

Etablissement d'un périmètre de préemption

JOINVILLE-LE-PONT

Phase 2 : synthèse et enjeux

SOMMAIRE

I- SYNTHESE ET DEFINITION DES ENJEUX.....	3
1. Synthèse de la situation du commerce et de l'artisanat à Joinville	3
2. Des enjeux différenciés selon les secteurs	5
3. La pertinence du dispositif de préemption commerciale	7
II- DEFINITION D'UN PERIMETRE DE PREEMPTION	8
III- PROCEDURE D'ADOPTION DU PERIMETRE DE PREEMPTION.....	9
IV- DELIMITATION DES PERIMETRES DE PREEMPTION	10



I- SYNTHESE ET DEFINITION DES ENJEUX

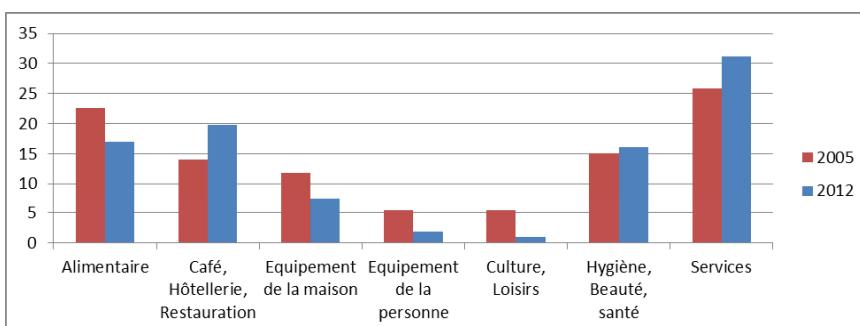
1. Synthèse de la situation du commerce et de l'artisanat à Joinville

1.1. Un constat de perte de diversité commerciale

Le diagnostic mené sur l'offre commerciale de Joinville a permis de faire ressortir la fragilisation des activités typiques d'un centre-ville rayonnant, causée notamment par trois facteurs principaux :

- **Le développement des activités de services en agence** (banques, agences immobilières, assurances, mutuelles, ...) qui s'installent dans des cellules bien placées moyennant une hausse des valeurs de transaction.
- **La croissance des activités liées à l'hygiène-santé-beauté**, répondant à une demande accrue dans ce secteur (optique, santé, soin du corps, bien-être, ...). Ces activités sont utiles et ont leur place en centre ville mais se révèlent moins porteuses en termes d'image et d'attractivité.
- **Une démographie vieillissante des commerçants et artisans traditionnels**, qui peinent à trouver un repreneur pour leurs activités souvent performantes mais coûteuses à acquérir et dont les locaux et les outils de production doivent être rénovés.

Part des commerces dans les différents secteurs d'activité en %

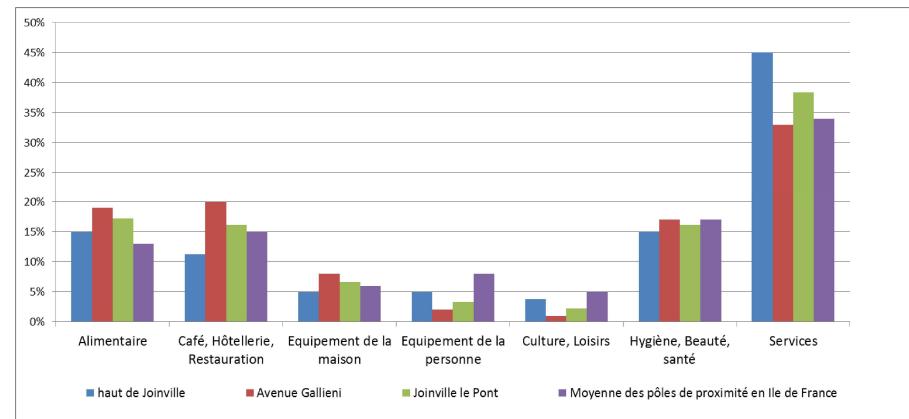


On constate ainsi entre 2005 et 2012 une forte croissance du nombre d'activités de services et d'hygiène-santé-beauté, et une diminution du nombre de commerces alimentaires, équipement de la maison, équipement de la personne et culture-loisirs.

Cette évolution a pour conséquence une perte de la diversité et une baisse de l'attractivité des commerces de Joinville, qui se traduit par une diminution progressive du rayonnement de la commune au profit des communes avoisinantes (Nogent-sur-Marne, Saint-Maur-des-Fossés, ...) et des pôles périphériques.

On peut de fait considérer que le profil commercial de Joinville se rapproche de plus en plus de celui d'un pôle de proximité et non plus d'un profil de centre-ville.

La composition des pôles commerciaux de Joinville-le-Pont (en %)



Joinville possède pourtant encore certains atouts commerciaux, mais ceux-ci sont à protéger afin de sauvegarder la diversité et l'attractivité commerciale de la commune.

D'autant plus qu'à Joinville, la demande en matière commerciale semble privilégier les commerces et artisans traditionnels, qui réalisent en conséquence, de bonnes (voire très bonnes) performances.

1.2. La diversité commerciale menacée différemment dans le haut et le bas de Joinville :

Les deux secteurs étudiés sont impactés par cette tendance générale dans différentes proportions :

- **Le secteur « Haut de Joinville »** est particulièrement touché par le développement des activités de services, qui occupent désormais presqu'un commerce sur deux. La proximité du RER et la présence de la mairie sont en effet des critères particulièrement attractifs pour l'implantation d'agences bancaires et immobilières.

Des commerces de bouche qualitatifs subsistent rue de Paris mais, si certains d'entre eux venaient à disparaître, ce pôle commercial serait réduit à des fonctions de service de proximité.

- **Le secteur « avenue Gallieni »** présente une offre commerciale plus diversifiée (notamment au centre de la rue), et rassemble encore de nombreux artisans alimentaires dynamiques. Quelques commerces en équipement de la maison et en décoration sont également installés dans l'avenue. Ce secteur est néanmoins touché par deux tendances : la disparition des activités anomalies (notamment de prêt-à-porter) et une très forte augmentation, dans les dernières décennies, des services en agence et de restauration au détriment de commerces typiques de centre-ville. La prolifération de ces activités est favorisée par la circulation de transit, très importante sur cet axe et qui offre une très bonne visibilité à des enseignes nationales.

A ce titre, les extrémités Est et Ouest du secteur sont particulièrement touchées par la prolifération des agences, des services ou d'enseignes nationales au détriment des commerces de proximité. L'offre commerciale des extrémités du secteur présente un profil proche de celui d'un faubourg marchand (nombreux services, garages et concessionnaires automobiles, restauration, hôtellerie, offre alimentaire en format moyennes surfaces, ...).

2. Des enjeux différenciés selon les secteurs

• Renforcer la diversité commerciale et accompagner la mutation du secteur du Haut

La commune de Joinville souhaite renforcer la qualité et l'identité du cœur de ville. Elle a engagé pour cela plusieurs actions pour renforcer l'animation et la diversité commerciale de la rue de Paris :

- Les Hauts de Joinville : un programme ambitieux de construction de logements et de commerces sur la rue de Paris, dans l'objectif de renforcer l'attractivité urbaine et résidentielle du cœur de ville. Cette opération d'aménagement et la commercialisation des rez-de-chaussée commerciaux permettront d'étendre la zone de chalandise de ce secteur marchand et donc de dynamiser les commerces présents et futurs. Par ailleurs, ce programme offre à certains artisans de bouche de la rue la possibilité de moderniser et d'étendre leur activité au sein de nouveaux locaux plus modernes.
- Préoccupée par la disparition de commerces nécessaires à la vie du quotidien, la commune a construit sur le parvis de l'hôtel de ville une cellule commerciale permettant d'accueillir une librairie/presse.

Ces actions sont importantes pour conserver voire renforcer la diversité et l'attractivité de ce secteur marchand. Pour en assurer la pérennité, la mairie doit

cependant pouvoir assurer une veille permanente des évolutions et agir en cas de mutation de certaines activités stratégiques.

En effet, l'attractivité marchande de la rue de Paris repose sur le foisonnement de commerces qualitatifs et complémentaires qui fonctionnent en synergie et assurent une clientèle régulière à l'ensemble des activités.

En parallèle du projet des Hauts-de-Joinville la commune doit donc pouvoir s'assurer du maintien d'activités stratégiques, notamment d'artisans de bouche, dans un contexte qui va accroître encore l'intérêt de ce site pour des activités de service. En effet, la présence de Monoprix, la construction d'un immeuble de bureau et l'installation de nouveaux ménages va renforcer l'intérêt des enseignes de service pour ce secteur de la commune.

• Renforcer sur l'avenue Gallieni la qualité urbaine et commerciale en préservant les secteurs stratégiques

L'avenue Gallieni accueille deux types d'activités commerciales :

- Une offre alimentaire spécialisée : primeur, boucherie, épicerie, boulangerie, traiteur, et autres commerces de bouche indépendants. Ces commerces sont plutôt dynamiques mais doivent faire l'objet d'une attention particulière afin d'éviter leur cession à des activités moins qualitatives. Ils se concentrent au milieu de l'avenue, principalement sur sa rive Sud, et fonctionnent en lien avec le marché.
- Une offre anomale et de destination est présente sur le secteur avec des enseignes d'équipement de la personne (prêt-à-porter, maroquinerie, accessoires, bijoux...), des artisans, des boutiques de décoration, des restaurants traditionnels, ... Cette diversité de l'offre doit être préservée afin de maintenir l'attractivité de ce secteur marchand.

Ces commerces répondent aujourd'hui à une double clientèle :

- Les habitants du bas de Joinville et de l'Ouest de Champigny, qui y trouvent une réponse commerciale à leurs besoins de consommation courants voire occasionnels.
- Les flux de circulation : Gallieni est un axe de circulation important, qui attire des commerces dont la clientèle se compose en partie de ces flux de transit.

L'objectif de la commune sur ce site est d'encourager sa mutation en boulevard urbain, pour améliorer le cadre de vie des Joinvillais. Dans cette perspective, la présence d'activités commerciales qualitatives et dynamiques constitue un levier important pour qualifier l'ambiance urbaine de ce lieu de centralité.

Deux objectifs différenciés apparaissent dans ce secteur :

- Veiller au maintien d'une activité commerciale et artisanale qualitative au centre de l'avenue,
- Porter une attention particulière aux extrémités Est et Ouest de l'avenue : la pression des activités de services, de restaurations et des enseignes nationales est forte dans ce secteur très fréquenté.

→ Pour les secteurs commerçants du haut et du bas de Joinville, plusieurs enjeux ressortent clairement de ces constats :

- Anticiper les mutations (veille foncière, bonne connaissance des commerçants en place, recherche d'investisseurs) ;
- Favoriser les reprises des fonds de commerce par des commerçants exerçant la même activité que le vendeur (des bouchers doivent reprendre des boucheries, des boulangeries des boulangeries...) ou par une activité qui participe à la diversité et à l'attractivité commerciale de la commune ;
- Favoriser la reprise des locaux par des activités plus qualitatives.

3. La pertinence du dispositif de préemption commerciale

Compte tenu de la fragilité de l'offre commerciale de Joinville-le-Pont relevée par le diagnostic commercial, l'établissement d'un périmètre de préemption semble être l'outil approprié pour protéger et densifier la diversité et la qualité commerciales du Haut de Joinville et de l'avenue Gallieni.

Ce dispositif viendrait s'inscrire dans la politique plus globale, menée par la commune, de suivi de l'évolution commerciale et de mise en valeur de ses deux secteurs marchands.

Son intérêt principal reposera sur :

- La constitution **d'un observatoire des mutations commerciales**, grâce à la transmission des DIA portant sur des activités commerciales.
- La **mobilisation d'un nouvel outil opérationnel dans le cadre d'une politique d'aménagement et de mise en valeur de la commune** : la préemption de fonds ou de bail pourrait intervenir, exceptionnellement, pour compléter des interventions sur le tissu urbain de la commune (préemption de murs, requalification de voirie, projets urbains, ...).

La commune de Joinville souhaite mobiliser ce nouveau droit de préemption davantage comme un outil préventif (observatoire des mutations commerciales) plutôt qu'un outil d'intervention (préemption de fonds ou de bail). La finalité étant de s'assurer du maintien de la diversité commerciale par la transmission des fonds et des baux au sein des mêmes secteurs d'activité.

II- DEFINITION D'UN PERIMETRE DE PREEMPTION

La stratégie municipale pour la préservation de la diversité commerciale pourra donc s'exercer de deux manières différentes selon son souhait d'intervention :

- Veiller les évolutions commerciales et intervenir en amont, en négociation avec les commerçants concernés.
- Intervenir plus lourdement par la préemption de fonds ou de baux en se substituant aux acquéreurs pressentis, aux emplacements les plus stratégiques.

Pour cela, la commune délimite deux périmètres de préemption commerciale, sur les secteurs du Haut de Joinville et de l'avenue Gallieni. Ces périmètres recouvrent l'ensemble des deux secteurs commerciaux étudiés.

Grâce à ce dispositif, elle souhaite en premier lieu créer un observatoire des mutations commerciales et artisanales envisagées sur l'ensemble de ses linéaires marchands constitués. Elle mettra en place dans ce but une veille des déclarations d'intention d'aliéner, dans la perspective de pouvoir négocier avec un cédant la recherche d'un autre preneur convenant mieux aux intérêts de la commune.

Ce dispositif lui permettra éventuellement d'envisager la préemption d'un bail ou d'un fonds, dans un cas exceptionnel pour la protection d'une activité commerciale ou artisanale traditionnelle située (par exemple, dans le cas où une activité commerciale très importante pour l'attractivité et la diversité de l'offre devait être cédée à un commerce ou service déjà très présent dans la commune ou peu qualitatif). L'objectif est donc de n'exercer ce droit de préemption que sur les commerces et activités les plus stratégiques.

III- PROCEDURE D'ADOPTION DU PERIMETRE DE PREEMPTION

La commune transmet le projet de délibération du Conseil Municipal accompagné du rapport d'analyse commercial à la Chambre de commerce et d'industrie et à la Chambre des métiers et de l'artisanat pour un avis consultatif. L'avis est réputé favorable en cas de silence des chambres consulaires dans un délai de deux mois.

Le conseil Municipal adopte le périmètre de préemption

Mesures de publicité :

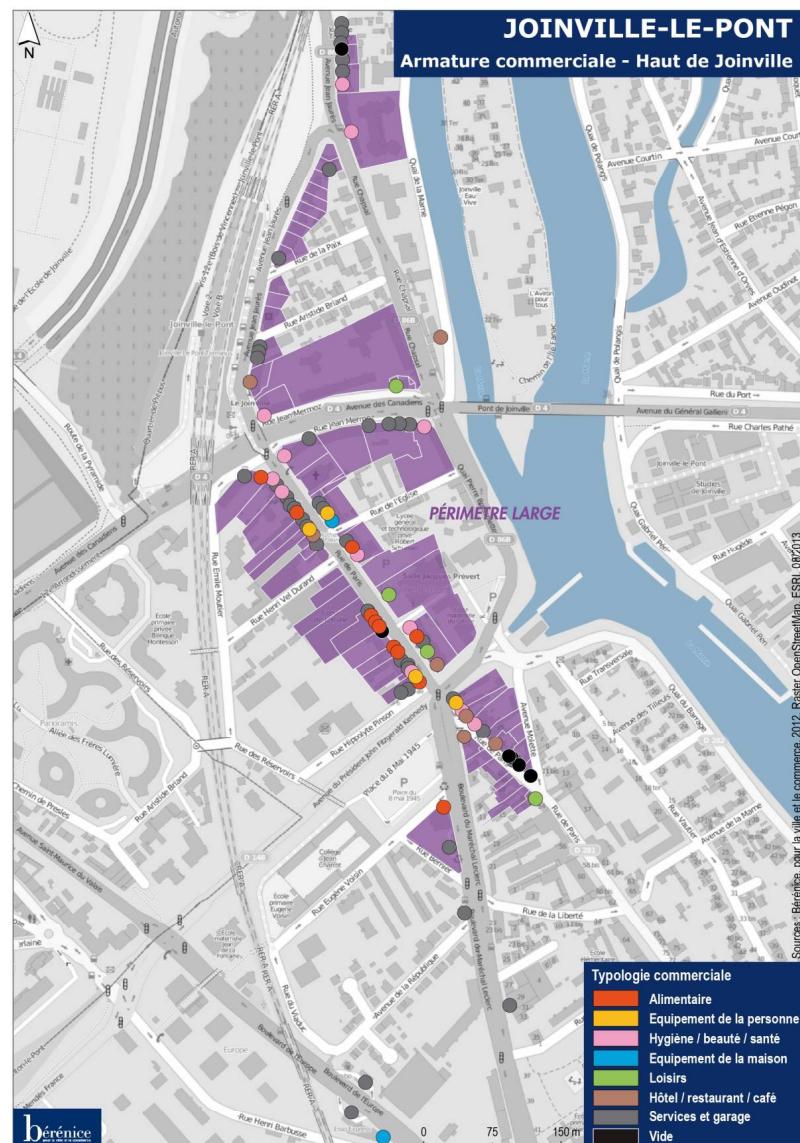
- Affichage en mairie pendant un mois
- Mention dans deux journaux diffusés dans le département

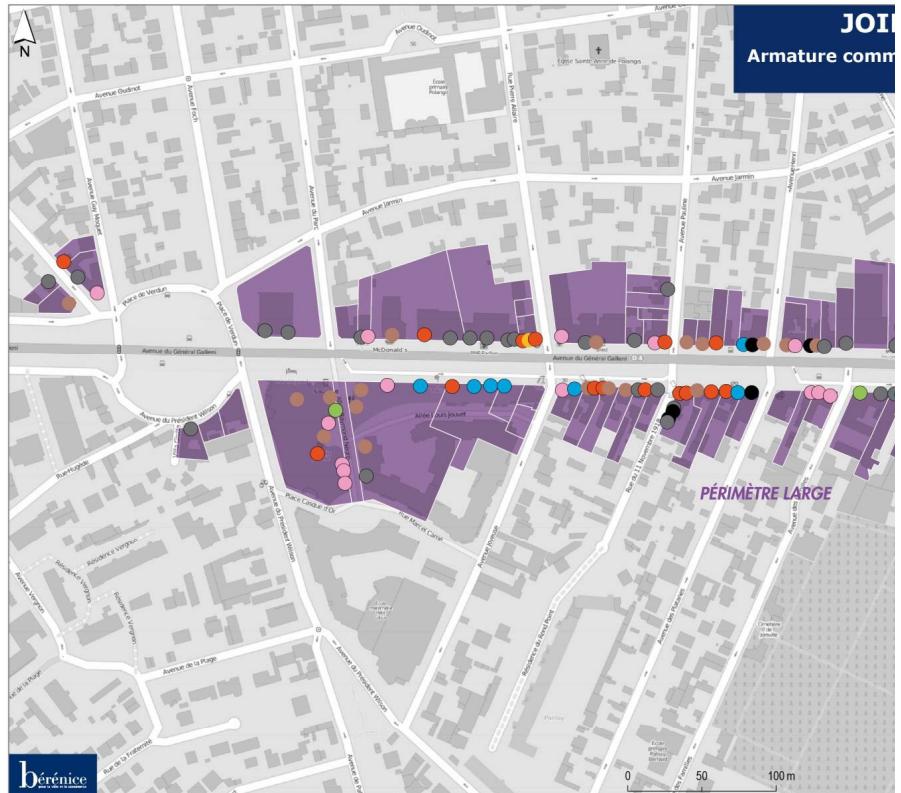
Il est conseillé de transmettre la délibération du Conseil Municipal à:

- La direction départementale des services fiscaux
- Au conseil supérieur du notariat
- Aux notaires intervenant le plus fréquemment dans la commune
- À la chambre départementale des notaires
- Aux barreaux et aux greffes des tribunaux de grande instance.

Le document sera annexé au PLU.

IV- DELIMITATION DES PERIMETRES DE PREEMPTION





Détail des commerces par secteur d'activité

Catégorie	Sous-catégorie
ALIMENTATION	Alimentation générale/Epicerie
	Boissons/cavistes
	Boucherie/triperie/volaille
	Boulangerie/pâtisserie
	Charcuterie/traitleur
	Chocolaterie/confiserie
	Fromagerie/crémerie
	Poissonnerie
	Primeur
	Autre alimentation spécialisée (dont surgelés)
TOTAL ALIMENTATION	Debit de tabac (unique activité)
CAFE HOTEL RESTAURANT	Hôtellerie
	Débit de boisson
	Restauration rapide Fast food
	Restauration rapide Cafétéria
	Restauration rapide Sandwicherie/Grignotage
	Restauration traditionnelle gastronomique
	Restauration traditionnelle grill
	Restauration traditionnelle pizzeria
	Restauration traditionnelle brasserie
	Restauration traditionnelle autre (thématisée ou internationale)
TOTAL CAFE HOTEL RESTAURANT	
EQUIPEMENT DE LA MAISON	Arts ménagers / Arts de la table / Décoration
	Bricolage
	Revêtement
	Electroménager (blanc)
	Jardin/fleurs (Jardinerie, piscinistes)
	Animalerie
	Luminaires
	Méubles et cuisinistes
	Ventes d'objets d'art ou d'occasion
	Équipement de la maison généraliste / non spécialisé
TOTAL EQUIPEMENT DE LA MAISON	
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	Accessoires
	Horlogerie/bijouterie
	Chaussures
	Prêt-à-porter homme
	Prêt-à-porter femme
	Prêt-à-porter enfant
	Rubriculture
	Prêt-à-porter mixte
	Lingerie
	TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE
LOISIRS	Librairie/papeterie/presse
	Articles de sport
	Jeux/jouets
	Pratiques de loisirs (Cinéma, discothèque, bowling...)
	Électronique Grand Public (Bruns et Gris)
	Produits culturels audio-vidéo
	TOTAL LOISIRS
HBS	Coiffure
	Soins de la Personne (Esthétique / Onglerie)
	Optique - Audition
	Parfumerie/cosmétique
	Pharmacie/parapharmacie
TOTAL PARFUMERIE/BEAUTÉ/SOINS	
AUTO ET SERVICES	Auto école
	Vente entretien location automobile/moto
	Assurance, mutuelle, immobilier, voyage
	Banques, DAB
	Réparation, Serrurerie, Cordonnerie, Retouche
	Téléphonie
	Nettoyage/pressing
	Activités médicales (Cabinets, podologues)
	Services divers (Tolletage, Pompes funèbres...)
	TOTAL AUTO ET SERVICES
LOCAUX VACANTS	