

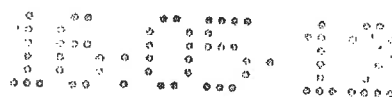
N°3 CONSEIL MUNICIPAL DU LUNDI 14 MAI 2012
INSTITUTION DU DROIT DE PREEMPTION SUR LES FONDS ARTISANAUX, LES FONDS DE COMMERCE, LES BAUX COMMERCIAUX ET LES TERRAINS PORTANT OU DESTINES A PORTER DES COMMERCES D'UNE SURFACE COMPRISE ENTRE 300 ET 1 000 M2 - DELIMITATION DU PERIMETRE DE SAUVEGARDE DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT DE PROXIMITE

DEPARTEMENT
DE LA SAVOIE

ARRONDISSEMENT
DE CHAMBERY

VILLE DE CHAMBERY

DE PROXIMITE



N°3

EXTRAIT DU REGISTRE DES
DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL
DE LA VILLE DE CHAMBERY

OBJET : INSTITUTION DU DROIT DE PREEMPTION SUR LES FONDS ARTISANAUX, LES FONDS DE COMMERCE, LES BAUX COMMERCIAUX ET LES TERRAINS PORTANT OU DESTINES A PORTER DES COMMERCES D'UNE SURFACE COMPRISE ENTRE 300 ET 1 000 M2 - DELIMITATION DU PERIMETRE DE SAUVEGARDE DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT DE PROXIMITE

SEANCE DU lundi 14 mai 2012

L'an deux mille douze et le 14 du mois de mai à 18h30, le Conseil Municipal de la Ville de Chambéry, convoqué légalement par lettre adressée à chacun de ses membres, s'est réuni dans la grande salle de l'Hôtel de Ville, lieu ordinaire de ses réunions, sous la présidence de Madame Bernadette Laclais, Maire.

Présents : 39

Mme Bac-David, M. Barboussat, M. Beranger, M. Besson, Mme Bollon, Mme Bovier-Lapierre, Mme Caba, Mme Capriglio-Hisler, Mme Dornier, M. Dullin, M. Dupassieux, M. Fachinger, M. Fajean, Mme Ferrer, Mme Galea, M. Garbolino, M. Guedel, Mme Guilhaudin, M. Haudry, Mme Hedli, Mme Hertin, M. Hofbauer, Mme Huni-Cordier, M. Julien, Mme Koska, Mme Laclais, Mme Laforgue-Durand, Mme Lehmann, M. Letoffe, M. Manouvrier, Mme Masson, M. Mathieu, Mme Mourier, Mme Oufkir, M. Ripart, M. Ruffier, M. Trotel, M. Varnet, M. Vilain

Absents :

Délégations de Vote : 6

M. Barbe à M. Manouvrier ; Mme Chassery à Mme Masson ; Mme Coquemer à M. Fajean ; M. Cochet à Mme Bovier-Lapierre ; M. Dantin à M. Dullin ; Mme Townley à M. Fachinger ;

Les membres présents se trouvant en nombre suffisant pour délibérer et Madame Oufkir Leïla, Adjointe chargée de la Promotion de la Ville, des Relations avec les Entreprises, des T.I.C., ayant été nommé(e) secrétaire de séance conformément aux dispositions du Code Général des Collectivités Territoriales, l'Assemblée entre en délibération.

CONSEIL MUNICIPAL DU LUNDI 14 MAI 2012

N°3 INSTITUTION DU DROIT DE PREEMPTION SUR LES FONDS ARTISANAUX, LES FONDS DE COMMERCE, LES BAUX COMMERCIAUX ET LES TERRAINS PORTANT OU DESTINES A PORTER DES COMMERCE D'UNE SURFACE COMPRISE ENTRE 300 ET 1 000 M2 - DELIMITATION DU PERIMETRE DE SAUVEGARDE DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT DE PROXIMITE

Rapport de Jacques Garbolino

Lors de la séance du 21 décembre 2007, le Conseil Municipal a décidé la mise en place d'un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité en vue de l'instauration du droit de préemption sur les fonds artisanaux, les fonds de commerce, les baux commerciaux et les terrains portant ou destinés à porter des commerces d'une surface de vente comprise entre 300 & 1 000 m² dans le périmètre délimité défini supra.

Un décret d'application paru le 26 décembre 2007 a complété la loi du 2 août 2005 en précisant que la délibération devait être accompagnée d'un rapport analysant la situation du commerce et de l'artisanat de proximité, ainsi que les menaces pesant sur la diversité commerciale et artisanale à l'intérieur du périmètre de sauvegarde.

Après avoir échangé avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Savoie (C.C.I.), il a été convenu que la réalisation de l'étude et la rédaction du rapport sur la situation du commerce à Chambéry serait confiée à la direction des études et de l'aménagement commercial de la C.C.I. Le rapport a été rendu en octobre 2011.

Le rapport annexé analyse la situation du commerce et de l'artisanat sur la base des études commerciales disponibles, de l'évolution du tissu commercial dans les quartiers et de l'évolution démographique des entreprises. Des études de comportement d'achats ont été menées en 2009-2010 à l'échelle des quartiers. Enfin l'impact des projets commerciaux et urbains a été pris en compte. Les menaces pesant sur la diversité commerciale et artisanale ont ainsi été identifiées.

La multiplication des activités de restauration, bancaires ou de service est constatée dans certains secteurs, au détriment des commerces dits "de bouche", indispensables aux personnes habitant ces quartiers.

Le périmètre de sauvegarde est ainsi délimité :

➤ Le périmètre du secteur sauvegardé

Son caractère historique et touristique justifie une vigilance particulière quant à la nature des activités commerciales qui y sont exercées et pour le maintien des populations résidentes.

➤ Le périmètre de la future Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager (Z.P.P.A.U.P.)

L'intérêt notamment porté à la mise en valeur des faubourgs et entrées de ville est l'un des objectifs de la création de la Z.P.P.A.U.P. Le plan FISAC a permis à la commune de dynamiser le commerce de proximité et la réalisation de travaux destinée à la mise en valeur du tissu commercial. Ce dispositif a montré tout l'intérêt que porte la Ville sur ce type d'action. L'intervention doit pouvoir se poursuivre grâce à ce nouvel outil d'intervention.

➤ Les périmètres de zone urbaine sensible Biollay/Bellevue, et celui des Hauts de Chambéry/Chantemerle/Plochet/Cassine

Plusieurs petits centres commerciaux créés depuis de nombreuses années méritent une attention particulière afin que soit maintenue une offre diversifiée en direction des populations souvent en difficulté.

L'institution du droit de préemption sur les fonds artisanaux, les fonds de commerce, les baux commerciaux et les terrains portant ou destinés à porter des commerces

CONSEIL MUNICIPAL DU LUNDI 14 MAI 2012
N°3 INSTITUTION DU DROIT DE PREEMPTION SUR LES FONDS ARTISANAUX, LES FONDS DE COMMERCE, LES BAUX COMMERCIAUX ET LES TERRAINS PORTANT OU DESTINES A PORTER DES COMMERCE D'UNE SURFACE COMPRISE ENTRE 300 ET 1 000 M2 - DELIMITATION DU PERIMETRE DE SAUVEGARDE DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT D'UN PROXIMITE

d'une surface de vente comprise entre 300 et 1 000 mètres carrés dans le périmètre proposé, permet à la commune de disposer d'un outil de suivi de l'évolution commerciale et artisanale sur son territoire et de répondre aux menaces pesant sur sa diversité.

En conséquence,

vu les articles L214-1 et suivants, les articles R214-1 et suivants du Code de l'Urbanisme,
vu le rapport annexé,
vu le plan délimitant le périmètre annexé,
vu l'avis de la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Savoie,
vu l'avis de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat,

je vous demande, Mesdames et Messieurs, de bien vouloir retenir les conclusions suivantes :

LE CONSEIL MUNICIPAL :

- 1) Décide d'instaurer le droit de préemption sur les fonds artisanaux, les fonds de commerce, les baux commerciaux et les terrains portant ou destinés à porter des commerces d'une surface de vente comprise entre 300 et 1 000 mètres carrés dans le périmètre délimité défini supra ;
- 2) La présente délibération fera l'objet des mesures de publicité et d'information suivantes en sus des obligations réglementaires :
 - Insertion dans deux journaux diffusés dans le département.

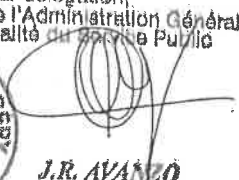
Elle sera également transmise :

- A la Chambre de Commerce et d'Industrie ;
- A la Chambre des Métiers et de l'Artisanat ;
- Au Directeur Départemental des Finances Publiques ;
- Au Conseil Supérieur du Notariat ;
- A la Chambre Départementale des Notaires ;
- Aux Barreaux constitués et Greffe près le Tribunal de Grande Instance ;
- Au Tribunal de Commerce ;
- Aux Mandataires de Justice et Administrateurs Judiciaires.

Nombre de Conseillers

- en exercice :	45
- présents :	39
- délégations de vote :	6
- absents :	

Mis aux voix, le rapport est adopté à l'unanimité

Pour ampliation,
le Maire,
Par délégation,
Le Directeur de l'Administration Générale
et de la qualité du Service Public

J.R. AVANZO


Le Signataire, soussigné, certifie que cette délibération a été affichée en extrait à la porte de la Mairie.

Le Maire

Bernadette Laclais



octobre 2011



CHAMBRE
DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE
DE LA SAVOIE

Application du Droit de préemption sur les fonds et baux commerciaux et artisanaux

Rapport sur la situation du commerce de Chambéry ©



Direction des Etudes et de
l'Aménagement Commercial
5 rue Sallé
73024 Chambéry Cedex
Tél : 0 820 22 73 73 (0,08 €/min)
Télécopie : 07 79 33 56 84
dco@savoie.cci.fr
www.savoie.cci.fr

Le contexte de l'intervention consulaire

Lors du Conseil Municipal du 21 décembre 2007, un projet de délibération en vue d'instituer ce droit de préemption spécifique a été présenté par Monsieur Louis BESSON.

Dans sa présentation, ce dernier rappelait la nécessité de maîtriser l'implantation des commerces sur le territoire des communes et plus particulièrement de maintenir des commerces de proximité, en limitant la tertiarisation et en conservant une offre diversifiée et des activités commerciales dans les zones d'habitat. En effet, une multiplication des activités de restauration, bancaires ou de service est constatée dans ces secteurs, au détriment du linéaire dit « de bouche », indispensables aux personnes habitant ces quartiers.

Le périmètre proposé comprenait le secteur sauvegardé, le périmètre de la future ZPPAUP, les périmètres de zone urbaine sensible.

La parution du décret d'application en date du 26 décembre 2007 obligeait à motiver la décision par un rapport analysant la situation du commerce et de l'artisanat de proximité à l'intérieur de ce périmètre et les menaces pesant sur la diversité commerciale et artisanale.

Dans un premier temps, la Ville a sollicité la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Savoie afin de préparer les consultations envisagées auprès de cabinets spécialisés.

Ultérieurement, par courrier en date du 10 octobre 2010, il a été demandé à la CCITS d'intervenir directement dans les analyses nécessaires à l'élaboration du dispositif.

Il a été convenu que la CCITS ferait bénéficier la ville des résultats des enquêtes quantitatives et qualitatives actuellement menées auprès des ménages locaux. Les éléments ainsi recueillis permettront d'identifier au mieux les attentes des chambertiens en matière de maintien de la diversité commerciale. Par ailleurs, l'exploitation par l'organisme consulaire des différentes études partenariales menées ces douze dernières années précisera les évolutions du tissu commercial des différents quartiers chambertiens.

De son côté, la ville s'engage à réaliser une localisation des activités commerciales sous forme cadastrale, et à préciser les principaux travaux d'aménagement et d'urbanisme susceptibles d'impacter l'activité commerciale.

La conjugaison de l'ensemble de ces éléments doit permettre de rédiger conjointement un rapport motivé analysant la situation du commerce et de l'artisanat de proximité à l'intérieur des périmètres ainsi définis, ainsi que les menaces pesant sur la diversité commerciale et artisanale.

Objectif et méthode des travaux consulaires

Objectif

L'intention du législateur est d'offrir au maire les moyens d'intervenir pour préserver le commerce de proximité.

A la différence des travaux partenariaux visant à conforter l'attractivité commerciale du centre-ville et des quartiers (projet du pôle commercial des Halles), il s'agit en l'espèce d'assurer l'équité d'accès des populations résidentes à des services commerciaux de proximité.

Pour ce faire, il s'agit de vérifier la consistance des menaces pesant sur la diversité commerciale des activités de proximité.

Méthode

L'opportunité de mise en œuvre de cet outil spécifique ne peut se fonder sur la seule photographie du tissu commercial.

1- Il convient donc, dans un premier temps, de reprendre l'ensemble des études et diagnostics susceptibles de mettre en lumière, sur une période longue, les tendances lourdes observées au regard de la problématique exposée.

2- Dès lors que la faiblesse d'un segment de l'offre est identifiée, une investigation spécifique s'impose.

3- Afin d'apprécier objectivement les évolutions commerciales, la démographie des entreprises a été appréciée au plus fin (code NAF), sur une période de 10 ans.

4- Mais les évolutions, même négatives, de l'offre commerciale ne peuvent justifier à elles seules l'intervention publique si elles ne rejoignent pas l'expression des besoins des habitants.

A cet effet, les études de comportements d'achats réalisées par la CCITS ont fait l'objet d'une exploitation spécifique, afin de pointer les besoins et manques exprimés par les populations concernées.

5- Par ailleurs, le tracé des périmètres soumis au dispositif envisagé ne peut se fonder que sur un travail de localisation fine des rues, artères ou pôles commerciaux à enjeux.

Un cadastre commercial a été initié à cet effet par les services de la Ville, en complément de l'analyse du fichier consulaire.

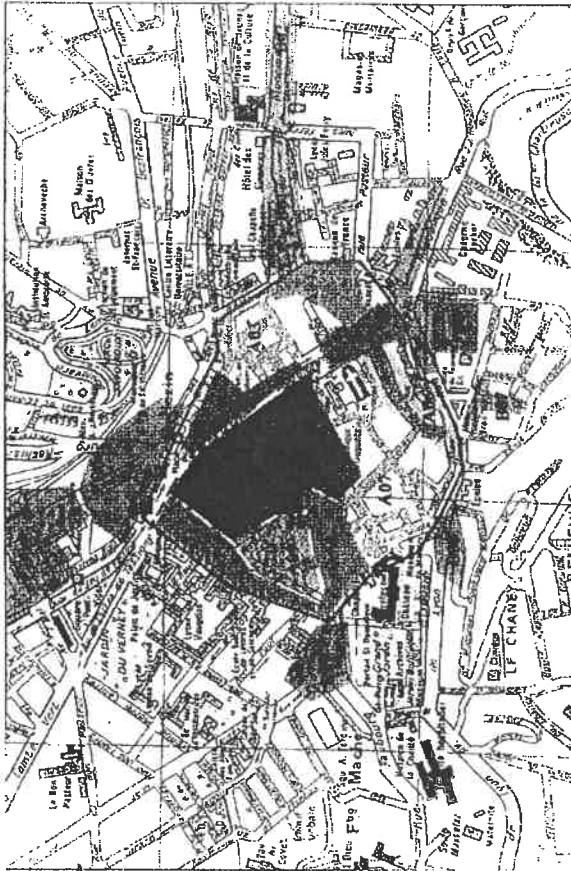
PLAN DU RAPPORT

ANALYSE DE L'EVOLUTION DU TISSU COMMERCIAL DU CENTRE-VILLE DE CHAMBERY	6
La situation en 1998 (enquête SM CONSEIL)	7
1- Mitage commercial	7
2- Composition du tissu commercial	8
3- Attractivité commerciale	9
4- Menaces sur la diversité commerciale	10
La situation en 2002 (Etude Cabinet Prospectives)	11
1- Forte présence du secteur des services en centre-ville	11
2- Le secteur Alimentaire a baissé considérablement	12
ANALYSE DE L'EVOLUTION DU TISSU COMMERCIAL DES HAUTS DE CHAMBERY ET DU FAUBOURG MONTMELIAN	13
LES HAUTS DE CHAMBERY	14
1- Composition du tissu commercial	14
2- Menaces pesant sur la diversité commerciale	14
3- La situation actuelle	15
LE FAUBOURG MONTMELIAN	16
1- Composition du tissu commercial	16
2- Taux de mitage (Etude SM Conseil 1998)	17
3- Situation actuelle	17
ANALYSE DE L'EVOLUTION DEMOGRAPHIQUE DES ENTREPRISES COMMERCIALES DE CHAMBERY	18
Une relative stabilité des du nombre de commerces sur 10 ans	19
Facteurs explicatifs	20
APPROCHE SPECIFIQUE : L'EVOLUTION DU COMMERCE ALIMENTAIRE DU CENTRE-VILLE	21
Relocalisation des activités alimentaires (1998 et 2010)	22
Mutation à l'intérieur du secteur d'activité alimentaire	23
ANALYSE DES COMPORTEMENTS ET BESOINS DE LA CLIENTELE LOCALE	24
1- Des comportements d'achats largement inscrits dans le périmètre de la ville.	26
2- Approche par quartier	27
Quartier du CENTRE-VILLE	27
Quartier du CENTRE-VILLE / BELLEVUE	28
Quartier du BIOLLAY / STADE	29
Quartier de BISSY	30

Quartier de CHANTEMERLE / MERANDE.....	31
Quartier du FAUBOURG MONTMELIAN	32
Quartier de CHAMBERY-LE-HAUT	33
3- Analyse des besoins exprimés par les ménages chambériens	34
Quartier du CENTRE-VILLE.....	35
Quartier du CENTRE-VILLE / BELLEVUE.....	36
Quartier du BIOLLAY / STADE	37
Quartier de BISSY	38
Quartier de CHANTEMERLE MERANDE.....	39
Quartier du FAUBOURG MONTMELIAN	40
Quartier de CHAMBERY-LE-HAUT	41
Tableau de synthèse	42
PRISE EN COMPTE DE L'IMPACT DE PROJETS COMMERCIAUX ET URBAINS.....	43
Impact lié au nouveau pôle des Halles et à l'implantation de supérettes.....	44
De ce fait, l'application du Droit de Préemption permettrait de consolider et sécuriser les orientations actuelles du marché.....	44
Impact de la découverte de la Laysse	44
Droit de préemption et développement durable	44
Conclusion	46
PRECISIONS RELATIVES A LA DEFINITION DU(ES) PERIMETRE(S) DE PREEMPTION	47
Linéaires et les lieux du commerce à Chambéry (limites communales)	49
Identification de linéaires stratégiques	50
ANNEXES.....	52
Cartographies de synthèse des activités commerciales.....	52



ANALYSE DE L'EVOLUTION DU TISSU COMMERCIAL DU CENTRE-VILLE DE CHAMBERY EXPLOITATION DES DONNEES ANTERIEURES

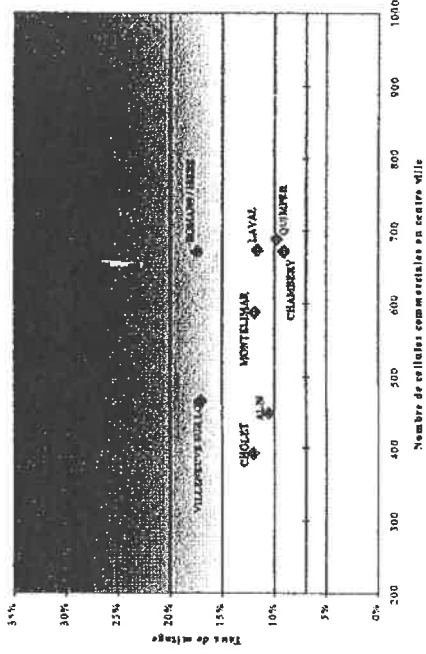


Périmètre de l'étude SM CONSEIL 1998

La situation en 1998 (enquête SM CONSEIL)

1- Mitage commercial

L'enquête de 1998, portant sur le centre-ville, faisait état d'un taux de mitage commercial de l'ordre de 9,1%, cette proportion pouvant être considérée comme forte par rapport à une situation optimale, de l'ordre de 3%.



Cette même enquête montrait un dynamisme commercial différencié suivant les activités.

2- Composition du tissu commercial

Ainsi, l'ancrage de l'équipement de la personne, pour lequel le centre ville totalise 72% des établissements existants, est particulièrement net. D'autre part, son poids (en nombre de points de vente) dans les groupes culture loisirs, hygiène santé beauté et services est important. Enfin, la part de commerces alimentaires spécialisés implantés en centre ville est significative mais n'implique pas un ancrage dans le domaine sur le centre ville, compte tenu de la part prépondérante des commerces non spécialisés (grandes surfaces à dominante alimentaire) en la matière.

Il est possible d'aller un peu plus loin dans cette analyse, en déclinant la part du centre ville dans l'offre commerciale pour chaque type de produits, en tenant compte de l'offre principale et de l'offre complémentaire. Les tableaux des pages suivantes déclinent les chiffres correspondant.

En alimentaire, on peut remarquer une concentration de l'offre en centre ville pour les activités ne relevant pas des achats de proximité (chocolats, pâtisserie, alimentation spécialisée...). A l'inverse, l'offre d'alimentation générale est très réduite.

En équipement de la personne, l'ancrage est moins marqué en mercerie (logique de proximité), en dépôt vente (logique de périphérie) et en bijoux fantaisie.

En équipement de la maison, l'ancrage est nettement plus marqué pour l'art de la table, la décoration et les luminaires.

En hygiène santé beauté, l'optique et la parfumerie constituent des points d'appui significatifs.

En culture loisirs, on retrouve une prépondérance plus marquée du centre ville sur les activités classiquement implantées en centre ville: carterie, cadeaux gadgets, librairie spécialisée...

Pour les Cafés Hôtels Restaurants, la proportion d'établissements implantés en centre ville est assez classique.

Pour les services, on peut souligner l'ancrage des agences de voyages (classique), et des services funéraires (moins classique).

3- Attractivité commerciale

En termes d'attractivité commerciale, les travaux pointaient les faibles performances du commerce alimentaire non spécialisé :

en attractivité	Total Zonc d'étude	Centre Ville	%
Alimentaire spécialisé	9614	3684	38%
Non spécialisé	114895	9400	8%
Equipement de la personne	20157	12257	61%
Equipement de la maison	25626	3164	12%
Hygiène santé beauté	11408	5269	46%
Culture loisirs	18814	5755	31%
Cycles auto	7770	210	3%
Cafés Hôtels Restaurants	17314	5550	32%
Services	4770	2430	51%
Total	230368	47719	21%

SM CONSEIL 1998

On retrouve le poids significatif du centre ville en nombre de points de vente en équipement de la personne (61% de l'attractivité pour 72% des commerces spécialisés). Pour le groupe culture loisirs, la part dans l'attractivité est moins significative qu'en nombre de commerces (31% contre 45%) du fait du positionnement de locomotives importantes en périphérie. Pour les services, la situation est inversée avec une part supérieure en attractivité (51% contre 42%). Enfin, sur l'alimentaire, la proportion est rigoureusement égale, ce qui confirme l'absence d'attrait spécifique en ce domaine sur le centre ville.

4- Menaces sur la diversité commerciale

En 1998, le centre-ville de Chambéry présente une situation commerciale globalement saine.

	Existant	Risques de fermeture
Alimentaire	62	7 soit 11%
Equipement de la personne	179	22 soit 12%
Equipement de la maison	50	5 soit 10%
Hygiène santé beauté	78	2 soit 3%
Culture Loisirs	83	5 soit 6%
Cafés Hôtels Restaurants	84	1 soit 1%
Services	69	2 soit 3%

SM CONSEIL 1998

Son évolution prévisible à moyen terme montre cependant quelques faiblesses possibles, d'autant plus que son taux de mitage n'est pas négligeable (9%). Ainsi, 44 établissements (soit 7%) sont dans une situation de fragilité qui peut induire leur fermeture définitive à moyen terme. Sur ce total, 16 devraient être repris (mais pas forcément sur la même activité) compte tenu de leur emplacement. Ce qui implique à moyen terme une augmentation du taux de mitage aux environs de 13%, en l'absence de création de nouvelles cellules commerciales.

Si l'on observe la répartition des risques en fonction des groupes d'activités, on remarque que l'équipement de la personne (principal point d'appui du centre ville) est particulièrement concerné, représentant la moitié des risques de fermetures en nombre de boutiques. D'autre part, l'alimentaire vient en second alors que le nombre d'établissements est déjà limité. Même constat pour l'équipement de la maison, groupe pour lequel les risques concernent également plus de 10% de l'existant.

De ce scénario, deux enjeux principaux étaient identifiés :

- éviter une lente dégradation de son attractivité et son resserrement progressif
- conserver une diversité d'offre avec un ancrage minimum en alimentaire

L'étude de 2002, réalisée dans le cadre du premier dossier FISAC, fait apparaître deux constats majeurs :

1- Forte présence du secteur des services en centre-ville

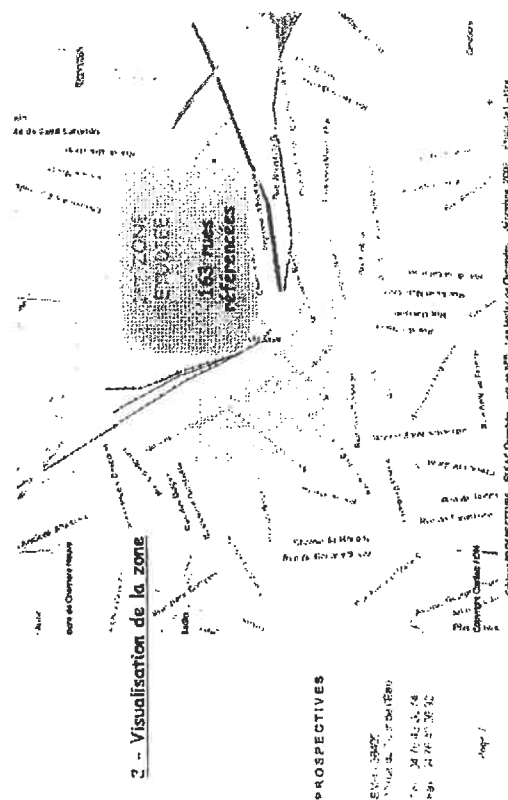
Les services sont indispensables dans la vie d'un centre ville, cependant nous constatons que le centre ville de Chambéry subit fortement ce secteur, au détriment d'autres secteurs et tout particulièrement celui de l'alimentaire.

En page 139 nous détaillons quels sont les services que nous trouvons au centre ville il apparaît très clairement que ce secteur a connu en quatre ans un fort développement au profit en particulier des commerces dont l'activité sont : mutuelles, assurances, agences immobilières.

Nous pouvons affirmer que ces commerces aujourd'hui prennent la place d'autres commerces plus attractifs pour le centre ville.

L'urbanisme commercial est modifié, ce qui entraîne une sensation de vide, de manque de chaleur ; tant remarqué par les consommateurs : « la ville de Chambéry est froide, il n'y a pas d'animation, pas de vie ».

En effet ces commerces ont de très jolies vitrines, « très professionnelles », mais le consommateur quand il est en centre ville c'est pour se promener, c'est par plaisir, il est plus à la recherche de relations, de conseils que de froide apparence.



Périmètre de l'étude Prospectives - 2002



Par ailleurs, une comparaison (ci contre) entre le cœur de ville et les rues excentrées révèle les stratégies prioritaires d'implantation de certains services en centre-ville.

	ZONE 3 = Cœur du centre ville	ZONE 4 = Rues excentrées
Banque	14	8
Assurance Mutuelle	28	22
Agence Immobilière	30	16
Garage Cycle	2	9
Pharmacie	10	5
Fleuriste	5	5
Cordonnier	4	2
Couture Retouche Mercerie	7	6
Parfumerie Parapharmacie	5	0
Institut : beauté, tatouage, piercing	18	8
Coiffeur	51	20
Pressing Laverie	3	1
Tabac Presse	9	4
Animal	0	3
Agence de voyage	10	1
Services divers : déménageur, station services, pompe funèbre, autres	16	30
Droguerie	0	0
Auto école	4	7
TOTAL	216	147

Etude Prospectives 2002

2- Le secteur Alimentaire a baissé considérablement...

- 4 comportements d'achat sont mis en évidence :
- 1/ Les achats chez Monoprix : c'est du dépannage!
 - 2/ Les achats chez les commerçants artisans (boulangerie, boucherie) : c'est par l'habitude, le consommateur n'en est pas pour autant satisfait puisqu'il reproche parfois un manque de qualité, de présentation, d'originalité, et surtout de conseil de la part de son commerçant.
 - 3/ Les achats aux Halles : ouf ! Voici un peu d'animation de communication.
 - 4/ Les achats en super et hypermarché : ATTENTION ! C'est tout naturellement que les consommateurs se rendent dans l'agglomération de Chambéry pour faire leur principaux achats alimentaires.
- Ainsi nous pouvons dire que les achats alimentaires en centre ville de Chambéry sont considérés comme du dépannage, aux prix bien souvent trop élevés, et sans grande qualité. Contrairement à certaine ville telle que Grenoble, où les commerces alimentaires en centre ville ont une image au regard des consommateurs de bonne gamme et surtout de qualité. Le consommateur aura alors tendance à se rendre en centre ville pour trouver de la qualité, de l'originalité dans ce secteur d'activité, alors que les Chambériens auront plus tendance à sortir du centre ville.
- Il y a donc un net manque dans ce secteur au centre ville de Chambéry.

ANALYSE DE L'EVOLUTION DU TISSU COMMERCIAL DES HAUTS DE CHAMBERY ET DU FAUBOURG MONTMELIAN

LES HAUTS DE CHAMBERY

Ce quartier, classé en zone sensible, totalise plus de 14 000 habitants.

1- Composition du tissu commercial

Créé dans les années 1960, sa réalisation concrète ayant été très en deçà du dessin initial, le renforcement de l'armature commerciale, structurellement inachevée, est une question récurrente des trente dernières années.

Le Centre Commercial des Combes a été réalisé en 1967 et comptait 15 activités. L'implantation commerciale sur l'avenue d'Annecy est plus récente, et correspondait à la fin de la construction de la deuxième tranche de la ZUP (76-77). Elle totalisait aussi moins d'une vingtaine d'activités.

Sauf exception, les commerces relevaient strictement, comme actuellement, de la proximité.

2- Menaces pesant sur la diversité commerciale

Cette offre de quartier a, elle aussi, été rattrapée par la périphérie : un phénomène aggravant, sinon dirimant, est la concurrence du centre commercial CHAMNORD déjà vivement ressentie par les commerçants en 1982, et qui fait de ce pôle commercial le principal lieu d'achat des habitants du quartier en 2011.

Cette concurrence a été objectivement accentuée par l'implantation d'un supermarché LECLERC sur la ZAC de la Leyse. Agrandi en hypermarché, c'est maintenant le 3ème magasin des habitants de Chambéry-le-Haut en termes de fréquentation.

3- La situation actuelle

En 2011, ce quartier ne dispose pas d'une offre commerciale diversifiée. Les raisons sont plus, comme on le voit, à chercher dans le développement extrêmement important d'un appareil commercial périphérique très puissant, que dans des pesanteurs sociologiques spécifiques à ce quartier d'habitat social.

L'appauvrissement, tout relatif, de l'offre s'inscrit dans une tendance globale de démaillage commercial constaté dans la plupart des quartiers urbains, sensibles ou non. Les deux marchés de plein air ont pu pallier, dans une certaine mesure, la disparition de certaines activités non alimentaires.

Dans ce contexte, les élus locaux ont clairement opté pour le maintien d'un maillage de proximité réparti sur trois pôles. La difficile intervention de l'EPARECA reste positionnée dans cette logique de proximité quant au contenu des activités proposées au centre commercial des Combes rénové.

Le travail de réhabilitation de l'avenue d'Annecy devrait permettre de valoriser le linéaire commercial de la galerie marchande. L'attractivité globale du pôle, tant pour sa clientèle locale que pour des investisseurs commerciaux, demeurera incertaine sans la continuité de l'intervention publique

LE FAUBOURG MONTMELIAN

Une approche spécifique de cette rue commerçante est justifiée par sa progressive dégradation commerciale, qui mobilise la Ville particulièrement depuis une vingtaine d'année

1- Composition du tissu commercial

Un premier constat de difficulté figure dans l'étude du Cabinet Bérénice en 1990 (Chambéry, capitale de la Savoie – Etude commerciale)

Coupé du Centre Ville traditionnel par la Place d'ITALIE, il n'en finit pas de s'étirer en sens unique vers une seconde coupure aussi dévastatrice pour le commerce local, la place Paul CHEVALLIER.

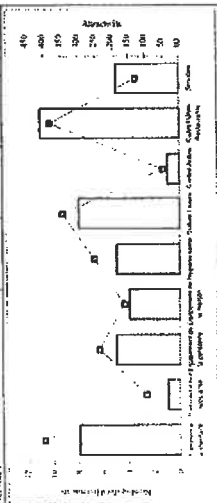
C'est une artère d'importance si l'on se place dans une perspective "expansionniste" du Centre Ville. Actuellement le Faubourg MONTMELIAN fonctionne commercialement peu en proximité et beaucoup en services (6 auto-écoles, 5 sociétés d'interim etc...) dans une ambiance générale assez misérabiliste.



Secteur Ouest

NOMBRE DE CELLULES COMMERCIALES	
65	71.5%
45	24.2%
17	0.0%
2.072	1.5%

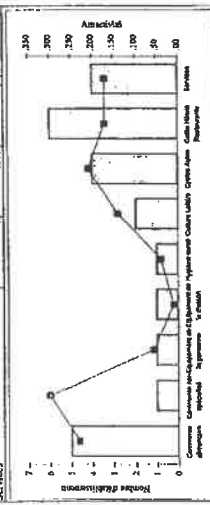
NOMBRE DE CELLULES COMMERCIALES	
65	71.5%
45	24.2%
17	0.0%
2.072	1.5%



Secteur Centre

NOMBRE DE CELLULES COMMERCIALES	
34	71.5%
25	24.2%
9	0.0%
1.329	1.5%

NOMBRE DE CELLULES COMMERCIALES	
34	71.5%
25	24.2%
9	0.0%
1.329	1.5%



2- Taux de mitage (Etude SM Conseil 1998)

En 1998, le cabinet SM CONSEIL évaluait le taux de mitage commercial de la rue sur deux des trois segments constitutifs à près de 27% des cellules commerciales.

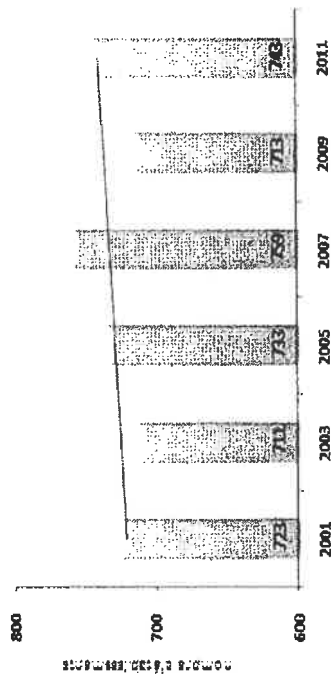
3- Situation actuelle

Si le taux de mitage n'a pas évolué défavorablement, la composition de l'offre s'est largement réorientée vers les services à la personne, et s'est par ailleurs spécialisée en fonction des caractéristiques sociologiques du quartier.

La rue restant confrontée aux mêmes difficultés commerciales, un projet d'aménagement urbain portant sur sa piétonisation et la régulation des accès est en cours d'élaboration, accompagné d'acquisitions immobilières par la ville.

ANALYSE DE L'EVOLUTION DEMOGRAPHIQUE DES ENTREPRISES COMMERCIALES DE CHAMBERY PERIODE DECENNALE

Démographie du commerce de détail chambérien
2001-2011



Source : fichier consulaire

	Evolution (%)	Evolution (vol)
	2001-2011	2001-2011
ALIMENTAIRE	-15%	-24
EQUIPEMENT DE LA MAISON	-9%	-6
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	14%	28
CULTURE-LOISIRS	25%	16
HYGIENE SANTE BEAUTE	17%	7
AUTRES COMMERCES DE DETAIL	-16%	-9
TOTAL COMMERCES ET SERVICES CONNEXES	3%	20

Source : fichier consulaire

Une relative stabilité des du nombre de commerces sur 10 ans

Sur la base du fichier consulaire, le nombre de commerces de détail entre 2001 et 2011 est globalement stable : + 20 unités en volume, soit + 3 %, à l'échelon communal.

Cette évolution reste cependant inférieure aux observations réalisées au niveau départemental pour les mêmes activités identifiées.

Les évolutions remarquables (par activité)

Les activités de culture loisirs progressent de 25 % (+ 16), les commerces d'équipement de la personne de 14 % (+ 28 unités), et l'hygiène-santé-beauté gagne 7 établissements, soit + 17 % en 10 ans.

A l'inverse, les valeurs négatives remarquables concernent l'alimentaire (-24 établissements, soit -15 %), et l'équipement de la maison (au total -6 établissements, soit -9 % sur tous les postes, à l'exception du bricolage/quincallerie).

En 2011, le commerce alimentaire représente 18 % de l'offre (en nombre de points de vente), contre 22 % en 2001.

Sur la période 2001-2011, le commerce d'alimentation générale subit une diminution effective de 8 établissements (soit -40 %).

Le commerce spécialisé, principalement implanté en centre-ville et quartiers, s'inscrit dans des tendances similaires. En effet, les métiers de bouche enregistrent un déclin (-48 % de commerces de viande, poissonnerie, et -17 % d'activités boulangerie, pâtisserie). On identifie également une baisse de la moitié des commerces de fruits et légumes.

Facteurs explicatifs

Cette régression peut s'expliquer notamment par :

1. une progression d'environ 30 % des surfaces de ventes à dominante alimentaire de périphérie (y compris l'offre située dans la zone du Grand Verger).
2. le renchérissement global du coût de l'immobilier. Celui-ci a imposé ses arbitrages au détriment du commerce alimentaire de centre-ville et de quartier.

Pour autant, la complexité de l'évolution du commerce alimentaire du centre-ville et les enjeux qui lui sont associés ont amené la CCITS à procéder à une enquête terrain complémentaire.

APPROCHE SPECIFIQUE : L'EVOLUTION DU COMMERCE ALIMENTAIRE DU CENTRE-VILLE

Méthodologie :
Périmètre de l'enquête du Cabinet MS Conseil et exploitation du fichier consulaire de la CCITS.

La déprise du commerce alimentaire concerne l'ensemble de la ville. Le périmètre du centre ville appelle cependant une analyse spécifique, car relevant d'une évolution et d'enjeux plus complexes.

Relocalisation des activités alimentaires (1998 et 2010)

Sur les 67 commerces de détail alimentaire référencés en 1998 :

- 34 sont toujours présents à fin 2010 (soit la moitié)
- 8 commerces ont été remplacés par des entreprises de restauration : restaurants de type rapide (5), Pizzéria (1) ou bien restauration traditionnelle (1)
- 20 commerces ont complètement muté : PAP, Services, et
- 5 commerces sont toujours fermés (Bonivard et Veyrat)

Ces mouvements ont affecté plus spécialement :

- la place St Léger, où plusieurs alimentaires ont été remplacés par des commerces de prêt à porter principalement,
- la rue Jean-Pierre P Veyrat qui mute vers des activités de services ; 3 cellules étaient par ailleurs inoccupées au début 2011 du fait des travaux des Halles,
- la rue d'Italie.

Dans le même temps, (1998/2010), 20 nouveaux commerces alimentaires se sont créés sur des emplacements différents.

Le solde global se traduit par une baisse de 20% du nombre de commerces alimentaires en 12 ans sur le périmètre concerné.

Mutation à l'intérieur du secteur d'activité alimentaire

Méthodologie : classification INSEE -NAF 2008 niveau 5, avec intégration de métiers connexes de l'alimentaire.
Cette approche permet de mieux apprécier les tendances de certains métiers de bouche sur l'ensemble du centre ville, de pouvoir comparer les évolutions entre 1998 et 2010.

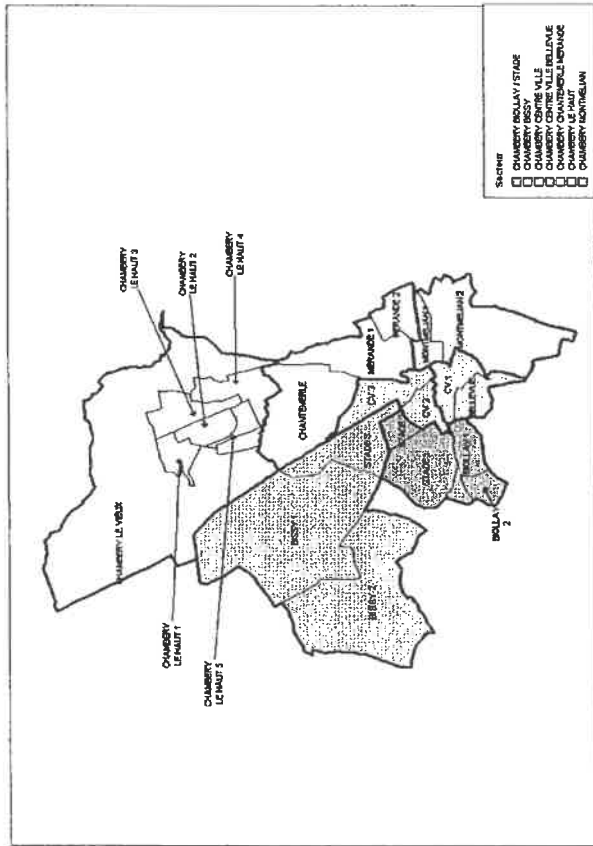
En 1998 on note une répartition plutôt équilibrée des différents « catégories de commerce alimentaire » celle-ci paraît plus hétérogène en 2010.

Outre un certain appauvrissement du maillage de l'offre alimentaire, le centre-ville voit la régression de son artisanat de proximité au profit d'activités (salons de thé) orientées vers une clientèle géographiquement élargie.

	Nombre 1998	Commerces pérennes	Nombre 2010	tenda nce
BP Boulangerie, Pâtisserie	12	5	9	↘
Boucherie, Charcuterie, Traiteur, Poissonnerie	13	5	5	↘
AS Autre alimentation spécialisée (dont 4729Z), vins, laiterie, épicerie fine,	11	5	11	→
E Epicerie, alimentation générale, fruits légumes	10	5	7	↘
ST Salon de thé, Confiserie, Chocolaterie, Glacier	11	7	13	↗
SD Sandwicherie, Service de plats à emporter	10	6	9	↘
total	67	33	54	↘

Regroupement des métiers de bouches par catégorie –et évolution entre 1998 et 2011.

ANALYSE DES CONSTATS ET BESOINS DE LA CLIENTELE LOCALE



Méthodologie : les périmètres des principaux quartiers de Chambéry définis par la Ville ont été repris. Certains ont fait l'objet d'un découpage plus fin afin de correspondre au mieux à la réalité de la consommation locale.

Le maintien de la diversité commerciale a pour objectif principal de répondre aux besoins et manques exprimés par les populations concernées.

Les dernières études de comportements d'achats réalisées par la CCITS (2009-2010) permettent de répondre à ce type de questionnement.

1- Des comportements d'achats largement inscrits dans le périmètre de la ville.

Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
CHAMBERY VILLE	292 373 912	80,6	7 696
AILLEURS	70 218 962	19,4	1 872
TOTAL	362 592 874	100	9 568

Tableau 1 : destination des achats des chambériens/Tous produits (dont services)

Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
CHAMBERY VILLE	106 536 064	75,9	1 981
AILLEURS	33 908 824	24,1	627
TOTAL	140 444 888	100	2 608

Tableau 2 : destination des achats des chambériens/Produits alimentaires

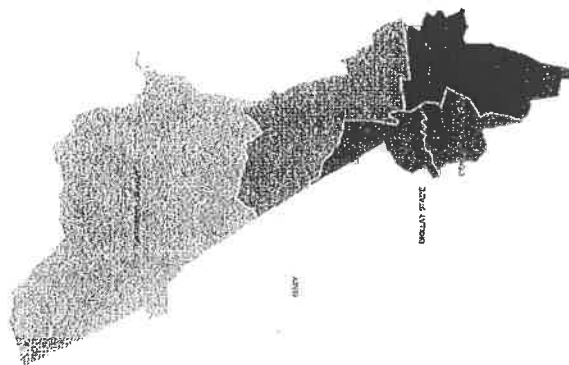
Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
CHAMBERY VILLE	122 162 837	63,1	4 119
AILLEURS	71 492 590	36,9	2 442
TOTAL	193 655 427	100	6 561

Tableau 3 : destination des achats des chambériens/ Produits non alimentaires (hors services)

Tous produits et services confondus (tableau 1), les chambériens effectuent 80 % de leur consommation à l'intérieur du périmètre communal.

Sur le secteur alimentaire, la présence d'hypermarchés à l'intérieur des limites communales permet à Chambéry de maintenir un bon taux de couverture sur ce type de produits.

Sur le secteur non alimentaire, la montée en puissance de pôles commerciaux sur les communes de périphérie a réorienté les habitudes d'achat, notamment dans le secteur de l'équipement de la maison.



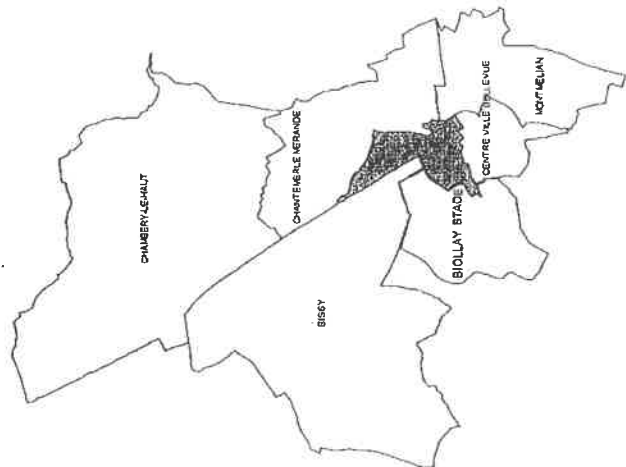
2- Approche par quartier

Quartier du CENTRE-VILLE

La caractéristique de consommation des habitants de ce quartier est de privilégier le centre-ville comme principal lieu d'achat identifié.

Au total, plus de 60 % des achats alimentaires des résidents sont orientés vers le commerce du centre ville et de ses quartiers...mais **moins de 30% à l'intérieur du périmètre spécifique du quartier.**

Une des raisons est la fréquentation de l'hypermarché Leclerc en péricentre.



Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
AUTRES QUARTIERS	9 572 252	28,0	337
AILLEURS	9 466 870	27,7	394
CHAMBERY CENTRE VILLE	9 080 306	26,5	370
CHAMBERY LANDIERS	6 105 303	17,8	227
TOTAL	34 224 731	100	1 328

Tableau 4 : destination des achats des habitants du centre-ville/Tous produits (dont services)

Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
AUTRES QUARTIERS DE CHAMBERY	4 345 156	33,5	106
CHAMBERY CENTRE VILLE	3 698 364	28,7	112
CHAMBERY LANDIERS	3 039 504	23,6	80
AILLEURS	1 820 452	14,1	54
TOTAL	12 873 476	100	352

Tableau 5 : destination des achats des habitants du centre-ville / Produits alimentaires

Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
AILLEURS	6 445 791	36,4	321
CHAMBERY CENTRE VILLE	4 462 616	25,2	236
AUTRES QUARTIERS DE CHAMBERY	3 826 206	21,6	201
CHAMBERY LANDIERS	2 966 583	16,8	145
TOTAL	17 701 196	100	903

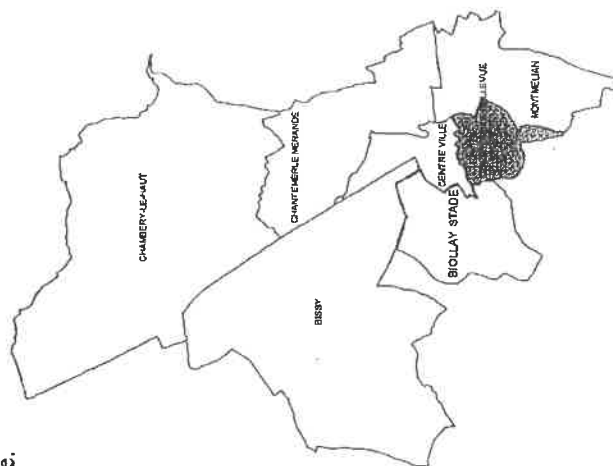
Tableau 6 : destination des achats des habitants du centre-ville / Produits non alimentaires (dont services)

Quartier du CENTRE-VILLE / BELLEVUE

La caractéristique de consommation des habitants de ce quartier, comme de l'ensemble des autres quartiers chambériens, à l'exception du centre-ville, est leur faible fréquentation du commerce du secteur.

Pour autant, la majorité des achats des résidents est orientée vers le commerce du centre-ville et de ses quartiers. Concernant le secteur alimentaire, ce bon taux d'emprise correspond en fait à la fréquentation de l'hypermarché Leclerc de la zone du Grand Verger (24 %), situé en péri-centre.

Si la forte dispersion de consommation peut se comprendre pour le non alimentaire qui regroupe la plupart des achats anomaux, le faible taux d'emprise de l'offre alimentaire (4,5 %) traduit la grande fragilité du commerce de proximité.



Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
CENTRE VILLE ET AUTRES QUARTIERS	21 373 847	47,1	575
AILLEURS	13 121 029	28,9	377
CHAMBERY LANDIERS	6 559 675	14,5	196
CHAMBERY BELLEVUE	4 339 564	9,6	146
TOTAL	45 394 115	100	1 294

Tableau 7 : destination des achats des habitants du quartier Bellevue (hors produits (hors services))

Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
CENTRE VILLE ET AUTRES QUARTIERS	9 829 247	59,1	198
AILLEURS	3 262 752	19,6	68
CHAMBERY LANDIERS	2 806 425	16,8	59
CHAMBERY BELLEVUE	751 521	4,5	23
TOTAL	16 649 945	100	348

Tableau 8 : destination des achats des habitants du quartier Bellevue - Produits alimentaires

Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
CENTRE VILLE ET AUTRES QUARTIERS	9 306 913	39,0	350
AILLEURS	7 977 751	33,4	291
CHAMBERY LANDIERS	3 610 108	15,1	135
CHAMBERY BELLEVUE	2 993 146	12,5	106
TOTAL	23 887 918	100	882

Tableau 9 : destination des achats des habitants du quartier Bellevue - Produits non alimentaires (hors services)

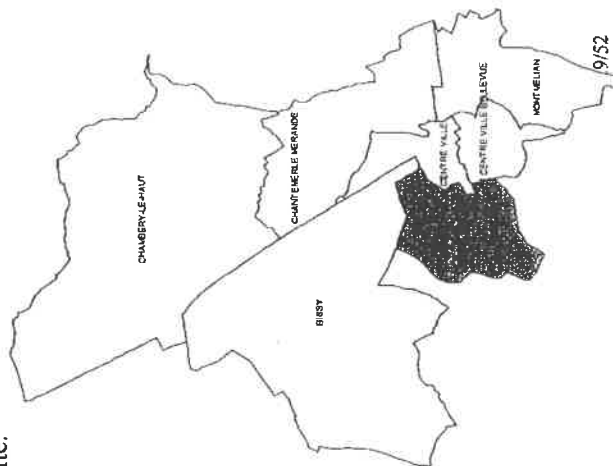
Quartier du BIOLLY / STADE

Globalement, la consommation des habitants de ce quartier est effectuée en dehors du secteur d'habitation.

Pour autant, la majorité des achats des résidents est orientée vers le commerce du centre-ville et de ses quartiers.

Comme précédemment, le bon taux d'emprise du commerce alimentaire correspond à la fréquentation de l'hypermarché Leclerc de la zone du Grand Verger (38 %), situé en péricentre.

De même, si la forte dispersion de consommation peut se comprendre pour le non alimentaire qui regroupe la plupart des achats anomaux, le faible taux d'emprise de l'offre alimentaire (7,4 %) traduit la grande fragilité du commerce de proximité.



Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
CENTRE VILLE ET AUTRES QUARTIERS	35 186 565	47,6	607
AILLEURS	22 744 243	30,7	426
CHAMBERY LANDIERS	12 676 238	17,1	226
CHAMBERY BIOLLAY / STADE	3 370 139	4,6	49
TOTAL	73 977 285	100	1 308

Tableau 10 : destination des achats des habitants du quartier "Biollay-Stade" / Tous produits (dont services)

Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
CENTRE VILLE ET AUTRES QUARTIERS	15 697 547	54,9	197
AILLEURS	5 957 524	20,8	75
CHAMBERY LANDIERS	4 828 761	16,9	57
CHAMBERY BLOLLAY / STADE	2 101 707	7,4	28
TOTAL	28 586 539	100	357

Tableau 11 : destination des achats des habitants du quartier Biollay-Stade / Produits alimentaires

Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
CENTRE VILLE ET AUTRES QUARTIERS	15 571 742	40,8	373
AILLEURS	13 741 087	36,0	327
CHAMBERY LANDIERS	7 748 369	20,3	167
CHAMBERY BIOILLAY / STADE	1 121 120	2,9	18
TOTAL	38 182 218	100	885

Tableau 12 : destination des achats des habitants du quartier Biellay Stade/ Produits non alimentaires (hors services)

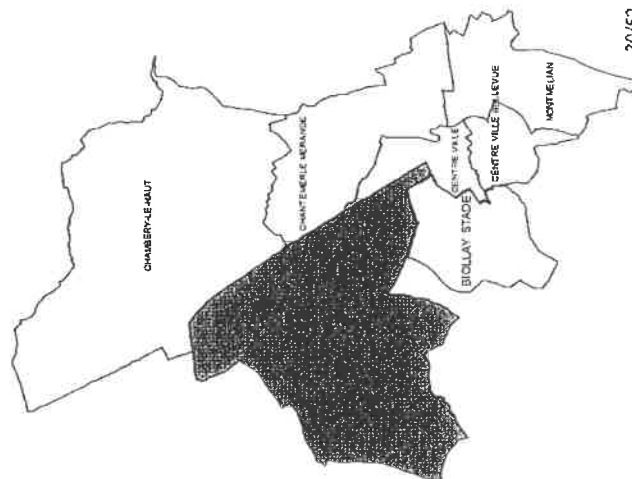
Quartier de BISSY

Globalement, avec 18,4 %, le taux d'emprise de ce quartier le place en troisième position, alors que le tissu commercial est peu dense.

En fait, c'est l'étendue géographique du secteur comprenant l'offre commerciale du Grand Verger comme la rue Ducretet, qui explique ce résultat.

Pour cette raison, la majorité des achats des résidents n'est pas orientée vers le commerce le centre-ville et ses quartiers.

Tous achats confondus, c'est la grande distribution implantée sur le secteur qui totalise plus de 80 % de la consommation.



Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
CHAMBERY LANDIERS	17 091 118	34,6	434
AILLEURS	14 684 971	29,7	384
CHAMBERY BISSY	9 067 687	18,4	221
CENTRE VILLE ET AUTRES QUARTIERS	8 553 808	17,3	261
TOTAL	49 397 584	100	1 300

Tableau 13 : destination des achats des habitants du quartier Bissy / Tous produits (dont services)

Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
CHAMBERY LANDIERS	7 977 565	41,1	136
CHAMBERY BISSY	5 162 632	26,6	92
AILLEURS	4 057 802	20,9	79
CENTRE VILLE ET AUTRES QUARTIERS	2 214 570	11,4	51
TOTAL	19 412 569	100	358

Tableau 14 : destination des achats des habitants du quartier Bissy / Produits alimentaires

Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
CHAMBERY LANDIERS	8 880 281	34,5	294
AILLEURS	8 444 369	32,8	270
CENTRE VILLE ET AUTRES QUARTIERS	4 792 986	18,6	183
CHAMBERY BISSY	3 641 799	14,1	124
TOTAL	25 759 435	100	871

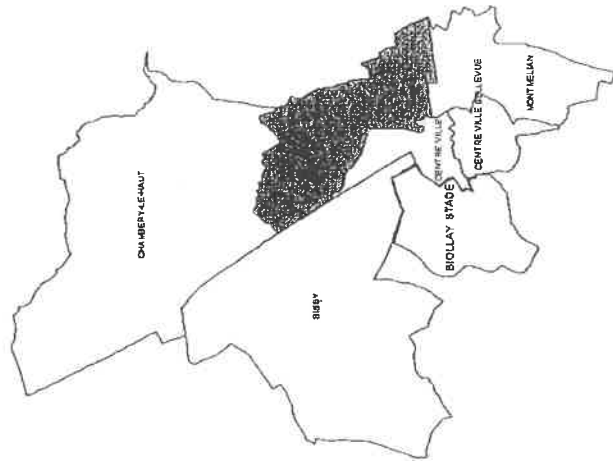
Tableau 15 : destination des achats des habitants du quartier Bissy / Produits non alimentaires (hors services)

Quartier de CHANTEMERLE / MERANDE

Globalement, la quasi-totalité de la consommation des habitants de ce quartier est effectuée en dehors du secteur d'habitation.

Compte tenu de la proximité du quartier avec l'offre de périphérie du ruban commercial Bassens/Saint-Alban-Leysses/La Ravoire, la majorité des achats des résidents échappe au commerce du centre-ville et des quartiers.

Comme pour les autres quartiers, si la forte dispersion de consommation, pour le secteur alimentaire, traduit la grande fragilité du commerce de proximité.



Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
AILLEURS	23 499 110	48,4	606
CENTRE VILLE ET AUTRES QUARTIERS	11 370 915	23,4	345
CHAMBERY LANDIERS	11 368 366	23,4	285
CHAMBERY CHANTEMERLE MERANDE	2 322 700	4,8	60
TOTAL	48 561 091	100	1 296

Tableau 16 : destination des achats des habitants du quartier Chantemerle Mérande / Tous produits (dont services)

Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
AILLEURS	8 431 940	45,0	142
CHAMBERY LANDIERS	5 882 140	31,4	105
CENTRE VILLE ET AUTRES QUARTIERS	3 235 768	17,3	68
CHAMBERY CHANTEMERLE MERANDE	1 196 956	6,4	31
TOTAL	18 746 804	100	346

Tableau 17 : destination des achats des habitants du quartier Chantemerle Mérande / Produits alimentaires

Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
AILLEURS	12 627 682	50,1	436
CENTRE VILLE ET AUTRES QUARTIERS	6 302 235	25,0	249
CHAMBERY LANDIERS	5 341 506	21,1	177
CHAMBERY CHANTEMERLE MERANDE	960 914	3,8	24
TOTAL	25 202 337	100	886

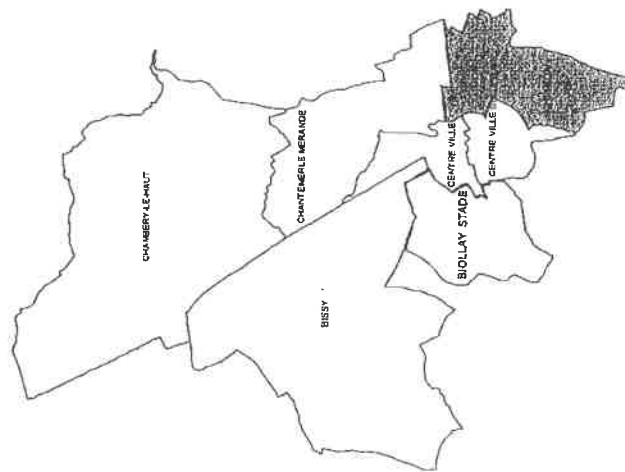
Tableau 18 : destination des achats des habitants du quartier Chantemerle Mérande : Produits non alimentaires (hors services)

Quartier du FAUBOURG MONTMELIAN

Comme précédemment, la quasi-totalité de la consommation des habitants de ce quartier est effectuée en dehors du secteur d'habitation.

L'influence de l'offre de périphérie du ruban commercial Bassens/Saint-Alban-Leysse/La Ravoire se fait également sentir sur les pratiques de consommation des ménages. De ce fait, la majorité des achats des résidents se fait en dehors du centre-ville et de ses quartiers.

Comme pour les autres quartiers, la forte dispersion de consommation, pour le secteur alimentaire, traduit la grande fragilité du commerce de proximité.



Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
AILLEURS	17 483 940	45,1	584
CENTRE VILLE ET AUTRES QUARTIERS	14 988 404	38,7	547
CHAMBERY LANDIERS	4 620 399	11,9	154
CHAMBERY MONTMELIAN	1 683 827	4,3	54
TOTAL	38 776 570	100	1 339

Tableau 19 : destination des achats des habitants du quartier Faubourg Montmelian / Tous produits (dont services)

Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
CENTRE VILLE ET QUARTIERS	6 117 820	41,5	165
AILLEURS	5 756 086	39,0	132
CHAMBERY LANDIERS	2 179 054	14,8	54
CHAMBERY MONTMELIAN	689 184	4,7	24
TOTAL	14 742 144	100	375

Tableau 20 : destination des achats des habitants du quartier Faubourg Montmelian / Produits alimentaires

Secteur d'achat	Montant des apports en €	%	Nombre d'actes
AILLEURS	9 756 664	48,5	426
CENTRE VILLE ET AUTRES QUARTIERS	7 273 534	36,2	355
CHAMBERY LANDIERS	2 320 900	11,5	98
CHAMBERY MONTMELIAN	749 138	3,7	24
TOTAL	20 100 236	100	903

Tableau 21 : destination des achats des habitants du quartier Faubourg Montmelian / Produits non alimentaires (hors services)

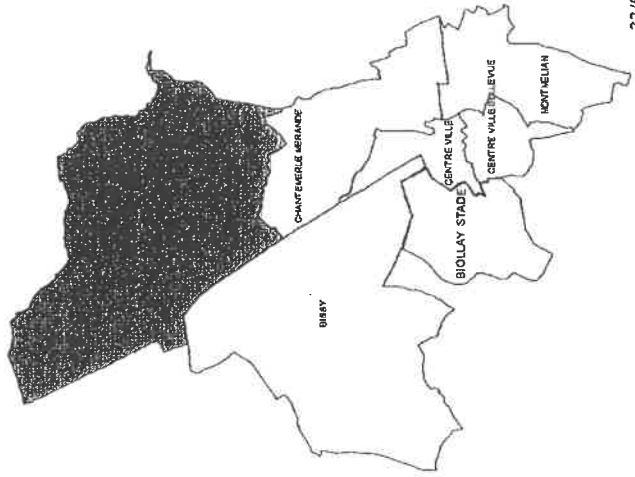


Quartier de CHAMBERY-LE-HAUT

En termes d'offre et de fréquentation commerciale, le quartier de Chambéry-le-Haut n'est pas le moins bien desservi au sein de la commune.

Mais sa taille, sa morphologie étirée et son éloignement du centre-ville augmentent de façon objective le sentiment de « sous équipement commercial » ressenti par les populations résidentes.

En dehors du quartier, la consommation se fait de manière éclatée entre le centre commercial Chamnord et le centre-ville, sans oublier la montée en puissance du pôle du Grand Verger (ZA de la Leyesse).



Secteur d'achat	Montant des apports en €	%
AILLEURS	17 322 000	23,6
CENTRE VILLE ET AUTRES QUARTIERS	26 318 000	36,4
CHAMBERY LANDIERS	19 822 000	27,5
CHAMBERY LE HAUT	9 000 000	12,5
TOTAL	72 261 000	100

Tableau 22 : destination des achats des habitants du quartier de Chambéry-le-Haut / Tous produits (dont services)

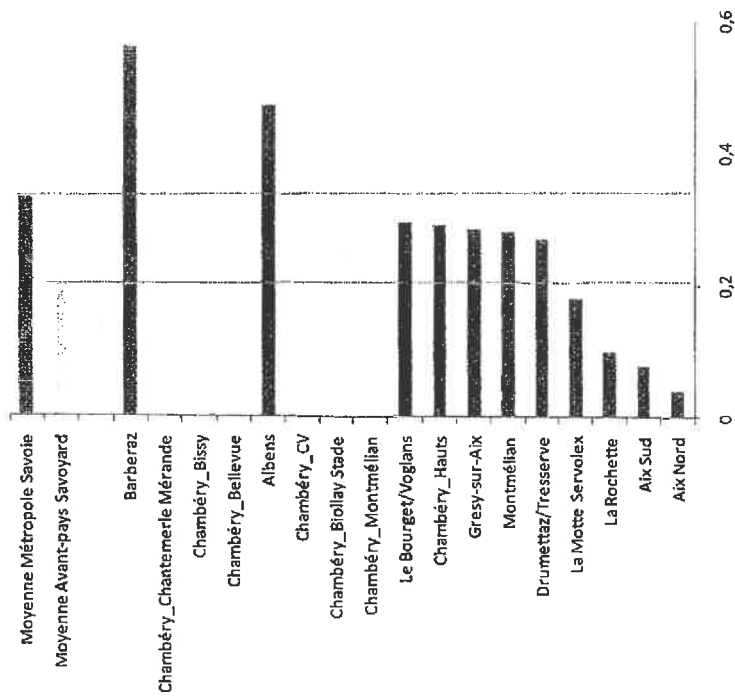
Secteur d'achat	Montant des apports en €	%
CENTRE VILLE ET QUARTIERS	7 172 000	24,4
AILLEURS	4 622 000	15,7
CHAMBERY LANDIERS	10 645 000	36,1
CHAMBERY LE HAUT	7 000 000	23,8
TOTAL	29 439 000	100

Tableau 23 : destination des achats des habitants du quartier de Chambéry-le-Haut / Produits alimentaires

Secteur d'achat	Montant des apports en €	%
AILLEURS	12 499 000	29,2
CENTRE VILLE ET AUTRES QUARTIERS	19 146 000	44,7
CHAMBERY LANDIERS	9 177 000	21,4
CHAMBERY LE HAUT	2 000 000	4,6
TOTAL	42 822 000	100

Tableau 24 : destination des achats des habitants du quartier de Chambéry-le-Haut / Produits non alimentaires (hors services)

Activité Alimentaire
considérée comme manquante par la population résidente



3- Analyse des besoins exprimés par les ménages chambériens

L'offre commerciale du centre-ville de Chambéry et de ses quartiers est en situation de régression pour un certain nombre d'activités et de segments de l'offre, et notamment l'alimentaire.

En corollaire, l'analyse des comportements de mobilité des chambériens dans leurs pratiques d'achat montre globalement une grande mobilité et un faible enracinement dans la proximité.

Il convient de vérifier si la mobilité de consommation est voulue et s'intègre normalement dans un cycle de déplacements quotidiens, ou s'il s'agit d'une mobilité subie nécessitant une action de la collectivité locale.

Globalement, le sentiment « d'insuffisance » de proximité est particulièrement ressenti dans les quartiers chambériens (graphique 1).

Les besoins exprimés correspondent essentiellement à la demande de commerces et produits alimentaires (entre 37 et 56 % selon les quartiers).

Dans une moindre mesure, certains commerces de culture-loisirs (livre, papeterie, magazines-journaux, articles de sport) sont également considérés comme manquants, ainsi que l'équipement de la personne.

Quartier du CENTRE-VILLE

L'activité considérée comme manquante par les résidents est principalement l'alimentaire (44 %).

12 % des réponses concernent l'équipement de la personne.

Quelles sont aujourd'hui les 3 principales activités de commerce ou de services que vous aimeriez raisonnablement trouver dans votre quartier et que vous êtes aujourd'hui obligé de trouver ailleurs ?	Fréq.
CENTRE COMMERCIAL	4%
VIANDE VOLAILLE	9%
FRUITS ET LEGUMES FRAIS	7%
BOUTIQUE DE LUXE	2%
FNAC	2%
FNAC, VIRGIN	2%
IL MANQUE TOUT	2%
LOISIRS	2%
SUPERETTE	2%
SUPERMARCHÉ	2%
TABAC	2%
PAIN FRAIS SEUL	5%
CHARCUTERIE PLATS CUISINES	5%
EPICERIE	5%
LAIT OEUFS PRODUITS LAITIERS	5%
BRICOLAGE INTERIEUR	5%
VETEMENTS ET CHAUSSURES DE SPORT	4%
PRET A PORTER FEMININ	4%
BRICOLAGE EXTERIEUR	4%
DECORATION INTERIEURE	4%
ARTICLES DE SPORT (HORS VETEMENTS)	4%
COIFFEUR	4%
PATISSERIE FRAICHE SEUL	2%
PRODUITS SURGELES	2%
VETEMENTS 0-5 ANS	2%
PRET A PORTER MASCULIN	2%
GROS MOBILIER	2%
GROS ELECTROMENAGER	2%
DISQUES CASSETTES PELICULLES	2%
DISQUES, CASSETTES, PELICULLES	2%
REVUES MAGAZINES JOURNAUX	2%
CINEMA	2%
RESTAURANT	2%

Quartier du CENTRE-VILLE / BELLEVUE

55 % des résidents souhaiteraient trouver plus d'alimentaire dans le quartier.

26 % des souhaits concernent les commerces de culture et loisirs (sport, journaux, papeterie, librairie).

Quelles sont aujourd'hui les 3 principales activités de commerce ou de services que vous aimeriez raisonnablement trouver dans votre quartier et que vous êtes aujourd'hui obligé de trouver ailleurs ?	Fréq.
EPICERIE	20%
VIANDE VOLAILLE	7%
BRICOLAGE INTERIEUR	7%
POISSONS FRAIS	6%
ARTICLES DE SPORT (HORS VETEMENTS)	6%
FRUITS ET LEGUMES FRAIS	4%
PAIN FRAIS SEUL	4%
VETEMENTS ET CHAUSSURES DE SPORT	4%
DROGUERIE	4%
LAIT OEUF PRODUITS LAITIERS	3%
GROS MOBILIER	3%
DECORATION INTERIEURE	3%
DISQUES CASSETTES PELICULES	3%
APPAREILS PHOTO VIDEO MUSIQUE	3%
CHARCUTERIE PLATS CUISINES	1%
VIN APERITIFS ALCOOLS	1%
PRODUITS SURGELES	1%
LINGERIE FEMININE SOUS VETEMENTS HOMME	1%
PETIT MOBILIER	1%
PETIT ELECTROMENAGER	1%
BRICOLAGE EXTERIEUR	1%
APPAREILS RADIO TV HIFI	1%
REVUES MAGAZINES JOURNAUX	1%
LIVRES	1%
PAPETERIE	1%
PRODUITS PHARMACEUTIQUES ET PARAPHARMACEUTIQUES	1%
CINEMA	1%
ARTICLE DE FOOT	1%
IKEA	1%
TOTAL OBS.	100%



Quartier du BIOLLAY / STADE

L'alimentaire spécialisé ou artisanal est cité comme manquant dans 37 % des cas.

24 % des demandes concernent l'équipement de la personne.

Quelles sont aujourd'hui les 3 principales activités de commerce ou de services que vous aimeriez raisonnablement trouver dans votre quartier et que vous êtes aujourd'hui obligé de trouver ailleurs ?	Fréq.
-VIANDE VOLAILLE	11,86%
EPICERIE	10,17%
PRET A PORTER FEMININ	10,17%
PRET A PORTER MASCULIN	8,47%
DISQUES CASSETTES PELICULLES	6,78%
PATISserie FRAICHE SEUL	5,08%
PAIN FRAIS SEUL	5,08%
BRICOLAGE INTERIEUR	5,08%
CHAUSSURES DE VILLE	3,39%
BRICOLAGE EXTERIEUR	3,39%
FRUITS ET LEGUMES FRAIS	1,69%
POISSONS FRAIS	1,69%
LAIT OEufs PRODUITS LAITIERS	1,69%
VETEMENTS ANS	1,69%
ACCESSOIRES D HABILLEMENT / BIJOUX	1,69%
FANTAISIE	1,69%
PETIT MOBILIER	1,69%
APPAREILS RADIO TV HIFI	1,69%
APPAREILS PHOTO VIDEO MUSIQUE	1,69%
LIVRES	1,69%
LAVERIE PRESSING	1,69%
MEDECIN GENERALISTE	1,69%
COIFFEUR	1,69%
CINEMA, FNAC, IKEA	1,69%
DROGUERIE	1,69%
IL MANQUE TOUT	1,69%
PARFUMERIE	1,69%
POSTE	1,69%
PRESSING	1,69%
TOTAL OBS.	100,00%

Quartier de BISSY

53 % des activités considérées comme étant manquantes sont alimentaires, dont 50 % concernent des commerces spécialisés ou artisanaux.

20 % concernent les activités de culture loisirs.

Quelles sont aujourd'hui les 3 principales activités de commerce ou de services que vous aimeriez raisonnablement trouver dans votre quartier et que vous êtes aujourd'hui obligé de trouver ailleurs ?	Fréq.
EPICERIE	13,64%
VIANDE VOLAILLE	12,12%
FRUITS ET LEGUMES FRAIS	7,58%
PRET A PORTER FEMININ	7,58%
PAIN FRAIS SEUL	6,06%
CHARCUTERIE PLATS CUISINES	4,55%
POISSONS FRAIS	3,03%
VETEMENTS ET CHAUSSURES DE SPORT	3,03%
PRET A PORTER MASCULIN	3,03%
OPTIQUE MEDICALE	3,03%
LIVRES	3,03%
PRODUITS PHARMACEUTIQUES ET PARAPHARMACEUTIQUES	3,03%
LAIT OEUF PRODUITS LAITIERS	1,52%
VETEMENTS ANS	1,52%
LINGE DE MAISON TISSU D AMEUBLEMENT	1,52%
BRICOLAGE INTERIEUR	1,52%
DECORATION INTERIEURE	1,52%
APPAREILS RADIO TV HIFI	1,52%
DISQUES CASSETTES PELICULLES	1,52%
REVUES MAGAZINES JOURNAUX	1,52%
CARBURANTS	1,52%
BANQUES ASSURANCES	1,52%
MEDECIN SPECIALISTE	1,52%
LABORATOIRE D ANALYSE MEDICALE	1,52%
RESTAURANT	1,52%
CORDONNIER CLES REPARATION	1,52%
CHAUSSURES	1,52%
COMMERCE ALIMENTAIRE BIO	1,52%
FNAC	1,52%
HARD DISCOUNT ALIMENTAIRE	1,52%
IL MANQUE TOUT	1,52%
SUPERETTE	1,52%
SUPERMARCHE	1,52%
TOTAL OBS.	100,00%

Quartier de CHANTEMERLE MERANDE

55 % des demandes concernent l'alimentaire, essentiellement spécialisé.

25 % concernent les commerces de culture-loisirs.

Quelles sont aujourd'hui les 3 principales activités de commerce ou de services que vous aimeriez raisonnablement trouver dans votre commune ou le canton et que vous êtes aujourd'hui obligé de trouver ailleurs ?	Fréq.
COMMERCE ALIMENTAIRE BIO	2%
COMMERCE ALIMENTAIRE DE QUALITE	2%
DEPOT VENTE	2%
DROGUERIE	2%
SUPERMARCHÉ	2%
TABAC	2%
PAIN FRAIS SEUL	12%
VIANDE VOLAILLE	12%
LIVRES	10%
EPICERIE	8%
FRUITS ET LEGUMES FRAIS	6%
REVUES MAGAZINES JOURNAUX	6%
PATISSERIE FRAICHE SEUL	4%
CHARCUTERIE PLATS CUISINES	4%
LAIT OEUFS PRODUITS LAITIERS	4%
COIFFEUR	4%
POISSONS FRAIS	2%
VETEMENTS ET CHAUSSURES DE SPORT	2%
VETEMENTS A ANS	2%
GRAINES PLANTES FLEURS	2%
DECORATION INTERIEURE	2%
DISQUES CASSETTES PELICULLES	2%
JEUX JOUETS	2%
BANQUES ASSURANCES	2%
LAVERIE PRESSING	2%
MEDICIN GENERALISTE	2%
LABORATOIRE D'ANALYSE MEDICALE	2%
TOTAL OBS.	100%

Quartier du FAUBOURG MONTMELIAN

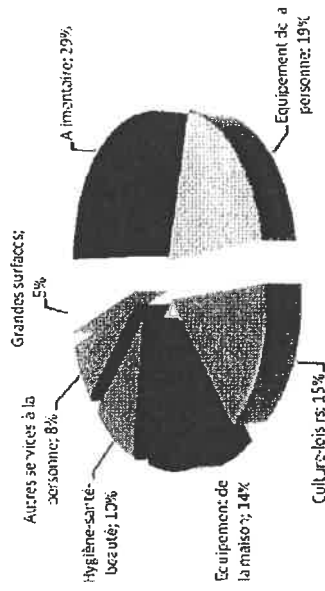
Dans 37 % des cas, l'alimentaire est considéré comme manquant.

Ce manque concerne également les activités de culture-loisirs (26 %) ainsi que l'équipement de la personne (20 %).

Quelles sont aujourd'hui les 3 principales activités de commerce ou de services que vous aimeriez raisonnablement trouver dans votre commune ou le canton et que vous êtes aujourd'hui obligé de trouver ailleurs ?	Fréq.
PRET A PORTER FEMININ	12,31%
VIANDE VOLAILLE	10,77%
BRICOLAGE INTERIEUR	7,69%
LIVRES	7,69%
PAIN FRAIS SEUL	6,15%
EPICERIE	6,15%
POISSONS FRAIS	4,62%
PRET A PORTER MASCULIN	4,62%
FRUITS ET LEGUMES FRAIS	3,08%
REVUES MAGAZINES JOURNAUX	3,08%
DROGUERIE	3,08%
SUPERETTE	3,08%
PATISserie FRAICHE SEUL	1,54%
CHARCUTERIE PLATS CUISINES	1,54%
VETEMENTS ET CHAUSSURES DE SPORT	1,54%
CHAUSSURES DE VILLE	1,54%
VETEMENTS ENFANTS A ANS AVEC SS	1,54%
VETEMENTS	1,54%
GROS MOBILIER	1,54%
PETIT ELECTROMENAGER	1,54%
GROS ELECTROMENAGER	1,54%
VAISSELLE ARTS DE LA TABLE	1,54%
BRICOLAGE EXTERIEUR	1,54%
APPAREILS RADIO TV HIFI	1,54%
DISQUES CASSETTES PELICULES	1,54%
PAPETERIE	1,54%
PRODUITS PHARMACEUTIQUES ET PARAPHARMACEUTIQUES	1,54%
RESTAURANT	1,54%
CORDONNIER CLES REPARATION CHAUSSURES	1,54%
CULTURA, IKEA	1,54%
TRAITEUR	1,54%
TOTAL OBS.	100,00%

Quartier de CHAMBERY-LE-HAUT

Activités ou services manquants



L'identification des commerces « manquants » et susceptibles de pouvoir (ou vouloir) s'implanter sur Chambéry-le-Haut est une préoccupation récurrente du Conseil de quartier.

L'enquête de consommation réalisée par la Chambre de Commerce et d'Industrie permet, dans une certaine mesure, d'en établir l'éventail et la faisabilité.

Les besoins exprimés sur Chambéry-le-Haut concernent, par ordre décroissant, les secteurs de l'alimentaire, l'équipement de la personne, culture-loisirs, l'équipement de la maison, et l'hygiène-santé-beauté.

En comparaison des enquêtes récentes menées par l'organisme consulaire, la principale caractéristique des demandes sur Chambéry-le-Haut est l'importance du renforcement souhaité en desserte alimentaire spécialisée (29 %).

Tableau de synthèse

Quelles sont aujourd'hui les 3 principales activités de commerce au de services que vous aimez raisonnablement trouver dans votre quartier et que vous êtes aujourd'hui obligé de trouver ailleurs ?

PRODUIT	ACTIVITE	% réponses	PRODUIT	ACTIVITE	% réponses
VIANDE VOLAILLE	ALIMENTAIRE	10,04%	CORDONNIERIES REPARATION	SERVICES	0,66%
ÉPICERIE	ALIMENTAIRE	8,73%	CHAUSSURES	SERVICES	0,66%
PAIN FRAISSEUL	ALIMENTAIRE	6,11%	OPTIQUE MEDICALE	SERVICES	0,66%
PRÊT À PORTER FEMININ	PERSONNE	5,90%	RESTAURANT	AUTRE	0,44%
FRUITS ET LEGUMES FRAIS	ALIMENTAIRE	4,59%	TABAC	SERVICES	0,44%
BRICOLAGE INTERIEUR	MAISON	3,93%	ACTIVITES CULTURELLES	SERVICES	0,44%
LIVRES	CULTURE-LOISIRS-JARDIN	3,93%	BANQUES ASSURANCES	SERVICES	0,44%
PRÊT À PORTER MASCULIN	PERSONNE	3,28%	CINEMA	SERVICES	0,44%
CHARCUTERIE PLATS CUISINES	ALIMENTAIRE	2,84%	LAVERIE PRESSING	SERVICES	0,44%
POISSONS FRAIS	ALIMENTAIRE	2,84%	MAGASIN DE VETEMENT	PERSONNE	0,44%
PA TISSERIE FRAICHE SEULE	ALIMENTAIRE	2,62%	MERCERIE	MAISON	0,44%
DISQUES, CASSETTES, PELICULES	CULTURE-LOISIRS-JARDIN	2,40%	PA PETERIE	CULTURE-LOISIRS-JARDIN	0,44%
GALERIE MARCHANDE, CENTRE COMMERCIAL, GRANDE SURFACE	PÔLE COMMERCIAL	2,40%	POSTE	SERVICES	0,44%
LAIT ŒUFS PRODUITS LAITIERS	ALIMENTAIRE	2,18%	PRODUITS SURGELES	ALIMENTAIRE	0,44%
LABORATOIRE D'ANALYSE MEDICALE	SERVICES	1,97%	ACCESSOIRES	PERSONNE	0,22%
REVUES MAGAZINES JOURNAUX	CULTURE-LOISIRS-JARDIN	1,97%	D'HABILLEMENT/BIJOUX FANTAISIE	SERVICES	0,22%
VETEMENTS ET CHAUSSURES DE SPORT	CULTURE-LOISIRS-JARDIN	1,97%	AGENCE DE VOYAGE	CULTURE-LOISIRS-JARDIN	0,22%
DROGUERIE	MAISON	1,75%	ATELIER DE PEINTURE	PERSONNE	0,22%
ARTICLES DE SPORT (HORS VETEMENTS)	CULTURE-LOISIRS-JARDIN	1,53%	BOUTIQUE DE LUXE	SERVICES	0,22%
CHAUSSURES DE VILLE	PERSONNE	1,53%	CARBURANTS	CULTURE-LOISIRS-JARDIN	0,22%
BRICOLAGE EXTERIEUR	MAISON	1,31%	DEPOT VENTE	SERVICES	0,22%
COIFFEUR	SERVICES	1,31%	ETABLISSEMENT POUR LES JEUNES	SERVICES	0,22%
DECORATION INTERIEURE	MAISON	1,31%	GARDERIE	CULTURE-LOISIRS-JARDIN	0,22%
GROS ELECTROMENAGER	MAISON	1,31%	GRAINES PLANTES FLEURS	MAISON	0,22%
FNAC	CULTURE-LOISIRS-JARDIN	1,09%	IKEA	CULTURE-LOISIRS-JARDIN	0,22%
GROS MOBILIER	MAISON	1,09%	JEUX JOUETS	CULTURE-LOISIRS-JARDIN	0,22%
PEIT ELECTROMENAGER	MAISON	1,09%	LINGE DE MAISON TISSU D'AMEUBLEMENT	MAISON	0,22%
PEIT MOBILIER	MAISON	1,09%	LINGERIE FEMININE SOUS VETEMENTS	PERSONNE	0,22%
VETEMENTS ENFANT	PERSONNE	1,09%	HOMME	CULTURE-LOISIRS-JARDIN	0,22%
APPAREILS RADIO TV HIFI	CULTURE-LOISIRS-JARDIN	0,87%	LOISIRS	SERVICES	0,22%
MEDICIN GENERALISTE / SPECIALISTE	SERVICES	0,87%	MEDIA THEQUE	HYGIENE SANTE BEAUTE	0,22%
PRODUITS PHARMACEUTIQUES ET PARAPHARMACEUTIQUES	HYGIENE SANTE BEAUTE	0,87%	PARFUMERIE	SERVICES	0,22%
SUPERETTE	ALIMENTAIRE	0,87%	PISCINE	SERVICES	0,22%
APPAREILS PHOTO VIDEO MUSIQUE	CULTURE-LOISIRS-JARDIN	0,66%	PRESSING	SERVICES	0,22%
CINEMA	SERVICES	0,66%	SALLE DE SPORT	SERVICES	0,22%
COMMERCE ALIMENTAIRE BIO	ALIMENTAIRE	0,66%	TRAITEUR	ALIMENTAIRE	0,22%
			VAISSELLE ARTS DE LA TABLE	MAISON	0,22%
			VIN APERITIFS ALCOOLS	ALIMENTAIRE	0,22%
				TOTAL REPONSES:	



PRISE EN COMPTE DE L'IMPACT DES PROJETS COMMERCIAUX ET URBAINS

La réalisation de différents projets à court et moyens terme peut renforcer ou infirmer la pertinence de la mise en œuvre du droit de préemption

Impact lié au nouveau pôle des Halles et à l'implantation de supérettes

En l'état, le centre-ville et les quartiers de Chambéry totalisent (y compris le Leclerc du Grand Verger) 62 des 140 millions d'Euros de la consommation alimentaire locale annuelle des Chambériens. Le différentiel est de l'ordre de 78 millions d'Euros

D'après les différentes études disponibles, le redéploiement de l'offre alimentaire dans les futures Halles (Monoprix et marché couvert/et de plein air) aura un effet largement positif, mais ne pourra que partiellement combler le déficit de proximité alimentaire.

Par ailleurs, on peut estimer le total des projets de supérettes à moins de 9 millions d'Euros annuels supplémentaires pour le centre-ville.

Enfin, une réaffectation d'usage des nouveaux commerces alimentaires, à l'initiative des propriétaires de fonds, n'est pas à exclure.

De ce fait, l'application du Droit de Préemption permettrait de consolider et sécuriser les orientations actuelles du marché.

Impact de la découverte de la Leysse

La concertation relative à la reconquête de l'axe de la Leysse en est à son début. Elle devra identifier les problématiques d'impact direct ou indirect du projet sur le commerce de proximité, et notamment sur l'accessibilité et le parage dédiés au commerce alimentaire.

Droit de préemption et développement durable

L'exercice du droit de préemption devra également prendre en compte l'implantation des points de vente sur des axes permettant la limitation des déplacements automobiles

L'actuel bilan de mobilité de consommation des ménages, pour les secteurs constitutifs du centre ville de Chambéry (estimation CCITS ci-dessous), met en lumière les enjeux liés aux déplacements centre/périphérie :

- l'importance de préserver un maillage de proximité afin d'éviter les déplacements subis, au moins pour les produits banals,
- la nécessité de traiter les axes de desserte des polarités commerciales majeures dans toute opération modifiant la structure de la voirie.

Etape 4 : estimation et répartition des km automobiles générés par point de vente (secteurs centre ville)

Lieu d'achat	Total (Appoints) q	Parts de marché alim	Ménages résidents	Parts modales auto	Frequences hebd	Nombre déplac. hebdo	Nombre déplac. Annuel	%	distances moyennes A/R	Km Générés	%
LECLERC / CHAMBERY / AV DU GRAND VERGER	6 303 754	23%	6500	90%	0,8	1063	55258	27%	4	221032	23%
CARREFOUR / CHAMBERY / AV DES LANDIERS (1097)	5 404 371	19%	6500	90%	0,8	911	47374	23%	7	331618	34%
MONOPRIX / CHAMBERY / PL DE L HOTEL DE VILLE (5)	3 754 420	14%	6500	15%	2,5	330	17141	8%	1	17141	2%
PETIT COMMERCE DU SECTEUR	3 362 038	12%	6500	15%	2,5	295	15350	8%	1	15349,6	2%
PETIT COMMERCE HORS SECTEUR	2 500 000	9%	6500	90%	0,8	421	21915	11%	4	87658,8	9%
CARREFOUR / BASSENS / R CENTRALE	1 998 465	7%	6500	90%	0,8	327	16992	8%	7	118945	12%
MARCHE DU SECTEUR	1 200 000	4%	6500	15%	0,8	34	1753	1%	1	1753,18	0%
SUPER U / MOTTE SERVOLEX (LA) / R LAVOISIER (75)	655 775	2%	6500	90%	0,8	111	5775	3%	9	51972,7	5%
ALDI / CHAMBERY / R LOUIS BERIOT	512 883	2%	6500	90%	0,8	86	4495	2%	7	31468	3%
LEADER PRICE / ST ALBAN LEYSSE / AV DE CHAMBERY	396 772	1%	6500	90%	0,8	67	3478	2%	8	27824,4	3%
CASABIO / CHAMBERY / QU DE RIZE	360 227	1%	6500	90%	0,8	61	3158	2%	3	9473,12	1%
LEADER PRICE / CHAMBERY / AV DES LANDIERS	280 425	1%	6500	90%	0,8	47	2458	1%	7	17207,2	2%
SUPER U / COGNIN / CC DE L EPINE	250 584	1%	6500	90%	0,8	42	2195	1%	6	13169	1%
LIVRAISON A DOMICILE	246 093	1%	6500	90%	0,8	41	2157	1%			
LIDL / ST ALBAN LEYSSE / R DE LA MARTINIERE	224 331	1%	6500	90%	0,8	38	1965	1%	7	13752,9	1%
SUPER U / RAYOIRE (LA) / R DU PRE RENAUD	151 748	1%	6500	90%	0,8	26	1330	1%	9	11971,8	1%
HALLS SAVOYARDES (LES) / ST ALBAN LEYSSE / AV DE CHAMBERY (616)	107 867	0%	6500	90%	0,8	18	945	0%	7	6618,84	1%
BASSENS / CC GALLON	37 534	0%	6500	90%	0,8	6	330	0%	6	1979,37	0%
INTERNET	30 767	0%	6500		0,8	0	0	0%			
WPC	25 030	0%	6500		0,8	0	0	0%			
INTERMARCHÉ / VIVIERS DU LAC / LA COUA	16 444	0%	6500	90%	0,8	3	144	0%	13	1873,9	0%
TOTAL	27 762 198	100%	6500			3927	204213	100%		980810	100%

Lecture du tableau : Le Monoprix capte 14% des achats alimentaires des habitants du quartier du centre ville (découpage CCITS) et génère 2% des kilomètres motorisés. Le Leclerc capte quant à lui 23% de leurs achats et génère 23% des kilomètres motorisés. Carrefour Chamnord capte 19% des achats et génère 34% des kilomètres parcourus.

Conclusion

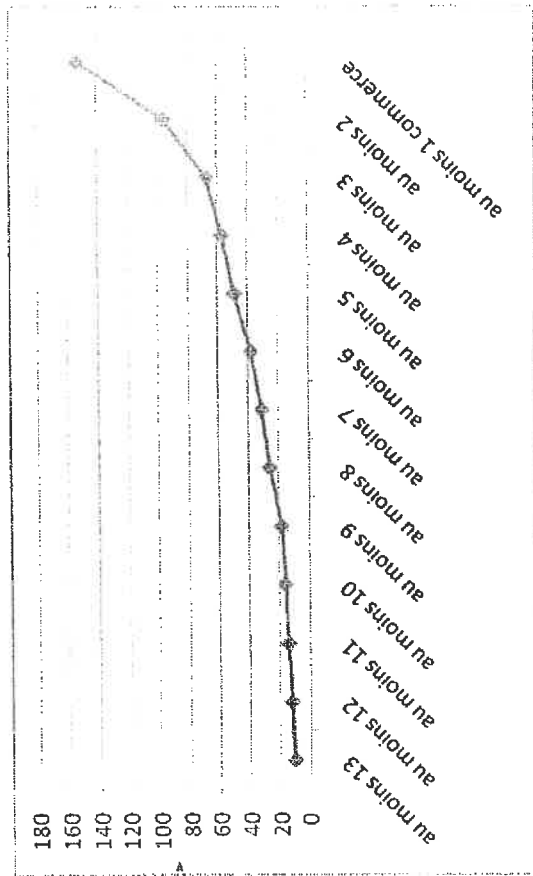
L'analyse croisée de l'évolution des tissus commerciaux constitutifs de la ville de Chambéry, l'étude des comportements d'achats des ménages locaux et l'expression de leurs besoins, convergent vers le constat d'une régression de la diversité commerciale sur les activités de proximité, principalement dans le secteur alimentaire (malgré l'embellie actuelle), et milite en faveur de mesures spécifiques tendant à en assurer la pérennité sur la ville de Chambéry.

PRECISIONS RELATIVES A LA DEFINITION DUES) PERMETTRE(S) DE PREEMPTION

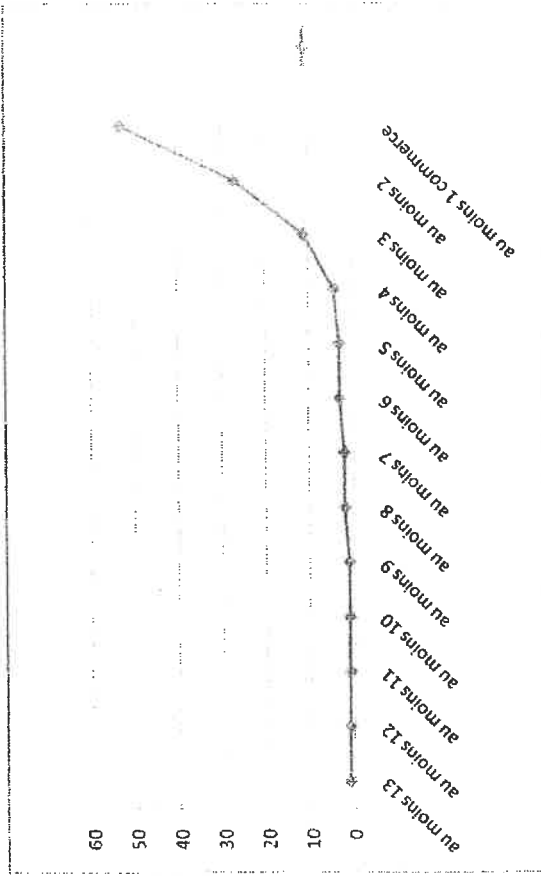
Le projet de délibération municipale du mois de décembre 2007 délimitait le périmètre de préemption comme suit :

- le secteur sauvegardé,
- la future ZPPAUP, ces deux zonages relevant de critères relatifs au patrimoine et à la morphologie urbaine.
- les zones urbaines sensibles. Pour ces dernières, le zonage est défini par arrêté ministériel.

Il paraissait pertinent de confronter ces périmètres à la réalité des implantations et linéaires commerciaux afin d'en apprécier la cohérence



Rues de Chambéry disposant d'une activité commerciale en magasin



Rues de Chambéry disposant d'une activité alimentaire en magasin

Linéaires et les lieux du commerce à Chambéry (limites communales)

Le commerce Chambérien s'organise sur 153 rues disposant d'au moins une activité commerciale (commerces et services en magasin hors restauration).

Une soixantaine de commerces ont une implantation « isolée ». A l'opposé, une dizaine de rues disposent d'au moins 13 commerces.

La cartographie réalisée par les services de la ville (en relation avec la Métropole Savoie à partir de la base COFACE) confirme la faible diffusion des équipements commerciaux, principalement concentrés sur le centre-ville et quelques pénétrantes.

Les activités alimentaires se répartissent sur 53 rues. Une trentaine de commerces alimentaires ont une implantation isolée. A l'opposé, seule une douzaine de rues disposent d'une taille critique d'au moins 3 commerces alimentaires.

L'intervention de la collectivité locale, pour être réaliste et efficace, doit cibler prioritairement les linéaires réunissant les critères suivants :

- une taille suffisante de l'offre,
- la complémentarité de plusieurs activités alimentaires,
- des enjeux en termes de mutation d'activités (pression immobilière),
- une situation stratégique dans le tissu urbain.

Identification de linéaires stratégiques

Sur les douze rues référencées, il n'apparaît pas pertinent de prendre en compte l'avenue des Landiers, correspondant à un pôle majeur périphérique n'entrant pas dans la problématique présente.

De même, le nouveau pôle de la Boisse (ZA de la Leyse, avenue du Grand Verger) obéît à des logiques de développement de type périphérique, et se situe donc hors problématique.

Par ailleurs, le commerce alimentaire de la rue de Boigne relève d'une spécialisation peu concernée par la proximité.

En conséquence les linéaires stratégiques concernent prioritairement :

- l'avenue d'Annecy,
- l'avenue du Comte Vert,
- la rue Croix d'Or,
- la rue d'Italie,
- la rue du Sénat,
- l'avenue Jean Jaurès,
- le faubourg Maché,
- le faubourg Montmélian.

COMTE VERT

CROIX D'OR

ANNECY

ITALIE

BOIGNE

GARE

TURIN

LANDIERS

SENAT DE SAVOIE

JEAN JAURES

MACHE

FAUBOURG MONTMELIAN

Principales rues et places à linéaire alimentaire

A ces linéaires, il convient d'ajouter certaines polarités spécifiques

- en début de l'avenue de Mérande (section du 3 au 10)
- sur le Quai de Verdun
- rue Nicolas Parent (section 120 à 172)

Ces artères disposent chacune d'une complémentarité de l'offre alimentaire (boulangerie/boucherie) à conserver.

En centre-ville, le périmètre des Halles comprend, outre la rue du Sénat, plusieurs rues actuellement pourvues de commerces alimentaires : Place de Genève, rue de l'Herberie, rue Bonivard et Place de l'Hôtel de Ville. Compte tenu des effets induits par le nouveau pôle des Halles, l'opportunité d'intervention sur ce périmètre est à envisager.

Enfin, la rue sommeiller, en complémentarité avec la rue et la place de la gare constitue de même une polarité de proximité clairement identifiée, à considérer dans le projet de la future gare.

Globalement, l'ensemble des linéaires identifiés sont inclus dans le périmètre proposé en 2007.

Au total, la ville de Chambéry peut :

- conserver ce zonage généraliste, mais qui nécessitera l'examen d'un grand nombre de Déclarations d'Intention d'Aliéner, pouvant par ailleurs être considérés comme une contrainte inutile pour beaucoup de commerçants.
- cibler son intervention sur la base des artères stratégiques, éventuellement élargies à certains corridors, à partir de la cartographie établie par les services techniques de la ville de Chambéry. Cette hypothèse a l'avantage de cibler plus précisément son intervention mais peut l'exposer à certaines contestations.

Cartographies de synthèse des activités commerciales (source : ville de Chambéry/Métropole Savoie)

AVERTISSEMENT des services techniques de la Ville de Chambéry :

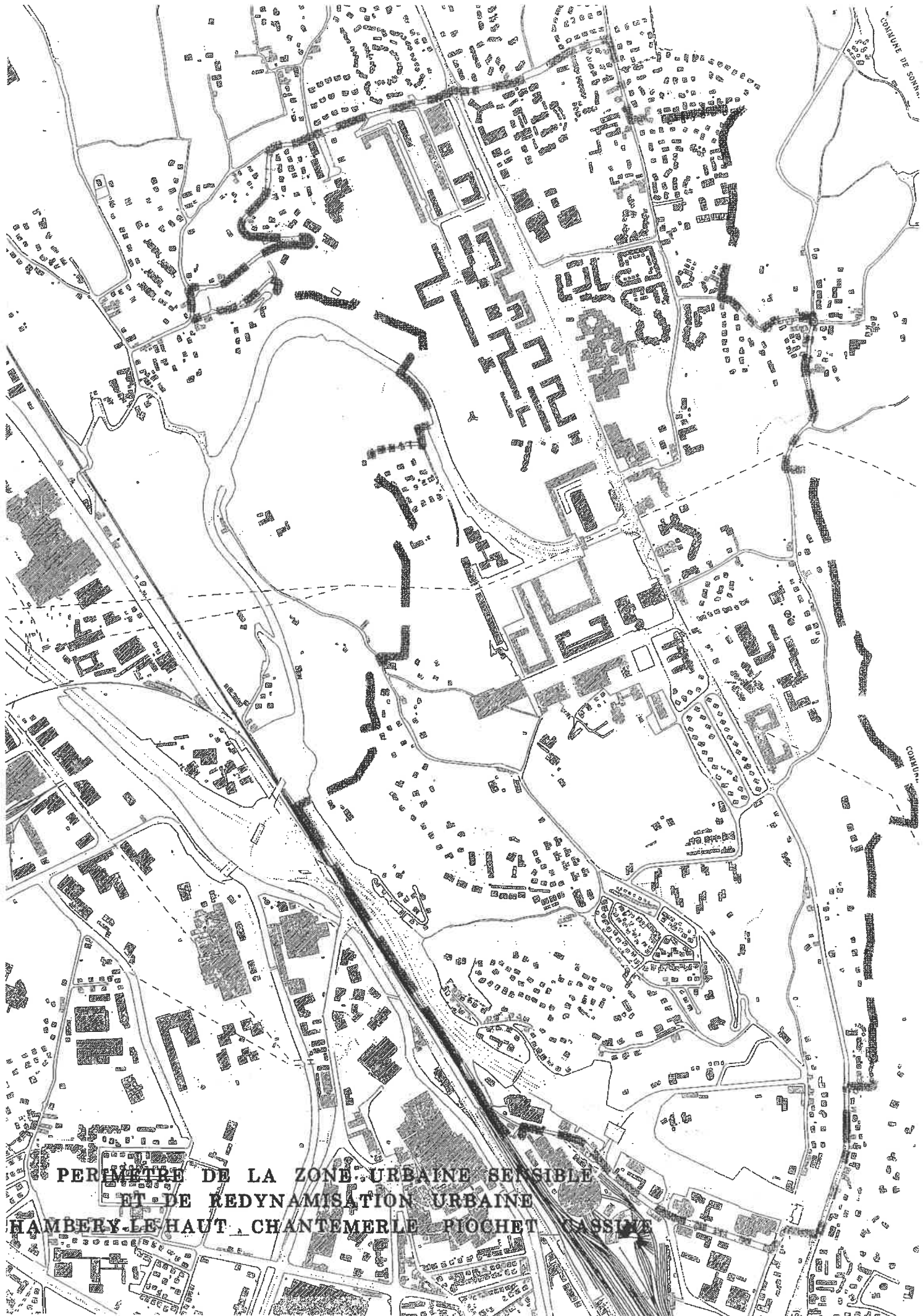
Les cartes réalisées résultent d'un traitement du fichier "COFACE", dont les données sont d'avril 2010. Le fichier d'origine compte 5 450 enregistrements correspondant à des commerces situés sur le territoire communal.

Les enregistrements qui ont un code NAF sont ventilés dans les 8 catégories représentées. Ceux qui n'ont pas d'adresse ne sont pas représentés sur les cartes. Au final, après corrections, 4 991 enregistrements ont été traités car disposant d'une adresse exploitable.

Sur les cartes, les points de localisation des types de commerces sont placés sur le point géographique de l'adresse définie dans le SIG, et non sur le local commercial. Plusieurs commerces peuvent être situés sur le même point.

PERIMETRE DE LA ZONE ZPPAUP
PERIMETRE SECTEUR SAUVEGARDE





COMMUNE DE SONNAY

CHARENTON

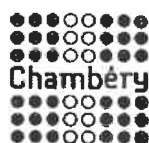
PERIMETRE DE LA ZONE URBAINE SENSIBLE
ET DE REDYNAMISATION URBAINE
HAMBERY-LE-HAUT, CHANTEMERLE, PLOCHET, CASSINE



Conception : DSI mutualisée ville de Chambéry et Chambéry métropole - service SIG

0 100 mètres

Cadastre n°13100 - propriété de R&L
Ce document ne constitue pas de preuve de la propriété de tiers.



LOCALISATION DES COMMERCES PAR QUARTIER

A

Chambéry Laurier

Légende

- Alimentaire
- Autre
- Autres Commerces et services
- Culture-Loisirs
- Equipement de la maison
- Equipement de la personne
- Hygiène Santé Beauté
- Services en Agence

Date d'édition: 23/09/2011 - date de modification: 27/09/2011

Le MAIRE de CHAMBERY certifie que la délibération N° 3 du CONSEIL MUNICIPAL de CHAMBERY prise le lundi 14 mai 2012 est exécutoire de plein droit, les formalités préalables à son entrée en vigueur ayant été effectuées :

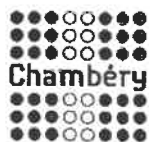
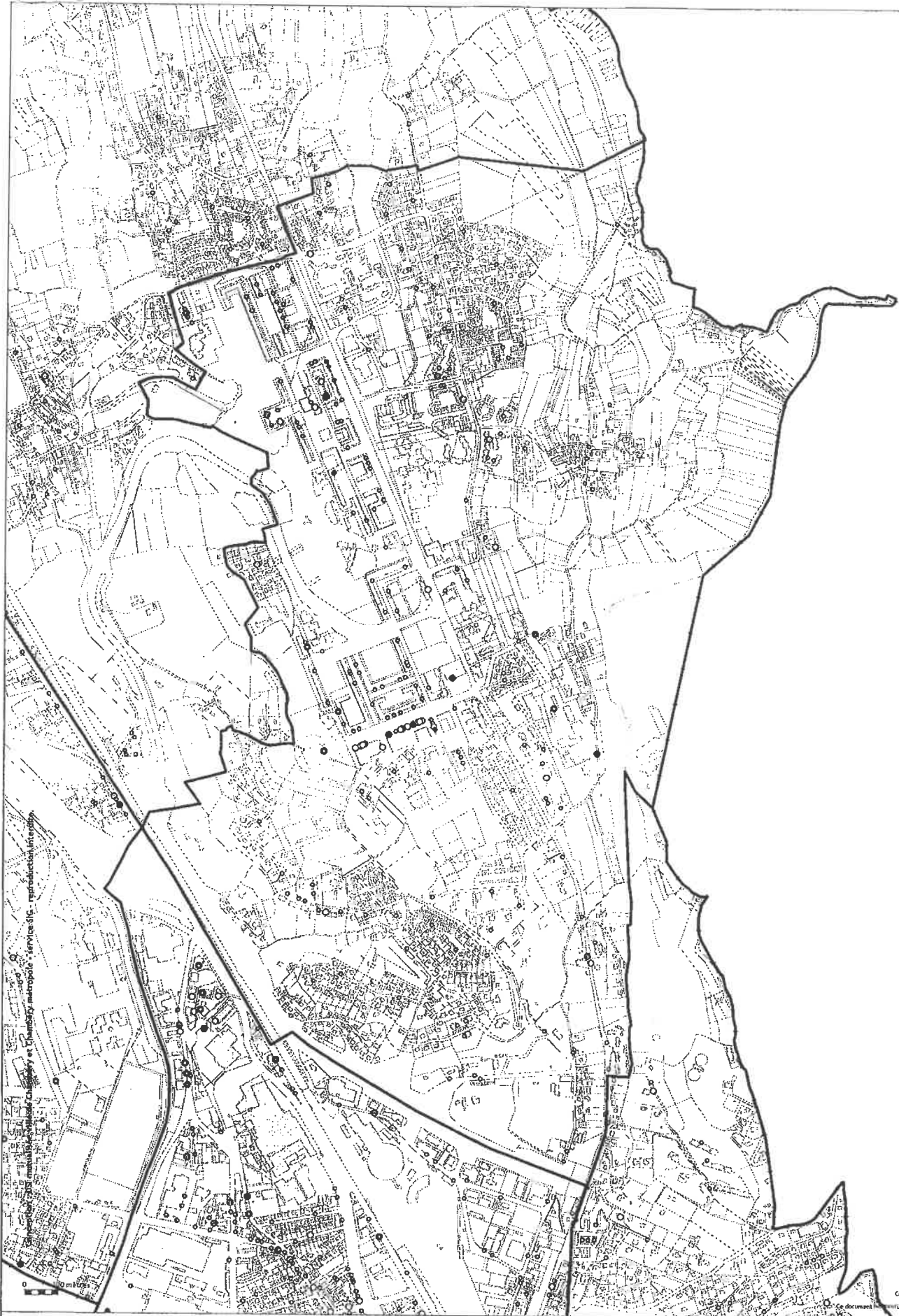
1°/ la délibération a été affichée le mercredi 16 mai 2012

2°/ la délibération a été adressée à la PREFECTURE le 16-05-2012

et reçue par elle le mercredi 16 mai 2012

Le Maire,
Pour le Maire,
L'Adjoint délégué,
Jean-Pierre Ruffier





LOCALISATION DES COMMERCES PAR QUARTIER

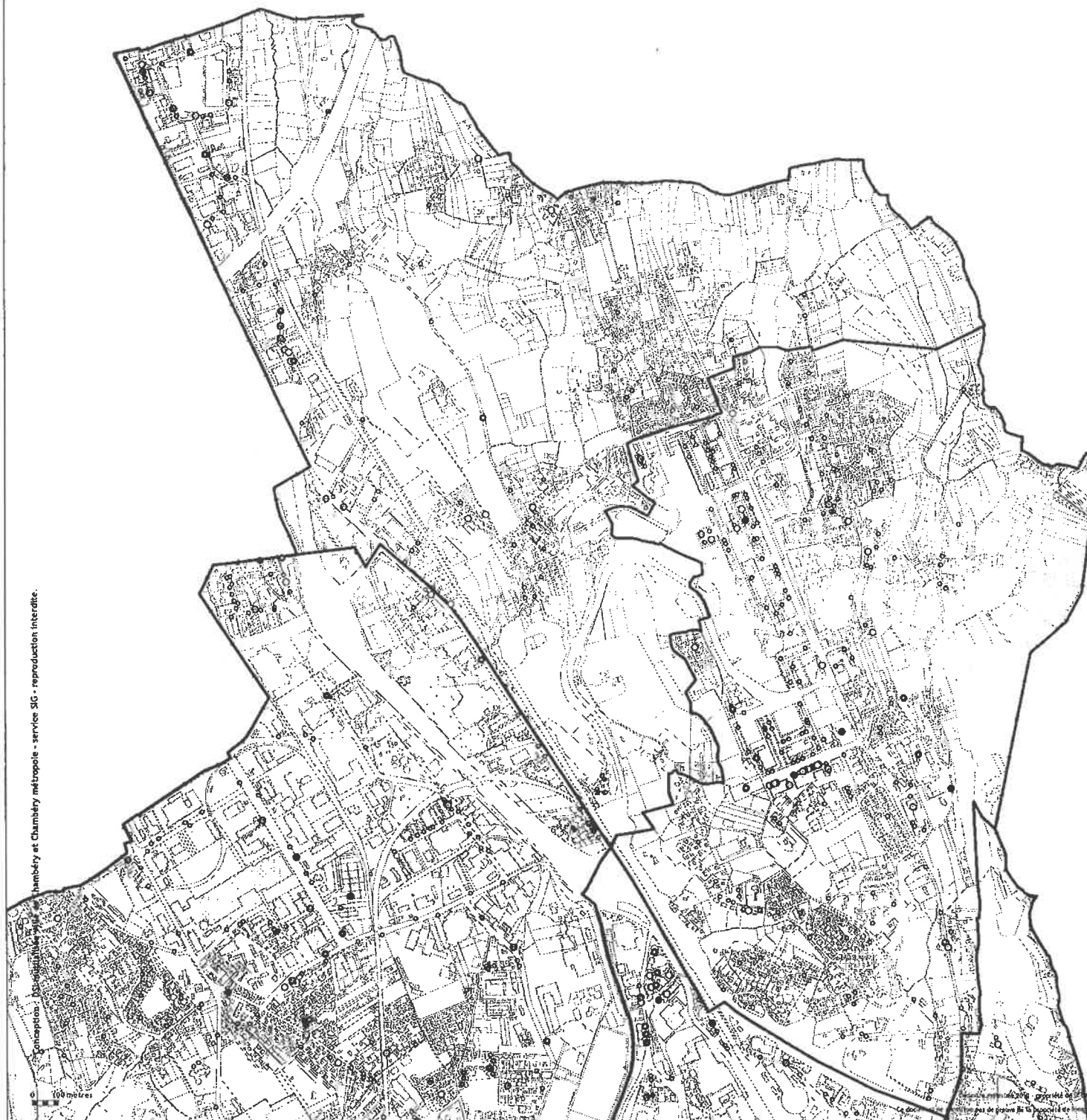
Les Hauts-de-Chambéry

Légende

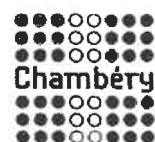
- Alimentaire
- Autre
- Autres Commerces et services
- Culture-Loisirs
- Equipement de la maison
- Equipement de la personne
- Hygiène Santé Beauté
- Services en Agence

Cadastre métroline 2010 - propriété de V&L
Ce document ne constitue pas de preuve de la propriété de biens.

Date d'édition: 23/09/2011 - date de modification: 27/09/2011



Chambéry et Chambéry métropole - service SIG - reproduction interdite.



LOCALISATION DES COMMERCES PAR QUARTIER

Chambéry-le-Vieux

Légende

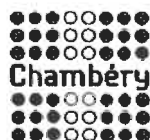
- Alimentaire
- Autre
- Autres Commerces et services
- Culture-Loisirs
- Equipement de la maison
- Equipement de la personne
- Hygiène Santé Beauté
- Services en Agence

Date d'édition: 21/09 2011 - date de modification: 27/04/2011



Conception : DSI mutualisée ville de Chambéry et Chambéry métropole - service SIG - reproduction interdite.

0 100 mètres



LOCALISATION DES COMMERCES PAR QUARTIER

A

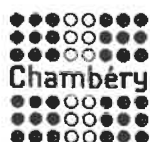
Chambéry Centre

Légende

- Alimentaire
- Autre
- ⊗ Autres Commerces et services
- Culture-Loisirs
- Equipement de la maison
- Equipement de la personne
- Hygiène Santé Beauté
- Services en Agence

Cadastre en mission 2010 - propriété de TEAS
Ce document ne constitue pas une preuve de la propriété de biens.

Date d'édition: 23/09/2011 - date de modification: 27/09/2011



LOCALISATION DES COMMERCES PAR QUARTIER

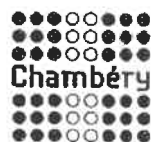
A

Chambéry Biollay

Légende

- Alimentaire
- Autre
- ⊗ Autres Commerces et services
- Culture-Loisirs
- Equipement de la maison
- Equipement de la personne
- Hygiène Santé Beauté
- Services en Agence

0 100 mètres



LOCALISATION DES COMMERCES PAR QUARTIER

Chambéry Bissy

Légende

- Alimentaire
- Autre
- Autres Commerces et services
- Culture-Loisirs
- Equipement de la maison
- Equipement de la personne
- Hygiène Santé Beauté
- Services en Agence



Cadastre municipal 2010 - propriété de l'Etat
Ce document ne constitue pas un plan de zonage



LOCALISATION DES COMMERCES PAR QUARTIER

Légende

- Alimentaire
- Autres Commerces et services
- Culture-Loisirs
- Equipement de la maison
- Equipement de la personne
- Hygiène Santé Beauté
- Services en Agence
- Autre

Conception : DSI mutualisée ville de Chambréry et Chambréry métropole - service SIG - 17 rue de la République - 59100 Chambréry



CHAMBRE
DE
COMMERCE
ET D'INDUSTRIE
DE LA SAVOIE

*Direction des Etudes et de
l'Aménagement Commercial*

Téléphone : 0 820 22 73 73 (0,09 € TTC/mn)

Télécopie : 04 79 33 56 84

dac@savoie.cci.fr

Madame Bernadette LACLAIS
Maire de Chambéry
Place de l'Hôtel de ville
73 000 CHAMBERY

Nos réf. : DEAC/ER/RM/11/15

Objet : **Projet de délibération - Droit de préemption**

Chambéry, le 6 décembre 2011

Madame le Maire,

Par courrier en date du 29 novembre 2011, vous avez bien voulu nous transmettre pour avis le projet de la Ville de Chambéry relatif à la mise en œuvre du Droit de préemption sur les fonds artisanaux, les fonds de commerce et les baux commerciaux.

La loi du 2 août 2005 et son décret d'application du 27 décembre 2007 précisent l'intervention de notre organisme consulaire comme suit : « le maire soumet pour avis le projet de délibération du conseil municipal à la chambre de commerce et d'industrie et à la chambre des métiers et de l'artisanat dans le ressort desquelles se trouve la commune. Le projet de délibération est accompagné du projet de plan délimitant le périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité et d'un rapport analysant la situation du commerce et de l'artisanat de proximité à l'intérieur de ce périmètre et les menaces pesant sur la diversité commerciale et artisanale. En l'absence d'observations de la chambre de commerce et d'industrie et de la chambre des métiers et de l'artisanat dans les deux mois de leur saisine, l'avis de l'organisme consulaire est réputé favorable. »

Avis de la Chambre de Commerce et d'Industrie Territoriale de la Savoie

Le rapport analysant la situation du commerce et de l'artisanat s'appuie sur une analyse croisée de l'évolution des tissus commerciaux des quartiers de Chambéry, l'étude des comportements d'achats et souhaits des habitants concernés. Les résultats des études et enquêtes menées convergent vers la nécessité de mettre en place des mesures spécifiques visant à assurer la pérennité du commerce de proximité, notamment dans le secteur alimentaire.

REÇU LE

13 JAN. 2012

5, rue Salteur
F-73024 Chambéry Cedex
tél. +33 (0) 820 22 73 73 (0,09 € TTC/mn)
télécopie +33 (0) 4 79 33 56 84
info@savoie.cci.fr
www.savoie.cci.fr

Urbanisme Région Savoie

CABINET
ARRIVEE : 12 JAN. 2012
ORIGINAL POUR TRAITEMENT :
COPIE POUR AVIS :
COPIE POUR INFORMATION :

CHAMBERSIGN
Echangez en toute confiance

Le projet de plan délimitant le périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité sur les trois zonages est cohérent avec l'objectif recherché :

- Si le secteur sauvegardé bénéficie d'une attractivité liée à sa qualité patrimoniale ainsi qu'à la création d'un pôle commercial d'envergure départementale, les risques d'un appauvrissement de l'offre de proximité au profit d'activités ne pouvant apporter les mêmes services à la population locale sont avérés.
- La future **Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager** intègre dans son périmètre un ensemble de rues commerçantes irrigant les faubourgs et entrées de ville. Le maintien de la mixité des fonctions urbaines, et économique doit y être accompagné.
- Enfin, les **zones sensibles** définies dans le projet cumulent un ensemble de handicaps. Dans ces quartiers, les programmes d'accompagnement social et les aménagements urbains trouvent vite leurs limites en l'absence d'un véritable volet économique. En ce sens, la mise en œuvre du droit de préemption sur les fonds et baux commerciaux constituera une avancée notable.

De ce fait, nous n'avons pas de remarques particulières à formuler sur le projet de délibération établi par le conseil municipal de la Ville de Chambéry.

Pour autant, il nous paraît important de vous soumettre plusieurs remarques visant à faciliter la mise en œuvre pratique de cette démarche d'aménagement prévisionnel du tissu commercial local :

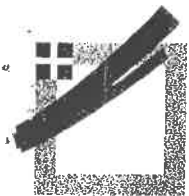
- Il convient de prévoir les ressources humaines que vous affecterez au suivi des déclarations de cession, afin d'organiser la réponse la plus rapide aux Déclarations d'Intention d'Aliéner que devront renseigner les commerçants.
- Par ailleurs, nous vous invitons à définir dès à présent les règles et procédures concernant :
 - la gestion des locaux commerciaux pendant la phase de portage,
 - l'élaboration éventuelle d'un bail de courte durée,
 - le démarchage de repreneurs potentiels,
 - le contenu du cahier des charges de cession,
 - les relations avec le propriétaire des murs commerciaux.

Vous remerciant de l'intérêt que vous voudrez bien porter à ces observations,

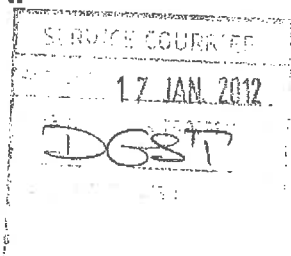
Je vous prie d'agréer, Madame le Maire, l'expression de mes salutations distinguées.

Le Président,

René CHEVALIER



CHAMBRE
DE METIERS
ET DE L'ARTISANAT
DE LA SAVOIE



Madame le Maire
VILLE DE CHAMBERY
BP 1105
73011 CHAMBERY Cedex

Chambéry, le 16 janvier 2012

PRESIDENT CHAMBRE DES METIERS DROIT DE PREEMPTION

Assemblée Générale
- Garboulis
- C. Galois
Assemblée

Objet : Droit de préemption - Ville de Chambéry

Réf. : ER/SB



Madame le Maire,

Vous nous avez saisis quant à la mise en place d'un périmètre urbain sur lequel s'appliquerait un droit de préemption des baux commerciaux et artisanaux.

Dans la mesure où cette application permettra le maintien d'une diversité commerciale et artisanale forte, notamment d'une offre alimentaire de détail de qualité, la Chambre de Métiers et de l'Artisanat ne s'oppose pas à ce projet.

Nous tenons à vous rappeler notre engagement auprès de l'artisanat, et, plus généralement, auprès de l'économie de proximité, de par nos services d'accompagnement des entreprises, que ce soit au niveau de la création ou de la transmission de celles-ci.

Nous mettons également à disposition des entreprises alimentaires, une action spécifique autour des bonnes pratiques d'hygiène et du développement commercial.

Ce projet n'appelant pas de remarque particulière de notre part, nous restons à votre disposition pour son éventuelle mise en place.

Je vous prie d'agréer, Madame le Maire, l'expression de mes salutations distinguées.

Le Président,



• Siège :
7, rue Ronde
73024 CHAMBERY CEDEX
Tél. : 04.79.69.94.00
Télécopieur : 04.79.69.94.24

• Antenne :
45, avenue Jean Jaurès
B.P. 20007 - 73201 ALBERTVILLE CEDEX
Tél. : 04.79.32.18.10
Télécopieur : 04.79.37.84.18

Courriel : contact@cma-savoie.fr
Site : www.cma-savoie.fr

