

Ville de Choisy-le-Roi : l'attractivité commerciale autour de la gare

La commande du service en charge du commerce de la Ville de Choisy-Le-Roi a porté sur la valorisation commerciale choisyenne. Elle consiste tout d'abord, à la réalisation d'un diagnostic qualitatif du tissu commercial du « centre-ville » autour de la gare. Celui-ci s'appuie sur une approche clientèle des usagers-habitants et de certains commerçants. Enfin, la commande comprend l'élaboration d'un benchmark détaillé de différents dispositifs et d'outils applicables à Choisy-le-Roi.

La Ville de Choisy-le-Roi compte 45 000 habitants et est située dans le département du Val-de-Marne. La Ville est confrontée à l'accroissement de la vacance de ses locaux d'activité ainsi qu'à l'homogénéisation de l'offre commerciale, soumise par ailleurs à la concurrence des centres commerciaux régionaux et du e-commerce.

La commune bénéficie pourtant d'une position géographique stratégique en tant que point de convergence de plusieurs infrastructures routières et de transports en commun à dix kilomètres au sud de la capitale.

Par ailleurs, la ville se place aujourd'hui au cœur de projets de développement ambitieux avec le renforcement de la métropole du Grand Paris.



Au regard des éléments d'analyse de la commande, la problématique autour de laquelle s'articule notre étude est la suivante : **Quelle est la pertinence de l'offre commerciale du centre-ville de Choisy-Le-Roi au vu des attentes actuelles des usagers et des dynamiques à l'œuvre ?**

METHODOLOGIE DE L'ENQUETE

Pour répondre au cahier des charges de la commande établie par la Ville de Choisy-Le-Roi et à la question précédemment énoncée, nous avons défini notre périmètre d'étude.

Des entretiens nous ont permis de cerner, en amont, les logiques du territoire. Nous avons rencontré les associations de commerçants locaux, l'AVECC et l'ACACC, l'adjointe au maire en charge des transports, plusieurs services municipaux (l'habitat, l'urbanisme et le développement économique), deux opérateurs qui interviennent sur le territoire, la SEMAEST, société d'économie mixte spécialisée dans la revitalisation commerciale, et l'aménageur historique du département, la SADEV 94, ainsi que quelques agences immobilières.

Nous avons réalisé un diagnostic du tissu commercial du territoire via une approche qualitative et quantitative des modes de consommation des usagers. L'enjeu était d'identifier les attentes et les représentations des usagers au moyen d'un questionnaire. L'échantillon compte 149 usagers interrogés au sein de notre périmètre d'étude.

Un autre questionnaire auprès de neuf commerçants sélectionnés par les commanditaires (une boulangerie, un salon de coiffure, un fleuriste, trois pharmacies, une brasserie, un magasin de décoration et un autre d'accessoires) a également été réalisé dans l'optique de caractériser les problématiques commerciales (concurrence, e-commerce, attentes...).

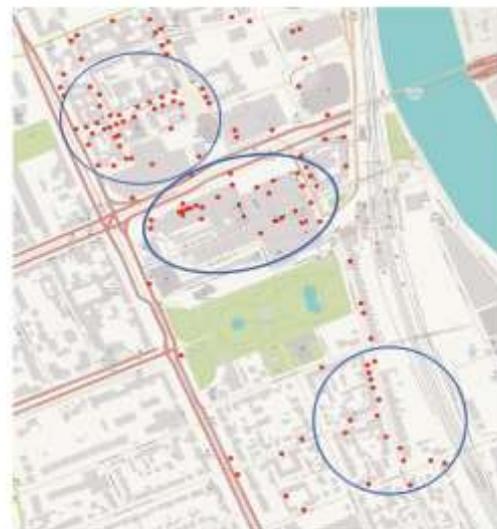
LE CENTRE-VILLE DE CHOISY-LE-ROI : UNE CENTRALITE MULTIPOLAIRE

Au regard de la définition même de la centralité, Choisy-le-Roi présente une centralité dominante sur sa rive gauche.

Plus spécifiquement, le centre-ville - notre périmètre d'étude - concentre les traits caractéristiques d'une centralité commerciale : la concentration des commerces, de logements, les caractéristiques morphologiques du centre et la convergence des infrastructures de transport.

Nos interrogations concernant la définition de notre périmètre nous ont amenés à distinguer trois polarités dans le centre-ville. Ce constat est appuyé par l'hétérogénéité des perceptions des enquêtés sur ce qu'ils considèrent comme étant le centre-ville. Ces trois pôles - le quartier du Parc contenant la gare, la dalle de la galerie Rouget de Lisle et ses proches alentours, ainsi que le quartier Saint-Louis - sont représentés ci-dessous sur la carte par différents aplats de couleur.

Répartition des commerces dans le centre ville élargi de Choisy-le-Roi



Légende

• Commerces dans le centre-ville élargi de Choisy-le-Roi

○ Pôles commerciaux

Source: HEBE

0 50 100 150 200 m

Les polarités commerciales dans le centre-ville de Choisy-le-Roi



Légende

■ Saint-Louis
■ Dalle
■ Parc

0 50 100 150 200 m



LA DALLE

Un espace caractérisé par un urbanisme fonctionnaliste des années 1960 et des commerces majoritairement ethniques organisés autour d'une dalle et d'une galerie commerçantes.

SAINT-LOUIS

Un quartier historique dont l'ambiance urbaine s'apparenterait plutôt à un « village » organisé autour de plusieurs rues commerçantes.

LE QUARTIER DU PARC

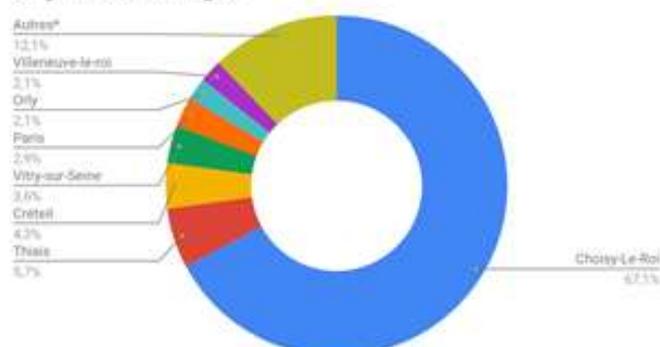
Dans ce secteur, les commerces plus traditionnels apparaissent agglomérés sur un axe principal longeant le parc de la mairie.

Cette première partie a permis d'identifier trois polarités. La suite de notre analyse et la confrontation des données au terrain nous ont amenés à les articuler en une unité au vu des pratiques de consommation.

LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DES USAGERS

A l'échelle des 149 enquêtés, les commerces du centre-ville sont fréquentés à 67% par des Choisyens. Les 33% des interrogés restants viennent des communes environnantes comme Thiais, Créteil, Vitry-sur-Seine, Orly... L'effet de proximité joue donc un rôle important dans la fréquentation des commerces du centre-ville ainsi que dans les pratiques de consommation spécifiques aux usagers.

Origine des interrogés



Source : Ecole d'urbanisme de Paris.
Données : questionnaire usagers

Une prévalence de commerces dits « de bouche » ainsi que de services de proximité caractérisent l’offre commerciale. Cette typologie commerciale impacte les habitudes de consommation des usagers. Celles-ci sont majoritairement orientées vers des commerces « alimentaires » et de restauration. Les commerces de textiles, de services, de beauté/soins et de loisirs sont quant à eux moins fréquentés du fait d’un déficit « qualitatif » de l’offre. En outre, le centre-ville est marqué par la récurrence de certains types de commerces.

Les marchés occupent une place importante en termes de consommation dans le centre-ville. Leur fréquentation varie selon les habitudes des usagers et leurs lieux de résidence. En effet, des usagers provenant d’autres communes environnantes comme Thiais, Orly, Créteil, fréquentent les marchés de Choisy-le-Roi, ce qui démontre leur attractivité sur les communes limitrophes et plus généralement du Val-de-Marne.

UNE OFFRE COMMERCIALE DE CENTRE-VILLE JUGEE INSATISFAISANTE PAR LES CHOISIENS

L’enquête a relevé que plus de la moitié des interrogés ont une image plutôt négative du centre-ville sur le plan commercial. 54% des interrogés trouvent en effet l’offre commerciale incomplète. Cette dernière n’est donc pas tout-à-fait en concordance avec les besoins d’une certaine partie de la population interrogée. Le manque de sécurité, d’attrait et d’entretiens de certains locaux commerciaux amplifient les remarques négatives portant sur cette offre.

Nous avons pu relever diverses remarques des usagers aussi bien chez les personnes satisfaites qu’insatisfaites. Ainsi, le principal point de mécontentement semble être le manque de diversité de commerces. La présence de très nombreuses boutiques de la même typologie démontre une offre partielle que regrettent les usagers. Les commerces sont jugés trop spécialisés et les usagers ressentent le manque de grandes enseignes.

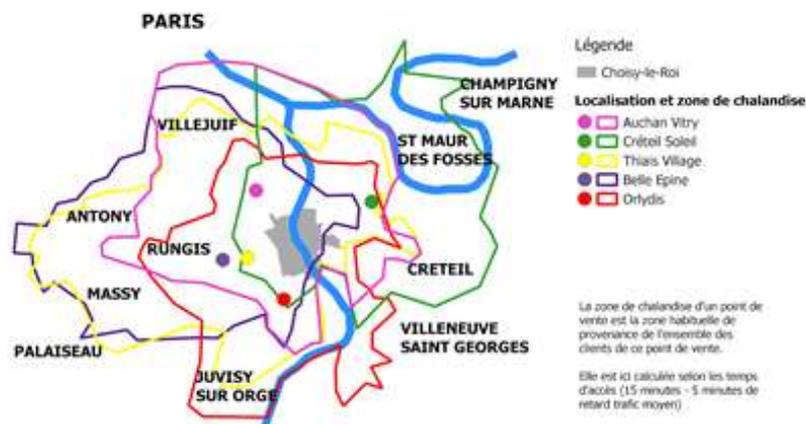
L’inadéquation entre l’offre et la demande incite donc une partie d’entre eux à se rendre dans les centres commerciaux et grandes surfaces.



Une des entrées de la galerie commerciale implantée sur la Dalle. Source : G.COSQUER, 30/11/2018

UNE CONCURRENCE MULTISCALEIRE

Zone de chalandise des principaux centres commerciaux autour de Choisy-le-Roi



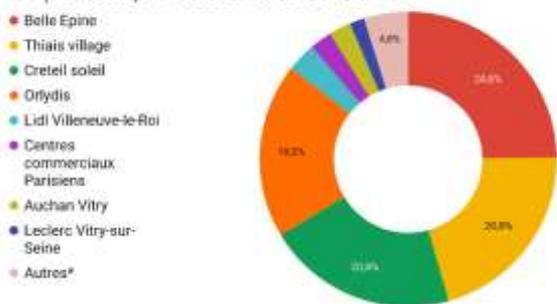
Echelle 1:68000e

Source : Géoportail

Ecole d'Urbanisme de Paris, 2018

Les commerces du centre-ville de Choisy-le-Roi sont sujets à la forte concurrence des grandes surfaces et centres commerciaux périphériques

Grandes surfaces et centres commerciaux en dehors de CLR fréquentés par les clients du centre-ville



Source : Ecole d'urbanisme de Paris.

Données : questionnaire usagers

La délimitation des zones de chalandise des centres commerciaux périphériques et grandes surfaces démontre que la ville est couverte par ces différentes aires et donc plus exposée à la concurrence.

Les centres commerciaux et grandes surfaces en dehors de la commune de Choisy-le-Roi constituent des éléments impactant l'attractivité du centre-ville. Les résultats démontrent que des établissements tels Belle Epine, Thiais Village, Créteil Soleil et Orlydis sont les plus fréquentés en raison de leur proximité géographique et leur accessibilité. D'autres centres commerciaux et grandes surfaces situés dans d'autres communes comme Villeneuve-le-Roi, Paris, Vitry-sur-Seine sont moins fréquentés par les usagers choisyens. Parmi les personnes interrogées, la totalité fréquente au moins une de ces structures. Cela explique notamment l'instabilité des petits commerces à Choisy-Le-Roi.

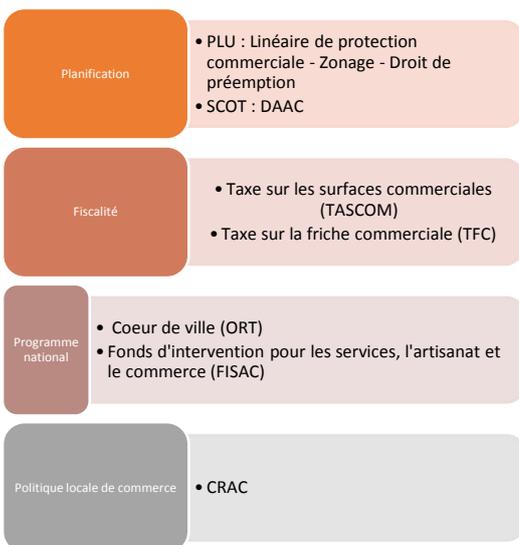
Le centre-ville est également situé dans les deux zones de chalandises de Casino et d'Intermarché, deux grandes surfaces très proches géographiquement et en concurrence entre elles et avec les commerces de proximité.

QUELLES SOLUTIONS POUR UNE REVITALISATION COMMERCIALE EFFICIENTE ?

La réalisation d'un benchmark recensant différents dispositifs et outils de revitalisation commerciale permet de proposer un répertoire d'expériences transposables à la situation de Choisy-Le-Roi. Celui-ci permettra de dégager des préconisations et des suggestions pertinentes pour améliorer l'attractivité commerciale de la ville. La revitalisation des centres-villes est un des éléments phares des politiques publiques urbaines actuelles. De nombreuses villes se sont engagées dans ces démarches à travers plusieurs approches qui témoignent de la complexité de la question et de la diversité des leviers d'actions selon le contexte.

Ces schémas recensent les différentes actions réalisables dans cette optique qui font, d'une part, partie des politiques urbaines et des outils réglementaires et, d'autre part, des initiatives locales.

POLITIQUES URBAINES ET OUTILS REGLEMENTAIRES



INITIATIVES LOCALES



Ainsi, ce diagnostic a permis de comprendre les différentes problématiques liées à l'attractivité commerciale dans le centre-ville multipolaire de Choisy-Le-Roi.

La compétitivité des grands centres commerciaux et grandes surfaces ont fortement influencé l'attractivité commerciale du centre. Ce phénomène est corroboré par les pratiques des usagers et leurs appréciations du centre. Néanmoins, la valorisation commerciale au sein de ce territoire pourrait être favorisée par la mise en œuvre d'initiatives urbaines et d'outils réglementaires déjà appropriés par certaines villes touchées par le déclin de leur attractivité commerciale.

Étudiants : Alyson ANNICETTE, Guillaume COSQUER, Anissa DOUHI, Rami HAFIANE, Fatou NIANG, Julie PICARD, Marion TILLY, Camille HERVÉ, Camille METO, Agathe PASTRÉ

Encadrants : Pascal MADRY et Marie BIGORGNE