

OBSERVATOIRE DU COMMERCE

2015

METZ



Alexandre RESPAUT

Mai / Aout 2015

En partenariat avec :



OBSERVATOIRE DU COMMERCE.

1. Présentation de l'étude.
2. Méthodologie.
3. Mise en contexte.
4. Offre globale de Metz.
5. Analyse de la dynamique des secteurs.

1. PRESENTATION DE L'ETUDE

Fruit d'un partenariat lancé le 30 mars 2015, cette Observatoire du Commerce Messin est le fruit d'un travail en étroite collaboration entre Metz Métropole Développement (agence de Développement économique de la métropole de Metz) et ICN Business School (école supérieure de Commerce et de Management de Nancy-Metz).

Lors de la signature de convention de partenariat en présence de Dominique Gros, Maire de Metz et Président de Metz Métropole Développement, Jérôme Caby, Directeur Général d'ICN Business School, mais également de Patricia Sallusti, adjointe au maire de Metz en charge du commerce, de Emmanuel Brandenburger Directeur Général de Metz Métropole Développement et Philippe Albani, Directeur des relations entreprises ICN, il a été convenu que la création de cet outil répondait à un besoin d'informations sur la dynamique du commerce messin inexistantes jusqu'alors et indispensables à l'agence économique dans le but de réaliser ses missions d'accompagnement de projets commerciaux et de prospection auprès de diverses enseignes.

Ainsi, 20 étudiants de deuxième année du programme Bachelor ont recensé l'ensemble des commerces messins en suivant des critères bien précis afin de laisser place à cette étude.

L'objectif final de cette étude était d'analyser les différents pôles commerciaux au centre de Metz en mettant en évidence leurs dynamiques actuelles et les causes de celles-ci.

Ce travail pourrait ensuite être renouvelé chaque année dans le but d'apprécier les évolutions des activités commerciales sur les zones étudiées.



*Dominique Gros, Jérôme Caby et Patricia Sallusti
lors de la signature de la convention en Mars 2015.*

Source : Le Républicain Lorrain 31/03/2015

2. METHODOLOGIE.

PHASE 1 : RECENSEMENT

En collaboration avec les élèves du programme ICN Bachelor de deuxième année du Campus de Metz, un recensement terrain a été réalisé après répartition des différentes zones d'étude aux différents groupes.

Aux travers des différentes rues, les étudiants ont relevé l'ensemble des commerces en suivant certains critères précis tel que : la localisation, la vacance, le type d'activité, le linéaire vitrine ou encore sa « situation » (ex : RDC).

En plus de ce travail, une représentation photographique de chaque commerce a été demandée ainsi que le comptage de différents flux piétonniers à différents endroits de la ville.

PHASE 2 : GEOLOCALISATION

Cette seconde action a été réalisée en collaboration avec le SIG (Service Informatique de Géo localisation) de Metz Métropole. Les données collectées lors de la phase de recensement leur ont été transmises dans le but de réaliser une représentation géographique de ces dernières (en permettant la localisation des différentes cellules avec un code couleur en fonction de leur activité/vacance).

Ce service proposera :

- de qualifier les activités présentes et l'importance de la vacance,
- d'incorporer différents filtres disponibles dans le logiciel (localisation des stationnements, des lignes et arrêts de transport public, des établissements d'enseignements secondaires et supérieurs, des monuments historiques...) afin de confronter les données à différents facteurs et de pouvoir expliquer différentes dynamiques.

PHASE 3 : ENTRETIEN AVEC LES COMMERCANTS

Cette dernière étape vise à étoffer l'analyse réalisée en préalable. Il a donc été question de rencontrer les présidents des associations de commerçants dans le but d'avoir des informations plus précises sur chaque secteur. Permettant ainsi d'identifier, par un point de vue interne, certains axes expliquant la dynamique des zones étudiées.

Cependant, en raison de la période d'étude, nous n'avons pu interroger l'ensemble des présidents d'associations de commerçants.

3. MISE EN CONTEXTE.

Siège du Conseil régional de Lorraine et fort de son statut de préfecture de région, cette « ville jardin » possède de nombreux atouts s'exposant au travers de ces paysages diversifiés à la fois urbain mais également architectural, mis en valeur par ces divers points d'eau et espace verts.

Dotée d'un label internet et d'une technopole, Metz affirme son rôle fort dans les technologies de l'information de la communication.

De plus, cette cité antique est forte de son patrimoine historique et culturel, classée au patrimoine de l'UNESCO par la Cathédrale Saint-Étienne ou encore plus récemment avec l'ouverture en 2010 du Centre Pompidou qui participe au rayonnement de la ville.

Metz, au dernier recensement réalisé en 2012 est peuplée de 119 551 habitants pour un nombre de ménage de 56 542. Le revenu médian par unité de consommation s'élève à 18 265€. La population active de 15 à 64 ans de Metz quant à elle est de 57 240 personnes, avec un taux de 57,8% ayant un emploi. Parmi les catégories socio professionnelles les plus représentés sont les employés (15 087), les professions intermédiaires (12 759) ainsi que les cadres et les professions intellectuelles supérieures (9 688). *Source INSEE.*

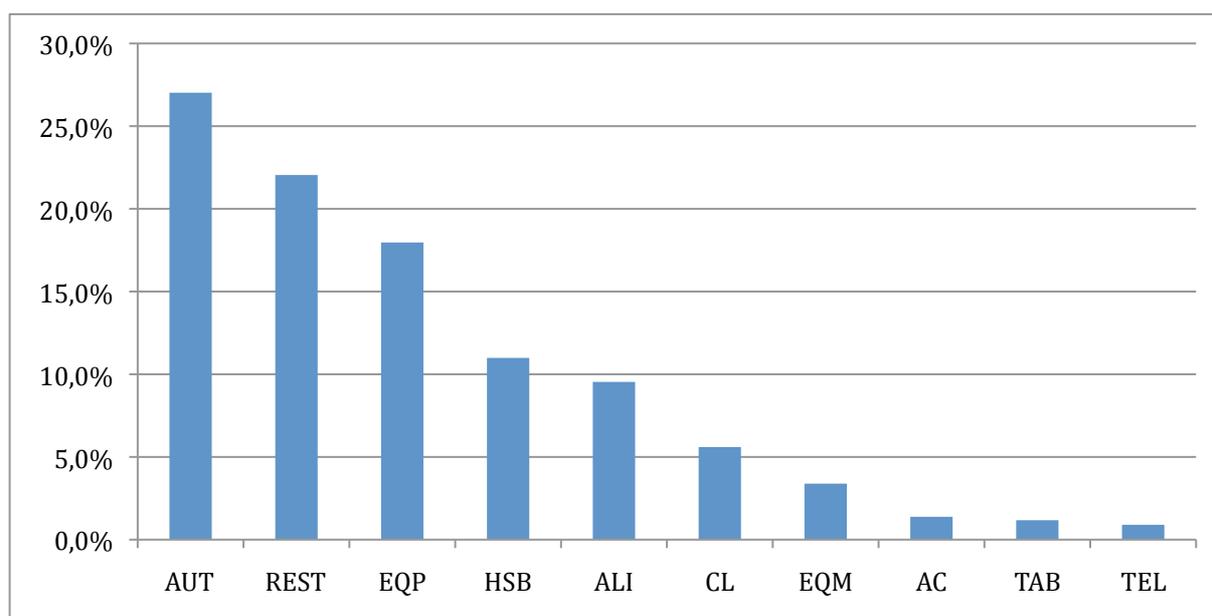
Les ménages messins, après étude de 2011, sur un budget moyen annuel de 26 555€ consacrent 34% de ce dernier à des biens de consommation courante. Les dépenses annuelles en rapport avec ce budget représentent quant à elles 12 735€ en 2013, ce qui est plutôt stable sur les dernières années. Cependant il existe des variations sur la répartitions de ces dépenses suivant les secteurs d'activité : les dépenses en alimentaire ont évolué de +7% en rapport avec 2008 (6 029€), sur ces mêmes bases, celles de l'équipement de la personne ont baissé de 6% (1 844€), celles de l'équipement de la maison ont également baissé de 8% (2 375€), celles pour la culture et les loisirs aussi avec -11% (1 404€). Cependant, les dépenses pour l'Hygiène Santé Beauté sont elles en augmentation (+12%) avec une somme moyenne de 1 084€.

Source : CCI Lorraine.

4. OFFRE GLOBALE DE METZ

L'offre globale commerciale messine est composée de 1911 cellules actuellement (*source PROCOS*). Cependant notre étude se portera sur les valeurs relevées par les étudiants ICN (1604 cellules) qui repose sur un zonage différent ne prenant pas en compte certains quartiers (Queuleu, Vallières, Bellecroix, Borny). Parmi ces cellules, plus de 1400 sont occupées par des commerces actifs représentant diverses activités présentées ci-dessous. Le taux de vacance général est de l'ordre de 6,5%.

○ Présence commerciale



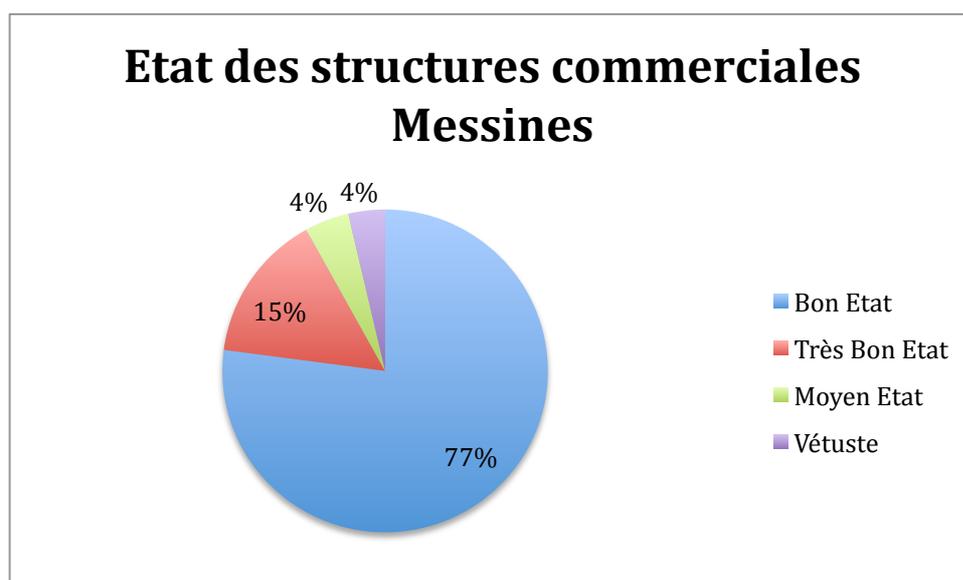
Activité	effectif	Pourcentage
Autres	391	27,0%
Restaurants	319	22,0%
Equipement de la personne	260	18,0%
Hygiène Santé Beauté	159	11,0%
Alimentaire	138	9,5%
Culture et Loisirs	81	5,6%
Equipement de la Maison	49	3,4%
Auto Cycle	20	1,4%
Tabac	17	1,2%
Téléphonie	13	0,9%
Total	1447	

L'analyse de l'Offre sur le secteur messin révèle une importante concentration de commerce dans les secteurs de la restauration (cafés, bars et restaurants) avec 319

cellules représentées (soit 22%) et également dans le secteur de l'équipement à la personne (prêt à porter, etc) qui rassemble 22% de l'offre globale avec 260 commerces.

La catégorie « Autres » qui constitue une importante part de l'offre commerciale est quant à elle difficilement mesurable et/ou identifiable puisqu'elle représente une multitude de commerces présents en petit nombre qui ne peuvent pas être classés dans les commerces cités précédemment tels que par exemple des assurances, des pressings, des agences de voyages...

- **Etat des structures**



Les commerces de Metz montrent en général un bon état de leur structure, en effet, plus de 90% des enseignes présentent un état satisfaisant (bien, voir très bien). Les derniers 10% présentent quant à eux des commerces dont l'état est moyen, voir « médiocre » dans lesquels une rénovation serait essentielle pour développer l'attractivité de ces derniers.

Cependant, il existe de nombreuses disparités entre les différentes zones étudiées. Ainsi alors que les secteurs du Boulevard de Trèves, de la Nouvelle Ville ou de l'Hyper Centre présentent en majeure partie des commerces ayant un état satisfaisant. Les secteurs des Iles et notamment du Quartier des Allemands, quant à eux, affichent entre 8 et 15% de commerces considérés comme vétustes.

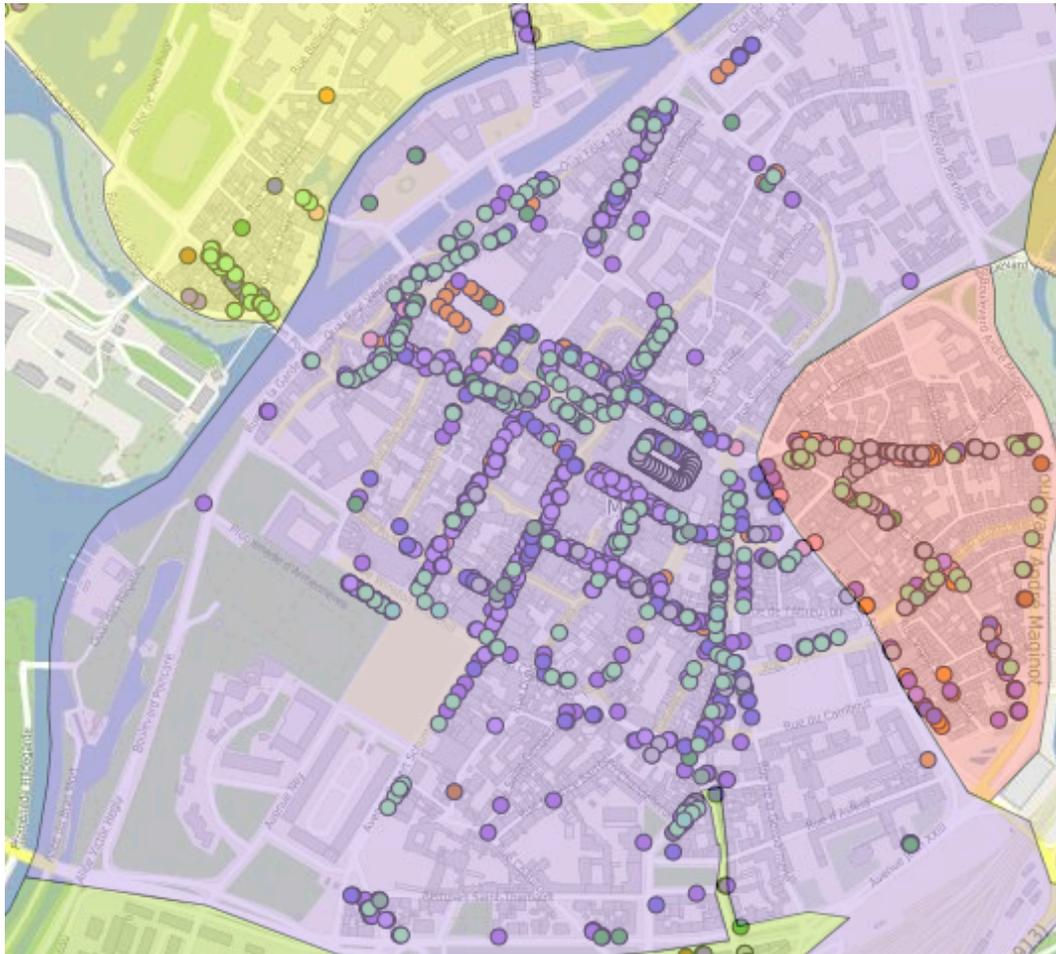
- **Conclusion et contexte d'évolution.**

Alors que l'offre commerciale Messine présente un état de ses structures plutôt convaincant, il n'est pas négligeable de citer certains secteurs à améliorer. En effet, nous pouvons prendre cela en considération comme un frein à l'attractivité commerciale et cela peut expliquer en partie la vacance observée. Ainsi, une partie des commerces nécessiterait des améliorations, notamment dans le secteur du Quartier des Allemands

qui était autrefois un secteur dynamique et qui, aujourd'hui, se trouve coupé du parcours shopping du centre ville messin.

6. ANALYSE DE LA DYNAMIQUE DES SECTEURS

L'Hyper Centre

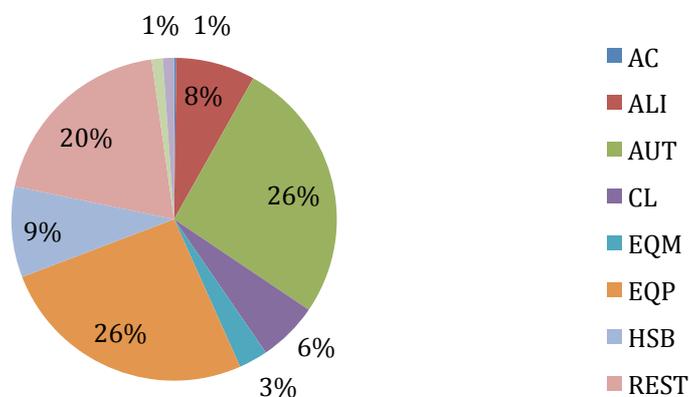


L'Hyper Centre et son implantation commerciale.

○ Types d'Offres.

Activité	Effectif	Pourcentage
Auto Cycle	2	0,2%
Alimentaire	71	7,9%
Autres	238	26,4%
Culture Loisir	54	6,0%
Equipement de la Maison	26	2,9%
Equipement de la personne	233	25,8%
Hygiène Santé		
Beauté	82	9,1%
Restauration	176	19,5%
Tabac	10	1,1%
Téléphonie	10	1,1%
Total	902	

Répartition des activités sur l'Hyper Centre Messin



Concernant l'Hyper Centre Messin, on peut constater la présence d'une offre principalement concentrée sur l'équipement de la personne et la restauration qui représentent respectivement 26% et 20% des commerces. Cependant, on peut également noter une offre non négligeable dans le secteur de l'Hygiène Santé Beauté avec 82 enseignes soit plus de 9% de l'offre du secteur.

○ Dynamique actuelle

Le cœur de ville messin dénombre 985 locaux commerciaux avec environ 888 commerces et services en activité.

Le taux de vacances est de l'ordre de 6% sur la zone avec 50 locaux inactifs (hors Centre Saint Jacques).

Ainsi le cœur de ville rassemble la plus forte concentration de commerces de la ville avec plus de 55% des cellules commerciales actives. Ce lieu de forte concentration marchande est également un lieu de forte fréquentation :

- la rue Serpenoise pour exemple affiche une affluence de 5880 personnes le samedi à 16h,
- la rue des Clercs représente un afflux de 4040 personnes aux mêmes horaires.
- Pour ordre d'idée, les rues environnantes commerçantes représentent une moyenne de plus de 2000 personnes, ce qui est important pour des rues ou des places avec moins de présence commerciale et qui ne font pas partie de la « colonne vertébrale » de l'hypercentre.

Ces forts afflux sont irrigués par une bonne accessibilité avec notamment la présence de deux parkings souterrains très importants (Celui de la République avec 2100 places et du Saint Jacques avec 1200 places) facilement accessibles et directement en contact avec les rues les plus commerçantes.

Cependant, d'autres parkings de taille plus modeste sont présents en centre ville et permettent de désengorger les principaux et d'alimenter d'autres secteurs du centre ville à l'image de la place Coislin (390 places) qui peut être choisie par les consommateurs souhaitent se rendre vers la place St Louis ou les rues environnantes. Il en est de même pour le parking de la Cathédrale (387 places).

De plus, le centre ville est très bien desservi et traversé par les transports en commun. Le Mettis et les différentes lignes permettent un afflux important et régulier de population.

Cette population profite de la zone piétonnière sur un large périmètre du centre ville laissant place à la flânerie et favorisant l'achat. D'autre part, la présence de places telles que la place St Jacques, la place Saint Louis ou la place de Chambre, principalement axées sur la restauration incitent à la consommation et favorisent l'attrait du centre ville. Il s'agit d'une zone ayant une bonne attractivité interne, puisque les 7736 ménages du secteur réalisent 53,8% de leurs achats sur place. Le montant global d'activité de la zone s'élève à 459 millions d'Euros. (Source : CCI Lorraine).

Le cas du centre St Jacques :

Entamés courant l'année 2013, les travaux de rénovation du centre St Jacques ont entraîné une forte baisse de la fréquentation du Centre St Jacques.

L'absence de locomotive ainsi que les travaux importants ont augmenté la vacance de manière significative : ce sont actuellement 47 points de vente sur les 101 locaux disponibles qui attendent de trouver preneur (soit environ 47%).

Ainsi, pour ne pas fausser les chiffres de la vacance commerciale de la ville avec ce cas particulier, nous avons décidé de retirer ces cellules vacantes de l'étude globale.

○ **Forces et faiblesses.**

Le cœur de ville mass market (Rue Serpenoise/En Chaplerue/Rue du Grand Cerf/Rue de la Chèvre) :

FORCES	FAIBLESSES
rues piétonnes	image de qualité moyenne et parfois basse (sauf Printemps, TED..).
des locomotives importantes : place de la République et Saint Jacques	des loyers très élevés, notamment rue serpenoise.
présence de grands magasins : Printemps, Zara, Mango, H&M	quelques commerces vieillissants particulièrement dans les rues parallèles
flux piétonnier important	

Le coeur de ville « haut de gamme » (Rue des Clercs/Rue Fabert/Rue du Palais/Rue Ambroise Thomas/Rue Pierre Hardie/Rue du Petit Paris/Rue de la Tete d'Or) :

FORCES	FAIBLESSES
rues piétonnes	des enseignes indépendantes vieillissantes
attrait de la place de la cathédrale	présence d'enseignes bas de gamme tirant le positionnement vers le bas (ex : Kiabi)
locomotives fortes : Galeries Lafayette, McDonalds	forte représentation d'enseignes visant une clientèle mure et non jeune
flux piétonnier important	

Centre commercial Saint Jacques :

FORCES	FAIBLESSES
flux majeur notamment du à la présence du parking souterrain en cœur de ville surfaces disponibles pour accueillir moyennes surfaces	vacance importante
variété des activités commerciales	manque d'une enseigne locomotive remplaçant la fnac.
rénovation récentes	
présence de Simply Market, 1 ^{er} Supermarché du Centre Ville	

Rues de transition (rue Marguerite Puhl, En bonne Ruelle, Rue de Lancieu, Rue du Pont des Loges) :

FORCES	FAIBLESSES
rues adjacentes à des rues de trafic important	différences de trafic importantes, non intégrées au parcours commercial
des potentiels non négligeables	faible visibilité
présence d'enseignes nationales et internationales (ex : Napapjiri)	
offre haut de gamme (Rue du Lancieu)	

○ **Vision des commerçants.**

Deux présidents d'association de commerçants ont été rencontré sur ce secteur : Jean-Claude GRUBAIN et Angelo MONTANA, représentant distinctement les Quartiers Saint-Louis et Environs ainsi que la rue Taison.

Concernant le quartier Saint Louis et environs, la dynamique globale actuelle présente « un boom » sur le café et la restauration sur la place Saint Louis avec plus de difficultés sur le reste des activités notamment le textile.

Les cellules de ces activités en déclin sont alors reprises par des commerces liés à la restauration et on peut citer notamment la réouverture prévue d'enseignes tel que le Veau d'Or.

Les Quartiers environnants quant à eux, ne subissent que très peu de mouvement, excepté l'implantation d'un opticien et d'un cordonnier.

Le secteur Saint Louis bénéficie d'un potentiel touristique important avec une place historique mais également avec la présence de rues traditionnelles mises en valeur par des enseignes emblématiques tel que Fresson, Humbert, Bourguignon ou encore Fort. Cependant, les stationnements jugés trop élevés, la suppression de ligne de bus traversant le secteur et la faible signalisation de cette zone historique peuvent être considérés comme freins à la fréquentation.

Pour préconisation, une révision du prix des stationnements, la création de tarifs spéciaux, la mise en place de signalétique (ou de plans), un éclairage plus important sur certaines rues et une amélioration de la propreté via la mise à disposition de plus de poubelles peuvent être bénéfique à ce secteur, d'après les commerçants.

La rue Taison présente une fréquentation en hausse pour une rue sans franchises avec des commerces indépendants et atypiques, le plus souvent tenus par des jeunes.

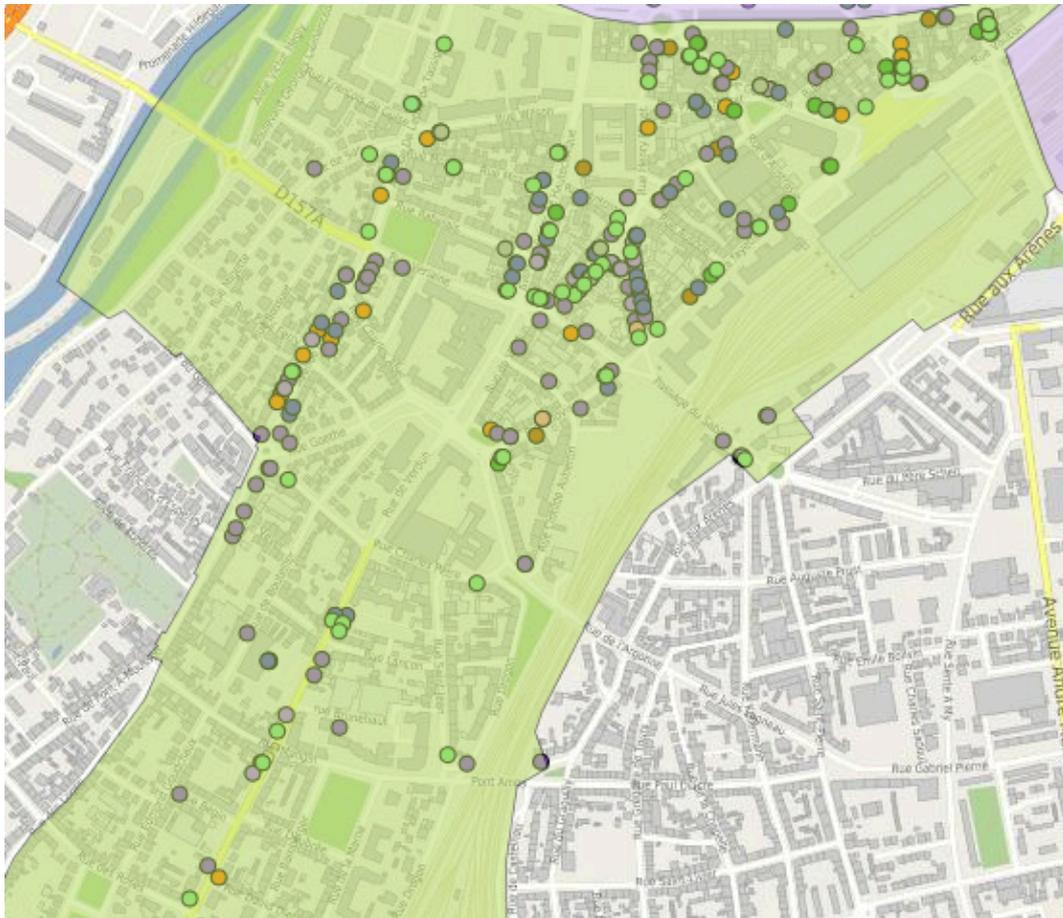
Ses points forts sont :

- rue traditionnelle et conviviale aux allures de village,
- rue de plus en plus attrayante du fait de la présence de locomotives (le Merveilleux de Fred, l'Instant, les Arrangés du Bocal et les coiffeurs de la rue).
- une clientèle dite « Bobo » dans la quarantaine.

Cependant, certaines problématiques peuvent constituer des freins aussi bien pour les consommateurs que les commerçants, à l'image du prix du stationnement aux alentours, de la rue pas tout à fait piétonne du fait des véhicules dans cette rue étroite qui peuvent constituer une gêne pour les piétons ou encore du manque de visibilité (coupée du parcours commercial par la Fournirue).

Pour aider la mise en lumière du secteur, la rénovation ou la création d'un Graouilly lumineux pourrait être un atout supplémentaire à l'attractivité de la rue Taison.

La Nouvelle Ville

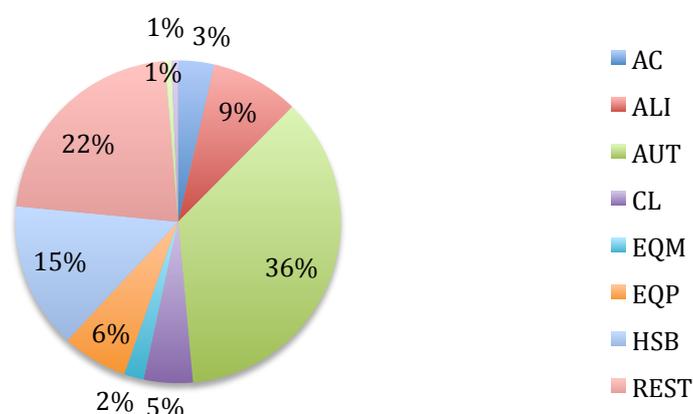


La Nouvelle Ville et son implantation commerciale.

○ Types d'Offres.

Activité	Effectif	Pourcentage
Auto Cycle	11	3,6%
Alimentaire	27	8,8%
Autre	111	36,2%
Culture Loisir	15	4,9%
Equipement de la Maison	6	2,0%
Equipement de la Personne	20	6,5%
Hygiène, Santé, Beauté	45	14,7%
Restauration	68	22,1%
Tabac	2	0,7%
Téléphonie	2	0,7%
Total	307	

Répartition des activités sur la Nouvelle Ville



Les commerces de Restauration et de l'Hygiène Santé Beauté sont les plus représentés dans cette zone avec respectivement 68 et 45 enseignes (soit 22% et 15% de l'offre du secteur). Ce podium est complété avec l'Offre Alimentaire (dite de proximité) représentant 9% du secteur.

Cette partie de la ville recense un ensemble de commerces allant des alentours de la gare de Metz au bout de la rue du XXème Corps Américain (début de Montigny).

○ Dynamique actuelle.

Avec 316 commerces dont 285 cellules en activité, le taux de vacances sur cette zone est d'un peu moins de 10% avec 30 locaux inactifs.

La dynamique de ces rues est différente du cœur de ville puisqu'il n'existe pas dans ce secteur de zone piétonnière n'incitant donc pas les passants à la flânerie. Il s'agit donc d'une zone rassemblant, en majorité, essentiellement des commerces de proximité qui bénéficie de la concentration importante notamment d'établissements scolaires du collège au lycée (Jean XXIII, Georges de la Tour, Barbot, Louis Vincent).

Une clientèle aisée habite ce quartier : 61% sont des cadres. Le revenu moyen des habitants de ce quartier s'élevant donc à 27 800€, bien supérieur au salaire moyen annuel des habitants de la commune de Metz avec 23 200€.

Si l'on regarde la fréquentation piétonnière de cette zone, on constate que l'attractivité de certaines rues est comparable à des rues offrant un nombre de commerce similaires au centre ville.

Pour exemple : le lundi de 12 à 13h ce sont 2000 piétons recensés Avenue Leclerc de Hauteclocque et 260 rue du XXème Corps Américain (ces chiffres ont été relevés lors de vacances scolaires, nous pouvons imaginer alors qu'en dehors de celles ci ces valeurs sont plus importantes).

Il existe trois parkings sur cette zone : un grand place Maud Huy et deux autres de taille plus modeste (un aux pieds de l'Eglise Sainte Thérèse et celui du Simply Market rue du XXème Corps Américain).

De plus, la Nouvelle Ville représente un taux d'attractivité de l'ordre de 10,9% avec cependant une exode modérée des consommateurs, qui privilégient quand même les quartiers de la ville aux zones d'activités plus importantes.

A titre d'information, le Simply Market représente, lui seul, 16% des consommations alimentaires des 5437 ménages du secteur. Le montant global d'activité de la zone s'élève à 24 millions d'Euros. (Source : CCI Lorraine).

○ **Forces et faiblesses.**

Avenue Robert Schuman

FORCES	FAIBLESSES
Forte fréquentation	Fréquentée essentiellement pour ses commerces de restauration
Très bien desservi par les transports en commun (bus et Mettis)	

Avenue Leclerc de Hauteclocque

FORCES	FAIBLESSES
présence d'un fort potentiel de consommateur dit « étudiant »	Faible fréquentation exceptée aux heures dites « de transition »
	peu d'offres

Rue du XXeme Corps Americain

FORCES	FAIBLESSES
passage automobile	rue peu encline aux piétons
visibilité	
une offre à majorité alimentaire	

Rue des Sablons/Rue Pasteur

FORCES	FAIBLESSES
zone d'habitation CSP+ (potentiel revenu important)	trafic limité aux habitants et actifs du quartier
proche de la gare (5-10 minutes à pied).	se situe en dehors du flux commercial du centre ville
- Rue Pasteur : trajet touristique vers l'église Sainte Thérèse.	- offre vieillissante, non renouvelée qui manque de dynamisme
	vacance

○ **Vision des commerçants.**

Monsieur Boudjani, président de l'association de commerçant du secteur et gérant de la boutique Djany (rue du XXeme Corps Americain), considère ce secteur, qui bénéficie d'une forte implantation de commerces, comme plutôt dynamique.

Sur la seule année 2015, le secteur présente des réouvertures et reprises de commerces dans le domaine de la restauration, l'ouverture d'une brasserie artisanale et également d'un laboratoire de l'audition.

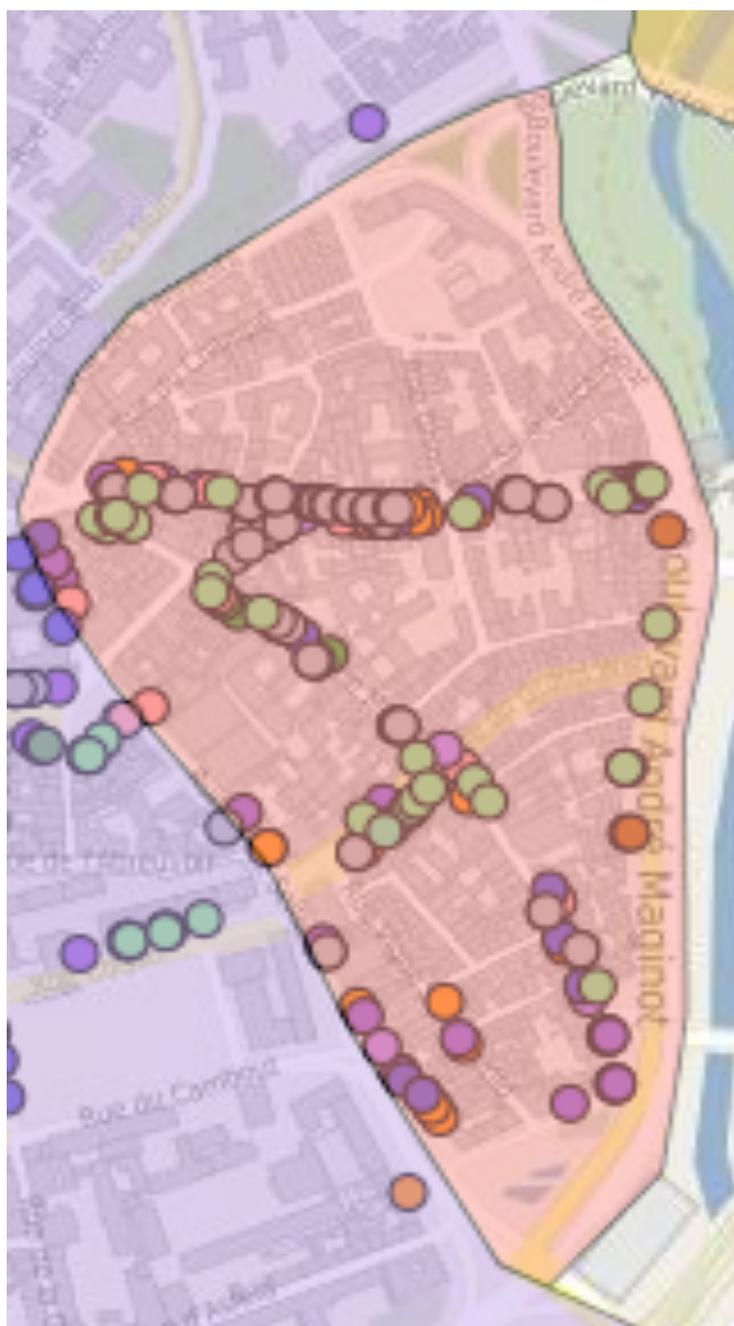
Ce secteur très passant et très commerçant attire donc une clientèle potentielle non négligeable qui pourrait encore s'accroître avec la création de logements mais également d'un groupement médical.

La présence d'une offre artisanale importante est à prendre en considération pour des consommateurs qui, actuellement, ont tendance à revenir vers ces commerces traditionnels.

Malgré une fréquentation en hausse dans l'ensemble, les commerçants citent certains freins à la fréquentation notamment le manque de parkings mais également une faible animation.

Les attentes actuelles se concentrent autour de la question des loyers, considérés pour la plupart élevés, du stationnement (beaucoup de personnes travaillant en centre ville se servent du secteur pour stationner leur véhicule qui font alors « tampon » de 9 à 18h) mais également de l'embellissement du quartier qui tend à devenir vieillissant.

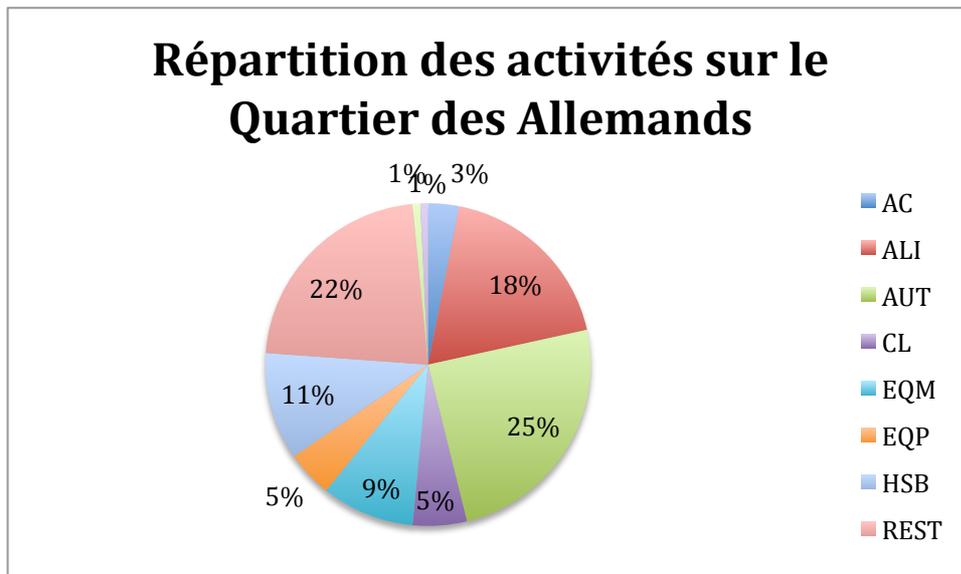
Le Quartier Des Allemands



Le Quartier des Allemands et son implantation commerciale.

○ **Types d'Offres.**

Activité	Effectif	Pourcentage
Auto Cycle	4	3,1%
Alimentaire	24	18,5%
Autre	32	24,6%
Culture Loisir	7	5,4%
Equipement de la Maison	12	9,2%
Equipement de la Personne	6	4,6%
Hygiène Santé Beauté	14	10,8%
Restauration	29	22,3%
Tabac	1	0,8%
Téléphonie	1	0,8%
Total	130	



Le Quartier des Allemands présente une forte concentration de commerces de Restauration (29 enseignes soit 22% de l'activité) mais une offre forte également en alimentaire qui représente 18% de l'offre en place et une présence non négligeable de l'Hygiène Santé Beauté avec 11%.

○ **Dynamique actuelle.**

Nichée entre la place Saint Louis et la Porte des Allemands en allant jusqu'à la place Mazelle cette partie historique de la ville regroupe pas moins de 160 commerces dont 119 cellules en activité.

Ce secteur est néanmoins marqué par une forte vacance commerciale représentant environ 25% des cellules disponibles. Ce secteur historique à en effet été « oublié » du parcours shopping pour de multiples raisons qui expliquent une forte vacance et un commerce plus tourné vers la proximité, excepté pour certaines enseignes de restauration comme des boucheries traditionnels et des bars à chicha qui attirent des consommateurs hors de l’hyper centre.

Les causes de cette vacuité importante sont multiples :

- une faible zone piétonnière axée principalement sur la place des Charrons
- un secteur peu desservi par les transports en commun n’offrant pas de visibilité à ses commerces (les seuls arrêts de bus du secteur étant rue Haute Seille)
- un potentiel de clientèle limité notamment par une présence étudiante nulle et peu de bureaux
- le manque de mise en valeur de ce secteur se traduit par des cellules vieillissantes
- l’absence d’enseignes attractives
- la difficulté de circulation est à souligner également dans ces rues étroites et pour la plupart à sens unique

Cependant, cette zone est entourée par de nombreux parkings qui pourraient facilement alimenter la chalandise (Parking Centre Saint Jacques, Parking Coislin et Parking Mazelle).

La rue des Allemands peut également bénéficier du passage constant de voiture sortant du Parking Saint Jacques et souhaitant rejoindre le boulevard André Maginot. Une clientèle potentielle donc qui peut tout aussi bien repérer certains commerces que de profiter de l’opportunité du passage.

○ **Forces et faiblesses.**

Rue Mazelle et rue des Allemands :

FORCES	FAIBLESSES
présence d’un trafic automobile assez important (surtout rue des allemands)	un ensemble de commerces plutôt vétuste donnant une mauvaise image
quartier historique, intégré au parcours touristique	un grand nombre de cellules vacantes
Loyers peu élevés	zone périphérique au Centre Ville commerçant

Boulevard de Trèves

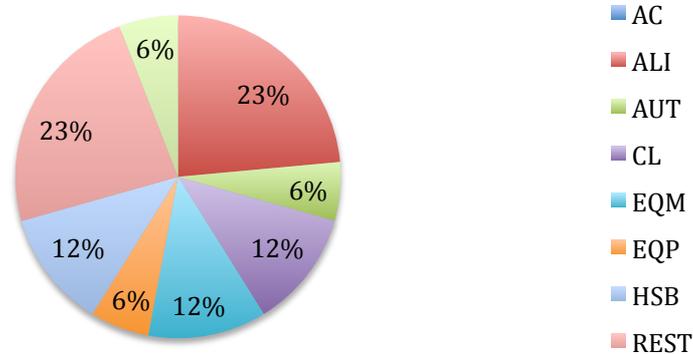


Le Boulevard de Trèves et son implantation commerciale.

○ Types d'Offres.

Activité	Effectif	Pourcentage
Auto Cycle	0	0,0%
Alimentaire	4	23,5%
Autre	1	5,9%
Culture Loisir	2	11,8%
Équipement de la Maison	2	11,8%
Equipement de personne	1	5,9%
HygièneSantéBeauté	2	11,8%
Restauration	4	23,5%
Tabac	1	5,9%
Téléphonie	0	0,0%
Total	17	

Répartition des activités sur le Boulevard de Trèves



La répartition des activités sur le Boulevard de Trèves montre que ce dernier suscite une forte implantation de commerces dans les activités de la restauration et de l'alimentaire. En effet, ce sont les deux secteurs les plus représentés dans ces anciennes casernes historiques réhabilitées avec respectivement 4 enseignes (soit 23% de l'offre) et 4 enseignes pour l'alimentaire (soit 23%).

Suivent ensuite l'Hygiène santé Beauté, la Culture et Loisirs ainsi que l'Equipement de la Maison avec 12% de l'offre en place.

○ Dynamique actuelle.

Ce complexe récent, ayant vu la réhabilitation d'anciennes casernes militaires, a donné naissance à un ensemble multifonctionnel avec la présence de logements, de bureaux et de commerces.

Implanté de part et d'autre de cette voie très fréquentée (ex : 1600 personnes/véhicules le Mercredi entre 11-12h) avec la possibilité de bénéficier d'un grand nombre de place de parking (800 places), le Boulevard de Trèves offre la possibilité pour une trentaine de commerces de s'installer.

Aujourd'hui, 15 de ces locaux sont occupés. Le taux de vacances est important, de l'ordre de 44%. Ainsi, la création d'un espace de vie se fait attendre par les consommateurs, qui pourraient alors laisser place à la flânerie.

L'absence de visibilité de la centralité commerciale de la départementale est un frein à la dynamique commerciale.

Alors que les locaux offerts sont fonctionnels et neufs, l'image des lieux est apposée à une image de vacance freinant les commerçants alors que les installations sont de hautes qualités. De plus, l'accès d'un coté et de l'autre est assez complexe dû au sens de circulation.

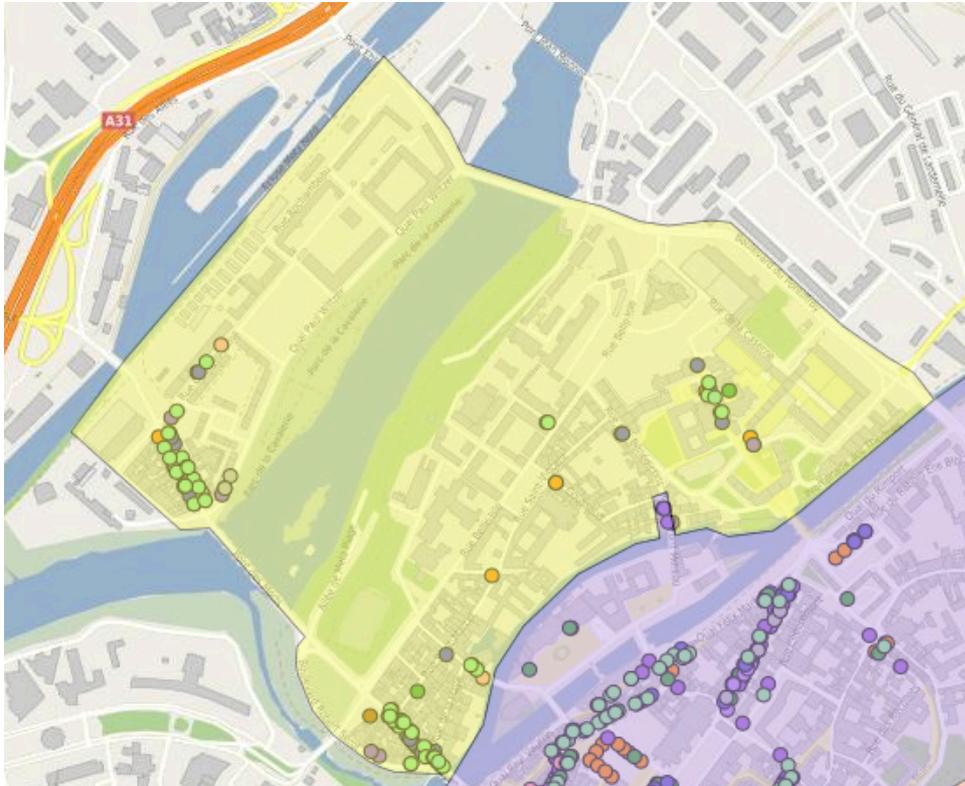
Enfin, le stationnement est limité car nombreux sont ceux qui profitent de ces places gratuites pour profiter d'aller travailler sans dépenser en parking et dû également au non respect des limitations de place des différentes entreprises.

○ **Forces et faiblesses.**

Boulevard de Trèves :

FORCES	FAIBLESSES
cellules commerciales neuves	forte vacance, manque d'attractivité
diversité de l'offre	très peu de transports en commun
fort passage régulier	éloignement du centre ville
grand parking à disposition	-Pas réellement un lieu de vie, ne laisse place à la flânerie

Les Iles

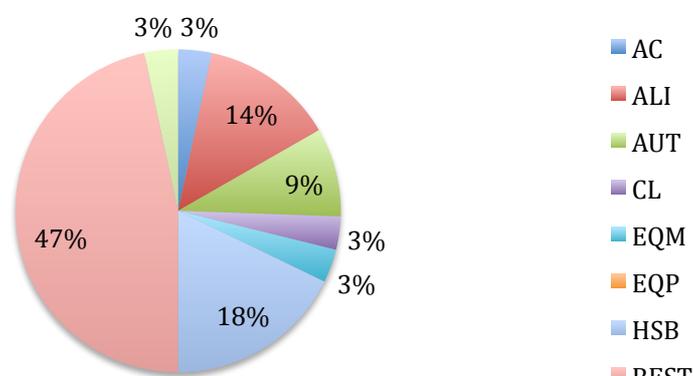


Les Iles et leurs implantations commerciales.

○ Types d'Offres.

Activité	Effectif	Pourcentage
Auto Cycle	3	3,3%
Alimentaire	12	13,3%
Autre	8	8,9%
Culture Loisir	3	3,3%
Equipement de la Maison	3	3,3%
Equipement de la Personne	0	0,0%
Hygiène Santé Beauté	16	17,8%
Restauration	42	46,7%
Tabac	3	3,3%
Téléphonie	0	0,0%
Total	90	

Répartition des activités sur le secteur des Iles



Cette zone d'étude présente une forte concentration de commerces majoritairement dans la restauration avec 47% de l'offre du secteur mais également une forte représentation de l'Hygiène Santé Beauté et de l'alimentaire, qui occupent à eux deux 16 et 12 enseignes, soit une offre non négligeable (18% et 14% de l'offre).

○ Dynamique actuelle.

Ce quartier du Nord de Metz se situant juste avant celui de Devant les ponts et ralliant, comme l'indique son nom, plusieurs Iles dont celles du Saulcy au quartier des Roches, de Saint Marcel ou encore du Pontiffroy, compte pas moins de 116 cellules commerciales dont 100 environ en activité.

Le taux de vacance de cette zone est d'environ 14% avec 16 cellules vides de toute activité. Cependant, il s'agit d'un secteur à fort potentiel puisque les Iles rassemblent une population étudiante extrêmement importante avec la présence de l'Université du Saulcy, du Lycée Fabert, du Lycée Cormontaigne et de Anne de Méjanès.

Il s'agit d'un secteur bien desservi par les transports en commun dont le Mettis et qui est mis en valeur par des zones piétonnes (exemple : rue du Pont des Morts).

La présence importante de la restauration (47% des cellules commerciales) est donc expliquée par cette proximité étudiante.

Enfin, si l'on prend pour exemple la rue du Pont des Morts, il est tout à fait imaginable qu'une partie de ce secteur s'intègre au parcours des piétons souhaitant se rendre au Centre Ville, une clientèle de passage donc mais à prendre en compte.

Ainsi à titre de comparaison afin de montrer le fort potentiel étudiant, la rue du pont des Morts représente, entre 12 et 13h, environ 1500 passages piétons hors vacances scolaires pour 780 en vacances (soit moitié moins).

Cependant, la forte concurrence force les enseignes de restauration à se livrer une guerre des prix et à se différencier. Un contexte complexe qui pousse certains commerces à « passer la clé sous la porte ». Surtout lorsque l'on sait que la clientèle étudiante dispose d'un faible pouvoir d'achat

De plus, les commerces du Pontiffroy, considérés comme étant plus de proximité, sont peu nombreux, du fait d'une zone piétonne offrant peu de visibilité à ses commerces depuis les axes de passage à proximité et donnant peu de possibilité de parking.

Il est utile de mentionner que le quartier des Iles représente un taux de 17% d'attractivité interne basée en majeure partie sur de l'alimentaire. Cette zone de 10 420 habitants réalise un niveau d'activité à hauteur de 38 millions d'Euros. (Source : CCI Lorraine).

○ **Forces et faiblesses.**

La rue du Pont des Morts :

FORCES	FAIBLESSES
type de restauration adapté au public de la zone (étudiants)	manque de diversité, sur-concurrence
fort passage entre midi principalement	commerces qui mériteraient un rafraichissement
excellent accès par les transports en commun	importante vacance (environs 5-6 cellules commerciales).
proximité de l'Hyper Centre piéton en majorité	dépendance du public étudiant
	faible possibilité de stationnement

La Rue de Paris :

FORCES	FAIBLESSES
type d'activité adapté à la clientèle étudiante (restauration, fast food)	manque de diversité
bon Etat des Commerces	dépendance vis à vis des périodes scolaires
fort passage tout au long de la journée grâce aux voitures	peu de parking à proximité
bon accès en transport en commun	

