

VAL-DE-MARNE (94)

VITRY-SUR-SEINE

Grands Ensemble Ouest et Est (ZFU, Liste prioritaire ANRU)

Centre commercial Simply Market

Le dispositif commercial existant

Nature et composition

- Un centre commercial composé de 17 commerces dont un Simply Market de 2 499 m², adossé à plus de 500 places de stationnement dédiées
- Un équipement qui rayonne au-delà de la proximité compte tenu de son positionnement (axe fréquenté aux abords, présence significative de salariés et d'usagers d'équipements publics)

Atouts et difficultés de l'espace commercial

- Une offre commerciale diversifiée, soutenue par une locomotive alimentaire attractive et un magasin de prêt-à-porter TATI
- Un manque de mise en valeur et d'entretien des commerces et de l'enveloppe bâti
- Une densité de population importante aux abords du site
- Environnement concurrentiel dense

Le quartier, la ville

Contexte sociodémographique

- Un quartier d'habitat social de 24 515 habitants
- Une surreprésentation des moins de 25 ans
- Un taux de chômage de 20,3 % et un taux de RMI atteignant 13,7 %

Environnement urbain

- Un quartier composé d'immeubles collectifs
- Présence de nombreux équipements publics et privés
- 6 polarités commerciales à l'échelle de la ZUS + commerces en diffus
- Présence de grands équipements à proximité comme Carrefour Villejuif (47 boutiques), Leclerc Vitry (12 boutiques) ainsi que le centre ville qui cumule 382 commerces
- Un quartier enclavé souffrant d'un sentiment d'insécurité

La restructuration urbaine projetée

Projet ANRU

- Un PRU en cours (Convention signée le 25 janvier 2007) qui comporte les objectifs suivants :
 - ⇒ Enjeu de diversification et de requalification de l'offre d'habitat, de recomposition de l'espace public (660 démolitions pour 471 constructions)
 - ⇒ Interventions destinées à désenclaver et relier le quartier au reste de la ville
 - ⇒ Amélioration de la desserte et du réseau viaire

Intervention sur le tissu commercial

- Réorganisation et revitalisation du centre commercial Rondenay
- Maintien des commerces existants et de l'offre de commerces et de services renforcée à proximité de l'esplanade
- Revitalisation du centre commercial Balzac avec une supérette fermée depuis cinq ans (les 1000 m² sont occupés par une association culturelle)
- Réhabilitation du marché

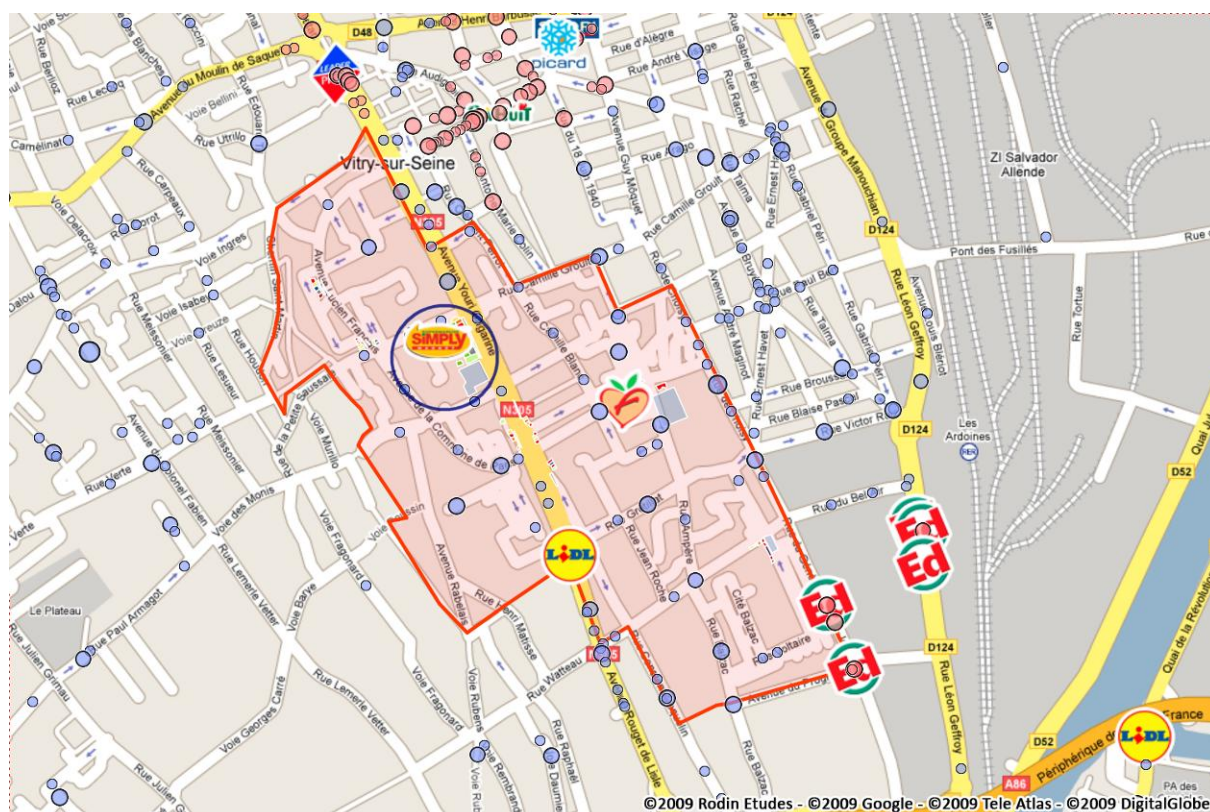
Conclusions et préconisations

- Une offre commerciale importante et dynamique malgré une forte concurrence dans et autour du quartier
- Une ambiance générale négative renforcée par une mise en valeur des commerces insuffisante

Photographies de l'équipement :



Plan de situation de la ZUS :



Plan masse de l'équipement commercial :

