





## 2.1 Etat des lieux

**Etude réalisée sur 450 quartiers prioritaires de la politique de la ville entre 2008 et 2010**

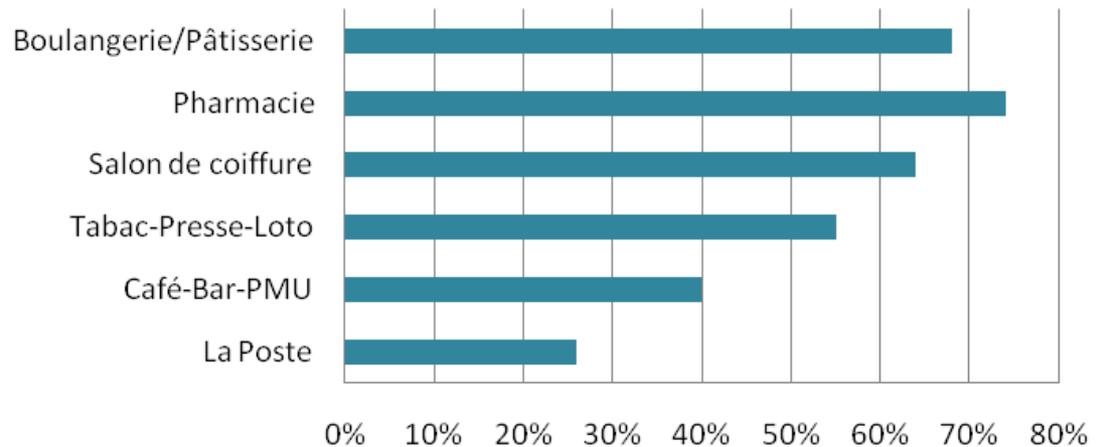
- **Entre 1 et 2 polarités commerciales en moyenne par quartier**
- **Un nombre médian de 15 activités par polarité**
- **20 % de quartiers avec une offre diffuse ou ne comptant aucun commerce**



## 1.2 Une vocation de proximité essentiellement

**59 % des polarités comptent moins de 12 boutiques qui répondent à des besoins quotidiens ou de dépannage**

### Présence des activités dites "incontournables"



### **1.3 Un tissu commercial souvent fragile**

**Une offre insuffisante pour répondre aux besoins courants de la population ou peu qualitative dans plus de 50 % des cas**

**Une conception spatiale n'offrant pas le confort d'achat minimum dans 1 cas sur 4**

**Un bâti vieillissant et en mauvais état dans 1/3 des cas (absence de remise à niveau et d'entretien régulier)**

**Une ambiance peu propice à la fréquentation du pôle dans 1/3 des cas**

**Un équipement positionné à l'écart des flux ou difficile d'accès dans plus d'1 cas sur 4**



## 1.4 Un tissu commercial souvent fragile

### Centre commercial de la vigne aux moines (Noyon, Picardie)

Un taux de vacance de 30 %,  
des activités en doublon

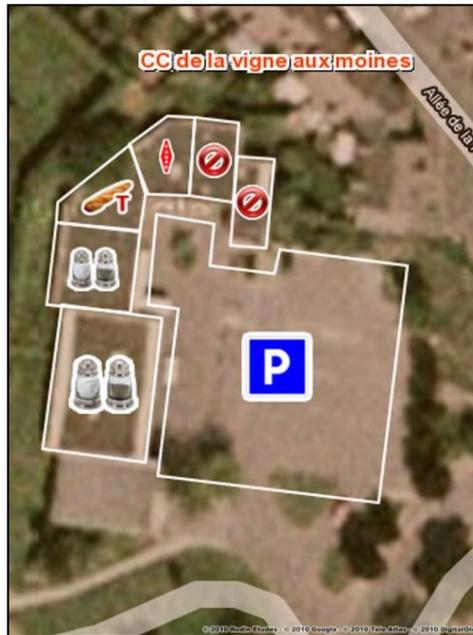
Et aucune enseigne alimentaire  
pouvant jouer un rôle de  
locomotive .

### Centre commercial Choisy Sud (Choisy-le-Roi, Val de Marne)

Une conception sur plusieurs niveaux avec une entrée  
très sombre menant à un dédale de couloirs étroits

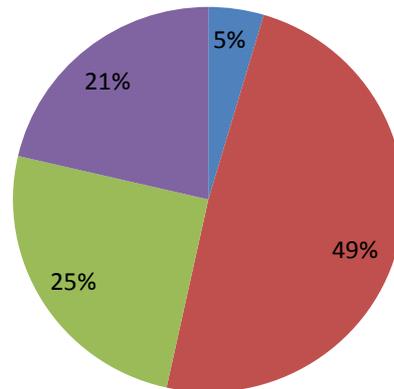
Un bâti dégradé

Une image et une ambiance anxiogènes compte tenu  
de la morphologie du site, du développement de la  
vacance et de la présence de tags

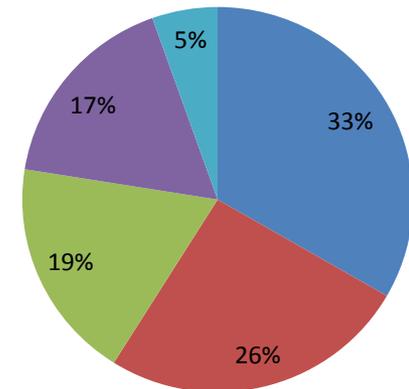


## 1.5 Evaluation du besoin en restructuration

Sur les 750 polarités, 269 connaissent des difficultés dont 131 présentent des dysfonctionnements nécessitant une restructuration lourde pour assurer leur pérennité



- <6 commerces
- 6-12 commerces
- 13-20 commerces
- >20 commerces

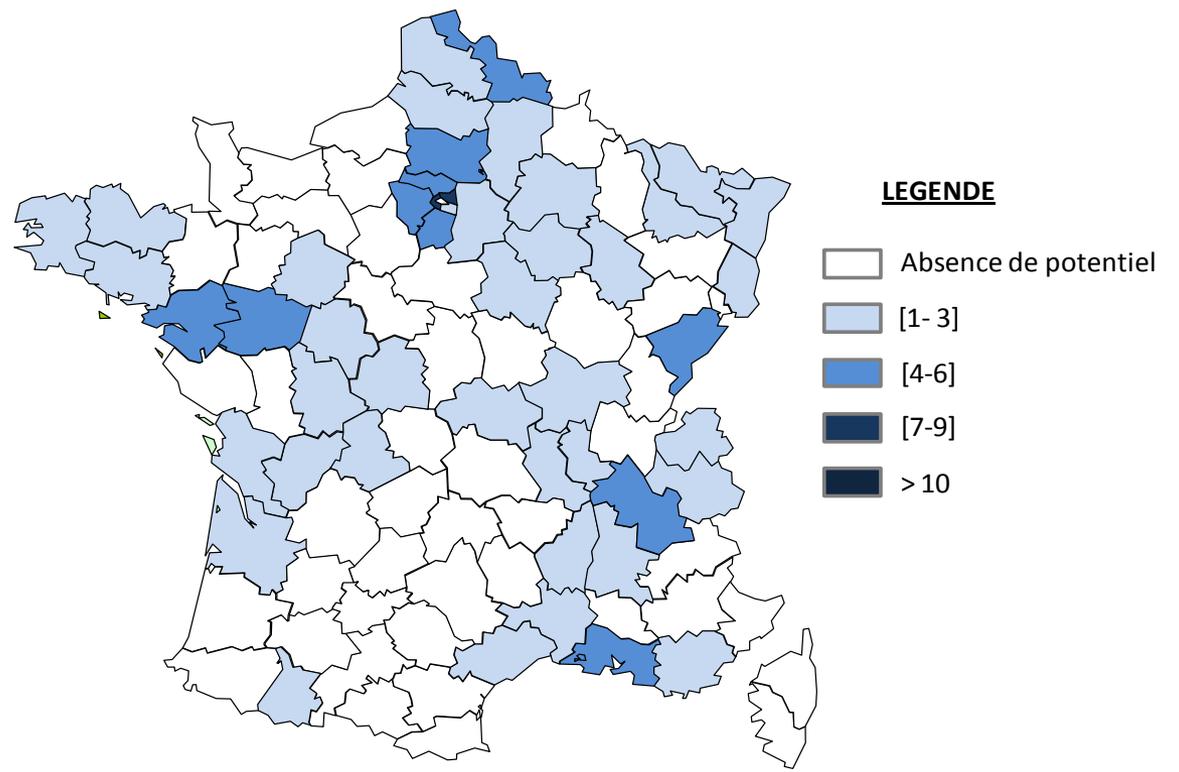


- <5 000 hbts
- 5000 - 10 000 hbts
- 10 000 - 15 000 hbts
- 15 000 - 20 000 hbts
- >20 000 hbts



## 6 Analyse par région

### Potentiel d'intervention pour Epareca





## 2.2 Une vocation à finalités économique et sociale

**Participer à la redynamisation des activités commerciales et artisanales de proximité dans les quartiers prioritaires**

**Favoriser le maintien de la diversité commerciale et artisanale**

**Remettre les centres commerciaux des quartiers sensibles dans le marché général de l'immobilier commercial**



## 2.3 Une relation partenariale forte avec les collectivités

**Une demande émanant de la collectivité**

**Une présence, à ses côtés, à tous les moments importants  
de la vie de l'opération**

**Une opération menée sous l'égide d'un comité de pilotage local,  
présidé par le Maire ou le Président de l'EPCI**

**Des engagements réciproques formalisés dans une convention**







## CENTRE COMMERCIAL DE L'EUROPE – HÉROUVILLE SAINT-CLAIR



# CENTRE COMMERCIAL DE LA MONNAIE – ROMANS



## CENTRE COMMERCIAL CARRÉ SAINT-DOMINIQUE – NÎMES



# Le centre commercial de l'Hippodrome à Reims

## Contexte de l'intervention

Le centre commercial « La Rafale », construit en 1970, souffrait de multiples difficultés

- une organisation spatiale complexe en passerelle
- un déficit de stationnement
- une accessibilité restreinte
- le départ d'enseignes connues et les fermetures successives de commerces (12 boutiques occupées sur 35).



## Le centre de l'Hippodrome à Reims - état initial



## Le centre commercial de l'Hippodrome à Reims

- livré en octobre 2002, l'ensemble commercial se compose :
  - d'une dizaine de boutiques d'environ 1000 m<sup>2</sup>
  - d'un supermarché Match de 1700 m<sup>2</sup> de surface de vente plus 800 m<sup>2</sup> de surfaces de réserves
- Un projet d'extension, envisagé dès la conception sur le côté de l'équipement, est prévu par la société propriétaire actuelle pour une surface de 400 m<sup>2</sup>



## Le centre commercial de l'Hippodrome à Reims

### Montage

- Epareca avait constitué une SARL avec la Caisse des Dépôts, la Caisse d'Épargne Champagne Ardennes, et la SEM Reims Développement pour porter le nouvel ensemble immobilier en VEFA.
- La SEM Reims Développement assurait la gestion de la société et du centre commercial.
- En 2006, après consultation d'investisseurs (six offres), l'ensemble immobilier a été vendu à E Capital qui a constitué une société avec la CDC



## Le centre commercial de l'Hippodrome à Reims



## Le centre commercial de l'Hippodrome à Reims

### Activité commerciale

impact très positif sur le quartier par son architecture attrayante ; le centre capte également une clientèle de passage et une forte partie de clientèle non résidente telle que les étudiants des facultés voisines, chiffres d'affaires en progression.

### Diversité de l'offre

Offre diversifiée par la création de plusieurs activités: une moyenne surface, Poste, un opticien, un pressing, un multi services et un kébab.

Impact positif sur **l'emploi.**

