

Synthèse de l'atelier n°3 du 6 février 2013 : Commerces, marchés, services, dynamisme économique du centre ville

Objet de l'atelier

Le troisième atelier programmatique sur le projet de centre ville élargi a eu pour objet la réflexion sur le commerce et les services de Bures-sur-Yvette, leur adéquation aux besoins des habitants et leur potentiel d'évolution.

Déroulement de l'atelier

Une présentation sommaire du diagnostic ciblé sur la thématique du commerce et des services a été effectuée par Anne Tessier et complétée, pour les aspects plus techniques (les manques, la concurrence, les habitudes d'achat...) par Christine Alba-Bridier (cf. fichier PDF en annexe).

Ces présentations ayant duré environ 1/2 h, les participants se sont ensuite répartis en 5 tables rondes pour une réflexion partagée, à partir de questions de base posées par le bureau d'étude :

- Où les habitants présents font-ils leurs achats ?
- Quels sont les besoins et attentes de différents types d'utilisateurs : habitants, actifs, étudiants ? Quels sont les manques les plus importants ?
- Comment optimiser le fonctionnement des commerces actuels ? Quelle offre développer sur le marché ? Quels sont les manques ?

Après environ 3/4 d'h d'échanges par groupes, une restitution collective a été faite par le rapporteur désigné pour chaque table ronde, et consignée sur paper board par Anne Tessier. Cette restitution est reprise ci-après, et complétée de l'interprétation qui peut en être faite pour enrichir le projet de centre ville élargi.

Les habitudes d'achat des habitants

Les participants présents confirment le fait que les habitants font leurs achats :

- « ailleurs » : Gif-sur-Yvette, Orsay, centre commercial des Ulis 2 avec le supermarché Carrefour, fréquenté en particulier par les habitants du quartier de Montjay. Ils confirment en cela la supposition qu'avait le bureau d'étude d'une forte évasion commerciale ;
- à Bures-sur-Yvette, les participants fréquentent le supermarché Simply Market et le marché bi-hebdomadaire.

Quelques commerces du centre bourg sont évoqués comme étant particulièrement attractifs, en particulier le boucher, reconnu pour la qualité de ses produits. Mais les commerces du centre bourg sont perçus comme « éclatés », trop éloignées les uns des autres. Par ailleurs certains commerçants n'offrent pas le niveau de service attendu.

Les besoins et attentes, les manques commerciaux à combler

Les manques les plus souvent évoqués concernent des commerces de bouche de qualité, absents ou peu représentés à Bures-sur-Yvette :

- un boulanger pâtissier chocolatier de qualité et ouvert le dimanche matin (l'absence de commerces ouverts le dimanche est beaucoup regrettée) ;
- un commerce de surgelés (pour ces produits, il faut aller à Gif-sur-Yvette) ;
- un charcutier – traiteur ;
- une offre de produits bio, alimentaires et non alimentaires ;
- un restaurant gastronomique.

Moins souvent cités, mais quand même évoqués :

- Pour les alimentaires : un poissonnier ;
- Pour les services courants : une cordonnerie et un pressing ;
- Pour l'équipement de la maison : un bazar qui fasse aussi décoration et quincaillerie ;
- Pour la culture : un point presse – librairie avec une offre assez importante ;
- Pour le vestimentaire : une offre spécialisée dans le sport, la randonnée, qui fournisse aussi de l'équipement (cartes IGN) ;
- Pour le soin de la personne : du matériel paramédical ;
- Pour la restauration et la convivialité : une brasserie avec animations et jeux (billard), de la restauration rapide de bonne qualité (« alimentation saine ») pour les étudiants, un « bar à jeunes », un salon de thé, un piano bar pouvant organiser des concerts de jazz,
- Pour les loisirs : une salle de sport – fitness – musculation, un cinéma...
- Pour les visiteurs et chercheurs de l'université : un hôtel.

Egalement citée à deux reprises, mais inadaptée et même interdite en centre ville : une station service.

L'optimisation du fonctionnement des commerces actuels

Les modes de fonctionnement des commerces existants mériteraient, d'après les participants, quelques améliorations à apporter par les commerçants eux-mêmes :

- un meilleur accueil et de meilleurs produits pour certains,
- des boutiques plus attrayantes avec « des prix raisonnables »,
- des horaires et jours d'ouverture mieux adaptés aux clients, avec en particulier une ouverture des commerces de bouche le dimanche matin ;
- plus de visibilité de la part de l'association des commerçants.

Sur le plan de l'accessibilité, de la visibilité et de la perception des commerces, plusieurs propositions sont formulées :

- le regroupement des commerces alimentaires, pour une meilleure complémentarité et pour réduire l'impression « d'éclatement » de l'offre commerciale ;
- une signalétique améliorée au niveau du fléchage ;
- un stationnement facilité (est évoqué le cas du Franprix d'Orsay, avec un stationnement souterrain gratuit pendant 45 mn) ;
- un accès plus facile pour les vélos, et du stationnement dédié ;
- une amélioration sensible des conditions de déplacements des piétons, en améliorant notamment la largeur des trottoirs pour des raisons de confort et de sécurité.

Pour générer des flux, insuffisants dans le centre bourg, l'idée est émise de réimplanter le Simply Market sur la place du marché. Cette proposition génère des réactions contrastées chez les commerçants du centre ville, certains y voyant une opportunité de renforcer leur clientèle, d'autres craignant la concurrence. Christine Alba-Bridier rappelle les éléments indiqués dans le diagnostic, à savoir que le centre bourg bénéficie de très peu de flux, et notamment pas de ceux qui sont générés par le Simply Market, trop éloigné du centre ville. Néanmoins l'équipe d'étude prend bonne note de ces inquiétudes, et souligne que dans le projet de centre ville élargi, il faudra organiser les complémentarités plutôt que la concurrence. Les atouts de Bures-sur-Yvette ont été rappelés, lors de ce troisième atelier, par les commerçants eux-mêmes : ils disposent d'une clientèle à fort pouvoir d'achat, fidèle, présentant un potentiel commercial qu'il faut développer.

Le marché bi-hebdomadaire, son offre, ses manques

Le marché ne présente pas une image valorisante pour la ville de Bures-sur-Yvette. Les locaux ne sont pas très beaux, et le fonctionnement par alvéoles est mal perçu. Il serait préférable, de l'avis même des professionnels, d'avoir des circulations libres et décompartimentées. A la question du déplacement du marché, le délégataire répond que cela reste une démarche risquée.

Les jours de tenue du marché sont aussi évoqués. Si le marché du samedi matin trouve sa clientèle, celui du mercredi matin s'étirole.

Le stationnement des camions des non-sédentaires se fait sur le parking derrière la halle, ce qui laisse une quarantaine de places pour la clientèle. Il est souhaité davantage de rotations sur ce parking le samedi matin, où la clientèle a du mal à trouver des places.

Pour ce qui concerne l'offre, il est demandé de renforcer l'offre non alimentaire avec des vêtements pour adultes et pour enfants, du « petit bazar »... mais aussi des produits bio, des produits exotiques... Il est aussi demandé des animations : expositions, foire aux vins, événements... Pourquoi pas un marché en nocturne ?

Les interprétations possibles pour la réflexion sur le centre ville élargi

L'attractivité du centre ville élargi dépendra, entre autres, de sa densification : plus d'habitants, c'est plus de flux, et donc plus de commerces... Il faut créer un cercle vertueux où les habitants confortent les commerces et où les commerces répondent plus et mieux aux besoins des habitants.

Les Buressois semblent tout prêts à dépenser plus sur leur centre ville, sous condition que l'offre soit suffisante et qu'elle réponde au niveau de qualité requis. **Dans ce contexte, assez favorable, le succès commercial du centre ville de Bures-sur-Yvette dépend étroitement du renforcement de l'offre et de sa reconcentration sur un périmètre restreint.** Il faut redonner au centre de Bures une impression de densité commerciale, à la fois par le recentrage de commerces stratégiques qui le souhaitent et par de nouvelles créations commerciales pour répondre aux manques.

Pour ce qui concerne le marché, l'offre aussi gagnerait à être élargie, notamment à une offre vestimentaire et de produits diversifiés. Elle a surtout besoin d'être relocalisée dans une structure mieux adaptée, plus valorisante et moins cloisonnée, et en synergie avec le commerce sédentaire.