

Saint-Brieuc

24 bis, Bd Charner
22000 Saint-Brieuc
Tél. 02 96 68 43 43

Nantes

1, rue Du Guesclin
BP 61905
44019 Nantes Cedex

Web

www.cibles-strategies.com
accueil@cibles-strategies.com

cibles & stratégies
marketing communication

Ville de Nogent-sur-Marne

Stratégie d'attractivité du cœur de ville

Phase I : Le diagnostic prospectif

Novembre 2016



Partie I. L'analyse d'attractivité de Nogent sur Marne

page 3

A. Les indicateurs sociodémographiques

page 6

B. Les indicateurs commerciaux

page 9

C. Les indicateurs urbains

page 20

D. Les indicateurs de polarité

page 25

Partie II. L'enquête clientèle

page 27

A. La fréquentation du centre-ville

page 31

B. Image & satisfaction

page 39

Partie III. Synthèse des indicateurs & orientations stratégiques

page 44

Saint-Brieuc

24 bis, Bd Charner
22000 Saint-Brieuc
Tél. 02 96 68 43 43

Nantes

1, rue Du Guesclin
BP 61905
44019 Nantes Cedex

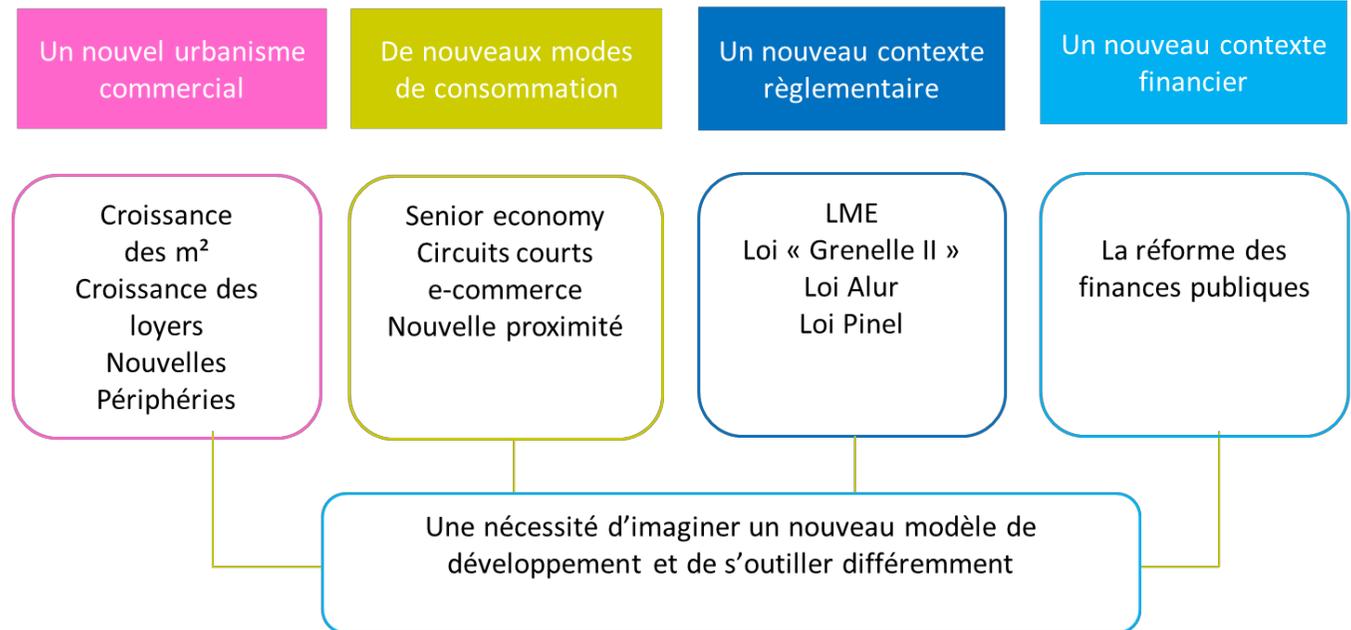
Web

www.cibles-strategies.com
accueil@cibles-strategies.com

Partie I : L'analyse d'attractivité de Nogent-sur-Marne



L'ensemble des centres-villes vont devoir s'adapter à un nouveau modèle commercial qui marque depuis 2008 l'entrée dans une nouvelle ère pour le commerce. Il conviendra de s'interroger sur le centre-ville de demain en intégrant ces mutations et en évitant de préparer l'avenir en regardant le centre-ville d'hier. Les pages suivantes déclinent ces quatre niveaux de changement fondamentaux pour le centre-ville de demain



L'attractivité d'une centralité est une équation entre quatre niveaux d'attractivité :

- l'attractivité résidentielle ;
- l'attractivité de service ;
- l'attractivité économique ;
- l'attractivité identitaire.

La dynamisation commerciale d'un cœur de ville demande d'abord une approche globale et une intervention conjointe sur ces quatre niveaux. Dès lors qu'une fonction est affaiblie, c'est l'ensemble de la centralité qui se trouve en fragilité. L'enjeu est d'entamer une revitalisation de centralité et d'intégrer ces interactions entre les fonctions d'un cœur de ville.

La fonction économique :
Conserver une fonction emploi et de lieu d'échange

La fonction identité :
créer un attachement, un point de repère, une fierté

La fonction habitat :
Proposer un habitat adapté aux nouveaux parcours résidentiels

La fonction services :
Répondre à des besoins non marchands d'habitants

Saint-Brieuc

24 bis, Bd Charner
22000 Saint-Brieuc
Tél. 02 96 68 43 43

Nantes

1, rue Du Guesclin
BP 61905
44019 Nantes Cedex

Web

www.cibles-strategies.com
accueil@cibles-strategies.com

cibles & stratégies
marketing communication

A. Les indicateurs sociodémographiques



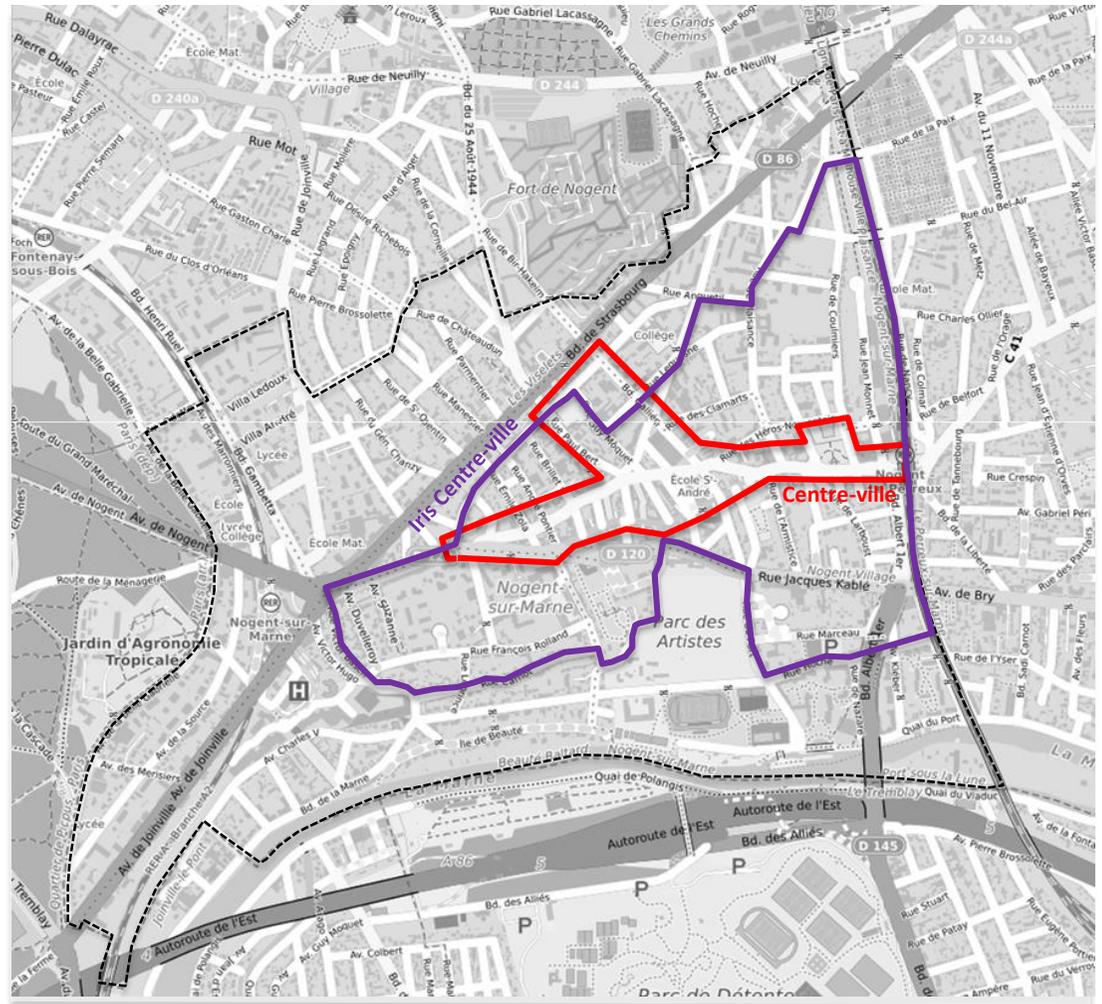
Afin de préciser l'analyse nous avons pris en compte les 2 échelles de travail suivantes :

> L'échelle du Centre-Ville fonctionnel :

Le périmètre du centre-ville retenu pour l'étude regroupe l'ensemble de l'hyper-centre puis intègre davantage de polarité en équipements.

> L'échelle Centre-ville INSEE

Le périmètre IRIS centre-ville regroupe les IRIS définis par l'INSEE suivants : Centre-ville, Coulmiers, Dagobert et Marie Curie, La Sous-Préfecture.



→ Constats :

+2%

Nogent-sur-Marne connaît une légère hausse démographique depuis 2008, plus accentuée sur l'IRIS du centre-ville. Une hausse qui est cohérente avec l'évolution démographique de l'intercommunalité mais néanmoins inférieure à celle du département.

Vieillessement

Le centre-ville de Nogent enregistre depuis 2007 un vieillissement de sa population marqué à la fois par une augmentation de la part des plus de + 60 ans mais également d'une diminution des personnes de moins de 15 ans. La commune enregistre le même phénomène mais de manière moins marquée.

+3,2%

Le centre-ville de Nogent subit plus fortement que le reste de la commune un desserrement de la taille des ménages depuis 2008, impliquant une plus forte proportion de ménage d'une personne. Et donc des besoins en terme d'habitat, auxquels le parc résidentiel doit s'adapter.

- 3 194 €

Le différentiel de revenus annuels entre la population communale et les habitants du centre-ville. Une population résident en centralité plus précaire mais qui reste néanmoins plus aisée qu'au sein de l'intercommunalité ou du département.

86,7%

La part des actifs nogentais qui travaillent en dehors de la commune. Une situation qui induit inévitablement la réalisation d'achat à proximité de leur lieu de travail ou sur le trajet domicile-travail. Un manque à gagner pour les commerces de proximité nogentais et un besoin de repenser la notion de service clientèle.

	Iris Centre-ville		Centre-Ville Elargi		Nogent-sur-Marne		Département du Val-de-Marne	
Population 2013 (Insee 2016)	3 675		12 272		31 367		1 354 005	
Population 2008	3 603		12 594		30 852		1 310 876	
Evolution 2008-2013	2%		-2,6%		1,70%		3,30%	
	2007	2012	2008	2013	2008	2013	2008	2013
% personnes plus de 60 ans	12,60%	18,30%	21,50%	21,50%	20,10%	21,90%	17,70%	19,10%
% personnes <15 ans	20%	16,70%	17,92%	17,90%	18,10%	18,10%	19,50%	19,70%
Médiane des revenus par UC 2012	28 168 €				31 362 €		21 359 €	
Nb ménages 2013 (Evolution des ménages (08-13))	1 790		5 898		14 501		566 596	
	(+3,2%)		(-0,1%)		(+2,1%)		(+3,3%)	
% ménages familles avec enfant (parmi nb ménages)	34,80%	34,50%	33,70%	33,50%	34,90%	35,50%	40,60%	40,90%
% ménages d'une personne	40,80%	41,70%	40,60%	41,70%	38,40%	39%	34,50%	35%
% ménages emménagés <5 ans 2013	45,40%		40,10%		36,50%		32,10%	
Nb emplois 2013 (évol. depuis 2008)	-		-		8272		516 738	
					(+15%)		(+1,2%)	
Indicateur concentration d'emplois 2013 (nb emplois/actifs occupés)	-	-	-	-	0,49	0,56	0,86	0,85
Taux de migrations quotidiennes (actifs travaillant dans une autre commune)	87,40%		84,70%		86,70%		80,20%	



Saint-Brieuc

24 bis, Bd Charner
22000 Saint-Brieuc
Tél. 02 96 68 43 43

Nantes

1, rue Du Guesclin
BP 61905
44019 Nantes Cedex

Web

www.cibles-strategies.com
accueil@cibles-strategies.com

cibles & stratégies
marketing communication

B. Les indicateurs commerciaux



1. La structuration de l'offre commerciale

10

→ Constats :

519

Nogent-sur-Marne regroupe 519 activités commerciales dont 276 sont implantées sur le secteur du centre-ville soit un ratio de 53,2 %. Le poids de l'offre commerciale du centre-ville de Nogent-sur-Marne est correct potentiellement fragile, notamment avec le projet de restructuration du pôle de la gare RER-A et la création de surface commerciale pour des activités de proximité.

70

Les services sont le premier type d'activité présente en centralité, ils représentent un quart des commerces actifs. Cela est signe d'une importante tertiarisation de l'activité commerciale qui nuit au rayonnement et à l'attractivité du centre-ville nogentais.

59

Second type d'activité du centre-ville, les commerces liés à l'hygiène, la santé et la beauté. Une surreprésentation de ce secteur symbolisé notamment la présence de 6 enseignes audioprothésistes.

11%

Les commerces alimentaires sont faiblement présents en centre-ville, une offre qui malgré la présence du marché et de ses commerçants non sédentaires 3 fois par semaine, n'est pas compensée.

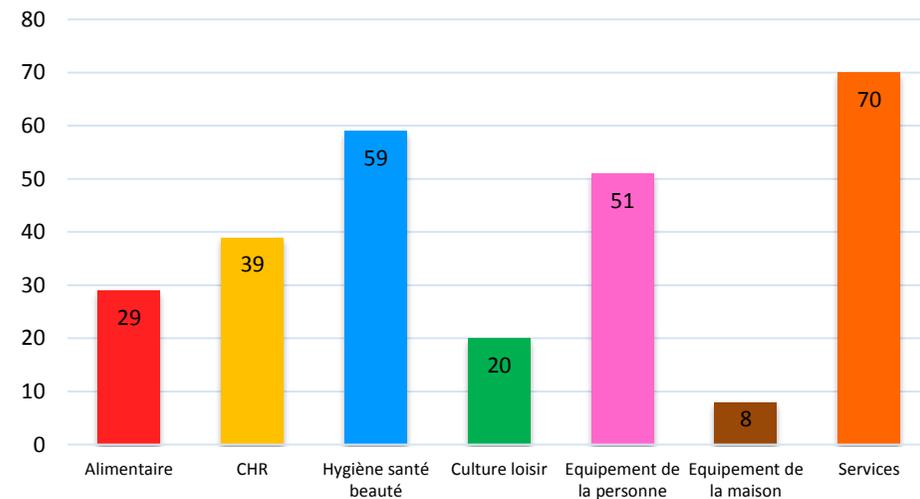
28,6%

Le taux de diversité commerciale (*part des commerces d'équipement de la personne et de la maison sur nombre total de commerces hors services et automobile*) est de 28,6% à Nogent-sur-Marne. Ce taux traduit une polarité commerciale moyennement diversifiée.

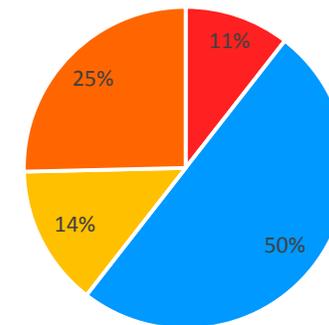
1,26

L'offre alimentaire représente 1,26 commerces alimentaires pour 1 000 habitants (population de l'IRIS centre-ville), un taux assez faible qui met en évidence le faible équipement du centre-ville.

Répartition de l'offre commerciale du centre-ville



Répartition de l'offre commerciale traditionnelle

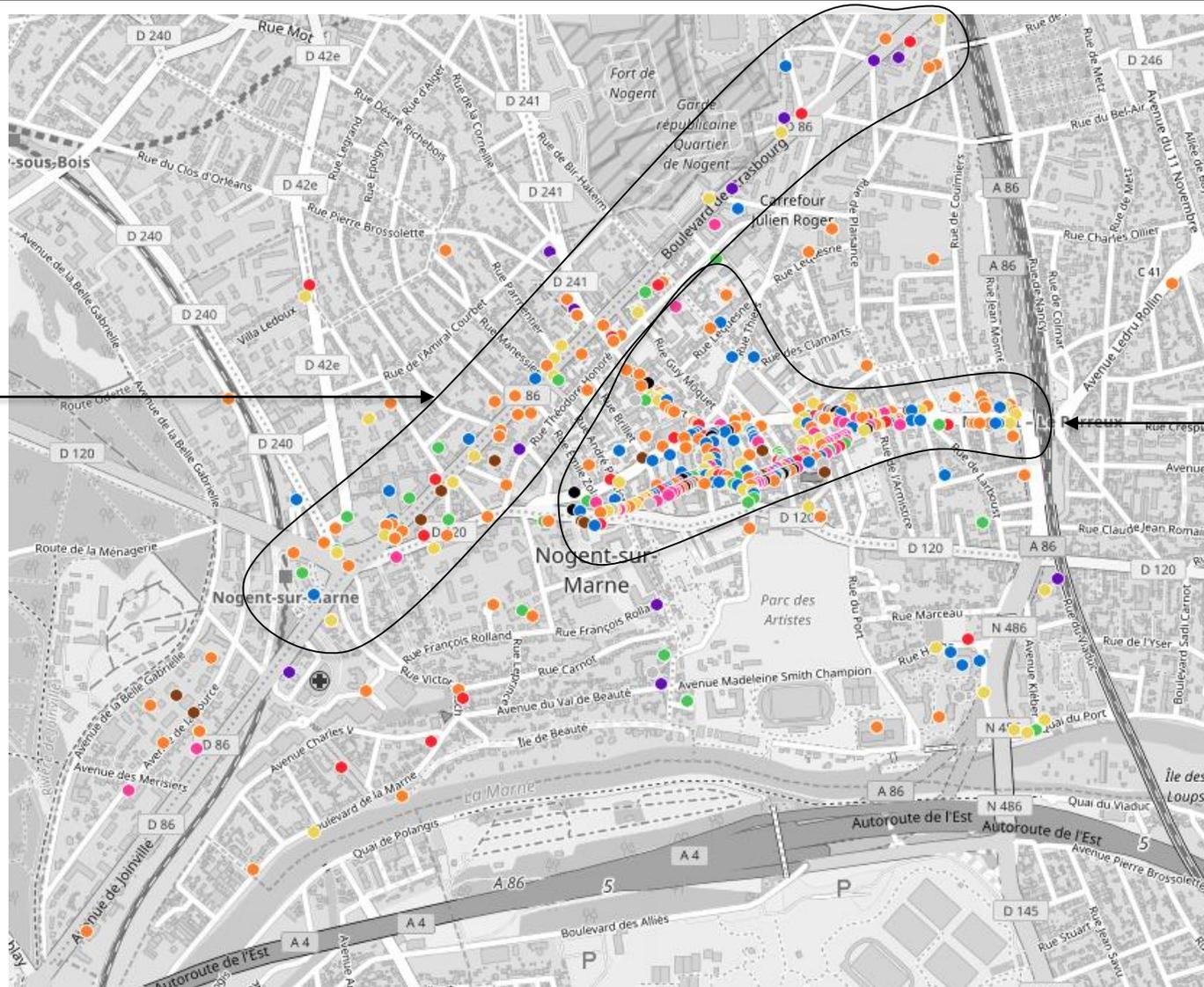


■ Alimentaire ■ Non alimentaire ■ CHR ■ Services

- Alimentaire
- Cafés-Hôtels-Restaurants
- Culture-loisirs
- Équipement de la personne
- Équipement de la maison
- Hygiène-santé-beauté
- Services
- Garage-mécanique

---- 50 mètres

2. La spatialisation des activités



Le boulevard de Strasbourg a également une fonction marchande tournée davantage vers les activités de service et les commerces de flux.

Le centre-ville Nogentais est organisé sur deux rues principales : grande rue Charles de Gaulle et rue des Héros Nogentais. Il s'étend sur un axe Est-Ouest de 1,2 km. Deux axes Nord-Sud le relie au boulevard de Strasbourg, le boulevard Gallieni peu commerçant et la rue Paul Bert.



Constats :

Implantation Les commerces alimentaires se répartissent essentiellement sur l'hypercentre (rue des Héros Nogentais et Grande rue Charles de Gaulle) ainsi que sur le boulevard de Strasbourg.

Secteur des Halles Le secteur des Halles est quasiment dépourvu de commerces alimentaires dans son environnement immédiat. Seule l'enseigne Picard (qui manque de visibilité) est directement liée au marché.

Haut de gamme Les activités alimentaires dites « qualitatives » (épicerie fine, caviste, chocolatier, pâtissier, fromager, etc.) sont quasiment toutes concentrées sur un linéaire d'un peu plus de 350 mètres au sein de la Grande rue Charles de Gaulle.

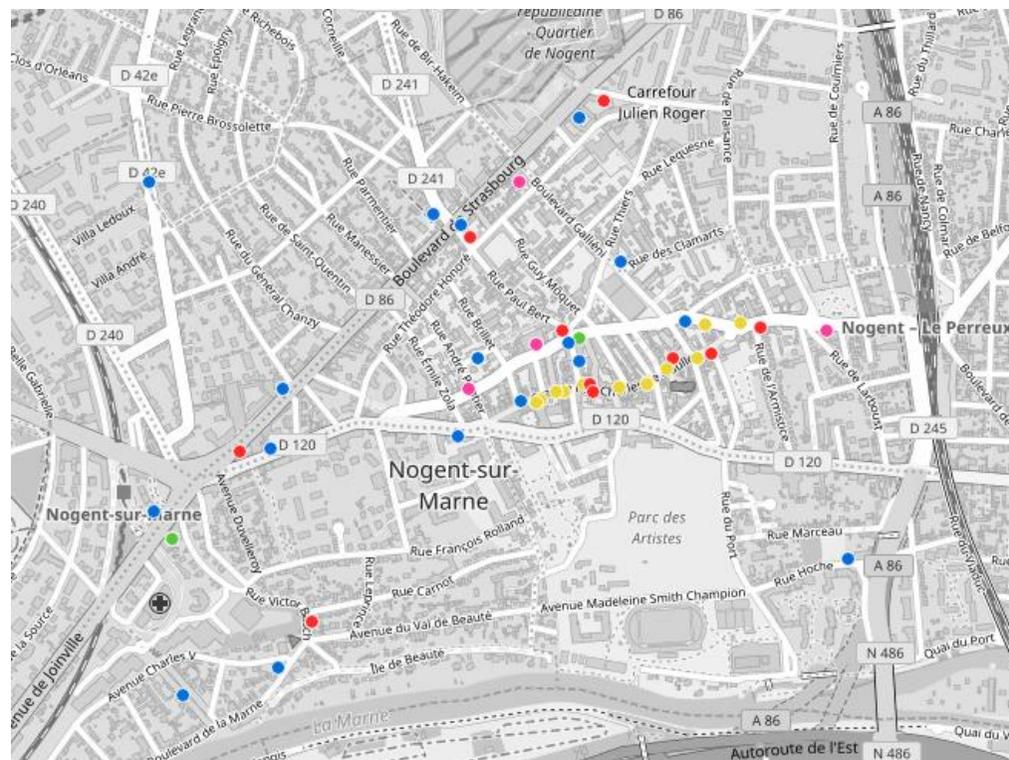
Offre en demi teinte Des commerces de bouche absents qui nuisent à la diversité de l'offre commerciale alimentaire : une seule boucherie en centralité, aucune poissonnerie, surreprésentation de primeurs.

Monoprix Le centre-ville de Nogent-sur-Marne dispose d'une locomotive alimentaire importante mais celle-ci est déconnectée de l'hypercentre marchand.

Enjeux :

- Une offre alimentaire présente mais qui n'est pas suffisamment en interaction avec le marché en terme de localisation, de secteur d'activité et de gamme de prix.

Implantation des activités alimentaires en centre-ville



- Boulangerie
- Alimentation générale et autres spécialisés
- Boucherie
- Alimentation spécialisée qualitative
- Supermarché

→ Constats :

38,5%

Les restaurants de spécialités (asiatiques et italiennes essentiellement) sont les plus présents en centralité, ils représentent 38,5% de l'offre en CHR du centre-ville, contre 20,5% pour les restaurants traditionnels.

1/5

Un cinquième des CHR sont des restaurants de type rapide et de vente à emporter.

1/3

Un tiers des hôtels nogentais sont implantés sur le secteur du centre-ville. La majorité de l'offre hôtelière étant localisée aux abords de la Marne.

Cafés & bars

Malgré la présence de terrasses, la faible offre en cafés et bars limite le sentiment de convivialité en centralité.

Cinéma

Autour du cinéma se concentrent des restaurants. Ils constituent ensemble un pôle loisir attractif.



- Restaurants traditionnels & brasseries
- Restaurants de spécialités
- Cafés
- Restauration rapide
- Hôtels

Localisation des cellules commerciales vacantes



Accessibilité PMR des locaux commerciaux



→ Constats :

13

Une quinzaine de cellules commerciales vacantes a été recensée au centre-ville de Nogent-sur-Marne, soit un taux de mitage (nombre de cellules commerciales vacantes sur nombre de cellules commerciales totales) de 5,4%, bien inférieur au taux de mitage habituellement rencontré (8 à 10% aujourd’hui).

Diffus

La vacance commerciale en centre-ville ne touche pas un secteur en particulier. La mitage en centre-ville n’est donc pas synonyme d’un phénomène de dévitalisation.

36,8%

Un peu plus d’un tiers des commerces nogentais sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Un taux dans la moyenne basse qui souligne les efforts importants qui sont encore à faire afin de rendre les locaux commerciaux accessibles à tous.

Faible accessibilité

La non accessibilité des locaux commerciaux touche l’ensemble des rues du centre-ville de manière indifférente.

536 800

Le plancher commercial situé sur les pôles commerciaux à 15 min de Nogent sur Marne est évalué à 536 800 m² GLA en 2016 (Hors centre-ville de Vincennes et surfaces commerciales situées dans le diffus).

+ 35 150

Quelques projets sont à l'étude (Passage de la Fontaine à Vincennes ; Les promenades de Champigny à Champigny). Un projet en cours sur la commune de Nogent comportant une offre commerciale concurrente du centre ville : Nogent-Baltard 1150 m² de commerce de proximité.

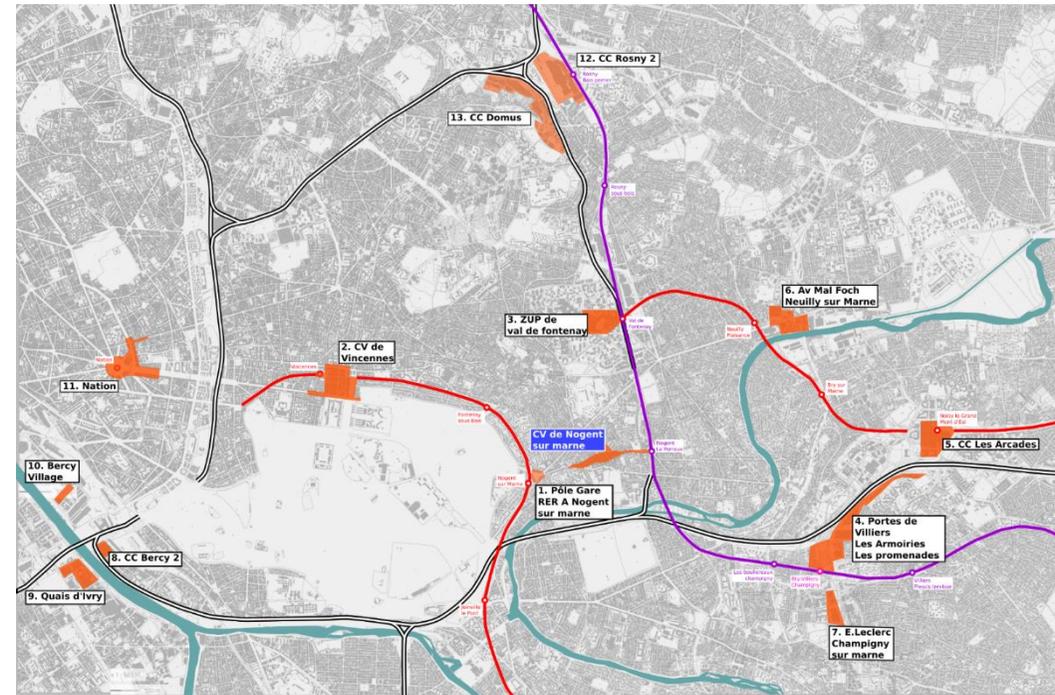
A Nogent :

1. Pôle de Nogent Gare RER A / Marché Leclerc (1 150 m² en cours de réalisation)

Hors-Nogent :

2. Centre-Ville de Vincennes
3. ZUP de Val de Fontenay (28 000 m² GLA)
4. Portes de Villiers / Les Armoiries / Les promenades de Champigny (75 300 m² GLA + 34 000 m² à venir)
5. CC Les Arcades (63 000 m² GLA)
6. CC Baobab / Av Mal Foch – Neuilly sur Marne (11 800 m² GLA)
7. E. Leclerc Champigny sur Marne (7 700 m² GLA)
8. CC Bercy 2 (35 000 m² GLA)
9. Quais d'Ivry (60 000 m² GLA + bords de seine 21 000 m²)
10. Bercy Village (23 100 m² GLA)
11. Nation (24 300 m² GLA)
12. CC Rosny 2 (111 600 m² GLA)
13. CC Domus (62 000 m² GLA + Leroy Merlin 14 000 m² GLA)

Localisation des pôles commerciaux dans l'environnement immédiat de Nogent sur Marne



Constats :

14

Le nombre d'enseignes en équipement de la personne présentes à Nogent sur Marne est de 14. Globalement l'offre en enseigne est haut de gamme. Les indépendants ont développé une offre plus abordable.

14/14

Nous observons que ces enseignes sont toutes dupliquées sur les autres pôles commerciaux environnants.

Segments de l'équipement de la personne	Enseignes présentes en centre-ville	Indépendants	Pôle Gare RER A	Enseignes présentes en périphérie	Remarques
Chaussures	Minelli ;	Scarpa ; Anrick, Melrose ; Alinea ; Shana		35	<p>Une offre riche et complète sur les pôles environnants qui possèdent tous un positionnement claire et une forte identité :</p> <p>Vincennes : Boutiques de Prêt à Porter haut de Gamme et milieu de gamme</p> <p>Rosny 2 et les Arcades : Grandes et Moyennes surfaces milieu de gammes et boutiques haut de gamme</p> <p>Les armoiries, Portes de Villiers, Neuilly sur Marne, Val de Fontenay : Grandes et Moyennes Surfaces entrée de gamme et milieu de gamme</p> <p>Le contexte concurrentiel laisse peu d'ouverture et de marge de manœuvre pour un développement de l'équipement de la personne au centre-ville de Nogent sur Marne</p>
Accessoires et maroquinerie		Vanity ; Kaume ; L'étoile d'or		36	
Puériculture				6	
PAP Enfants	Sergent Major ; Ikks	La petite Cindy		19	
PAP Adolescentes et jeunes femmes				3	
Lingerie				21	
PAP Femmes moins de 40 ans	Camaïeu ; Suite 341 ; karl Marc John	Ness		32	
PAP Femmes classique	Caroll ; Zapa ; Comptoir des Cotonniers ; Sud express, La fée Maraboutée ; Lola jones	Talia ; Avril ; La petite robe noire ; Studio J		36	
PAP Mixte	Ikks ; The kooples ;	Mistigriff (outlet de marque) ; Aoya ; e destockage ; Stock griffé ; Bazar des marques		24	
Jeannerie		One wash		11	
PAP Hommes				23	
Sportswear				8	
Parfumerie-produits de beauté	Yves Rocher ;	D'une senteur à l'autre (l'occitane)		36	
	14	20	0	290	

→ Constats :

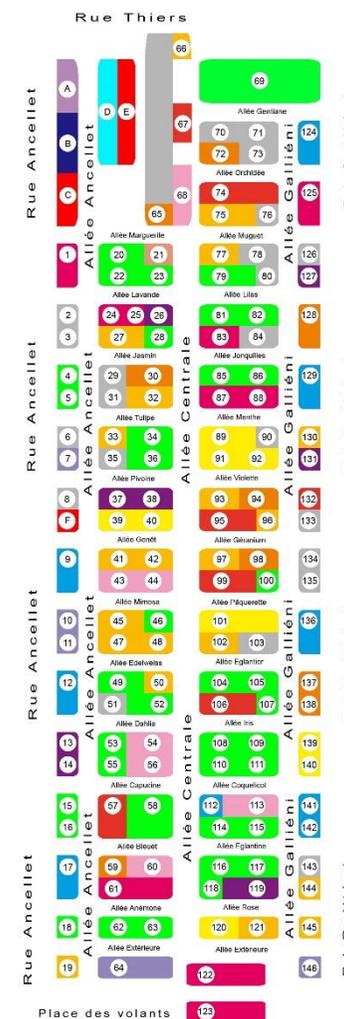
98

Le nombre d'enseignes en équipement de la maison présentes à dans un périmètre accessible en 15 min tous transports confondus au départ de Nogent sur Marne. Une densité extraordinaire fortement gonflée par la présence de Domus et de la zone commerciale Portes de Villiers / Les Armoiries. Cependant nous constatons une absence de commerce de proximité sur certains secteurs (en jardinage, Electrodomestique).

Segments de l'équipement de la maison	Enseignes présentes en centre-ville	Indépendants	Pôle Gare RER A	Enseignes présentes en périphérie	Remarques
Matériaux				3	Pas de pertinence en Centre Ville
Revêtements sols et murs				2	Pas de pertinence en Centre Ville
Bricolage			Bricorama	5	Présence de nombreuses enseignes leaders (Leroy Merlin, Castorama) et d'enseignes ayant de plus petits formats (Bricorama, Mr Bricolage). Possibilité de développement avec un positionnement différenciant (Kbane)
Jardinage				3	Forte représentation des leaders du marché (Truffaut) Absence de jardinerie de proximité (gamm vert ; Vert Loisirs)
Animalerie				1	Pas de pertinence en CV
Cuisines-salles de bain				6	Pas de pertinence en CV
Électrodomestique				12	Représentation des principaux leaders en périphérie et présence d'une offre spécialisée. Potentiel de développement d'une offre de proximité (Pulsat ; Gitem)
Meubles (généralistes)				20	Offre complète et solide (Domus + Ikea)
Meubles (spécialistes literie)				5	Offre complète et solide (Domus + Ikea)
Meubles (spécialistes salons)				8	Offre complète et solide (Domus + Ikea)
Arts de la table, décoration, cadeaux		Reflets ; Enzo ; Paradoux		15	Offre pouvant être développée (Kitchen Bazar ; Alice delice ; Culinarian ; TOC ; Pylones)
Multispécialistes				10	Offre pouvant être développée qualitativement (Muji, Tiger, Sostrene Grene)
Biens d'occasions					
Autres spécialistes (luminaires, linge de maison, tissus-textiles...)				8	Absence de spécialistes lustrerie-luminaires (Keria Luminaires, Laurie Lumière, Solea) Offre linge de maison pourrait être développée qualitativement (Yves Delormes , Sylvie Thiriez ; Olivier Desforges)
Nbre de retailers	0	3	1	98	

Implantation des commerçants marché

- Boucherie
- Charcuterie / Traiteurs
- Fruits et légumes/ Ostréiculteurs/Maraîchers
- Triperie
- Boulangeries
- Fleuristes
- Autres Divers
- Volailleurs
- Autres alimentaires
- Crémeries
- Poissonneries



Ville de Nogent-sur-Marne – Stratégie d’attractivité du cœur de ville



→ Constats :

2

Les ménages nogentais disposent de deux marchés sur la commune, un marché principal trois jours par semaine (tous les mardi, jeudi et samedi ; environ 180 commerçants le samedi jour de marché principal et un autre marché de « quartier » (marché Leclerc - mercredi, vendredi et dimanche – 30 commerçants).

180

Le marché du samedi est le jour principal de marché, regroupant environ 100 commerçants sédentaires sous le marché couvert (4 400 m² ; essentiellement une offre alimentaire) et 80 commerçants non sédentaires en extérieur (2 000 m² ; essentiellement une offre non alimentaire)

Complémentarité

Une complémentarité limitée entre les commerces du marché et ceux de l’hypercentre marchand. Le manque de commerces de bouche (ou de commerces « abordables ») semble limiter la complémentarité qu’il pourrait y avoir en termes de prix, d’horaires et d’offre alimentaire.

Accessibilité

Le marché principal du samedi crée d’importantes problématiques de circulation et de stationnement notamment à l’arrivée et au départ des marchands ambulants. Une situation paradoxale puisque le marché victime de son succès nuit à l’accessibilité générale du centre-ville.

Attractivité

La fraîcheur et la qualité des produits sont les principaux atouts du marché de Nogent. Le marché est animé avec une bonne fréquentation mais le marché couvert est vieillissant et compromet sa notoriété. L’hygiène, l’architecture du bâtiment et la sécurité nécessiteraient d’être améliorés.

Saint-Brieuc

24 bis, Bd Charner
22000 Saint-Brieuc
Tél. 02 96 68 43 43

Nantes

1, rue Du Guesclin
BP 61905
44019 Nantes Cedex

Web

www.cibles-strategies.com
accueil@cibles-strategies.com

C. Les indicateurs urbains



→ Constats :

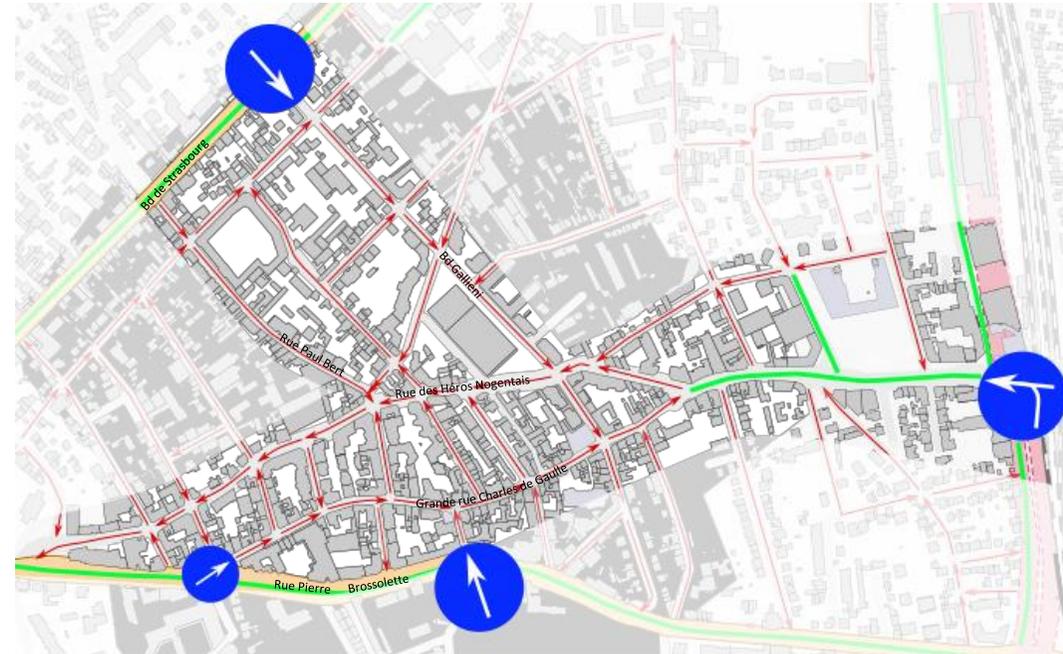
Particularité Situé sur le bord du plateau, le centre-ville de Nogent sur Marne profite d'une topographie relativement plane mais qui est très vite accidentée dès que nous arrivons sur les coteaux de la vallée de la Marne. Cette particularité géographique rend l'accessibilité du Centre-Ville plus difficile au Sud. La voirie étroite du cœur historique de Nogent sur Marne, et les grands tracés historiques qui traverse le territoire de Nogent sur Marne (ex RN 34 et RD 120) ont fortement structuré les flux mettant à l'écart le Centre-Ville.

3 Le centre ville comporte 3 portes d'entrées principales : Bd Gallieni en arrivant depuis l'Ouest via la N 134 (Paris et Vincennes) ; Place du théâtre entrée Sud (itinéraire indiqué depuis l'A86 Créteil) et Est (Le Perreux) ; Rue du Roi Dagobert (itinéraire indiqué en arrivant du Nord par l'A86)

Plan de circulation La circulation en cœur de ville se fait majoritairement en sens unique. Seule la Grande rue Charles de Gaulle est à double sens sur la partie Est, entre la place du théâtre et la rue Eugène Galbrun. La Grande rue Charles de Gaulle, principale artère commerciale se parcourt en sens unique de l'Ouest vers l'Est. Le bouclage s'effectue grâce à la rue des Héros Nogentais qui permet de traverser le centre ville de l'Est vers l'Ouest. Cette dissociation des flux facilite les flux de transit mais rend complexe la lecture du centre ville et l'accessibilité aux commerces.

Le plan de circulation pourrait être mieux adapté à la configuration de la centralité.

Flux routiers Les flux de transit majeurs échappent à la rue commerçante principale. Le centre-ville de Nogent sur Marne profite d'une ambiance apaisée avec des phénomènes d'engorgement rares exceptés les samedis, jour de marché et à certains moment de la journée, notamment lors des livraisons.



Légende

-  Sens unique
-  Double sens
-  Entrée de ville



Constats :

4,3

Le nombre de places de stationnement en centre-ville par commerce. Un taux inférieur au ratio habituellement observé de 5 places par commerce. La tension est d'autant plus forte que le centre-ville est densément habité. Une politique tarifaire incitative et une meilleure répartition de l'offre de stationnement pour les résidents permettrait de résorber en partie cette tension.

56%

Une offre importante en stationnement sur voirie (661 pl) représentant 56% de l'offre globale (1184 pl). Deux parkings publics en ouvrages sont implantés au cœur du centre-ville (Pk Centre 265 pl et Pk Marché 144 pl). Deux autres parkings en ouvrages sont situés en proximité immédiate du centre-ville ; ils sont réservés aux abonnés (Arcades 111 pl et Théâtre 90 pl).

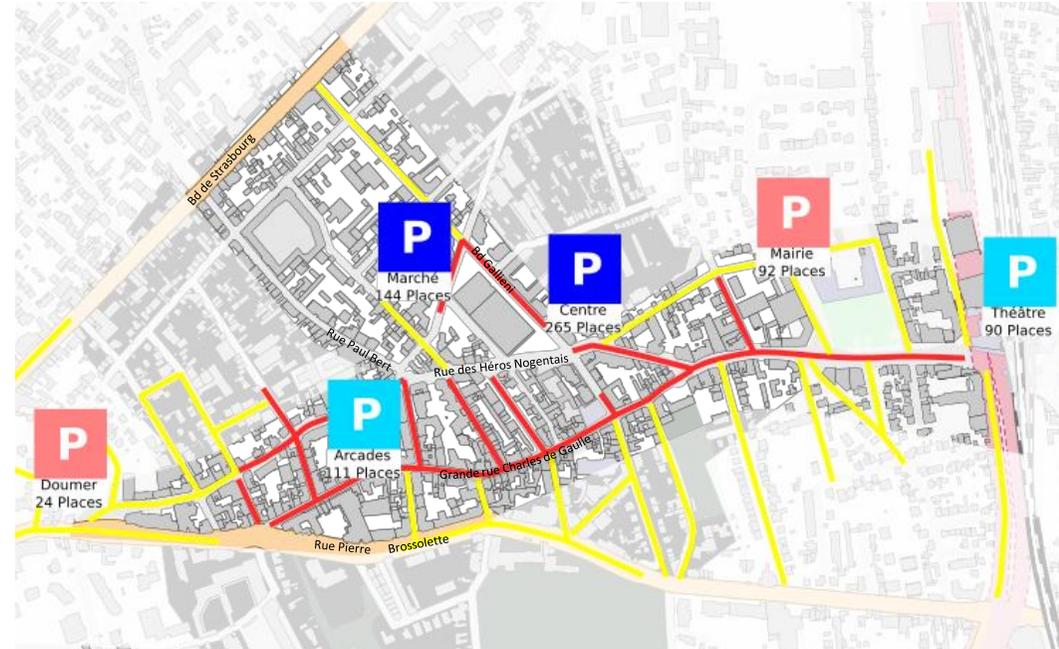
Parkings

L'ensemble des flux convergent dans un premier temps vers la Grande rue Charles de Gaulle et les rues limitrophes, plutôt que vers les parkings. Le stationnement en surface est saturé à l'échelle du quartier quelque soit la période : dans la journée, y compris les jours sans marché, le samedi et la nuit.

Les parcs en ouvrages sont sous-occupés en semaine hors jours de marché et la nuit (entre 50% et 75 % de places libres). Ils fonctionnent bien les mardi et jeudi et arrivent à saturation uniquement le samedi. La problématique de stationnement est d'autant plus forte les jours de marché, une partie des places de surface sont neutralisées Bd Gallieni et rue Alphonse Ancelet (60 pl au total).

Réglementation

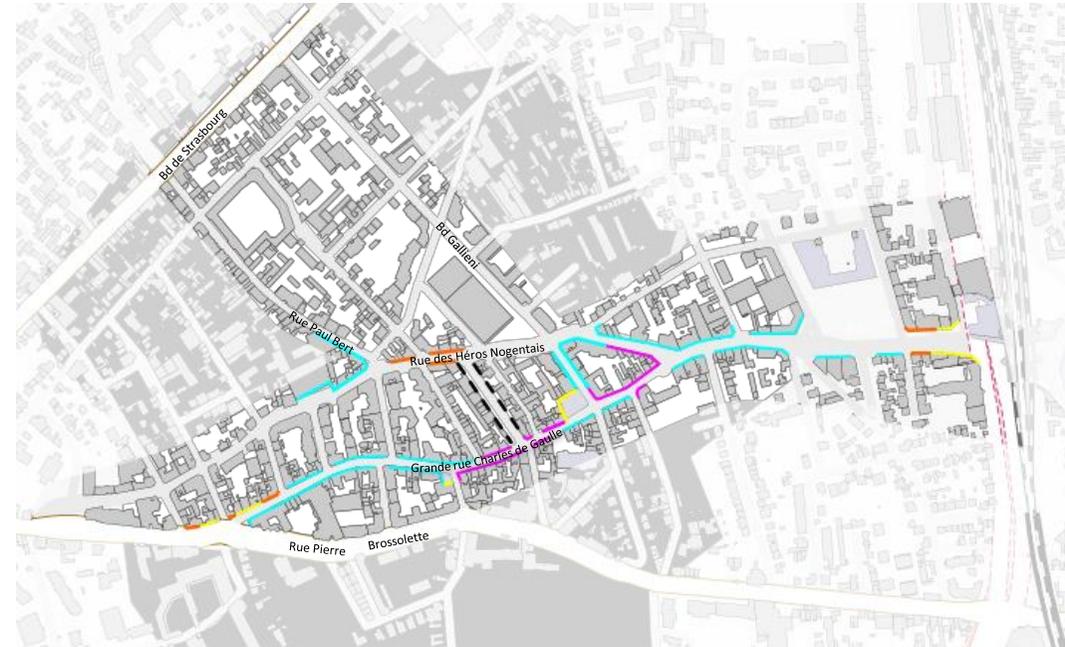
La quasi-totalité du stationnement est payant (zone Rouge dans l'hypercentre et zones jaunes dans les rues adjacentes) avec une offre incitative pour les parkings (1/2 heure gratuite et coup à l'heure inférieur au Pk de surface). Cela permet d'obtenir une certaine rotation dans un centre-ville très fréquenté. Quelques places de stationnement en arrêt minute devant les commerces à temps d'achat court (12 pl au total). Le développement d'une telle offre permettrait d'augmenter le taux de rotation et ainsi d'améliorer l'attractivité.



Légende

- Zone Rouge
- Zone Jaune
- P Parking public en ouvrage
- P Parking public de surface
- P Parking abonnés en ouvrage

Espaces de convivialité en centre-ville et attractivité du linéaire marchand



→ Constats :

Convivialité Le linéaire commercial principal de la Grande rue Charles de Gaulle est composé de quelques terrasses attachées à des restaurants, cafés, boulangeries, etc. Celles-ci sont globalement parsemées sur l'ensemble du linéaire et à proximité immédiate de la chaussée pour la plupart. Le centre-ville compte peu d'espaces de convivialité propices à la balade et à la flânerie.

Attractivité L'hypercentre est attractif pour le piéton grâce à des aménagements qualitatifs, bien que parfois étroit compte tenu du gabarit des voies. Néanmoins cette attractivité décline dans les rues adjacentes. En cause un aménagement urbain qui n'est pas poursuivi et une offre commerciale plus éparse et moins qualitative.

Linéarité vs boucle marchande L'hypercentre de Nogent sur Marne se cantonne essentiellement à la Grande rue Charles de Gaulle, les boucles marchandes sont ainsi très réduites. Si l'on ajoute à la linéarité un manque de visibilité de l'offre commerciale des rues adjacentes (signalétique), le parcours marchand se réduit ainsi à l'unique Grande rue Charles de Gaulle. Un parcours pouvant vite devenir rébarbatif s'il nécessite des allers-retours pour le piéton.



➔ **Constats :**

La gare

Bien que distant de seulement 150 m, le lien entre la Gare et la partie la plus commerçante de la Grande rue Charles de Gaulle est peu perceptible. La pente et le caractère routier de cet axe majeur participent à donner une ambiance peu agréable à ce tronçon. D'autre part, le square de la Mairie crée une rupture du linéaire commercial. Malgré cette rupture urbaine le secteur de la gare paraît comme étant une porte d'entrée du centre ville à reconnecter.

Le Marché

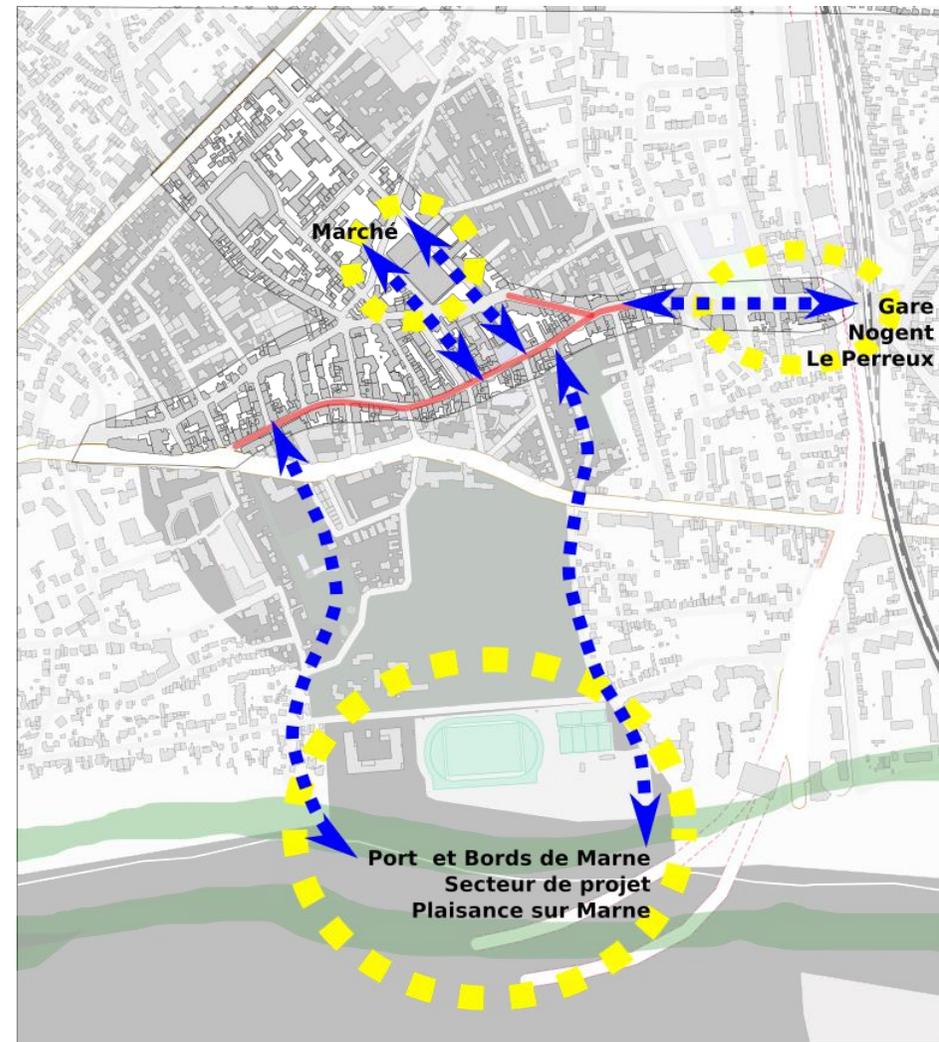
Le secteur du marché présente une faible visibilité et peu de connexion avec la Grande rue Charles de Gaulle. Sur le Boulevard Gallieni, la morphologie du bâti avec des Rdc sous arcades, ainsi que la sortie du parking, créent une rupture du linéaire commercial et rendent cette portion de rue peu attractive pour le piéton.

Bords de Marne et Port

Autre polarité importante de Nogent sur Marne, le port constitue un véritable atout pour le loisir et le tourisme. Situé en contrebas du centre-ville, son accessibilité est aujourd'hui peu évidente. Cependant un travail est à mener pour établir des itinéraires piétons vers le centre ville, au travers du parc Watteau par exemple.

Gare RER A

A la fois polarité marchande et point d'accès au reste de la métropole parisienne, le secteur de la gare RER A nécessiterait d'être davantage connecté au centre ville. Une réflexion sur la mobilité (modes actifs et transports en commun) ainsi que sur des services partagés avec le centre-ville pourraient créer le lien.



Saint-Brieuc

24 bis, Bd Charner
22000 Saint-Brieuc
Tél. 02 96 68 43 43

Nantes

1, rue Du Guesclin
BP 61905
44019 Nantes Cedex

Web

www.cibles-strategies.com
accueil@cibles-strategies.com

D. Les indicateurs de polarité



→ Constats :

30%

La complémentarité entre les commerces et les autres lieux moteurs de flux (professionnels de santé, services et administrations, équipements scolaires, liés à l'enfance ou au social, équipements sportifs, culturels ou de loisir) est plutôt faible à Nogent-sur-Marne. Seuls 30% des équipements sont situés en centre-ville, un taux plus faible que celui de l'offre commerciale (53%). Ces activités se sont surtout implantées rue des Héros Nogentais tandis que la Grande rue Charles de Gaulle bénéficie d'une faible mixité de fonction.

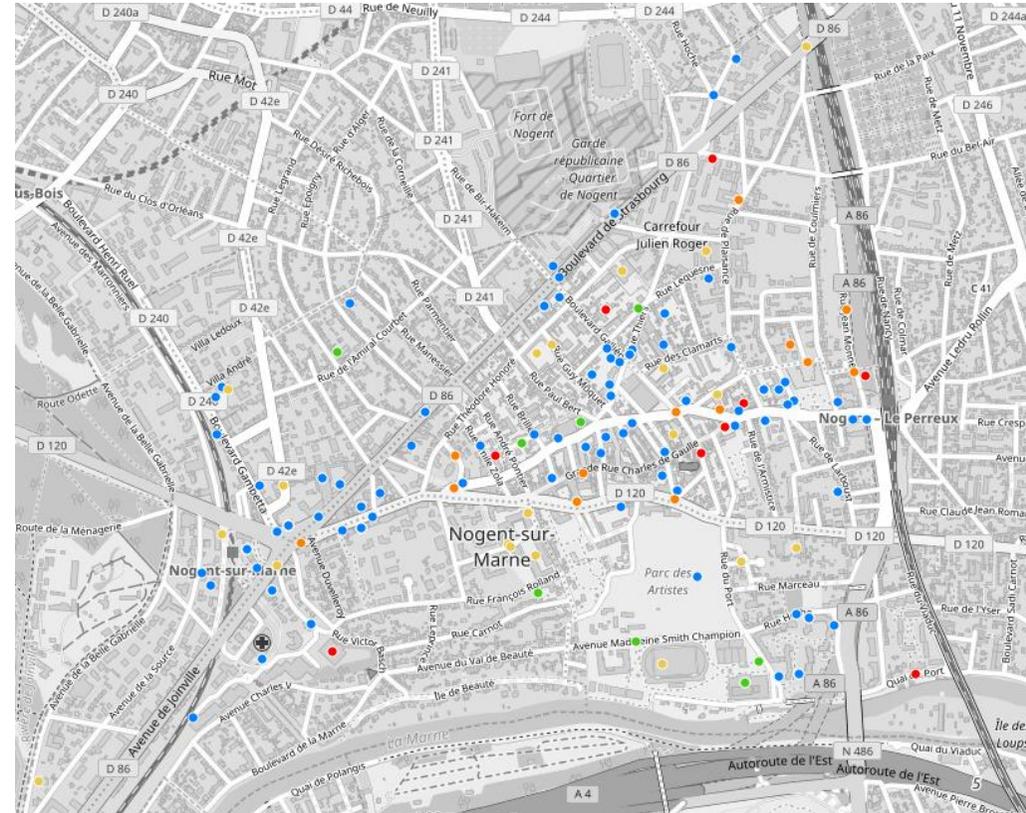
27,2%

27,2% des professionnels de santé nogentais exercent seuls (37,2% en centre-ville, 62,8% en-dehors). Les professionnels exerçant en moyenne à 3,5 praticiens, des professionnels qui sont davantage sortis du centre-ville (45,2% en centre-ville, 54,8% en-dehors).

5,3/1000

La commune dispose de 5,3 professionnels de santé (toute spécialité confondue) pour 1 000 habitants.

Spatialisation des fonctions non marchandes



- Equipement sportif
- Equipement de santé
- Equipement scolaire
- Equipement administratif
- Equipement culturel et de loisir



Saint-Brieuc

24 bis, Bd Charner
22000 Saint-Brieuc
Tél. 02 96 68 43 43

Nantes

1, rue Du Guesclin
BP 61905
44019 Nantes Cedex

Web

www.cibles-strategies.com
accueil@cibles-strategies.com

cibles & stratégies
marketing communication

Partie II : L'enquête clientèle



➔ Objectifs

L'étude de la clientèle a pour objectifs de :

- Identifier le profil des clients du cœur de ville et leur mode de consommation.
- Repérer le profil des non clients afin d'identifier les actions de conquête de clientèle à mener.
- Identifier les besoins commerciaux insatisfaits.

➔ Méthodologie

L'analyse de l'enquête clientèle porte sur un échantillon de 300 clients et non clients du centre-ville interrogés en face-à-face entre le 23 et le 29 novembre 2016.

Cinq secteurs d'enquête ont été définis :

- Alentour du Franprix (rue des Héros Nogentais)
- Grande rue Charles de Gaulle (de la gare à la place de l'Ancien marché)
- Grande rue Charles de Gaulle (de la place de l'Ancien marché au croisement avec la rue Pierre Brossolette)
- Les Halles du marché
- Quartier de la gare Nogent-Le Perreux

Répartition des enquêtes par lieu et par jour

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche	Total
Alentour du Franprix (rue des Héros Nogentais)	12	11		8	1		6	38
Grande rue Charles de Gaulle (de la gare à la place de l'ancien marché)	11		12	12	25	11	6	77
Grande rue Charles de Gaulle (de la place de l'Ancien marché au croisement avec la rue Pierre Brossolette)	13	12	14	9	10	11	6	75
Les Halles du marché		12	10	13		24		59
Quartier de la gare Nogent-Le Perreux	12	11	12	1	9		6	51
Total	48	46	48	43	45	46	24	300

Constat

22%

Une surreprésentation des plus de 65 ans dans la population interrogée (+3 points par rapport à la moyenne communale) alors que la clientèle des moins de 40 ans tend à être moins présente au centre-ville (seulement 25% de 25-39 ans alors qu'ils représentent 28% de la population de commune).

27%

Sur l'ensemble de la semaine d'enquête, on observe une nette sous-représentation des CSP+ dans la clientèle du centre-ville : les cadres et professions intermédiaires ne représentent en effet que 27% de la clientèle alors qu'ils constituent 44% de la population de la commune. Le week-end la situation se rééquilibre avec des CSP+ qui représentent 46% de la clientèle (jusqu'à 50% le samedi).

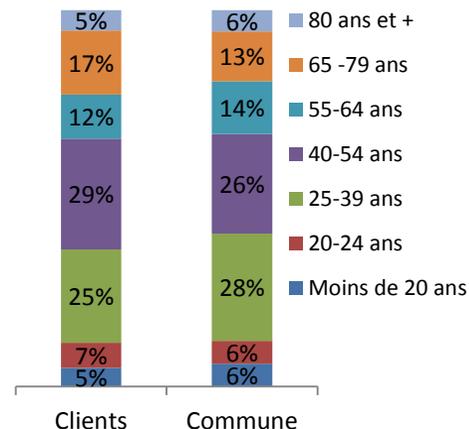
32%

Une sur-représentation des couples avec enfant dans la population interrogée (32% contre 26% en moyenne communale).

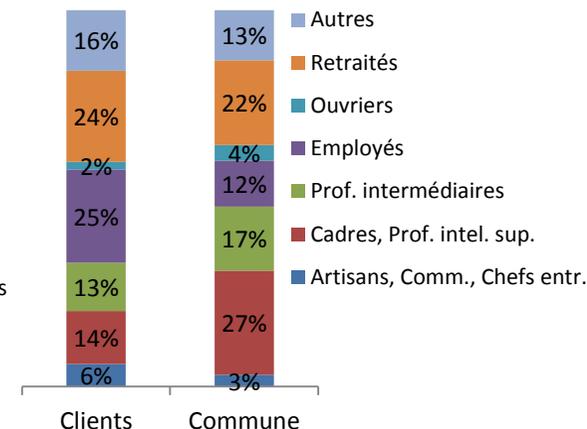
36%

36% des actifs interrogés travaillent à Nogent-sur-Marne.

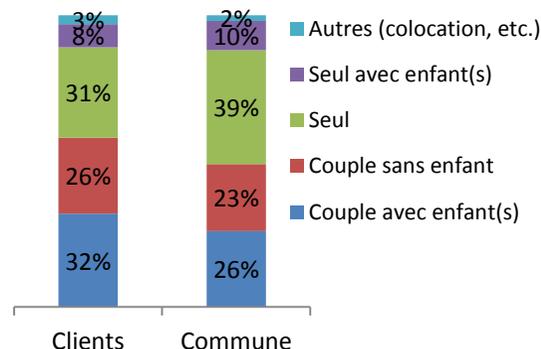
Tranches d'âge



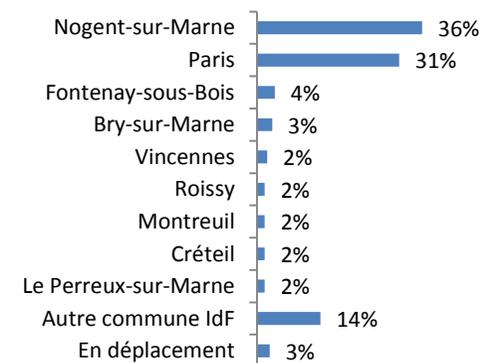
Catégories socioprofessionnelles



Composition des ménages



Lieu de travail des actifs



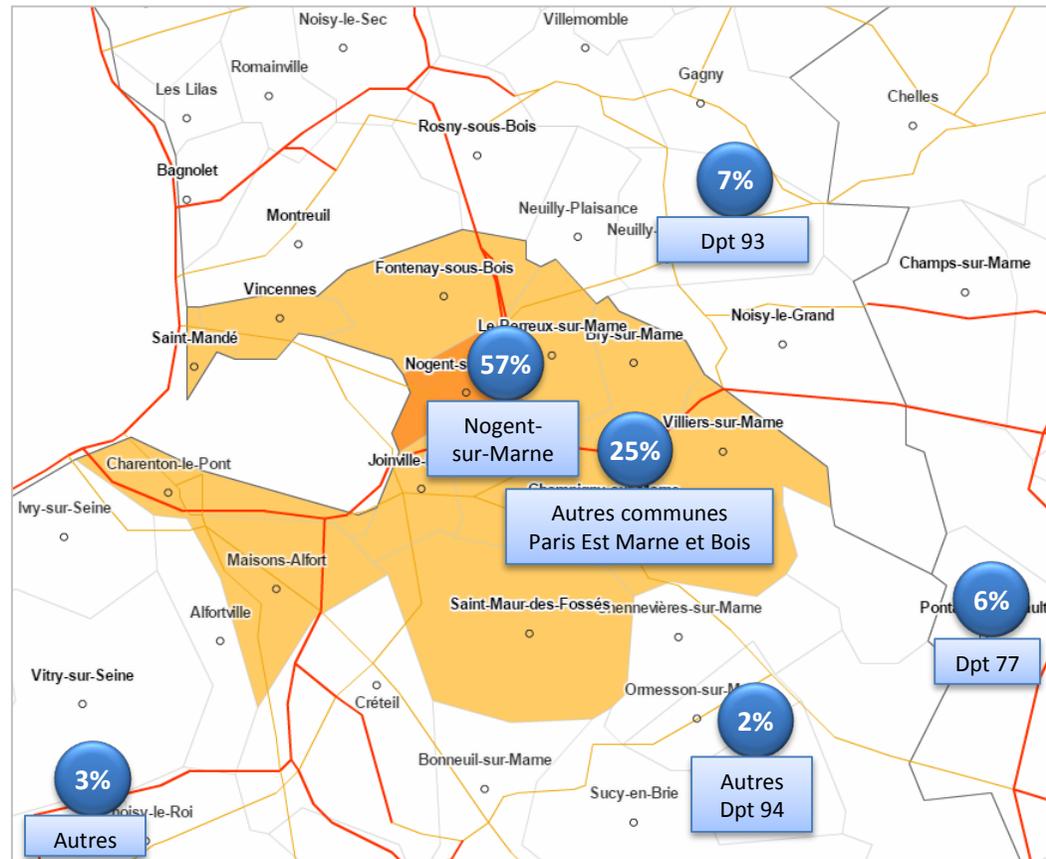
➔ Constat

82%

82% de la population interrogée réside dans l'intercommunalité de Nogent-sur-Marne et 57% sur la commune de Nogent-sur-Marne.

Le rayonnement de la commune est donc relativement limité en dehors de son intercommunalité

Commune d'habitation



Saint-Brieuc

24 bis, Bd Charner
22000 Saint-Brieuc
Tél. 02 96 68 43 43

Nantes

1, rue Du Guesclin
BP 61905
44019 Nantes Cedex

Web

www.cibles-strategies.com
accueil@cibles-strategies.com

cibles & stratégies
marketing communication

A. Fréquentation du centre-ville



Constat

65%

Près des deux tiers des personnes interrogées déclarent faire des achats au centre-ville de Nogent-sur-Marne au moins une fois par semaine. Un résultat largement tiré par les habitants de la commune (80% de clients réguliers).

79%

Le profil de la clientèle se caractérise en outre par une nette surreprésentation :

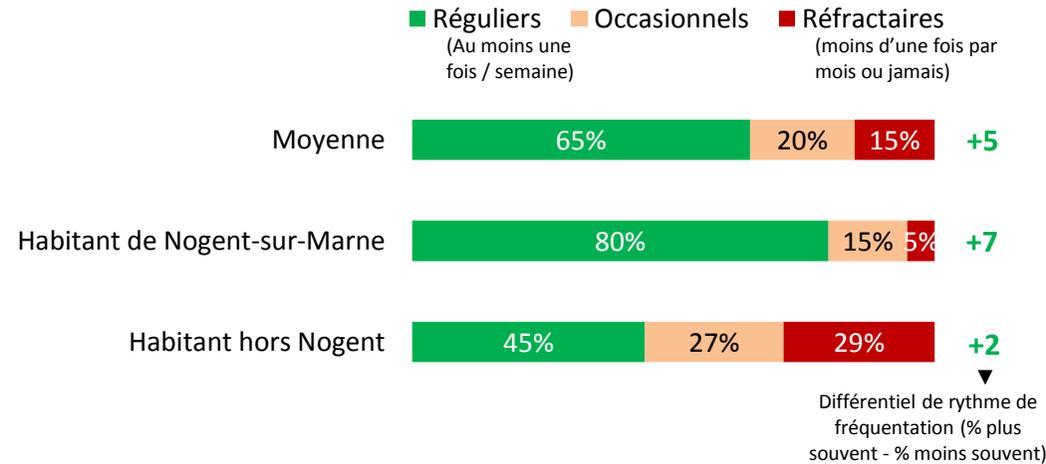
- des hauts revenus (79% de clients réguliers parmi les ménages déclarant gagner plus de 5 000 €)
- des retraités (76%)
- des couples sans enfant (73%)
- des CSP+ (68%)

79%

Les réfractaires sont prioritairement :

- Les habitants des autres communes (29%)
- Les moins de 40 ans (21%)
- Les CSP employés / ouvriers (17%)

A quelle fréquence venez-vous faire des achats au centre-ville de Nogent-sur-Marne



➔ Constat

57%

57% des visiteurs du centre-ville déclarent être principalement intéressés par la fréquentation des commerces (69% pour les habitants de Nogent-sur-Marne).

84%

Il s'agit de loin du premier moteur de fréquentation pour les visiteurs les plus âgés (84% des plus de 65 ans et 79% des retraités déclarent venir prioritairement au centre-ville pour les commerces).

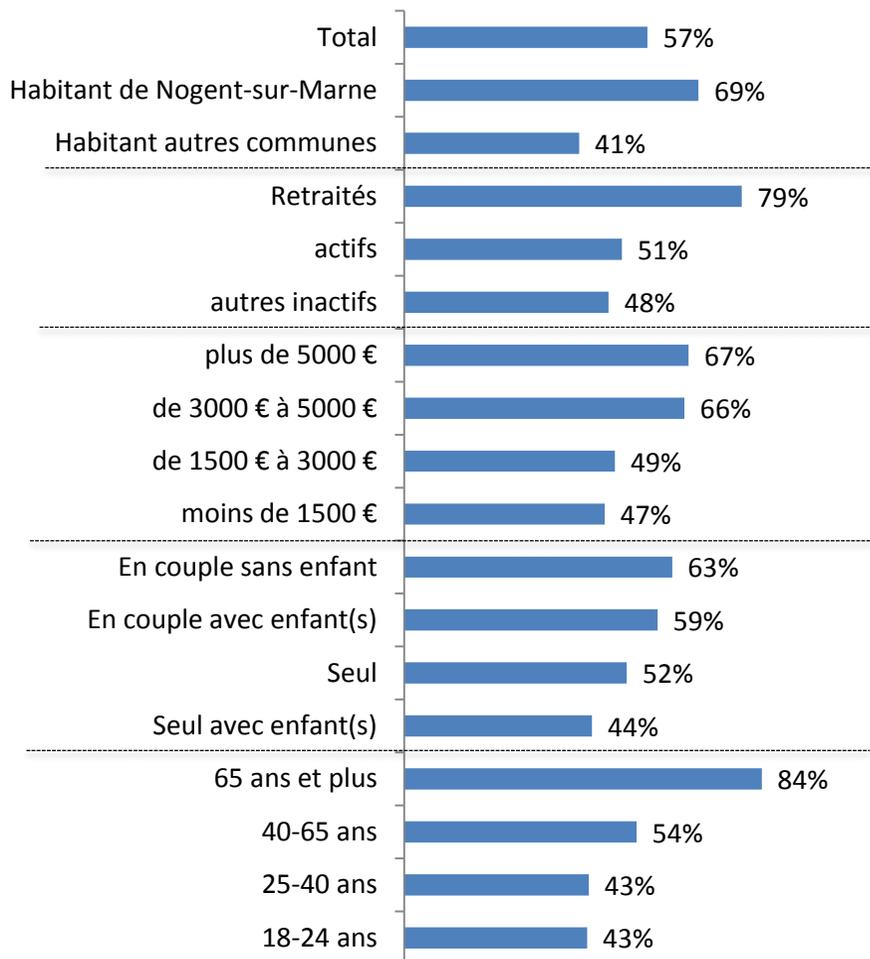
51%

La fréquentation des commerces est en revanche nettement moins importante comme motif de fréquentation pour les habitants des autres communes et notamment les actifs : seulement la moitié d'entre eux déclarent venir prioritairement pour le commerce. Pour les autres, les motifs « travailler » mais également se restaurer, boire un « verre » et « promenade, flânerie » sont majoritaires.

➔ Enjeux

- Une fréquentation des commerces de Nogent-sur-Marne tirée par les habitants de la commune, notamment les plus âgés et les hauts revenus.
- Un enjeu de captation des actifs et des moins de 40 ans.

Est-ce que la fréquentation des commerces constitue votre première raison de fréquentation du centre-ville de Nogent-sur-Marne? (% de oui)



➔ Constat

58%

58% des visiteurs du centre-ville déclarent venir au centre-ville pour se promener et flâner, signe d'une réelle attractivité du centre-ville pour des motifs de loisirs.

37%

Cette attractivité est confirmée par la part importante des visiteurs qui y viennent pour se restaurer, boire un verre (37%) et pour motif de loisirs (cinéma, expositions, etc.).

41%

La fréquentation des services (banque, poste...) et des professionnels de santé est également un moteur de fréquentation important en particulier pour les habitants de Nogent-sur-Marne.

38%

Le travail est enfin un motif de fréquentation pour 38% des habitants des autres communes.

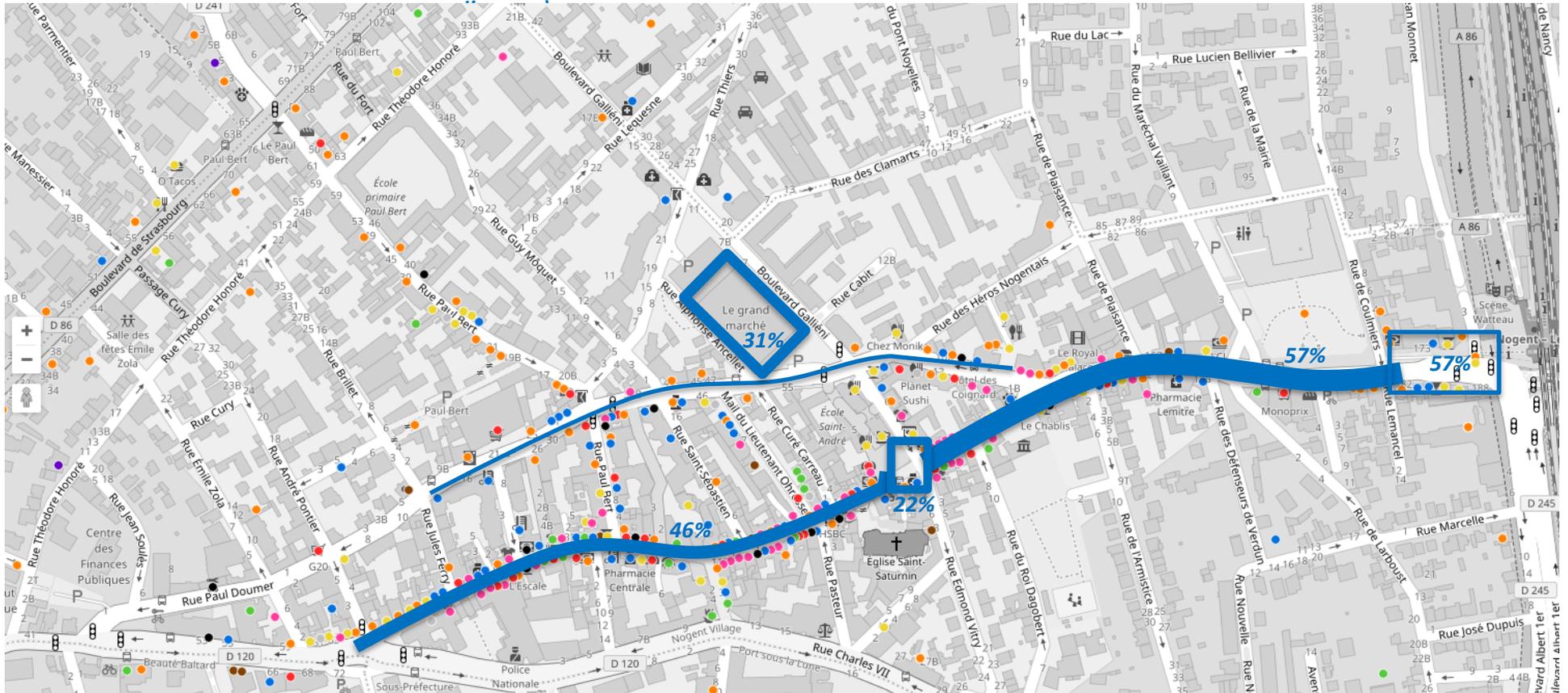
Quelles autres principales raisons vous amènent à fréquenter le centre-ville?

	Habitant de Nogent-sur-Marne	habitant autres communes	Moyenne
Vous promener et flâner	63%	52%	58%
Vous restaurer ou boire un verre	34%	41%	37%
Pour les loisirs : cinéma, expositions etc...	35%	27%	32%
Profiter des services de banque, assurance, poste	41%	12%	29%
Voir des amis ou de la famille	17%	33%	24%
Travailler	10%	38%	22%
Des rendez-vous médicaux (dentistes, médecins, laboratoire..)	19%	10%	15%
L'école des enfants	17%	4%	11%
Démarches administratives (mairie, préfecture...)	15%	3%	10%

➔ Enjeux

- Capitaliser sur l'attractivité du centre-ville pour motifs de loisirs pour renforcer son rayonnement commercial.
- Renforcer l'identité et l'attractivité des espaces de convivialité.

Espaces commerciaux les plus fréquentés en fonction du lieu d'enquête (% de clients déclarant fréquenter)



L'épaisseur du trait est proportionnelle à la part de ménages ayant déclarés fréquenter la rue (le trait ci-dessus représente 10% des ménages)

➔ Constat

56%

56% des visiteurs déclarent avoir l'intention de réaliser des achats au centre-ville de Nogent-sur-Marne.

73%

Parmi ces visiteurs qui ont ou vont réaliser un achat, les achats alimentaires sont de loin les plus nombreux (73%). Ces achats sont particulièrement importants le lundi (83%) et le dimanche, jour de marché (90%).

Les activités de bars, restauration jouent également un rôle essentiel pour capter les habitants des autres communes (35%) et ce particulièrement en semaine.

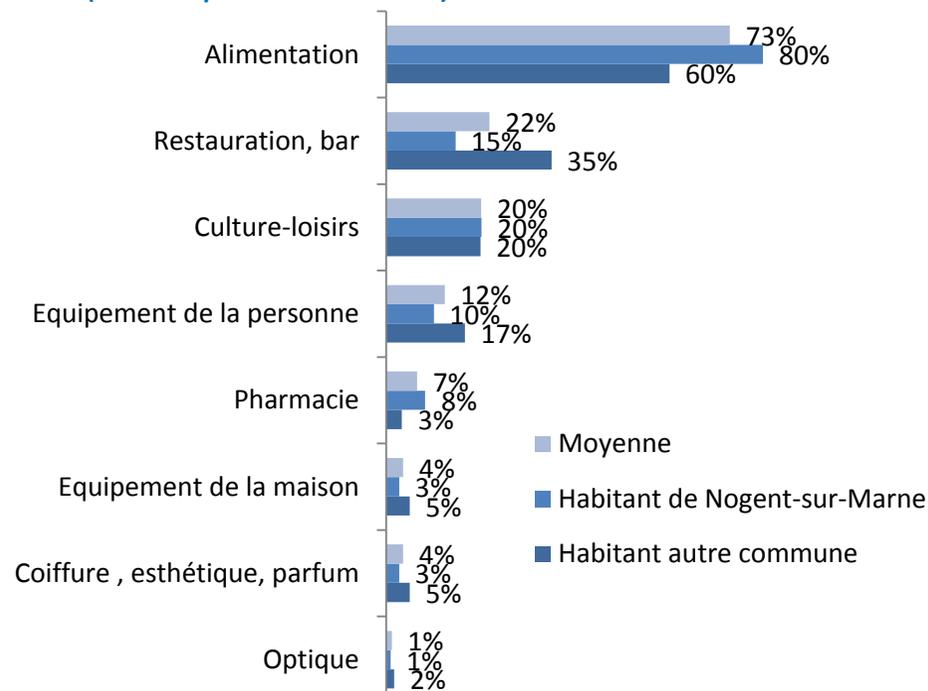
% d'acheteurs selon le type d'achat et le jour d'enquête

	Semaine	Week end	Moyenne
Alimentation	70%	80%	73%
Restauration, bar	24%	16%	22%
Culture-loisirs	19%	22%	20%
Equipe ment de la personne	12%	12%	13%
Pharmacie	6%	9%	7%
Equipe ment de la maison	3%	4%	3%
Coiffure, esthétique, parfum	4%	2%	3%
Optique	1%	2%	1%

Aujourd'hui avez réalisé ou prévoyez-vous de réaliser des achats auprès des commerçants du centre-ville? (% de oui)

	Semaine	Week end	Moyenne
Moyenne	54%	64%	56%
Habitants de Nogent-sur-Marne	63%	66%	63%
Habitants autres communes	42%	62%	47%
Actifs	52%	65%	56%
Inactifs	56%	60%	57%

Quels types d'achat (% de oui parmi les acheteurs)



Constat

46%

Avec 46% de clients réguliers parmi les visiteurs du centre-ville, les marchés de Nogent-sur-Marne apparaissent globalement bien fréquentés. Leur fréquentation est néanmoins très largement tirée par les habitants de la commune (63% de clients réguliers) et par les plus âgés (75% de clients réguliers parmi les plus de 65 ans).

62%

Les réfractaires sont notamment les actifs (39% de réfractaires et surtout les moins de 40 ans 62% de réfractaires).

20%

A noter que parmi les non-clients des commerces du centre-ville, une part non négligeable est cliente du marché. Ainsi parmi les réfractaires aux commerces du centre-ville, 20% déclarent venir au moins une fois par mois sur les marchés de Nogent-sur-Marne et 10% chaque semaine.

88%

Le marché est jugé particulièrement agréable par les clients: 40% le jugent agréable et 48% très agréable. 84% des visiteurs du centre-ville se disent satisfaits des jours et horaires des marchés. Les insatisfaits sont majoritairement en attente d'un marché le dimanche.

77%

77% des clients du marché déclarent y rester au moins 30 minutes et 20% plus d'une heure. En moyenne, les clients envisagent d'y dépenser 53 euros.

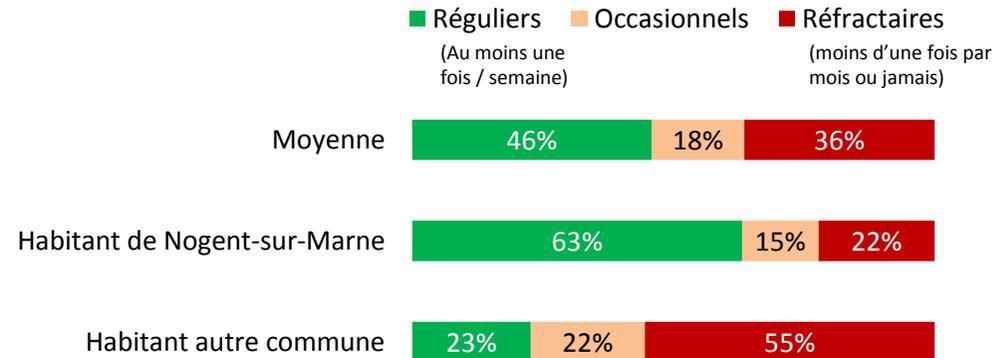
58%

En revanche le marché joue peu son rôle de moteur de fréquentation pour les commerces du centre-ville : 58% des clients déclarent ne fréquenter les commerces du centre-ville que rarement ou jamais lors de leur présence sur le marché.

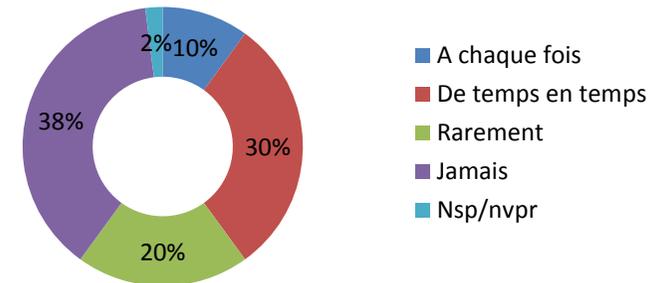
Enjeux

- L'amélioration du lien urbain entre le marché et les commerces du centre-ville.

A quelle fréquence venez-vous faire des achats sur les marchés de Nogent-sur-Marne ?



Lors de votre présence sur le marché, vous arrive-t-il de fréquenter les autres commerces du centre-ville?



Les services suivants vous inciteraient-ils à fréquenter davantage les commerces du centre-ville en plus du marché ? (% de oui)

- Service de pré-commande sur Internet auprès des commerçants **9%**
- Service de consignes réfrigérées **6%**



Actif CSP+



Jeune actif



Senior

Profil majoritaire

Résident
40-55 ans.
Cadres, professions intellectuels, professions intermédiaires
Couple avec enfant

Résident ou non résident
Moins de 40 ans.
Actifs
Employé

Résident ou non résident
Plus de 55 ans
Fréquente indifféremment en semaine et le week end.
Fréquente pour motif de commerces, loisirs, services médicaux

Habitudes de fréquentation

Client régulier
Fréquentation de week-end, très peu en semaine
Fréquentation à pied

Client occasionnel /réfractaire
Fréquentation du centre-ville pour motif de travail, loisirs, services
Fréquentation plutôt en semaine
Vient plutôt en transport en commun, auto

Client régulier
Client des marchés
Fréquente à pied, (transport en commun pour les non-résident)

Secteurs prioritairement fréquentés

Grande rue Charles Gaulle

Gare

Grande rue Charles de Gaulle
Place du marché



Saint-Brieuc

24 bis, Bd Charner
22000 Saint-Brieuc
Tél. 02 96 68 43 43

Nantes

1, rue Du Guesclin
BP 61905
44019 Nantes Cedex

Web

www.cibles-strategies.com
accueil@cibles-strategies.com

B. Image et satisfaction

cibles & stratégies
marketing communication



→ Constat

90%

Neuf visiteurs sur dix déclarent avoir une image positive du centre-ville de Nogent-sur-Marne. 45% déclarent même en avoir une très bonne image, signe d'une attractivité forte et d'une image différenciante.

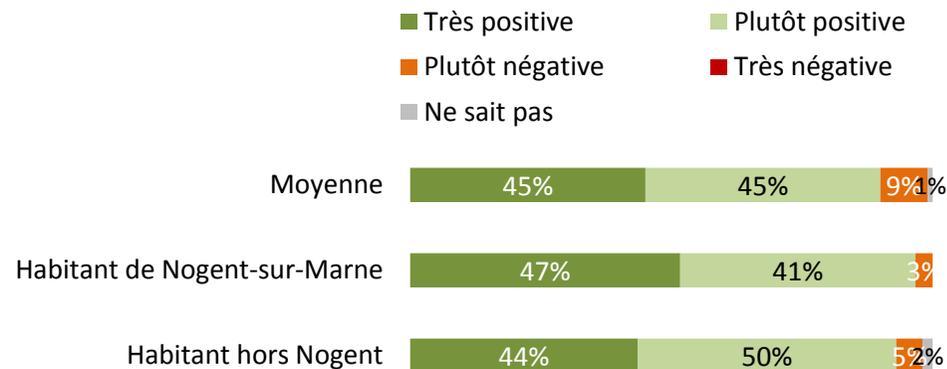
57%

La part de visiteurs ayant une image « très positive » du centre-ville est particulièrement élevée chez les retraités (57% d'image très positive contre 42% parmi les actifs et 38% parmi les moins de 40 ans).

→ Enjeux

- Une image forte à conforter auprès des actifs et des moins de 40 ans.

Quelle image avez-vous du centre-ville de Nogent-sur-Marne?



→ Constat

66%

La grande rue Charles de Gaulle et la place de l'ancien marché sont quasi-unaniment jugée agréable voire très agréable par les visiteurs interrogés.

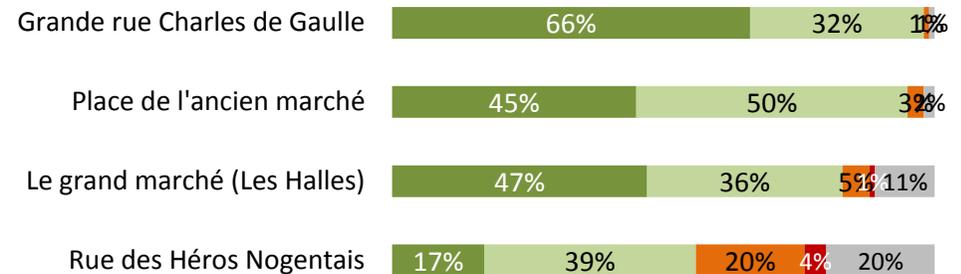
83%

Le grand marché (Les Halles) concentre davantage de critiques, certains visiteurs jugeant la place « peu accueillante, « vieillissante », « moche », « vide ».

Enfin la rue des Héros Nogentais apparaît moins fréquentée et est jugée moins agréable : « trop de voitures », « trottoirs étroits », « bruyante », « peu animée »

Comment jugez-vous chacun des secteurs suivants ?

- Très agréable
- Plutôt agréable
- Plutôt pas agréable
- Pas du tout agréable
- Ne fréquente pas ce secteur



→ Enjeux

- Un enjeu urbain de valorisation de la place du grand marché (Les Halles)

Constat

93%

La présentation des magasins apparaît comme le point fort du tissu commercial de Nogent-sur-Marne : 93% se disent satisfaits et 58% très satisfaits.

Les critères de l'accueil et des horaires d'ouvertures suscitent également très peu de critiques et sont adaptés aux attentes de la clientèle.

30%

Les animations commerciales semblent en revanche manquer d'impact : seulement 25% se disent très satisfaits et 30% n'ont pas d'avis.

30%

Le critère du stationnement concentre les critiques : 31% se disent peu ou pas du tout satisfait (et 68% parmi les automobilistes). Le manque de places et le coût du stationnement sont principalement mentionnés par les visiteurs insatisfaits.

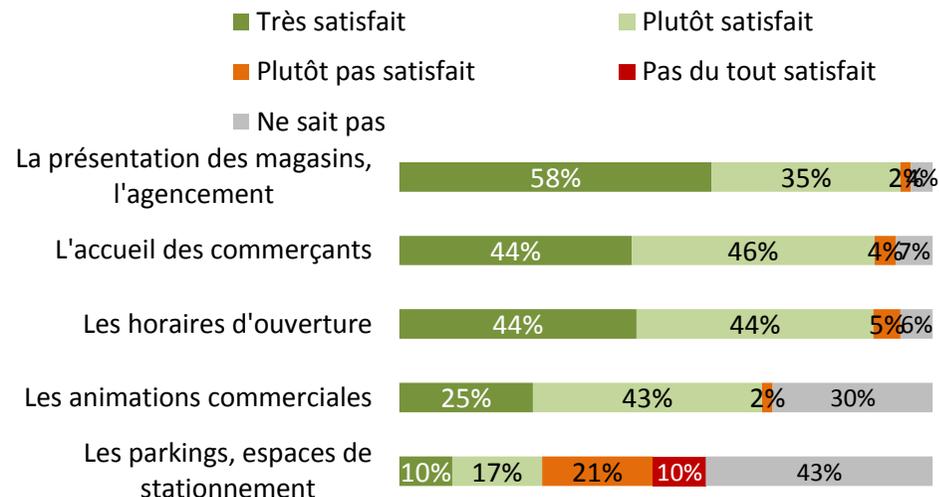
88%

88% des visiteurs interrogés jugent suffisants les espaces de convivialité et de détente au centre-ville. Certains visiteurs suggèrent cependant : « des espaces couverts », « des bancs et espaces de repos », « une place de centre-ville », « des espaces pour les enfants », « des bars avec terrasses », des espaces verts ».

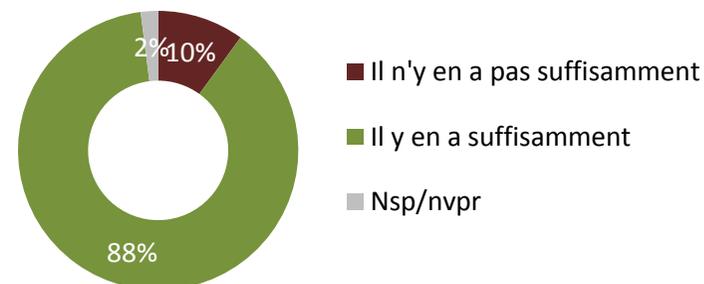
Enjeux

- L'amélioration de la lisibilité de l'offre en stationnement.
- L'impact des animations commerciales proposées.

Quel est votre degré de satisfaction concernant certains aspects des commerces du centre-ville de Nogent-sur-Marne ?



Comment jugez-vous les espaces de détente et de convivialité en centre-ville ?



Constat

46%

Pour 46% des visiteurs interrogés, il ne manque pas de commerce à Nogent-sur-Marne.

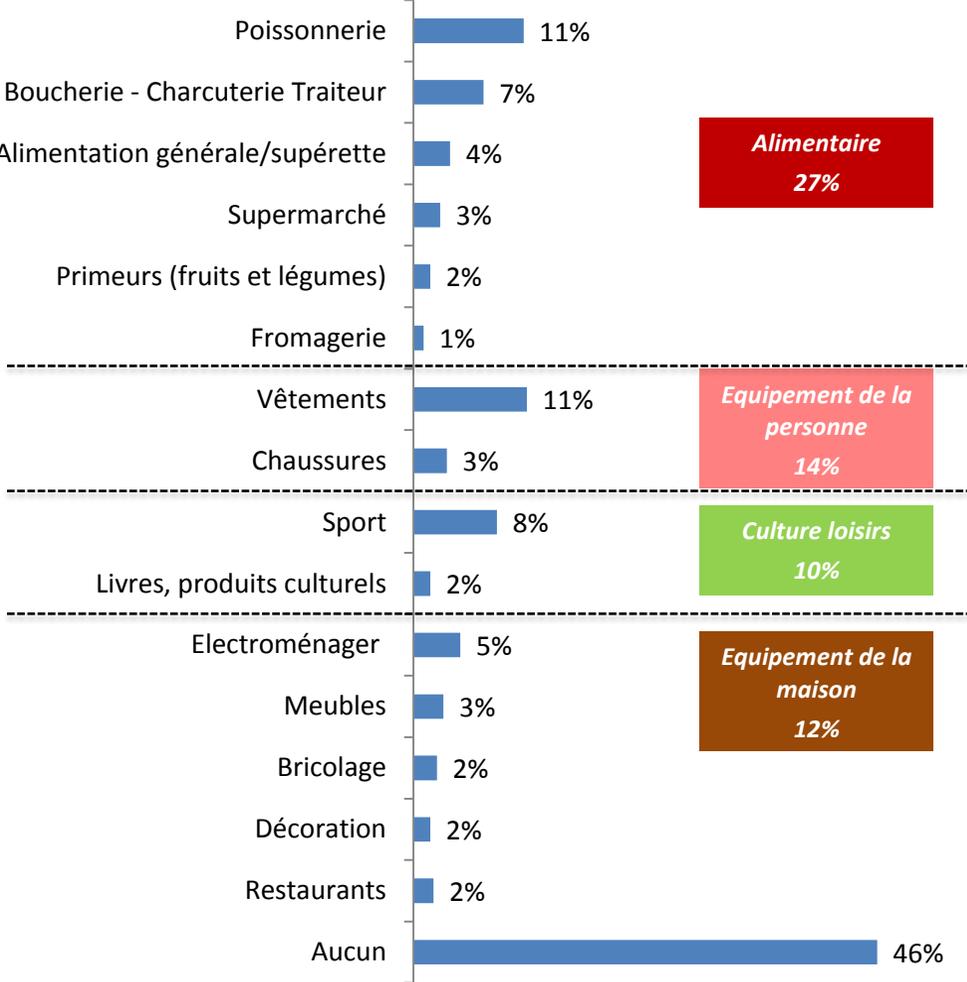
27%

Les visiteurs se montrent principalement en attente d'une densification de l'offre alimentaire (poissonnerie, fromagerie, produits bio).

14%

En équipement de la personne, les visiteurs souhaiteraient également voir s'implanter certaines enseignes (Gap, Zara, H&M, des enseignes pour enfant (Okaidi...) et des enseignes haut de gamme Hugo Boss, Ralph Lauren)

Quels types de commerces ou quelles enseignes manquent vraiment au centre-ville de Nogent-sur-Marne?



Saint-Brieuc

24 bis, Bd Charner
22000 Saint-Brieuc
Tél. 02 96 68 43 43

Nantes

1, rue Du Guesclin
BP 61905
44019 Nantes Cedex

Web

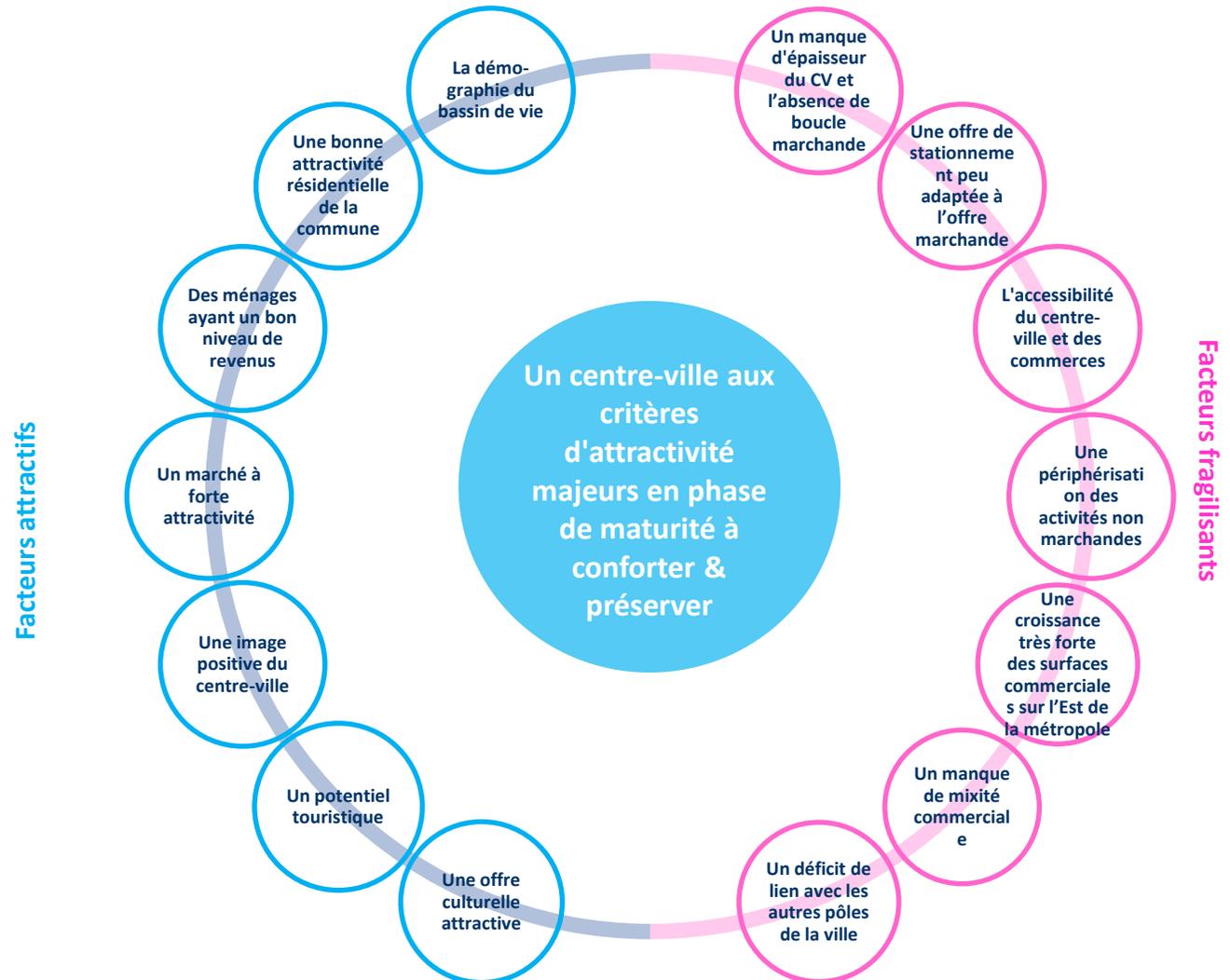
www.cibles-strategies.com
accueil@cibles-strategies.com

Partie III : Synthèse des indicateurs et orientations stratégiques



Sociodémographie		Commerce		Polarité		Urbanisme	
	Notation		Notation		Notation		Notation
Zone de chalandise		Part des commerces en centralité		Le niveau d'attractivité résidentielle		Taux d'offre en stationnement	
Taux de croissance de la population		Taux de diversité commerciale		Le taux de présence des professionnels de santé		Le niveau d'attractivité de l'espace public	
Taux de renouvellement de la population		Taux de vacance		Le taux de présence des équipements non marchands		La qualité et la cohérence des devantures et façades commerciales	
Médiane des revenus		Taux de renouvellement		Le taux de vacance des logements		L'accessibilité des commerces et de l'espace public	
Taux de migrations quotidiennes		Densité commerciale alimentaire		L'évolution du taux de vacance		La dispersion / concentration commerciale	
		Taux d'équipement en enseignes					
		Taux de présence des cafés-restaurants					
		Taux de croissance des surfaces commerciales					
		Densité en grandes surfaces alimentaires					

Le centre-ville de Nogent sur Marne dispose de critères d'attractivité satisfaisants et d'une dynamique globalement favorable pour un centre-ville affirmant une position concurrentielle forte. Tout l'enjeu va désormais résider à préparer le centre-ville aux enjeux futurs pour conserver cette position.



Avec une clientèle issue majoritairement de la commune, plutôt vieillissante, le centre-ville souffre d'un manque de rayonnement. La concentration des pôles environnants, un éclatement progressif des fonctions services et commerces sur la commune de Nogent sur Marne conduisent à affaiblir le positionnement et les conditions d'attractivité du centre-ville. Tout l'enjeu réside dans l'affirmation d'un nouveau positionnement.



Pour porter ce positionnement concurrentiel, il apparaît essentiel de concentrer les efforts stratégiques autour de quatre défis.

Ils doivent être présents dans chacune des décisions tant sur le volet planification que le volet urbanisme opérationnel ou conquête de clientèle

4 enjeux stratégiques

Maitriser les risques de dilution de l'offre commerciale et de services non-marchands

Construire un parcours marchand plus attractif réintégrant les localisation des locomotives de fréquentation : les halles et le monoprix

Ré-enchanter l'espace public et affirmer la dimension convivialité

Adopter une stratégie de conquête des actifs (services, communication, offre nouvelle)