

Prolongement du Tramway T1 (93)

**SECTEUR : BOBIGNY – VAL DE
FONTENAY**

**Impact du tramway sur les
activités commerciales riveraines**

Objectifs

Dans le cadre du prolongement de la ligne de tramway T1, de la station Bobigny Pablo Picasso au centre commercial Val-de-Fontenay, le département de la Seine-Saint-Denis a souhaité disposer d'un **éclairage spécifique sur le fonctionnement commercial, actuel et à terme, des territoires qu'il desservira.**

Il juge en effet nécessaire **d'anticiper** les impact fonctionnel de ce projet sur les rues et centralités marchandes desservies.

Ce document synthétise des études produites entre 2011 et 2013.

Objectifs

Dans la partie Nord du tracé du prolongement, de Bobigny à Romainville, le tramway empruntera des rues aujourd'hui commerçantes.

L'étude s'est alors attachée à identifier les meilleures solutions opérationnelles pour assurer le fonctionnement et les performances commerciales des pôles durant les travaux et après la mise en service, notamment en termes de livraisons et de stationnement.

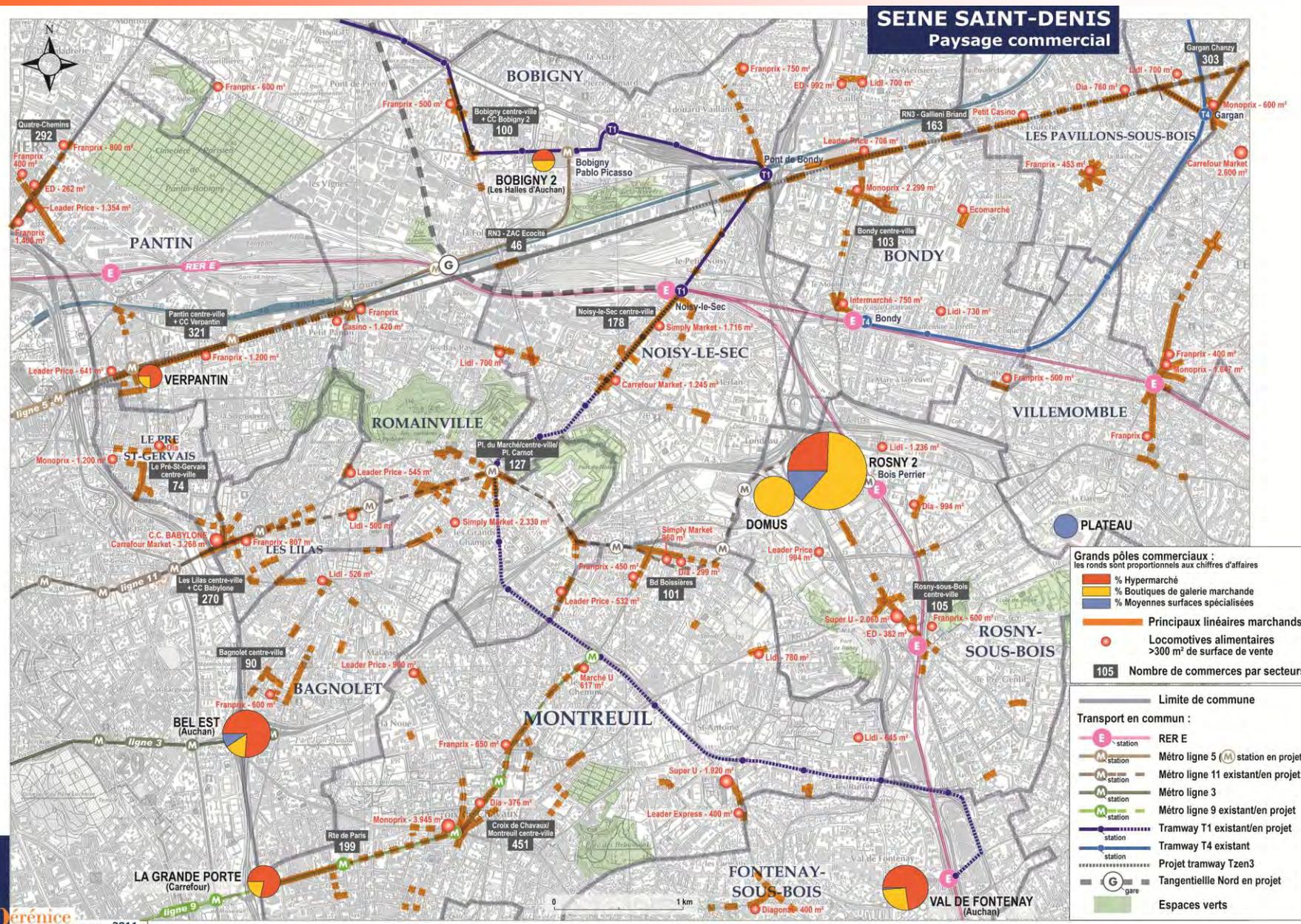
Dans la partie Sud du tracé, de Montreuil à Fontenay-sous-Bois, le tramway desservira des zones où très peu de commerces sont implantés.

L'objectif de l'étude consiste alors à évaluer le potentiel commercial de chaque station du T1 et à proposer des pistes de programmation commerciale à développer au sein de centralités nouvelles développées autour de ces stations.

Seuls les besoins en stationnement et aires de livraisons des commerces sédentaires et services marchands ont été estimés dans le cadre de cette étude. Elle part du postulat que l'ensemble de ces places seront dédiées aux commerces, sans prendre en compte leur occupation par d'autres usagers (résidents, actifs, visiteurs, ...).

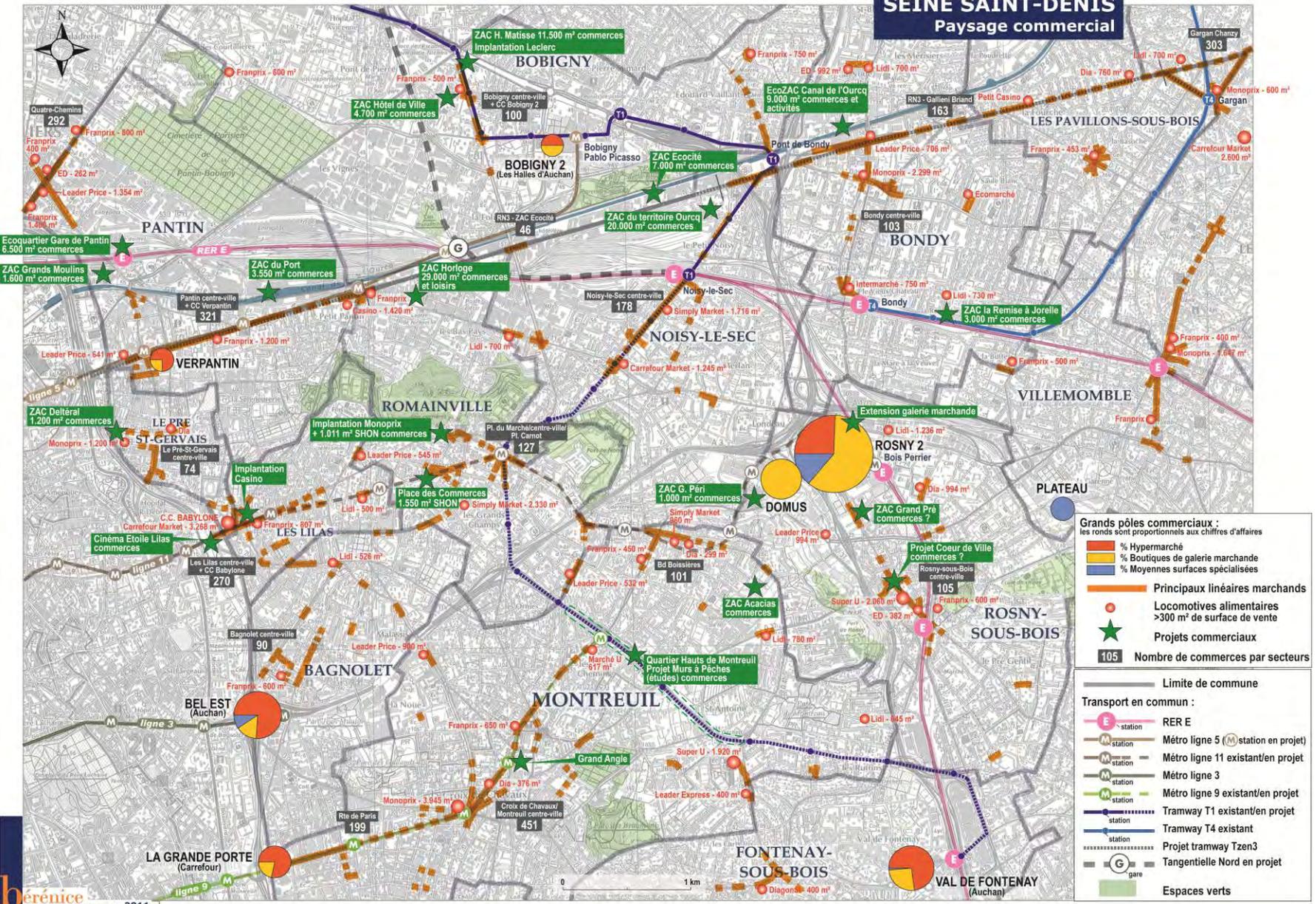
Ces besoins sont évalués de manière théorique, sans présager de l'espace qui sera réellement réservé au stationnement dans le projet d'insertion du tramway, ni du souhait des collectivités de faciliter ou non le stationnement de surface.

Le paysage commercial environnant



Les projets commerciaux environnants

SEINE SAINT-DENIS Paysage commercial



Grandes pôles commerciaux :
les ronds sont proportionnels aux chiffres d'affaires

- % Hypermarché
- % Boutiques de galerie marchande
- % Moyennes surfaces spécialisées

Principaux linéaires marchands

Locomotives alimentaires >300 m² de surface de vente

Projets commerciaux

105 Nombre de commerces par secteurs

Transport en commun :

- RER E
- Métro ligne 5 (station en projet)
- Métro ligne 11 existant/en projet
- Métro ligne 9 existant/en projet
- Métro ligne 3
- Métro ligne 9 existant/en projet
- Tramway T1 existant/en projet
- Tramway T4 existant
- Projet tramway T2en3
- Tangentielle Nord en projet
- Espaces verts

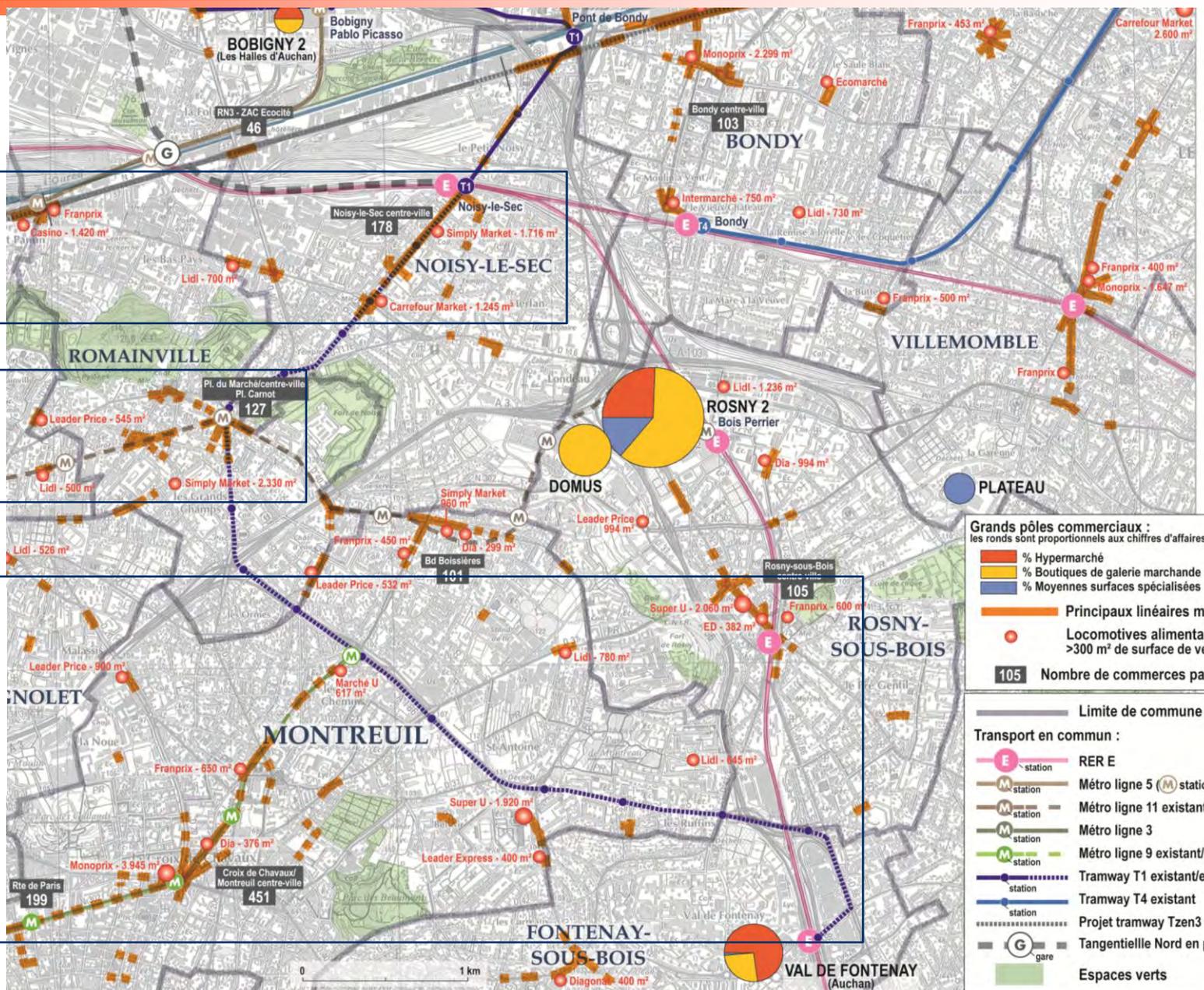
Le linéaire commercial le long du tracé

2 polarités commerciales desservies :

Centre-ville de Noisy-le-Sec : **178 commerces**

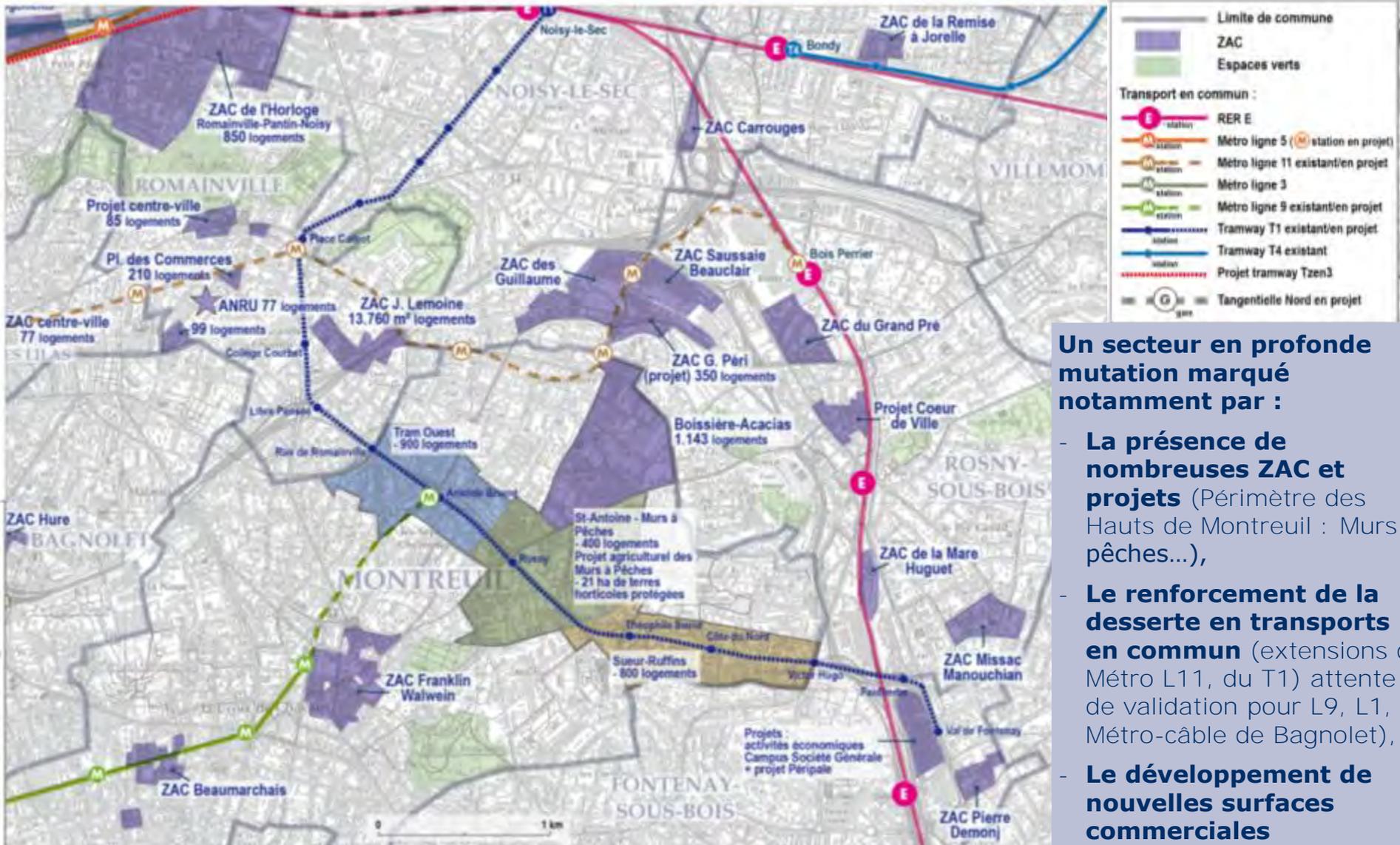
Place Carnot à Romainville : **55 commerces**

A Montreuil et Fontenay-sous-Bois : peu de commerces sont implantés aujourd'hui le long du tracé



Les projets urbains le long du tracé

SEINE-SAINT-DENIS PROJET T1 Les ZAC / Les grands projets de logements



Un secteur en profonde mutation marqué notamment par :

- **La présence de nombreuses ZAC et projets** (Périmètre des Hauts de Montreuil : Murs à pêches...),
- **Le renforcement de la desserte en transports en commun** (extensions du Métro L11, du T1) attente de validation pour L9, L1, le Métro-câble de Bagnolet),
- **Le développement de nouvelles surfaces commerciales**

COMMERCE ET TRAMWAY

Préambule : Commerce et tramway

Dans les études comparatives des impacts d'un tramway, les premières analyses convergent pour souligner les points suivants :

- Le tramway **accélère des tendances qui lui préexistent**, il ne les inverse pas,
- Le tramway **participe au phénomène de polarisation** (réduction du linéaire marchand) des hypercentres, mais il en est **jamais la cause unique**,
- Le tramway arrive rarement seul. Outil de renouvellement urbain, son arrivée **s'accompagne** généralement **d'opérations d'aménagement** – piétonisation, redéfinition de plan de déplacement, etc... – qui impactent tout autant le commerce.

Préambule : Commerce et tramway

- Dans une rue commerçante desservie par le tramway, **les flux voitures diminuent** notamment en raison de la **modification de la voirie** : moins de place pour la voiture, davantage **d'encombres**... entraînant ainsi un changement partiel de la clientèle. Malgré le délaissement sensible de la voiture, **l'augmentation de la fréquentation des transports en commun permet le gain d'une clientèle plus nombreuse, surtout au niveau des stations.** Cette nouvelle clientèle est **plus jeune, plus flâneuse.** Concomitamment, la fréquentation des boutiques augmente mais **les tickets moyens baissent.**
- Durant les travaux, les CA baissent (de 5 à 15 % par an), ce qui **accélère les cessions** et les mutations du linéaire : départ des indépendants, de **l'alimentaire**, du meuble... ; **sur les axes majeurs N°1** se substituent à ces commerces des enseignes et du textile et **sur les axes secondaires n°2**, **s'implantent** des services et de la restauration rapide, en particulier à proximité des arrêts qui concentrent les flux de passage.

Ces quelques observations, pour autant, ne constituent pas des règles, car chaque ville est unique et accueille le tramway à sa manière.

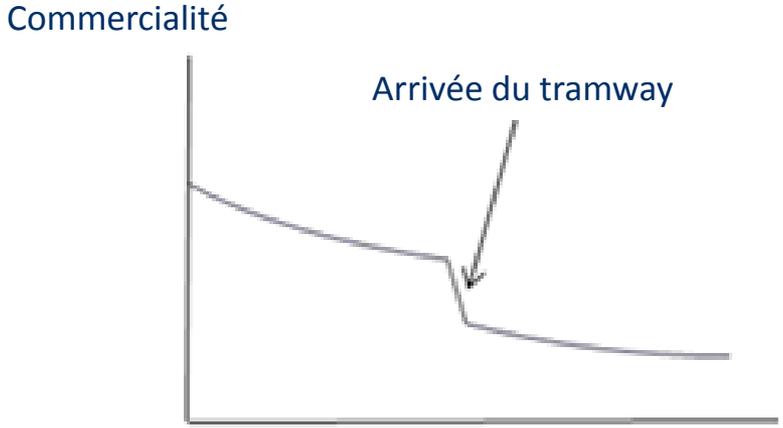
D'après les exemples analysés, il **s'avère** difficile **d'identifier** précisément l'impact d'un tramway, parmi une multitude de facteurs qui entrent tout autant en jeu, dans l'évolution de l'offre d'un centre-ville.

Préambule : Commerce et tramway

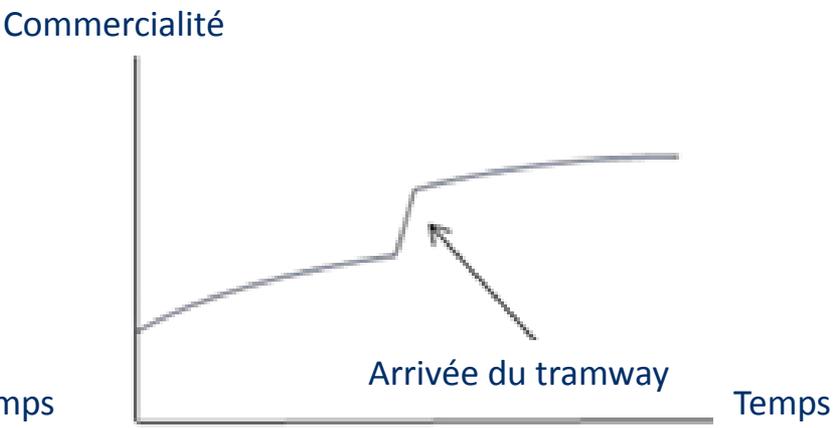
En revanche, il est à peu près certain que celui-ci n'agit **jamais à contre courant des grandes tendances qui affectent le commerce, et qu'il contribue au contraire à les accélérer, que ces tendances soient positives ou négatives...**

Toutefois, ces évolutions préexistaient à l'arrivée du tramway. De fait, celui-ci n'est pas à l'origine de ces évolutions (gain ou perte de commercialité), en revanche, il contribue clairement à leur précipitation.

Sur les axes n°1 bis, le tramway précipite des évolutions (amélioration ou dépréciation de la commercialité) qui lui préexistent (source étude Procos 2009)



Baisse accélérée de la commercialité



Progression accélérée de la commercialité

BOBIGNY, NOISY-LE-SEC ET ROMAINVILLE (SECTEUR PLACE CARNOT)

Méthodologie d'évaluation des besoins en stationnement et livraison

Méthodologie de l'évaluation des besoins en espaces de stationnement et de livraison

Approche par activité

Objectif : définir pour **l'ensemble des activités** les besoins en accès, livraisons et stationnement.

Moyen : réalisation d'une fiche de description précise pour chaque activité générant des **besoins spécifiques**. Application de ratios moyens pour les activités « non spécifiques ».

Résultat : situation « idéale »

Approche spatiale

Objectif : définir pour **chaque sous-secteur** les besoins en accès, livraisons et stationnement.

Moyen : distinction des **activités spécifiques** et de leur besoins. Réalisation d'une carte de géolocalisation par activité spécifique.

Résultat : situation « a minima »

Permettre à la maîtrise d'ouvrage d'arbitrer le dimensionnement et la localisation des espaces de stationnement et de livraisons grâce à un outil d'analyse complet de la problématique accès, livraison et stationnement.

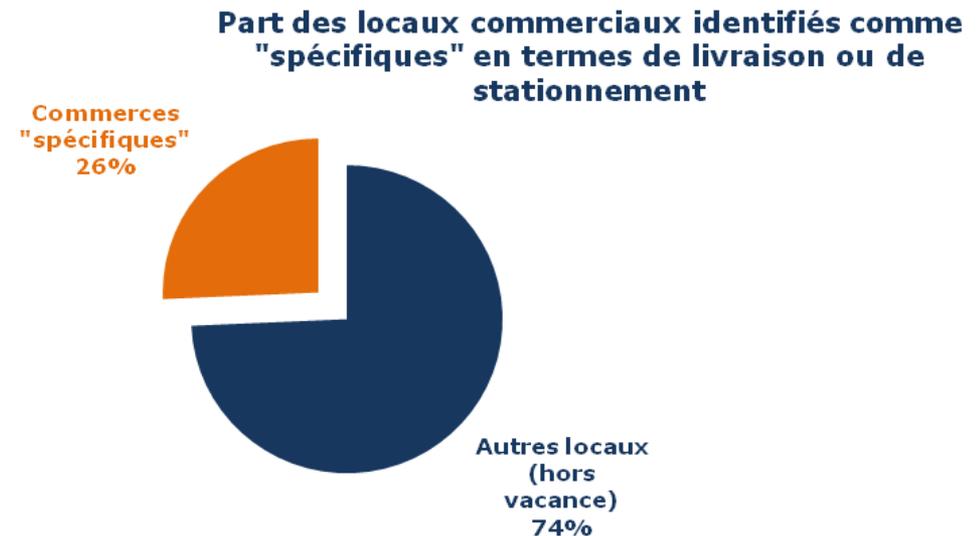
Méthodologie : les « commerces spécifiques »

Un descriptif des besoins précis de chaque activité spécifique **c'est-à-dire générant des besoins particuliers** en termes d'accès, d'aire de livraison, ou de stationnement localisé :

- **selon le fonctionnement de l'activité** elle-même (banque, boulangerie, pharmacie...),
- **selon la spécificité liée au format** (supermarché, moyenne surface ...),
- **selon les besoins en stationnement** : le nombre et le type de stationnement à localiser à proximité du point de vente, stationnement minute,
- **des pratiques en termes de livraison** : fréquence, type de véhicule.

→ **La géolocalisation des activités spécifiques** à partir d'une carte du périmètre d'étude permettra d'identifier très précisément les sites stratégiques sur lesquels une attention particulière devra être portée.

Périmètre d'étude	Locaux commerciaux (hors vacance)
Autres locaux	185
Commerces « spécifiques »	65
TOTAL hors vacance	250



Méthodologie : les « commerces non spécifiques »

L'évaluation des besoins pour les **commerces non spécifiques** (dont l'activité ne requiert pas de besoins particuliers) suppose un dimensionnement minimal, à la fois en termes de stationnement et de livraisons :

En termes de livraisons :

Idéalement, toute activité commerciale doit disposer à **moins de 50 mètres d'une aire de livraison**. Au-delà de ce rayon, et en l'absence de dispositif complémentaire, la proportion de livraisons « sauvages » (type double-file) est susceptible **d'augmenter** très sensiblement.

En plus de ces aires de livraisons à aménager tous les 50 mètres, des espaces de livraisons dédiés à certaines activités spécifiques sont préconisés dans cette étude (nommés « aire de livraison localisée », notamment pour les convoyeurs de fonds, les pharmacies, ...)

En termes de stationnement :

Seuls les **besoins en stationnement des commerces sédentaires ont été pris en compte**. Faute d'informations plus précises concernant les habitudes de mobilité de la **clientèle du marché**, nous avons considéré que le parking des Découvertes répond aux besoins de stationnement de ces clients. Les résultats de l'**enquête** à mener auprès de la clientèle permettra de préciser ce point.

Par leur situation en zone urbaine dense, nous avons appliqué pour les activités non spécifiques pour chacun des sous-secteurs un **ratio moyen** compris **entre 1 et 2 places de stationnement par commerce**. Ce ratio peut être considéré comme « confortable ».

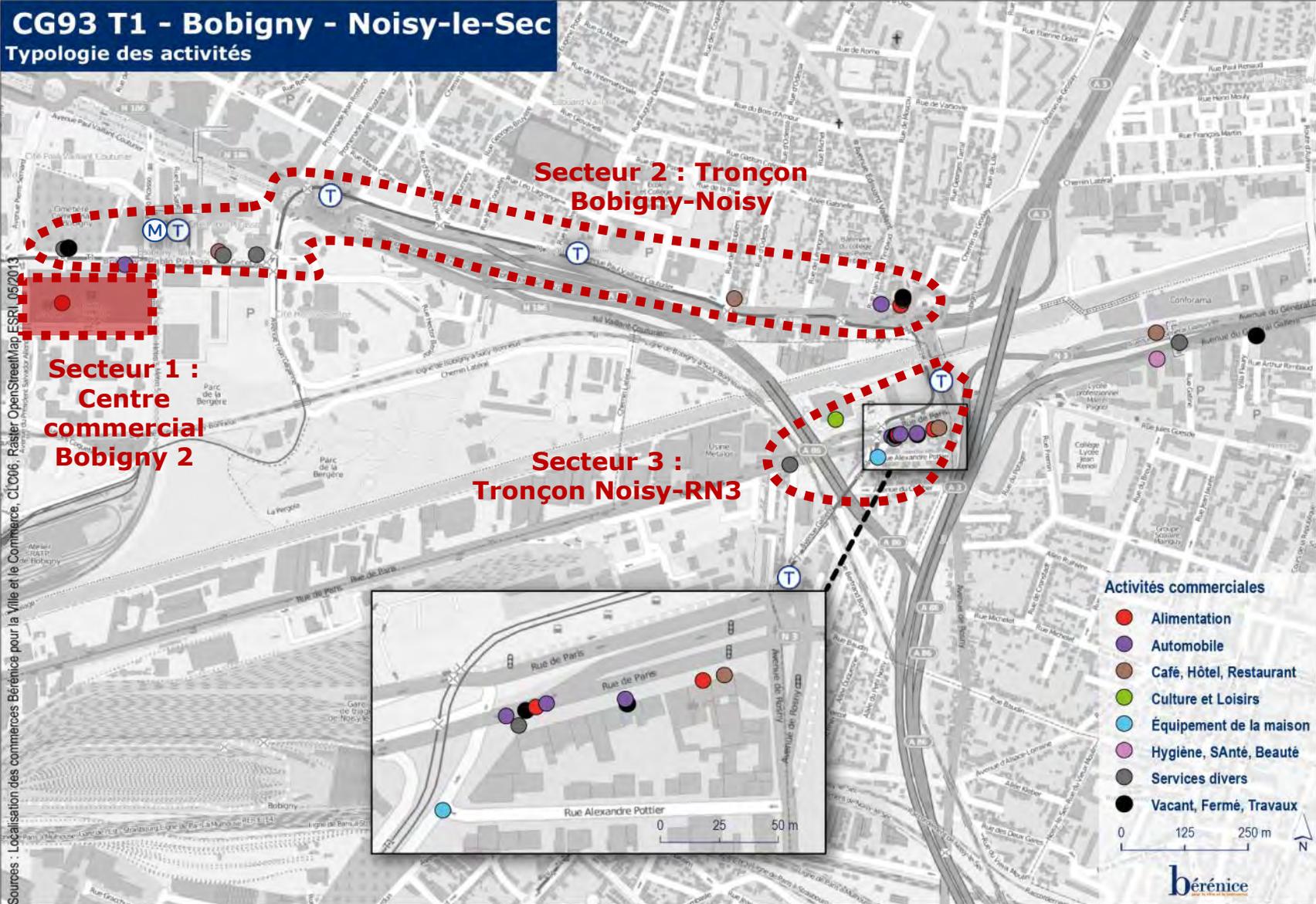
Ce ratio a été défini pour chaque périmètre en fonction des critères suivants :

- **Le profil marchand du secteur** : hyper-proximité (surreprésentation de l'alimentaire et des services), de flux (forte présence de la restauration et des activités liées à l'automobile), de destination (présence des activités d'équipement de la personne, de la maison, culture loisirs)...
- **La densité commerciale** : soit le nombre d'activités rapporté à la longueur du linéaire, et la continuité des linéaires marchands. Plus la densité est importante, plus la mutualisation des places de stationnement sera facilitée → ce qui permet l'application d'un ratio plus faible.
- **Présence d'une station de transport en commun** : notamment le métro / tramway qui génère d'importants flux de clientèles.

Le secteur Bobigny (Pablo Picasso) – Petit-Noisy

Les secteurs pris en compte

CG93 T1 - Bobigny - Noisy-le-Sec Typologie des activités



L'offre commerciale du C. Cial Bobigny 2

Commerces en activité	52
Cellules vacantes	7, soit 12% du nombre de cellules
Locomotives commerciales	Les Halles d'Auchan (3.904 m ²), Chaussée (737 m ²), Fabio Lucci (800 m ²), Marionnaud, McDonald's, Giga Store (2.433 m ²), Camaieu
Enseignes nationales	42%
Performances du pôle	Moyennes
Rayonnement du pôle	Grande proximité

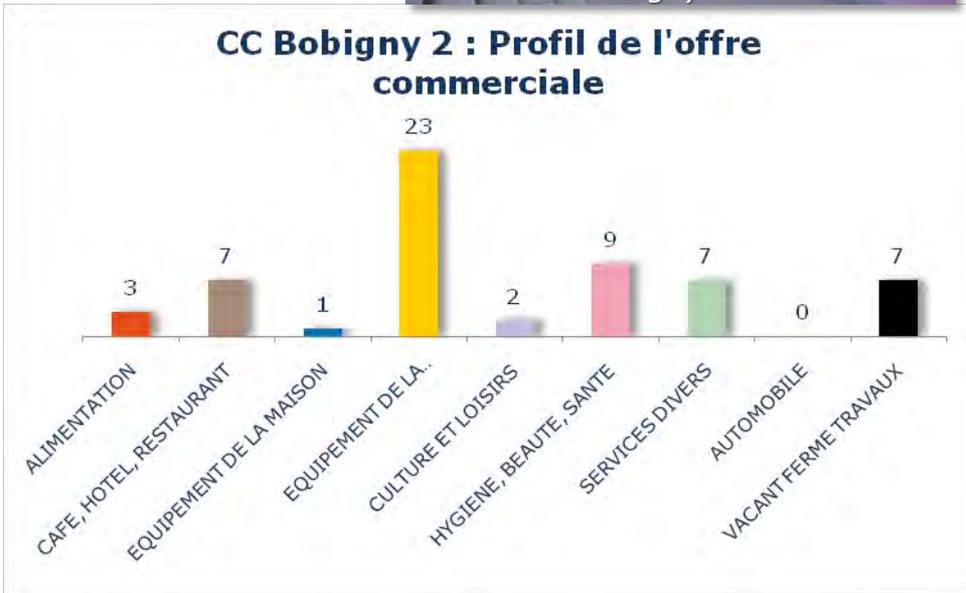


Bobigny 2 : la galerie



Bobigny 2 : l'entrée Est

Organisation	CC avec galerie sur 1 niveau
Accessibilité	- Accessibilité TC très bonne à excellente (Bus, Métro, Tram) - Accessibilité voiture complexe notamment aux alentours du pôle intermodal.
Stationnement	Parking 1.100 places (gratuit le samedi et 2h en semaine)
Confort piéton	Franchissement complexe du T1
Qualité du cadre	Un secteur animé par les flux TC, les administrations et par le centre commercial.
Enjeu principal	Restructuration de la galerie Rénovation des abords, et notamment de la façade aveugle au Nord.



Zoom : Centre commercial Bobigny 2



Accès transports en commun

BUS 148 251 301 303 322 615 620 08

M 5

T 1

Entrée "Magic Cinema"
 (Art & Essai)
 2 salles, 445 fauteuils



Pur produit de l'architecture sur dalle, le CC Bobigny 2 (21.000 m² GLA) a été inauguré en 1974. Il a été racheté en 2004 par le promoteur Unibaill-Rodamco.

Faisant office de centre-ville pour la commune de Bobigny, ce centre commercial de **grande proximité** à l'allure vieillissante est situé au **cœur** d'un **nœud départemental de transports** avec la gare Bus/T1/Métro Pablo Picasso (6,7 millions d'entrants annuels), et au **cœur** d'une **cité administrative** attirant des dizaines de milliers d'usagers et de salariés par jour.

On y recense aujourd'hui **59 cellules commerciales, dont 52 sont en activité, avec Les Halles d'Auchan en locomotive alimentaire** (3.904 m² de surface de vente).

Hors de la galerie, le centre compte en outre un cinéma Art et Essai (Le Magic), dont l'entrée est située sous la passerelle, et un petit centre de lavage automobile situé au niveau bas du parking.

Bobigny 2 devra bientôt faire face à l'installation d'un **centre commercial Leclerc concurrent (8.000 m² de surface de vente)** à quelques centaines de mètres (automne 2013). Des **projets de restructuration** de Bobigny 2 seraient à l'étude.

Zoom : Centre commercial Bobigny 2



Accessibilité générale :

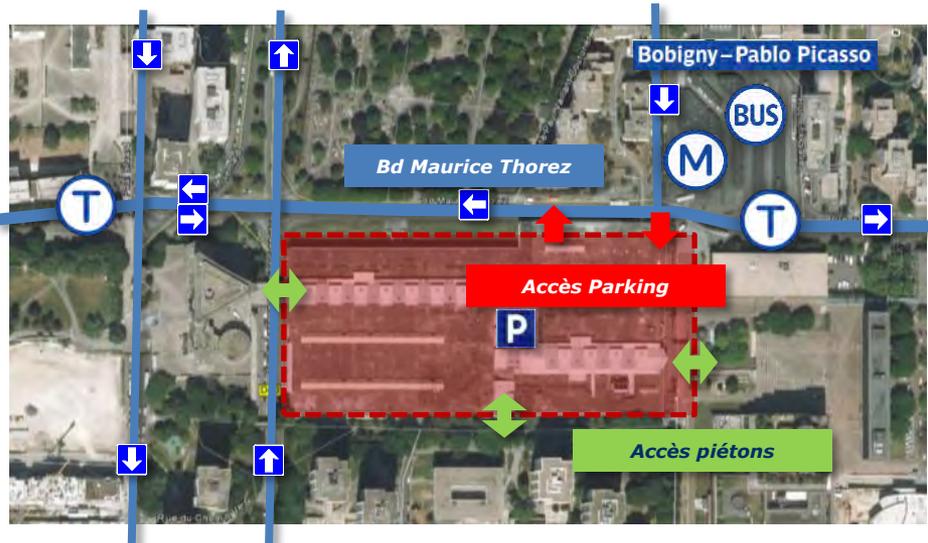
Bien desservi par les transports en commun (pôle intermodal), et disposant d'une bonne accessibilité voiture, le site de Bobigny 2 apparaît néanmoins enclavé entre des voies de flux automobiles importants (N186 et A86 partiellement couverte), des emprises SNCF et le canal de l'Ourcq.

Qualité du site :

L'architecture du site, bâti sur dalle, paraît datée et vieillissante. Aux abords, sur le bd Maurice Thorez, le centre présente une longue façade aveugle.



Bobigny 2 : la façade nord



Circulations et accès :

Le centre commercial dispose de 3 entrées piétonnes pour sa galerie, et d'un accès central au parking souterrain. Des passerelles permettent de rejoindre l'Hôtel de Ville (sortie Ouest) et la Préfecture (sortie Est) ; ainsi que les quartiers. Si la circulation sur la dalle est aisée, les abords et accès sont plus problématiques. Aux abords du centre, la circulation piétonne est gênée par la complexité des axes partagés (Voiture+Tram), notamment sur le boulevard Maurice Thorez.

Les accès auto sont complexes, avec une signalisation touffue (voir photo) et de nombreux sens uniques qui nuisent à la lisibilité des circulations.

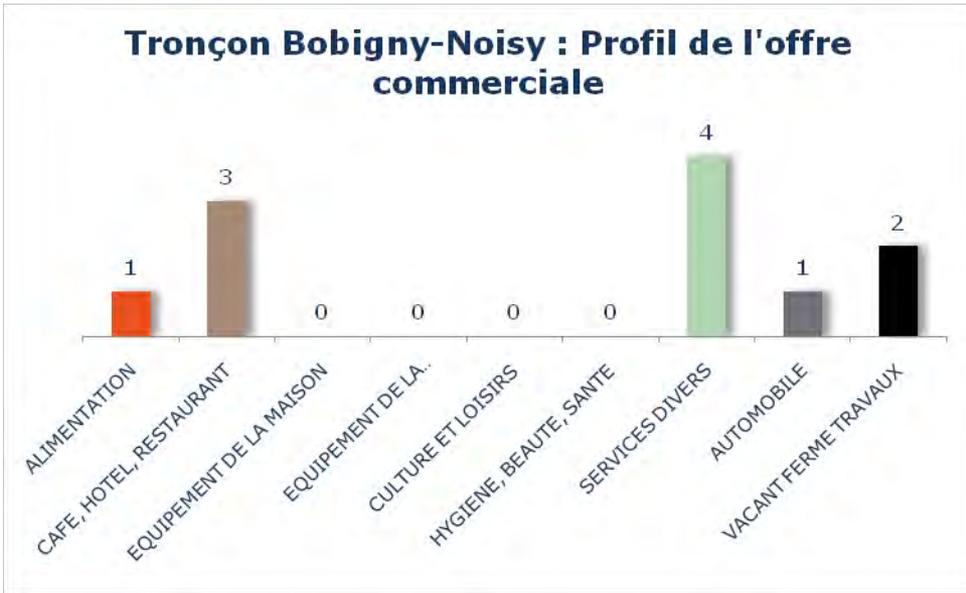


L'offre commerciale du tronçon Bobigny-Noisy

Commerces en activité	9
Cellules vacantes	2, soit 18% du nombre de cellules total
Locomotives commerciales	x
Enseignes nationales	2 (22% du nombre de cellules commerciales, hors vacance)
Performances du pôle	Faibles
Rayonnement du pôle	Offre de faubourg



Organisation	Rue Carnot et N186 (Avenue Paul Vaillant-Couturier)
Accessibilité	- Accessibilité TC très bonne à excellente (Bus, Métro, Tram) - Accessibilité voiture bonne (N186 à sens unique, Autoroute A86)
Stationnement	Très peu d'offre de stationnement
Confort piéton	Franchissement complexe du T1, de la N186 et de l'autoroute
Qualité du cadre	Sur la N186, un environnement en mutation avec une mixité croissante des activités (résidentiel, bureaux, services publics et culturels), mais une zone encore très marquée par les fonctions de transit automobile.
Enjeu principal	Renforcer l'offre de stationnement à proximité des commerces de la place St Just



L'offre commerciale du tronçon Noisy/RN3

Commerces en activité	14
Cellules vacantes	2, soit 13% du nombre de cellules total
Locomotives commerciales	Décathlon
Enseignes nationales	2 (14% du nombre de cellules commerciales, hors vacance)
Performances du pôle	Très faibles
Rayonnement du pôle	Offre de faubourg

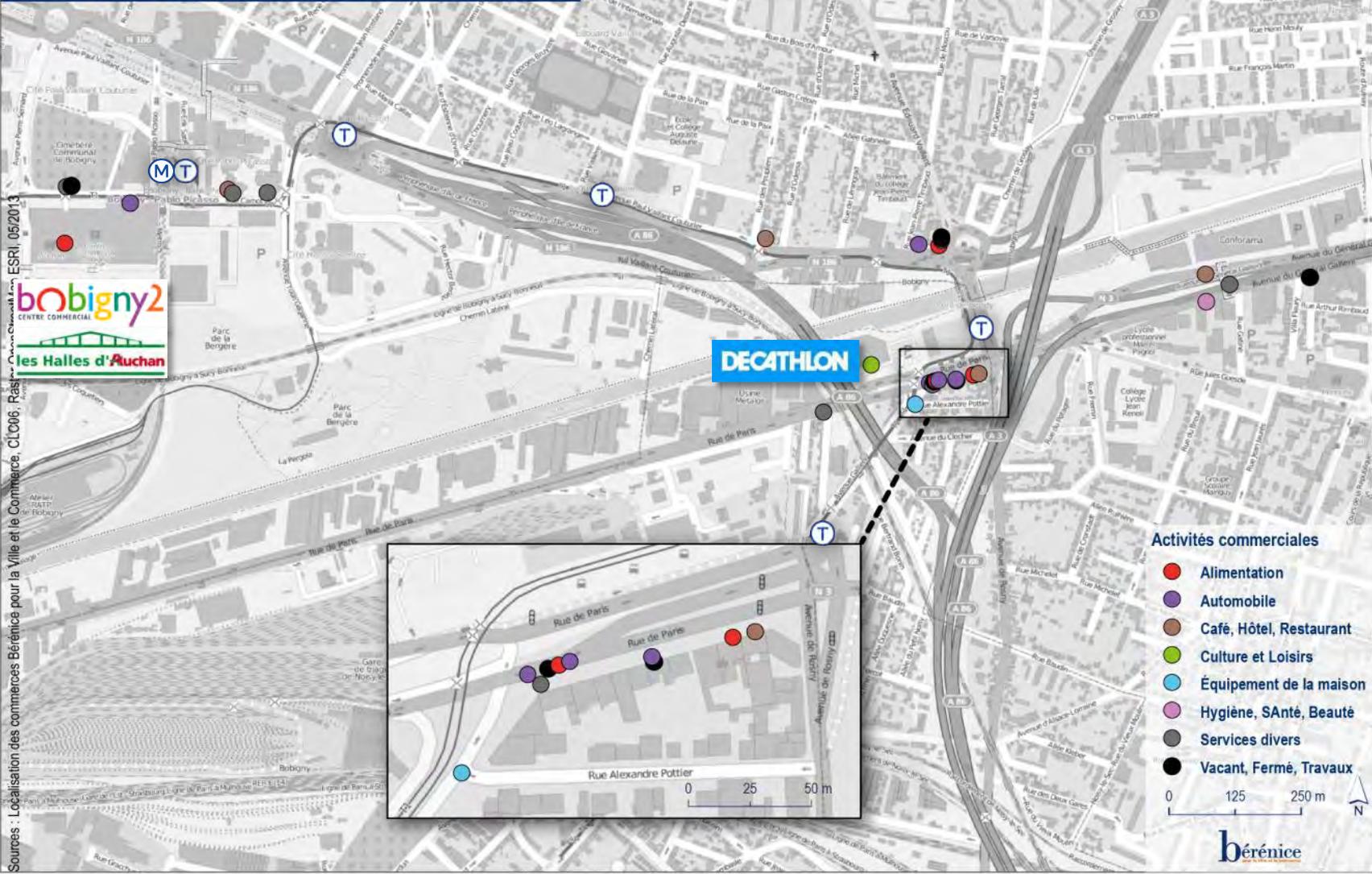


Organisation	Ex-RN3 (Rue de Paris), face au Pont de Bondy (RN186), entre les deux autoponts et l'échangeur A86/A3
Accessibilité	- Accessibilité TC bonne (Bus, Tram) - Accessibilité voiture bonne mais encombrée (RN3, N186, A86, A3)
Stationnement	Peu d'offre de stationnement sur voirie (Décathlon : pk 200 places)
Confort piéton	Franchissement difficile et peu confortable du carrefour RN3/RN186, dans un environnement dédié à l'auto.
Qualité du cadre	Inexistante au cœur de cet important nœud routier
Enjeu principal	Mise en valeur de ce linéaire commercial qui répond également à des besoins de proximité.



L'offre commerciale du tronçon Bobigny-Petit Noisy

CG93 T1 - Bobigny - Noisy-le-Sec Typologie des activités



Sources : Localisation des commerces Bénérice pour la Ville et le Commerce, Cl066, Raster ESRI, 05/2013

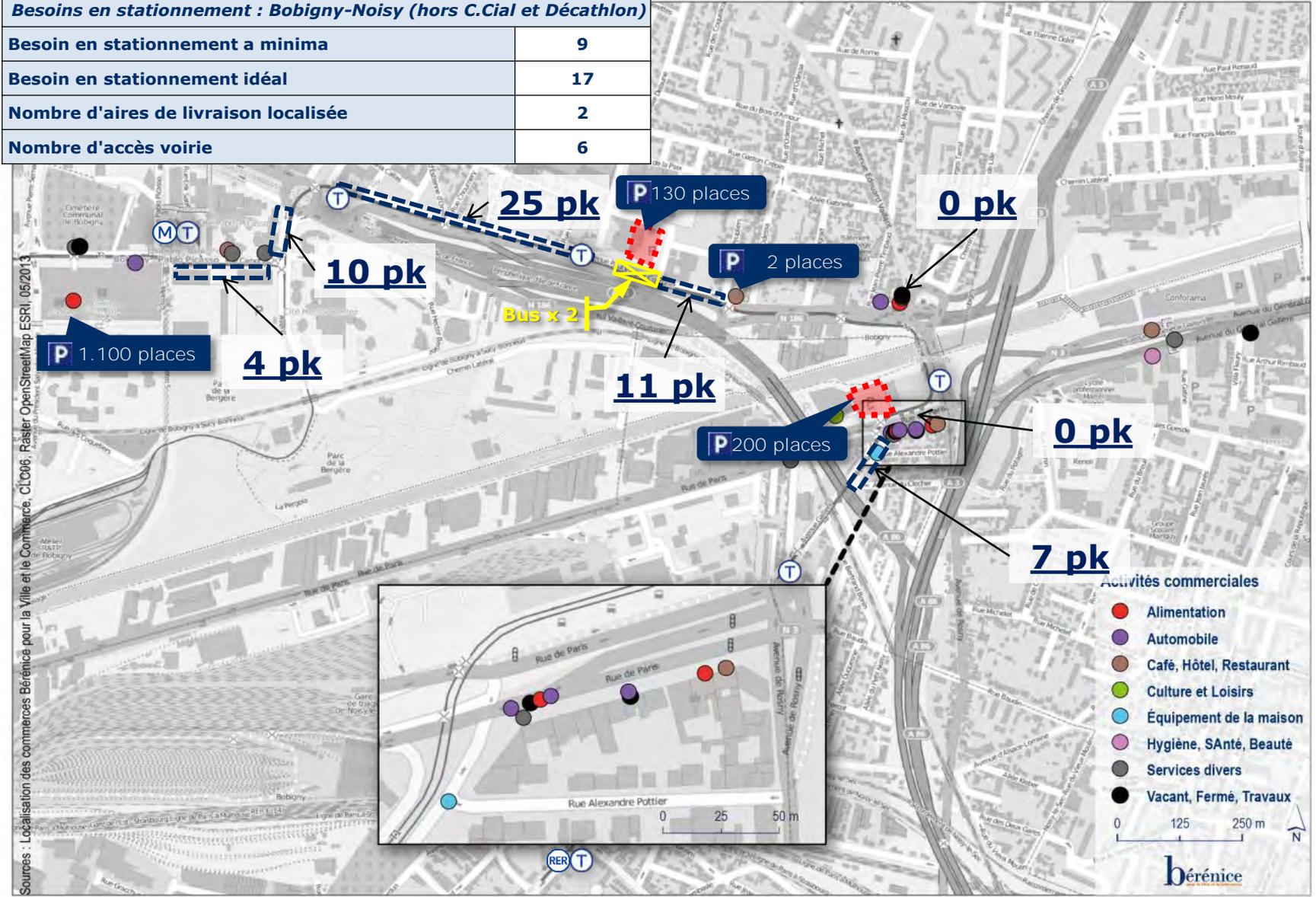


DECATHLON

Offre de stationnement actuelle et besoins futurs

Besoins en stationnement : Bobigny-Noisy (hors C.Cial et Décathlon)

Besoin en stationnement a minima	9
Besoin en stationnement idéal	17
Nombre d'aires de livraison localisée	2
Nombre d'accès voirie	6



Stationnement : le cas du centre commercial

De par le nombre et la densité des commerces qu'il regroupe et la présence d'une locomotive alimentaire, l'évaluation des besoins en stationnement doit suivre une logique différente de celle appliquée pour les commerces de centre-ville.

1. DONNÉES EMPIRIQUES SUR LES BESOINS DES COMMERCES EN CENTRE COMMERCIAL :

Les grandes surfaces alimentaires réclament généralement 1 place pour 10 m² de surface de vente.

Les Halles d'Auchan s'étendent sur 3.904 m² de surface de vente, ce qui générerait un **besoin théorique de 390 places**.

Parmi les autres grandes et moyennes surfaces du centre commercial, on note les ratios suivants :

ENSEIGNE	CATÉGORIE	ACTIVITÉ	SURFACE DE VENTE	RATIO	BESOIN THÉORIQUE
CHAUSSEA	EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	CHAUSSURE	737 m ²	1 pl/20 m ² de SV	37 places
FABIO LUCCI	EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	PAP MIXTE	800 m ²	1 pl/20 m ² de SV	40 places
GIGA STORE	EQUIPEMENT DE LA MAISON	BAZAR	2.433 m ²	1 pl/20 m ² de SV	122 places
LES HALLES D'AUCHAN	ALIMENTATION	SUPERMARCHE	3.904 m ²	1 pl/10 m ² de SV	390 places
TOTAL					589 places

En additionnant les besoins générés par ces 4 grandes et moyennes surfaces, **on évalue le besoin à 590 places**, soit plus de la moitié de la capacité d'accueil actuelle du parking de 1.100 places.

Les 48 commerces restant (49 en comptant le labo d'analyses) sont beaucoup moins « consommateurs » de places de stationnement, d'autant que la plupart d'entre eux sont des commerces de petite ou moyenne proximité (petite restauration, indépendants en prêt-à-porter, instituts de beauté, opticiens, ...).

Le restaurant **McDonald's** pourrait constituer une exception... mais cette enseigne de restauration rapide s'appuie, dans un contexte de centre-ville, davantage sur les flux piétons (ainsi que sur les éventuelles places en surfaces) que sur les capacités d'accueil d'un parking souterrain.

Ainsi, les besoins en stationnement de ces boutiques peuvent être évalués à 4 à 5 places de stationnement par commerces, soit 200 à 250 places.

Au total, par cette méthode, **les besoins en stationnement liés à l'offre commerciale peuvent être évalués à environ 800 places.**

Si l'on prend un compte un taux de **multi-fréquentation** (visite d'au moins 2 commerces) de 1,2, ces besoins sont de l'ordre de **600 à 700 places.**

2. DONNÉES EMPIRIQUES SUR LES CENTRE COMMERCIAUX :

Cependant, dans les centre commerciaux de France, on constate généralement un équipement de **4 à 6 places de parking pour 100 m² de surface GLA**.

Même si la tendance est à la réduction de ces ratios, particulièrement pour les sites desservis par les transports en commun, on observe, y compris dans les centres plus récents, une moyenne approchant 5 places pour 100 m² de surface GLA.

Sachant que la surface du centre commercial *Bobigny 2* (52 commerces en activité) est de 24.000 m² GLA, on obtient en appliquant ce ratio un besoin théorique de : **1.200 places de parking , proche de l'offre actuelle (1.100 places actuellement)**.

3. BOBIGNY 2, UN PARKING-RELAI?

Par ailleurs, nous ne disposons pas aujourd'hui des informations permettant de **connaître qui sont les usagers du parking, en dehors de la clientèle du centre commercial**.

Dans la mesure où ce parking pratique une politique de gratuité, notamment le week-end et propose des abonnements, ses usagers peuvent également être **des résidents, des actifs du centre-ville ou des utilisateurs des transports en commun**.

Ces usages multiples sont difficilement mesurables.

Dans ce contexte, il n'est pas possible de mesurer précisément si le parking du centre commercial se trouve en sur-capacité.

Mais il est probable que l'offre de stationnement soit supérieure aux besoins de la seule clientèle des commerces qui y sont implantés.

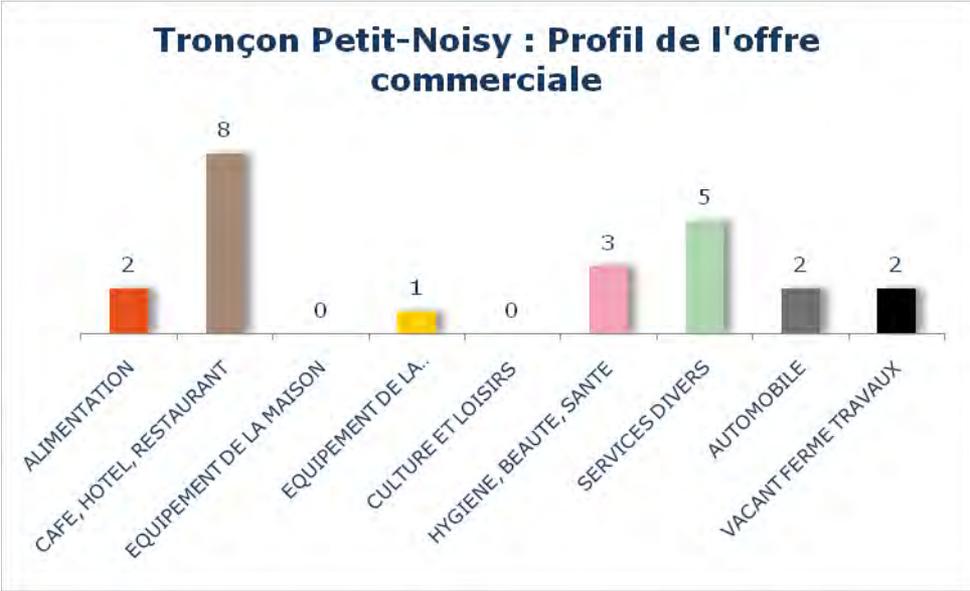
Le secteur du Petit-Noisy

L'offre commerciale du Petit-Noisy

Commerces en activité	21
Cellules vacantes	2, soit 9% du nombre de cellules
Locomotives commerciales	Aucune.
Enseignes nationales	5 %
Performances du pôle	Faibles
Rayonnement du pôle	Petite proximité immédiate

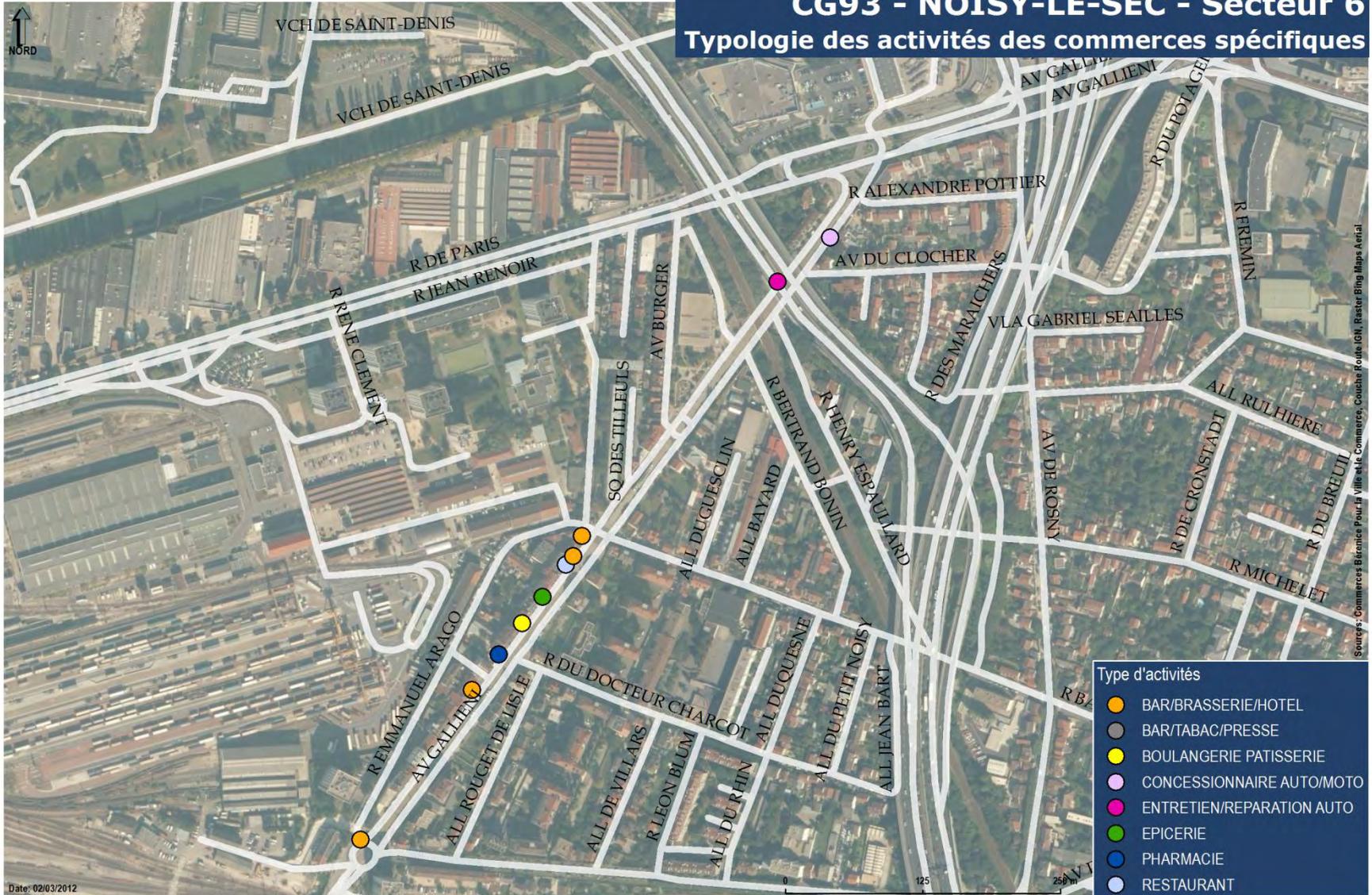


Organisation	Linéaire de l'avenue Gallieni
Accessibilité	Accessibilité voiture insuffisante
Stationnement	Très peu d'offre de stationnement
Confort piéton	Franchissement complexe du T1
Qualité du cadre	Un linéaire peu attractif, un secteur peu animé
Enjeu principal	Renforcement de l'offre commerciale sur les basiques (alimentation générale...). Accompagnement des commerces. Valorisation des dents creuses.



L'offre commerciale du Petit-Noisy

CG93 - NOISY-LE-SEC - Secteur 6 Typologie des activités des commerces spécifiques



Le centre-ville de Noisy-le-Sec

L'offre commerciale du centre-ville de Noisy-le-Sec

Commerces en activité	182
Cellules vacantes	11, soit 6% du nombre de cellules
Locomotives	SIMPLY MARKET 1.716 m ² (rue Jean Jaurès)
	CARREFOUR MARKET 1.245 m ² (rue Jean Jaurès)
	Marché du lundi, mercredi et samedi : 100 étals environ (marché bio dimanche)
Enseignes nationales	20 %
Performances du pôle	Satisfaisantes
Rayonnement du pôle	Communal Voire intercommunal



L'offre commerciale actuelle et impacts prévisibles

115 commerces en activité
Dont un supermarché de 1 700m²

CG93 - NOISY-LE-SEC (JEAN JAURÈS NORD) Typologie des activités

- Pôle d'échange (T1, RER) bénéficiant déjà d'une accessibilité TC excellente et qui a vocation à se renforcer,
- Pas de modification substantielle de l'accès routier.

- Linéaire commercial très dense,
- Impact de l'extension T1 sur le fonctionnement de la voirie
- Nécessité de maintenir autant de stationnement de surface que possible
- Assurer l'accès des livraisons de Simply Market

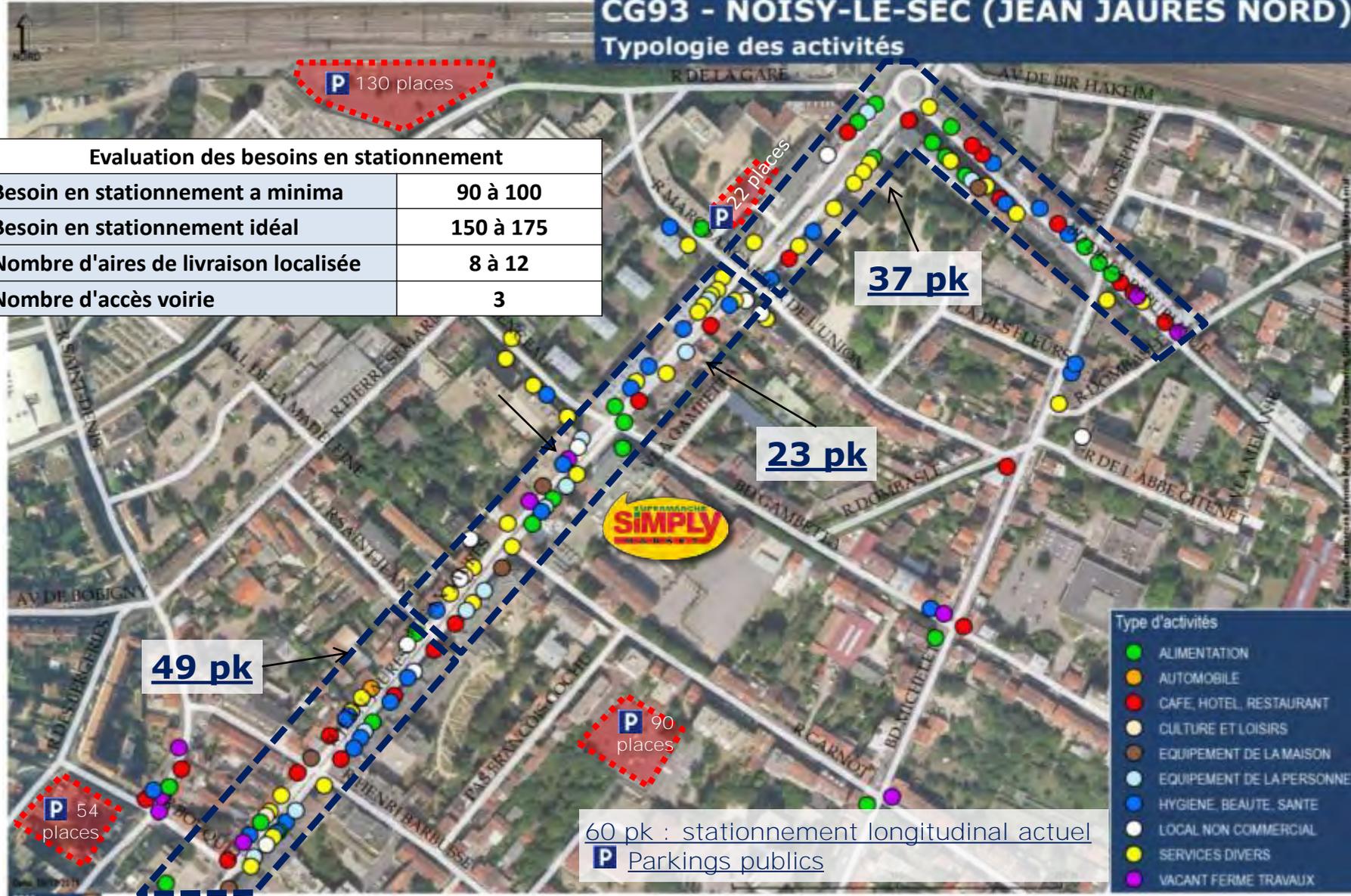


Type d'activités	
●	ALIMENTATION
●	AUTOMOBILE
●	CAFE, HOTEL, RESTAURANT
●	CULTURE ET LOISIRS
●	EQUIPEMENT DE LA MAISON
●	EQUIPEMENT DE LA PERSONNE
●	HYGIENE, BEAUTE, SANTE
●	LOCAL NON COMMERCIAL
●	SERVICES DIVERS
●	VACANT FERME TRAVAUX

Offre de stationnement actuelle et besoins futurs

CG93 - NOISY-LE-SEC (JEAN JAURÈS NORD) Typologie des activités

Evaluation des besoins en stationnement	
Besoin en stationnement a minima	90 à 100
Besoin en stationnement idéal	150 à 175
Nombre d'aires de livraison localisée	8 à 12
Nombre d'accès voirie	3



- Type d'activités
- ALIMENTATION
 - AUTOMOBILE
 - CAFE, HOTEL, RESTAURANT
 - CULTURE ET LOISIRS
 - EQUIPEMENT DE LA MAISON
 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE
 - HYGIENE, BEAUTE, SANTE
 - LOCAL NON COMMERCIAL
 - SERVICES DIVERS
 - VACANT FERME TRAVAUX

60 pk : stationnement longitudinal actuel
P Parkings publics

49 pk

23 pk

37 pk

P 130 places

P 90 places

P 54 places

L'offre commerciale du centre-ville de Noisy-le-Sec

29 commerces en activité
Dont un supermarché de 1.250m²
Un marché de 100 étals

- Linéaire commercial moins dense,
- Impact moindre de l'extension T1 sur une rue plus large
- Assurer l'accès Livraison du Carrefour Market
- Améliorer le fonctionnement des espaces publics autour du marché, au moment du déchargement puis du chargement

CG93 - NOISY-LE-SEC (JEAN JAURÈS SUD) Typologie des activités



Marché des Découvertes
70 étals

Type d'activités	
●	ALIMENTATION
●	AUTOMOBILE
●	CAFE, HOTEL, RESTAURANT
●	CULTURE ET LOISIRS
●	EQUIPEMENT DE LA MAISON
●	EQUIPEMENT DE LA PERSONNE
●	HYGIENE, BEAUTE, SANTE
●	LOCAL NON COMMERCIAL
●	SERVICES DIVERS
●	VACANT FERME TRAVAUX

Offre de stationnement actuelle et besoins futurs

Evaluation des besoins en stationnement	
Besoin en stationnement a minima	35 à 45
Besoin en stationnement idéal	40 à 60
Nombre d'aires de livraison localisée	7
Nombre d'accès voirie	2

CG93 - NOISY-LE-SEC (JEAN JAURÈS SUD) Typologie des activités



Place Carnot à Romainville

L'offre commerciale de la Place Carnot

Commerces en activité	55 dans un secteur large, 43 autour de la place
Cellules vacantes	9, soit 16% du nombre de cellules
Locomotives	Aucune
Enseignes nationales	13 %
Performances du pôle	Insuffisante
Rayonnement du pôle	Proximité Et flux voiture

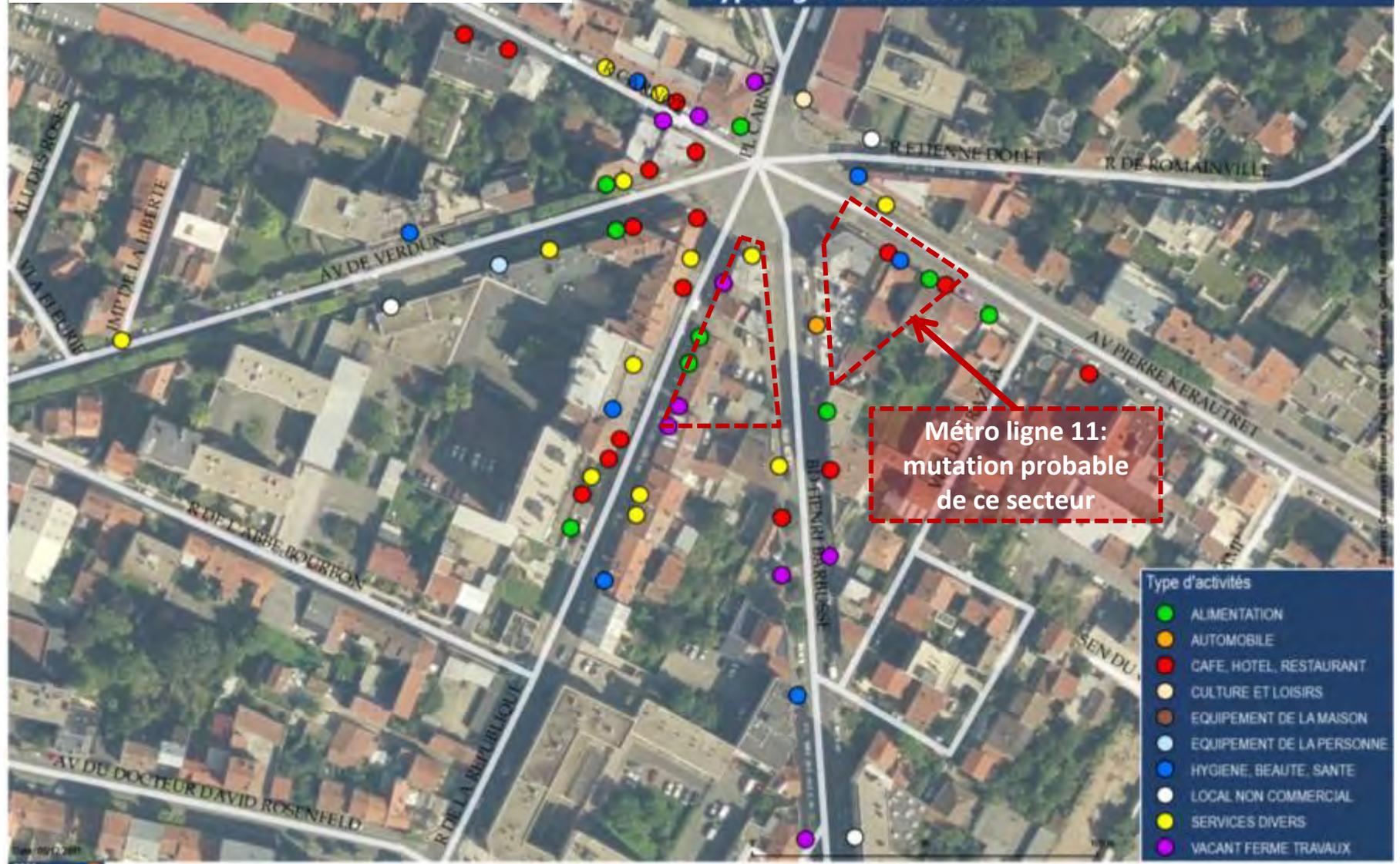
Organisation	Offre concentrée autour de la place Carnot
Accessibilité	Accessibilité voiture correcte
Stationnement	Pénalisante Stationnement sauvage très important
Confort piéton	Insuffisant
Qualité du cadre	Confort piéton insuffisant Manque de qualité urbaine
Enjeu principal	Renforcement de l'offre commerciale sur les basiques (alimentation générale...), Enjeu d'amélioration de la desserte voiture, Préservation de poches de stationnement, Valorisation du marché.



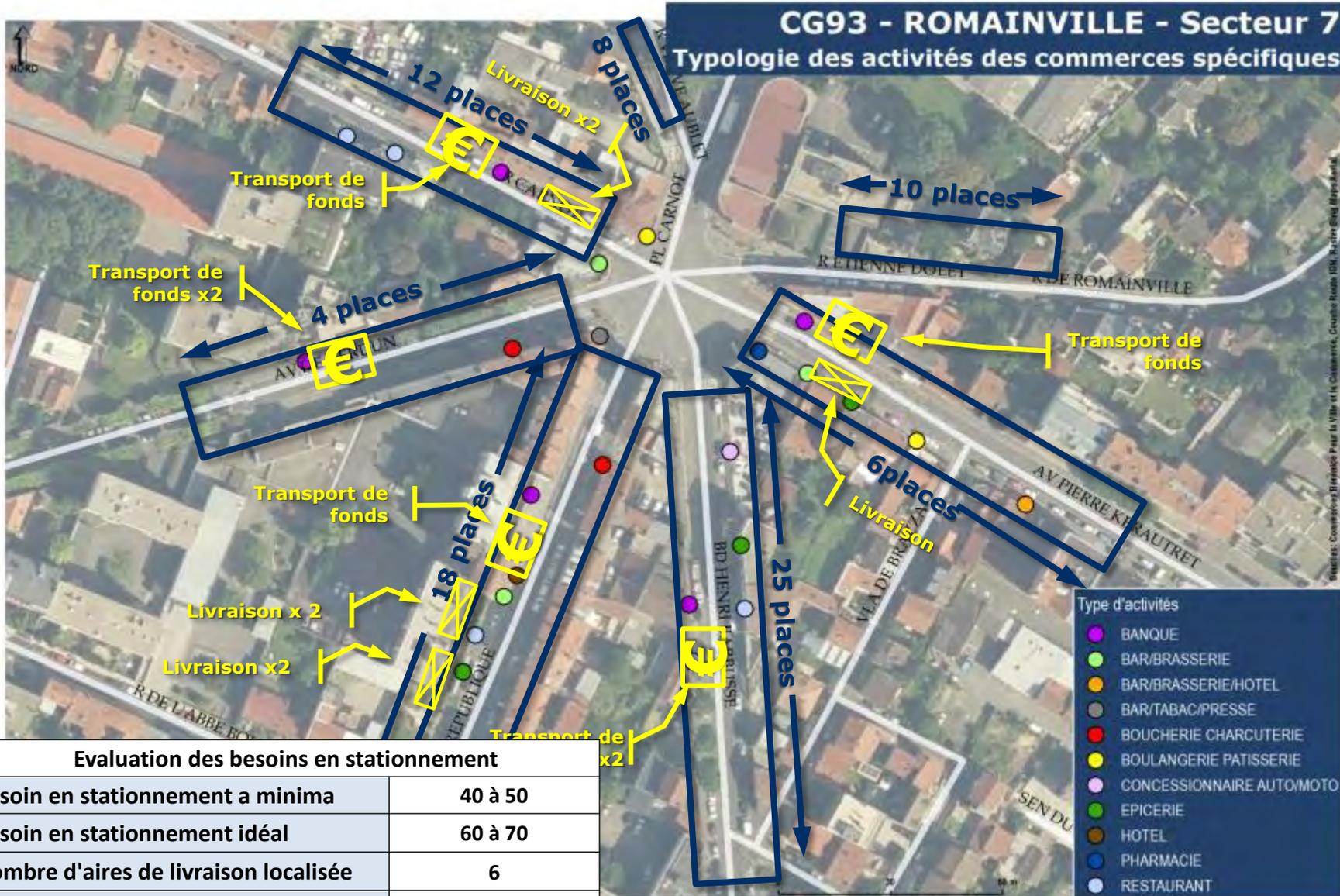
L'offre commerciale de la Place Carnot

43 commerces

CG93 - ROMAINVILLE (PLACE CARNOT)
Typologie des activités



Secteur 7 Place Carnot



DE LA PLACE CARNOT À VAL DE FONTENAY

Démarche de travail

Une estimation de la demande commerciale actuelle et future a été réalisée pour chaque site desservi par le prolongement du T1. Elle permet de **définir le potentiel théorique de développement commercial** pour des activités de proximité à implanter dans des centralités urbaines constituées autour des futures stations du T1.

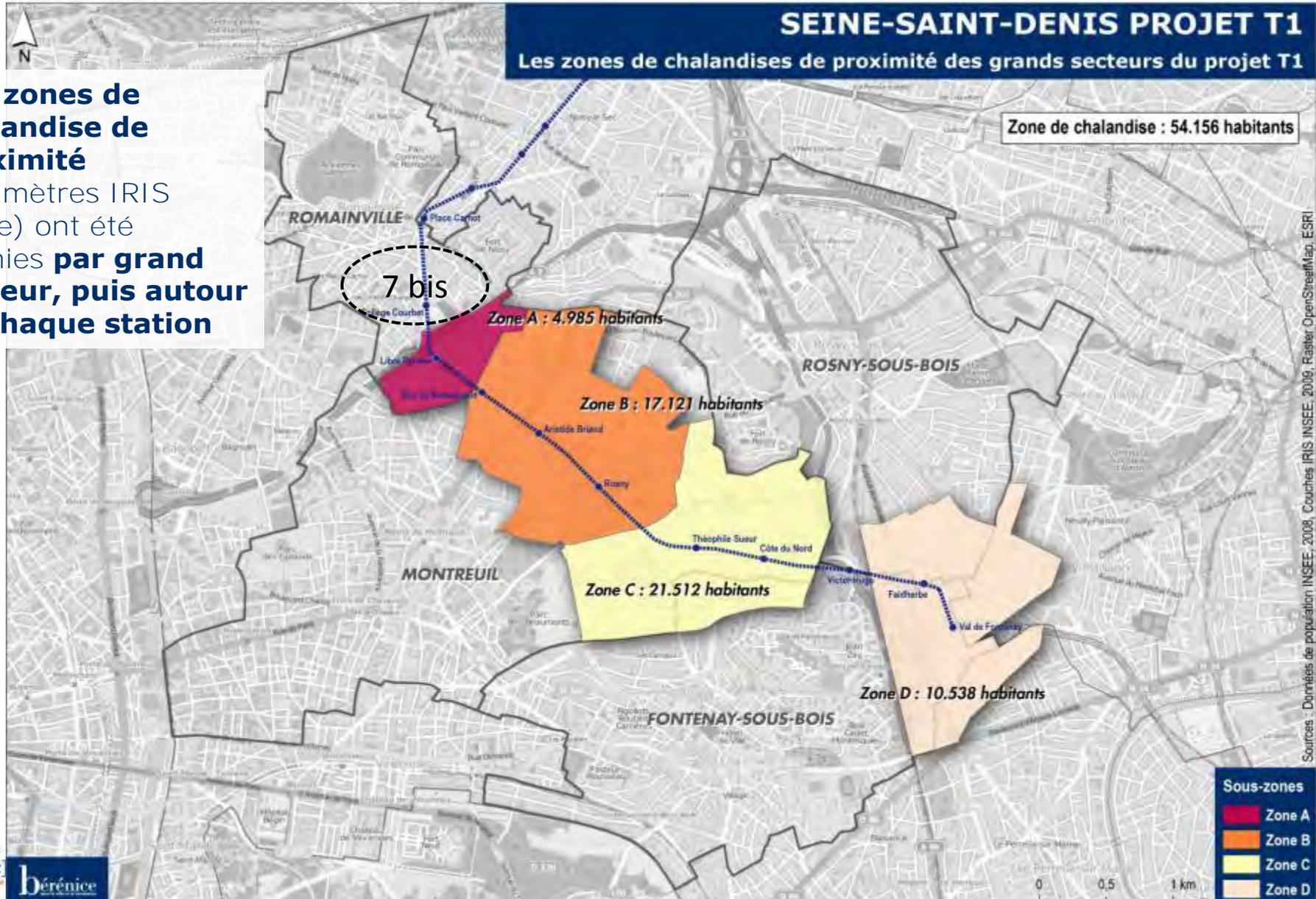
Ces programmations commerciales ont été **établies sur la base des données disponibles** en décembre 2012 concernant les projets urbains envisagés dans les secteurs traversés par le T1.

Elles **permettent de proposer un cadrage indicatif du potentiel commercial**, mais ne doivent pas être interprétées comme une programmation ferme.

Ces préconisations (commerces et stationnement) **pourront être revues si nécessaire** avec les services du département et les villes concernées, afin de prendre en compte des précisions nouvelles concernant un projet urbain, ou le souhait des communes de renforcer **l'animation** de futures centralités urbaines desservies par le tramway.

Evaluation des besoins en commerce de proximité

Des zones de chalandise de proximité (périmètres IRIS Insee) ont été définies **par grand secteur, puis autour de chaque station**



Méthodologie d'évaluation des besoins en stationnement et livraisons

Evaluation des besoins

L'évaluation des besoins fonctionnels des **commerces** suppose un dimensionnement minimal, à la fois en termes de stationnement et de livraisons :

En termes de livraisons :

Idéalement, toute activité commerciale doit disposer, à **moins de 50 mètres, d'une aire de livraison**. Au-delà de ce rayon, et en **l'absence** de dispositif complémentaire, la proportion de livraisons « sauvages » (type double-file) est susceptible **d'augmenter** très sensiblement.

Nous avons appliqué ici un ratio de 1 aire de livraison par tranche complète de 50 mètres de linéaire commercial.

L'aménagement d'aires de livraison est incontournable, même si une démarche de réflexion est engagée pour la mutualisation des espaces et des flux de livraison. En effet, certains commerces ne pourront pas être livrés par petits porteurs, pour des raisons de volume (par ex. : farine **d'une** boulangerie) ou de sécurité (par ex. : convoyeur de fond). Pour les autres commerces **n'ayant** pas de besoins spécifiques, la création **d'un** espace de logistique urbaine et la livraison par petit porteur pourra être envisageable.

En termes de stationnement :

Nous avons appliqué des **ratios moyens de 1 à 2 places de stationnement par commerce**.

Cette **offre de stationnement est nécessaire** pour assurer au commerçant un complément de chalandise, apporté par les flux de circulation inter quartiers.

Stationnement et livraisons : note méthodologique

Ratios utilisés	
Longueur du linéaire	9 m par commerce (longueur de la devanture)
Surface de plancher	130 m ² par commerce
Besoin stationnement	1 à 2 places par commerce
Stationnement pour une moyenne surface	1 pour 40 m ² de surface
Aire de livraison	1 par tranche complète de 50 m de linéaire commercial

- La problématique accès-livraisons-stationnement porte uniquement sur les besoins liés à la clientèle des activités commerciales et au fonctionnement du point de vente. Nous **n'avons** pas pris en compte les besoins en stationnement des **employés** ni les besoins générés par **les équipements publics** et **les entreprises** implantées à proximité.
- L'**offre** en stationnement devra être réglementée (stationnement payant, arrêt minute, zone bleue), ce qui implique des **contrôles fréquents** afin de **favoriser les rotations** et de limiter la présence de véhicules-tampons.
- Les places de stationnement proposées devront être localisées idéalement sur voirie, devant les commerces ou regroupées en poche à moins de 100 mètres des commerces. Pour les moyennes surfaces, le stationnement pourra être localisé dans le bâtiment, ou en silo.

Sont notamment exclus du champs de l'étude :

- le **commerce de gros**, *excepté s'il a également vocation à accueillir des particuliers,*
- les **professions libérales** : *professions médicales, juridiques... elles ont pu être relevées dans la base de données lorsqu'elles ponctuaient le linéaire commercial mais ne font pas partie de l'analyse,*
- les **équipements** : *lieux de culte, stations de transports (métro, bus, Vélib), les équipements scolaires...*,
- les **bureaux et agences** *n'ayant pas vocation à accueillir tout public.*

Synthèse du potentiel commercial par station

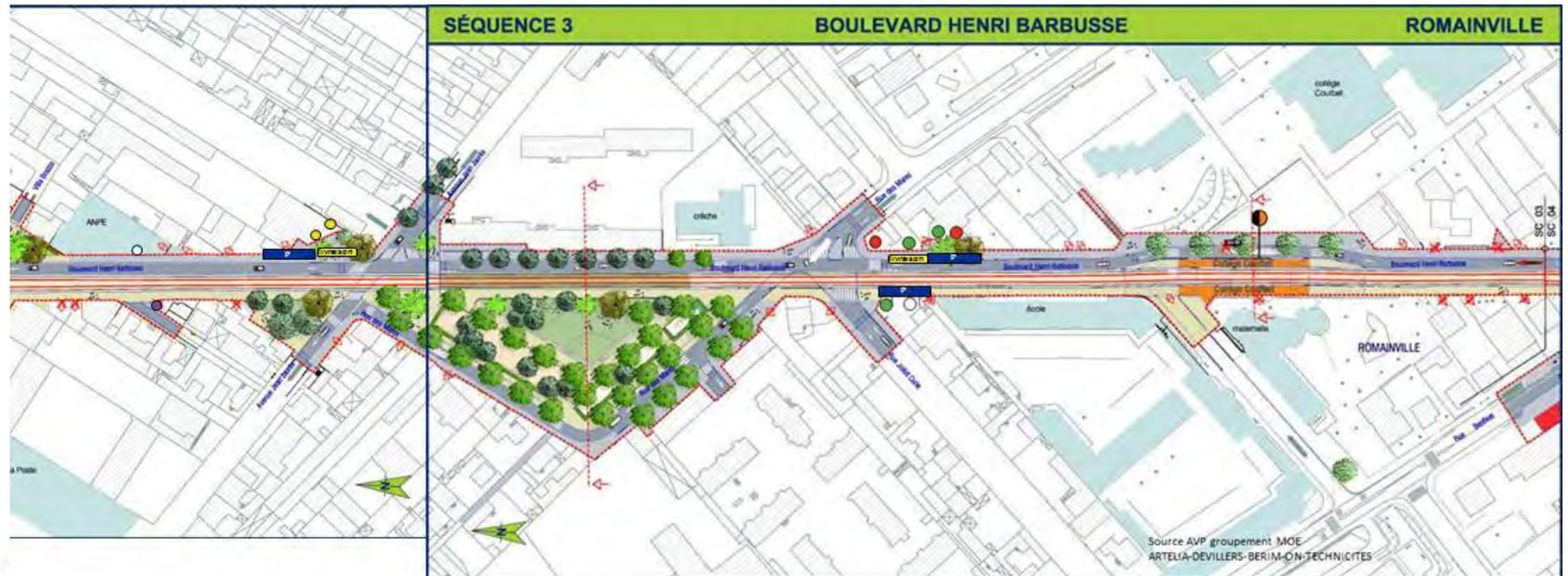
Secteurs	Commune	Stations	zone de chalandise (population résidant à moins de 500m environ)	Emprises libérées par A 186	Equipement commercial à proximité	Prévisions de flux en station (Nb entrants et descendants en heure de pointe)	Intermodalité	Nombre d'emplois à proximité (existants ou projetés)	Présence d'équipements générateurs de flux	Enjeux de développement commercial
"7 Bis"	Romainville	Collège Courbet	4 000	?	Oui	500	Non	faible	scolaire	faible
A	Romainville	Libre Pensée	5 000	22 500 m²	Non	400	Non	forte	non	moyen
B	Montreuil	Rue de Romainville	5 000	10 000 m ²	Oui	350	Non	faible	non	moyen
	Montreuil	Aristide Briand	10 000	17 500 m²	Oui	800	Métro 9 ?	faible	ferme de Moulthou	fort
	Montreuil	Rue de Rosny	5 000	7 000 m ²	Non	705	Non	forte	Mozinor, collège, mosquée, maison de retraite	moyen
C	Montreuil	Théophile Sueur	15 000	17 000 m²	Oui	725	Non	faible	piscine, conservatoire botanique, campus, sport	fort
	Montreuil	Côte du Nord	7 000	4 000 m ²	Non	700	Non	faible	collège	moyen
D	Rosny-sous-Bois	Victor Hugo	1 000	1 500 m ²	Non	250	Non	faible	-	faible
	Fontenay-sous-Bois	Faidherbe	3 000	?	Non	550	Non	faible	-	moyen
	Fontenay-sous-Bois	Val de Fontenay	5 000	?	Oui	1350	RER A, RER E + ligne orange GP	forte	lycée, centre commercial	fort

Secteur 7 bis : Collège Courbet à Romainville

Station Collège Courbet : évaluation des besoins en stationnement et livraisons

ACTIVITÉS EXISTANTES	Nombre de commerces
ALIMENTATION	3
CAFE, HOTEL, RESTAURANT	2
EQUIPEMENT DE LA MAISON	1
SERVICES DIVERS	2
LOCAL NON COMMERCIAL	1
TOTAL	9

TABLEAU RECAPITULATIF DES BESOINS DE L'EXISTANT	
NOMBRE TOTAL DE LOCAUX COMMERCIAUX	9
BESOIN EN STATIONNEMENT "A MINIMA"	7
BESOIN EN STATIONNEMENT "IDÉAL"	11
BESOIN EN AIRES DE LIVRAISON	2
BESOIN EN ACCÈS VOIRIE	0



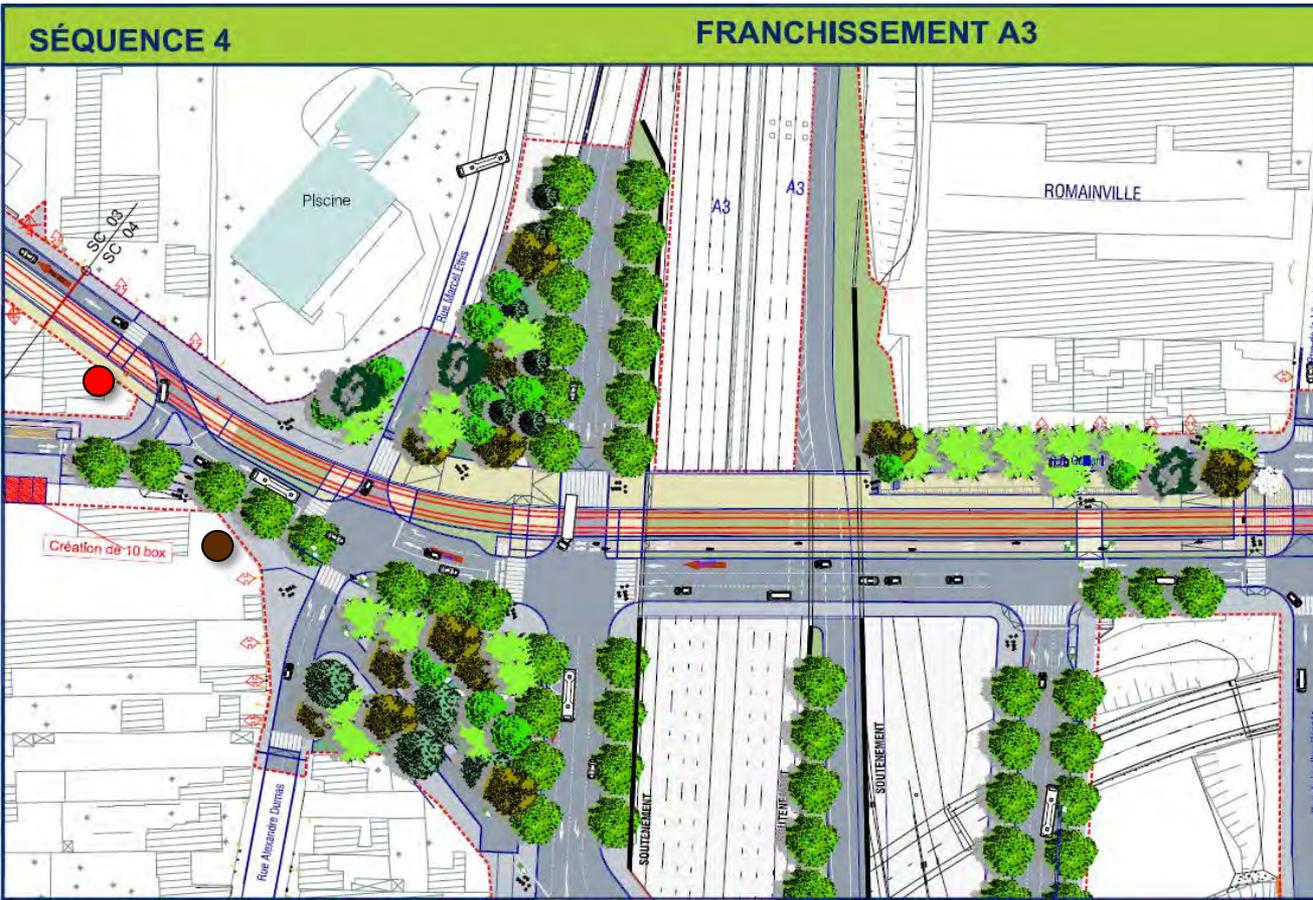
Source AVP groupement MOE
ARTELIA-DEVILLERS-BERIM-ON-TECHNICITES

Station Collège Courbet : évaluation des besoins en stationnement et livraisons

Des commerces isolés dont les besoins en stationnement et livraison ne devront pas être négligés :

- Décorasol dispose de son propre parking clientèle
- La pizzeria aura besoin de stationnement à proximité pour sa clientèle.

Concernant les livraisons, une enquête devra être réalisée auprès de ces deux commerçants afin de connaître leur besoin **d'une** aire de livraisons ou si celles-ci pourront être réalisées directement sur leur parcelle.

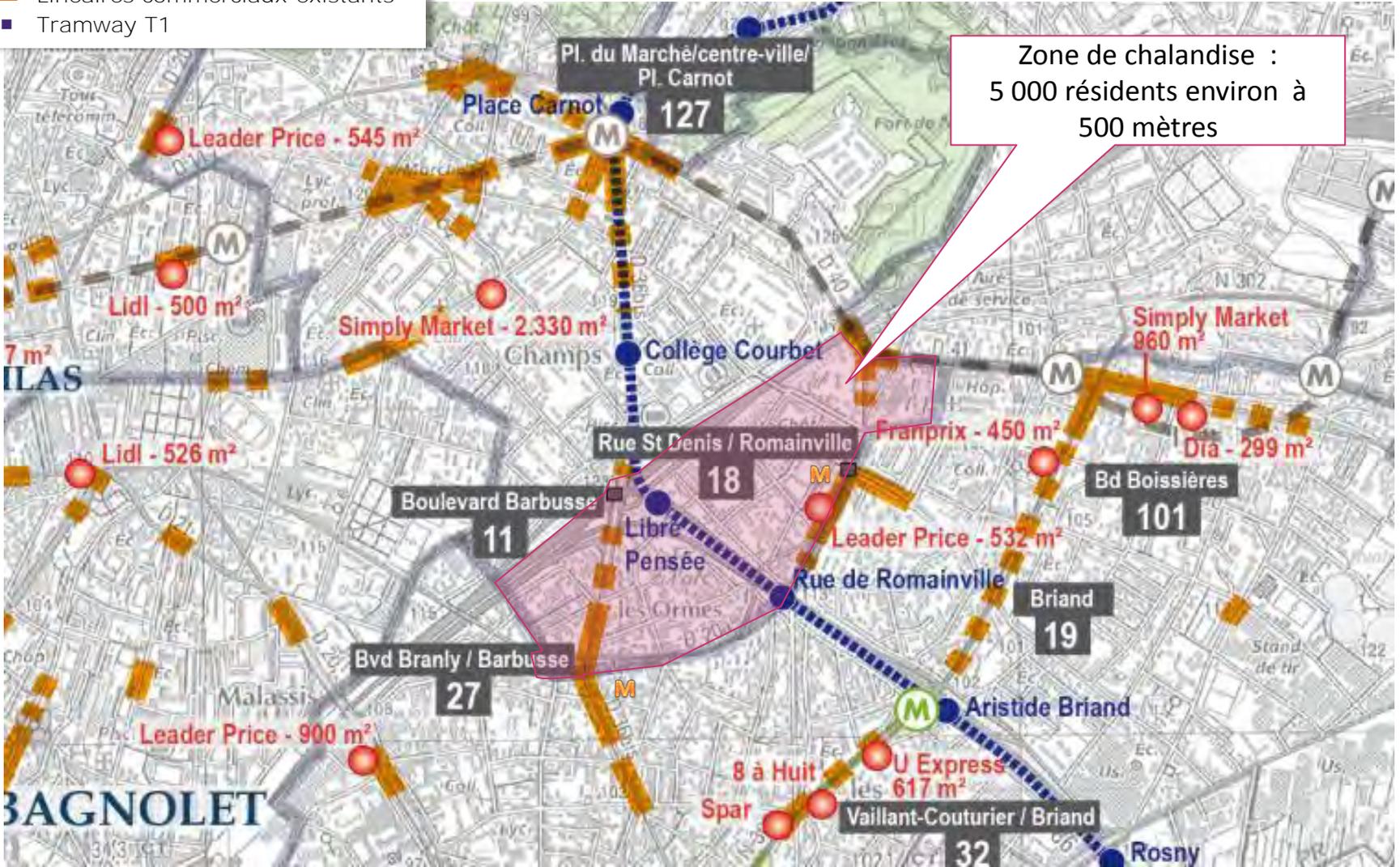


- Type d'activités
- ALIMENTATION
 - AUTOMOBILE
 - CAFE, HOTEL, RESTAURANT
 - CULTURE ET LOISIRS
 - EQUIPEMENT DE LA MAISON
 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE
 - HYGIENE, BEAUTE, SANTE
 - LOCAL NON COMMERCIAL
 - SERVICES DIVERS
 - VACANT FERME TRAVAUX

Secteur A : station Libre Pensée

Secteur A : zone de chalandise

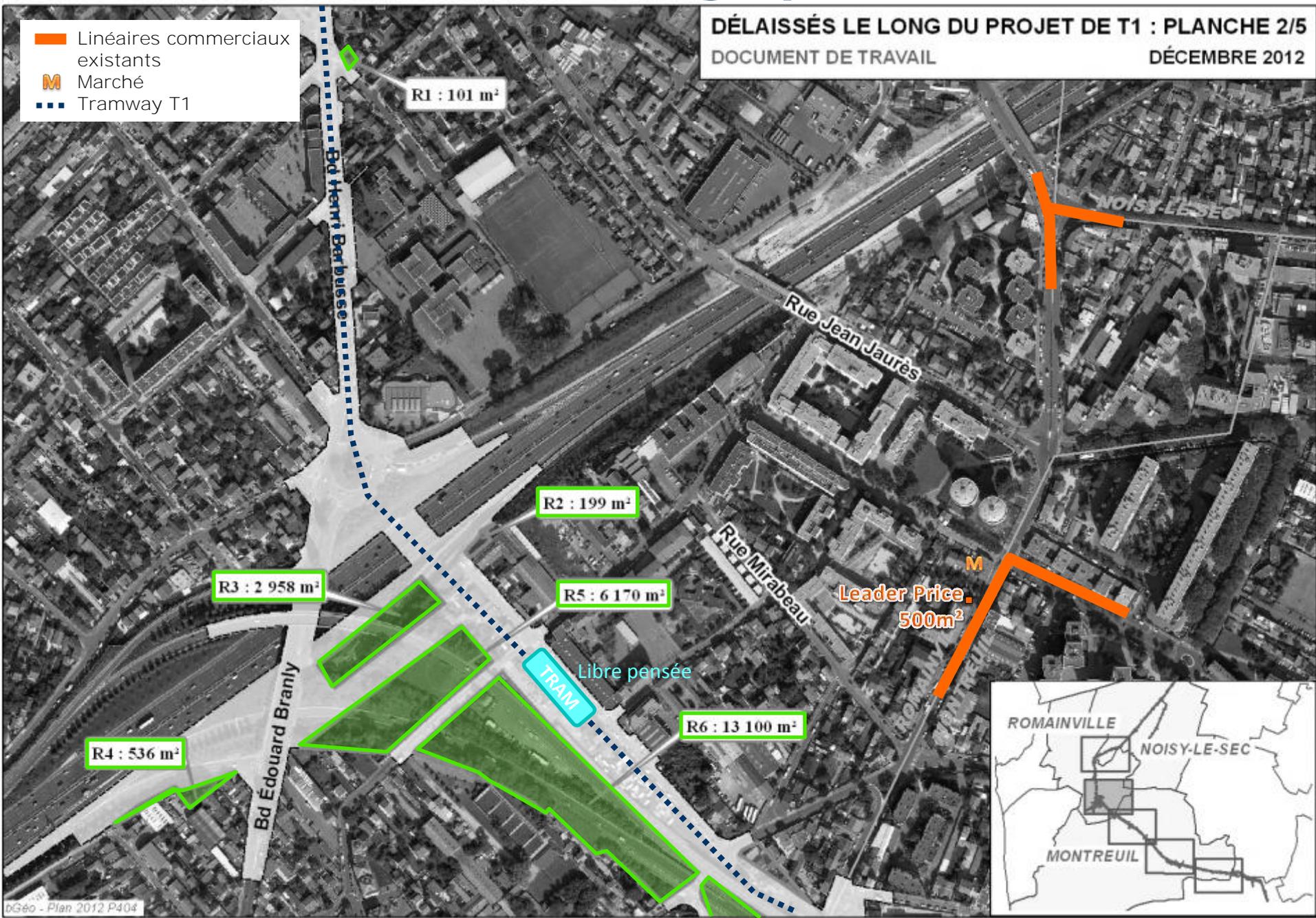
- Linéaires commerciaux existants
- Tramway T1



Station Libre Pensée : cartographie

DÉLAISSÉS LE LONG DU PROJET DE T1 : PLANCHE 2/5
DOCUMENT DE TRAVAIL
DÉCEMBRE 2012

- Linéaires commerciaux existants
- M Marché
- Tramway T1



Station Libre Pensée : stratégie de programmation commerciale

programmation			
activité	condition d'implantation	nombre de magasin	surface de plancher
restauration assise	nombre pour 1000 actifs employés	1	200 m ²
restauration à emporter	nombre pour 1000 actifs employés	1	125 m ²
activité de service	si plus de 1 000 actifs employés	2	200 m ²
moyenne surface de destination	si critères de commercialité satisfaits	1 à 3	6 000 m ²
total		5 à 7	650 à 6 650 m²

Libre Pensée	Nouveaux commerces	SDP estimée	Places de stationnement	Aires de livraisons
Fourchette basse	5	650 m ²	5	1
Fourchette haute	7	1 000 m ²	14	1
Moyenne Surface	1 ou +	6.000 m ²	150	Ind.

Les livraisons des moyennes surfaces devront être traitées sur la parcelle occupée par le commerce, idéalement dans le bâtiment.

Le stationnement nécessaire à ces commerces pourra être aménagé en structure ou en silo.

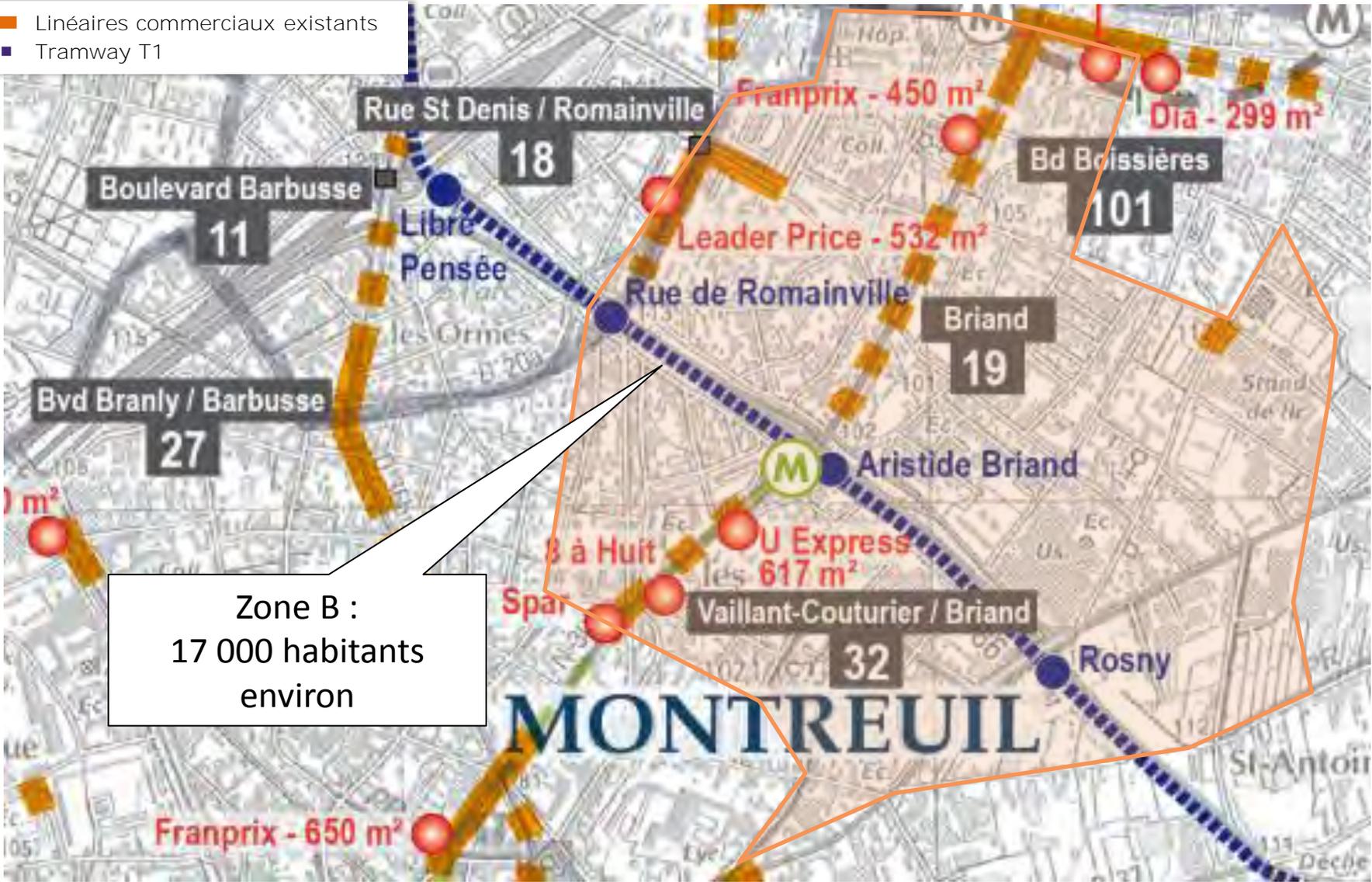
 Localisation proposée pour les commerces, leurs stationnements et leurs livraisons



Secteur B :
stations rue de Romainville,
Aristide Briand, Rosny

Secteur B

- Linéaires commerciaux existants
- Tramway T1



Zone B :
17 000 habitants
environ

Ville de Montreuil, Projet urbain des Hauts-de-Montreuil PLAN GUIDE

LÉGENDE

-  PROLONGEMENT TRAMWAY T1
-  PROLONGEMENT MÉTRO 11
-  ETUDE MÉTRO 9
-  VOIES STRUCTURANTES REAMÉNAGÉES
-  CONTINUITÉ CYCLABLE
-  CONTINUITÉ DES VOIES
-  PASSAGES
-  HYDROGRAPHE
-  RU GOBETUE
-  SECTEURS CLASSÉS
-  ÉLÉMENTS REMARQUABLES
-  PROJET AGRICULTUREL
-  ACTIVITÉS AGRICULTURELLES bâts/ jardins
-  AMÉNAGEMENT PAYSAGER DU CEMETIÈRE
-  ÉQUIPEMENT existant/projeté
-  ACTIVITÉS existant/projeté
-  MARCHÉS
-  LOGEMENTS / ACTIVITÉS
-  LOGEMENTS
-  PROJET ANRU
-  PROJET DE REQUALIFICATION

Muriel Pagès AMO
septembre 2012

0 100m



Station rue de Romainville : cartographie



Station rue de Romainville : stratégie de programmation commerciale

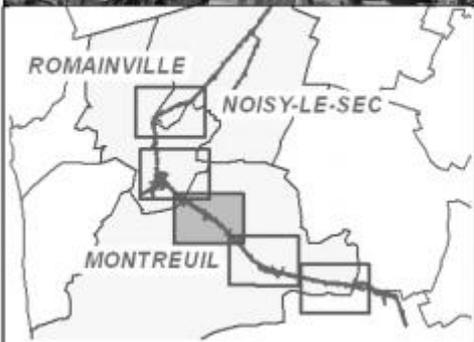
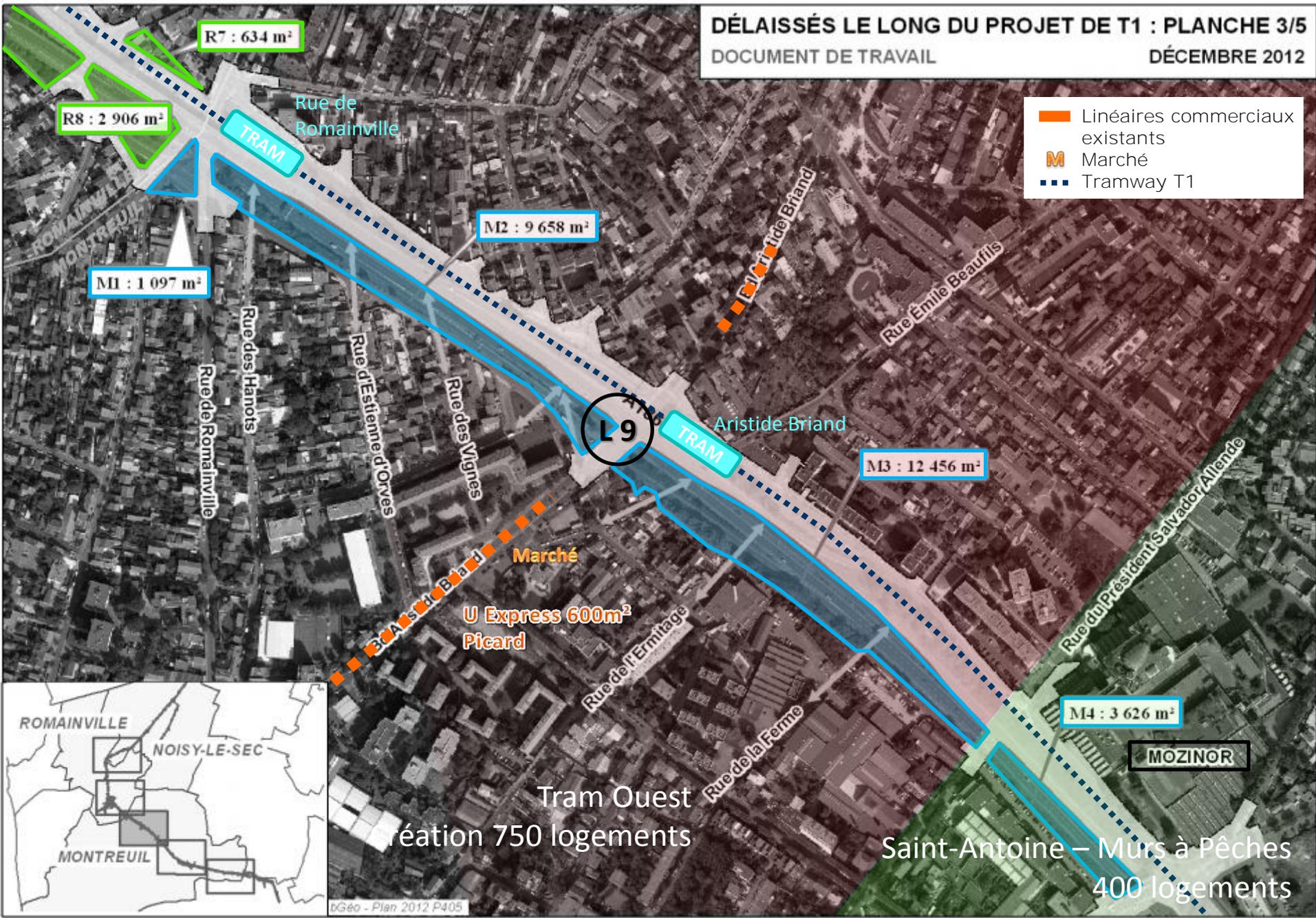
Piste de programmation	Commerces de proximité complémentaires de ceux implantés rue de Romainville.
Surfaces commerciales	2 à 4 locaux commerciaux. 400 à 650 m ² de surfaces de plancher.

Rue de Romainville	Nouveaux commerces	SDP estimée	Places de stationnement	Aires de livraisons
Fourchette basse	2	250 m ²	2	1
Fourchette haute	4	500 m ²	8	1

 Localisation proposée pour les commerces, leurs stationnements et leurs livraisons



- ▬ Linéaires commerciaux existants
- M Marché
- ⋯ Tramway T1



Tram Ouest
création 750 logements

Saint-Antoine – Murs à Pêches
400 logements

Station Aristide Briand : stratégie de programmation commerciale

Bilan programmation

Surfaces commerciales	10 à 12 locaux commerciaux. 1.300 à 2.000 m ² de surfaces de plancher commerciales.
------------------------------	---

Aristide Briand	Nouveaux commerces	SDP estimée	Places de stationnement	Aires de livraisons
Fourchette basse	10	1.300 m ²	10	1
Fourchette haute	12	2.000 m ²	24	2

Recommandations d'implantations :

Privilégier l'implantation des commerces situés sur la voie publique plutôt qu' en sous-sol dans la station de métro.

 Localisation proposée pour les commerces, leurs stationnements et leurs livraisons



Station Rosny : cartographie



- Linéaires commerciaux existants
- M Marché
- - - Tramway T1

Station Rosny : stratégie de programmation commerciale

Proposition de programmation commerciale

Accompagner le projet urbain, pour la diversité des usages, des activités et des fréquentations. Offrir une vitrine au projet agricole (des emplacements ont déjà été identifiés?) :

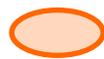
- Vente au détail des productions locales,
- Cafés et/ou restaurants,
- Commerces thématiques : boutiques ou possibilité d'implanter une moyenne surface (par exemple jardinerie urbaine?).

Surfaces commerciales

6 à 8 locaux commerciaux.
800 à 1.200m² de surfaces commerciales pour les boutiques.
+ 3.500m² de surfaces de plancher pour un commerce de grande taille (jardinage, ...).

Rue de Rosny	Nouveaux commerces	SDP estimée	Places de stationnement	Aires de livraisons
Fourchette basse	6	800 m ²	6	1
Fourchette haute	8	1.200 m ²	16	1
Moyenne Surface	1	3.500 m ²	80	Ind.

Le stationnement nécessaire à la moyenne surface pourra être satisfait par le parking silo programmé sur le site.

 Localisation proposée pour les commerces, leurs stationnements et leurs livraisons

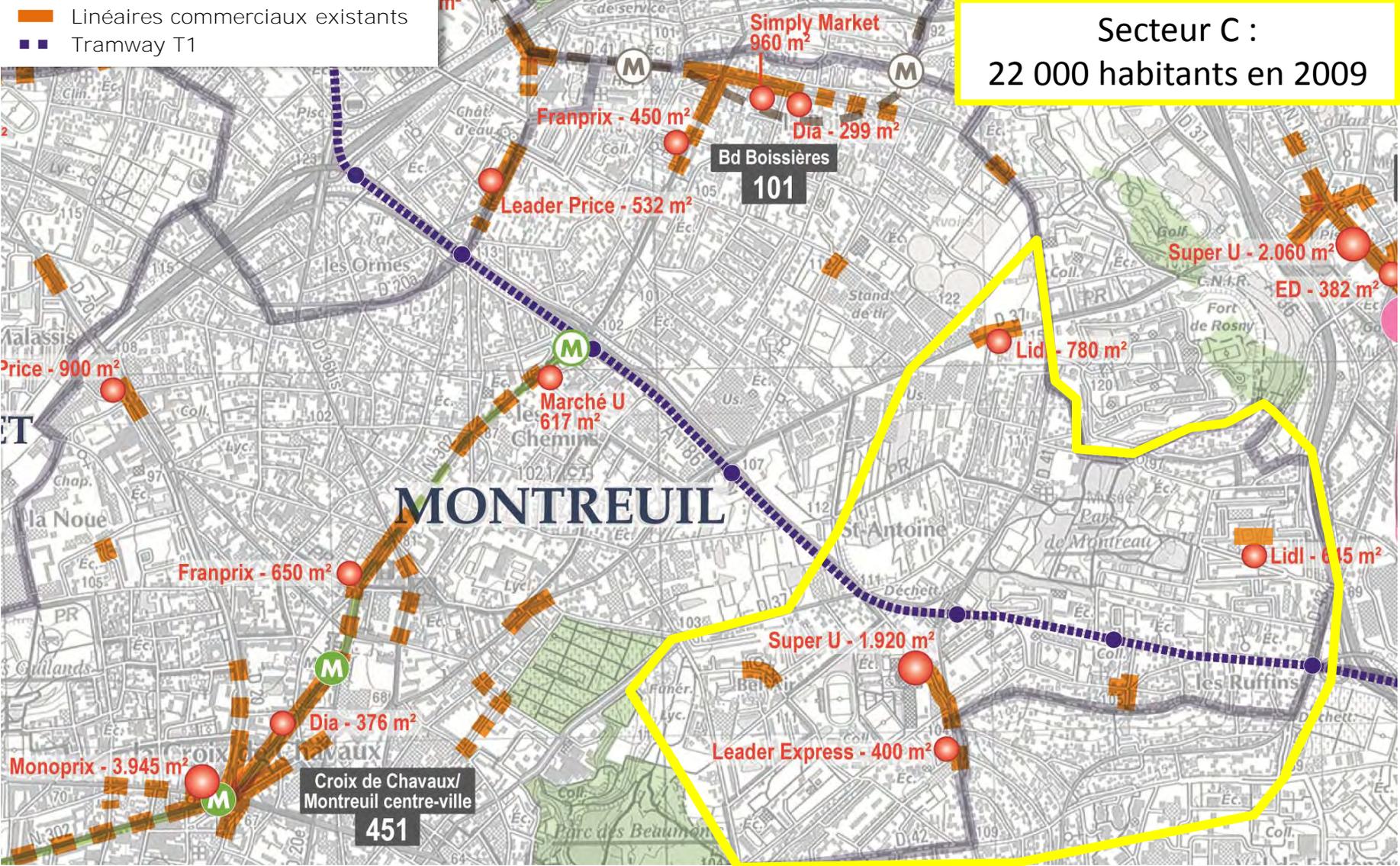


Secteur C : stations Théophile Sueur, Côte du Nord, Victor Hugo

Secteur C

- Linéaires commerciaux existants
- Tramway T1

Secteur C :
22 000 habitants en 2009

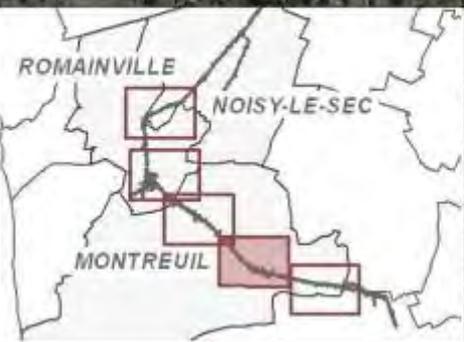


DÉLAISSÉS LE LONG DU PROJET DE T1 : PLANCHE 4/5

DOCUMENT DE TRAVAIL

DÉCEMBRE 2012

- Linéaires commerciaux existants
- M Marché
- Tramway T1



Station Théophile Sueur : stratégie de programmation commerciale

Proposition de programmation commerciale

Renforcement de la centralité de quartier par l'implantation d'activités commerciales complémentaires de celles présentes boulevard Théophile Sueur :

- Commerces et services de proximité,
- Commerces et restauration à destination des actifs et usagers des équipements :
- Cafés et/ou restaurant

Surfaces commerciales

10 à 15 locaux commerciaux.
1.300 à 2.500m² de surfaces commerciales.

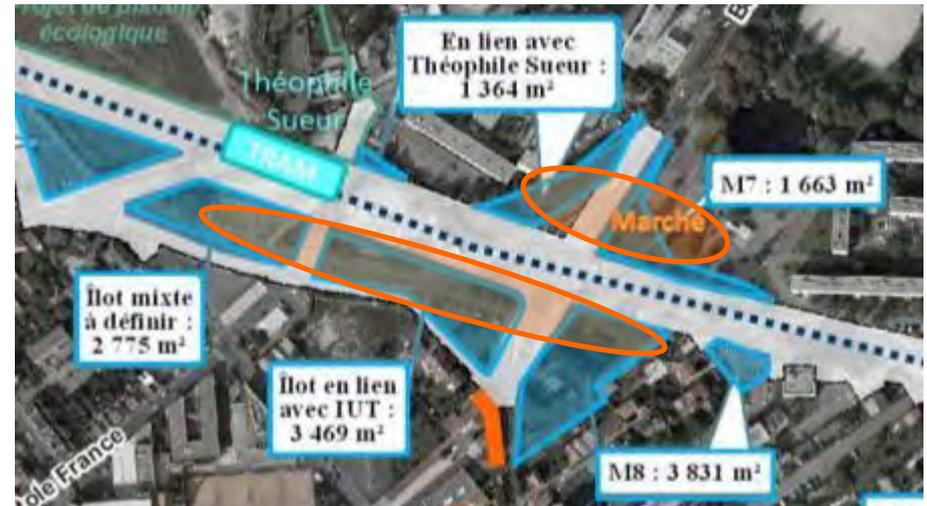
Théophile Sueur	Nouveaux commerces	SDP estimée	Places de stationnement	Aires de livraisons
Fourchette basse	10	1.300 m ²	10	1
Fourchette haute	15	2.500 m ²	30	2



Localisation proposée pour les commerces, leurs stationnements et leurs livraisons

Cette évaluation des besoins fonctionnels ne prend pas en compte le stationnement du camion des commerçants non-sédentaires, ni des clients du marché.

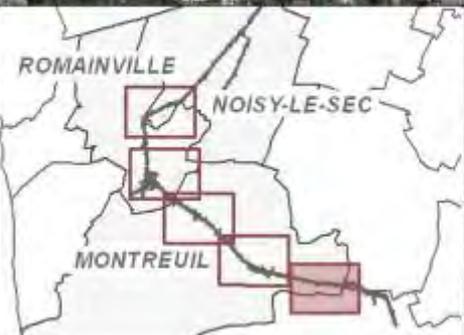
Pour la clientèle du marché, les besoins en stationnement sont faibles, dans la mesure où ce marché rayonne à une échelle de proximité.



Station Côte du Nord : cartographie

DÉLAISSÉS LE LONG DU PROJET DE T1 : PLANCHE 5/5
DOCUMENT DE TRAVAIL DÉCEMBRE 2012

CC des Morillons
Lidl + boutiques



- Linéaires commerciaux existants
- M Marché
- ... Tramway T1

Station Côte du Nord : stratégie de programmation commerciale

Proposition de programmation commerciale

Quelques activités commerciales de proximité, complémentaires de l'offre en place rue des Ruffins et rue Brossolette : boulangerie, banque, café, restauration à emporter ...

Surfaces commerciales

2 à 4 locaux commerciaux (des transferts depuis la rue de la Paix/rue des Ruffins pourraient être envisageables).

250 à 600 m² de surfaces de plancher.

Côte du Nord	Nouveaux commerces	SDP estimée	Places de stationnement	Aires de livraisons
Fourchette basse	2	250 m ²	2	1
Fourchette haute	4	600 m ²	8	1

Localisation proposée pour les commerces, leurs stationnements et leurs livraisons



Station Victor Hugo : cartographie

DÉLAISSÉS LE LONG DU PROJET DE T1 : PLANCHE 5/5
DOCUMENT DE TRAVAIL DÉCEMBRE 2012

CC des Morillons
Lidl + boutiques



- Linéaires commerciaux existants
- M Marché
- Tramway T1

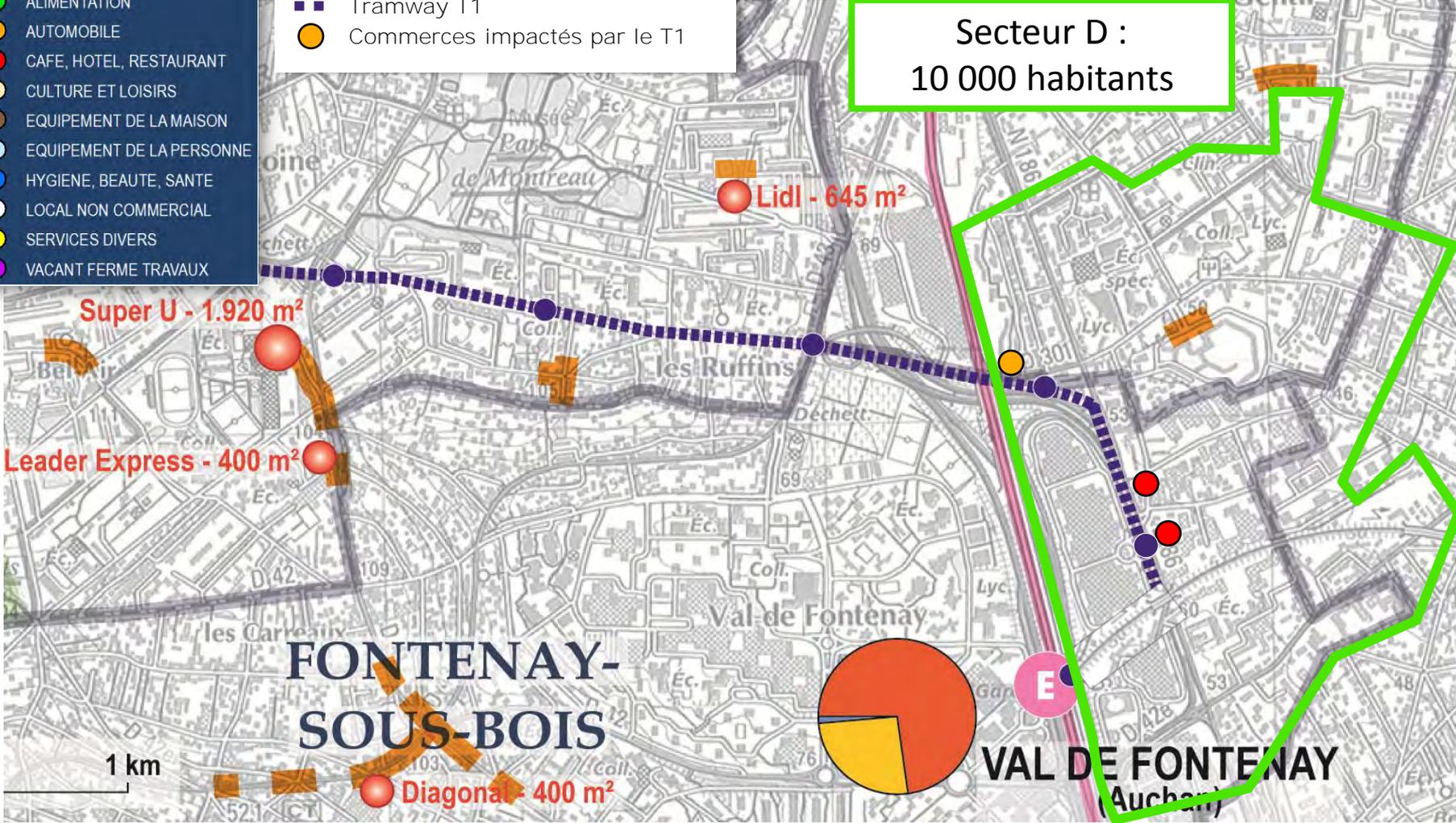
Secteur D : Rosny / Fontenay-sous-Bois

Secteur D

- Type d'activités
- ALIMENTATION
 - AUTOMOBILE
 - CAFE, HOTEL, RESTAURANT
 - CULTURE ET LOISIRS
 - EQUIPEMENT DE LA MAISON
 - EQUIPEMENT DE LA PERSONNE
 - HYGIENE, BEAUTE, SANTE
 - LOCAL NON COMMERCIAL
 - SERVICES DIVERS
 - VACANT FERME TRAVAUX

- ▬ Linéaires commerciaux existants
- - - Tramway T1
- Commerces impactés par le T1

Secteur D :
10 000 habitants



Station Faidherbe : stratégie de programmation commerciale

Proposition de programmation commerciale	Implantation de commerces et services de proximité ainsi que d'une offre de restauration à destination des actifs et habitants du secteur : - Boulangerie, banque, café, pharmacie, supérette, - Restauration sur place / restauration à emporter ...
Surfaces commerciales	2 à 4 locaux commerciaux 250 à 520 m² de surfaces de plancher

Faidherbe	Nouveaux commerces	SDP estimée	Places de stationnement	Aires de livraisons
Fourchette basse	2	250 m ²	2	1
Fourchette haute	4	500 m ²	8	1

 Localisation proposée pour les commerces, leurs stationnements et leurs livraisons

Concessionnaire automobile Mercedes : parking privé pour sa clientèle mais une problématique de livraisons



Station Val de Fontenay : stratégie de programmation commerciale

Proposition de programmation commerciale

Implantation de commerces et services de proximité ainsi que d'une offre de restauration à destination des actifs et habitants de la zone :

- Boulangerie, banque, café, pharmacie, supérette, ...
- Services,
- Restauration sur place / restauration à emporter ...

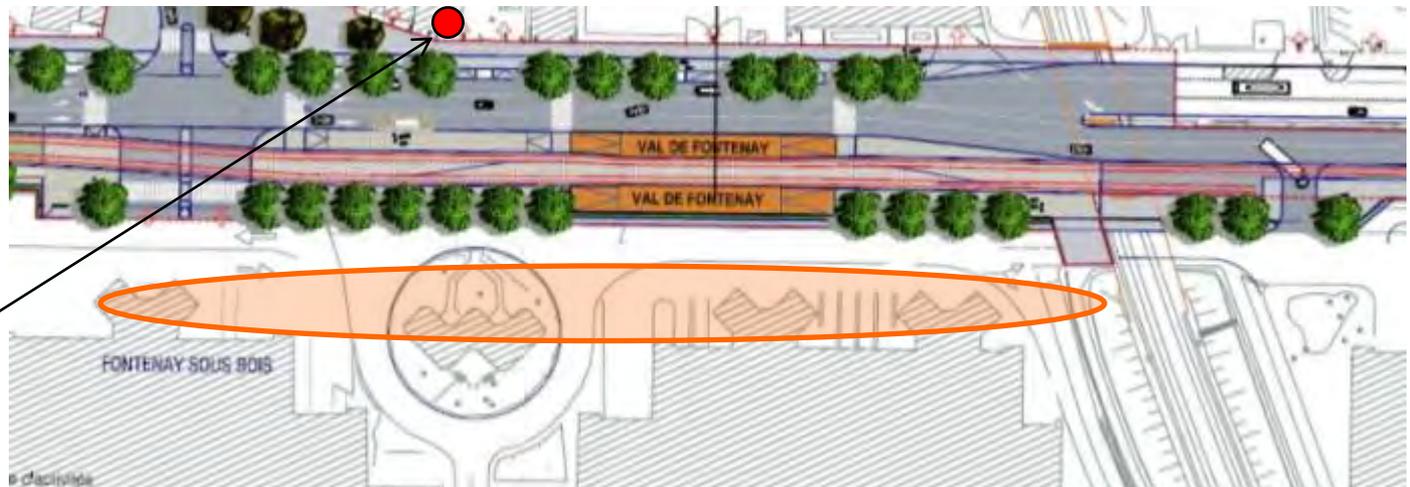
L'aménagement de ce secteur va fortement évoluer, en raison du projet de restructuration de la zone Péripôle et de la création d'une station de la ligne organe du Grand Paris. Un cheminement, éventuellement bordé de commerce, devrait être aménagé entre les différents TC.

Surfaces commerciales

5 à 10 locaux commerciaux.
700 à 1.500 m² de surfaces de plancher.

Val de Fontenay	Nouveaux Commerces	SDP estimée	Places de stationnement	Aires de livraisons
Fourchette basse	5	700 m ²	1	1
Fourchette haute	10	1500 m ²	20	1

Localisation proposée pour les commerces, leurs stationnements et leurs livraisons



Deux restaurants implantés le long de l'avenue : maintenir une offre de stationnement clientèle

ANNEXE

Nomenclature des activités commerciales

classification par secteur d'activité			
SECTEUR	ACTIVITE		
ALIMENTATION	Alimentation générale/Epicerie exotique	HYGIENE SANTE BEAUTE (sauf médecins)	Coiffure
	Boissons/cavistes		Soins de la Personne (Esthétique / Onglerie / institut de beauté)
	Boucherie/triperie/volaille	EQUIPEMENT DE LA MAISON	Optique - Audition
	Boulangerie/pâtisserie		Parfumerie/cosmétique
	Charcuterie/traiteur		Pharmacie/parapharmacie, laboratoire d'analyse
	Chocolaterie/confiserie		Arts ménagers / Arts de la table / Décoration
	Fromagerie/crèmerie		Bricolage
	Poissonnerie		Revêtement
	Primeur		Electroménager (blanc)
	Autre alimentation spécialisée (dont surgelés Picard)		Jardin/fleurs (Jardinerie, piscinistes)
	Débit de tabac (unique activité)		Animalerie
	Hypermarché		Luminaire
	Supermarché et Hard Discount		Meubles et cuisinistes
	Supérette		Ventes d'objets d'art ou d'occasion
CAFE HOTEL RESTAURANT	Hôtellerie	EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	Equipement de la maison généraliste / non spécialisé
	Débit de boisson (café, bar, bar PMU, bar/tabac)		Accessoires
	Restauration rapide Fast food		Horlogerie/bijouterie
	Restauration rapide Cafétéria		Chaussures
	Restauration rapide Sandwicherie/Grignotage/kebab/traiteur chinois		Vêtements
	Restauration assise (pizzeria, brasserie, restauration traditionnelle, sushi, ...)		Puériculture
LOISIRS	Librairie/papeterie/presse	SERVICES (sauf services publics) et AUTO	Lingerie
	Cinéma		Assurance, mutuelle, immobilier, voyage
	Articles de sport, fitness		Banques, DAB
	Jeux/jouets		Réparations, Serrurerie, Cordonnerie, Retoucherie
	Pratiques de loisirs (Cinéma, discothèque, bowling...)		Téléphonie, dépannage informatique
	Hifi, informatique (vente)		Nettoyage/pressing/laverie
	DVD, disques		Services divers (Toilettage, Pompes funèbres...)
	Auto école		
	station service		
	Vente, entretien (garage), pièces détachées, location pour automobile et moto		