot, les bornes de protection, les arrêts de bus et enfin le mobilier. Le parking dispose d'un parvis réalisé avec un nouvel enrobé, permettant une économie d'énergie et produisant moins de gaz à effet de serre.	Le parking de 1 200 places sera conçu uniquement avec des produits recyclés : l'essentiel du revêtement sera réalisé à partir d'un mélange de poudre de verre recyclé et de sable.
Gestion de l'énergie et de l'eau	Des panneaux solaires, installés sur le toit de l'hypermarché, sont utilisés pour chauffer l'eau. Les calories produites par la centrale frigorifique sont récupérées pour chauffer le magasin L'eau de pluie est récupérée : le magasin stocke les eaux de pluie dans des bâches souterraines fabriquées à l'aide de pneus recyclés pour les utiliser en réserve d'eau en cas d'incendie.	Des panneaux photovoltaïques, installés sur le toit, seront destinés à produire de l'électricité : ils constitueront la plus grosse centrale photovoltaïque du nord de la France. La récupération des eaux pluviales. Le reste des toitures sera entièrement végétalisé avec des procédés de récupération des eaux pluviales pour le centre commercial (arrosage...). L'éclairage extérieur au moyen d'éoliennes. Les mâts d'éclairage présents à l'extérieur du centre produiront tous leur propre énergie aux moyens de petites structures éoliennes, un procédé unique en France. Des murs favorisant les économies d'énergie. Les parois extérieures du centre commercial seront construites en galion. Selon les architectes du projet, « <i>cette structure valorise le site au niveau environnemental et fait office de protection énergétique en baissant la consommation électrique du centre</i> ». Un chauffage régulé grâce à des pompes à chaleur souterraines. Dans ce domaine, le centre fait preuve d'innovation. Il se dotera d'une part d'un système de récupération de la chaleur qui sera installé sur les groupes électrogènes pour les produits froids et d'autre part de pompes à chaleur souterraines qui assureront le chauffage du centre en récupérant, l'hiver, la chaleur accumulée l'été, et ce jusqu'à 40 m en sous-sol.
Gestion des	Les chariots et les paniers ont été fabriqués à	

déchets	partir de bouteilles recyclées, ce qui est une « <i>première en France</i> » ¹² . Le parc de chariots représente l'équivalent de 274 000 bouteilles, soit l'économie de 19 tonnes de pétrole et 50 tonnes de CO ₂ en moins rejetées dans l'atmosphère.	
Transports	Le centre est malheureusement principalement accessible en voiture (il est situé en périphérie, à proximité de l'A23 reliant Valenciennes à Lille).	Le centre est principalement accessible en voiture.
Qualité de l'air		Des flowerbox pour retraiter l'air de manière naturelle. Les flowerbox sont de grands tubes verticaux ornés de fleurs, de plantes, de petits arbustes... Ils seront plus d'un millier dans le futur centre. C'est une idée originale et innovante puisqu'au-delà de leur caractère décoratif, ils visent surtout à retraiter naturellement l'air du centre.
Montant des travaux de rénovation	1,2 millions d'euros (soit 21% du montant de l'investissement total dans la rénovation du centre) ont été consacrés à une démarche développement durable.	

2.2.2- Bilan de ces trois expériences

Toutes ces expériences, menées par des petits centres commerciaux Leclerc, ont différents points communs.

D'abord, il a fallu beaucoup de patience aux Directeurs de ces centres afin de surmonter les obstacles et de faire aboutir leurs projets. En effet, d'une part, il leur a fallu trouver des prestataires capables de mener à bien ce projet sur le plan technique. D'autre part, il leur a fallu trouver les financements nécessaires. Pour un petit centre commercial, réaliser des travaux en faveur de l'intégration du développement durable constitue un effort financier considérable qui n'est possible qu'avec le soutien des banques et des collectivités publiques. Ensuite, en dépit du coût de telles initiatives, ces petits centres commerciaux sont optimistes car ils attendent un amortissement sur ces investissements dans les années avenir (entre 10 et 20 ans) et tablent sur une augmentation de leurs chiffres d'affaires et une baisse de leurs charges pour les rentabiliser. Enfin en l'espèce, on est en droit de s'interroger sur la pertinence de leur démarche. En effet, ils n'ont communiqué ni sur des engagements en termes de résultats quantifiés et qualifiés, ni sur la réalisation, préalablement à ces travaux, d'un bilan énergétique et carbone de leur centre nécessaire à la définition d'un plan d'action sur mesure en fonction des postes les plus énergivores, ni de l'adoption d'une quelconque stratégie de développement durable. De plus, le principal défaut, et pas des moindres, est que ces centres se situent en périphérie et sont principalement accessible en voiture. Par conséquent, il nous semble que leurs démarches, parce qu'elles traitent seulement les effets, et non la cause du problème, relèvent plus de la « *cosmétique*

¹² « Leclerc St-Amand-les-Eaux », Linéaires, 10 Juin 2008.

de façade » que d'une réelle démarche développement durable. Néanmoins, elles révèlent une prise de conscience positive des propriétaires d'actifs de la nécessité de maîtriser l'impact de leur bâtiment sur l'environnement.

SECTION 3: LES ACTIONS MENEES PAR LES ENSEIGNES

« *Pression des consommateurs, enjeux économiques et Grenelle de l'environnement* »¹³ incitent l'intégration du développement durable au sein des enseignes : mais qu'en est-il ?

1- LES FACTEURS DE PRISE EN COMPTE DU DEVELOPPEMENT DURABLE

1.1- Les consommateurs

1.1.1- La perception du développement durable des français

Interrogés par Ciao Surveys pour LSA, si 72,6 % des répondants affirment avoir une idée précise de ce qu'est le développement durable, le sondeur met en lumière le fait que les Français ne savent pas toujours ce qui se cache sous cette notion, où la responsabilité environnementale cohabite avec la responsabilité sociétale. Pour preuve quand on leur demande à quels critères ils sont le plus sensibles, ils citent majoritairement « *les économies d'énergie et la préservation des matières premières, et seulement à 11,3% la charte d'éthique du magasin ou de la marque* »¹⁴. L'institut de sondage Sofrès a également réalisé une enquête en 2008 sur le thème « Les Français et le développement durable ». A la question « *Concernant le développement durable, diriez-vous que c'est plutôt une idée à la mode ou plutôt une idée qui a de l'avenir?* »¹⁵, 77 % des personnes interrogées ont répondu que c'est un concept qui a de l'avenir; même si ce concept reste encore flou pour elles.

1.1.2- Le niveau d'information des français

Interrogés par Ciao Surveys pour LSA, les Français se disent mal informés sur le développement durable. Ce sondage révèle que, contrairement à ce que l'on pensait aux vues de l'actualité (campagne présidentielle de 2006-2007, opération coup de poing de Nicolas Hulot, Grenelle de l'environnement, messages environnementaux...), sur 1000 français interrogés, 41 % estiment l'information mise à leur disposition insuffisante, et 47% concèdent qu'elle répond seulement « un peu » à leurs attentes. Par conséquent, on peut en déduire que le besoin global de pédagogie sur le sujet est grand et urgent.

1.1.3- Le niveau d'engagement des français

Toujours selon le sondage Sofrès de 2008, les Français sont impliqués dans la protection de l'environnement :

¹³ Dossier spécial : Développement durable, les enseignes musclent leur offre, Laurence Cailloce, LSA n° 2084, 2 Avril 2009.

¹⁴ « Les Français veulent plus de développement durable », Laure Cailloce, LSA n°2069, 4 Décembre 2008.

¹⁵ « Les enjeux du quotidien... Les Français et le développement durable », Sondage réalisé pour la Presse quotidienne Nationale, Régionale, Urbaine Gratuite et la Presse Hebdomadaire Régionale par TNS Sofres du 7 Janvier au 3 Mars 2008.

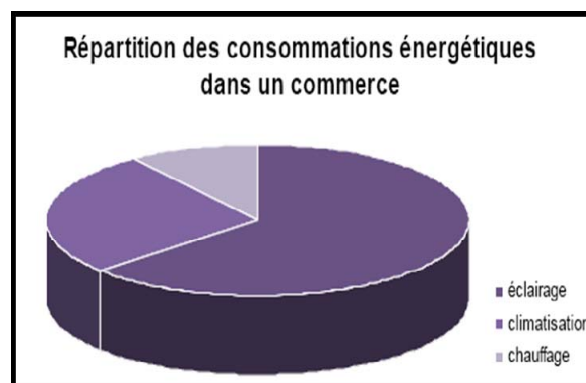
« 52 % sont sensibilisés, 36 % sont engagés, et 12 % sont des « passagers clandestins ». Néanmoins, l'étude conclut sur le fait que « des efforts restent à fournir » puisque seulement 4 Français sur 10 disent moins utiliser leurs voitures, alors que c'est le deuxième secteur le plus énergivore après le bâtiment, et que le bio ne réunit à ce jour qu'un public restreint.

1.1.4- La perception des français sur l'action menée par les distributeurs

Selon Chantal Jacquet, consultante développement durable auprès des entreprises, interrogée par LSA : « Les consommateurs sont « paumés » et pour cause : les distributeurs et les industriels sont eux-mêmes « paumés » sur le sujet »¹⁶. Pour preuve, la perception que les Français ont des actions menées par les distributeurs n'est pas très brillante. Seulement 4,7 % d'entre eux estiment que l'attitude des marques a « beaucoup » changé, et 4,5 % pour les enseignes. Par conséquent pour les distributeurs et les enseignes, la solution est de convaincre les Français en ayant un discours plus clair sur leur démarche développement durable et en qualifiant et quantifiant chaque action menée.

1.2- Les enseignes : de gros consommateurs d'énergie

La répartition des consommations énergétiques dans un centre commercial est spécifique à ce type d'actif et à l'activité commerciale qui y est exercée par les preneurs.



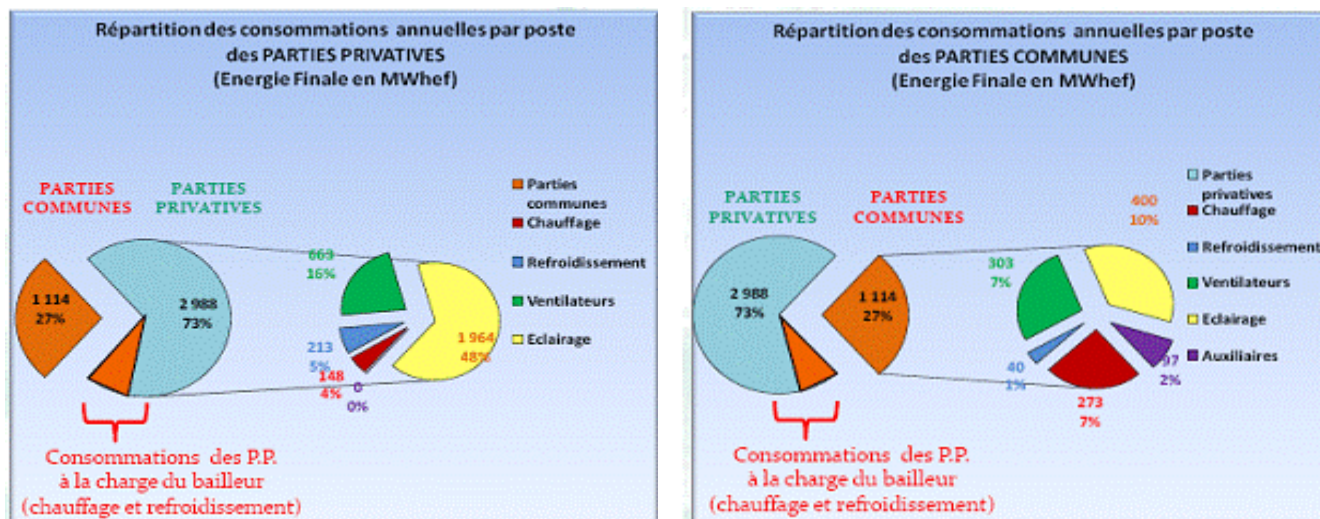
En termes d'énergie, un centre commercial est très complexe : contexte de la copropriété et « mixité des énergies et organisations techniques »¹⁷ ... Pour les actifs soumis au régime de la copropriété, « le propriétaire d'un centre commercial est généralement responsable de la climatisation de l'ensemble du centre commercial, de la ventilation et de l'éclairage des parties communes, comme le « mall », les toilettes publics et les aires de chargements et parkings. Les enseignes sont responsables de la gestion de la ventilation, de l'éclairage, de l'eau et des déchets relatifs au local commercial qu'ils louent ».¹⁸

¹⁶ « Les Français veulent plus de développement durable », Laure Cailloce, LSA n°2069, 4 Décembre 2008.

¹⁷ Interview de Monsieur Christophe Garot, Directeur du Développement Durable chez Unibail-Rodamco, Euphorie Magazine : Marketing&Développement... Durable, n°9 Janvier et Février 2009.

¹⁸ Corporate Sustainability Report 2008- Unibail Rodamco.

Comme tout bâtiment, la performance globale d'un centre commercial est « *intimement liée à son utilisation* »¹⁹. Or aujourd'hui, on constate qu'il n'y a pas une utilisation rationnelle des centres commerciaux classiques puisque les bailleurs et les enseignes sont de gros consommateurs d'énergie. D'une part, les parties communes représentent 20 % de la consommation énergétique totale d'un centre commercial. La différence, soit 80 %, est directement imputable aux enseignes, et principalement à l'éclairage de leurs parties privatives. En effet, le poste éclairage représente 50 % de la consommation totale d'énergie et accroît sensiblement le besoin de climatisation, comme en témoigne les graphiques ci-dessous.



Sources : BET Barbanel et CNCC

D'autre part, 80 % du bilan carbone d'un centre commercial est directement lié à l'activité des enseignes, et principalement à la fabrication et au transport des marchandises.

Par conséquent, la réduction de l'impact environnemental d'un centre commercial ne peut s'envisager sans une implication totale des parties prenantes, et en particulier des enseignes.

1.3- Les facteurs économiques

Il existe deux types d'enjeux économiques incitant les enseignes à intégrer le développement durable. D'une part, selon une enquête menée par TNS Media pour Ethicity réalisée au 1^{er} Trimestre 2009, et dévoilée par LSA, les consommateurs sont de plus en plus demandeurs de produits issus du développement durable. Cela signifie que le marché des produits « bio », des produits écologiques ou encore des produits issus du commerce équitable n'est plus un marché de niche. Il s'agit d'un marché porteur et « *l'offre de développement durable représente désormais un business à part entière pour les enseignes* ». ²⁰ Par conséquent les enseignes qui ne joueront pas le jeu seront à terme pénalisées par rapport à leurs concurrents plus « responsables », ce qui signifie une nécessaire perte de chiffre d'affaires. D'autre part, la mise en

¹⁹ Interview de Monsieur Christophe Garot, Directeur du Développement Durable chez Unibail-Rodamco, Euphorie Magazine : Marketing&Développement... Durable, n°9 Janvier et Février 2009.

²⁰ Dossier spécial : Développement durable, les enseignes musclent leur offre, Laurence Cailloce, LSA n° 2084, 2 Avril 2009.

œuvre du développement durable a indéniablement un coût pour les enseignes qui tentent de maîtriser l'impact de leur activité commerciale sur l'environnement. Néanmoins, même si ces dernières doivent réaliser des investissements pour mettre en place une politique de développement durable et, par exemple, passer à une gestion rationnelle de l'énergie, de l'eau et des déchets, l'efficacité économique de ces actions est avérée. En effet, certaines enseignes l'ont bien compris : qui dit économies d'énergie dit charges de fonctionnement réduites.

1.4- Les facteurs réglementaires

Comme on ne le soupçonne pas nécessairement, le Grenelle de l'environnement a aussi un impact sur l'activité des enseignes. En effet, par exemple, l'étiquetage environnemental des produits deviendra obligatoire à partir du 1^{er} Janvier 2011.

2- LES ACTION MENEES DANS LES PRODUITS OFFERTS

Nous allons tenter de montrer ce qui se fait actuellement en matière d'intégration du concept de développement durable dans les produits offerts par les enseignes. Pour ce faire, nous avons sélectionné l'exemple de deux enseignes, Ekyog et Nature&Découvertes, connues pour être parmi les plus vertueuses de leurs consœurs, tout comme par exemple le groupe Vivarte ou encore l'enseigne Yves Rocher.

Thèmes	Ekyog	Nature&Découvertes
Activité	Ekyog est une marque-enseigne bretonne de vêtements et cosmétiques biologiques et équitables née en 2003.	Nature & Découvertes est une enseigne fondée en 1990 proposant des articles très variés (livres, jardinerie, bijoux, bien-être...).
Devise	« <i>Construire une entreprise respectant l'homme et la nature</i> ».	« <i>Mettre la nature à la portée de tous</i> ».
Démarche développement durable dans les produits offerts	<u>La Charte Ekyog :</u> Le respect de l'environnement (éco conception des produits : process de culture du coton biologique, utilisation d'emballages en papier certifié PEFC...). Le respect des clients. Le respect des hommes qui fabriquent ses produits. S'inscrire dans une démarche de commerce équitable (rémunération équitable de ses partenaires : choix d'un producteur rémunérant ses salariés de 30 % à 100% plus chers que la moyenne du pays concerné, paiement du coton biologique au moment de	<u>La Charte Fondatrice:</u> Notre engagement pour votre satisfaction. Notre engagement pédagogique (manifestation de cet engagement par des ateliers pour enfants, chaque mercredi après-midi, dans les magasins Nature & Découvertes, des débats et conférences, L'université de la Terre (<i>En 2007, l'enseigne a réuni experts et grand public autour de la question des futures énergies à l'UNESCO.</i>)...) Notre engagement écologique <u>Au quotidien</u> => différentes actions:

	la commande...). Mener une politique managériale équitable et valorisante pour les salariés. Agir au delà de son rôle économique pour le développement durable (création de l'association Terre d'Ekyog pour mener des actions concrètes en faveur de l'écologie et du commerce équitable et sensibiliser le public à ces grands enjeux, soutien au Pacte Mondial des Nations Unies...).	-les magasins sont éco-conçus (« <i>choix de matériaux à l'empreinte écologique réduite tant du point de vue de leur nature que de leur origine</i> ») et l'ensemble des sites de Nature & Découvertes a obtenu la certification environnementale ISO 14001. -les 7 engagements pris par l'enseigne et faisant l'objet d'objectifs qualitatifs, quantitatifs et d'un suivi régulier tels accompagner ses fournisseurs dans une démarche de respect de l'homme et de l'environnement avec des audits environnementaux et la mise en place de la charte partenariale indiquant les engagements que l'enseigne attend de ses fournisseurs. <u>Pour la protection de la nature</u> => création de sa fondation. <i>Sous l'égide de la Fondation de France, celle-ci sélectionne et soutient des projets de protection de la nature grâce aux 10 % des bénéfices nets que l'entreprise lui verse chaque année. À ce jour, la Fondation a déjà soutenu près de 750 projets pour plus de 4,5 millions d'euros. »</i> Notre engagement économique : Nature & Découvertes s'engage à se « <i>développer sur une base durable et profitable, en préservant l'équilibre entre les aspirations de ses clients, de ses équipes, de ses fournisseurs et de ses actionnaires, afin de contribuer positivement à la société dans laquelle nous vivons. »</i>
--	---	---

Pour conclure, on peut retenir à travers les initiatives de ces deux enseignes que d'abord, il est possible de trouver des solutions pour intégrer la démarche développement durable dans les produits offerts par les enseignes. Ensuite, que les enseignes ont le devoir de sensibiliser le grand public aux enjeux du développement durable car il faut rappeler que « *le commerce est attendu sur une meilleure information des consommateurs et une « sincérisation » des allégations environnementales* »²¹. Enfin, que le développement durable ne se limite pas, dans sa mise en œuvre par les enseignes, à des actions en faveur de l'environnement: les dimensions sociales, sociétales et économiques ne doivent pas être négligées.

3- **LES ACTIONS MENEES DANS L'EXPLOITATION DE LEUR ACTIVITE COMMERCIALE**

Face à la pression des consommateurs et des pouvoirs publics, certaines enseignes ont décidé, dans le cadre de l'exploitation de leur activité commerciale, de se lancer dans des actions

²¹ « La lettre Procos, Ecologie et commerce : un nouveau modèle économique ? », Juin 2008, propos de Mme Nadia Boeglin, Conseillère auprès de la Commission générale eu développement durable du MEEDDAT.

en faveur du développement durable en définissant une stratégie de développement durable. Nous tenterons de dresser un bilan de ces expériences relatives à la gestion de l'énergie, la gestion de l'eau ou encore la gestion des déchets pour mettre en lumière quelles sont les bonnes pratiques en la matière.

3.1- La gestion de l'énergie

3.1.1- La chaîne logistique : l'exemple de Monoprix

Dès le début des années 1990, Monoprix a fait du développement durable et de l'environnement des axes stratégiques de développement. Depuis 2000, l'enseigne mène une réflexion sur ses choix en matière de logistique et de transports et sur leurs impacts sur l'environnement. Cette réflexion a abouti à différentes initiatives intéressantes concernant sa chaîne logistique :

- **La mise en place du transport fluvial de ses marchandises :** Depuis 2003, le transport fluvial est un axe majeur de la stratégie logistique du Groupe. Il permet d'acheminer les marchandises de grand import du port du Havre au port de Bonneuil-sur-Marne (94). Selon Madame Catherine Rivoallon, Directrice du département international, *« il concerne, aujourd'hui, 72 % des produits de grand import, soit un total de 1.745 containers, permettant ainsi d'économiser 120 tonnes de CO₂. »*²²
- **L'exploitation d'entrepôts HQE :** *« Le Groupe a inauguré en août 2006 son deuxième entrepôt HQE à Marly-la-Ville. Il a notamment mis en place des mesures pour la gestion de l'énergie (éclairage naturel, utilisation d'ampoules à basse consommation, isolation de l'entrepôt et des bureaux selon la réglementation RT 2000...) et la gestion des déchets d'activités (choix d'une chaudière propre à faible émission de gaz à effet de serre, respect de la gestion collective et sélective des déchets...) »*
- **La livraison des magasins parisiens par voie ferrée et camions roulant au gaz naturel pour véhicules (GNV):** *« Depuis novembre 2007, c'est désormais par rail que sont transportés 120.000 tonnes de marchandises destinées aux 72 magasins parisiens. Couplés avec des camions roulant au GNV, ce dispositif devrait permettre d'économiser 337 tonnes de CO₂ en 2008 et de réduire de 12.000 le nombre de camions n'entrant plus dans Paris. »*²³

3.1.2- L'éclairage : l'exemple de Courtepaille

*« C'est à partir de son bilan carbone que l'entreprise de restauration a pu identifier les postes les plus générateurs de CO₂. Elle décide de concentrer ses efforts sur la consommation d'énergie (1 à 2 % du chiffre d'affaires et 20 % de l'impact carbone) »*²⁴, et notamment sur l'éclairage. A ce titre, elle a fait preuve de bon sens, notamment en installant des leds pour l'éclairage, ce qui lui a permis de diviser par 10 sa facture d'éclairage.

3.1.3- La problématique du CO₂: l'exemple de Nature & Découvertes

Selon Emmanuel Paillat, Responsable de la comptabilité environnementale de Nature&Découvertes, *« l'entreprise entend « faire du plus avec du moins » : accroître son chiffre d'affaires tout en réduisant ses émissions de CO₂...Depuis un an, l'entreprise a franchi une nouvelle étape et a introduit une nouvelle mesure comptable : le CO₂ est devenu la seconde monnaie de l'enseigne (et peut-être même bientôt la première...). L'enseigne a mis en place une*

²² « La lettre Procos, Ecologie et commerce : un nouveau modèle économique ? », Juin 2008.

²³ « La lettre Procos, Ecologie et commerce : un nouveau modèle économique ? », Juin 2008.

²⁴ « La lettre Procos, Ecologie et commerce : un nouveau modèle économique ? », Juin 2008.

comptabilité environnementale : chaque année, les différents services de l'entreprise ont des objectifs chiffrés, en progression de chiffre d'affaires (donc en euros) et en consommation de CO₂... et chaque salarié s'est vu attribuer un quota de CO₂ à ne pas dépasser... ».

3.2- La gestion de l'eau

La gestion de l'eau n'est pas encore très développée par les enseignes pourtant, le traitement des eaux, dont la consommation diminue de 2 ou 3 % chaque année, va devenir à court terme une priorité. Certaines enseignes précurseurs ont néanmoins dès aujourd'hui adopté du matériel limitant leur consommation d'eau, à l'image de Courtepaille qui a installé des réducteurs de pression sur les robinets, ce qui représente une économie sur les consommations d'eau de chaque restaurant de l'ordre de 20% pour un investissement de seulement 5 euros environ l'unité. D'autres ont travaillé de concert avec leur prestataire multi technique, à l'image de Leclerc. Selon LSA, « *en quatre ans, la marque Repère, de Leclerc, estime ainsi avoir contribué, par ses contrats de progrès pour l'environnement, à économiser 3,5 millions de mètres cubes d'eau* ». ²⁵

3.3- La gestion des déchets

3.3.1- La problématique des sacs plastiques : l'exemple de Carrefour

Le sujet des « sacs plastiques » a été médiatisé en 1996, lorsque Michel-Édouard Leclerc s'en empara pour s'afficher comme l'un des pionniers sur le terrain du développement durable. Depuis, bon nombre d'enseignes de la grande distribution ont suivi son exemple, à l'instar de Carrefour, pour qui le sujet est clos : « *Pour nous, c'est un chantier bouclé, constate Jean-Pierre Vignes, directeur des achats actifs et frais généraux chez Carrefour France. Dès 2006, les hypermarchés de certaines régions avaient commencé à sensibiliser leurs clients à la réduction des sacs en plastique et, l'année suivante, l'ensemble des magasins avaient cessé d'en distribuer. À ce jour, toutes les enseignes de la grande distribution ou presque ont anticipé, totalement ou en grande partie, la disparition totale des sacs plastiques, programmée légalement pour 2010.* » ²⁶

Néanmoins, il faut nuancer l'intérêt de cette démarche car fournir des sacs, c'est quand même un service client. Ainsi si la disparition des sacs en plastique « classiques » est indéniablement une bonne chose pour l'environnement, il ne faut pas totalement bannir les sacs mais plutôt fournir aux clients, de façon gratuite ou onéreuse, un produit de remplacement, à savoir des sacs biodégradables par exemple.

3.3.2- La problématique du tri/recyclage

L'intérêt pour le tri sélectif gagne les enseignes, et notamment Système U. « *Ainsi Système U, qui a calculé que l'ensemble de son activité générerait 182 000 tonnes de déchets en 2007, a installé dans chacun de ses magasins un tableau de bord sur le pourcentage de déchets triés ou recyclés, avec une moyenne nationale de 54,6 %. Le système permet à chaque point de vente de se situer par rapport à ses homologues, mais il pousse aussi certains à atteindre l'objectif « coût zéro ».* Celui-ci est atteint lorsque le produit de la vente des matières recyclables couvre tous les coûts de gestion et d'élimination des déchets. Les indépendants se sont également engagés dans le tri sélectif. Par exemple, la centrale Ouest Système U « *s'est distinguée en mettant en place une filière de valorisation des déchets, dite Ecovalor, qui est devenue un modèle économique rentable en voie de généralisation* ». ²⁷ De plus, les enseignes travaillent en amont sur la limitation des

²⁵ « Dossier spécial Développement durable », F.L avec Patrice Jayat, LSA, 23 Octobre 2008.

²⁶ « Dossier spécial Développement durable », F.L avec Patrice Jayat, LSA, 23 Octobre 2008.

²⁷ « Dossier spécial Développement durable », F.L avec Patrice Jayat, LSA, 23 Octobre 2008.

déchets « papiers ». En effet, la consommation de papier peut, via une gestion plus rationnelle des prospectus, être diminuée. Actuellement, les économies de consommation de papier ne vont que jusqu'à 20 % par an par conséquent, cela demeure un chantier où de grands progrès restent à faire.

3.4- Bilan de ces expériences

Il est difficile de recenser toutes les initiatives lancées par les enseignes ces derniers mois tant le développement durable provoque un véritable foisonnement d'expérimentations chez ces dernières. Pour autant, nous n'en sommes qu'à la genèse de la prise en compte par les enseignes du développement durable, même si certaines enseignes pionnières sont en avance sur leurs confrères. Il convient néanmoins d'être vigilant pour bien distinguer la véritable démarche citoyenne du simple respect de la réglementation.

En tout état de cause grâce aux retours d'expériences des pionnières, on a pu distinguer quelques bonnes pratiques. Il s'agit d'abord d'analyser et de quantifier les expériences avant d'organiser la phase du déploiement. Il s'agit ensuite de mesurer les résultats obtenus. En effet *« Si les magasins ont piloté leurs premières actions à vue, ils commencent désormais à disposer de tableaux de bord de plus en plus précis pour mesurer leurs performances. Avec des résultats encourageants, convertibles en dizaines de milliers d'euros. »*²⁸ Il s'agit enfin d'impliquer les salariés dans la démarche développement durable de l'entreprise : *« Informer pour impliquer et mobiliser : les distributeurs se montrent pratiquement unanimes pour reconnaître les bienfaits de cette trilogie, mais aussi sa nécessité, tant il est vrai que la réussite d'une action dans le domaine du développement durable ne peut se concevoir sans son appropriation par les équipes. »*²⁹

En conclusion, on peut dire que la situation actuelle en matière d'intégration du développement durable dans les centres commerciaux n'est pas « brillante ».

En effet, nous n'en sommes qu'à la genèse, que ce soit d'une part pour la construction de bâtiments neufs ou la rénovation du parc existant ou d'autre part pour l'implication des enseignes dans une démarche développement durable. Les initiatives mises en œuvre aujourd'hui par les parties prenantes pionnières ont pourtant le mérite de mettre en lumière les défis à relever :

Pour les projets en développement, l'enjeu est à la fois d'apprendre à remettre en question les « habitudes » car les promoteurs ne peuvent plus désormais construire des bâtiments comme autrefois (architecture, matériaux...) et de s'engager sur des résultats quantifiés et qualifiés pour la gestion de l'exploitation future des centres. Pour le parc existant, le challenge réside sans conteste dans l'amélioration de sa gestion et sa rénovation. Cela consiste notamment à identifier les postes les plus énergivores avant de déployer un ensemble d'actions concertées et concrètes (rationalisation de la gestion au quotidien, investissement pour améliorer la performance énergétique...). Pour les enseignes, le défi à relever est de définir une politique de développement durable afin de réduire leur consommation énergétique et de CO₂ mais également de sensibiliser leurs clients au concept de développement durable.

Aujourd'hui, tous les acteurs de l'immobilier commercial s'accordent pour dire que l'impact environnemental d'un centre commercial va constituer un véritable facteur de différenciation et de valorisation de ce type d'actif. Dès lors, ils se sont demandés comment évaluer, noter et comparer la performance environnementale des bâtiments nouveaux et des bâtiments existants ? Pour ce faire, ils ont notamment contribué à la création du nouveau référentiel commerce de la démarche HQE®.

²⁸ « Dossier spécial Développement durable », F.L avec Patrice Jayat, LSA, 23 Octobre 2008.

²⁹ « Dossier spécial Développement durable », F.L avec Patrice Jayat, LSA, 23 Octobre 2008.

DEUXIEME PARTIE :

LA DEMARCHE HQE®, UNE ETAPE VERS L'INTEGRATION DU DEVELOPPEMENT DURABLE DANS LES CENTRES COMMERCIAUX

Nous allons d'abord brièvement introduire la démarche HQE® et expliquer quels sont ses rapports avec la certification européenne BREEAM (**SECTION 1**). Puis, nous présenterons la démarche HQE® appliquée aux centres commerciaux afin de déterminer quelle est la réalité en la matière (**SECTION 2**). En effet, on est en droit de s'interroger sur son opportunité.

SECTION 1: QU'EST-CE QUE LA DEMARCHE HAUTE QUALITE ENVIRONNEMENTALE ET COMMENT SE POSITIONNE-T-ELLE EN TANT QUE CERTIFICATION ?

1- PRESENTATION GENERALE DE LA DEMARCHE HQE®

1.1- Définition de la Démarche HQE®

La Démarche HQE®, portée par l'Association HQE depuis une dizaine d'années, est une démarche volontaire initiée par le maître d'ouvrage d'un bâtiment pour aller au-delà de la réglementation. Elle propose une liste de 14 cibles définissant la Qualité Environnementale du Bâtiment (QEB).

Les acteurs de la construction ont souhaité la mise en place d'indicateurs de valeur de chacune des 14 cibles dans le but de quantifier et de qualifier les performances des bâtiments sur la base de règles du jeu communes : c'est ainsi qu'est née la certification NF Bâtiments Tertiaires-Démarche HQE®.

Cette dernière, délivrée par Certivéa, concerne tout maître d'ouvrage de bâtiment tertiaire, public ou privé, qui réalise une opération de construction neuve ou de rénovation lourde, dès lors qu'elles répondent aux exigences du référentiel. Elle porte sur le **Système de Management de l'Opération (SMO)**, c'est-à-dire tout ce qui permet de fixer les cibles environnementales pertinentes et d'organiser les différentes étapes de l'opération pour les atteindre, de l'élaboration du programme à la livraison et la **QEB** qui est définie selon les 14 cibles de l'Association HQE exposées ci-dessous.

Vous trouverez en **ANNEXE 1** un bref mode d'emploi de cette certification.

LA QEB EN 14 CIBLES	
MAITRISER LES IMPACTS SUR L'ENVIRONNEMENT EXTERIEUR	CRÉER UN ESPACE INTERIEUR SAIN ET CONFORTABLE
ECO-CONSTRUCTION	CONFORT
1. Relation du bâtiment avec son environnement immédiat.	8. Confort hygrothermique.
2. Choix intégré des produits, systèmes et procédés de construction.	9. Confort acoustique.
3. Chantier à faible impact environnemental.	10. Confort visuel.
	11. Confort olfactif.
ECO-GESTION	SANTE
4. Gestion de l'énergie.	12. Qualité sanitaire des espaces.
5. Gestion de l'eau.	13. Qualité sanitaire de l'air.
6. Gestion des déchets d'activités.	14. Qualité sanitaire de l'eau.
7. Maintenance-pérennité.	
4. Gestion de l'énergie.	

La certification NF Bâtiments Tertiaires- Démarche HQE® s'appuie sur un référentiel, encadré par le pouvoir législatif et réglementaire, qui est mentionné au Journal Officiel : les dispositions de la Loi n° 94-442 du 3 Juin 1994, les dispositions du Code de la consommation relatives à la certification des produits industriels et des services, et enfin les dispositions du Décret n° 95-354 du 30 mars 1995, concernant la certification des produits industriels et des services, qui fixe la méthode d'élaboration des référentiels.

1.1.1- Le profil QEB

Le référentiel technique détaille, pour chacune des cibles définissant la QEB, les niveaux de performance en les classant en trois niveaux.

Le niveau **Base** (pratique courante par rapport à la réglementation) : 7 cibles, le niveau **Performant** (bonne pratique) : 4 cibles au moins et enfin le niveau **Très Performant** (meilleure pratique) : 3 cibles au moins.

1.1.2- Les labels de performance énergétique

« La performance énergétique des bâtiments est un élément majeur pour le maître d'ouvrage. Afin de mesurer cette performance, 5 niveaux de labels ont été définis par l'Etat (arrêté du 8 mai 2007).³⁰ A ce jour, très peu d'immeubles peuvent se prévaloir de l'obtention de ces labels.

³⁰ La démarche HQE- Valoriser les performances environnementales de vos bâtiments par la certification, Certivéa.

La RT 2005 a renforcé les restrictions en matière de consommation d'énergie des constructions neuves qu'elle limite à 120 KWh/m²/an.	Le BHPE (Bâtiment à Haute Performance Energétique) : 96 KWh/ m²/ an : <i>HPE (Haute Performance Energétique): Cep réf -10%/RT 2005</i> <i>THPE (Très Haute Performance Energétique) : Cep réf -20%/RT 2005</i> <i>HPE EnR (HPE Energies Renouvelables) : Cep réf -10%/RT 2005</i> <i>THPE EnR (THPE Energies Renouvelables) : Cep réf -30%/RT 2005</i> Le BTHPE (Bâtiment à Très Haute Performance Energétique) : 80 KWh/ m²/ an. Le BBC (Bâtiment Basse Consommation) : 50 KWh /m²/ an. Le BEPAS (Bâtiment à Energie passive) : moins de 15 KWh/ m²/ an. Le BEPOS (Bâtiment à énergie positive) : capable de produire de l'énergie et éventuellement d'en revendre au fournisseur.
--	---

1.2- Les principaux avantages « supposés » de la certification HQE

Quelles sont les considérations qui poussent un maître d'ouvrage à rechercher l'obtention de la certification NF Bâtiments Tertiaires – Démarche HQE® ?:

- **Prouver la performance environnementale d'un bâtiment** : La certification est un outil de valorisation des performances environnementales des bâtiments car elle permet de prouver, par des audits indépendants, les performances environnementales, dont celles énergétiques, d'une opération de construction ou de réhabilitation lourde.
- **Un outil accompagnant la démarche environnementale des maîtres d'ouvrage** : Grâce à la certification, le maître d'ouvrage a la possibilité de vérifier de façon objective que les performances qu'il s'est fixé en termes de qualité environnementale du bâtiment ont bien été respectées.
- **Un outil de communication** : A partir du moment où il bénéficie du droit d'usage de la marque, le maître d'ouvrage a la possibilité de le mentionner dans sa communication. Par conséquent, cela lui permet de faire état de ses démarches réelles en matière de développement durable et de communiquer sur la marque NF Bâtiments Tertiaires – Démarche HQE®. Au regard du surcoût engendré par la certification HQE d'un bâtiment, le maître d'ouvrage, puis les propriétaires successifs de l'immeuble, ont tout intérêt à user de cet argument marketing pour se différencier des autres bâtiments disponibles sur les marchés de la vente et de la location.
- **Un outil d'accès privilégié au foncier et aux financements** : En effet d'une part, la certification NF Bâtiments Tertiaires – Démarche HQE® peut être une condition d'accès au foncier. Par exemple, onze accords de partenariats ont été conclus, ou sont en cours de conclusion, avec des collectivités ou aménageurs (SEM) tels la SEMAPA, SEINE ARCHE, SEMAVIP, Rouen Seine Aménagement, SEM VAL DE SEINE. Ces accords renforcent notamment les conditions d'accès au foncier par le respect d'exigences locales et de certification vérifiées par Certivéa. Les droits à bâtir sont alors en général subordonnés à

l'obtention de la certification. D'autre part, des partenaires financiers offrent des conditions privilégiées pour les opérations de construction neuve engagées dans une démarche de certification HQE. Ainsi, DEXIA, Crédit Local de France, la Caisse des Dépôts et Consignations, SOGEBAIL (Société Générale) et GENERALI offrent des conditions de financements ou d'assurances spécifiques pour les opérations certifiées HQE.

- **Un outil de comparaison des performances environnementales des bâtiments :** La certification est un outil permettant aux acteurs de partager un langage commun et de se comparer dans la mesure où toutes les opérations certifiées NF Bâtiments Tertiaires – Démarche HQE® se basent sur le même référentiel.

1.3- La principale révolution attendue : un référentiel « exploitation »

*« La certification NF Bâtiments Tertiaires – Démarche HQE ® “Exploitation” permettra de distinguer les bâtiments en exploitation dont la qualité intrinsèque du bâti, les modalités de suivi et de maintenance et la qualité environnementale des pratiques permettent de bonnes performances environnementales en phase d'exploitation. Elle couvrira tous les secteurs tertiaires. Cette nouvelle certification, attendue en principe pour le premier Trimestre 2009 portera sur : **le Système de Management de l'Exploitation (SME)**, c'est-à-dire ce qui permet de fixer les cibles environnementales pertinentes et d'organiser l'exploitation de façon à suivre et améliorer dans le temps les performances du bâtiment en exploitation, **la Qualité Environnementale du Bâtiment en Exploitation (QEBE)**, qui est définie selon les 14 cibles de la HQE et scindée en deux parties : la qualité intrinsèque du bâtiment et le suivi et la maintenance et enfin **la Qualité Environnementale des Pratiques (QEP)** qui regroupe toutes les exigences et bonnes pratiques non liées au bâti, qui permettent d'améliorer la performance environnementale en exploitation du bâtiment ».*³¹

2- CERTIFICATION HQE VERSUS CERTIFICATION BREEAM

Le BRE (Building Research Establishment), créé en 1990, est l'organisme britannique responsable de la délivrance de la certification BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method) qui est un protocole d'évaluation environnementale pour les immeubles collectifs. La certification BREEAM est applicable à différents types d'immeubles comme l'atteste l'existence de différentes mentions en son sein: **BREEAM Offices, BREEAM Ecohomes, BREEAM Retail, BREEAM Industrial, BREEAM Schools, BREEAM Multi-residential, BREEAM Bespoke...**

Vous trouverez en **ANNEXE 2** un bref mode d'emploi de cette certification.

³¹ La démarche HQE- Valoriser les performances environnementales de vos bâtiments par la certification, Certivéa.

2.1- Les cibles BREEAM

LE LABEL BREEAM		
CIBLES	POINTS	EXEMPLES
1. Energie	22	- Emission de CO₂, - Performance de l'enveloppement du bâtiment, - Electroménager portant un écolabel, - Eclairage intérieur et extérieur...
2. Transport	8	- Proximité et accessibilité des transports en commun, - Emissions de CO₂ liées au transport en général, - Aménagements favorisant l'usage du vélo, - Plan de déplacement doux...
3. Pollution	10	- Emission de NOx, - Source d'énergie renouvelable ou à émission nulle, - Risques d'inondations...
4. Matériaux	14	- Matériaux recyclables, - Impact environnemental des matériaux...
5. Eau	10	- Utilisation interne et externe des eaux potables...
6. Utilisation de l'espace et écologie	12	- Valeur écologique du site, - Valorisation écologique, - Protection des caractéristiques écologiques, - Modification de la valeur écologique du site, - Emplacement du bâtiment...
7. Santé et bien-être	14	- Eclairage naturel, - Isolation acoustique...
8. Management de l'immeuble	10	- Guide de l'utilisateur, - Impact de la construction sur le site, - Sécurité...

2.2- Comparaison entre les certifications HQE et BREEAM

 	 
Les immeubles neufs, les immeubles bâtis et les rénovations rentrent dans le champ d'application de BREEAM.	Les opérations de construction ou de rénovations lourdes rentrent dans le champ d'application de la HQE si elles répondent aux exigences du référentiel.
BREEAM propose 8 catégories d'évaluation, note chacune d'elles et fait une moyenne.	En France pour obtenir la certification HQE, au moins 3 des 14 cibles doivent être Très Performantes.
L'objectif principal de BREEAM est d'améliorer la performance de la majorité des bâtiments et non pas d'obtenir seulement un petit nombre de bâtiments très performants d'où l'existence des différentes mentions : Passable, Bon, Très Bon ou Excellent.	L'objectif principal de la HQE est de distinguer les bâtiments dont les performances environnementales correspondent aux meilleures pratiques actuelles.
Dans la certification BREEAM, les audits ont lieu au stade du programme, à la conception, à la réalisation	Dans la certification HQE, les audits sont réalisés à trois phases de l'opération : programme, conception et

et en fonctionnement selon le type de bâtiment. Néanmoins, il s'agit avant tout d'une évaluation du bâtiment au stade de la conception.	réalisation. Il n'est pas du tout tenu compte à ce jour de la phase d'exploitation du bâtiment.
CIBLES	
Management	Gestion des déchets, exigence d'un Système de Management Environnemental (SME), chantier propre.
Santé et bien-être	Confort hygrothermique, confort acoustique, confort visuel, confort olfactif. Qualité sanitaire, qualité de l'air, qualité de l'eau.
Energie	Gestion de l'énergie
Transport	Relation avec l'environnement
Eau	Gestion de l'eau
Matériaux	Choix des procédés et produits, gestion des déchets d'activité, gestion de l'entretien et de la maintenance.
Usage des sols et écologie	Relation harmonieuse des bâtiments avec leur environnement immédiat, chantier à faibles nuisances.
Pollution	Chantier à faibles nuisances Gestion de l'entretien et de la maintenance
CONCLUSION	
Le degré d'exigence pour la certification de base a tendance à se rapprocher des plus hauts niveaux de performance.	La HQE accorde une place importante à la question du bien-être de l'utilisateur, peut-être au détriment d'autres aspects qu'elle ne prend pas suffisamment en compte tels les transports et les émissions de CO ₂ .
Environ 65 000 immeubles sont aujourd'hui certifiés BREEAM.	Environ 200 opérations étaient certifiées HQE fin Septembre 2008 et 600 opérations étaient en cours de certification.

2.3- Vers un rapprochement de ces deux certifications : quelle issue ?

A ce jour, il n'existe pas un label d'éco-construction unique et commun à tous les pays. En effet on constate que presque tous les pays développent leur propre méthode d'évaluation et dispositif de certification. Or, en l'absence de principes de bases et d'indicateurs communs, ces systèmes de certification peuvent engendrer une confusion tant pour les acteurs de la construction que pour les investisseurs ou les locataires-occupants. Néanmoins même si chaque pays préfère développer son propre label, ils partagent tous des préoccupations communes, articulées en 3 axes de développement qui sont récurrents dans chaque système de certification. Ainsi selon Patrick Nossent, « *pour tous ces labels, la prise en compte du matériau a été étendue à celle du bâtiment, au quartier, voire à la ville, les préoccupations purement énergétiques ont été remplacées par l'environnement et le développement durable. Le processus initialement limité aux constructions neuves peut désormais s'appliquer à la rénovation* ». ³²

Afin de rapprocher les labels, les organismes de certification ont lancé différentes démarches. Par exemple le 28 avril 2008, le CSTB et le BRE ont annoncé leur volonté de créer, avec d'autres partenaires européens et mondiaux, le réseau SB Alliance - **Sustainable Building Alliance**. Cette « alliance », ayant reçu l'adhésion de 25 pays, doit permettre de créer « *une plateforme internationale pour partager un langage commun et des savoir-faire différents, pour encourager la transparence et le développement de méthodes, d'outils et de stratégies validés par*

³² « Les labels d'éco-construction se développent », propos d'Alain Maugard, président du CSTB, CSTB, 2008.

tous, ouvrant la voie à la certification croisée ». « Le but n'est pas de créer un système mondial unique, mais de faire évoluer la certification HQE vers une approche plus large des bâtiments et villes durables au niveau européen et international. Car c'est ce qu'exige le marché et ce qu'attendent les promoteurs immobiliers, les concepteurs et les architectes. » ³³

Ce « rapprochement » soulève différentes questions : quel sera son impact sur la HQE ?, en quoi la HQE peut-elle influencer le réseau SB Alliance ? Quelle place restera-t-il alors en Europe pour la HQE ?, n'est-ce pas le début de la mort de la certification HQE au profit d'un système de certification européen uniforme ? Ce rapprochement est-il seulement un enjeu économique, politique et d'image ou plutôt sera-t-il un véritable facteur de progrès vers une meilleure prise en compte du développement durable dans le secteur du bâtiment ? Nous disposons aujourd'hui d'un début de réponse. En effet, un accord entre Certivéa et le BRE-Global, conclu le 15 Juin dernier, prévoit l'alignement des référentiels de certification NF Bâtiments Tertiaires - Démarche HQE® et BREEAM. Un produit et une marque unique seront définis à terme pour qu'enfin le secteur de l'immobilier tertiaire, et a fortiori de l'immobilier commercial, bénéficie d'une certification garantissant l'efficacité énergétique des bâtiments. La question n'est pas pour autant tranchée et il faudra donc suivre l'actualité dans les mois et années à venir.

Après avoir présenté très brièvement la démarche HQE® en général, car ce n'est pas l'objet de ce mémoire, nous allons maintenant nous intéresser à la démarche HQE® appliquée aux centres commerciaux. La certification HQE-Commerce a principalement été élaborée pour favoriser l'émergence d'une architecture durable dans les centres commerciaux et aider les maîtres d'ouvrage dans leur démarche de mise en pratique du développement durable. La question qui se pose est : l'objectif est-il vraiment atteint à ce jour et qu'attendre véritablement de cette certification ?

SECTION 2: LA DEMARCHE HAUTE QUALITE ENVIRONNEMENTALE APPLIQUEE AUX CENTRES COMMERCIAUX : QUELLE REALITE ?

1- LE REFERENTIEL COMMERCE

1.1- Historique : pourquoi la naissance d'un référentiel commerce ?

A ses débuts, la certification NF Bâtiments Tertiaires – Démarche HQE® ne concernait que les immeubles de bureaux et les bâtiments d'enseignement. Or, des maîtres d'ouvrage de l'industrie des centres commerciaux ont sollicité Certivea afin de faire partie des « Opérations Pilotes-Démarche HQE® et Bâtiments Tertiaires ». L'organisme certificateur a réuni en son sein un groupement d'intérêt économique défini par les acteurs du secteur et composé d'une trentaine de professionnels parmi lesquels des promoteurs, des investisseurs, des architectes et des bureaux d'étude.

³³ « Environnement : l'alliance cordiale entre la HQE et BREEAM », Lettre n°214, Business Immo, 30 Avril 2008.

Liste non limitative des opérations pilotes du secteur COMMERCE			
SECTEUR	MAITRE D'OUVRAGE	OPERATIONS	DEP
Commerce	ADP	Aéroport Roissy CDG - Projet de Terminal 2G	95
Commerce	ADP	Satellite S4	95
Commerce	ICADE/EMGP	Quartier commercial - Aubervilliers	93
Commerce	MONOPRIX	Magasin Monoprix d'Angers	49
Commerce	Altaréa	Centre Commercial Kremlin Bicêtre	94
Commerce	Altaréa (SNC Alta Thionville)	Centre Commercial Cour des Capucins	57
Commerce	Altaréa (SNC Alta Troyes)	Galerie Commerciale du Passage Saint Nicolas	10
Commerce	SCI IMMO REIMS (MOUGIN)	Cité de l'Habitat	51
Commerce	HAMMERSON	Centre commercial Italie 2	75
Commerce	HAMMERSON	Centre commercial Les 3 Fontaines	95
Commerce	UNIBAIL-RODAMCO	Aéroville	93/95
Commerce	SIPAC (CCI Paris)	Parc des expositions de Villepinte	93
Commerce	SYSTEME U (SCI Synva)	Hyper U Sud Dracénie	83

Une phase d'expérimentation fut nécessaire pour identifier les adaptations à apporter au référentiel afin de le rendre applicable au commerce et d'adapter les niveaux d'exigence des cibles. Ainsi, l'élaboration d'un référentiel adapté au commerce était en préparation depuis 2006 avec pour objectif la rédaction de projets de référentiel pour le début 2008. Une première version pour commentaires a été mise en application le 18 Septembre 2008 mais ce n'est qu'en Décembre 2008 que le nouveau référentiel commerce est entrée en application.

1.2- En quoi consiste la certification HQE appliquée au commerce ?

Ce nouveau référentiel commerce s'adresse à tous les opérateurs du secteur de l'immobilier de commerce et concerne centres et quartiers commerciaux, bâtiments commerciaux en zone d'activité et commerces en pied d'immeuble, dans le cadre d'une certification globale de l'immeuble. Il est constitué en 14 cibles mais à la différence du référentiel bureau, il est davantage centré sur les cibles de confort. Ainsi, les spécificités de la norme HQE commerce mises en valeur sont : l'environnement immédiat, c'est-à-dire l'importance de la pollution visuelle, une réflexion autour de l'approvisionnement et des livraisons et du choix des matériaux, la limitation de la consommation d'énergie pour l'éclairage et la climatisation des boutiques, la limitation des puissances pour l'éclairage du mail commercial, la distinction entre sanitaires communs et individuels pour le calcul des économies d'eau, la gestion des déchets et enfin le confort acoustique, hygrométrique et visuel.

2- EXEMPLE D'UN « CENTRE COMMERCIAL HQE »

L'Hyper U Sud Dracénie est l'un premiers petits centres commerciaux construit selon le référentiel de Haute Qualité Environnementale. Repéré par Certivea, il a été choisi comme « Opération Pilote-Démarche HQE® et Bâtiments Tertiaires ». Les premières études de faisabilité ont été réalisées en 2006 et en Juillet 2008, Certivea a réalisé les premiers audits de la phase programme et conception. Le dernier audit aura lieu dans le courant du premier trimestre 2009 afin de vérifier que la réalisation est bien conforme au projet initial. Inauguré le 28 Octobre 2008, le « centre commercial » de 22 271 m² (dont un Hyper U de 4 370 m²) est implanté à proximité

direct de l'intersection des principaux axes routiers de la Plaine des Maurs (RN7 et D555) et est raccordé à la zone urbaine des Arcs-sur-Argens grâce à des voies piétonnes et cyclables.

2.1- Le centre commercial et les 14 cibles HQE

CIBLES RELATIVES A L'ECO-CONSTRUCTION	
1. Relation du bâtiment avec son environnement immédiat.	Espaces verts diversifiés (1/3 du terrain), Combinaison des différents modes de transport facilitée et sécurisée, Anticipation des extensions possibles du bâtiment...
2. Choix intégré des produits, systèmes et procédés de construction.	Isolation du bâtiment renforcée par un bardage double peau, Etanchéité de la couverture (revêtement acier et isolant en laine minérale)...
3. Chantier à faible impact environnemental.	Organisation de la collecte, de la gestion et de la traçabilité des déchets de chantier, Réutilisation de 89 % des terres de déblai in situ...
CIBLES RELATIVES A L'ECO-GESTION	
4. Gestion de l'énergie.	Sur-isolation du bâtiment, Contrôle de l'éclairage, emploi d'éclairage à basse consommation, Installation de pompes à chaleur performantes, Régulation de la ventilation, du chauffage et de la climatisation, Récupération de la chaleur mécanique pour l'eau chaude sanitaire...
5. Gestion de l'eau.	Récupération et réutilisation des eaux de pluie, Equipements sanitaires économes, Equipements énergétiques non consommateurs...
6. Gestion des déchets d'activités.	Local de stockage à température contrôlée des déchets organiques, Compactage, collecte et valorisation des déchets d'emballage, Tri des déchets...
7. Maintenance-pérennité.	Suivi du fonctionnement des équipements techniques, Compétences de l'équipe d'exploitation pour l'entretien et la maintenance...
CIBLES RELATIVES AU CONFORT	
8. Confort hygrothermique.	Régulation hygrothermique des allées piétonnes extérieures, Gestion technique du chauffage, de la ventilation et de la climatisation...
9. Confort acoustique.	Calcul du positionnement et de la disposition des zones techniques...
10. Confort visuel.	Eclairage naturel des lieux de pause des clients, Eclairage naturel des bureaux, Vues sur extérieur, Régulation par cellules photoélectriques...
11. Confort olfactif.	Extraction d'air, Ventilation, Renouvellement de l'air...
CIBLES RELATIVES A LA SANTE	
12. Qualité sanitaire des espaces.	Usage de peintures « NF Environnement », Etude des revêtements, des évacuations, de l'extraction d'air et des points d'eau des locaux sensibles...

13. Qualité sanitaire de l'air.	Filtration, renouvellement de l'air, Sondes CO ₂ ...
14. Qualité sanitaire de l'eau.	Traitement des eaux de ruissellement avant le rejet en milieu naturel, Pré-traitement des rejets d'eau des laboratoires de l'Hyper U...

2.2- L'exemple des équipements mis en place en faveur de la gestion de l'énergie

L'énergie constitue l'un des éléments essentiels d'une construction certifiée HQE c'est pourquoi dans le but de gérer l'énergie de manière optimale, le gérant de Sud Dracénie, Monsieur Stéphane Benhamou, a conclu un accord avec EDF-Energies Nouvelles. La concrétisation de cet accord est l'installation de 940 m² de cellules photovoltaïques sur la toiture des auvents des sas d'entrée du centre commercial. Ces cellules photovoltaïques, louées à EDF, généreront chaque année 33,5 MWh (pour une puissance de 27,2 KWh). La production électrique permettra ainsi d'économiser environ 4 tonnes de CO₂ par an. Parallèlement, le gérant a investi dans deux centrales de gestion : une Gestion Technique Centralisée (GTC) dédiée au froid et une Gestion Technique de Bâtiment (GTB) pour contrôler le reste de la consommation d'énergie, c'est-à-dire le chauffage, l'éclairage, les équipements et la ventilation. *« De plus, le maître d'ouvrage a fait établir un cahier des charges à l'attention des futures enseignes de la zone commerciale. Il y a consigné un ensemble de prescriptions relatives à la consommation énergétique des différents espaces de la galerie. Ainsi, bien au-delà de la construction du bâtiment, la démarche HQE interviendra, en aval, sur son exploitation. »*³⁴

2.3- Les surcoûts et retours sur investissement attendus

L'Hyper U représente un investissement total de 17,2 millions d'euros HT pour une surface de vente de 10 000 m², dont 4 370 pour le magasin lui-même. Ces différents aménagements en faveur du respect de l'intégration du développement durable ont un surcoût global évalué à 9%. Selon Stéphane Banhamou, il lui faudra environ 7 ans d'exploitation pour réaliser le retour sur les investissements qu'il a consentis : *« Les installations destinées à économiser l'énergie ont généré un surcoût d'environ 5,5 %, estime-t-il, mais je suis très satisfait de mon partenariat avec les techniciens d'EDF, qui m'ont accompagné tout au long du projet, jusqu'à mettre gracieusement du matériel à ma disposition, qui leur permettra et me permettra aussi de suivre la courbe de ces économies. »* Néanmoins, le centre commercial a de beaux jours devant lui et n'a rien à envier à ses collègues « classiques » puisqu'en 2009, le chiffre d'affaires du magasin devrait évoluer autour de 52 à 55 millions d'euros.

2.4- Bilan de cette expérience

Comme nous le confirme cet exemple, la Démarche HQE® appliquée au commerce est avant tout une évaluation du bâtiment au stade de la conception. Par conséquent, elle ne garantit pas que les performances environnementales d'un bâtiment commercial lors de son exploitation correspondent aux meilleures pratiques. Il faudra donc attendre que les centres commerciaux

³⁴ « Economie d'énergie et confort dans la galerie marchande », Site internet du centre commercial Hyper U Sud Dracénie, Juillet 2008.

certifiés HQE-Commerce complètent cette dernière par la toute nouvelle certification NF Bâtiments Tertiaires - Démarche HQE® "Exploitation" afin de prouver leur performance environnementale.

3- LES LIMITES DE LA HQE APPLIQUEE AUX CENTRES COMMERCIAUX

Chez les professionnels, il n'existe pas un consensus autour de l'intérêt de la HQE appliquée au commerce pour l'intégration du développement durable dans les centres commerciaux.

- **D'une part, il y a les partisans de la démarche HQE® appliquée au secteur du commerce, qui sont en grand nombre, dans la mesure où cette nouvelle certification est née de la collaboration entre Certivéa et les acteurs de l'immobilier de commerce.**

Selon ses partisans, tel Icade, la HQE-Commerce est nécessaire aux maîtres d'ouvrages français pour rattraper leur retard en matière de développement durable. En effet, ils admettent volontiers que contrairement à d'autres pays, le volontarisme n'est pas la règle en France et par conséquent ils ont besoin d'être encadrés et pensent que la démarche HQE® est un moyen de responsabiliser leur activité.

Par ailleurs, ils pensent qu'à court terme, la HQE va devenir la norme de construction pour les centres commerciaux. La démarche HQE® en général a été élaborée avec une longueur d'avance sur la RT 2005 et sera donc une anticipation de la prochaine RT 2012: c'est une démarche précurseur ayant pour avantage de préparer les maîtres d'ouvrage aux prochaines réglementations drastiques en matière d'économie d'énergie. Par conséquent ils ne souhaitent pas être les derniers : en effet pour eux, rater le coche du HQE pourrait dévaloriser leurs actifs par rapport à ceux des concurrents qui auront été plus vertueux et auront anticipé ces changements.

De plus pour ses partisans, la démarche HQE® est du sur-mesure car chaque maître d'ouvrage a la possibilité de « faire son marché » dans le référentiel commerce et de choisir les cibles qu'il mettra en « Très Performant », « Performant » et en « Base ».

Aussi, l'avantage de la HQE est qu'elle est basée sur un raisonnement en coût global, qui prend en compte les coûts différés, ce qui permet de se pencher sur les conditions économiques du fonctionnement de l'immeuble, avant même sa conception définitive.

Ensuite, cette certification prend véritablement en compte l'aspect environnemental d'un bâtiment en mettant l'accent sur la qualité de la construction, la provenance des matériaux, le procédé de fabrication et le confort des chaland. Même si pour l'instant elle ne vise que la structure d'un ensemble, elle pourra par la suite être complétée par la certification « exploitation » qui notera l'utilisation même du bâtiment par ses usagers et exploitants.

Pour conclure, les partisans de la HQE-Commerce arguent que la prise en compte d'une démarche environnementale, via la certification HQE, est source de création de valeur et estiment que la non prise en compte d'une démarche environnementale dans les projets en développement et dans les restructurations des actifs existants constitue un potentiel risque financier et commercial qu'il ne faut pas négliger.

- **D'autre part, il y a les détracteurs de la HQE appliquée aux centres commerciaux. En effet, ces derniers estiment que la démarche HQE® doit être distinguée de la vraie démarche de développement durable.**

Dans un premier temps, selon ces derniers, le principal problème de la démarche HQE® en général, c'est que ce n'est que de l'image car ses exigences sont déjà dépassées : en 2020, les bâtiments devront être quasiment passifs et la HQE est très en retard. En effet, il y a souvent une confusion entre ce qui relève de la réglementation pure et simple et ce que demande la démarche HQE®. Or, il y a d'un côté la réglementation sur les émissions de CO₂ (directives européennes et législations nationales), donc sur les consommations d'énergie, avec ses niveaux d'exigences par paliers (RT 2000 et suivantes) et d'un autre côté il y a la démarche HQE® qui est une démarche volontaire dont certains pensent que le niveau de performance exigé n'est pas assez ambitieux aux vues de l'urgence de la situation car elle ne dépasse pas vraiment les exigences déjà imposées par les différentes RT. Par exemple en termes de performance énergétique, elle peut même s'avérer inférieure à elle si le volet énergétique n'a pas été retenu en « Très Performant ».

Dans un second temps, la démarche HQE® et la démarche de développement durable ne répondent pas à la même méthode de travail.

En effet, la HQE obéit à une méthode de compensation. Les maîtres d'ouvrage ont la possibilité de compenser entre les différents postes de déperdition d'énergie en agissant soit sur l'isolation, la performance de la VMC ou encore sur la performance de l'équipement de chauffage, le principe étant que si un secteur est défavorisé, le maître d'ouvrage doit être exemplaire sur un autre secteur. De plus, une liberté de choix des cibles est ainsi laissée aux maîtres d'ouvrage qui ont la possibilité de retenir des cibles de moindre importance en « Très Performant » ou « Performant » au détriment des cibles les plus impactantes sur l'environnement qui sont alors reléguées dans la catégorie « Base ». Par exemple dans les centres commerciaux dits « classiques », il y a des spots dans les magasins. Or, ce type d'éclairage chauffe beaucoup d'où la nécessité de climatiser à outrance. Un maître d'ouvrage qui souhaite se faire certifier HQE n'est pas contraint de se passer de climatisation. Puisqu'un bâtiment climatisé ne peut pas consommer plus qu'un bâtiment identique non climatisé et que la climatisation est intégrée dans les méthodes de calcul de la consommation conventionnelle d'énergie, ce dernier devra être doté d'équipements et de matériaux permettant de diminuer les consommations de chauffage et d'éclairage à hauteur des consommations de climatisation. En raison de cette logique, les maîtres d'ouvrage recherchent des systèmes de plus en plus performants et donc de plus en plus coûteux afin de continuer à construire des centres commerciaux sur le même modèle architectural qu'auparavant et avec le même niveau de confort, ce qui engendre des surcoûts importants à la construction. Or, le concept moderne de « mall », importé des Etats-Unis en France dans les années 1960 est devenu un standard du centre commercial. Et c'est justement là qu'est tout le problème car pour faire de véritables centres commerciaux « durables », il est nécessaire que les maîtres d'ouvrage aillent au-delà de la simple démarche d'image en changeant leurs habitudes et en repensant l'architecture des centres commerciaux.

- **Pour notre part, nous pensons qu'il est nécessaire de tempérer les choses.**

En effet, la démarche HQE® est une avancée positive dans la prise de conscience des maîtres d'ouvrage de la nécessité d'intégrer les questions environnementales dans la construction et la réhabilitation des centres commerciaux. Elle offre un remarquable outil de facilitation à

usage des concepteurs, maîtres d'ouvrage et exploitants, qui synthétise bien les préoccupations de chacun en matière d'environnement et qui va au delà de la seule question énergétique, mais qui ne reste qu'une méthode, dont l'impact sur les préoccupations économiques et financières des acteurs demeure encore difficile à mesurer.

Les maîtres d'ouvrage qui, aujourd'hui, se sont engagés dans la certification de leurs bâtiments sont plus exemplaires et responsables que la majorité de leurs homologues qui continuent de construire des centres commerciaux comme par le passé sans se soucier des questions environnementales alors que l'on sait que ce sont des « passoires thermiques » aux vues des défis que doit relever l'immobilier en général. La démarche HQE® appliquée au commerce apparaît ainsi comme un « signal psychologique fort » adressé à l'ensemble des acteurs de l'immobilier de commerce qui instaure la performance environnementale comme un critère de valeur important des actifs. En effet, le référentiel constitue un outil facilitant le débat entre maîtres d'ouvrage et enseignes sur l'exploitation future des sites commerciaux. Comme le souligne très justement Monsieur Patrick Nossent, président de Certivea « *Aujourd'hui, nous disposons d'un premier outil qui a, comme les autres référentiels, vocation à évoluer grâce à l'expérience des pionniers* »³⁵. La certification HQE est donc nécessairement amenée à évoluer pour aboutir à la réalisation d'immeubles encore plus vertueux en termes de développement durable. Par conséquent, il faudra suivre l'évolution de la certification HQE-Commerce afin de voir si cet outil va se transformer d'une démarche de recherche de bénéfices en termes d'image à une vraie démarche d'éco-conception.

4- LA HQE APPLIQUEE AUX CENTRES COMMERCIAUX A-T-ELLE DE L'AVENIR ?

Le référentiel BREEAM a été recommandé par l'Institut Mondial des Centres Commerciaux, « The International Council of Shopping Centers » (ICSC), comme standard européen de certification environnementale pour l'industrie des centres commerciaux. En effet aujourd'hui, il est le référentiel environnemental pour les constructions et rénovations de biens immobiliers le plus utilisé en Europe. Par conséquent, il a organisé un groupe de travail, le « **ICSC Breeam working group** » dans le but « *d'adapter et de transposer le référentiel Breeam au niveau pan Européen en lien avec le BRE.* »³⁶

La question qui se pose alors est de savoir si la HQE appliquée au secteur du commerce à un avenir ou non.

D'une part, il ne faut pas oublier que le référentiel commerce a été créé à la demande et grâce à la participation active des membres de l'industrie des centres commerciaux et aux opérations pilotes. D'autre part à ce jour, compte tenu de la nouveauté du référentiel commerce, il est difficile de se prononcer catégoriquement sur le sort de la HQE-Commerce puisqu'elle n'a, à proprement parlé, jamais vraiment été appliquée.

³⁵ www.certivea.fr

³⁶ Travaux du CNCC, Compte-rendu de la réunion de la Commission « Développement Durable » du 12 Décembre 2008.

En tout état de cause, il semble que le choix de leur profil et de leur certification par les maîtres d'ouvrage va dépendre de leur stratégie globale (implantation géographique) et des opportunités. En effet d'un côté, les acteurs de l'immobilier commercial de dimension européenne (Unibail-Rodamco, Redevco...) sont, pour des raisons pragmatiques, plus enclin à travailler avec un référentiel unique européen et vont certainement retenir la norme BREEAM alors que ceux étant seulement ancrés en France vont plutôt choisir la norme HQE (Icade...). D'un autre côté, ils sont également contraints de s'adapter aux spécificités des pays, des projets et des opportunités qui peuvent exister. Prenons le cas d'Unibail-Rodamco : désormais, tous les projets du Groupe seront pensés et construits selon les exigences BREEAM et tous les principaux projets seront soumis à la certification BREEAM. A ce titre, 11 projets dans toute l'Europe sont déjà en cours d'évaluation ou de pré-évaluation. Néanmoins, tantôt le Groupe fait les démarches pour obtenir une double certification (BREEAM et HQE) pour les principaux projets de construction en France, car la HQE est l'outil d'accès privilégié au foncier et aux financements pour certains projets en développement, tantôt il choisit de certifier certains de ses sites commerciaux BREEAM et d'autres HQE. C'est ce qu'a fait Unibail-Rodamco en choisissant de faire du centre commercial Docks 76 de Rouen le 1^{er} centre commercial en Europe à obtenir la certification « BREEAM International Retail, avec de plus la mention « Good » pour ses performances environnementales, et de faire certifier le futur centre commercial Aéroville HQE.

En conclusion, il est difficile de se prononcer aujourd'hui catégoriquement pour dire si oui ou non la démarche HQE® appliquée au commerce permet l'émergence d'une architecture durable.

A mon sens, la réalité de la démarche HQE® appliquée au commerce est complexe.

Un centre commercial construit selon le référentiel HQE est indiscutablement une étape vers l'intégration du développement durable dans les centres commerciaux et le référentiel constitue un outil utile à l'usage des parties prenantes. Pour autant, la démarche développement durable sur un bâtiment ne peut et ne doit pas se limiter à cela car la certification en elle-même est insuffisante : ce n'est qu'une pièce du puzzle. Elle ne garantit pas l'efficacité énergétique d'un bâtiment car il peut exister un décalage entre le niveau de performance annoncé lors de la construction d'un bâtiment et le niveau de performance réel du bâtiment une fois qu'il est en exploitation. Or, *« prouver qu'un bâtiment certifié une fois exploité atteint bien le niveau de performance « simulé » est aujourd'hui très compliqué voir impossible, faute de métrologie »*.

Par conséquent, la certification HQE n'est pas une fin en soi : c'est une étape dans l'intégration du développement durable dans les centres commerciaux qui doit être nécessairement complétée par l'implication des parties prenantes dans l'organisation et la gestion de l'exploitation quotidienne des bâtiments.

Aujourd'hui, presque tout est donc à définir c'est pourquoi nous tenterons dans une troisième partie quelques propositions sur ce que seront demain, selon nous, les éléments clés pour permettre une réelle intégration du développement durable dans les centres commerciaux et les grands sujets et défis à venir en la matière.

TROISIEME PARTIE :

LES ELEMENTS CLES POUR PERMETTRE DEMAIN UNE REELLE INTEGRATION DU DEVELOPPEMENT DURABLE DANS LES CENTRES COMMERCIAUX

Grâce à l'état des lieux que nous avons dressé tout au long des développements précédents, nous pouvons exposer quelques propositions d'éléments clés pour permettre demain une réelle intégration du développement durable dans les centres commerciaux (**SECTION 1**) et donner notre opinion sur quelques évolutions marquantes à venir en la matière (**SECTION 2**).

SECTION 1: PROPOSITIONS D'ELEMENTS INDISPENSABLES A CETTE INTEGRATION

1- POUR LES PROJETS EN DEVELOPPEMENT : CONJUGUER ARCHITECTURE/CONSTRUCTION DURABLE ET EQUIPEMENTS PERFORMANTS

Le développement durable se traduit, dans les secteurs de l'aménagement et de la construction, par les thèmes suivants: l'aménagement durable des territoires, la prise en compte de la biodiversité, la maîtrise de l'énergie et la réduction des consommations d'énergie et des émissions de CO₂ tout en garantissant le confort des usagers et les conditions techniques et financières d'approvisionnement en énergie... Par conséquent à mon sens, une vraie démarche développement durable passe dans un premier temps par la limitation des besoins et l'utilisation limitée d'énergie primaire puis, seulement dans un second temps, par un choix d'équipements performants faisant appel aux technologies les plus avancées. Cela signifie que pour construire des centres commerciaux « durables », les acteurs de l'immobilier de commerce ne peuvent plus construire avec les mêmes stratégies et objectifs : ils doivent changer leurs habitudes pour faire du « sur mesure ». Ainsi dorénavant, pour chaque projet, les maîtres d'ouvrage devront retenir quels sont les enjeux environnementaux de leur opération et quelles sont les solutions techniques pour limiter la consommation d'énergie et valoriser les ressources naturelles.

Dans la pratique, cela peut se concrétiser par une conception bioclimatique élargie aux autres cibles de confort et de santé, des choix éclairés des systèmes constructifs, des équipements et matériaux, et enfin par une réflexion sur l'aménagement de la parcelle et des espaces extérieurs :

Exemple des meilleures pratiques pour construire « durable »

1- Diagnostic du site

Un maître d'ouvrage doit se poser la question « Où je suis ? », c'est-à-dire quels sont les atouts/les contraintes de la parcelle afin d'y positionner l'immeuble judicieusement.

Connaissance du climat.

Rapport au soleil et à la lumière: placer le bâtiment par rapport à la lumière pour protéger le bâtiment des surchauffes estivales mais également pour utiliser la lumière naturelle comme éclairage (puits de lumière), choisir l'isolation adaptée...

Rapport aux vents : placer les bâtiments par rapport aux vents dominants pour orienter le mail judicieusement pour notamment éviter l'effet d'engouffrement et se servir de la ventilation naturelle pour un rafraîchissement passif du centre commercial...

Connaissance du terrain: pour notamment utiliser le potentiel énergétique des sous-sols (géothermie)...

Optimisation des déplacements.

Favoriser les modes de déplacements propres et limiter les trajets de courtes distances sur la zone de chalandise et à l'intérieur du parc...

2- Détermination des besoins du maître d'ouvrage

3- La prise en compte du « culturel »

Dans une démarche « développement durable », le maître d'ouvrage doit prendre en compte le culturel qui est le fondement de « Comment je fais ? ».

4- Etudes de faisabilité

Etudes de faisabilité sur un plan masse puis sur un gabaris.

Etudes de faisabilité sur les matériaux.

Il s'agit de déterminer les choix constructifs garantissant la pérennité du projet : tout choix de matériau doit prendre en compte l'énergie grise³⁷, la consommation de CO₂, les labels de qualité... afin d'aboutir au meilleur compromis entre les qualités techniques, architecturales et environnementales.... Dans cette optique le bois peut apparaître comme une solution.

5- La maîtrise de l'énergie

Le maître d'ouvrage doit se fixer des objectifs par rapport à l'enjeu énergétique car rappelons que les bâtiments devront être BBC en 2012 et passifs en 2020.

³⁷ L'énergie grise correspond à la somme de toutes les énergies nécessaires à la production, à la fabrication, à l'utilisation et enfin au recyclage des matériaux ou des produits industriels.

En tout état de cause, « l'obtention de performances énergétiques élevées s'obtient par une implication architecturale pour la réduction des besoins énergétiques, s'appuyant sur une implantation du bâtiment, des choix constructifs adaptés, la valorisation des énergies renouvelables disponibles sur le site, en adéquation avec les futurs usages du projet, le traitement adapté des équipements techniques, dans une approche en coût global intégrant les coûts d'investissement et d'exploitation, ainsi que les conditions de maintenance et les émissions correspondantes de gaz à effet de serre. »³⁸

Conception performante de l'enveloppe des bâtiments.

Il s'agit de limiter les consommations énergétiques : il faut en premier lieu limiter les déperditions du bâtiment en renforçant son isolation. Une isolation extérieure est à privilégier.

Limitation des consommations d'éclairage artificiel, et en conséquence des consommations liées à la climatisation.

Il s'agit de favoriser l'éclairage naturel et de profiter de l'inertie du bâtiment.

Gestion et valorisation énergétique des déchets sur le site.

Utilisation des énergies renouvelables.

Exemples :

Les ressources géothermiques : l'idée est d'utiliser l'énergie gratuite du sol ou des nappes souterraines pour fournir l'énergie nécessaire aux commerces (chauffage, climatisation) grâce par exemple à des pompes à chaleur sur nappe phréatique ou sur sondes géothermiques.

L'énergie solaire : des capteurs photovoltaïques sont utilisés pour assurer l'alimentation d'un usage spécifique au centre commercial. (production d'eau chaude sanitaires (ECS), et à terme l'autonomie complète de ces derniers).

Le mur solaire : il permet de préchauffer l'air de ventilation grâce aux apports solaires des parois exposées au sud.

Mise en place d'équipements performants.

Par exemple, mise en place d'une GTB pour la maintenance et le suivi des consommations énergétiques.

6- La Gestion des eaux pluviales

Limitation des espaces imperméabilisés (toitures végétalisées, traitement de sols perméables), collecte des eaux de toiture et stockage dans des bassins tampons aménagés au niveau des espaces verts en vue d'une réutilisation pour l'arrosage, pour le nettoyage des parkings et pour les sanitaires des commerces (si autorisation de la DDASS)...

7- Traitement acoustique

8- Limiter les nuisances et déchets de chantier

³⁸ Cabinet Lobjoy&Bouvier.

En termes de construction de centres commerciaux, une méthodologie et des solutions techniques existent. Il faut que ces bonnes pratiques soient systématiquement adoptées par les maîtres d'ouvrage pour ne plus voir se construire de nouveaux actifs faisant abstraction de leur impact environnemental mais seulement des centres commerciaux « durables ».

2- POUR LE PARC EXISTANT : DEVELOPPEMENT D'UNE STRATEGIE ENVIRONNEMENTALE COMMUNE ET CONCERTEE

En la matière, il y a une responsabilité partagée des parties prenantes car l'impact environnemental d'un centre commercial est lié à un certain nombre de facteurs dont certains sont sous le contrôle direct des propriétaires-investisseurs de centres commerciaux et d'autres sous le contrôle des enseignes. Par conséquent, réduire l'impact environnemental d'un actif nécessite que ces derniers travaillent de concert. Ainsi à mon sens pour ne pas faire de la « cosmétique de façade », elles doivent d'abord définir les axes principaux d'une stratégie environnementale commune à la profession afin de cerner et généraliser les bonnes pratiques à tous les acteurs. Ensuite, elles doivent adopter, chacune à leur niveau, une stratégie développement durable lorsque cela est possible (distinction entre les acteurs appartenant à des groupes et les indépendants). Enfin, elles doivent définir une stratégie environnementale propre à chaque actif. Dans la pratique, elle peut notamment passer, pour les propriétaires de centres commerciaux, par les étapes suivantes:

- 1- Effectuer un bilan énergétique du stock afin d'avoir une connaissance énergétique du parc, que ce soit pour les parties privatives et les parties communes :** Différents moyens peuvent être envisagés tels les audits énergétiques, la réalisation de Diagnostic de Performances Energétiques sur les parties communes (DPE parties communes), les audits internes...
- 2- Définir une politique environnementale d'actifs adaptée à la situation énergétique de chaque actif, puis adopter des plans d'actions concertés et concrets avec des engagements de résultats quantifiés et qualifiés :** Les plans d'actions doivent être basés sur le bilan énergétique de chaque actif réalisé préalablement. Il dépendra notamment de son âge, de sa taille, de sa localisation, de sa situation énergétique... Il pourra notamment se matérialiser par l'investissement dans les énergies renouvelables.
- 3- Mesurer la performance environnementale de l'actif à l'aide d'indicateurs environnementaux pertinents et fiables :** L'un des enjeux déjà identifié par les parties prenantes est la définition de ces indicateurs environnementaux car comme nous l'avons déjà souligné, la certification ne permet pas à ce jour de prouver la performance environnementale d'un bâtiment une fois qu'il est en exploitation.
- 4- Sensibiliser et impliquer les parties prenantes dans la démarche d'intégration du développement durable.**

<u>Les consommateurs</u>	
Enjeu n°1 : le transport	Les informer que leur mode de transport a un impact sur les émissions de CO ₂ du centre où ils se rendent et favoriser la desserte des actifs par des modes de transport propres.
Enjeu n°2 : le changement de leurs habitudes	Les sensibiliser et impliquer dans une démarche développement durable (<u>exemple</u> : encourager le recyclage en mettant à leur disposition des centres de tri).
<u>Les enseignes</u>	
Enjeu n°1 : le changement de leurs habitudes	Les informer que ce sont de gros consommateurs d'énergie et que leur activité compte pour une large proportion dans les émissions de CO ₂ d'un centre commercial.
Enjeu n°2 : les impliquer dans la démarche développement durable des sites	Les impliquer dans la définition des chartes « bailleurs/preneurs » mises en place sur les sites pour généraliser les bonnes pratiques : définition des principaux enjeux environnementaux liés à la gestion de l'actif, rappel du plan d'action commun pour améliorer la performance environnementale de l'actif...
<u>Les fournisseurs et prestataires</u>	
Enjeu n°1 : le choix des prestataires vertueux	Choisir des fournisseurs et prestataires qui d'une part appliquent les meilleures pratiques, comme le Pacte des Nations-Unies, et qui respectent la politique développement durable mise en œuvre par les propriétaires-investisseurs de centres commerciaux.
Enjeu n°2 : les impliquer dans la démarche développement durable des sites	Insertion systématique de clauses types relatives au développement durable dans les contrats afin qu'ils s'engagent à respecter des standards en matière environnementale et sociale.

3- POUR L'EXPLOITATION DES CENTRES COMMERCIAUX : DEVELOPPEMENT ET GENERALISATION DES OUTILS AU SERVICE DE L'EFFICIENCE ENERGETIQUE

Une fois qu'une politique environnementale concertée avec les enseignes a été définie, avec des engagements longs terme quantifiés et qualifiés, la mise en place de tableau de bord de suivi et l'implication des salariés et des fournisseurs, il faut la mettre en pratique.

Il me semble que cela peut passer par l'utilisation de certains outils, et principalement:

- 1- La généralisation des certificats d'économie d'énergie (CEE) et contrats de performance énergétique (CPE) :** En effet, il faut rappeler que « *l'efficacité énergétique, et*

*tout particulièrement dans le secteur du bâtiment, constitue la principale priorité de la politique française de lutte contre le changement climatique ».*³⁹

Le CPE est défini par la directive européenne 2006/32/CE du 5 Avril 2006 relative aux services énergétiques, comme « *un accord contractuel entre les bénéficiaires et les fournisseurs autour d'une mesure visant à améliorer l'efficacité énergétique, selon lequel des investissements dans cette mesure seront consentis afin de parvenir à un niveau d'amélioration d'efficacité énergétique contractuellement défini.* ». « *Les contrats de performance énergétique sont identifiés comme un outil important pour accompagner les travaux de réhabilitation thermique du parc tertiaire* »⁴⁰ dans la mesure où c'est un accord financier entre un propriétaire et une société privée de services énergétiques, ou de facilities management, qui a pour but d'utiliser les futures économies d'énergie contractuellement définies et garanties pour financer le coût de l'installation de systèmes efficaces en termes énergétiques.

A ce jour, il y a un « *développement encore timide des CPE* »⁴¹ dans le domaine de l'immobilier commercial. L'un des seuls exemples connus est celui du CPE conclu entre le centre commercial de Carré Sénart (Unibail-Rodamco) et Dalkia. « *Ce contrat, qui est entré en vigueur le 1^{er} Janvier 2009, garantit une réduction d'au moins 5% dans la consommation d'électricité du centre, et d'au moins 10% dans la consommation de gaz à effet de serre, par rapport aux niveaux de consommation de 2007.* »⁴²

Pour favoriser le développement de ce type d'outil innovant, il existe différents types de leviers possibles à mettre en place, dont notamment : l'information et la formation des maîtres d'ouvrage (rôle de conseil et d'accompagnement des maîtres d'ouvrage de l'ADEME) ou encore la fiabilisation des CPE par la définition de contrats types avec des méthodes standards de mesure et de vérification des économies d'énergie garanties par les sociétés de services énergétiques, ou de facilities management...

Le système des CEE (ou Certificats Blancs) a été mis en place avec la Loi d'orientation sur l'énergie du 13 Juillet 2005 qui fixe les orientations énergétiques de la France. « *Il repose sur une obligation de réalisation d'économies d'énergie imposée par les Pouvoirs publics sur une période donnée aux vendeurs d'énergie (électricité, gaz, chaleur, froid et fioul domestique) comme EDF, Gaz de France, les réseaux de chaleur ... (L'objectif CEE est de 54 TWh cumac pour la période allant du 1er juillet 2006 au 30 juin 2009).* »⁴³ Leur but est de permettre d'uniformiser, réglementer et valider les économies d'énergies effectivement obtenues grâce aux actions conduites. Ces actions peuvent être standardisées ou sur mesure pour des projets plus complexes. « *En contre partie du constat des investissements effectués par les consommateurs grâce à ces actions, les vendeurs d'énergie reçoivent des certificats sur la base de forfaits en kWh calculés par type d'action.* »⁴⁴

Aujourd'hui, seule une minorité de centres commerciaux peuvent se prévaloir de l'obtention d'un tel certificat, à l'image de Vélizy 2 qui, en 2008, était l'un des 2 actifs d'Unibail-Rodamco ayant reçu un CEE. Le centre commercial a obtenu le certificat en partenariat avec EDF suite à des

³⁹ Lettre d'information ADEME&vous-Stratégie&études, n°14, 9 Septembre 2008.

⁴⁰ Lettre d'information ADEME&vous-Stratégie&études, n°14, 9 Septembre 2008.

⁴¹ Lettre d'information ADEME&vous-Stratégie&études, n°14, 9 Septembre 2008.

⁴² Rapport Développement Durable 2008 d'Unibail-Rodamco

⁴³ www.industrie.gouv.fr

⁴⁴ www.industrie.gouv.fr

travaux d'amélioration opérés sur les éclairages et variation de vitesse sur les équipements techniques, (soit 6.3 GWh cumac).

2- La généralisation du bail « vert » : Les enseignes étant coresponsables, avec les bailleurs, des consommations d'énergie d'un centre commercial, aucune amélioration de la performance environnementale d'un actif ne peut s'envisager sans leur collaboration active.

Par conséquent, bailleurs et preneurs doivent s'engager, centre par centre, sur les actions à mettre en œuvre pour améliorer la performance environnementale du centre à hauteur des surfaces dont ils ont la responsabilité, en termes juridique et technique. La transcription de tels engagements se fera demain au moyen de « green leases » associant bailleur et preneur autour du respect du développement durable.

Dans un premier temps, il est nécessaire que les parties prenantes définissent de manière concertée les axes majeurs d'un « bail vert » commun à la profession, c'est-à-dire d'un bail commercial intégrant un volet développement durable à la fois incitatif et coercitif. Dans un second temps, il faut le mettre en œuvre. Pour les projets en développement, il suffira de demander aux preneurs de signer, durant la phase de négociation, des « clauses vertes », au risque pour les preneurs qui ne joueraient pas le jeu de ne pas pouvoir prendre à bail le local commercial concerné. Pour le parc existant, soit la grande majorité des actifs, il faudra inciter chaque preneur à signer un avenant à leur bail commercial aux termes de négociations bailleur/preneur, ce qui sera facilité par la prise de conscience des enseignes de leur responsabilité en matière de développement durable.

3- L'individualisation des consommations énergétiques des enseignes : L'un des outils, à la fois incitatif et coercitif, pour impliquer les preneurs dans l'amélioration de l'efficacité énergétique des centres commerciaux est de suivre les consommations des preneurs individuellement.

Cette solution permet de facturer chaque preneur sur sa consommation réelle, et non sur une répartition classique au tantième comme c'est le cas aujourd'hui sur les actifs en copropriété. Les preneurs seront de ce fait beaucoup plus sensibilisés aux économies car toute économie d'eau ou d'énergie se ressentira directement sur sa consommation personnelle et donc sur ses charges.

SECTION 2: LES EVOLUTIONS MARQUANTES A VENIR

1- LA PROBABLE EMERGENCE D'UNE NOUVELLE GENERATION DE CENTRES COMMERCIAUX

Comme nous l'avons expliqué précédemment, la question des transports est au cœur du défi environnemental auquel est aujourd'hui confronté l'immobilier commercial. Toute action des parties prenantes restera donc de la cosmétique de façade tant que la question des déplacements sera occultée. Par conséquent, il me semble que l'on va probablement voir émerger une nouvelle génération de centres commerciaux, phénomène qui va s'accélérer sous l'effet de la crise qui est une opportunité car dans ces temps moroses, les chalandes cherchent à consommer près de chez eux. On va aller vers plus de mixité urbaine (commerces-bureaux-logements) et la création de nouveaux lieux de vie.

En effet, « *« On commence à voir émerger des projets qui rapprochent les lieux de travail, de résidence, d'achat et même de loisirs », assure Jean-Michel Silberstein. Le centre commercial rejeté en périphérie des villes a-t-il vécu ? Le nouveau modèle, venu d'Asie, est celui de la « ville compacte » : L'enjeu n'est plus de faire venir les gens à soi, mais de se mettre sur leur parcours. C'est toute la géographie des centres commerciaux qui risque de s'en trouver bouleversée.* »⁴⁵ En s'implantant plus près des habitations, des lieux de consommation et de loisirs, les centres commerciaux peuvent notamment économiser des tonnes de gaz à effet de serre.

Certains promoteurs-investisseurs l'ont bien compris, à l'image d'Unibail-Rodamco et d'Altarea. En 2008, Unibail-Rodamco a dévoilé son nouveau concept de développement « Vie en ville » : il s'agit du centre commercial de demain concentrant logements, bureaux, équipements publics, services de proximité et commerces sur un même site urbain. Altarea développe quand à lui un centre commercial et d'affaires au Kremlin Bicêtre (94) qui participera à la requalification de l'avenue de Fontainebleau en boulevard urbain. Il s'agit, selon Altarea, d' « *un programme immobilier et urbain complet où se côtoient les usages divers de la ville : habiter, travailler, consommer, s'informer et se divertir. Objet « mixed-use », il regroupe un centre commercial de 35.000 m² GLA, 20.000 m² de bureaux, des logements, un équipement culturel comprenant une médiathèque et un conservatoire de musique, une place publique ouverte sur la ville avec un parking de 2.000 places.* »⁴⁶

2- UNE NOUVELLE FACON DE CONSOMMER

La probable émergence d'une nouvelle catégorie de centres commerciaux ira de pair avec le développement d'une nouvelle façon de consommer qui est déjà visible aujourd'hui et qui va s'accroître demain.

D'abord, la flambée des prix du baril de pétrole incite distributeurs et consommateurs à prendre en compte le cycle de vie des produits car s'assurer de la composition d'un produit n'est aujourd'hui plus suffisant pour calculer son impact environnemental. D'autres paramètres sont à prendre en compte (l'extraction des matières premières et leur transformation, le traitement du produit en fin de vie, le transport, la consommation d'énergie, le coût environnemental de l'emballage...). Du côté des distributeurs, la réflexion sur le cycle de vie des produits fournit des éléments d'aide à la décision concernant par exemple l'éco-conception des produits et permet de donner aux consommateurs ce qu'il recherche, à savoir de l'information sur les produits. A ce titre, le groupe Casino a lancé le premier étiquetage environnemental indiquant la quantité de CO₂ émise par un produit Casino lors des principales étapes de son cycle de vie. Du côté des consommateurs, la réflexion sur le cycle de vie des produits fournit des éléments d'aide à l'acte d'achat. Cela incitera les consommateurs à consommer des fruits de saison car acheter par exemple des fraises en hiver, cela a un coût à la fois environnemental et financier.

⁴⁵ « La « Haute Qualité Environnementale », étendard des nouveaux centres commerciaux », Gilles Van Kote, Le Monde, 29 Octobre 2008.

⁴⁶ « Centre commercial et d'affaires du Kremlin Bicêtre- Pose de la première pierre » - Lettre d'information d'Altarea- 20 Septembre 2007.

Ensuite, comme nous l'avons déjà expliqué, les consommateurs sont de plus en plus demandeurs de produits « développement durable ». L'offre « développement durable » (produits « bio », écologiques ou issus du commerce équitable) constitue un business à part entière pour les enseignes de la distribution et du commerce. Selon moi demain, il y aura deux grandes évolutions dans ce domaine. D'une part la quantité de ces produits dans les ventes des enseignes va exploser. D'autre part, les appellations et les écolabels pour prouver la conformité des produits à certains standards en termes de développement durable vont se multiplier, jusqu'à disparaître une fois que les produits « développement durable » seront devenus la norme.

3- LA MONTEE EN PUISSANCE DES DIMENSIONS SOCIALES ET SOCIETALES DU DEVELOPPEMENT DURABLE

On le néglige trop souvent et pourtant, les aspects social et sociétal sont des volets du développement durable. Nous ne l'avons pas développé dans ce mémoire car ce n'était pas son objet premier. Néanmoins, on ne peut pas parler des évolutions marquantes à venir sans parler de la montée en puissance des dimensions sociales et sociétales du développement durable. L'industrie des centres commerciaux est aujourd'hui confrontée à un défi en la matière :

L'aspect social : les conditions de travail des employés	L'aspect sociétal : la participation à la vie de la communauté
<u>Grèves</u> L'industrie des centres commerciaux a vu se multiplier les grèves ces dernières années (Go Sport, Fnac...). Or, c'est une des professions de services où l'emploi ne se délocalise pas par conséquent, elle va devoir de plus en plus faire face au volet social.	<u>L'emploi</u> La question de la priorité à l'embauche des résidents locaux est au cœur de ce débat. <u>Exemple</u> : Unibail-Rodamco soutient l'École de la deuxième chance et offre à des jeunes sans qualification ni formation des opportunités de recrutement dans ses centres.
<u>Le travail dominical</u> La problématique du travail le Dimanche secoue toujours actuellement le monde de la distribution.	<u>Actions citoyennes</u> Pour l'industrie des centres commerciaux, la fondation est un outil pour assurer leur responsabilité sociale et sociétale et rassembler leurs collaborateurs autour de certaines valeurs (mécénat dans les domaines en rapport avec leur activité ou soutien de certaines associations)...
<u>Le travail à temps partiel imposé</u> Le travail à temps partiel imposé aux femmes dans la grande distribution, notamment aux hôtesses d'accueil, est un réel problème qui pose également la question de la parité dans l'industrie des centres commerciaux...	

CONCLUSION

*« La crise que nous traversons nous apporte une opportunité historique, puisqu'elle va nous contraindre à de drastiques remises en cause sociales, économiques et écologiques bien sûr ».*⁴⁷

La prise en considération du développement durable est donc inéluctable. Longtemps considéré comme un concept abstrait, le développement durable se transforme en un pilier de la stratégie des centres commerciaux. Sous la pression des consommateurs, les centres commerciaux sont contraints de réduire réellement leur empreinte écologique.

L'industrie des centres commerciaux en général prend désormais la pleine mesure des enjeux environnementaux qu'elle doit relever.

D'un côté, les enseignes qui furent les premières à initier des démarches « développement durable », poussées par les consommateurs.

D'un autre côté, les propriétaires-investisseurs qui commencent depuis peu à s'intéresser à l'impact environnemental de leur bâtiment, notamment sous la contrainte de l'évolution de la réglementation et de l'augmentation du coût des énergies.

L'objet de ce mémoire était de cerner les moyens mis en œuvre et à développer pour favoriser l'intégration du développement durable dans l'industrie des centres commerciaux.

Le développement d'une démarche environnementale « durable » pour l'industrie des centres commerciaux passe d'abord par l'implication de toutes les parties prenantes et le recensement des spécificités techniques et économiques de cette typologie de bâtiments, des spécificités de leur baux, des spécificités de leur exploitation afin de déterminer quels sont les freins à l'intégration du développement durable, quels sont les leviers, quels sont les enjeux...

Cette démarche passe ensuite par l'identification des bonnes pratiques, grâce à l'analyse des retours d'expériences positifs des parties prenantes, et à leur démocratisation, et par la sensibilisation des parties prenantes.

Elle passe enfin par la conjugaison entre construction durable et équipements performants pour les projets en développement, par le développement d'une stratégie environnementale commune et concertée pour le parc existant et par le développement et la généralisation des outils au service de l'efficacité énergétique pour l'exploitation des centres commerciaux.

⁴⁷ Interview de Monsieur Jean-Michel Silberstein, Délégué Général du CNCC, Euphorie Magazine : Marketing&Développement... Durable, n°9 Janvier et Février 2009.

Néanmoins, tout reste à faire et une nouvelle page de l'histoire des centres commerciaux va être écrite par les parties prenantes pour faire rimer centres commerciaux avec développement durable.

Pour faire rimer commerce avec démarche « développement durable », certaines enseignes prennent déjà des engagements forts, à l'image de Mac Donald's qui a changé son traditionnel logo pour un logo de couleur verte, symbole de cette réelle envie d'implication et de changement de la profession.



Depuis le début de la rédaction de ce mémoire, les choses ont évolué dans la profession et on peut être optimiste pour l'avenir. Par exemple, les premières autorisations des Commissions Départementales d'Aménagement Commercial ont été octroyées et désormais les mètres carrés de commerce seront accordés sur les critères du Grenelle de l'environnement...

Puisque dorénavant les centres commerciaux ne pourront naître ou grandir qu'à la condition de respecter certains critères environnementaux, le nouveau défi à relever demain est qu'ils passent du statut de « passoires thermiques » à celui de bâtiments à énergie positive.

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS.....	2
INTRODUCTION.....	3
PREMIERE PARTIE : LES INITIATIVES EN FAVEUR DE LA MISE EN OEUVRE DU DEVELOPPEMENT DURABLE DANS LES CENTRES COMMERCIAUX : QUEL ETAT DES LIEUX ?	6
SECTION 1 : Les outils mis en œuvre pour la construction de bâtiments neufs	6
1- Les freins et leviers à l'intégration du développement durable dans les projets en développement	6
2- Des initiatives innovantes de propriétaires pour prendre en compte le développement durable lors de la construction de centres commerciaux.....	8
SECTION 2 : Les outils développés pour la rénovation du parc existant.....	11
1- Les freins à l'intégration du développement durable dans le parc existant.....	11
2- Des initiatives en faveur de l'intégration du développement durable lors de rénovations ou de travaux	14
SECTION 3 : Les actions menées par les enseignes	20
1- Les facteurs de prise en compte du développement durable	20
2- Les actions menées dans les produits offerts.....	23
3- Les actions menées dans l'exploitation de leur activité commerciale	24
DEUXIEME PARTIE : LA DEMARCHE HQE, UNE ETAPE VERS L'INTEGRATION DU DEVELOPPEMENT DURABLE DANS LES CENTRES COMMERCIAUX.....	28
SECTION 1 : Qu'est-ce que la Démarche Haute Qualité Environnementale et comment se positionne-t-elle en tant que certification ?	28
1- Présentation générale de la Démarche HQE.....	28
2- Certification HQE versus certification BREEAM	31
SECTION 2 : La Démarche Haute Qualité Environnementale appliquée aux centres commerciaux : quelle réalité ?.....	34
1- Le référentiel commerce	34
2- Exemple d'un « centre commercial HQE ».....	35
3- Les limites de la HQE appliquée au commerce	38

4- La HQE appliquée aux centres commerciaux a-t-elle de l'avenir ?	40
TROISIEME PARTIE : LES ELEMENTS CLES POUR PERMETTRE DEMAIN UNE REELLE INTEGRATION DU DEVELOPPEMENT DURABLE DANS LES CENTRES COMMERCIAUX.....	42
SECTION 1 : Propositions d'éléments indispensables à cette intégration.....	42
1- Pour les projets en développement : conjuguer architecture/construction durable et équipements performants	42
2- Pour le parc existant : émergence d'une stratégie environnementale commune et concertée.....	45
3- Pour l'exploitation des centres commerciaux : développement et généralisation des outils au service de l'efficience énergétique	46
SECTION 2 : Les évolutions marquantes à venir	48
1- La probable émergence d'une nouvelle génération de centres commerciaux.....	48
2- Une nouvelle façon de consommer	49
2- La montée en puissance des dimensions sociales et sociétales du développement durable.....	50
CONCLUSION.....	51
TABLE DES MATIERES	53
BIBLIOGRAPHIE	55
ANNEXES.....	58

BIBLIOGRAPHIE

Revues et articles

- « Les centres commerciaux voient l'avenir en « vert » », Adrien Pouthier, Le Moniteur, 21 Novembre 2008.
- « La HQE est-elle rentable ? », Camille Griffoulières, Points de Vente, 29 Septembre 2008.
- « La « Haute Qualité Environnementale », étendard des nouveaux centres commerciaux », Gilles Van Kote, Le Monde, 29 Octobre 2008.
- « Dossier spécial Développement durable », F.L avec Patrice Jayat, LSA, 23 Octobre 2008.
- « Des certifications au coeur de la construction », Dossier de presse, Certivéa, Avril 2008.
- « Les labels d'éco-construction se développent », CSTB, 2008.
- « SB Alliance : vers un réseau international de l'évaluation de la Qualité Environnementale », CSTB, Avril 2008.
- « Environnement : l'alliance cordiale entre la HQE et BREEAM », Lettre n°214, Business Immo, 30 Avril 2008.
- « Un centre commercial « HQE » », Le Moniteur, 17 Juillet 2008.
- « Dix années de travail pour réaliser Sud Dracénie », Philippe Issalis, Nice matin, 27 Octobre 2008.
- « Le premier Hyper U certifié HQE », Gérard Tur, LSA, 20 Novembre 2008.
- « Un Hyper U de qualité », Sites, 1^{er} Septembre 2008.
- « Hyper U Sud Dracénie, le pilote HQE des U », Elodie Martel, Rayon Boissons, 1^{er} Février 2009.
- « La résistance des centres commerciaux », Le Figaro, 19 Novembre 2008.
- « Les centres commerciaux se mettent au vert », Europe1, 22 Novembre 2008.
- « Un centre commercial « vert » qui recycle ses déchets sur place ! », Fanny Bonin, Batiactu, 8 Février 2008.
- « Les centres commerciaux au vert », Antoine Thibouméry, Les Echos, Avril 2007.
- « A Toulouse, un futur centre mise sur l'environnement », Laurence Lafosse, Le Journal du Textile, 5 Décembre 2005.
- « Un parc écolo dans la ville », Sites Commerciaux, 22 Juin 2006.
- « Le Chêne se met au vert », Sites Commerciaux, Décembre 2007.
- « Les centres commerciaux « verts », une niche promise à un bel avenir », Bertille Ossey-Woisard, Le Point, 22 Novembre 2008.
- « La HQE fait du commerce », Agnès Vernet, Environnement Magazine, Décembre 2007.
- « La démarche HQE intègre la performance énergétique », Business Immo, 11 Février 2009.
- « A la pointe des grandes enseignes de distribution », Ecollectivités, 1^{er} Novembre 2008.
- « Monoprix fait de l'environnement un axe stratégique de développement », Site internet de l'enseigne Monoprix.
- « La lettre Procos, Ecologie et commerce : un nouveau modèle économique ? », Juin 2008.
- « Le nouveau Beaugrenelle- N°6- L'actualité de votre futur espace shopping », Décembre 2007.
- « Jeu de transparence pour le Nouveau Beaugrenelle », Audrey Ottonelli, Batiactu, 24 Janvier 2007, « Leclerc St-Amand-les-Eaux », Linéaires, 10 Juin 2008.
- « Saint-Amand-les-Eaux, écologiquement correct », Yannick Boucher, La Voix du Nord, 23 Avril 2008.
- « Centrale solaire : un parking « photovoltaïque pour un centre commercial », Le journal du développement durable, 15 Mai 2008.
- « Neuilly-sous-Clermont », Victor Fortunato, Le Parisien, 8 Novembre 2008.

- « Centres commerciaux : Plus ouverts, plus verts, bientôt « cyber » », Daniel Bicard, Numéro spécial 50 ans de LSA n° 2070, 11 Décembre 2008.
- « Les Français veulent plus de développement durable », Laure Cailloce, LSA n°2069, 4 Décembre 2008.
- Dossier spécial : Développement durable, les enseignes musclent leur offre, Laurence Cailloce, LSA n° 2084, 2 Avril 2009.
- Vélizy 2, acteur du développement durable- Article paru sur le site internet du centre dans la rubrique Actualités, 1^{er} Décembre 2008.
- « Feu vert pour le projet d'Aéroville, Site internet de la commune de Trembaly-en-France, Avril 2008.
- « Aéroville répondra aux besoins des usagers de la plateforme », Site internet de la commune de Trembaly-en-France, Octobre 2007.
- « Economie d'énergie et confort dans la galerie marchande », Site internet du centre commercial Hyper U Sud Dracénie, Juillet 2008.
- La lettre du développement durable de Nature&Découvertes, Février 2008.
- Interviews de Monsieur Christophe Garot, Directeur du Développement Durable chez Unibail-Rodamco, et de Monsieur Jean-Michel Silberstein, Délégué Général du CNCC, Euphorie Magazine : Marketing&Développement... Durable, n°9 Janvier et Février 2009.
- Travaux du CNCC, Compte-rendu de la réunion de la Commission « Développement Durable » du 12 Décembre 2008.
- Lettre d'information ADEME&vous - Stratégie&études, n°14, 9 Septembre 2008.
- « Centre commercial et d'affaires du Kremlin Bicêtre- Pose de la première pierre » - Lettre d'information d'Altarea- 20 Septembre 2007.

Sites internet

<u>Journaux nationaux</u>	<u>Organismes relatifs aux certifications</u>	<u>Foncières/Promoteurs</u>
◆ www.lemonde.fr	◆ www.certivea.fr	◆ www.mouglin-investissements.com
◆ www.europe1.fr	◆ www.cstb.fr	◆ www.immobiliere-frey.com
◆ www.latribune.fr	◆ www.bre.co.uk	◆ www.apsys-international.com
◆ www.lepoint.fr	<u>Organisme d'étude sur la RSE</u>	<u>Enseignes</u>
◆ www.lesechos.fr	◆ www.novethic.fr	◆ www.ekyog.com
◆ www.lefigaro.fr	<u>Organismes professionnels</u>	◆ www.monoprix.fr
◆ www.leparisien.fr	◆ www.cncc.com	◆ www.natureetdecouvertes.com
<u>Journaux d'internet</u>	◆ www.procos.fr	<u>Sites commerciaux</u>
◆ www.businessimmo.com	◆ www.icsc.org	◆ www.aeroville.fr
◆ www.batiactu.com	<u>Communes</u>	◆ www.docks76.com
◆ www.lemoniteur-expert.com	◆ www.plainecommune.fr	◆ www.lenouveaubaugrenelle.com

◆ www.dyn-com.com	◆ www.aubervilliers.fr	◆ www.sud-dracenie-hyperu.fr
<u>Associations</u>	◆ www.trembaly-en-france.fr	◆ www.velizy2.com
◆ www.negawatt.org	<u>Pouvoirs publics</u>	<u>Architecte</u>
◆ www.ulcgtroissy.fr	◆ www.legrenelle	◆ www.valode-et-pistre.com
◆ www.cebtp-alsace.asso.fr	◆ www.developpement-durable.gouv.fr	<u>Industriel</u>
	◆ www.developpement-durable.gouv.fr	◆ www.finaxo.fr

Plaquettes

- La démarche HQE- Valoriser les performances environnementales de vos bâtiments par la certification, Certivéa.
- La certification NF Bâtiments tertiaires- Démarche HQE, Les étapes clés, Document à l'usage des maîtres d'ouvrage, Janvier 2009.
- Guide pratique du référentiel pour la qualité environnementale des bâtiments- Commerce, Octobre 2008.
- Référentiel pour la qualité environnementale des bâtiments- Commerce, Octobre 2008.

Etudes

- « Les quartiers durables », étude réalisée par TNS Sofres auprès des Maires de communes de 8 000 habitants et plus pour Bouygues Immobilier dans le cadre de son partenariat avec l'Observatoire de la Ville révèle que du 17 Octobre au 9 Novembre 2007.
- Analyse de la certification BREEAM, EnviroB.A.T Méditerranée, le 1^{er} Juillet 2007.
- Labellisation Internationale, mode d'emploi, Bureau Veritas, Patrick Vendeville.
- Elaborer des systèmes d'évaluation pour l'immobilier durable, Frank Dufy, Professeur Peter Guthriz..., Observatoire Régional de l'Immobilier d'Entreprise en Ile-de-France (ORIE), University of Cambridge Department of Engineering-Centre for Sustainable Development, Colloque du 24 Janvier 2007.
- Les enjeux du quotidien... Les Français et le développement durable, Sondage réalisé pour la Presse quotidienne Nationale, Régionale, Urbaine Gratuite et la Presse Hebdomadaire Régionale par TNS Sofres du 7 Janvier au 3 Mars 2008.
- Rapports Développement Durable 2007 et 2008 d'Unibail-Rodamco.

Interviews

- Interview de madame Anne Keush du 20/02/09 sur le thème du développement durable, de la construction et de l'architecture durables.
- Interview de Madame Elodie Vignola et de Monsieur Thomas Perreau de chez Icade Tertiaire du 16/03/09 sur le thème de la HQE appliquée aux centres commerciaux.
- Interview téléphonique du 17/04/09 de Monsieur Christophe Garot, Directeur du développement durable chez Unibail-Rodamco et Président de la Commission « Développement Durable » du CNCC.

ANNEXES

ANNEXE 1 : Bref mode d'emploi de la certification HQE®

Questions sur la certification	Réponses
A qui s'adresse cette certification ?	« Elle concerne tout maître d'ouvrage de bâtiment tertiaire, public ou privé.
Qu'est-ce qui est certifié ?	Une opération de construction neuve ou de rénovation lourde, dès lors qu'elles répondent aux exigences du référentiel.
Sur quoi porte-t-elle ?	Le SMO : Le Système de Management de l'Opération, c'est-à-dire tout ce qui permet de fixer les cibles environnementales pertinentes et d'organiser les différentes étapes de l'opération pour les atteindre, de l'élaboration du programme à la livraison. La QEB : La Qualité Environnementale du Bâtiment est définie selon les 14 cibles de l'Association HQE.
Quels sont les objectifs visés ?	Donner un contenu opérationnel aux réponses du secteur de la construction vis-à-vis des enjeux du développement durable. Rendre visible et crédible les efforts réalisés pour réduire les impacts de l'opération sur l'environnement et la santé et améliorer le confort des occupants.
Quelles sont les démarches à suivre pour obtenir la certification ?	Pour présenter une opération en certification, il convient d'adresser à Certivéa un dossier de demande constitué d'une lettre type et d'un dossier à télécharger sur le site de Certivéa (www.certivea.fr). Il doit être complété des pièces à joindre permettant l'étude de la recevabilité de la demande (programme, pré-programme, planning, surface Shon, profil de qualité environnementale envisagé...). A réception de ces éléments, sous 2 ou 3 jours, une offre de certification constituée de conditions particulières et générales est adressée au demandeur sur la base du barème en vigueur. La procédure de marché négociée sans mise en concurrence est utilisée par les maîtres d'ouvrage soumis au Code des Marchés Publics compte-tenu des caractéristiques de la prestation de certification. <u>Les 3 étapes pour obtenir la certification</u>: Mise en place des dispositifs répondant aux exigences du référentiel, engagement dans la certification par la signature d'un contrat avec Certivea, participation aux audits à différentes phases de l'opération.
En quoi consistent les audits ?	Les audits sont réalisés à trois phases de l'opération : -programme (avant l'Avant Projet Sommaire), -conception (entre le Dossier de Consultation des Entreprises et les marchés signés), -réalisation (livraison). Le premier audit peut être programmé dans le mois qui suit l'acceptation de l'offre si le maître d'ouvrage est prêt (transmission à l'auditeur de l'évaluation de QEB sur la base du référentiel 15 jours à trois semaines avant l'audit pour permettre à l'auditeur de préparer son plan d'audit). Un rapport d'audit est communiqué sous une dizaine de jours après l'audit au maître d'ouvrage. Ce rapport permet à celui-ci d'apprécier sa capacité à atteindre les exigences du référentiel et son objectif environnemental. Il s'agit

	pour les auditeurs de vérifier que les dispositions du SMO sont effectivement appliquées et que la QEB, visée puis obtenue, est pertinente dans le contexte de l'opération et qu'elle répond au profil minimum requis. L'opération peut être certifiée dès la phase programme. Le même tempo est utilisé pour les audits conception (DCE/Marchés signés) et réalisation (livraison) et le certificat est mis à jour au fur et à mesure des phases.
Qui attribue le certificat?	Il s'agit de CERTIVEA (organisme du CSTB) qui est mandaté à cet effet par l'Association HQE et AAQ AFNOR Certification. Certivea, après avis d'un comité représentatif composé de représentants des maîtres d'ouvrage, des utilisateurs de bâtiment, des acteurs de la filière construction et des experts, délivre ou non le certificat.
Quel est le coût de la certification ?	Le coût de la certification varie en fonction de la surface de l'opération. 11 000 € TTC pour moins de 1500 m de SHON à 45 000 € TTC pour plus de 45 000 m² SHON »
Source : www.certivea.fr	

ANNEXE 2 : Bref mode d'emploi de la certification BREEAM

Questions sur la certification	Réponses
A qui s'adresse cette certification ?	« Elle concerne tout maître d'ouvrage, public ou privé.
Qu'est-ce qui est certifié ?	Les immeubles neufs, les immeubles bâtis et les rénovations. En ce qui concerne les immeubles bâtis dont ceux qui sont en copropriété, le protocole d'évaluation est particulier et peut ne pas faire l'objet d'une notation comme pour les immeubles neufs. Ils peuvent néanmoins faire l'objet d'une certification BREEAM avec diverses précisions quant à la performance écologique du bâtiment. L'évaluation brossera ainsi un tableau des forces et des faiblesses d'un immeuble qui fera l'objet de recommandations de mesures susceptibles de faire réaliser des économies sur son exploitation.
Quels sont les objectifs ?	L'objectif principal de cette certification est d'essayer d'améliorer la performance de la majorité des bâtiments plutôt que d'obtenir un petit nombre de très performants.
Quels sont les outils et méthodologies utilisés ?	<u>Breeam buildings pre assessment estimator</u>: Pré-évaluation sous forme de tableau à remplir où, pour chaque critère, on a une échelle de notation avec une description détaillée et chiffrée des performances. <u>Choix des matériaux de construction</u>: Le green guide to specification est une publication facile à utiliser permettant de guider les concepteurs et leurs clients sur les impacts environnementaux de plus de 250 matériaux et composants alternatifs (toits, sols, fenêtres, portes...). C'est un outil payant (77 €) à commander. <u>Conception</u>: - BRE methodology for environmental profiles of construction materials, components and buildings est un document pratique, cohérent et complet relatant la méthode utilisée par BRE pour constituer la base de données des profils environnementaux de tous les types de matériaux de construction et de composés.

	- Envest 2 est un logiciel d'analyse du cycle de vie (ACV) et de coût global permettant de simplifier la conception de bâtiments à faible impact environnemental et d'effectuer des compromis entre l'impact environnemental et le coût global du bâtiment. Les concepteurs entrent leurs paramètres de conception (hauteur, nombre d'étages, fenêtres...) et les matériaux et systèmes mécaniques qu'ils ont choisis. Envest 2 permet également de prédire les impacts environnementaux et les coûts globaux de différentes stratégies de chauffage, de refroidissement et d'exploitation du bâtiment. Envest 2 étant en ligne, les informations sont mutualisées et cela permet aux importantes sociétés de conception de pouvoir stocker et partager l'information de manière contrôlée afin de constituer une base de données de référence pour établir ensuite des comparaisons. - Breeam buildings pre assessment estimator: DESIGN & ASSESSMENT est un système d'évaluation par points correspondant à une approximation des systèmes de notation et de pondération issus de la méthode formelle BREEAM buildings. Il permet d'obtenir rapidement une estimation de la performance du bâtiment accompagnée d'un bref résumé conforme aux conditions de BREEAM buildings. Le score obtenu en utilisant ce système peut différer de celui qui serait obtenu avec un évaluateur agréé utilisant BREEAM buildings, il est à prendre en tant que conseil. Construction: Breeam SMARTwaste est un ensemble d'outils et de services créés par BRE afin d'aider à la réduction des déchets, des coûts, et à l'optimisation des ressources. Fonctionnement: Breeam buildings pre assessment estimator : MANAGEMENT & OPERATION est un outil permet d'obtenir une estimation de l'évaluation pour des bâtiments en fonctionnement depuis plus d'un an et de voir les points d'amélioration continue.
En quoi consistent les audits ?	Dans la certification BREEAM, les audits ont lieu au stade du programme, à la conception, à la réalisation et en fonctionnement selon le type de bâtiment. Mais BREEAM constitue avant tout une évaluation du bâtiment au stade de conception. Les évaluations sont gérées par des organisations d'évaluateurs indépendantes licenciées et formées par BRE. Pour chaque évaluation, l'évaluateur produira un rapport définissant les performances pour chaque critère, le score total et le grade BREEAM. Dans la pratique à la suite d'un audit réalisé par un expert assermenté « BREEAM », chacune des 8 cibles est notée et l'immeuble reçoit un certificat validant cette expertise et portant la mention PASSABLE, BON, TRES BON ou EXCELLENT selon la note obtenue par le client. Par ailleurs, une évaluation post construction peut être réalisée: elle permet de vérifier que le bâtiment respecte les critères établis lors de la conception.
Quel est le coût de la certification ? (Prix moyen TTC)	1- Bureaux, écoles: forfait de 12 500 € + 600€/ 1000 m² + 2 700 € de charges au minimum. 2- Industries: forfait de 13 000 € + 1 200€/ 1000 m² + 2 700 € de charges au minimum. 3- Ecohome: 1 300 €, 1 600 € pour du sur-mesure + 54 € de charges par unité. »
Source : EnviroB.A.T-Méditerranée	