

2

**CARNET
DE TENDANCES**



LESTOUX & ASSOCIÉS

0

2

6

Préparer le monde de demain

Faire un vœu, dessiner l'espace et les sentiments, penser à demain, décoder les signaux faibles et les tendances de fond, anticiper pour ne pas subir, se dire que tout change mais que ce n'est pas si grave...

C'est un peu tout ça le 9^e opus de notre carnet de tendances... à un moment où les 5 dernières années ont tracé les contours d'un nouveau modèle sociétal qui nous oblige à imaginer demain sans penser hier...

9^e opus cette année mais avec 13 mois et 13 tendances au lieu de 12...

Et si on imaginait en 2026 un 13^e mois qui nous donne le temps de prendre le temps, de réfléchir et de s'inspirer...



JANVIER

Tout change, mais ce n'est **pas grave**

Phygi-IA-lité

par Bruno

Et si, finalement, l'avenir du commerce de centre-ville consistait à marier l'intuition du commerçant avec la précision des algorithmes ? À redonner envie de pousser la porte grâce à une technologie qui s'efface pour mieux révéler l'humain ? La tendance est là, et elle risque bien de devenir un standard. La phygi-IA-lité, c'est le commerce de proximité... en version augmentée mais toujours profondément humaine. Proposer une nouvelle coiffure devant un miroir intelligent, tester virtuellement une couleur de vêtement, affiner un diagnostic de peau, suggérer des accords mets-vins... tout en laissant au commerçant ce qui fait sa force : le conseil, le geste, l'attention. Un commerce où l'on gagne du temps... pour retrouver du lien.



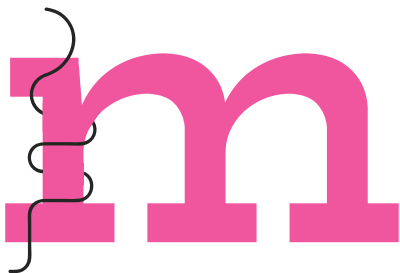
FÉVRIER

Tout change, mais ce n'est **pas grave**

Ville à croquer

par Marie

Le goûter devient un nouveau rituel urbain. Coffee shops, maisons du cookie, "flantries" et boutiques de donuts séduisent une génération en quête de pauses gourmandes et de moments à vivre. La pause sucrée prend un statut quasi sacré, un véritable temps fort à investir. Mis en scène sur les réseaux sociaux et portés par des vitrines irrésistibles, ces lieux dynamisent les rues et réinventent la déambulation en ville... et bousculent les codes de la restauration à table.



MARS

Tout change, mais ce n'est **pas grave**

Antizoning

par Quentin

À l'opposé de la ville fragmentée en zones spécialisées, l'antizoning c'est une urbanisation fluide, évolutive et profondément mixte. Grâce aux data, aux capteurs et à l'intelligence artificielle, les territoires apprennent des usages réels pour ajuster l'aménagement de façon continue. Ce nouveau modèle redonne sens

à la proximité, limite les déplacements et réinvente une ville vivante, dense, adaptable.

Les espaces commerciaux deviennent modulables, s'ajustant aux besoins du moment pour lutter contre la vacance et stimuler l'attractivité.

Plus qu'un modèle urbain, l'antizoning est une philosophie : sortir d'un urbanisme figé pour faire émerger des lieux hybrides, dynamiques et alignés avec les rythmes de vie actuels et futurs.



AVRIL

5^e façade

par David

Un rooftop c'est bien mais si on continuait à explorer les usages de la 5^e façade de nos bâtiments ? Il n'y a pas que les friches qui peuvent accueillir la ville et les usages de demain (et puis on pourrait conserver les fameuses dents creuses pour rendre la ville de demain plus verte). Activités de loisirs, sports, toits fraîcheur, espaces de co, nouvelles formes d'habitat ... Le toit un allié du ZAN ? Oui à condition de se libérer de règles contraignantes !



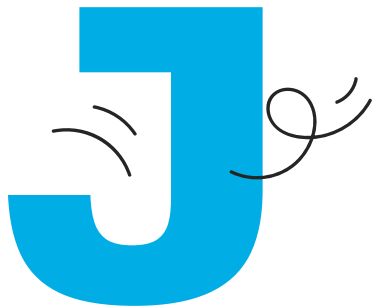
MAI

Tout change, mais ce n'est **pas grave**

Pharma&Cie

par Hugo

Et si les pharmacies devenaient les nouveaux piliers de nos centres-villes ? Elles s'imposent peu à peu comme des relais essentiels de l'accès aux soins du quotidien. Vaccination, dépistage, téléconsultation, prévention... Les usages se multiplient et transforment la pharmacie en un lieu de plus en plus hybride, en intégrant davantage de services de soins de proximité. Alors que la santé et l'offre médicale seront des moteurs majeurs de l'attractivité des centralités, les pharmacies s'imposent comme des activités stratégiques, en pleine évolution, dont il sera essentiel d'anticiper les besoins (notamment en matière d'espaces) pour accompagner pleinement leur rôle grandissant au cœur de la ville.

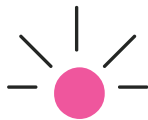


JUIN

(Rue)nning

par Marie

Groupes de running, sorties gravel... le sport urbain gagne en intensité. Pratique fédératrice, il rassemble les usagers et redessine leur manière de vivre et de parcourir la ville. Courses et grands rendez-vous sportifs génèrent des pics de fréquentation dont le commerce peut tirer parti. Cette dynamique porte aussi l'essor de concepts mêlant conseils sportifs spécialisés et loisirs ouvrant ainsi de nouvelles opportunités pour des centres-villes en quête de renouveau.



J

JUILLET

Basique !

par Hugo

Simple !... Basique !

Et si ces mots résumaient l'essentiel lorsqu'il s'agit de repenser nos centres-villes ?

Trop souvent, les projets se complexifient, s'empilent, s'étirent dans le temps et finissent par s'éloigner des fondamentaux.

À force de vouloir tout prévoir, tout encadrer, tout optimiser, l'action se dilue et l'impact s'affaiblit. Et si le véritable enjeu était, au contraire, de simplifier ? Simplifier les projets de centres-villes, c'est activer des victoires rapides, plus visibles et aussi moins coûteuses à l'heure où les capacités financières des collectivités se contractent. Des leviers existent pour simplifier l'action publique et adapter nos cœurs de villes aux nouveaux usages !



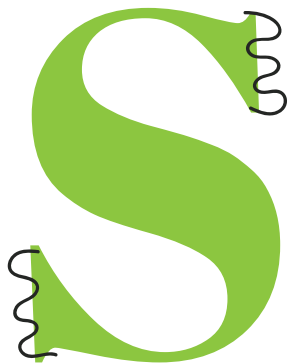
AOÛT

Tout change, mais ce n'est **pas grave**

Gémmologie

par Ludovic

Et si nous regardions autrement les micro-friches, les interstices urbains, les petits locaux vacants ? Comme en gemmologie, qui révèle la valeur cachée des pierres précieuses, cette approche invite à repérer et à révéler les pépites oubliées de nos tissus urbains : activités de loisirs numériques, espaces culturels, micro-commerces hybrides, services de proximité, usages temporaires ou hybrides. Une stratégie fine pour tailler, polir et valoriser l'ensemble du tissu urbain en y implantant de nouveaux lieux d'innovation ! Vive la gémmologie urbaine !



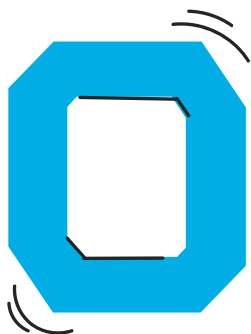
SEPTEMBRE

Tout change, mais ce n'est **pas grave**

Design sensoriel

par Marina

Et si on se rappelait que l'aménagement d'un centre-ville n'était pas simplement une histoire de techniques mais bien de sens. Donner du sens et réveiller les sens pour rendre la ville et les commerces plus attractifs et agréables. C'est ça le design sensoriel. Il joue sur le son, le toucher, le parfum et pas seulement le visuel pour créer confort, ambiance et identité. Dans le commerce, il enrichit l'expérience et renforce l'envie d'achat. C'est un levier clé pour transformer des espaces en lieux de vie et dynamiser les centres-villes.



OCTOBRE

Tout change, mais ce n'est **pas grave**

Caméléon

par Quentin

Le commerce caméléon incarne la renaissance du lieu marchand comme espace de vie et de lien. Il n'est plus uniquement dédié à la transaction, mais devient un espace malléable, multifonctionnel et rythmé par les usages. Une boutique peut accueillir un café le matin, un atelier l'après-midi, un événement culturel ou une séance de yoga le soir. Cette hybridation répond aux nouvelles attentes : spontanéité, diversité, proximité.

Le rez-de-chaussée retrouve une centralité sociale, devient terrain d'expérimentation pour les marques, mais aussi levier de revitalisation des centres-villes. Le commerce caméléon redonne au tissu urbain sa capacité d'adaptation — et à la rue, son rôle de scène vivante.



NOVEMBRE

Tout change, mais ce n'est **pas grave**

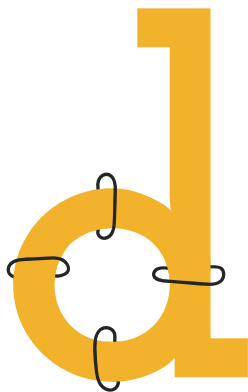
Datatopie

par Ludovic

De la qualité de l'air en centre-ville à la régulation du trafic, en passant par l'éclairage intelligent, la donnée s'est imposée comme un outil essentiel, à la fois pour améliorer la qualité de vie des habitants et pour affiner le pilotage des politiques publiques.

Et demain ? La data en centre-ville ne sera plus seulement un outil de mesure : elle deviendra un véritable moteur de transformation, au service d'un urbanisme plus sensible et plus dialoguant. Jumeaux numériques, intelligence artificielle, plateformes de données partagées... de nouveaux outils émergent pour simuler, prédire et ajuster en temps réel. Il sera possible de simuler l'impact d'un changement, d'ajuster les services en temps réel selon les flux ou les profils d'utilisateurs.

La donnée devient ainsi la condition d'un dialogue éclairé et le socle d'une prise de décision plus réactive, plus partagée et plus juste.



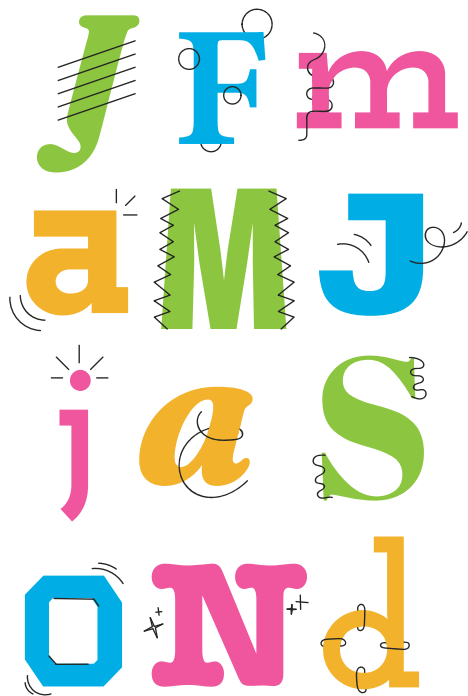
DÉCEMBRE

Tout change, mais ce n'est **pas grave**

ShopinGPT

par Hugo

Choisir un restaurant, trouver une location de vacances au meilleur prix, repérer la meilleure boulangerie du centre-ville... Des décisions du quotidien qui passent de plus en plus par une conversation avec une intelligence artificielle. Progressivement intégrée dans nos usages, l'IA est en train de transformer notre manière de consommer. Aujourd'hui (et encore plus demain !), une simple requête suffit pour orienter un choix, comparer des offres, recommander un commerce plutôt qu'un autre. Un enjeu majeur pour les commerces de centre-ville car ce qui n'est pas lisible et différenciant risque tout simplement de ne plus être visible. Une évolution silencieuse mais profonde qui peut aussi être bénéfique pour nos centres-villes !



L'optionnalité radicale

par Olivier

Et si la question, demain, n'était plus de se demander « quel est le futur pour lequel je dois me préparer ? », mais « comment me préparer dès aujourd'hui aux différents scénarii possibles d'une société en transformation ? »

L'optionnalité radicale, c'est ça ! Partir des usages du présent, imaginer les options possibles et construire des projets capables de s'adapter à ces différentes trajectoires. Non pas pour prédire l'avenir, mais pour se donner la liberté de choisir, d'évoluer et de rester pertinent dans un monde en transformation permanente : espaces publics modulables, usage mixte et réversible des bâtiments, mobilité flexible, flex data...

Sortons des dogmes et cultivons en 2026, plus que jamais l'optionnalité radicale !

[illegible]



LESTOUX & ASSOCIÉS

WWW.AGENCE-LA.COM

LAMBALLE

11-13 rue de Bouin
22400 Lamballe-Armor
02 96 50 55 01

PARIS

34 rue Desaix
75015 Paris

