



VILLAGEONS !

Imaginer le devenir du “Village La Forme”
Betton



GROUPE 10

BEGU HUGO - BOIXEL-STREIFF CLAIRE - CHAUSSAROT MAXENCE - MICHAËL ELIAS - PERREIN LISA - PRUDHOMME AMÉLIE - RENO ILONA

SOMMAIRE

INTRODUCTION	3
DIAGNOSTIC	6
I. Le Village de la Forme : une centralité commerciale isolée dans un territoire périurbain automobile	6
A) Une accessibilité asymétrique : la voiture comme condition d’existence du site une zone isolée	6
B) Des transports en commun présents mais peu intégrés à l’expérience du site	6
C) Isochrones contrastées : un rayonnement automobile étendu, une accessibilité piétonne marginale	7
II. Une composition fragmentée : juxtaposition d’enseignes et absence de projet d’ensemble	8
A) Des paysages différenciés selon les stratégies d’image des entreprises	8
B) Des interfaces faibles et des limites matérialisées	8
C) Une rupture écologique et paysagère avec le grand paysage agricole	9
III. Une urbanité scénographiée : marketing territorial et mise en scène d’une “nature maîtrisée”	10
A) Une arrivée théâtralisée : monumentalité routière et effet de découverte	10
B) Une écologie démonstrative : entre pédagogie environnementale et mise en scène de la nature	11
C) Le vocabulaire du “village” : un imaginaire rural mobilisé à des fins commerciales	12
ENTRE RÉCIT ET INTENTIONS DE PROJET	15
À l’horizon 2050, quelles perspectives pour le Village La Forme de Betton & quelle intégration au territoire ?	16
I. IMPULSER – Vers un cœur productif, solidaire et résilient	17
A) Le passage à une économie sociale et solidaire	17
B) Changement du bâti et des usages	17
II. DIFFUSER – Faire du paysage et de l’espace public les supports de la transition	19

A) Les bâtiments, comment les rendre plus agréables et plus multi-usages ?	19
B) Des parkings restructurés en îlot de fraîcheur	20
III. CONNECTER – Inscrire la zone dans un système territorial élargi	20
A) Le développement du réseau STAR sur la ZACom	20
B) Une meilleure desserte cyclable - nouvelles pistes, nouveaux parkings	21
C) La piétonisation d'une zone centrée sur l'automobile	22
BIBLIOGRAPHIE	23

Tableaux des figures et des tableaux

Figure 1. Localisation de la ZAC Village de la Forme	4
Figure 2. Carte de l'isochrone piéton sur le périmètre de la ZACom	7
Figure 3. Photographies des parkings de la zone	8
Figure 4. Photographies de l'hétérogénéité des parkings	9
Figure 5. Occupation des sols de la ZACom, vue générale et par enseigne	10
Figure 6. Dessin de l'arrivée en voiture sur la zone	11
Figure 7. Photographies des aménagements paysagers de Magasin Vert et Décathlon	12
Figure 8. Photographies des façades extérieures des magasins	13
Figure 9. Analyse AFOM de la ZACom	14
Figure 10. Intention de projet Villageons !	16
Figure 11. Photographies des places de parking Décathlon perméables déjà présentes	20
Figure 12. Coupe de principe	22
Tableau 1. Surfaces des terrains et du bâti des quatre enseignes	5

INTRODUCTION

ZACom et prospective territoriale : objectifs de l'IAUR et enjeux pour 2050

Dans le cadre de son Programme local de l'aménagement commercial (2023 - 2035), Rennes Métropole a mandaté l'Institut d'aménagement et d'urbanisme de Rennes (IAUR) pour une réflexion concernant l'évolution des Zones d'activités économiques (ZACom). Ces zones représentent aujourd'hui 21 % des Espaces Naturels, Agricoles et Forestiers (ENAF) consommés à l'échelle métropolitaine et se trouvent confrontées à des enjeux majeurs pour l'aménagement durable. La loi Climat et Résilience de 2021 a introduit l'objectif de Zéro Artificialisation Nette (ZAN), qui impose de mettre un terme à la consommation nette de terres naturelles et agricoles d'ici 2050. Celle-ci incite à éviter, réduire et enfin compenser toute artificialisation des sols. Dans ce contexte, les ZACom, souvent caractérisées par un foncier peu dense et majoritairement imperméabilisées par les parkings et le bâti, deviennent des sites stratégiques pour expérimenter des modèles d'aménagement plus durables, conciliant activité économique, biodiversité et limitation de la consommation foncière. Au-delà des obligations légales, ces zones devront également répondre aux enjeux climatiques et sociétaux de 2050, notamment concernant :

- la réduction de l'empreinte carbone des transports et de l'activité commerciale ;
- l'adaptation aux vagues de chaleur et aux risques liés au changement climatique ;
- la transition vers des modes de consommation et de production plus durables ;
- le maintien de la résilience écologique et de la biodiversité locale.

Dans le cadre de son workshop annuel, l'IAUR a proposé à des étudiants rennais, ayant des parcours axés sur l'urbanisme et l'aménagement, de réfléchir à des projections prospectives et des scénarios d'évolution des ZACom, afin de mettre en lumière des solutions concrètes pour éviter, réduire et compenser l'artificialisation, tout en assurant leur adaptation aux besoins et contraintes de 2050.

Vers 2050, comment repenser les ZACom ? Le cas de la ZACom de Pluvignon "Le Village la Forme" à Betton

Notre étude se concentre sur la Zone d'Aménagement Commercial (ZACom) de Pluvignon, également appelée Village La Forme, située sur la commune de Betton (35). Cette commune, comptant 12 775 habitants en 2023 (Insee, 2023), appartient à la deuxième

couronne de la métropole rennaise, et est située au nord de Rennes, à proximité de sa forêt domaniale. La ZACom se développe au sud du bourg de Betton et à proximité de grands axes routiers, dans un contexte périurbain marqué par la faible densité et la prédominance de la voiture. Le Village La Forme a été créé en 2005 et s'inscrit dans un modèle commercial orienté vers le rayonnement automobile. La zone est principalement accessible par la D175, reliant Betton aux communes voisines telles que Romazy. Sa zone de chalandise tertiaire s'étend sur une grande partie du nord de la métropole rennaise, englobant notamment :

- Mordelles, le long de la N24
- Montauban-de-Bretagne, via la N12
- Hédé-Bazouges, le long de la D137
- Romazy, le long de la D175
- Saint-Aubin-du-Cormier, via l'A84
- Brécé, le long de la N157



Figure 1. Localisation de la ZAC Village de la Forme

Ainsi, le Village La Forme se positionne comme un pôle commercial de second rang, connectant Rennes aux communes périphériques tout en captant une clientèle au-delà du tissu urbain immédiat, grâce à sa proximité avec les grands axes de circulation.

La ZACom est implantée dans un environnement périurbain et semi-rural, entourée de terres agricoles et de hameaux (Bel-Air, Brébion, Le Vau Robion, La Maison Neuve, La Lice...). Ce positionnement confère à la zone une forte isolation vis-à-vis du tissu urbain et une visibilité limitée depuis le grand paysage. L'accessibilité du site est multiple mais asymétrique : d'un point de vue automobile, la D175 constitue l'accès principal et favorise un rayonnement étendu, compatible avec le mode de consommation majoritaire des visiteurs. En transports en commun, les arrêts de bus du réseau métropolitain sont situés à 15–20 minutes à pied, ce qui limite l'usage du site aux piétons et aux usagers des transports collectifs. Concernant les modes actifs, les liaisons cyclables existent vers Rennes mais ne sont pas continues ni sécurisées sur l'ensemble du trajet, renforçant la dépendance à la voiture. L'implantation paysagère autour du site est dominée par espaces agricoles ouverts, ponctués de quelques bosquets et haies, ce qui offre un cadre visuel relativement uniforme mais peu intégré aux bâtiments de la ZACom.

Concernant la propriété des terrains, la majorité du foncier appartient à Décathlon, qui détient 205 104 m², dont 152 321 m² classés en zone verte sur le plan local d'urbanisme, ainsi que 9 200 m² supplémentaires de terrain et 351 m² de bâti (voir Tableau 1). Leroy Merlin et le Magasin Vert disposent de parcelles de tailles plus modestes, avec une proportion de bâti plus importante par rapport à leur surface totale, traduisant des besoins opérationnels différents. Enfin, My House occupe une petite parcelle dédiée à la restauration et à l'organisation d'événements, soulignant la diversité fonctionnelle du site. La répartition spatiale sur chaque parcelle illustre une fragmentation fonctionnelle et paysagère : les surfaces bâties, les parkings et les espaces verts sont juxtaposés mais peu connectés entre eux. Cette organisation reflète une logique parcellaire et marketing, où chaque enseigne met en scène son propre territoire, parfois indépendamment des zones environnantes.

Enseigne	Fonction	Surface terrain	Surface bâtie
Décathlon	Articles de sport	205 104 m ²	9 176 m ²
Leroy Merlin	Bricolage	111 959 m ²	12 434 m ²
Magasin Vert	Jardinerie	31 944 m ²	4 332 m ²
My House	Restauration et événements	331 m ²	331 m ²

Tableau 1. Surfaces des terrains et du bâti des quatre enseignes

DIAGNOSTIC

I. Le Village de la Forme : une centralité commerciale isolée dans un territoire périurbain automobile

A) Une accessibilité asymétrique : la voiture comme condition d'existence du site une zone isolée

Le Village la Forme, bien que situé sur la commune de Betton, est à mi-chemin entre le bourg de Betton (2 km à vol d'oiseau et 4,5 km en voiture) et la rocade rennais (4 km). Entouré de terres agricoles et de quelques hameaux (Bel-Air, Brébion, Le Vau Robion, la Maison Neuve, La Lice...), cette Zone d'Activité Commerciale sort de terre au début des années 2000, dans un contexte d'urbanisme axé sur la voiture. Située à une vingtaine de minutes du centre rennais en voiture, l'accès à la zone commerciale se fait au moyen d'une route principale, la D29. Un accès secondaire est possible via la D97, en traversant la Zone d'Activités des Rignés, mais celui-ci n'est pas suggéré par les assistants d'aide à la conduite (Google Maps, Waze, Apple Maps). Des itinéraires cyclables existent et permettent de relier le Village de la Forme au centre de Rennes en 30 minutes (9 kilomètres), mais seule une partie est effectuée en site propre : il est nécessaire de circuler sur des chaussidoux ou des routes à trafic modéré.

B) Des transports en commun présents mais peu intégrés à l'expérience du site

La zone est également accessible en transports en commun : l'arrêt Betton Vallée est situé sur la route de Betton, proche de la D29, et permet d'accéder au Village de la Forme moyennant une marche de 15 à 20 minutes (1 à 1,5 kilomètre). Cet arrêt est desservi par trois lignes métropolitaines (51, 70, 71), qui ont pour terminus l'arrêt Gayeulles de la ligne b du métro. Deux lignes à visée scolaire (202 et 223) y passent également, desservant les établissements scolaires du nord rennais (Joliot-Curie, Chateaubriand, Assomption). Un chemin piéton et des marquages existent et permettent d'orienter les éventuels piétons. La ligne 51, disposant de la meilleure fréquence de passage, dessert l'arrêt toutes les 10 minutes en heure de pointe et toutes les 25 minutes en heure creuse, tandis que les lignes 70 et 71 affichent des passages toutes les 30 minutes. L'accès via les transports en commun reste assez difficile, malgré une assez bonne fréquence, car non présent directement sur le site. Une gare

existe à Betton, avec 16 passages de train en semaine depuis Rennes et 13 depuis Montreuil-sur-Ille. Malheureusement, la gare n'est pas desservie le week-end et est difficilement accessible à pied, étant située à presque 3 kilomètres de la zone. Ainsi, l'accessibilité en modes actifs est limitée. Les cheminements piétons sont discontinus, les pistes cyclables ne structurent pas réellement l'accès et les arrêts de bus se situent à distance, avec des temps d'accès à pied relativement longs.

C) Isochrones contrastées : un rayonnement automobile étendu, une accessibilité piétonne marginale

L'isochrone piéton révèle une accessibilité restreinte : la zone n'est atteignable à pied que depuis une faible portion du territoire urbanisé. À l'inverse, l'isochrone automobile montre un rayonnement bien plus large, confirmant la dépendance à la voiture individuelle. La ZACom s'inscrit ainsi dans un modèle périurbain: une zone fonctionnelle spécialisée, connectée au réseau viaire mais peu intégrée à son environnement immédiat.

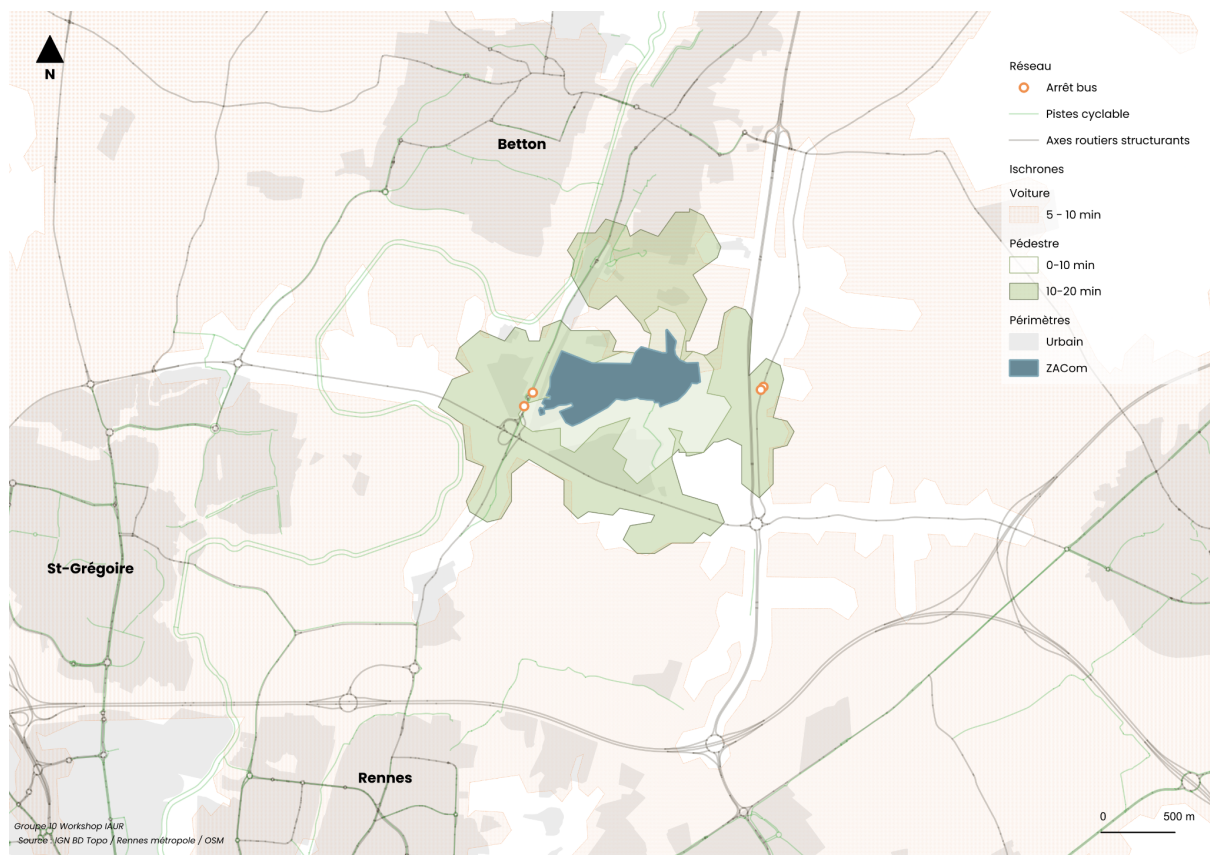


Figure 2. Carte de l'isochrone piéton sur le périmètre de la ZACom

La zone donne à voir une forme d'urbanité paradoxale. En effet, elle concentre des flux, accueille du public quotidiennement et propose des services commerciaux et sportifs. Pourtant, elle s'inscrit dans une logique **d'implantation exogène** au tissu urbain existant. La rupture paysagère est nette : au-delà des limites de la parcelle s'étendent champs ouverts et boisements. La zone ne dialogue que très peu avec ce grand paysage. Les vues sont contrôlées, cadrées, scénographiées. L'effet de découverte tardive – la zone apparaissant soudainement depuis la route – renforce cette impression d'objet posé dans l'espace "naturel". Enfin, la proximité avec une autre ZACom n'implique aucune continuité fonctionnelle ou paysagère. Une infrastructure routière marque une rupture franche. Il ne s'agit pas d'un tissu économique continu mais d'objets juxtaposés.

II. Une composition fragmentée : juxtaposition d'enseignes et absence de projet d'ensemble

A) Des paysages différenciés selon les stratégies d'image des entreprises

La ZACom ne constitue pas un ensemble homogène. Elle est structurée par une logique parcellaire où chaque enseigne met en scène son "propre territoire". Chaque entreprise organise son emprise selon une répartition spécifique entre bâti, stationnement et espaces végétalisés. En ce sens, la division spatiale est forte. Cette répartition varie fortement selon l'image et la stratégie de l'enseigne.



Figure 3. Photographies des zones de parking. A gauche, le parking du Leroy Merlin ; à droite celui du Décathlon

B) Des interfaces faibles et des limites matérialisées

Concrètement, Décathlon présente une composition paysagère travaillée (noues, alignements, enrochements, pontons, refuges pour la faune, équipements sportifs extérieurs). A contrario, Leroy Merlin et Magasin Vert ont une composition plus modeste et minérale avec des parkings dominants et une végétalisation plus “standardisée”. De manière générale, les bandes (parking/bâti/végétal) sont juxtaposées mais peu poreuses. Les interfaces sont donc résiduelles et les limites matérialisées par des grillages et talus.



Figure 4. Hétérogénéité des parkings

C) Une rupture écologique et paysagère avec le grand paysage agricole

L'espace naturel environnant n'est pas intégré dans une continuité écologique ou paysagère structurée. Les noues et plantations ont une fonction principalement technique (gestion des eaux pluviales sur site) ou esthétique (marketing vert), mais participent peu à un système écologique à grande échelle. En somme, la zone fonctionne comme une “enclave” : elle prélève de l'espace agricole sans recomposer une relation avec lui.

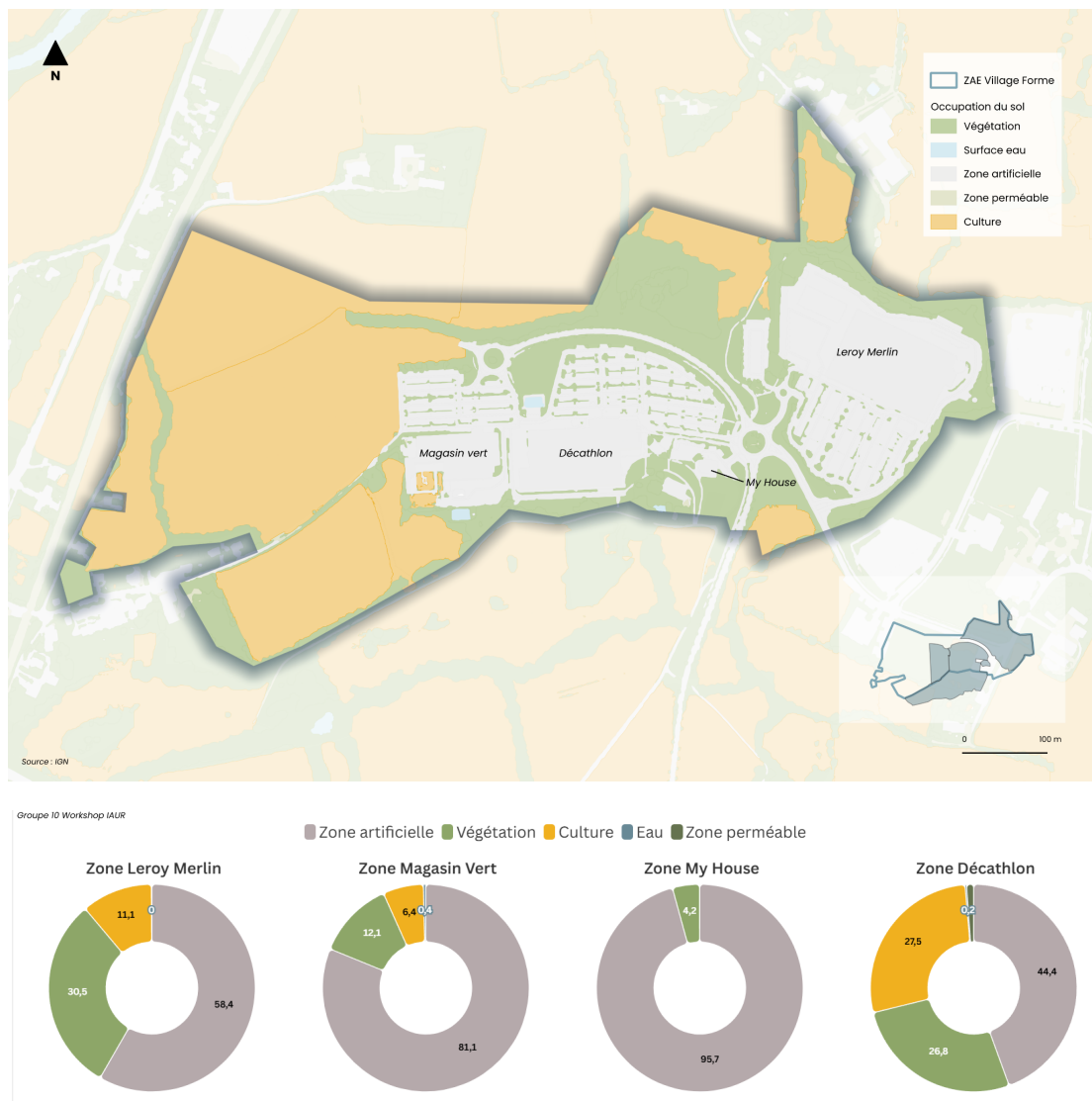


Figure 5. Occupation des sols de la ZACom, vue générale et par enseigne

III. Une urbanité scénographiée : marketing territorial et mise en scène d’une “nature maîtrisée”

A) Une arrivée théâtralisée : monumentalité routière et effet de découverte

L’entrée dans la ZACom par la D29 est presque caricaturale, mise en avant par une rangée d’arbres de chaque côté de la route, donnant un côté domaniale.

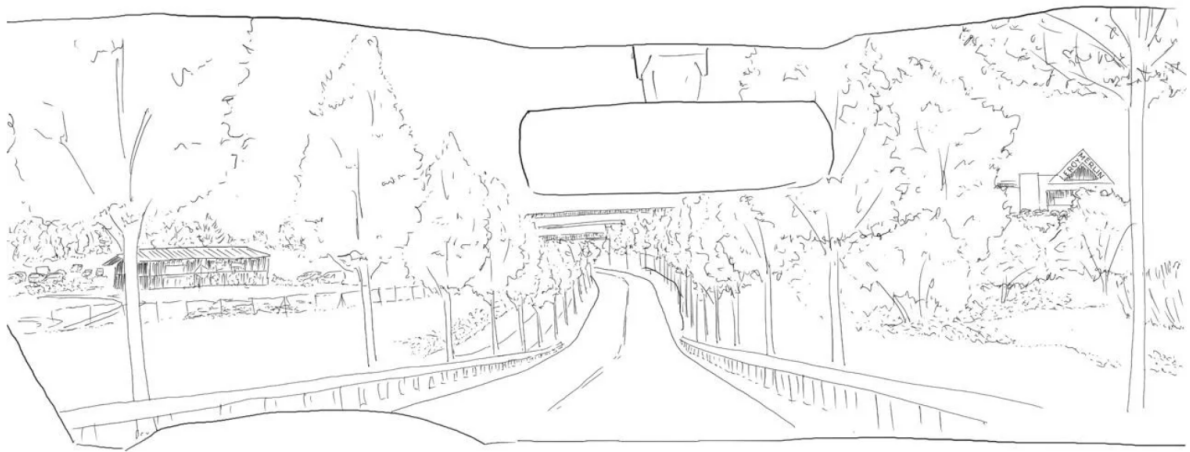


Figure 6. Dessin de l'arrivée en voiture sur la zone

La ZACom surplombe et n'est pas visible depuis l'unique route qui y mène, amplifiant l'aspect solennel de l'arrivée. La découverte se fait de façon soudaine, accentuant l'isolement de la zone. Entourée d'espaces agricoles, le végétal perd en puissance au fur et à mesure que l'on s'approche des enseignes. Les routes s'élargissent en parkings et les arbres sont plus isolés les uns des autres. Les parkings du Leroy Merlin et Magasin Vert sont agrémentés d'arbres, qui eux sont mis en valeur au sol par des pierres et des ardoises sur des bâches (photographie 1 dans la Figure 7). Les pelouses sont rasées, les haies taillées, la nature sur les parkings est encadrée et rien n'est laissé au hasard. Ce constat est particulièrement visible sur les enseignes de Magasin Vert et Leroy Merlin ; l'espace paysagé semble être le même depuis l'ouverture de la zone, entretenu mais jamais repensé. Alors que les mentalités évoluent et que la nature se crée une place dans les zones commerciales, seul Decathlon semble sauter sur cette vague, dans une stratégie nationale de rénovation de ses magasins.

B) Une écologie démonstrative : entre pédagogie environnementale et mise en scène de la nature

La volonté de verdure se fait ressentir à travers la stratégie de communication de Décathlon. La sensibilisation sur la biodiversité se caractérise par la description d'habitat, des espèces et de leurs fonctions. Des aménagements en faveur de la biodiversité sont installés, comme un hôtel à insectes (photographie 2 dans la Figure 7), un hibernaculum, des ruches ou encore une bande fleurie. En transparence de cette sensibilisation et des aménagements se trouve un besoin d'action. La communication est centrée sur l'action humaine en faveur de la

biodiversité, et partout dans les aménagements apparaît la marque Décathlon, comme si les aménagements étaient voués à communiquer sur leur action, plutôt qu'à mener une action concrète pour la biodiversité. Les aménagements paysagers et de gestion des eaux pluviales réalisés entre 2023 et 2024 par Décathlon sont fondés sur la même stratégie. Devant le magasin, des noues séparent le parking de l'espace piéton. Sur sa façade ouest, une cascade permet à l'eau de s'écouler. En contrebas, une mare a été creusée et plusieurs pontons en bois ont été installés. Ces aménagements sont voués à faire circuler l'eau plus facilement avec, sous les noues, des canalisations qui acheminent l'eau de pluie jusqu'à la cascade (3) qui, ensuite, accélère l'arrivée d'eau jusqu'à la mare (4).



Figure 7. Photographies des aménagements paysagers de Magasin Vert (1) et Décathlon (2, 3, 4)

A contrario, Décathlon détient une grande parcelle de terrain naturel au sud du magasin. Cet espace, situé derrière l'arrière, n'est pas mis en valeur, et son potentiel dans la stratégie verte du magasin n'est pas exploitée à son maximum.

C) Le vocabulaire du “village” : un imaginaire rural mobilisé à des fins commerciales

Le “Village de la Forme” n'est pas une appellation neutre. Elle relève d'une stratégie de marketing territorial. Le terme “village” est une rhétorique d'opposition à la ville. Il renvoie à une échelle humaine, une interconnaissance, une vie communautaire et une atmosphère apaisée. Or selon les définitions issues du Larousse et de Géoconfluences, le village renvoie historiquement à un groupement d'habitations permanentes, souvent liées au monde agricole. Ici, le “village” est un outil de marketing puisqu'il ne s'agit pas d'une zone d'habitat, ni d'un espace de vie permanent mais d'une zone commerciale. L'appellation valorise un imaginaire en opposition symbolique à la ville dans un contexte de proximité directe à Rennes.

Le terme “forme” est également à considérer. Il renvoie à la santé, à la performance, au bien-être et au plaisir sportif. À ce titre, Décathlon, acteur structurant du site, a longtemps utilisé le slogan “À fond la forme” puis “Ready to play”. La zone semble ainsi conçue comme une extension de cette philosophie. Équipements sportifs extérieurs, ruches, arbres fruitiers, potagers et dispositifs pédagogiques autour de la biodiversité.

Cependant, cette mise en scène repose sur une vision anthropocentrée de la nature : la biodiversité est valorisée lorsqu’elle est maîtrisée, domestiquée, utile, productive. Le végétal semble être un outil d’image. Sur les parkings, sa présence diminue au profit du minéral. Le contraste entre discours écologique et emprise imperméabilisée interroge une possible dimension de greenwashing.



Figure 8. Photographies des façades extérieures des magasins

Transition. Entre opportunités et menaces : quelles trajectoires pour la ZACom de Pluvignon ?

Afin de définir une stratégie de transformation cohérente, il est essentiel de croiser ses caractéristiques intrinsèques avec les dynamiques extérieures qui l’influencent. Le diagnostic suivant, structuré sous forme d’analyse AFOM, met en lumière le contraste entre le dynamisme actuel du “village sportif” et les vulnérabilités structurelles d’une zone encore très dépendante du modèle “tout-automobile”. Cette lecture croisée nous permet d’identifier les leviers sur lesquels s’appuyer pour engager la mutation du site.



Figure 9. Analyse AFOM de la ZACom

Différents axes du diagnostic ressortent structurant de l'agencement de la ZACom. Premièrement son caractère isolé la sépare des tâches urbaines. Ensuite, elle fragmente le paysage et est elle-même fragmentée en différentes pièces. Enfin, au-delà de son agencement dans l'espace, le secteur est mis en scène à travers ses infrastructures mais également dans la communication choisie par certaines entreprises *in situ*.

ENTRE RÉCIT ET INTENTIONS DE PROJET

Le projet prospectif mené sur les secteurs tertiaires et zones d'activités de Rennes Métropole s'inscrit dans une réflexion à l'horizon 2050, à un moment charnière où l'immobilier économique doit changer de modèle. Face à l'obsolescence croissante des bâtiments, à la raréfaction des ressources et à l'exigence de transition écologique, il ne s'agit plus d'étendre, mais de transformer.

Cette projection prend la forme de deux discours qui se répondent : celui d'Alain, salarié historique d'une zone d'activités en mutation, prononcé à l'occasion de son départ à la retraite, et celui d'une jeune professionnelle qui lui succède. À travers ce passage de relais générationnel, le récit met en scène le passage d'un modèle fondé sur le flux, l'étalement et la consommation à tout coût, vers un modèle circulaire, sobre et coopératif.

Discours, Alain

(Ancien responsable logistique, présent depuis 2020)

Quand je suis arrivé ici, en 2020, on ne parlait pas d'écosystème.
On parlait de flux. De rendement. De parts de marché.
En réalité, c'était un fragment de ce **capitalisme ambiant** qui nous enveloppait sans qu'on le questionne.

Je passais deux heures par jour dans les embouteillages.
Je venais garer ma voiture sur une mer d'asphalte.
L'été, le sol brûlait.
L'hiver, le vent s'engouffrait entre les hangars.

Décathlon, Leroy Merlin, Magasin Vert...
C'étaient des locomotives commerciales.
On vendait beaucoup. On stockait beaucoup. On jetait beaucoup aussi.

Les parkings grouillaient du matin au soir.
On mesurait la réussite au nombre de tickets de caisse.

Je ne dis pas que c'était mal.
C'était une époque.

Mais on ne voyait pas encore ce que ça coûtait.
Le sol imperméabilisé.
Les camions à répétition.
Les invendus détruits en silence.

Puis les crises sont arrivées.
Climatiques. Énergétiques. Sociales.

Et là, quelque chose a basculé.
De logisticien du flux, je suis devenu artisan du réemploi.

On a commencé petit.
Un atelier de réparation chez à la vallée santé.
Un corner réemploi au lieu-dit matériau.
Un troc de plants dans le hameau vert.

Ça paraissait anecdotique. Ça l'était peut-être.

Aujourd'hui, regardez.

[Décathlon] n'est plus seulement un magasin de sport.
C'est un pôle du mouvement :
on y apprend à réparer son vélo,
à entretenir son corps,
à pratiquer ensemble.

[Leroy Merlin] est devenu un pôle du faire :
on n'y vient plus seulement acheter une perceuse,
on y apprend à construire, à transformer, à réutiliser.
On partage les outils. On transmet les gestes.

[Jardiland]...

C'est devenu un conservatoire de biodiversité.
Un lieu où l'on cultive, où l'on apprend les sols,
où les enfants viennent comprendre d'où vient la vie.

Moi, je pars à la retraite aujourd'hui.
Et je pars apaisé.

Parce que cette zone n'est plus un simple lieu de consommation.
Elle est devenue un lieu d'apprentissage.

Cette transformation n'a pas détruit l'économie.
Elle l'a rendue plus durable.
Plus résiliente.
Plus sociale et solidaire.

On a compris que vendre ne suffisait plus.
Qu'il fallait rendre.

Rendre au territoire.
Rendre aux habitants.
Rendre (au) vivant.

Ce que nous avons commencé, vous allez le faire grandir.
Et je crois que vous irez plus loin que nous.

Discours, Anouk

(Nouvelle coordinatrice du pôle ESS)

Merci.

Je n'ai pas connu la zone d'avant.
Je n'ai pas connu les parkings saturés ni les soldes géantes.

Je suis arrivée dans un lieu déjà en transformation.
Mais ce qui m'a frappée, ce n'est pas l'architecture.
C'est l'état d'esprit.

Ici, on ne parle plus de clients.
On parle de participants.

Le pôle bricolage n'est pas un magasin amélioré.
C'est un atelier collectif.
On y vient pour apprendre à réparer, à fabriquer, à comprendre la matière.
On y emprunte, on y recycle, on y transmet.

Le pôle sportif n'est pas un temple de la performance.
C'est un espace de réappropriation du corps.
Dans un monde numérisé, automatisé,
on redécouvre la force du geste,
la coopération,
la capacité d'agir ensemble.

Et le pôle jardinage...
Ce n'est pas une jardinerie élargie.
C'est un **conservatoire vivant**.
Des semences **locales**.
Des formations aux sols régénératifs.
Des corridors écologiques qui traversent la zone.

Ce qui me touche le plus,
c'est que l'économie sociale et solidaire n'est plus un « à côté ».

Elle est devenue la structure même du lieu.

Les grandes enseignes sont restées.
Mais elles ont **changé de rôle**.
Elles ne sont plus seulement distributrices.
Elles sont **contributrices**.

Elles investissent dans la formation.
Elles mutualisent leurs espaces.
Elles ouvrent leurs toits pour produire de l'énergie.

Elle prouve une chose essentielle :
on peut transformer l'existant **sans le raser**.
On peut faire évoluer les géants plutôt que les opposer.
On peut passer de la consommation à la **contribution**.

Je n'hérite pas d'un projet terminé.
J'hérite d'un **mouvement**.

Et notre responsabilité maintenant,
c'est de ne pas en faire un modèle figé, mais un terrain
d'**expérimentation permanent**.

Merci à celles et ceux qui ont amorcé le virage.

À l'horizon 2050, quelles perspectives pour le Village La Forme de Betton & quelle intégration au territoire ?

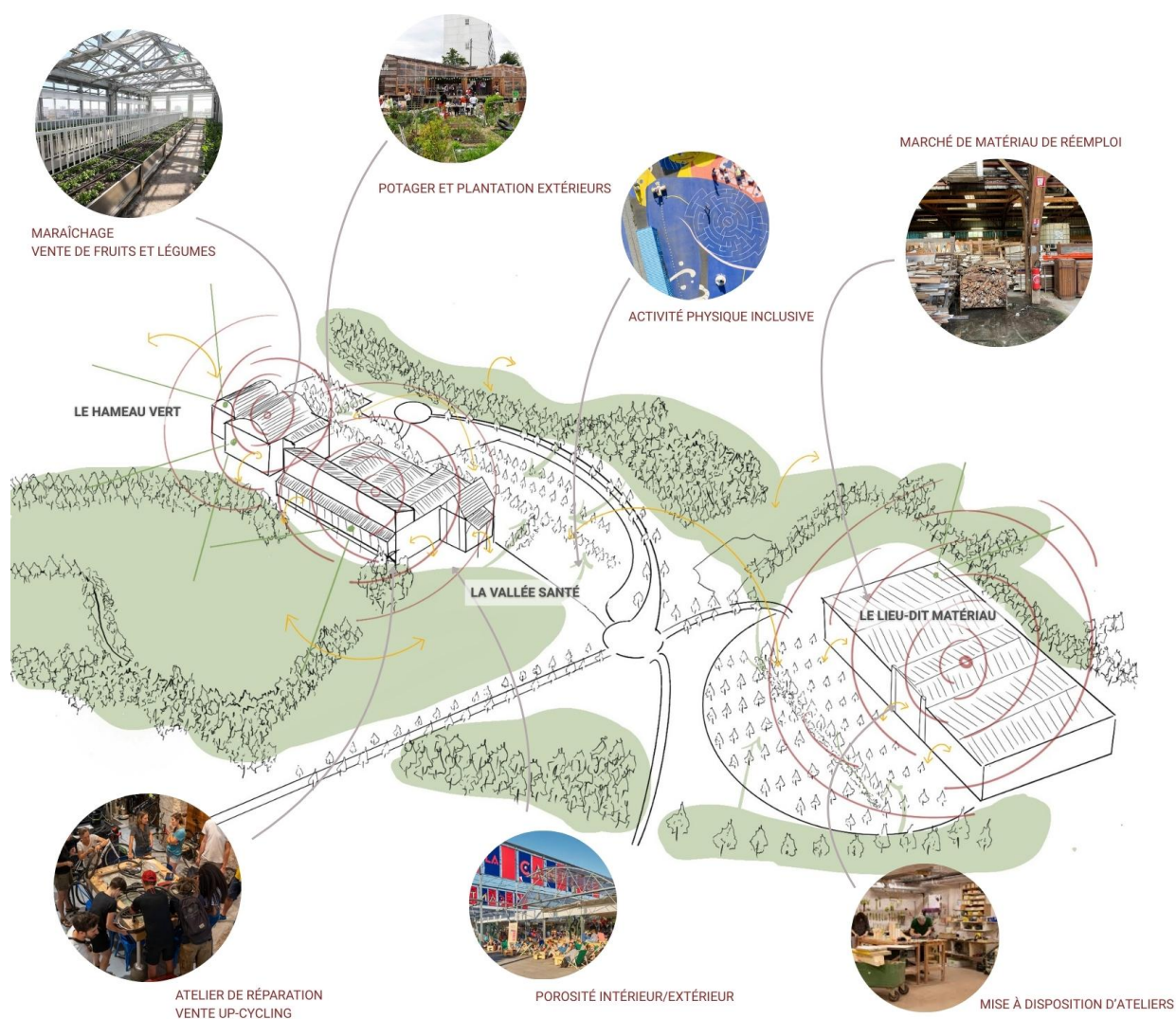


Figure 10. Intentions de projet VILLAGEONS !

I. IMPULSER – Vers un cœur productif, solidaire et résilient

A. Le passage à une économie sociale et solidaire

L'économie sociale et solidaire (ESS) est définie comme un moyen d'entreprendre conciliant activité économique et utilité sociale, plaçant l'humain au cœur du fonctionnement. Elle repose sur des principes de gouvernance participative, d'ancrage local et de finalité sociale ou environnementale. Appliquée au Village La Forme, cette philosophie permet de dépasser le modèle classique de la zone commerciale fondée sur la vente de produits neufs.

À l'horizon 2050, le site pourrait devenir :

- Un pôle de réemploi des matériaux ;
- Un lieu de production locale et de circuits courts ;
- Un espace de formation et de transmission ;
- Un démonstrateur d'économie circulaire.

L'objectif est de passer :

- D'un espace de consommation → à un espace de contribution ;
- D'un lieu d'achat → à un lieu d'apprentissage ;
- D'un commerce standardisé → à une économie ancrée localement.

Afin de changer, de renouveler et d'innover, il est nécessaire que l'actuel Village de la Forme soit impulsé par un vent nouveau : mettre fin au capitalisme, au "tout voiture" et à l'utilisation limitée et peu optimisée du foncier (surface imperméable, végétations limitées, mono-usage et mono-entreprise). Le remembrement des activités est à approfondir, en s'inspirant de l'économie sociale et solidaire, qui cherche à concilier économie et social, et place l'humain au centre des préoccupations. Ainsi, une économie nouvelle, meilleure, plus solidaire et responsable, est possible. De quelle manière cette nouvelle économie se traduirait-elle sur la ZACom de Betton ?

B. Changement du bâti et des usages

Les bâtiments actuels sont conçus de façon à répondre à des besoins mesurés : stockage et vente. Leur morphologie fermée, leurs toitures industrielles et leur faible porosité limitent leur adaptabilité. Cependant, ils peuvent croître d'une meilleure manière, en devenant plus durables, et en luttant contre l'exclusion et l'individualisation des citoyens. Par

la transformation des bâtis, l'idée est de les rendre résilients, et de limiter leur empreinte carbone.

Premièrement, les employés de la ZACom devront être impliqués dans la conception des bâtiments pour faciliter leur appropriation. Ensuite, les matériaux devront être rigoureusement choisis, recyclés, et fournis par Leroy Merlin (ou l'enseigne le remplaçant), encourageant ainsi l'économie circulaire. La construction des nouvelles infrastructures ou leur rénovation doivent être menées par des entreprises locales, voire même par les habitants qui auront suivi les formations proposées par l'entreprise, afin d'initier des logiques d'emplois locaux et d'insertion professionnelle. Ces mêmes rénovations sont à prévoir avec les matériaux les plus écologiques possible ou recyclés. En renforçant l'aspect convivial de la ZACom par des aménagements et des activités en lien avec le commerce en place (le sport, les plantes, la construction et la restauration), le village deviendra un lieu de vie apaisé où la cohésion et la résilience se mêleront. Les individus viendront y passer la journée, et passeront de consommateurs à producteurs d'un espace vivant. Passer d'une vente de plantes, de matériel et de produits d'entretien du jardin à un lieu d'échange, de troc, de formation et de vente de plantes locales et alimentaires. Passer d'un lieu d'achat d'articles neufs à un lieu d'achat de seconde main, de sport et de santé. En choisissant d'autres produits à consommer, les usages seront multipliés.

A travers un projet commun et la complémentarité des activités de la zone, l'attractivité territoriale sera optimisée, notamment par le biais de la performance économique, la qualité des usages ainsi que la préservation de la nature. L'introduction de nouvelles fonctions dans la ZACom permettra de créer plus de mixité et d'intensifier les usages. La diversité ainsi que la qualité des nouvelles offres, compilées avec les usages déjà présents augmenteront le rayonnement de la zone. Les boutiques seront centrées sur les circuits courts et la provenance locale de la marchandise. Les matériaux de construction seront acheminés depuis les déchetteries et chantiers alentour pour être restaurés puis revendus. Les plantes vendues seront essentiellement locales et adaptées au mieux aux changements climatiques et climat local. L'impulsion souhaitée consiste à faire rester les consommateurs autour d'une activité économique transformée, respectueuse et concertée.

II. DIFFUSER – Faire du paysage et de l'espace public les supports de la transition

Une fois que l'ESS aura été impulsée au Village La Forme, il s'agira de diffuser ce nouveau vécu et ces nouvelles expériences du quotidien.

Diffuser ce nouveau mode de faire, de l'intérieur à l'extérieur du bâti. L'objectif est de mettre fin à la sectorisation des espaces et à l'enfermement des activités. De ce fait, la porosité entre l'intérieur et l'extérieur du bâti est à réfléchir. Comment faire pour que l'ESS ne soit pas seulement à l'intérieur des bâtiments mais qu'elle se diffuse à l'extérieur et qu'elle soit visible ? Comment faire pour que ce lieu d'interconnexion le soit tout le temps ?

A. *Les bâtiments, comment les rendre plus agréables et plus multiusages ?*

En 2026, le bâti de ces entreprises est grand et fermé, avec seulement quelques ouvertures dans le toit. En 2050, ces espaces et lieux de vie intergénérationnels pourront être ouverts vers l'extérieur. En effet, la diffusion de cette nouvelle économie peut se traduire par une ouverture vers l'extérieur, permettant de profiter de la lumière et de réduire le besoin en électricité. Ainsi, les habitants auront une vision de la nature lorsqu'ils viendront acheter de la seconde main, réparer leurs objets ou se former sur des sujets en lien avec l'alimentation, la santé et la construction, afin de profiter du soleil et de sentir moins enfermés. Les usagers pourront profiter de la trame verte et bleue au sud et des espaces de vie au nord, des fenêtres permettent aux enfants et aux adultes de trouver le temps moins long et de profiter des arbres et des équipements extérieurs même s'ils n'y sont pas. Certaines de ces fenêtres pourraient être des ouvertures, des portes qui s'ouvrent en été et qui favorisent l'aération de l'esprit et l'interdisciplinarité entre l'intérieur et l'extérieur.

Afin de travailler sur l'usage de la zone et éviter son utilisation seulement commerciale, les magasins pourront suggérer des formations en lien avec la rénovation, la construction, la ré-utilisation de matériaux et d'objets abîmés, la sensibilisation à la nature ou encore à la permaculture. Cela donnera l'occasion aux usagers d'apprendre à être auto-suffisant, tout en renforçant les liens sociaux (ce qui intègre aussi la question de santé avec la santé mentale). Ces formations pourront prendre place à l'extérieur, dans des hangars ouverts, afin qu'elles s'organisent tout au long de l'année. Tout en étant des structures malléables et peu coûteuses, elles contribueront à une respiration constante des formateurs et des habitants.

B. Des parkings restructurés en îlot de fraîcheur

Une partie des parkings automobiles pourrait disparaître au profit des stationnements pour le vélo et le covoiturage, avec des abris sécurisés pour les employés et des pergolas couvertes pour les usagers du Village. Les pergolas pourront être d'une part végétalisées, et de l'autre couverte de panneaux solaires. L'énergie pourra directement être utilisée pour les besoins en électricité des entreprises, ce qui renforcera la résilience du lieu et de l'intercommunalité. De plus, le reste des places pourront être désimperméabilisées dans la logique déjà lancée par Décathlon.



Figure 11. Photographies des places de parking Décathlon perméables déjà présentes

Les façades pourraient aussi bénéficier de végétalisation. Cela permettrait de contribuer à l'îlot de fraîcheur, à l'amélioration du confort thermique et à la régulation en température du bâtiment. Installés en pleine terre via des câbles en inox, la végétation fournit un potentiel de biodiversité et demande une certaine gestion et un entretien, pour ne pas qu'elle entrave la sécurité des populations, tout en offrant une source d'emploi dans son entretien. Outre la végétalisation, une autre opportunité pour les façades pourrait consister en une multiplication des ouvertures pour faire entrer la lumière et mettre fin aux espaces cloisonnés, éclairés aux leds. Pour diffuser l'Économie Sociale et Solidaire, les activités doivent sortir des murs avec des formations : celles-ci permettent aux habitants d'intégrer eux-mêmes ces principes et cette résilience afin de mieux affronter les enjeux de 2050, ainsi que créer du lien social et des emplois durables vers une économie plus solidaire.

III. CONNECTER – Inscrire la zone dans un système territorial élargi

Actuellement, le Village de la Forme est principalement accessible en voiture. Des alternatives existent, notamment le vélo, mais elles sont encore peu développées et nécessitent l'emprunt de routes sans infrastructures adaptées. Dans une optique

d'augmentation de l'usage des mobilités durables, divers aménagements ont été pensés afin de s'adapter à chacun et chacune, leurs besoins, leurs contraintes et leurs habitudes.

A. Le développement du réseau STAR sur la ZACom

L'adaptation vers une mobilité plus durable peut commencer par du covoiturage, au moyen d'une ligne régulière de covoiturage, sur le modèle de la ligne star't. Proposé sur l'axe Sens-de-Bretagne <> Cesson Via Silva, un détour de 5 minutes permettrait de rejoindre la zone, avec les infrastructures actuelles, rendant plus accessible les commerces sans changement radical des habitudes ou de l'infrastructure. Pour les habitants des autres secteurs, l'automobile peut être remplacée par deux modes : les transports en commun et le vélo. L'arrêt de bus actuel, sur la route départementale 3175, n'est pas adapté à une desserte de la zone d'activité. Afin de combler ce manque, un arrêt de bus situé aux alentours du rond-point entre les enseignes Décathlon et Leroy Merlin a été imaginé, afin de fournir un accès central au Village la Forme. Pensé comme un complément aux lignes déjà existantes, servant aux habitants du bourg de Betton et des hameaux le long de la route départementale D3175, cette nouvelle ligne de bus partira de la gare de Betton pour rejoindre le centre-ville rennais, utilisant les infrastructures des tram-bus, tout en garantissant des interconnexions avec les lignes t1, t2, t3 et la ligne b du métro. Un aménagement des bus permettrait de mieux répondre aux attentes des clients de la zone commerciale, en proposant des espaces dédiés aux achats, comme cela est parfois fait pour des lignes desservant des aéroports. En effet, les commerces présents ont la particularité de vendre des objets pouvant être encombrants.

B. Une meilleure desserte cyclable - nouvelles pistes, nouveaux parkings

La problématique des achats encombrants, favorisant l'utilisation de la voiture, s'applique également aux vélos. Il est nécessaire de prévoir des emplacements pour des vélos classiques, mais également pour des vélos cargos et vélos adaptés. Les infrastructures actuelles sont limitées à 8 vélos par magasin, hors Leroy Merlin qui ne dispose pas d'équipements de stockage vélo pour les clients. Des racks à double étages permettraient de limiter l'empreinte au sol, en maximisant le nombre de rangement de vélos classiques ; des arceaux sont aussi nécessaires afin de pouvoir sécuriser les vélos plus encombrants, type vélos cargos. Un abri couvert permettrait de protéger les vélos de la pluie, avec l'option de végétaliser le toit de la structure ou l'ajout de panneaux photovoltaïques. La liaison avec le

réseau cyclable est également à améliorer : une vraie liaison cyclable entre le Village de la Forme et la gare de Betton, via la route du Vau Robion, permettrait de rendre la zone accessible en transport aux habitants de la ligne Montreuil-sur-Ille - Dole - St Malo, avec un trajet à vélo de 10 minutes depuis la gare. De même, cet axe permettrait de rejoindre la voie verte le long de l'Ille. Enfin, la route départementale 29 serait également à améliorer jusqu'à la rue de Rennes, en proposant une véritable infrastructure sécurisée, ce qui permettrait de rejoindre l'aménagement existant.

C. La piétonisation d'une zone centrée sur l'automobile

Les cheminements piétons existant ne favorisent pas l'usage de ce mode de déplacement au sein de la zone d'activité. Un remaniement des itinéraires piétons, différents de ceux des voitures, et traversant des espaces verts, permettrait d'encourager les usagers de la zone à profiter de celle-ci d'une nouvelle manière, et non plus seulement au moyen de leur véhicule. La connexion du territoire s'effectue également au moyen de l'ouverture vers les espaces alentours : en lien avec la Fédération Française de Randonnée, une connexion vers le GR39 (Guérande - Le Mont Saint Michel), passant à moins de deux kilomètres, pourrait être envisagée, agrandissant le périmètre pédestre de la zone d'activité. Afin de consolider le rayonnement "santé" du Village de la Forme, un nouveau PR (Promenade et Randonnée) pourrait être implanté dans les environs, permettant de renforcer les sorties loisirs de la zone.

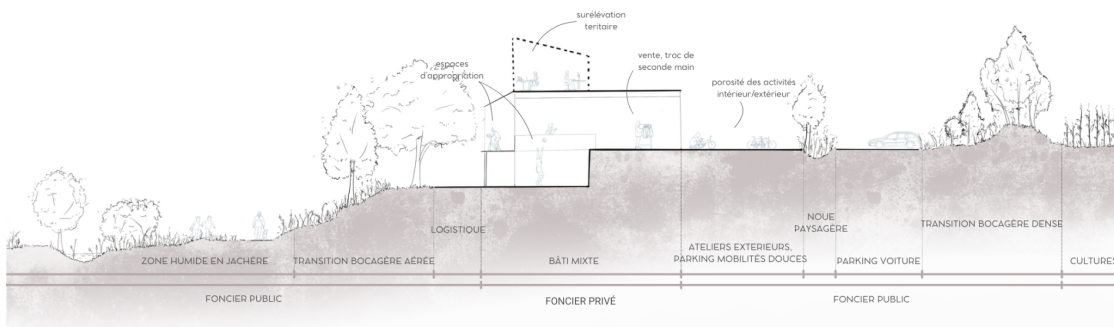


Figure 12. Coupe de principe

1. Les documents d'urbanisme

DAC (document d'aménagement commercial) du SCoT du Pays de Rennes (notre zone en p.43) :

https://www.paysderennes.fr/wp-content/uploads/2025/12/4_DAC.pdf

PLUi Rennes Métropole : Lien vers carte interactive :

https://mviewer.sig.rennesmetropole.fr/?x=-180882&y=6134943&z=15.134010853714543&l=plui_plan_zonage_simplifie*%2Cplui_zone_urba*%2Ccommune*&lb=PLUi&config=apps/PLUi/PLUi.xml&mode=d

Guide recommandations pour optimiser et densifier le foncier économique, appui au PLUi de Rennes Métropole, octobre 2025, AUDIAR

https://www.audiar.org/wp-content/uploads/2025/10/Guide-optimisation-ZAE_WEB.pdf

2. Les données

AUDIAR, *Diagnostic terrain du Village La forme/ Pluvignon de Betton*, septembre 2025 :

https://www.audiar.org/storymap/zacom2025/Village_la_forme.pdf

AUDIAR, *Les potentiels d'optimisation foncière des ZAE de Rennes Métropole fin 2023*, novembre 2024. (chiffres sur notre terrain) :

https://www.audiar.org/wp-content/uploads/2025/01/Synthese-Potentiel-optimisation-fonciere-ZA-RM_WEB.pdf

IAUR. Dossier – “Échappons à la bettonisation”. Workshop 2023.

https://www.iaur.fr/wp-content/uploads/2023/03/G04_echappons-a-la-bettonisation_dossier_workshop23_IAUR.pdf.pdf

IAUR. Dossier – “Demain Betton”. Workshop 2023.

https://www.iaur.fr/wp-content/uploads/2023/03/G11_ProjetDB_dossier_workshop23_IAUR.pdf

INSEE. Hervé Bovi, Emmanuel Granier, Dominique Tacon. “En 2050, la Bretagne compterait près de 260 000 habitants supplémentaires”, décembre 2023.

Projection démo 2050 :

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/7737359#tableau-figure2>

Rennes Métropole, Notice de présentation du parc d'activités Les Rignés, octobre 2019, Panorama du terrain :

https://www.betton.fr/upload/espace/12/4-mon_cadre_de_vie/1-urbanisme/5-enquetes_et_consultations/rignes/pa-02-notice.pdf

3. Les articles

Ouest-France. “Pluvignon Autre zone à urbaniser, les 70 hectares de la Bunelais et Pluvignon”. Juin 2013.

<https://www.ouest-france.fr/bretagne/rennes-35000/autre-zone-urbaniser-les-70-hectares-de-la-bunelais-et-pluvignon-844044>

Ouest-France. “Près de Rennes, il y a 20 ans, une grande enseigne faisait pousser un village”. Septembre 2025

<https://www.ouest-france.fr/bretagne/betton-35830/pres-de-rennes-il-y-a-20-ans-une-grande-enseigne-faisait-pousser-un-village-f56d0ac6-8ed2-11f0-993e-d26697f22bf2>

Site internet de Kidiklik. Description de “Décathlon : le village "La Forme" de Betton”. Mis à jour en juillet 2025.

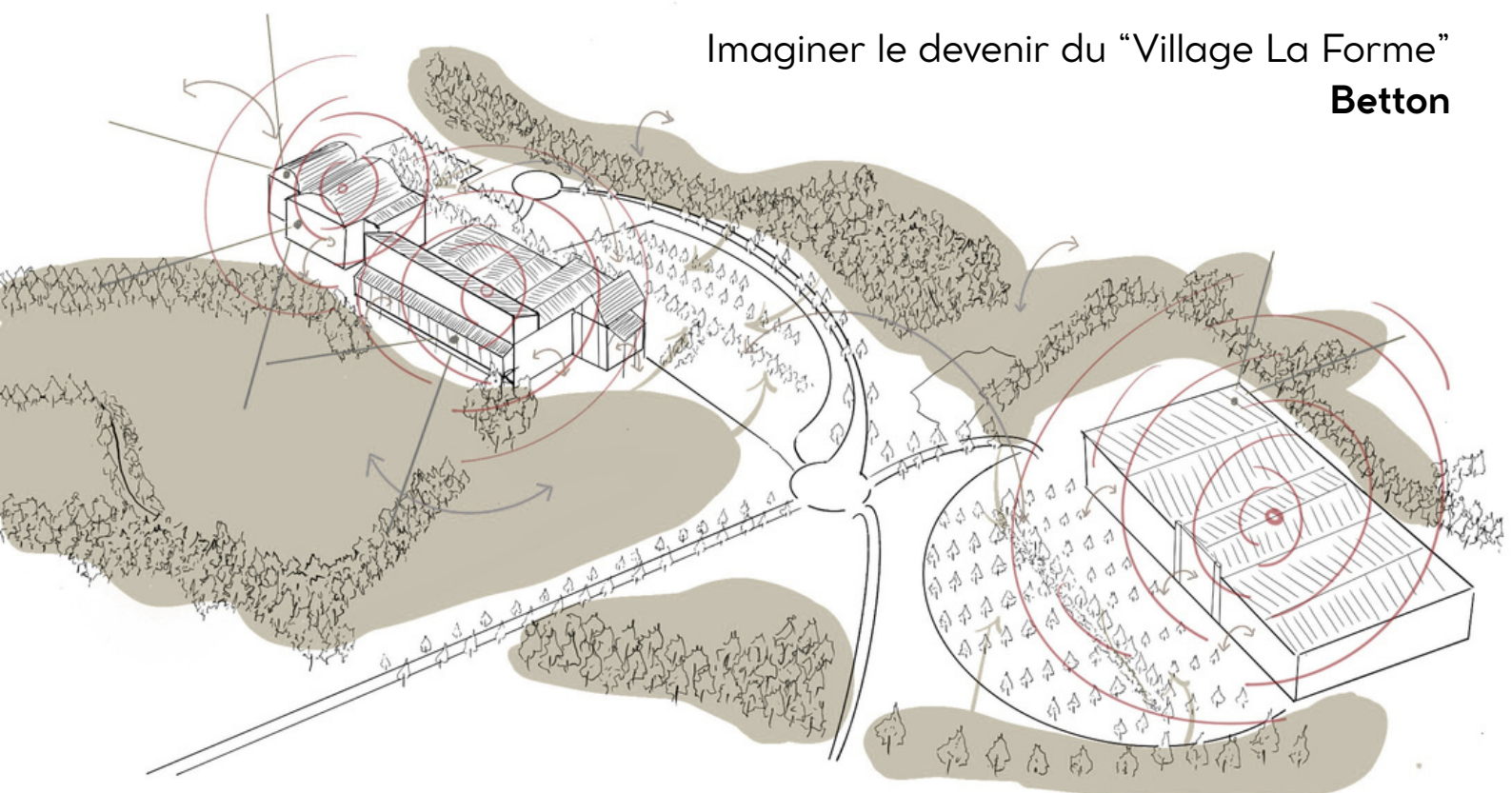
<https://rennes.kidiklik.fr/loisirs/235331-decathlon-village-de-betton-pres-de-rennes.html>

De gauche à droite : Chaussarot Maxence (MOUI-ENSAB), Begu Hugo (SIGAT), Michat Elias (ERPUR), Reno Ilona (AUDIT), Boixel-Streiff Claire (EMMD), Perrein Lisa (MOUI), Prudhomme Amélie (ACT)



MERCI !

Imaginer le devenir du “Village La Forme”
Betton



GROUPE 10

BEGU HUGO - BOIXEL-STREIFF CLAIRE - CHAUSSAROT MAXENCE - MICHAT ELIAS - PERREIN LISA - PRUDHOMME AMÉLIE - RENO ILONA