



NOISIEL / LA CHOCOLATERIE / QUARTIER DE LA MARNE

MAITRISE D'OUVRAGE



LINKCITY ILE DE FRANCE
 Challenger - 1 Avenue Eugène Freyssinet
 78280 GUYANCOURT

LINKCITY ILE-DE-FRANCE SAS
 SAS au capital de 1 000 000 €
 Challenger - Avenue Eugène Freyssinet
 78280 GUYANCOURT
 Tél. : 01 30 60 18 59
 343 183 331 RCS Versailles - IFR 50 543 183 331

MAITRISE D'OEUVRE URBAINES

CARTA - REICHEN ET ROBERT ASSOCIÉS
 ARCHITECTES - URBANISTES

CARTA-REICHEN ET ROBERT & ASSOCIÉS
 17, rue Brézin
 75014 PARIS

MAITRISE D'ŒUVRE DES AMENAGEMENTS

agence ter
AMÉNAGEMENTS URBAINS

AGENCE TER
 18 Rue du Faubourg du Temple
 75011 PARIS



MAGEO
 51 Boulevard de Strasbourg
 59044 LILLE

BUREAUX D'ETUDE



GINGER DELEO
 49 Av. Franklin Roosevelt
 77210 Avon



ROC SOL
 30ter Rue d'Estienne d'Orves
 92120 MONTROUGE



TAUW
 174 avenue du Maréchal de Lattre de Tassigny
 94120 FONTENAY-SOUS-BOIS

TITRE PERMIS D'AMÉNAGER - QUARTIER DE LA MARNE

ECHELLE

Sous-titre PA14 - Etude d'impact - Annexe 14 - Programmation commerciale

-

PROJET	TYPE DE PLAN	EMETTEUR	PHASE	DATE	FORMAT	N° PLAN	INDICE
NOISIEL	-	MAGEO	PA	Mai 2023	A4	-	0

BÉRÉNICE

LA CHOCOLATERIE
NOISIEL

Document final

Linkcity
Novembre 2022

linkcity

SOMMAIRE

1	Éléments de contexte	3
2	Analyse de l'environnement commercial	9
3	Analyse de la zone de chalandise	13
4	Enjeux du site et du projet	17
5	Pistes programmatiques	19

1 ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

RAPPEL DU CONTEXTE DE LA MISSION

ÉTUDE DE PROGRAMMATION COMMERCIALE DU PROJET DE LA CHOCOLATERIE À NOISIEL

Dans le cadre de la réhabilitation de l'ancienne usine Menier, devenue siège social de Nestlé dans les années 1990, Linkcity s'interroge sur la programmation commerciale la plus adaptée.

Le site aux atouts patrimoniaux très marqués, inscrit dans une cité ouvrière préservée accueillera un projet mixte, de grande envergure : près de 105 000 m² SP. Le programme se décompose pour l'heure en 760 logements, auxquels s'ajoutent une résidence étudiante et du co-living. Un important équipement culturel et touristique est également pressenti (la Cité du Goût), de même que des activités productives liées à l'agro-alimentaire.

La présente étude se concentre sur le volet commercial qui accompagne la 1^{ère} phase du projet. Il s'agit de penser la programmation adéquate, sa localisation et son intégration dans la polarité commerciale déjà existante, au regard du contexte urbain et concurrentiel global.

Ce document d'étape précise de manière synthétique le contexte de marché.



ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

ENVIRONNEMENT DIRECT DU SITE

UN TERRITOIRE STRUCTURÉ PAR DES REPÈRES URBAINS FORTS

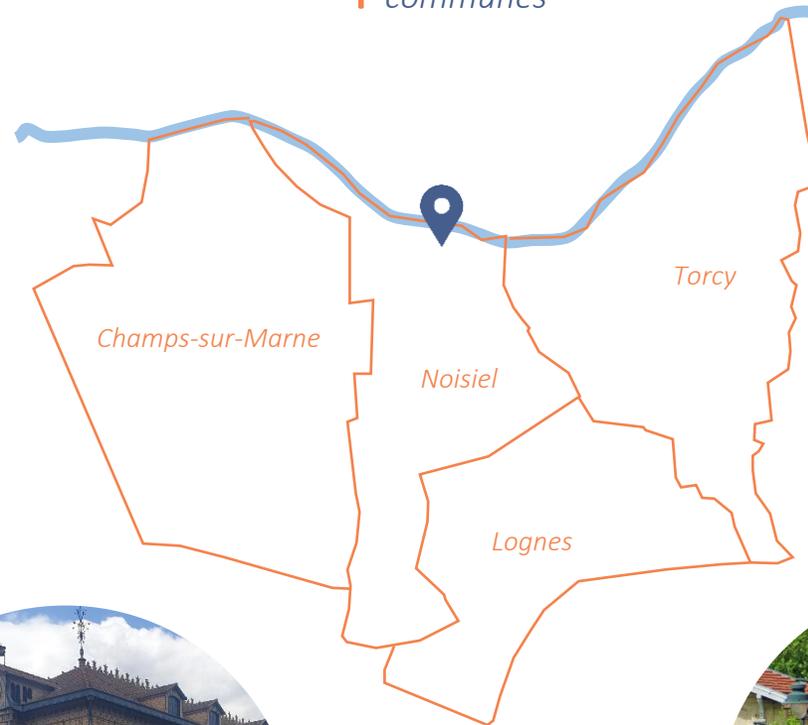
L'environnement immédiat du site de la Chocolaterie est structuré par de grands repères et attracteurs culturels et patrimoniaux.

Pour cette étude, quatre communes sont particulièrement liées à Noisiel et s'inscrivent dans une dynamique territoriale commune : Champs-sur-Marne, Noisiel, Torcy et Lognes.

77 079
habitants

31 100
ménages

4 communes



ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

DONNÉES SOCIODÉMOGRAPHIQUES – COMMUNE DE NOISIEL

INSEE 2018



NIVEAU DE REVENU

par rapport à la base nationale 100



INDICE DE JEUNESSE par rapport à la base nationale 100

> L'indicateur de jeunesse est le rapport entre la population âgée de moins de 20 ans et celle des 60 ans et plus.



CSP + (en %)

Une population familiale, avec des revenus en fourchette basse malgré un certain nombre d'actifs qualifiés

La dynamique démographique est soutenue, et la population affiche un profil plutôt familial. Cet indicateur est confirmé par un indice de jeunesse assez haut, qui est d'ailleurs contrasté au sein de la commune : l'IRIS de référence pour la Chocolaterie est par exemple le quartier de Noisiel où l'on retrouve la plus haute proportion de personnes âgées et retraités.

Le revenu moyen est plutôt modeste, notamment pour une ville d'Île de France : cette donnée s'explique par la mesure par **unités de consommation** qui fait baisser le résultat si le nombre de personnes dans le foyer augmente. Ici, la population étant familiale, on recense plusieurs enfants par foyer.

Le taux de motorisation de la commune est de 74%, mais de 83% dans le quartier IRIS « Ville Ancienne ».

ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

CONTEXTE URBAIN – ENVIRONNEMENT DE LA CHOCOLATERIE



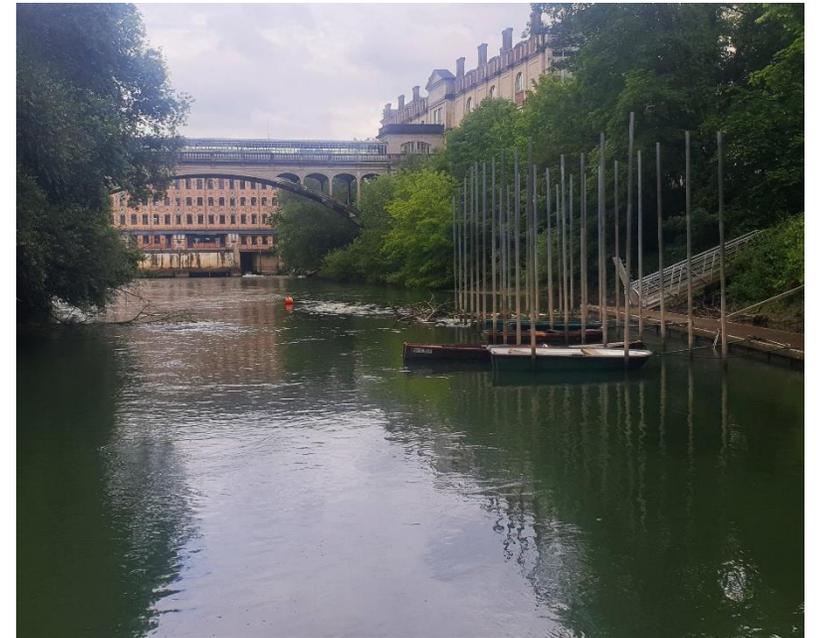
UN ENVIRONNEMENT URBAIN ET PATRIMONIAL COHÉRENT ET SINGULIER

La Chocolaterie appartient à un ensemble urbain cohérent qui offre de vrais atouts urbains et patrimoniaux. L'histoire de la Cité Menier se lit dans sa forme urbaine, qui facilite les échanges entre la Chocolaterie et la cité ouvrière.

La circulation entre ces deux pièces d'un même ensemble urbain est donc très lisible et rend le prolongement de la petite centralité déjà existante place Emile Menier jusqu'à la Chocolaterie naturel, grâce à la forme même de la Cité.

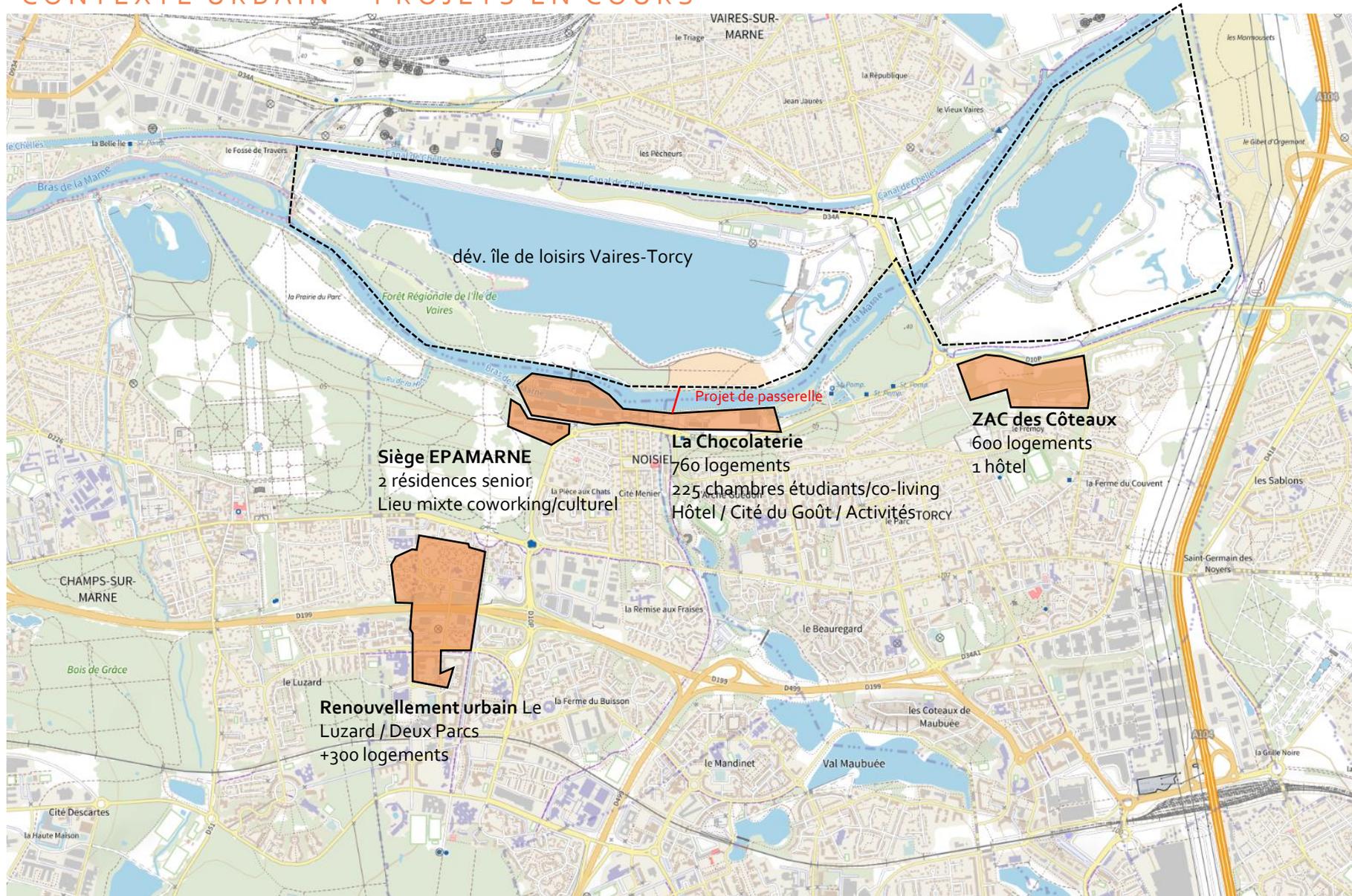
LA MARNE, ATOUT PAYSAGER ET ATTRACTEUR POUR LA CHOCOLATERIE

Adressant directement les berges de la Marne, la Chocolaterie bénéficie de qualités paysagères remarquables, qui mettent en valeur son esthétique et son authenticité. Le site est connu et fréquenté, bien que fermé la plupart du temps, notamment grâce aux usages des Bords de Marne pour des activités de loisirs. Ainsi, grâce à son emplacement la Chocolaterie s'inscrit d'ores et déjà dans un ensemble identifié comme un lieu de destination pour du loisir ou de la détente.



ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

CONTEXTE URBAIN – PROJETS EN COURS



UN ENVIRONNEMENT QUI SE TRANSFORME

On recense dans l'environnement proche de la Chocolaterie un certain nombre de projets urbains d'ampleurs variées, au rayonnement local comme international (Stade Nautique à Vaires-Torcy). Le territoire est dans une période de transformation importante, au sein de laquelle il est également amené à diversifier ses usages : à la faveur de l'implantation de nouvelles pratiques (hôtel, co-living, tiers lieu), le territoire diversifie également ses usagers et habitants.

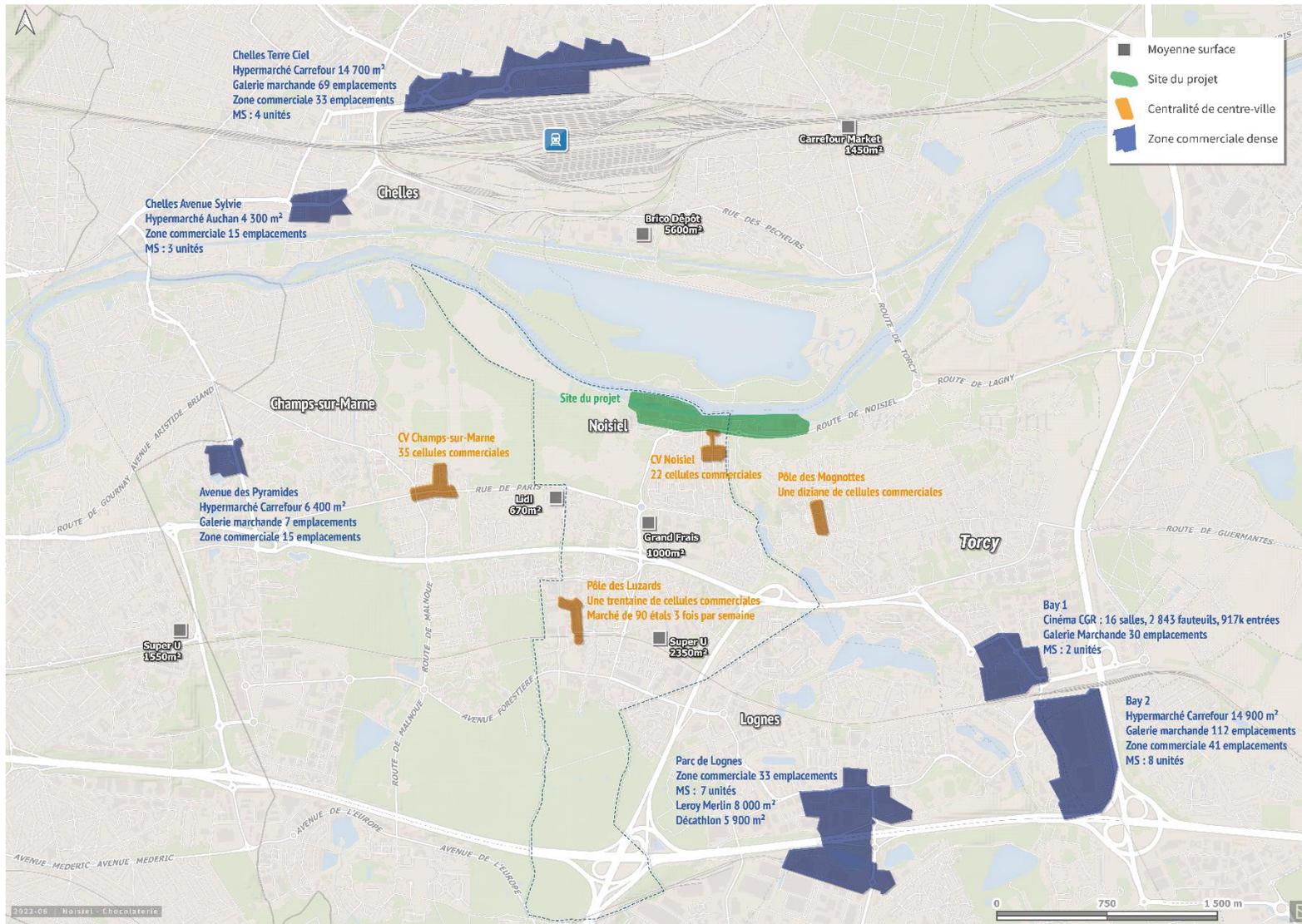
UNE DENSIFICATION DE LA POPULATION MAÎTRISÉE

À horizon 2030, on anticipe la création à terme de plus de **1 600 nouveaux logements** répartis dans des projets situés dans tout l'environnement proche de Noisiel. Ces créations de logements correspondront à terme à l'arrivée d'environ **4 000 nouveaux habitants**, une augmentation d'environ 10 % des populations de Noisiel et Torcy. Cette augmentation est cohérente avec les projections de population anticipées dans le Nord de la Seine-et-Marne.

2 ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL

ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL

CARTOGRAPHIE DE L'ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL



DES PÔLES PUISSANTS DANS UN ENVIRONNEMENT PROCHE

L'environnement concurrentiel est marqué par la présence de nombreux pôles commerciaux puissants au rayonnement important. Ils répondent à des besoins très divers, y compris de loisirs, d'équipement de la personne et de la maison. Ces pôles sont en général tenus par des locomotives alimentaires de grande taille comptent de nombreuses enseignes nationales.

A moins de 10 mn, les centres Bay 1&2 constituent une destination puissante pour les besoins alimentaires, de shopping et de loisirs

UN MAILLAGE ALIMENTAIRE CONCURRENTIEL POUR LES BESOINS DE GRANDE PROXIMITÉ

À proximité du site étudié, on recense également plusieurs moyennes et grandes surfaces alimentaires qui répondent aux besoins de grande proximité. Les positionnement en termes de prix et de qualité des produits sont diversifiés et couvrent une grande variété de besoins.

Face aux hypermarchés extérieurs (Carrefour à Torcy et à Champs sur Marne), les supermarchés de la commune affichent des performances correctes (18 M€ pour Super U sur 2.350 m²) voire probablement très bonnes pour le supermarché Grand Frais de 1.000 m² à proximité de la Cité Menier.

DES CENTRALITÉS URBAINES RÉDUITES QUI RÉPONDENT AUX BESOINS DE PETITE PROXIMITÉ

Les centralités urbaines des communes alentours de Noisiel sont réduites et plutôt concentrées. Elles répondent à des besoins de petite proximité voire de « dépannage ».

La densité commerciale ressort à des niveaux plutôt faibles à l'échelle de la commune comme de la zone de chalandise principale (Cf. page et partie suivante pour la définition de la zone de chalandise)

ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL

ANALYSE QUANTITATIVE – DENSITÉ COMMERCIALE (NB UNITÉS/100.000 HABITANTS)

	Zone de chalandise Totale	Noisiel	CA Paris - Vallée de la Marne	Seine-et-Marne	IDF Sans Paris
COMMERCE DE PROXIMITÉ	202	226	253	283	284
Supérette	5,5	6,5	7,9	4,2	6,3
Epicerie	47,7	58,1	44,4	38,3	46,5
Boulangerie	25,7	25,8	42,6	53,4	52,5
Boucherie charcuterie	11,0	12,9	15,8	21,2	25,6
Produits surgelés	1,8	0,0	2,6	2,6	2,7
Poissonnerie	3,7	0,0	2,2	2,2	2,5
Librairie papeterie journaux	7,3	6,5	13,6	19,8	18,1
Coiffure	69,8	83,9	93,7	112,1	98,0
Pharmacie	29,4	32,3	29,9	29,4	31,8
COMMERCE NON ALIMENTAIRE ET DE DESTINATION	90	97	186	226	221
Magasin de vêtements	29,4	32,3	48,8	75,1	79,5
Magasin d'équipements du foyer	3,7	6,5	10,6	15,0	13,7
Magasin de chaussures	0,0	0,0	7,9	12,2	12,7
Magasin d'électroménager et de matériel audio-vidéo	0,0	0,0	7,5	8,4	8,0
Magasin de meubles	9,2	19,4	25,9	17,2	15,7
Magasin d'articles de sports et de loisirs	7,3	0,0	12,8	13,5	9,9
Magasin de revêtements murs et sols	0,0	0,0	2,2	1,4	1,6
Droguerie quincaillerie bricolage	1,8	0,0	8,4	7,9	6,8
Parfumerie - Cosmétique	7,3	6,5	7,9	12,2	13,6
Horlogerie Bijouterie	5,5	12,9	9,7	11,2	9,6
Fleuriste - jardinerie - Animalerie	9,2	6,5	15,8	24,8	20,8
Magasin d'optique	11,0	12,9	18,9	20,5	21,5
Magasin de matériel médical et orthopédique	5,5	0,0	9,2	7,2	7,8
RESTAURATION	195	213	216	237	281
SERVICES DE PROXIMITÉ	202	155	248	279	293
Banques, caisses d'épargne	36,7	38,7	40,9	43,2	39,5
École de conduite	23,9	25,8	29,0	27,3	25,2
Agence de travail temporaire	7,3	6,5	16,3	13,7	10,5
Agence immobilière	67,9	32,3	87,5	101,2	131,8
Pressing - Laverie automatique	11,0	12,9	13,6	15,8	21,3
Institut de beauté - Onglerie	55,1	38,7	61,1	77,5	65,1
TOTAL	689	691	903	1025	1079

CONFIRMATION DU SOUS-ÉQUIPEMENT COMMERCIAL DE L'ENVIRONNEMENT DU PROJET LA CHOCOLATERIE.

Si le sous-équipement en commerce de destination est logique (l'environnement proche n'accueillant pas de grand équipement commercial), il concerne aussi les fonctions de proximité

L'équipement en commerces et services de proximité de la zone de chalandise ou de Noisiel est inférieur de 20 à 30% par rapport à la moyenne départementale ou régionale (hors Paris).

L'équipement en restauration est inférieur de 10 à 20%.

A noter qu'à l'échelle de Noisiel comme de la zone de chalandise, l'équipement commercial est toujours inférieur à la moyenne de l'EPCI Paris Vallée de la Marne.

Source : INSEE - Base Permanente des Equipements (2018)

3 ANALYSE DE LA ZONE DE CHALANDISE

ANALYSE DE LA ZONE DE CHALANDISE PRINCIPALE

MÉTHODOLOGIE DE DÉFINITION DE LA ZONE DE CHALANDISE

La zone d'influence est structurée à partir de **3** indicateurs :



LES TEMPS D'ACCES

Le **temps distance en voiture** que la clientèle est prête à faire pour se rendre sur le site



*3 à 4 minutes en voiture autour du site pour la zone 1
Jusqu'à 10 minutes pour la zone 2*



LES RUPTURES CONCURRENTIELLES

Les **effets bloquants** des quartiers ou polarités concurrentes et les **logiques de zone de partage**



*Les pôles commerciaux structurants
(Bay 1, Bay 2, Carrefour Champs-sur-Marne)
Les polarités commerciales de centre-ville
(Les Luzards, Champs sur Marne, Torcy)*



LES RUPTURES PHYSIQUES ET PSYCHOLOGIQUES

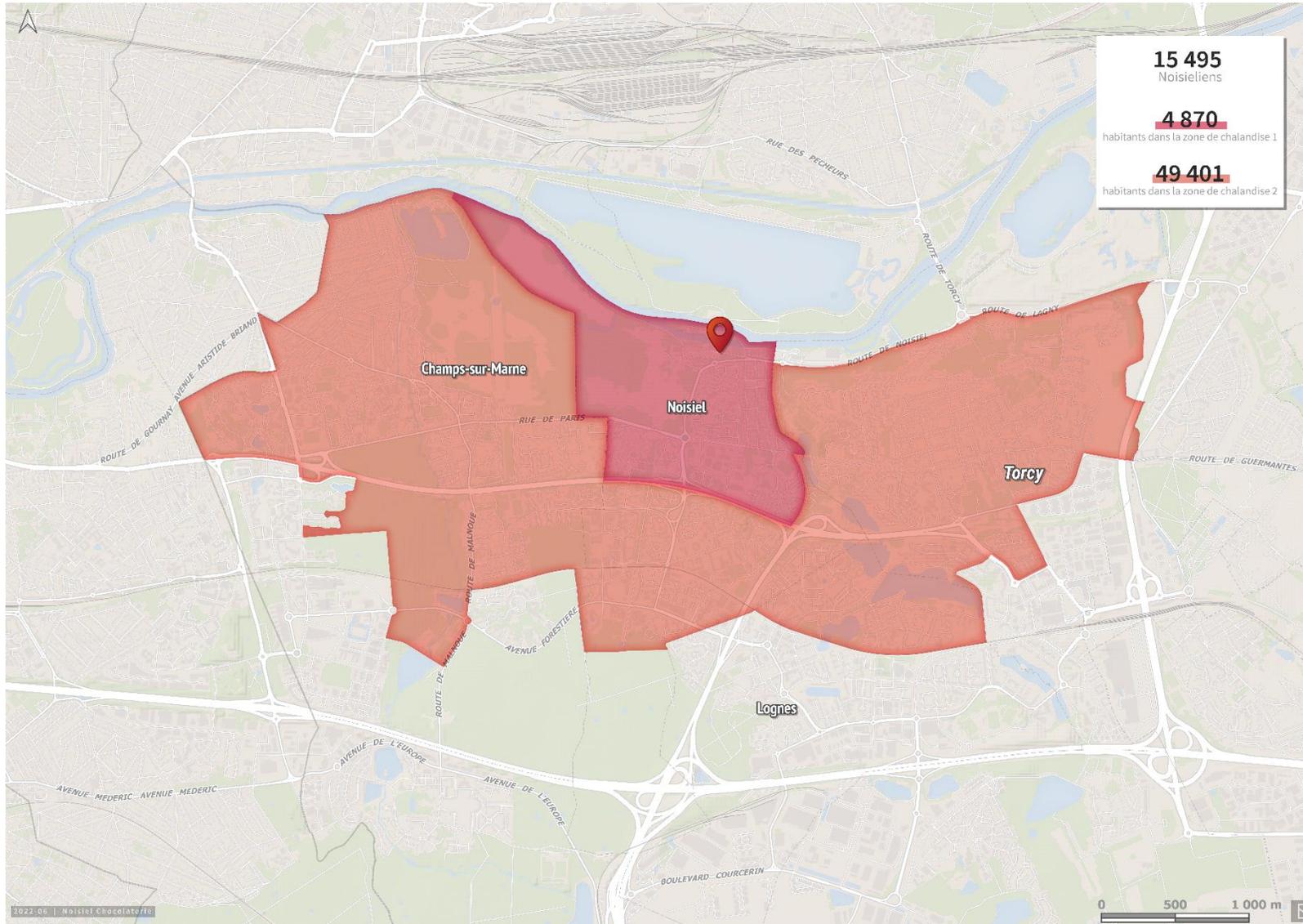
Les **jeux de densité**, les **logiques de quartier** avec des éléments structurants du territoire (routes, topographie...) qui font basculer rapidement la clientèle vers les pôles concurrents



*La Marne au Nord
La Francilienne à l'Est
Le département de Seine-Saint-Denis à l'Ouest*

ANALYSE DE LA ZONE DE CHALANDISE PRINCIPALE

CARTOGRAPHIE DE LA ZONE DE CHALANDISE



Nota : il s'agit de la zone de chalandise principale, correspondant aux habitants susceptibles de se rendre régulièrement dans le programme commercial de la Chocolaterie.

Le programme bénéficiera également de flux de destination à plus large échelle, liée à la dimension loisirs qui sera renforcée, et l'apport d'autres attracteurs (Cité du Goût envisagée, hôtel...)

La zone de chalandise principale se décline donc en deux zones : une zone de proximité (**Zone 1**) et une zone de destination (**Zone 2**). Ces deux zones correspondent à des logiques différentes en fonction des activités au sein de la Chocolaterie, mais également à des temporalités différentes : durant la 1^{ère} phase, avant que les deux autres ne soient amorcées, seule la zone de chalandise rapprochée sera réellement active.

Une zone rapprochée suffisante pour les usages quotidiens

La zone 1 est la zone de chalandise des commerces de proximité qui répondent aux besoins du quotidien. Elle regroupe un peu moins de 5 000 habitants, sans compter les nouveaux projets de logement, ce qui correspond à un seuil suffisant pour faire vivre une petite polarité commerciale.

Une zone étendue confortable pour des usages plus exceptionnels

La zone 2 est la zone de chalandise des équipements structurants de la Chocolaterie, une zone de destination qui justifie de se déplacer pour une adresse spécifique. Avec près de 50 000 habitants (sans compter l'apport des projets urbains) elle offre une chalandise confortable pour développer un programme commercial.

ANALYSE DE LA ZONE DE CHALANDISE

ANALYSE DE LA COMPOSITION SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE DE LA ZONE DE CHALANDISE

Insee 2017



54 460

Habitants au sein de la zone de chalandise totale



20 917

ménages environ

2,6

Taille moyenne des ménages

+

- 0,3 %

Croissance / an

0,9 % sur échelle métropole



INDICE DE JEUNESSE

> L'indicateur de jeunesse est le rapport entre la population âgée de moins de 20 ans et celle des 60 ans et plus.



NIVEAU DE REVENU

par rapport à la base nationale 100

18 %

Retraité

VS

33 %

CSP+

CSP + (en %) et retraité (en %)

UNE ZONE DE CHALANDISE IMPORTANTE, FAMILIALE AUX REVENUS MOYENS

La population de la zone de chalandise est importante, même si elle a été en légère décroissance ces dernières années. C'est une population plutôt familiale, avec des revenus plutôt moyens pour la moyenne nationale mais des actifs exerçant des emplois qualifiés ou de catégories supérieures.

Les deux zones de chalandises sont assez homogènes, sauf sur les indicateurs d'âge : la zone 1 compte clairement davantage de retraités et de personnes âgées alors que la zone 2 est plus jeune et plus familiale.

4 ENJEUX DU SITE ET DU PROJET

ENJEUX ET OBJECTIFS DU PROJET



ENJEUX COMMERCIAUX

Venir en appui à la centralité commerciale historique de Noisiel, en proposant une continuité commerciale de la Cité Menier à la Marne

Renforcer et diversifier l'offre commerciale existant, pour mieux répondre aux besoins actuels et futurs des habitants et usagers du quartier.

LA CHOCOLATERIE PARIS · BORDS DE MARNE



ATOUTS DU SITE

Une zone de chalandise importante et en croissance, familiale et composée d'actifs de catégories supérieures

Centralité existante et identifiée place Menier dont l'accès est naturel jusqu'au site grâce à sa forme urbaine historique

Adresse directe sur l'axe routier qui offre une vitrine naturelle très passante

Qualités patrimoniales et paysagères du site

OBJECTIFS

Prolonger la polarité commerciale jusqu'à la Chocolaterie à travers le cheminement déjà logique et existant

Conforter les commerces en place par l'apport d'une nouvelle population grâce à la construction de nouveaux logements

Diversifier l'offre commerciale pour s'assurer d'offrir un pôle de proximité complet et adapté aux besoins de la nouvelle population qui s'installera sur le site de la Chocolaterie

5 PISTES PROGRAMMATIQUES

RAPPEL DES ENJEUX IDENTIFIÉS

Intégration urbaine et commerciale dans l'existant

La programmation d'une nouvelle offre doit s'inscrire en prolongation de celle qui existe déjà, tant sur le plan urbain que commercial.

La morphologie urbaine très caractéristique du quartier facilite grandement les liaisons urbaines entre les deux polarités qui coexisteront. L'intégration de la nouvelle offre commerciale dans l'environnement existant demande d'une part de **conserver un positionnement similaire** et d'autre part de **développer une surface cohérente** avec le programme existant déjà sur les places Menier.

Diversification de l'offre proximité et intensification de la fonction marchande

La nouvelle offre devra s'inscrire en **complémentarité de l'offre actuelle**, en développant la variété des types d'offre, tant en nature qu'en qualité. Cette diversification servira également l'intensification de la fonction marchande, qui **augmentera le poids de la polarité commerciale de la Cité Menier dans le paysage marchand local**. Cette intensification des usages marchands de la Cité Menier sera aussi fortement amplifiée par **l'installation de la Cité du Goût à l'Est du site**, qui aura des retombées sur l'offre existante (notamment alimentaire), et constituera ainsi un signal important qui profitera aux deux polarités

Adéquation avec les attentes des usagers actuels et de la collectivité

L'acceptation et l'appropriation du nouveau projet par les usagers actuels du quartier nécessite de prendre en compte leurs attentes et leurs besoins pour cette nouvelle polarité. La **priorisation de commerces alimentaires**, **l'inclusion d'activités associatives** ou médicales et leur **articulation avec les fonctions marchandes** sont ainsi des critères qui permettent la meilleure intégration du projet dans son contexte global.

OFFRE

	Enjeu	Positionnement	
Supérette	Complémentarité de l'offre	Proximité	NÉCESSAIRE
Café, petite restauration	Diversification de l'offre et animation du site	Proximité	
Locaux associatifs	Adéquation aux attentes des usagers	Proximité	
Supérette bio	Complémentarité, rayonnement de la polarité	Destination	SOUHAITABLE
Caviste	Diversification de l'offre	Proximité qualitative, à image	
Boucherie	Adéquation aux attentes des usagers	Proximité qualitative, à image	
Poissonnerie	Adéquation aux attentes des usagers	Proximité qualitative, à image	
Boulangerie (2 ^e)	Intensification de la fonction marchande	Proximité	POSSIBLE
Coiffure	Intensification de la fonction marchande	Proximité	

La polarité qui se construit est fortement marquée par une **fonction de proximité**, mais enrichie d'une dimension plus qualitative, de proximité à image, que la polarité existante mettait moins en avant. Sans doubler les offres déjà existantes sur les places Menier, le **positionnement est très majoritairement alimentaire** pour correspondre aux demandes de la collectivité et des habitants.

Pour intensifier davantage les usages des espaces de la Chocolaterie, une **hybridation des activités peut être envisagée**, à la fois entre activités commerciales et entre fonctions marchandes et non marchandes.

La cohabitation dans un espace donné d'activités diverses permet aussi un meilleur maintien de l'animation sur le site et une fréquentation renforcée par rapport au seul rayonnement marchand.

ANALYSE DE POTENTIEL COMMERCIAL

	Ménages dans la zone de chalandise	Moyenne dépenses consommation / ménage	Part de marché des magasins de proximité	Marché de consommation	Nombre d'unités dans la zone de chalandise	CA moyen d'une unité	Marché potentiel restant	CA cible = + 10 % hors zone
Supérette	2 350 (Proximité)	6 314 €	15 %	2 220 000 €	0	2 000 000 €	2 220 000 €	2 440 000 €
Café, petite restauration	2 350 (Proximité)	449 €	20 %	210 000 €	0	150 000 €	210 000 €	230 000 €
Locaux associatifs								
Supérette bio	21 000 (Destination)	442 €	20 %	1 860 000 €	0	1 500 000 €	1 860 000 €	2 000 000 €
Caviste	2 350 (Proximité)	728 €	7 %	120 000 €	0	150 000 €	120 000 €	130 000 €
Boucherie	2 350 (Proximité)	915 €	10 %	215 000 €	0	450 000 €	215 000 €	240 000 €
Poissonnerie	2 350 (Proximité)	155 €	16 %	58 000 €	0	300 000 €	58 000 €	64 000 €
Boulangerie (2^e)	2 350 (Proximité)	544 €	65 %	830 000 €	1	300 000 €	530 000 €	580 000 €
Coiffure	2 350 (Proximité)	246 €	60 %	350 000 €	3	80 000 €	270 000 €	300 000 €

ANALYSE DE POTENTIEL COMMERCIAL - VALORISATION DES CELLULES COMMERCIALES

	CA moyen d'une unité	Surfaces cibles	Taux d'effort (min)	Taux d'effort (max)	Loyer annuel min / m ²	Loyer annuel max / m ²	Loyer min annuel	Loyer max annuel
Supérette	2 000 000 €	350 m ²	3 %	4 %	170 € / m ²	230 € / m ²	60 000 €	80 000 €
Café, petite restauration	150 000 €	100 m ²	6 %	9 %	90 € / m ²	135 € / m ²	9 000 €	14 000 €
Locaux associatifs								
Supérette bio	1 500 000 €							
Caviste	150 000 €	60 m ²	5 %	6,5 %	120 € / m ²	160 € / m ²	7 000 €	10 000 €
Boucherie	450 000 €							
Poissonnerie	300 000 €							
Boulangerie (2^e)	300 000 €	120 m ²	5 %	6,5 %	130 € / m ²	160 € / m ²	15 000 €	20 000 €
Coiffure	80 000 €	80 m ²	6 %	10 %	60 € / m ²	100 € / m ²	5 000 €	8 000 €

SPATIALISATION

Critères déterminants pour la localisation des cellules commerciales

Conserver une **relation visuelle et urbaine avec les polarités Menier** et l'avenue Claire Menier qui mène à la place principale

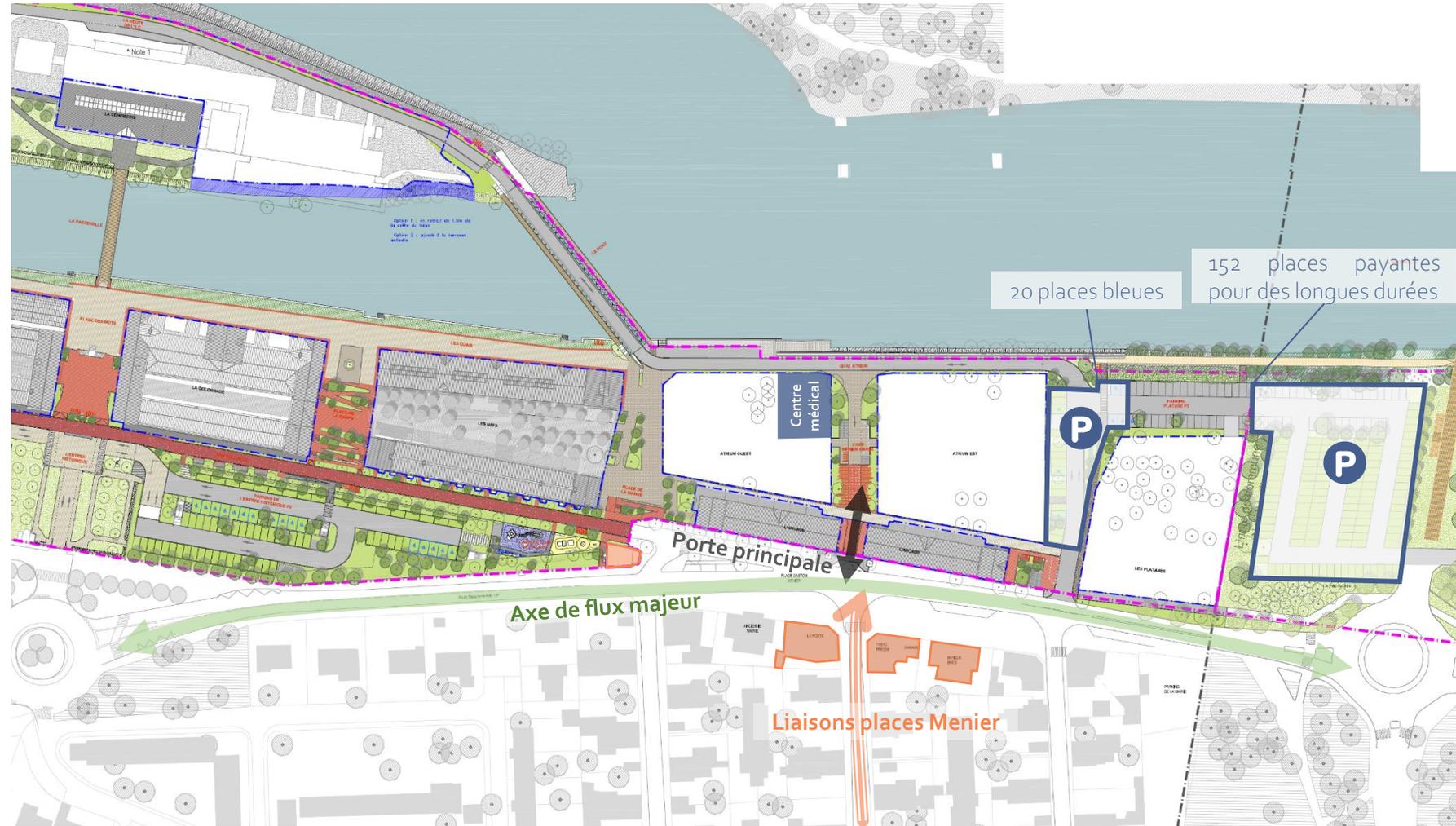
Assurer l'accessibilité à travers la **proximité des principaux espaces de stationnement**

Préserver la **continuité du linéaire marchand** en façade de la Chocolaterie

Profiter de la **fréquentation intense de la départementale** devant le projet

Créer des cellules bénéficiant d'une **bonne commercialité** en prévoyant des formats moyens et en leur offrant une visibilité importante

La possibilité de modifier le bâtiment en façade de la départementale (et son mur d'enceinte) est déterminante pour donner de la visibilité aux futures cellules commerciales.



SPATIALISATION

Scénario 1 : altération du mur d'enceinte impossible



Création d'une placette comme espace de convivialité dans la vie du quartier. Intensité marchande et d'usage soutenue grâce à la concentration de cellules marchandes.

Localisation des commerces à proximité immédiate du parking visiteur principal.

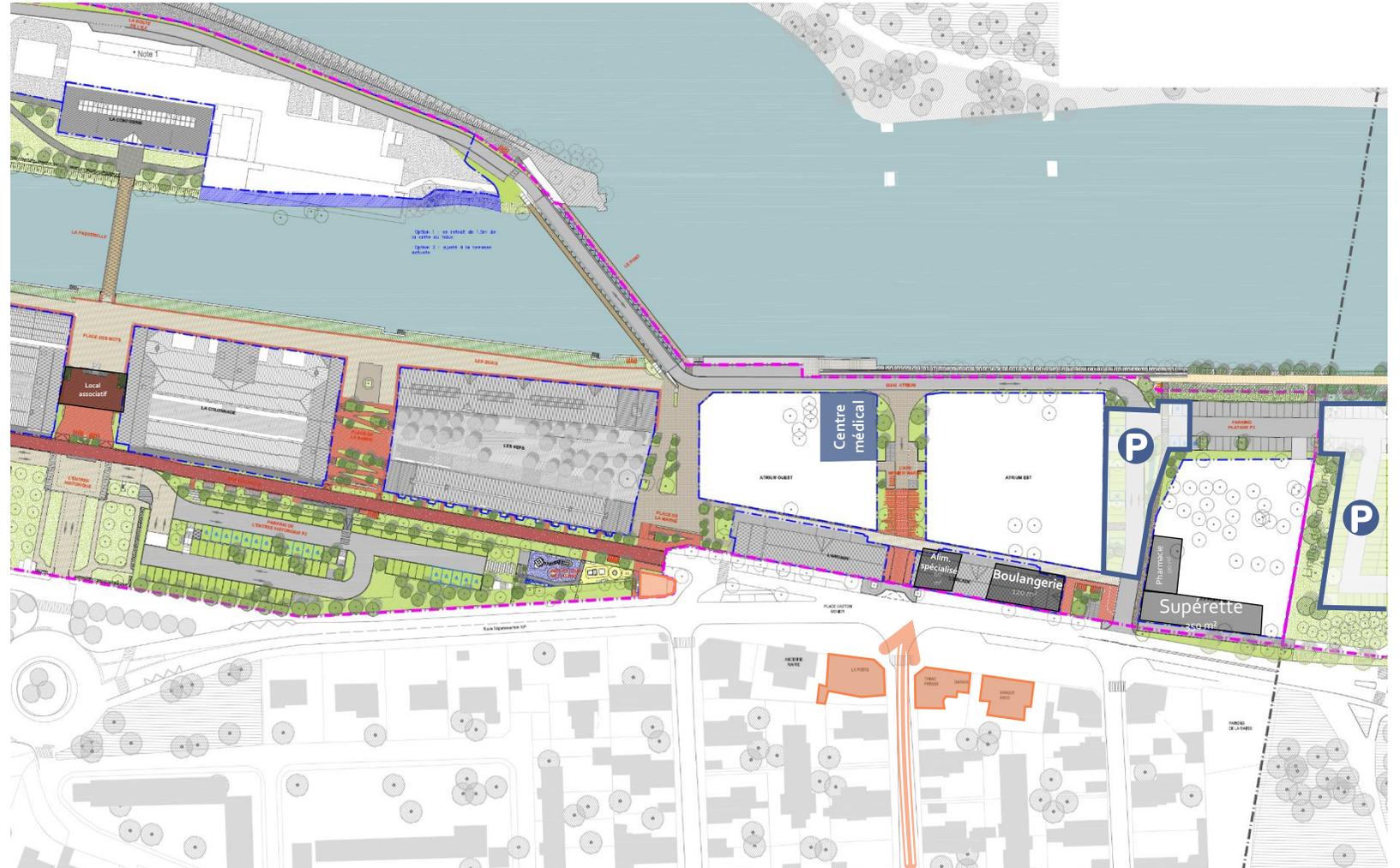


Moindre possibilité de développement commercial

Moindre utilisation de l'axe de flux en accroche, on ne bénéficie pas autant que possible de sa visibilité

Séparation plus affirmée du pôle commercial / équipements publics et médicaux : les liaisons entre la pharmacie et le pôle médical doivent être précisées

Liaison avec les places Menier moins directe et intense



SPATIALISATION

Scénario 2 : altération possible du mur d'enceinte



SPATIALISATION

Scénario 2 : altération possible du mur d'enceinte



Ce scénario nécessite de lourdes modifications de la façade exposant sur la départementale qui le rend difficilement réalisable.



Connexion visuelle et physique direct aux places marchandes existantes, exploitation du flux de la départementale et signal fort de l'entrée principale.

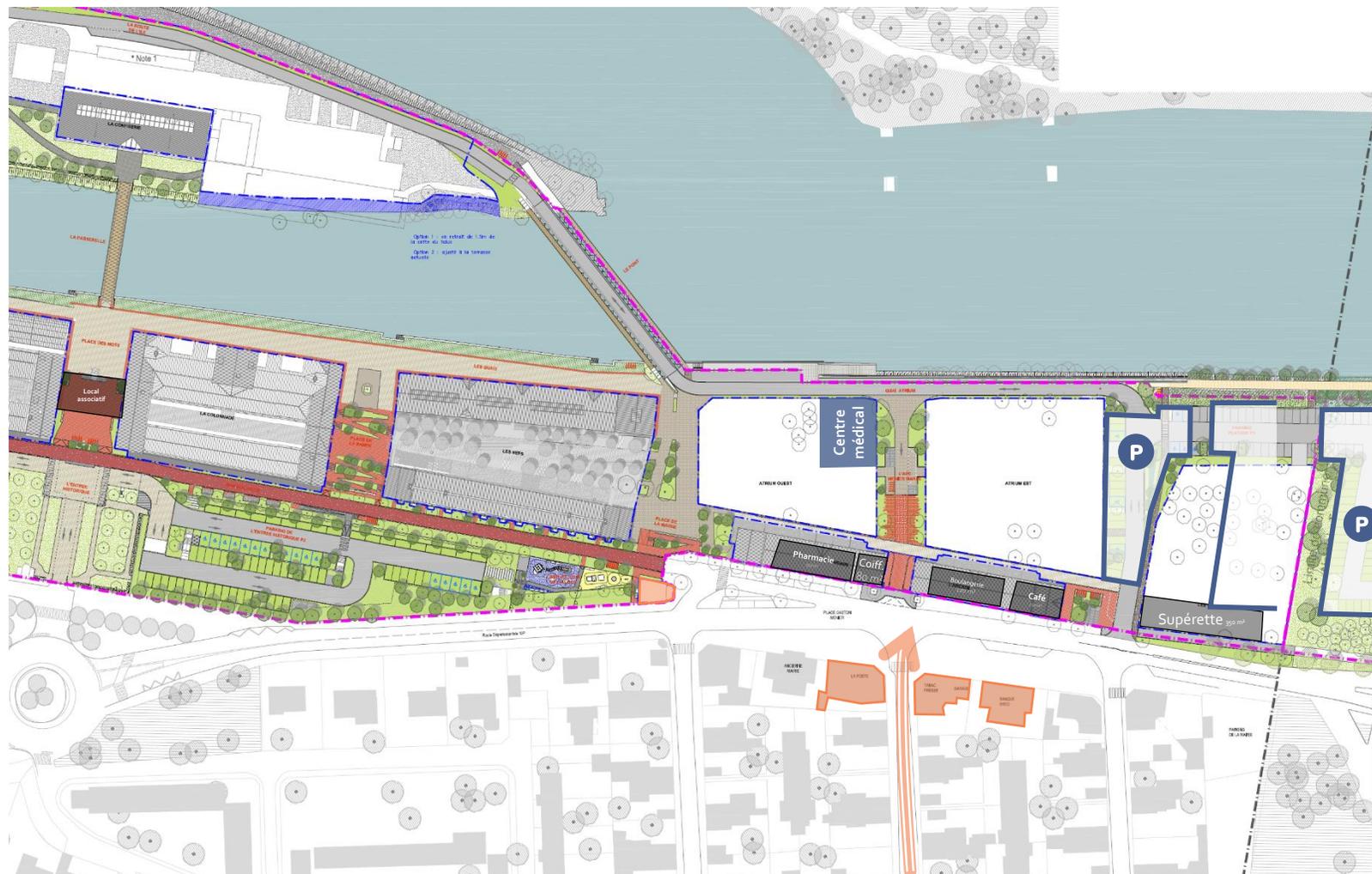
Valorisation et intensité de l'usage du bâti patrimonial pour des activités marchandes.



Moindre intensité sur la « place » côté Platanes, la disposition linéaire favorise moins le développement d'un espace de concentration et d'intensité des usages

Connexion aux espaces de stationnement réservés aux visiteurs extérieurs à travailler

Supérette qui devrait fonctionner comme locomotive de ce pôle est légèrement mise à l'écart dans cette configuration

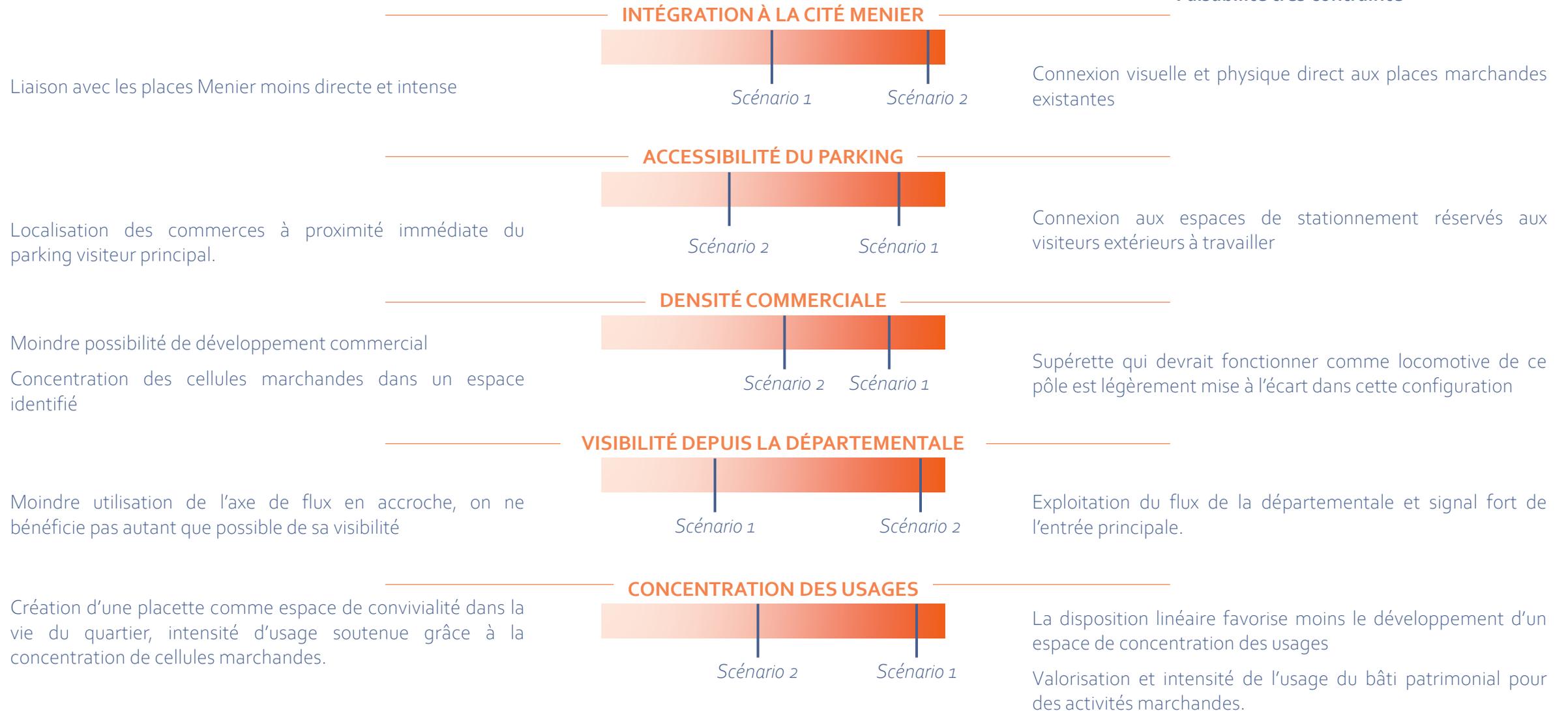


SPATIALISATION - COMPARAISON DES SCÉNARIOS

Scénario 1

Scénario 2

Faisabilité très contrainte



BÉRÉNICE

5, rue Chalgrin
75116 Paris



01 44 88 56 70



<https://berenice.fr/>
LinkedIn : Bérénice pour la ville
et le commerce

