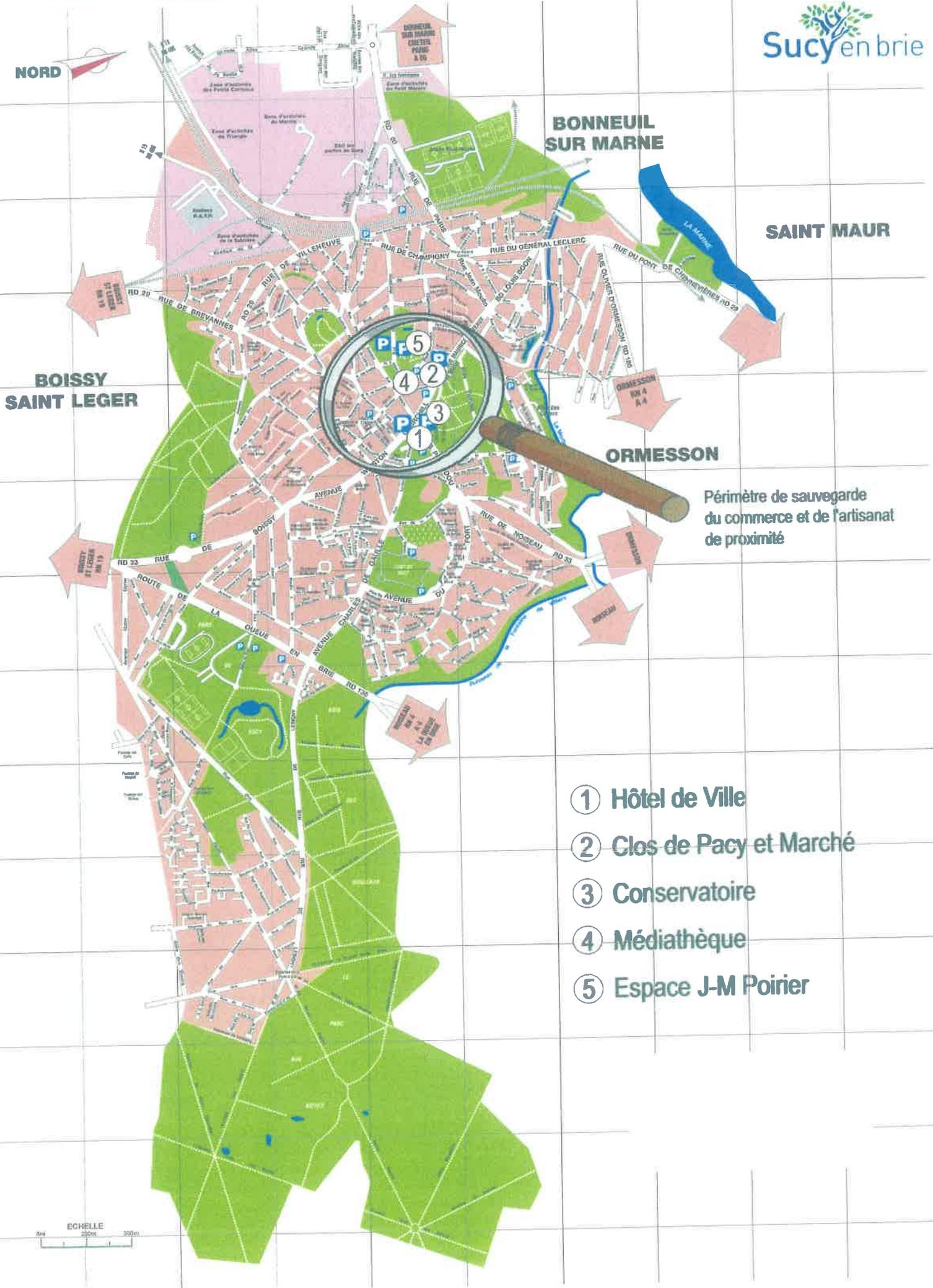




**PERIMETRE DE SAUVEGARDE DU COMMERCE ET  
DE L'ARTISANAT DE PROXIMITE  
AU CENTRE VILLE DE SUCY EN BRIE**

# PERIMETRE DE SAUVEGARDE DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT DE PROXIMITE

NORD



Périmètre de sauvegarde  
du commerce et de l'artisanat  
de proximité

- ① Hôtel de Ville
- ② Clos de Pacy et Marché
- ③ Conservatoire
- ④ Médiathèque
- ⑤ Espace J-M Poirier

ECHELLE

0m 100m 200m

# Délimitation d'un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité pour la ville de Sucy en Brie dans le cadre de l'exercice du droit de préemption

## PRESENTATION

Sucy-en-Brie, commune du département du Val-de-Marne est située à environ 17 kilomètres de Paris.

D'une superficie de 1043 hectares, la ville s'étire d'Est en Ouest et jouxte 9 communes : Bonneuil-sur-Marne, Boissy-Saint-Léger, Chennevières-sur-Marne, la Queue-en-Brie, Marolles-en-Brie, Ormesson-sur-Marne, Noisieu, Saint-Maur-des-Fossés et Santeny

Sa population est d'environ 27 000 habitants, ce qui en fait une ville moyenne qui se distingue par une densité de population de 25 habitants par hectare, bien inférieure à la moyenne départementale affichant 50 habitants par hectare.

## L'APPAREIL COMMERCIAL DE SUCY EN BRIE

La ville de Sucy compte en 2009 environ 200 commerces en activité répartis sur le territoire de la commune.

300 établissements artisanaux dont 8% dans l'alimentaire sont répertoriés par la Chambre des Métiers au 1<sup>er</sup> janvier 2009.

Les locaux commerciaux sont regroupés dans plusieurs secteurs, ces secteurs sont dispersés sur le territoire.

### Le secteur du vieux village

Il se compose de plus de 90 commerces de proximité dans un ensemble multifonctionnel regroupant des services administratifs, associatifs et des équipements culturels.

Le centre ville est doté de nombreux parkings dont un parking gratuit situé en sous sol d'une capacité de 100 places.

### Le secteur du « Clos de Pacy »

Ce secteur englobe :

- Un centre commercial de proximité regroupé autour d'un « Monoprix »
- Un **marché** non sédentaire **couvert** d'une surface de 2700m<sup>2</sup> ; bihebdomadaire (mercredi et samedi matin) comptant 60 abonnés et une vingtaine de volants.
- Un parking couvert et fermé de nuit, d'une capacité de 96 places. Son emplacement privilégié permet une accession directe au marché et au centre commercial du clos de Pacy.

### Le secteur du Fort :

Il compte une vingtaine de commerces et de services, un centre commercial regroupé autour du super marché « Simply Market » et de nombreuses aires de stationnement

Sur ce pôle la vacance de locaux est nulle.

Ce secteur accueille également des équipements sportifs, culturels et sociaux.

### **Le secteur Manitot Cauchy :**

Ces deux centres de quartiers sont reliés par la rue Jean Moulin, ils regroupent une trentaine de commerces de proximité et de services, dont un boucher, un boulanger et une pharmacie.

Sur ce pôle la vacance de locaux est nulle.

### **Le secteur de la gare :**

Il regroupe environ 80 commerces et services.

Ce secteur est le plus riche en commerces de proximité y compris les commerces de bouche.

A noter que le seul charcutier traiteur de la ville est situé à la gare.

Le secteur est en pleine mutation du fait des aménagements prévus autour de la gare RER dans le cadre de l'arrivée du TCSP (bus en site propre qui relira Sucy à la ligne 8 du métro) à l'horizon 2011.

### **Le Centre Commercial du « Rond d'or »**

Construit en 1967-1968, le Centre commercial du Rond d'or a été réalisé de manière à se situer au cœur des quartiers de la Cité Verte, de la Fosse Rouge et des Monrois, dans le but d'accompagner les opérations de construction de logements aux alentours.

Le Rond d'or présente une superficie d'environ 5000 m<sup>2</sup>.

Le centre compte une dizaine de commerces de proximité (boulanger, coiffeur, pharmacie) regroupés autour du supermarché « Franprix »

Ce secteur accueille également des équipements sportifs, culturels et sociaux.

### **Le pôle des Bruyères :**

Il se compose d'un petit centre commercial de proximité regroupé autour d'un « Franprix »

### **Le linéaire commercial de la rue du Général Leclerc :**

Situé dans le bas de Sucy, cet axe relie la gare aux berges de Sucy et regroupe une grande diversité de commerces et de services.

### **Le Pole commercial du plateau :**

Il se compose de quelques commerces de proximité (boulanger, restaurant)

### **Synthèse :**

L'observation des différents pôles commerciaux de la commune fait apparaître une grande dispersion et un déséquilibre en défaveur du centre ville.

Le centre ville de Sucy est la zone la plus peuplée mais c'est aussi la zone qui concentre le plus d'agences bancaires et d'assurance et ce au détriment des commerces de proximité.

Le secteur du vieux village et du « Clos de Pacy » sont au centre de la réflexion de la commune en terme d'aménagements publics et de recherche de linéaire commercial cohérent avec les attentes d'une population dont le nombre est et sera en augmentation du fait des réalisations et des projets urbains à venir.

Par ailleurs les autres secteurs commerciaux de la ville ne sont pas sous tension, en effet :

- La vacance de locaux sur ces autres secteurs est très faible ou nulle,

- Le taux de rotation des commerces est très bas ou en continuité avec l'activité ancienne (Par exemple, le boucher du secteur Maniot Cauchy vient de vendre son fonds à un autre boucher en décembre 2009)
- Enfin sur ces secteurs, la diversité commerciale répond aux besoins de proximité de la clientèle locale.

Pour toutes ces raisons la ville a décidé de définir un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité délimité au centre ville en incluant le secteur du vieux village et celui du Clos de Pacy

La suite de ce dossier va porter sur les justificatifs du choix de délimitation d'un périmètre de sauvegarde au Centre ville.

## **DELIMITATION D'UN PERIMETRE DE SAUVEGARDE DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT DE PROXIMITE : LE CENTRE VILLE DE SUCY**

### **1. Typologie de l'habitat du centre ville :**

Sucy-en-Brie fut à l'origine une commune rurale.

Le Centre Ville « Vieux Village Briard » regroupe essentiellement de l'habitat patrimonial, quelques bâtiments du XIXème siècle et de petits collectifs plus récents.

Une Zone d'Aménagement Concertée multisites a été créée en 1991 en centre ville avec 4 objectifs principaux :

- Le renforcement du patrimoine immobilier en centre ville
- La réorganisation et la consolidation de l'infrastructure commerciale
- La modernisation des équipements publics
- La réorganisation du parc de stationnement

En application de ces objectifs, 4 programmes immobiliers ont vu le jour en centre ville :

- Le Chaumoncel : 123 logements livrés en 2001
- Les Deux Lys : 33 logements livrés en 2001
- La Villa Sainte-Amaranthe : 20 logements livrés en 2002
- La Résidence du Château : 71 logements livrés en 2009, incluant 9 commerces de proximité et une agence bancaire.

Au total ces programmes se sont traduits par la création de 250 logements environ, drainant plus de 500 personnes.

### **2. Le projet de redynamisation commerciale du centre ville :**

Constatant, les difficultés des commerces du centre ville, la nécessité de maintenir et de développer si possible des activités économiques essentielles à l'équilibre socio-économique de la commune, la municipalité a confié en 2000 à la CCIP du Val-de-Marne une étude de ville intitulée :

## « Quelle dynamique commerciale pour le centre ville de Sucy ? »

Cette étude, dont les conclusions ont été remises en janvier 2001, a relevé les principaux éléments suivants :

### 1) Les faiblesses :

- Une clientèle plus mobile et par conséquent moins captive
- Un appareil commercial en perte de vitesse
- Une évansion de la consommation vers des pôles commerciaux plus attractifs.

Ainsi le centre ville est victime d'un environnement hautement concurrentiel :

- A Sucy, le centre commercial du Fort tiré par le supermarché « Simply Market »
- Au nord, le centre commercial « Pince Vent » à la Queue-en-Brie
- A l'ouest, le centre commercial régional « Créteil Soleil » et la zone commerciale « Leclerc » à Bonneuil sur Marne
- Au sud ouest, la zone commerciale « Pompadour »

### 2) Les atouts :

- Caractère résidentiel et verdoyant de la commune
- Environnement de qualité
- Bonne déserte routière
- Réseau de transport développé
- Programmation urbaine du centre ville concentrée autour des équipements publics :

C'est sur la base de cette étude que la ville s'est engagée dans un Fisac de centre ville entre 2002 et 2004.

Dés lors, la stratégie ainsi définie s'ordonne autour de trois grands axes :

#### 1) **L'amélioration du cadre urbain**

- Rendre le centre plus attractif, plus agréable et plus sûr pour les piétons.
- Améliorer les critères de commercialité : stationnement, signalétique, façades, visibilité
- Sécurisation et embellissement de l'espace

#### 2) **Le renforcement de l'offre commerciale et la défense des commerces existants**

- Maintenir la fonction commerce de proximité du centre ville
- Développer et diversifier l'offre commerciale
- Renforcer l'attractivité du marché et le dynamisme des commerces sédentaires à proximité.

#### 3) **Le développement d'un programme de promotions et d'animations**

- Améliorer l'animation urbaine et les promotions commerciales
- Renforcer la cohésion des commerçants locaux par l'action associative
- Accroître l'attractivité pour la clientèle sucycienne et non sucycienne

### 3. Le diagnostic commercial du centre ville :

#### a) L'appareil commercial :

L'offre commerciale du centre-ville est concentrée principalement sur la *rue du Temple*, la *rue du Moutier*, la *rue de la Porte* et la *rue Guy Moquet*, ainsi que sur la *rue Pierre Sépard*, la *place de l'Eglise*, une partie de la *rue Maurice Berteaux* et une partie de la *rue de Brévannes*.

La livraison de 71 logements (résidence du château) et la construction de la place du village, incluant 9 commerces de proximité et une agence bancaire en 2009, marquent un nouvel élan pour le centre ville.

Outre l'installation de nouveaux commerces, c'est l'arrivée de franchisés qu'il convient de remarquer : Picard surgelés, Optique Afflelou, Franprix.

Ces commerces vont jouer un rôle de locomotive et constituer des pôles d'attractivité supplémentaire qui vont rayonner sur l'ensemble du centre ville.

L'accessibilité à ce nouveau centre commercial est renforcée par un parking gratuit en zone bleue situé en sous-sol d'une capacité de 100 places.

L'attractivité de la place est renforcée par l'installation d'un restaurant avec terrasse extérieure et par la création d'une zone piétonne résultant de la suppression du stationnement des véhicules en surface.

Ce secteur correspond au **Vieux Village**.

Situé légèrement au Nord du Vieux Village, à environ 250 mètres, le secteur du **Clos de Pacy**, s'articule autour d'un centre commercial de proximité (Monoprix) et d'un marché non sédentaire bi-hebdomadaire.

Bien que situés dans le même périmètre, le secteur du Vieux Village et celui du Clos de Pacy présentent des caractéristiques très différentes.

#### Le secteur du Vieux Village :

##### 1) Les faiblesses :

- Faible diversité des commerces
- Eclatement spatial des activités
- Tendance à une disparition du commerce traditionnel au profit des activités de service (banques, agences immobilières)
- Circulation piétonne mal aisée
- Manque d'entretien de certains immeubles
- Absence de synergie entre le pôle commercial du Vieux Village et celui du Clos de Pacy

##### 2) Les atouts :

- Paysage urbain attractif : village Briard
- Présence à proximité d'éléments forts et structurants : Médiathèque, Mairie, Poste
- Proximité de parkings dotés de grandes capacités d'accueil

### Le secteur du Clos de Pacy :

Ce secteur englobe :

- Un petit centre commercial de proximité regroupé autour d'un « Monoprix »
- Un marché non sédentaire bi-hebdomadaire comptant 60 abonnés
- Un parking, couvert et fermé de nuit, d'une capacité de 96 places

#### 1) Les faiblesses :

- Pôle peu animé en dehors des jours de marché
- Structuration caractéristique des années 60 : centre commercial introverti, bâti sur deux niveaux, aspect vieillissant et peu avenant
- Bâti délabré
- Mauvaise visibilité de la galerie marchande depuis la rue
- Environnement urbain peu valorisant, le centre ne présente pas les charmes d'un village Briard, comme c'est le cas du Vieux Village

#### 2) Les atouts :

- Parking couvert
- Espace permettant la circulation piétonne
- Dynamisme du marché forain

### b) Les locaux commerciaux :

L'analyse des locaux commerciaux en activité du centre ville fait apparaître les caractéristiques suivantes :

- Sur les 90 cellules commerciales présentes :  
Deux commerces font plus de 300 m<sup>2</sup> :
  - Supermarché FRANPRIX dans le vieux village de 379 m<sup>2</sup>
  - Supermarché MONOPRIX au Clos de Pacy de 750 m<sup>2</sup>

#### 1. Sur représentation des agences bancaires et immobilières :

Sur les 11 agences bancaires que compte la ville, 8 sont situées en centre ville (environ 75%).

Sur les 18 agences immobilières de la ville, 10 sont en centre ville (55%).

Si l'on ajoute aux agences bancaires et immobilières, les deux agences d'assurance du centre ville, on constate que **ces agences représentent 35% des locaux commerciaux du centre ville.**

Cette surreprésentation comporte de nombreux risques pour la diversité et l'attractivité commerciale du centre ville.

Les banques / assurances et agences immobilières ont tendance à se regrouper alors qu'elles apportent peu d'animation et d'attractivité pour le commerce alentour, transformant les parties de linéaires où elles sont implantées en espaces « froids ».

De plus, ces types d'activités choisissent les meilleurs emplacements des rues et places commerçantes.

Cette surreprésentation s'est renforcée ces dernières années.

## 2. Des mutations de commerces en défaveur du commerce de proximité :

Sur les 5 dernières années : 50% des mutations de commerces se sont traduites par l'arrivée d'agences bancaires ou immobilières

- Agence immobilière à la place d'une boutique de lingerie, rue du Temple
- Agence immobilière Guy Hoquet à la place d'un commerce de vêtements, à l'angle de la rue de Brevannes et de la rue du Moutier.
- Agence Crédit Mutuel à la place d'un chausseur et d'une superette, rue du Moutier
- Projet d'agence immobilière à la place de l'ancien local du Crédit Mutuel, rue du Moutier
- Agence immobilière Orpi à la place d'une agence de voyages, rue du Temple
- Agence immobilière Anne Carole à la place d'une boutique de loisirs créatifs, rue de la Porte

Sur la même période se sont installés :

- Boutique de cadeaux à la place d'un traiteur oriental, rue Maurice Berteaux
- Restauration rapide à la place d'une onglerie, rue du Moutier
- Boutique de lingerie à la place d'une carterie, rue du Moutier
- Cuisiniste à la place d'une Boutique de cadeaux, place du Village
- Cuisiniste à la place d'un magasin de TV, rue du Moutier
- Restauration rapide asiatique à la place d'un boucher, rue du Moutier

Avec cette dernière mutation réalisée en 2009 dans la rue du Moutier c'est le dernier boucher du centre ville qui a disparu.

## 3. Des commerces de bouche fragiles et sous représentés :

- En 2007 fermeture d'une boulangerie pâtisserie, rue de la porte
- En 2009, fermeture du dernier boucher du centre ville
- Il ne reste qu'un boulanger en activité dans le centre ville.

## 4. Une faible vacance de locaux :

On compte seulement deux locaux vides dans le vieux village :

- Un ancien commerce de laine, Place de l'église.
- Une ancienne pâtisserie, rue de la Porte.

La situation de ce local est particulière. Depuis la cessation d'activités de la pâtisserie en 2007, aucun repreneur potentiel n'a donné de suite. La situation délabrée de l'intérieur du local et le coût prohibitif de remise en état expliquent en partie cette vacance. Ce à quoi il convient d'ajouter l'attitude du propriétaire qui souhaite vendre les murs sans faire de travaux.

Deux autres cellules du centre ville sont vides, il s'agit de locaux neufs de 70 m<sup>2</sup> et 28 m<sup>2</sup> qui s'intègrent dans le pourtour des nouvelles constructions de la place du Village. Ces locaux sont livrés « brut de béton ».

Un partenariat s'est instauré entre la Ville et le commercialisateur « la SODES » afin d'installer des activités répondant à des critères de commercialité attractifs pour le centre ville.

En 2005, 6 commerces étaient vacants en centre ville ; parmi eux 2 commerces vacants de la rue du Moutier (épicerie, chausseur) ont été repris par une agence bancaire (Crédit Mutuel), un autre commerce vide (anciennement boutique de cadeaux, art de la table) a été repris par une agence immobilière dans cette même rue et une boutique de lingerie dans la rue du Temple par une autre agence immobilière.

Il apparaît donc que ces reprises ont contribué au déséquilibre commercial du centre ville.

**Au total le périmètre de sauvegarde ainsi défini au centre ville concerne 90 locaux commerciaux et artisanaux sur environ 200 identifiés sur la Ville, soit près de 50 % de l'ensemble de l'appareil commercial de la commune.**

#### **4. Nécessité d'établir un droit de préemption sur le centre ville :**

L'analyse de l'équipement commercial et artisanal du centre ville confirme la nécessité d'établir un droit de préemption sur les fonds de commerce, artisanaux et baux commerciaux.

La ville de Sucy a initié ces dernières années des actions significatives en faveur du commerce local en particulier en centre ville :

- Renforcement du patrimoine immobilier contribuant à une augmentation de la demande potentielle et à la recherche d'une image plus dynamique.
- Consolidation de l'infrastructure commerciale avec la construction de la place du Village
- Réorganisation des parcs de stationnement avec un développement des zones bleues afin de garantir une meilleure rotation des véhicules
- Création d'un nouveau parking gratuit en sous-sol d'une capacité de 100 places
- Amélioration de la signalétique
- Modernisation des équipements publics
- Renforcement de l'animation commerciale
- Soutien aux associations de commerçants et d'artisans et en particulier appui à la création de la FEDACS (fédération des associations de commerçants et d'artisans de la Ville)
- Lancement prochain d'une charte de qualité des terrasses des cafés et restaurants.

#### **CONCLUSION :**

L'établissement d'un droit de préemption sur les fonds de commerce, artisanaux et baux commerciaux permettrait de réguler les implantations de certaines activités et de maintenir la diversité commerciale sur le centre ville.

En particulier dans la recherche de commerces pouvant satisfaire une clientèle qui se rajeunit (boutiques de mode, vêtements, chaussures, etc. sans oublier les commerces de bouche)

Le périmètre proposé présente une cohérence au regard des motivations qui incitent la Ville à mettre en place le droit de préemption afin de préserver la diversité commerciale en évitant la multiplication des activités surreprésentées telles que les agences bancaires, immobilières mais aussi en évitant le développement de commerces susceptibles de nuire à l'équilibre commercial recherché.