

# *Étude du commerce et de l'artisanat sur le SCOT de Charleville-Mézières*

*Juin 2005*



- *Chambre de Commerce et d'Industrie des Ardennes*
- *SCOT Charleville-Mézières*



# Sommaire

---

*A- Rappel Méthodologique*

*B – Volet stratégique : Proposition  
d'organisation et de développement  
commercial*

*C – Volet d'actions court terme*

A

---

# Rappel méthodologique

<b>DIAGNOSTIC</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Environnement</li><li>• Offre commerciale</li><li>• Demande</li></ul>	
<b>PRECONISATIONS</b>	1ère Phase	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Enjeux</i></li><li>• <i>Évolutions à horizon 2010</i></li><li>• <i>Potentiels de développement</i></li><li>• <i>Proposition de scénarii de développement</i></li></ul>
	2ème Phase	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Volet stratégique</i><ul style="list-style-type: none"><li>➤ Approfondissement de la stratégie retenue (organisation et développement commercial)</li></ul></li><li>• <i>Volet court terme</i><ul style="list-style-type: none"><li>➤ Axes d'orientation et thématiques d'intervention</li></ul></li></ul>

# B

---

## Volet stratégique :

### *Proposition d'organisation et de développement commercial*

1. Rappel des enjeux à moyen terme
2. Le scénario retenu
3. Développement de la stratégie retenue

- Organisation commerciale du territoire
- Organisation commerciale de l'agglomération de Charleville-Mézières
- Préservation des équilibres actuels entre commerce traditionnel et grande distribution
- Mise en adéquation de l'offre à la demande

## 2. Le scénario retenu : Maillage commercial

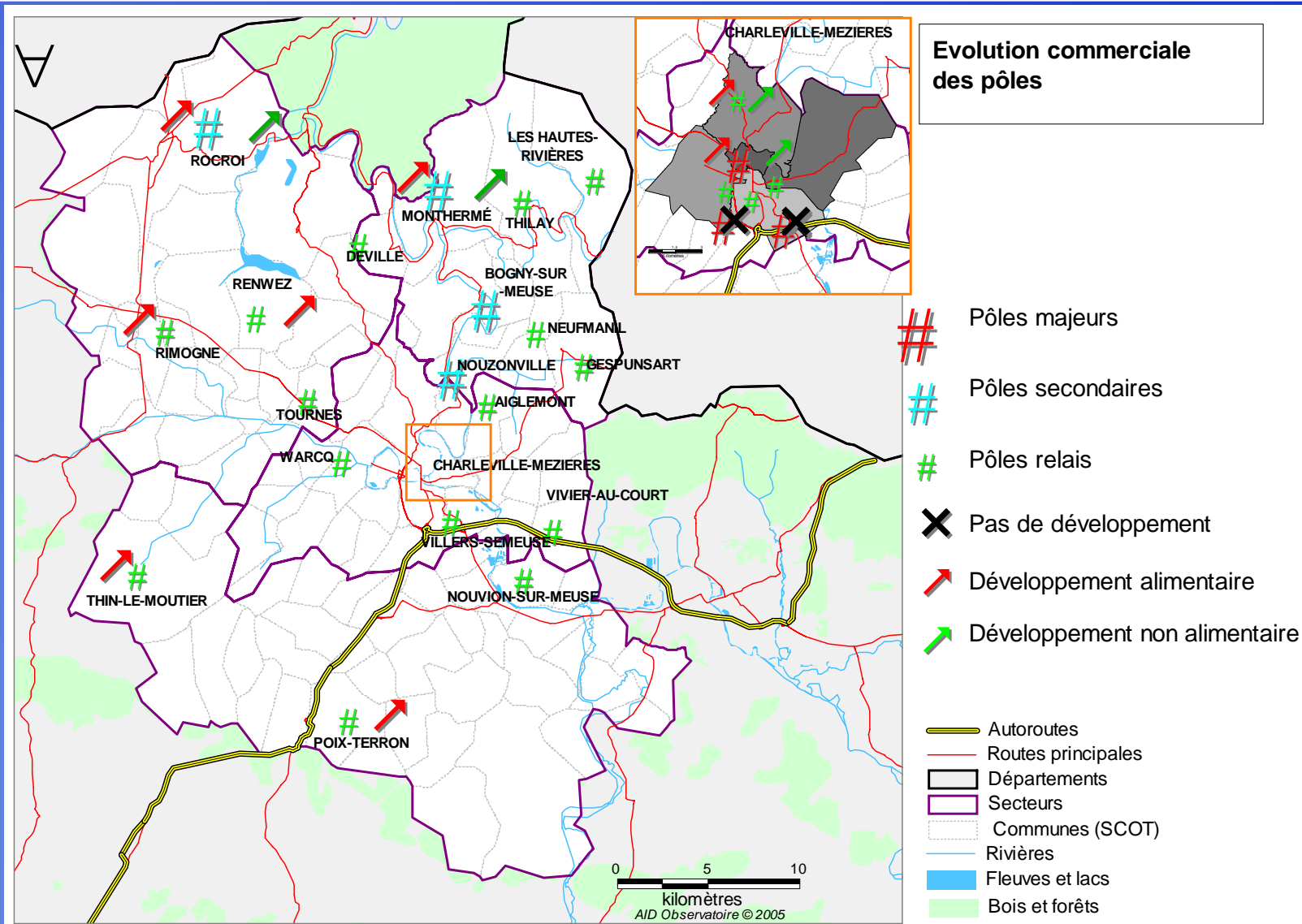
B

Objectif Concilier l'évolution des territoires et de leur autonomie avec la nécessité de développer l'attractivité de Charleville-Mézières.

### Principes, moyens de mise en oeuvre

Pôle majeur	<b>Rééquilibrage de l'offre sur l'agglomération</b> <ul style="list-style-type: none"><li>① Centre-ville : Confortement et renforcement du plateau commerçant</li><li>② Pôles périphériques existants : Maintien de l'offre sur les zones « La Croisette » à Charleville-Mézières et « Les Ayvelles » à Villers-Semeuse</li><li>③ Création d'un pôle secondaire au nord de l'agglomération</li></ul>
Pôles secondaires	<b>Affirmation de la fonction commerciale</b> <ul style="list-style-type: none"><li>① Secteur de Rocroi : Développement alimentaire et non alimentaire au vu des potentiels</li><li>② Basse vallée de la Meuse : Développement marqué sur Monthermé ou Bogny sur Meuse et maintien de la fonction de Nouzonville</li></ul>
Pôles relais	<b>Développement alimentaire au vu des potentiels</b> <ul style="list-style-type: none"><li>① Confortement de l'existant</li><li>② Développement de nouvelles activités</li></ul>

### 3 - Nouvelle organisation commerciale du territoire



DIF:

e

B

Jardinerie : peut-on augmenter le potentiel sur la base de « l'offre crée la demande... » et en particulier si jardinerie intégrée

	Potentiels de développement	Modalités de développement
Alimentaire	400 – 600 m <sup>2</sup>	Transfert / Extension de Champion (1 174 m <sup>2</sup> )
Électroménager	150 – 200 m <sup>2</sup>	Galerie Champion avec visibilité extérieur : Expert, Gitem, ou un indépendant (voir avec magasin existant rue de Bourgogne)
Bricolage / Décoration	800 – 1 000 m <sup>2</sup>	<i>1ère option : Deux activités autonomes (magasins de petit format) et considérant que l'offre crée une partie de la demande sur ces FDP.</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• <u>Bricolage</u> : Weldom, Gedimat, Catena, Briconautes, Bricomarché</li><li>• <u>Jardinerie</u> : Gamm Vert, Déco Jardin,</li></ul>
Jardinerie	300 – 500 m <sup>2</sup>	
Bricolage avec Jardinerie intégrée	1 000 / 1 500 m <sup>2</sup>	<i>2ème option : Deux activités intégrées (Bricolage et Jardinerie)</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• OBI, Mr Bricolage, Bricomarché</li></ul>



*Localisation privilégiée des activités : entre l'axe de traversée et l'axe de contournement (à voir en fonction du tracé précis de la branche ouest du Y Ardennais)*

#### 1 – Le secteur Nord Ouest : Les pôles relais

Développement possible sur les pôles relais uniquement en alimentaire et en confortement de l'existant :

- *Renwez* : Supermarché Shopi de 755 m<sup>2</sup>
- *Rimogne* : Supermarché Shopi de 528 m<sup>2</sup>

Nom du pôle	Potentiels de développement	Modalités de développement
Rimogne	200 – 300 m <sup>2</sup>	Possibilités d'extension de surface sur place (sur le parking ou derrière l'emplacement actuel)
Renwez	100 – 200 m <sup>2</sup>	Possibilités d'extension sur place

**DIF:****B**

Rajouter Nouvion sur Meuse mais pas de projection pour les secteurs de Sedan donc pas de calculs de potentiels ou alors estimation : ... Extension du Shopi 150 – 200 m<sup>2</sup>.

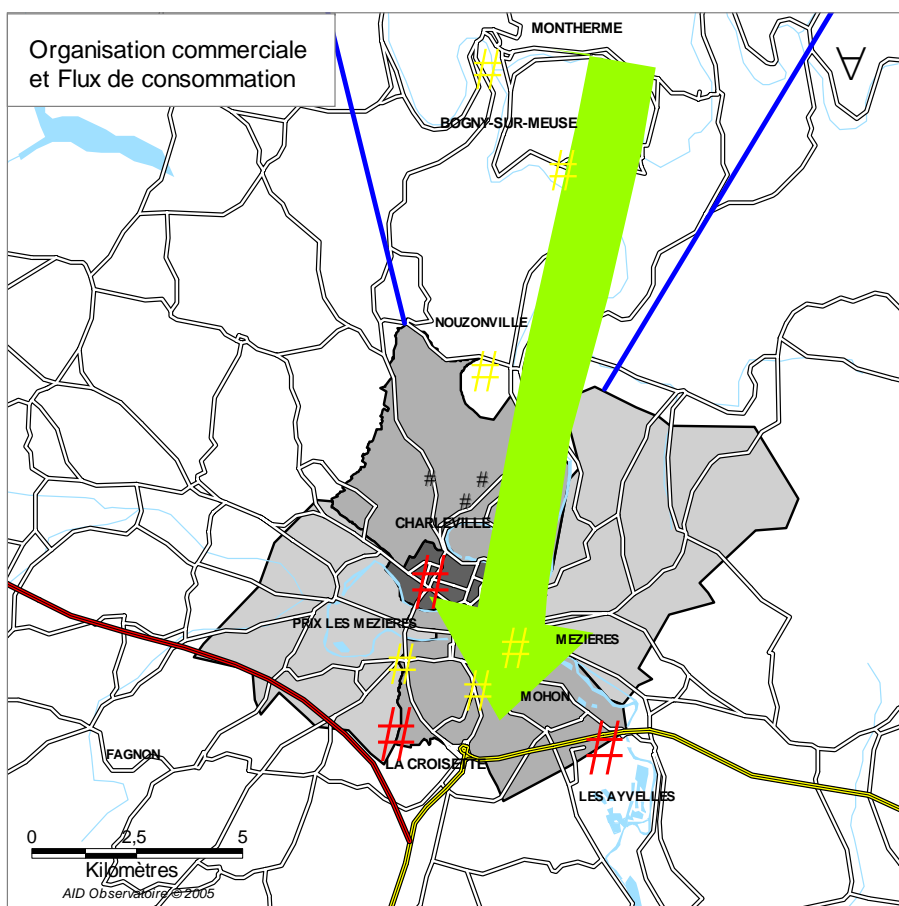
### Développement possible sur les pôles relais uniquement en alimentaire et en confortement de l'existant :

- *Thin le Moutier* : Petit commerce d'alimentation générale (Le relais de Thin)
- *Poix Terron* : Superette 8 à Huit (moins de 300 m<sup>2</sup>)

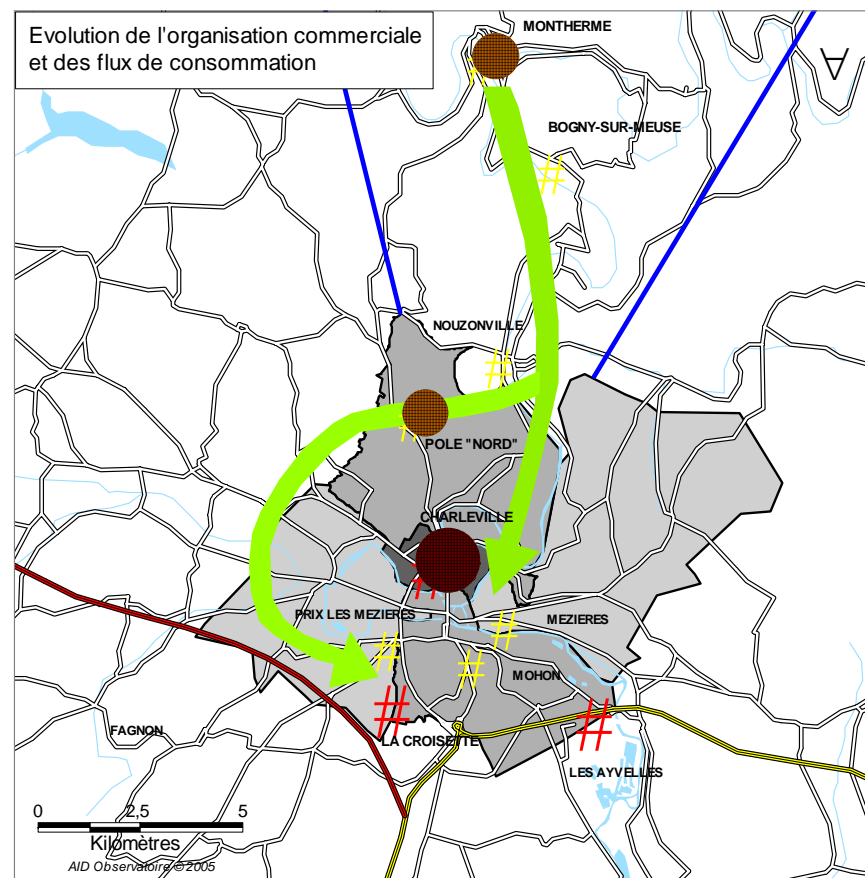
Nom du pôle	Potentiels de développement	Modalités de développement
Thin le Moutier	50 – 150 m <sup>2</sup>	Accessibilité difficile, population isolée Des besoins en offre alimentaire de proximité, de dépannage Développement souhaitable du commerce d'alimentation générale existant
Poix Terron	50 – 150 m <sup>2</sup>	Pas de possibilité d'extension sur place du 8 à Huit / Transfert souhaitable en centre bourg (proximité de la station service ?)

# 3. Développement de la stratégie retenue

B



- # Pôles majeurs
- # Pôles secondaires
- # Offre + de 300 m<sup>2</sup> dispersée
- Flux liés à la consommation
- V Vallée de la Meuse
- Autoroutes
- Branche Ouest du Y Ardennais
- Routes principales
- Cours d'eau



- # Pôles majeurs
- Pôles majeurs en développement
- # Pôles secondaires
- Pôles secondaires en développement
- Flux liés à la consommation
- V Vallée de la Meuse
- Autoroutes
- Branche Ouest du Y Ardennais
- Routes principales
- Cours d'eau

#### 3 – La basse vallée de la Meuse : Monthermé

**Objectifs : Affirmation de la fonction secondaire de Monthermé par le développement du « pôle Champion » en sortie de ville :**

- *En alimentaire pour renforcer la locomotive commerciale (Champion) et donc le pôle dans son ensemble*
- *Sur des produits non alimentaires de proximité pour réduire l'évasion commerciale des ménages de la vallée de la Meuse vers Charleville-Mézières et Revin*

**Moyens : Développement d'un pôle périphérique sur les disponibilités foncières autour du supermarché Champion avec :**

- *L'implication et la concertation avec les dirigeants des activités existantes (Champion, Meubles Guillemain)*
- *La recherche d'enseignes de grande distribution complémentaires susceptibles de s'implanter sur place*
- *La recherche de complémentarité avec les activités de centre bourg*

#### 3 – La basse vallée de la Meuse : Monthermé

	Potentiels de développement	Modalités de développement à privilégier
Alimentaire	500 à 700 m <sup>2</sup>	Extension du supermarché Champion en alimentaire avec possibilité d'implantation de rayon culture / loisirs (librairie, CD, DVD,...)
Équipement de la personne	200 à 300 m <sup>2</sup>	H1 : Extension Champion H2 : Implantation grande surface avec positionnement différencié par rapport au commerce de centre-ville (Styl'éco, Dalex),
Électroménager	250 à 400 m <sup>2</sup>	Étudier les possibilités et les conditions d'évolution des activités existantes en centre bourg ou du magasin Guillemain
Meuble	50 à 100 m <sup>2</sup>	Travail sur le commerce existant (Meubles Guillemain) en négociant des conditions qualitatives sur le bâti commercial (investissement à prévoir)
Bricolage / Décoration	1 300 à 1 600 m <sup>2</sup>	Création d'une activité de bricolage avec une partie Jardinerie intégrée
Jardinerie	400 à 600 m <sup>2</sup>	

#### 3 – La basse vallée de la Meuse : Bogny sur Meuse

##### Objectifs : Maintien de la fonction actuelle au travers :

- *Un développement mesuré de l'existant en grande surface : Extension Intermarché de 267 m<sup>2</sup> accordée non réalisée*
- *La réorganisation du « pôle Intermarché » de Bogny sur Meuse peut entraîner un accroissement de l'attractivité du pôle sans augmentation de surface. Il y a nécessité d'entreprendre une réflexion notamment avec les directeurs d'Intermarché et d'Euréka sur le devenir de leur activité en terme de positionnement gamme et produits.*
- *Le maintien et le renforcement des activités de centre-bourg*

#### 3 – La basse vallée de la Meuse : Nouzonville

#### Objectifs : Maintien de la fonction actuelle en prenant en compte :

- *Des contraintes foncières très importantes*
- *La proximité avec Charleville-Mézières et notamment avec le futur pôle secondaire d'agglomération*
- *La nécessité de maintenir le commerce de centre-bourg*

	Potentiels de développement	Modalités de développement à privilégier
Alimentaire	300 à 500 m <sup>2</sup>	H1 : Confortement Champion avec développement en alimentaire et en non alimentaire sur des produits de proximité H2 : Renforcement de Ecomarché en tant que locomotive alimentaire de centre-bourg
Equipement de la personne	100 à 150 m <sup>2</sup>	Extension non alimentaire de Champion (en complémentarité avec les activités de centre-ville) conditionnée à l'absence d'offre sur le pôle Nord de Charleville-Mézières

#### 4 – L'agglomération de Charleville-Mézières : Le pôle « Nord »

**Objectifs : Mise en place d'une offre commerciale sur la partie Nord de l'agglomération afin de :**

- *Rationaliser les comportements de consommation des ménages du Nord de l'agglomération vers les pôles périphériques du sud*
- *Créer une offre structurée, équilibrée et complémentaire par rapport à l'offre en vallée de la Meuse*

**Moyens : Création d'un pôle secondaire d'agglomération intégrant :**

- *La réorganisation commerciale de la partie Nord de l'agglomération (activités dispersées et sans réelle cohérence) grâce à des transferts d'activités existantes (Intermarché, Bricomarché, Netto)*
- *Une structuration autour d'une activité alimentaire de taille moyenne complétée par des activités non alimentaires de proximité avec un positionnement complémentaire par rapport à la vallée de la Meuse*

### 3. Développement de la stratégie retenue

B

#### 4 – L'agglomération de Charleville-Mézières : Le pôle « Nord »

	Potentiels de développement	Modalités de développement à privilégier
Alimentaire	200 à 300 m <sup>2</sup>	• Transfert / extension d'Intermarché
Équipement de la personne	300 à 500 m <sup>2</sup>	• Extension non alimentaire Intermarché • Création avec enseigne type Vétimarché (moyen / bas de gamme)
Électroménager	300 à 400 m <sup>2</sup>	• Création d'une activité type Extra, Expert, Gitem
Bricolage	–	• Extension Bricomarché (2 700 m <sup>2</sup> à l'heure actuelle) et développement de produits de décoration intérieure et d'une partie jardinerie
Décoration intérieure	200 à 300 m <sup>2</sup>	
Jardinerie	200 à 400 m <sup>2</sup>	
Sport, jeux, jouets	200 à 400 m <sup>2</sup>	
Biens culturels		• Compléments Intermarché en non alimentaire (rayons saisonniers)

#### 4 – L'agglomération de Charleville-Mézières : Centre-ville

	Potentiels de développement	Modalités de développement à privilégier
Alimentaire	600 à 1 000 m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• H1 : une surface placée de façon centrale</li> <li>• H2 : 2 enseignes 300 à 500 m<sup>2</sup> (format Marché +, Spar)</li> </ul>
Équipement de la personne	1 000 à 1 500 m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibilité de recherche de deux ou trois locomotives supplémentaires en prêt à porter</li> <li>• Création possible d'environ 3 à 4 boutiques vêtements enfant, PAP homme et femme,</li> <li>• Confortement des activités existantes</li> </ul>
Mobilier / Décoration intérieure/ Tissu d'ameublement	1 000 à 1 200 m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Démarches auprès de nouvelles enseignes nationales comme Casa, Nomadis, Pier Import</li> <li>• Confortement existant (Maisons du Monde et indépendants)</li> </ul>
Sport	500 à 700 m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Locomotive en sportswear qualitatif (Sport leader, Twinner, Courir)</li> </ul>
Biens culturels / Produits multimédia	600 à 800 m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confortement librairie Rimbaud en tant que locomotive commerciale</li> <li>• Nouvelle enseigne (?)</li> </ul>

#### 4 – L'agglomération de Charleville-Mézières : Les pôles secondaires

##### Problématique :

- Fonctionnement commercial avec une logique de quartier
- Besoins de proximité de la part d'une population de centre-ville vieillissante

	Modalités de développement à privilégier
Prix les Mézières	<ul style="list-style-type: none"><li>• Favoriser les connexions entre les grandes surfaces et le centre bourg en terme de signalétique et d'aménagement urbain</li></ul>
Mézières	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dégager des espaces de stationnement à proximité des commerces et faciliter les liaisons piétonnes notamment au niveau de l'Avenue d'Arches et des rues Saint Louis et du Faubourg de Pierre</li><li>• Maintien du supermarché Match</li></ul>
Mohon	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pôle Intermarché : Léger renforcement possible en mobilier, équipement de la personne ou électroménager</li><li>• Redynamisation du quartier autour du renforcement du marché et des synergies qu'il crée</li></ul>

#### 5 – Éléments complémentaires

##### Stratégie foncière

- *Anticipation de l'évolution des zones « Cora » et « Carrefour »*
- *Gestion des ouvertures foncières liées à la construction de l'autoroute et du contournement de Charleville-Mézières*
- *Bilan foncier et immobilier à réaliser sur les pôles secondaires en développement*

##### Gestion qualitative

- *Autorisations ponctuelles de développement pour des enseignes présentant des insuffisances qualitatives majeures*
- *Réflexion sur la mise en place de charte ou programme « qualité » sur les zones commerciales périphériques*



# Volet d'actions court terme

Les axes d'orientation et thématiques d'intervention

## Axe 1 : Organisation urbaine et commerciale des centres-villes

- *Thème 1 : Signalétique commerciale*

- Se baser sur une signalétique industrielle performante sur la vallée de la Meuse
- Envisager conjointement la signalétique touristique et commerciale
- Homogénéiser la signalétique sur l'ensemble du territoire avec possibilité de décliner des spécificités par sous-territoire

- *Thème 2 : Centralités commerciales*

- Délimiter un périmètre commercial sur les centres-villes des principaux pôles du territoire
- Favoriser la concentration commerciale sur ces périmètres
- Valoriser ces zones grâce à des aménagements urbains favorisant les circulations piétonnes

## Axe 2 : Fonctionnement du centre-ville de Charleville-Mézières

- *Thème 1 : Circuit commercial*
  - Intégrer dans la réflexion les projets commerciaux et non commerciaux sur le centre-ville
  - Repérer les locaux disponibles pouvant accueillir des locomotives rythmant le parcours commercial à intervalle régulier
  - Poursuivre les aménagements urbains dans la même logique que ceux existants (extension du plateau piétonnier)
- *Thème 2 : Liens par rapport aux projets en cours*
  - *Créer des synergies entre les points d'attractivité par l'intermédiaire d'aménagements facilitant les communications entre les sites (Rue de la République / Cours Briand, Place Ducale / Future Halle de marché, Rue Irène Carré et Bourbon / Multiplex)*

## Axe 3 : Gestion des situations de transmission / Reprise

- Mettre en rapport le nombre de commerçants en situation de transmission de leur activité et taux de locaux vacants par commune afin de hiérarchiser les actions dans le temps
- Recenser et identifier précisément ces commerçants
- Assister les professionnels dans leurs démarches de mutation
- Orienter les éventuels porteurs de projet vers ces cédants en assurant une assistance technique