

CORSE (2B)
BASTIA
Quartiers Sud (ZUS, liste prioritaire ANRU)
Centre commercial Logis Montesoro

Le dispositif commercial existant

Nature et composition

- Rez-de-chaussée d'immeuble accueillant 5 boutiques, complétés par un bâtiment indépendant, dédié à la surface alimentaire de référence
- Une clientèle de quartier provenant principalement des immeubles collectifs situés à proximité

Atouts et difficultés de l'espace commercial

- Un espace visible depuis les principaux axes de circulation
- Une morphologie qui ne contribue pas à la dynamique commerciale (bâti de qualité moyenne, localisation de la surface alimentaire qui masque une partie du linéaire)
- Des capacités de parking insuffisantes qui conduisent à un stationnement désordonné

Le quartier, la ville

Contexte sociodémographique

- Un quartier de 12 500 habitants en 2006 (1/3 de la population communale) qui cristallise un certain nombre de tensions sociales
- Un territoire coupé en deux en termes d'occupation : forte concentration d'habitants au nord, prédominance de ménages locataires au sud
- Une population en situation précaire : 24,6% de chômeurs, 18,8% de bénéficiaires du RMI

Environnement urbain

- Une localisation au sud de la commune
- Un tissu urbain composé de cités HLM et de résidences privées
- Un bon niveau d'équipements publics (maison de quartier, bibliothèque, salle polyvalente, centre social, infrastructures sportives...)
- Une densité commerciale importante : 7 polarités à l'échelle de la ZUS

La restructuration urbaine projetée

Projet ANRU

- Un projet de rénovation urbaine validé de longue date (Convention signée en juillet 2006)
- Un enjeu de centralité urbaine pour favoriser la mixité sociale, conjugué à une amélioration de la desserte du quartier

Intervention sur le tissu commercial

- Développement en cœur de quartier de 1 600 m² destinés à de l'activité, notamment, commerciales (transfert d'activités existantes ou complément d'offre défini par une étude de marché)
- Soutien aux différents pôles commerciaux de proximité présents dans le quartier (amélioration de la signalétique, rénovation des devantures et des enseignes, aides à l'installation, programme d'animation et de communication...)

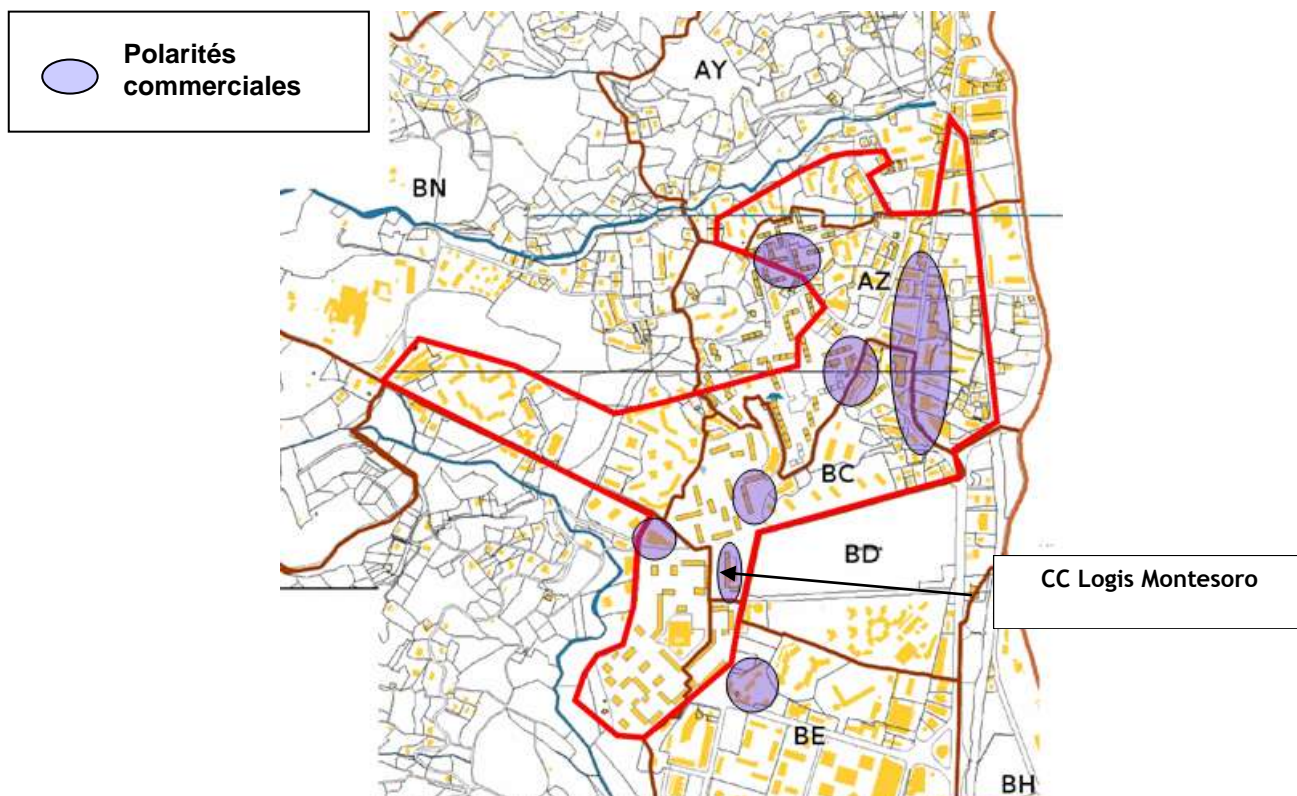
Conclusions et préconisations

- Une polarité commerciale qui semble relativement dynamique malgré une organisation spatiale complexe

Photographie de l'équipement :



Plan de situation par rapport à la ville :



Plan masse de l'équipement commercial :

1. Aux Colonnes Fleuries (BC 107)
2. Dex Coiffure (BC 107)
3. Bar le Pelican (BC 107)
4. Chic Shop prêt-à-porter (BC 107)
5. TV 2B réparateur électroménager (BC 107)
6. SPAR (BC 107)

