Métropole du Grand Paris

CENTRES-VILLES VIVANTS

GUIDE DES BONNES PRATIQUES



Des solutions concrètes pour revitaliser les centres-villes



Centre-ville de Rueil-Malmaison (92)

ÉDITO

À l'heure où nos villes se réinventent et où nos modes de consommation évoluent, il devient essentiel de réfléchir ensemble à la manière dont nos centres-villes et quartiers commerçants peuvent retrouver toute leur vitalité afin de dynamiser la ville. Aujourd'hui plus que jamais, ils sont le cœur de nos vies sociales et économiques.

C'est dans cet esprit que la Métropole du Grand Paris s'est engagée, dès 2018, aux côtés des maires, en lançant le programme Centres-Villes Vivants. Initialement conçu dans le cadre d'un Appel à Manifestation d'Intérêt, le programme s'est progressivement structuré pour devenir une offre d'accompagnement globale au service des collectivités métropolitaines. Au-delà du soutien financier apporté aux projets, il propose aujourd'hui un accompagnement stratégique, technique, juridique et opérationnel.

En parallèle, la Métropole a poursuivi le développement de nouveaux outils au service des territoires. Afin de se substituer aux villes dans le cadre de la préemption de fonds et de baux commerciaux, elle a créé en 2023 la Foncière Centres-Villes Vivants, aux côtés de la Banque des Territoires et de ses partenaires (la CCI Paris Île-de-France, la CMA Île-de-France, la SEMMARIS et le Crédit Agricole Île-de-France), sur la base d'un premier plan d'investissement de 140 millions d'euros, soit 400 commerces à revitaliser en 10 ans. La Métropole dote ainsi les villes métropolitaines d'un outil puissant à leur service pour favoriser une meilleure diversité commerciale et artisanale.

Depuis son lancement, le programme Centres-Villes Vivants a accompagné 110 villes, soutenu 563 projets grâce au Fonds d'Intervention Métropolitain de soutien à l'Attractivité, au Commerce et aux Services (FIMACS) pour un montant de 43,1 millions d'euros.

Cet accompagnement a permis à la Métropole de constituer une connaissance fine des actions engagées à l'échelle métropolitaine et d'observer concrètement les leviers qui produisent des résultats. La Métropole a ainsi pour ambition de diffuser les solutions qui ont fait leurs preuves et de permettre à chaque ville de s'inspirer d'initiatives reproductibles.

Cette publication s'inscrit pleinement dans cette démarche de partage, avec des exemples concrets, adaptables à la diversité des communes métropolitaines. Elle met à l'honneur les villes qui ont fait le choix d'innover, d'expérimenter et d'investir en faveur de leurs centres-villes. Nous remercions l'ensemble des communes qui ont accepté de partager leur expérience et de contribuer ainsi à une dynamique collective au bénéfice de tous.



Hervé CHEVREAU
Conseiller délégué aux Centres-Villes Vivants, aux Services et aux Commerces de proximité
Maire d'Épinay-sur-Seine



Patrick OLLIER
Ancien Ministre
Président de la Métropole du Grand Paris
Maire de Rueil-Malmaison



Centre-ville de Créteil (94)

SOMMAIRE

LE PROGRAMME CENTRES-VILLES VIVANTS 6

PILOTER SA STRATÉGIE COMMERCIALE
- Études commerciales 8
- Concertation citoyenne 10

AGIR SUR LES LOCAUX ET L'OFFRE COMMERCIALE
- Préemption de fonds et de baux commerciaux 12
- Achat de murs 14
- Sous-location et location gérance 16
- Bourse aux locaux 18
- Boutique éphémère 20

DIVERSIFIER LES ACTIVITÉS ET LES USAGES
- Tiers-lieux 22
- Économie sociale et solidaire 24
- Immobilier productif 26
- Innovation et numérique 28

DYNAMISER LES HALLES ET MARCHÉS
- Création d'une halle 30
- Rénovation d'une halle 32
- Tri des déchets 34
- Marchés à thème 36

TRANSFORMER L'ESPACE PUBLIC ET ORGANISER LES MOBILITÉS
- Rénovation de la place de la halle 38
- Relier les polarités commerciales 40
- Piétonnisation 42
- Renaturation 44
- Valorisation de l'espace public 46
- Aide à la rénovation des vitrines 48
- Activation temporaire de l'espace public 50
- Logistique urbaine 52

FAIRE RAYONNER SON CENTRE-VILLE
- Maison du commerce et de l'artisanat 54
- Promouvoir sa ville 56
- Valoriser ses commerçants 58
- Animations commerciales 60
- Food truck festival 62
- Évènements sportifs et culturels 64

LE RÉSEAU EUROPÉEN CITIES@HEART 66



LE PROGRAMME CENTRES-VILLES VIVANTS

À la suite de l'Appel à Manifestation d'intérêt « Centres-villes vivants » créé en 2018, la Métropole du Grand Paris a souhaité consolider et pérenniser son action en faveur de l'économie de proximité. « Centres-villes vivants » est désormais un programme d'accompagnement stratégique, technique, juridique et financier sur le long terme.

UN RÉSEAU MÉTROPOLITAIN DES MANAGERS DE CENTRE-VILLE

- Des ateliers thématiques
- Des journées de formations
- Un site internet dédié

UN ACCOMPAGNEMENT STRATÉGIQUE, TECHNIQUE ET JURIDIQUE

UN FONDS DÉDIÉ (FIMACS) POUR COFINANCER LES PROJETS DE REDYNAMISATION ARTISANALE ET COMMERCIALE DES VILLES

UNE OFFRE DE SERVICES

- Un observatoire des centres-villes
- Une foncière
- Le dispositif « Installe ton Commerce en Métropole »
- Une médiathèque
- Des modèles de documents (arrêtés, délibérations, baux commerciaux, règlements...)

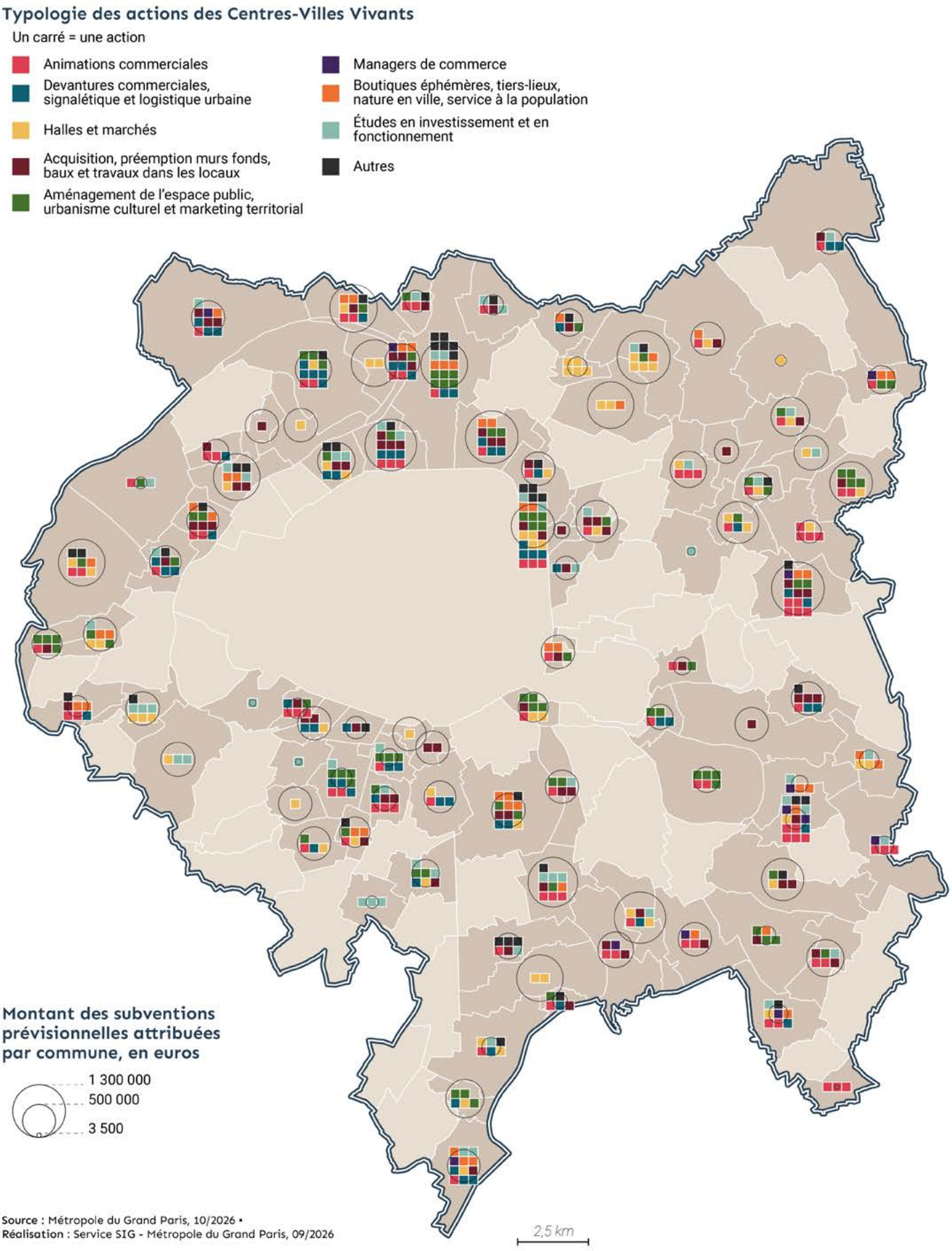
CHIFFRES CLÉS

110
VILLES ADHÉRENTES

563
ACTIONS SUBVENTIONNÉES

43,1
MILLIONS D'EUROS DE SUBVENTIONS DU FONDS FIMACS

BILAN DU PROGRAMME CENTRES-VILLES VIVANTS



ÉTUDES COMMERCIALES

Une étude de stratégie commerciale permet de comprendre le fonctionnement d'une centralité avant d'engager des actions. Elle analyse l'offre, la vacance, les flux, les habitudes de consommation et les projets urbains afin d'identifier les fragilités, les potentiels et les priorités d'intervention. Elle doit déboucher sur une feuille de route hiérarchisée, directement mobilisable par les élus et les services.

TEMPORALITÉ	INVESTISSEMENT	PORTAGE
court — moyen — long	faible — modéré — important	ville et bureau d'études

POURQUOI CETTE ACTION ?

- **Objectiver les enjeux** du tissu commercial et anticiper ses évolutions.
- **Arbitrer les priorités** d'aménagement et de développement commercial.
- **Partager une vision ville** avec les élus, les professionnels et les partenaires.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. **Cadrer la commande** : objectifs, périmètre, calendrier et livrables attendus.
2. **Croiser les données** avec une analyse de terrain et les pratiques de consommation.
3. **Associer les acteurs locaux** pour confronter les constats et enrichir le diagnostic.
4. **Traduire les conclusions** en actions hiérarchisées, avec un calendrier et un pilotage identifié.

EFFETS ATTENDUS

- Une **connaissance partagée** des forces et des fragilités commerciales.
- Des **investissements mieux ciblés** et une feuille de route opérationnelle.

POINTS DE VIGILANCE

- Éviter une étude uniquement descriptive, sans **préconisations concrètes**.
- Prévoir dès le départ le **pilotage et l'actualisation** du plan d'actions.
- Prévoir un planning et un budget.

CHIFFRES CLÉS

34 études cofinancées

770 000 **euros** attribués à la thématique

LE SAVIEZ-VOUS ?

Dans le cadre de **Centres-Villes Vivants**, les villes de moins de 30 000 habitants peuvent bénéficier d'un **diagnostic flash**, voire d'une étude urbaine approfondie pour les centralités les plus fragiles. Les autres villes peuvent solliciter un **cofinancement** de leur étude commerciale.

ILS L'ONT FAIT : NOISY-LE-SEC (93)

→ Réaliser une étude commerciale pour accompagner les mutations du centre-ville



46 000 habitants

Dans le cadre du programme Centres-Villes Vivants, la Ville de Noisy-le-Sec a bénéficié d'une étude commerciale et urbaine afin de disposer d'une vision globale du fonctionnement de son centre-ville. Réalisée dans un contexte de profondes mutations en centre-ville avec notamment le prolongement du tramway T1, la perspective de réaménagement du pôle gare et la refonte des espaces publics, cette étude a permis d'analyser les dynamiques commerciales, les attentes des habitants, les habitudes de consommation et les facteurs de commercialité. Elle constitue aujourd'hui une feuille de route pour orienter les futures actions de revitalisation commerciale.

CONTEXTE → Face aux importantes transformations urbaines et démographiques engagées sur sa ville, la ville souhaitait disposer d'un diagnostic partagé afin d'adapter sa stratégie commerciale aux évolutions du centre-ville.

LES DÉFIS

- Mieux comprendre le fonctionnement du tissu commercial et ses fragilités.
- Anticiper les effets des grands projets urbains sur la commercialité.
- Définir un **plan d'actions cohérent et opérationnel** pour renforcer l'attractivité du centre-ville et diversifier l'offre commerciale.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Réalisation d'une **étude commerciale et urbaine complète** associant analyses statistiques, expertise de terrain et enquêtes auprès des habitants.
- Analyse de l'offre commerciale, des flux, des habitudes de consommation et des facteurs de commercialité.
- Concertation avec les commerçants, les élus et les principaux acteurs économiques locaux afin de constituer et de partager un état des lieux.
- Élaboration d'une **stratégie de revitalisation** accompagnée d'un **plan d'actions hiérarchisé et opérationnel**, servant aujourd'hui de cadre aux actions engagées par la ville en matière d'attractivité du cœur marchand, de diversification de l'offre, d'intervention sur l'immobilier commercial et d'accompagnement des commerçants et des porteurs de projet.

LES RÉSULTATS

- **Une stratégie commerciale fondée sur un diagnostic partagé et objectivé.**
- Une **feuille de route** aujourd'hui mobilisée par la ville pour prioriser et décliner des actions opérationnelles : rénovation des devantures, valorisation du centre-ville par une signalétique adaptée, activation des locaux commerciaux stratégiques et accompagnement des porteurs de projets.





Noisy-le-Sec est une ville en mutation. L'ambition de la municipalité que je conduis est de penser Noisy demain. Pour anticiper les enjeux de demain, tout en répondant à ceux d'aujourd'hui, la démarche doit être structurée. L'étude financée pour les villes par la Métropole du Grand Paris a permis d'objectiver notre cœur de ville commercial et de travailler une stratégie pas à pas afin d'orienter durablement notre politique commerciale au service des habitants et des commerçants.

Olivier SARRABEYROUSE, Maire de Noisy-le-Sec

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Attractivité et vie citoyenne
Contact : Timea TORDAI

Email : commerce@noisylesec.fr
Téléphone : 01 49 42 67 00

CONCERTATION CITOYENNE

La concertation permet d'intégrer l'expertise d'usage des habitants, commerçants, associations et visiteurs aux projets de revitalisation. Enquête, atelier, marche exploratoire ou plateforme numérique : le format dépend de la décision à éclairer. La démarche est utile lorsqu'elle intervient suffisamment tôt et que la collectivité explique clairement ce qui peut être discuté et comment les contributions seront utilisées.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville, avec appui possible d'un prestataire

POURQUOI CETTE ACTION ?

- **Comprendre les pratiques réelles** et les attentes des usagers.
- **Faire émerger des besoins** ou des difficultés peu visibles dans les données.
- **Améliorer et faciliter l'appropriation** des projets de revitalisation.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. **Définir la décision à éclairer** et les marges de contribution laissées aux participants.
2. **Identifier les publics concernés** et combiner plusieurs formats de concertation.
3. **Aller vers les usagers** pour diversifier les profils et les points de vue recueillis.
4. **Restituer les contributions** et expliquer les propositions retenues ou écartées.

EFFETS ATTENDUS

- Des projets **mieux adaptés aux usages** et aux besoins du territoire.
- Un **dialogue renforcé** entre la collectivité, les habitants et les acteurs locaux.

POINTS DE VIGILANCE

- Adapter la démarche au climat local : en cas de tensions, de défiance ou de fatigue participative, privilégier une approche progressive et des formats différenciés avant la mise en discussion collective.
- Veiller à la diversité des participants : combiner outils numériques, temps en présentiel et démarches d'« aller-vers » afin de ne pas écarter les publics moins connectés ou moins habitués à participer.

CHIFFRE CLÉ

5 démarches participatives accompagnées

LE SAVIEZ-VOUS ?

La concertation peut être mobilisée à toutes les étapes d'un projet : **diagnostic, conception, expérimentation ou évaluation**. Le guide et la boîte à outils du réseau européen **URBACT Cities@Heart**, piloté par la Métropole, proposent des méthodes et des retours d'expérience pour développer une gouvernance plus partagée.

ILS L'ONT FAIT : SURESNES (92)

→ Interroger les habitants pour construire la stratégie commerciale



49 000 habitants

Afin de construire une stratégie commerciale en phase avec les attentes des habitants, la Ville de Suresnes a fait de la participation citoyenne un véritable outil d'aide à la décision. À travers sa plateforme « Je participe », la ville informe les habitants sur les projets en cours, organise des consultations et recueille leurs attentes. L'enquête consacrée au commerce de proximité a permis de mieux comprendre les habitudes de consommation, d'identifier les besoins du territoire et d'alimenter les orientations de la stratégie de revitalisation commerciale.

CONTEXTE → Dans le cadre de l'élaboration de sa stratégie de revitalisation commerciale, la Ville souhaitait associer largement les habitants afin de mieux comprendre leurs attentes et leurs pratiques de consommation.

LES DÉFIS

- Associer les habitants à la définition de la stratégie commerciale.
- Mieux connaître les habitudes de consommation et les attentes des usagers.
- Renforcer la transparence et l'**appropriation des projets municipaux**.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Déploiement de la plateforme participative « Je participe », dédiée à l'information et à la concertation des habitants.
- Organisation d'une enquête sur le commerce local ayant mobilisé plus de 1 000 habitants afin de recueillir leurs habitudes de consommation, leurs modes de déplacement et leurs attentes vis-à-vis de l'offre commerciale.
- Présentation des enjeux du commerce de proximité lors d'une réunion des conseils de quartier afin de partager les leviers d'action dont dispose la collectivité.
- Publication des résultats de l'enquête afin de garantir la transparence de la démarche et d'alimenter la stratégie commerciale de la ville.

LES RÉSULTATS

- Une **stratégie commerciale construite à partir des attentes** exprimées par les habitants.
- Une **meilleure connaissance des comportements de consommation** et des priorités d'action pour accompagner le développement du commerce de proximité. Les résultats ont notamment permis d'identifier les attentes en matière de diversification de l'offre commerciale, de mobilité et d'animations.



La participation citoyenne est dans l'ADN de notre ville. C'est une conviction profonde : nous ne pouvons pas construire l'avenir de Suresnes sans associer celles et ceux qui y vivent. Nous y croyons, et nous ne concevons pas d'autre manière de conduire l'action municipale.

Guillaume BOUDY, Maire de Suresnes

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Attractivité et vie citoyenne
Contact : Laure PASCAL-DRANESAS

Email : commerceartisanat@ville-suresnes.fr
Téléphone : 01 41 18 19 20

PRÉEMPTION DE FONDS ET DE BAUX COMMERCIAUX

Le droit de préemption commerciale permet à une ville d'intervenir lors de la cession d'un fonds artisanal, d'un fonds de commerce ou d'un bail commercial situé dans un périmètre défini. Cet outil lui donne la possibilité de préserver une activité essentielle, de diversifier l'offre ou de rechercher un repreneur correspondant aux besoins du territoire.

TEMPORALITÉ	INVESTISSEMENT	PORTAGE
court — moyen — long	faible — modéré — important	ville

POURQUOI CETTE ACTION ?

- **Préserver la diversité commerciale** et les activités stratégiques.
- **Orienter les mutations** dans les secteurs à enjeux.
- **Réintroduire une activité** répondant aux besoins des habitants.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. **Délimiter un périmètre de sauvegarde** sur la base d'un diagnostic commercial.
2. **Définir les activités recherchées** et les critères justifiant une intervention.
3. **Évaluer la faisabilité** juridique, financière et opérationnelle de chaque préemption.
4. **Rechercher un repreneur** et sécuriser la rétrocession du fonds ou du bail.

EFFETS ATTENDUS

- Une **meilleure maîtrise des mutations commerciales**.
- Le maintien ou l'installation d'**activités utiles au territoire**.

POINTS DE VIGILANCE

- Anticiper le **coût et la gestion temporaire** du fonds préempté.
- Engager rapidement la recherche d'un repreneur afin de respecter les **délais de rétrocession**.

CHIFFRES CLÉS

5,9 **millions d'euros** de subventions attribuées

33 **villes** soutenues dans leurs démarches de maîtrise commerciale

LE SAVIEZ-VOUS ?

La Métropole soutient les villes qui expérimentent de nouveaux outils de gestion des locaux commerciaux grâce à un **soutien financier**, des **formations**, un **partage d'expériences** entre collectivités et un **accompagnement juridique** pour sécuriser les procédures. Une fois le local loué par la ville, le dispositif « **Installe ton Commerce** » peut également faciliter l'identification d'un repreneur. Retrouvez la fiche dédiée à ce dispositif « bourse aux locaux » dans ce guide.

ILS L'ONT FAIT : VILLENEUVE-SAINT-GEORGES (94)



36 000 habitants

→ Préempter un commerce stratégique à l'entrée du centre-ville

Afin de renforcer la diversité commerciale de son centre-ville, la Ville a mobilisé son droit de préemption commerciale sur un établissement situé face à la gare RER, 22 place Pierre Sémard. Par sa localisation, ce commerce constitue un emplacement particulièrement stratégique pour l'image et l'animation du centre-ville. Cette intervention doit permettre à la collectivité de maîtriser son devenir et de favoriser, à terme, l'installation d'une activité répondant aux besoins du territoire.

CONTEXTE → La diversification de l'offre commerciale constitue un enjeu identifié depuis plusieurs années à Villeneuve-Saint-Georges. La ville dispose depuis 2012 d'un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité, lui permettant d'intervenir lors de certaines cessions de fonds ou de baux commerciaux. Dans ce cadre, la Ville a souhaité mobiliser concrètement cet outil sur un emplacement particulièrement visible.

LES DÉFIS

- **Maîtriser** le devenir d'un emplacement commercial stratégique.
- **Diversifier** progressivement l'offre commerciale.
- Inscrire la préemption dans une **stratégie plus globale de revitalisation** du centre-ville.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Mobilisation du droit de préemption commerciale.
- Intervention sur un commerce situé place Pierre-Sémard, directement visible à la sortie de la gare et identifié comme une vitrine de l'entrée de ville.
- Accompagnement de la démarche par la **Foncière Centres-Villes Vivants et le cabinet d'avocats missionné par la Métropole**, afin d'appuyer la stratégie de maîtrise commerciale de la ville.
- Recherche, à terme, d'une nouvelle activité permettant de contribuer à la diversification et à l'attractivité de l'offre commerciale du centre-ville.

LES RÉSULTATS

- La maîtrise publique d'un fonds commercial situé sur un emplacement particulièrement stratégique
- La mise en œuvre concrète d'un outil permettant à la ville d'agir sur l'évolution de son tissu commercial.
- Une démarche qui s'inscrit dans une politique de maîtrise et de diversification commerciale engagée dans la durée.



En mobilisant le droit de préemption commerciale sur cet emplacement stratégique, nous souhaitons pouvoir agir concrètement sur l'évolution de notre centre-ville et favoriser une offre commerciale diversifiée, répondant aux attentes des Villeneuvois. La maîtrise de ces locaux constitue un levier supplémentaire pour accompagner durablement la revitalisation de notre cœur de ville.

Kristell NIASME, Maire de Villeneuve-Saint-Georges

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Urbanisme – Commerces
Contact : Albin-Baptiste MABICKA
Email : commerces@villeneuve-saint-georges.fr
Téléphone : 01 43 86 38 66

ACHAT DE MURS

L'acquisition de murs commerciaux permet de maîtriser durablement des locaux stratégiques et leur destination. La collectivité ou une foncière peut acheter, rénover puis louer ces biens afin de lutter contre la vacance, préserver la diversité commerciale et installer des activités adaptées aux besoins du quartier.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville, foncière ou opérateur immobilier

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Sécuriser durablement des emplacements commerciaux stratégiques.
- Remettre sur le marché des locaux vacants ou dégradés.
- Agir sur la composition de l'offre commerciale dans le temps.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. **Repérer les locaux prioritaires** au regard de la stratégie commerciale.
2. **Évaluer l'équilibre économique globale** de l'acquisition, des travaux et de la location.
3. **Mobiliser un opérateur adapté**, notamment la Foncière Centres-Villes Vivants.
4. **Sélectionner les activités** et assurer le suivi locatif du bien.

EFFETS ATTENDUS

- Une **maîtrise durable** de la destination des locaux.
- La réoccupation de biens stratégiques par des **activités pérennes**.

POINTS DE VIGILANCE

- Intégrer dès l'origine les **travaux, charges et risques de vacance.**
- Définir le futur **modèle de gestion et de commercialisation** avant l'acquisition.

CHIFFRES CLÉS

+30 **locaux commerciaux** acquis par la Foncière Centres-Villes Vivants

150 millions d'euros d'acquisitions visées sur 10 ans par la Foncière Centres-Villes Vivants

90 **villes** ont sollicité la Foncière

~ 40 000 m², soit près de **400 murs de boutiques**, ciblés par son plan d'affaires

LE SAVIEZ-VOUS ?

Une ville peut rencontrer la **Foncière Centres-Villes Vivants** avant même qu'un bien soit mis en vente. Ce travail permet de partager les secteurs prioritaires et de préparer une intervention rapide lorsqu'une opportunité se présente.

ILS L'ONT FAIT : JUVISY-SUR-ORGE (94)

→ Acquérir un local pour installer un caviste en trois mois



19 000 habitants

Soucieuse de préserver la diversité commerciale de son centre-ville, la Ville de Juvisy-sur-Orge a saisi l'opportunité de la mise en vente d'un local sur un axe stratégique afin d'y favoriser l'installation d'un commerce répondant aux besoins des habitants. En s'appuyant sur la Foncière Centres-Villes Vivants de la Métropole du Grand Paris, la ville a permis l'acquisition du local, sa remise sur le marché et l'installation rapide d'un caviste indépendant en à peine 3 mois. Cette opération illustre l'intérêt d'un partenariat entre la ville et la Foncière pour agir efficacement sur la composition du tissu commercial.

CONTEXTE → La ville souhaitait éviter qu'un local commercial stratégiquement situé ne reste vacant ou accueille une activité ne répondant pas aux objectifs définis dans sa stratégie de revitalisation.

LES DÉFIS

- **Maîtriser rapidement** le devenir d'un local situé sur un axe commerçant majeur.
- **Favoriser** l'installation d'un commerce indépendant et qualitatif.
- **Préserver** la diversité commerciale du centre-ville.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Identification du local dès sa mise en vente par les services de la ville.
- Mobilisation de la Foncière Centres-Villes Vivants afin d'assurer l'acquisition du bien.
- Sélection d'un commerçant indépendant proposant une activité répondant aux besoins de la collectivité.
- Ouverture du commerce moins de trois mois après l'acquisition du local grâce à une coordination étroite entre la Ville et la Foncière.

LES RÉSULTATS

- **Réouverture rapide** d'un local stratégique en cœur de ville.
- Installation d'un commerce indépendant venant **enrichir l'offre commerciale de proximité**.





Dès que nous avons appris que le local était à vendre, nous nous sommes rapprochés de la Foncière Centres-Villes Vivants afin d'y installer un commerce de qualité, qui puisse répondre aux attentes des habitants et contribuer à l'attractivité de notre centre-ville.

Lamia BENSARSA REDA, Maire de Juvisy-sur-Orge

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Attractivité et vie citoyenne
Contact : Laure PASCAL-DRANESAS

Email : dlopez@mairie-juvisy.fr
Téléphone : 01 69 12 50 00

SOUS-LOCATION ET LOCATION GÉRANCE

La sous-location commerciale permet à une ville ou à un opérateur de prendre un local à bail avant de le proposer à un commerçant sélectionné. Sans acheter les murs, la collectivité peut ainsi faciliter une implantation, sécuriser une première période d'exploitation et préparer, à terme, la signature d'un bail direct avec le propriétaire.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville ou opérateur,
en lien avec le propriétaire

POURQUOI CETTE ACTION ?

- **Remettre rapidement en activité** un local vacant sans engager une acquisition du bail.
- Orienter l'implantation sans engager une **acquisition immobilière**.
- Accompagner progressivement un commerçant vers un **bail commercial**.
- Tester l'activité.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. **Identifier un local** et obtenir l'accord du propriétaire sur le dispositif.
2. **Sécuriser le bail principal** et les conditions de la sous-location.
3. **Sélectionner un porteur de projet** correspondant aux besoins du territoire.
4. **Suivre l'activité** et préparer sa pérennisation avec le bailleur.

EFFETS ATTENDUS

- Une **réoccupation plus rapide** du local.
- Une implantation commerciale **mieux accompagnée et sécurisée**.

POINTS DE VIGILANCE

- La ville demeure responsable des **obligations du locataire principal**.
- Les durées, loyers, travaux et conditions de sortie doivent être **clairement définis**.

LE SAVIEZ-VOUS ?

La Métropole soutient les villes qui expérimentent de nouveaux outils de gestion des locaux commerciaux grâce à un **soutien financier**, des **formations**, un **partage d'expériences** entre collectivités et un **accompagnement juridique** pour sécuriser les procédures. Une fois le local loué par la ville, le dispositif « **Installe ton Commerce** » peut également faciliter l'identification d'un repreneur. Retrouvez la fiche dédiée à ce dispositif « bourse aux locaux » dans ce guide.

ILS L'ONT FAIT : ÉPINAY-SUR-SEINE (93)

→ Sous-louer un local pour accueillir une pâtisserie-salon de thé



53 000 habitants

Afin d'accompagner le développement commercial de son centre-ville, la Ville d'Épinay-sur-Seine a conclu une convention avec Seine-Saint-Denis Habitat lui permettant de prendre à bail un local commercial situé au rez-de-chaussée d'un immeuble réhabilité. Grâce à ce dispositif de sous-location, la ville a pu sélectionner un commerçant répondant à ses objectifs de diversification de l'offre et accompagner l'ouverture de Maison Azalée, une pâtisserie-salon de thé venue enrichir l'attractivité de sa rue commerçante.

CONTEXTE → La ville souhaitait accompagner la commercialisation des nouveaux rez-de-chaussée commerciaux tout en veillant à la qualité et à la complémentarité des activités implantées.

LES DÉFIS

- Éviter l'installation d'activités ne répondant pas à la stratégie commerciale de la ville.
- Favoriser l'implantation d'un commerce qualitatif dans un programme immobilier neuf.
- Créer une nouvelle destination gourmande contribuant à l'animation du centre-ville.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- **Signature d'une convention** de mise à disposition entre Seine-Saint-Denis Habitat et la Ville, autorisant cette dernière à sous-louer le local à un commerçant sélectionné.
- Livraison d'une cellule commerciale brute permettant au futur exploitant d'aménager les lieux selon les besoins de son activité.
- Prise en charge d'une partie de l'**aménagement intérieur** ainsi que de l'enseigne, en respectant une charte mise en place par la ville.
- Recherche puis **sélection d'un porteur de projet** en cohérence avec les attentes de la ville.
- **Ouverture** de Maison Azalée, pâtisserie artisanale proposant également une offre de salon de thé et de restauration légère, participant à la diversification de l'offre commerciale du centre-ville.

LES RÉSULTATS

- Installation d'un commerce indépendant dans un local neuf du centre-ville.
- Une offre commerciale diversifiée venant renforcer l'attractivité de la rue de Paris et répondre aux attentes des habitants.





La sous-location nous permet d'accompagner l'installation de commerces répondant aux besoins des habitants et à notre stratégie de revitalisation. L'ouverture de Maison Azalée illustre pleinement la capacité de ce dispositif à favoriser des implantations qualitatives au cœur de notre centre-ville.

Hervé CHEVREAU, Maire d'Épinay-sur-Seine

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Commerces et artisanat
Contact : Nadia AGUIB
Email : commerces-et-artisanat@epinay-sur-seine.fr
Téléphone : 01 49 71 99 25

BOURSE AUX LOCAUX

Une bourse aux locaux ne se limite pas à recenser les cellules vacantes. Elle organise leur mise en visibilité auprès de porteurs de projet, facilite les échanges avec les propriétaires et permet d'orienter les candidatures vers les activités recherchées. Associée à un accompagnement entrepreneurial, elle devient un véritable outil de commercialisation des locaux vacants.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville, bailleurs et partenaires économiques

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Donner de la **visibilité aux opportunités d'implantation**.
- Faciliter la rencontre entre **locaux disponibles et entrepreneurs**.
- Réduire la vacance en ciblant des activités adaptées à la stratégie locale.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. **Recenser et qualifier** régulièrement les locaux réellement disponibles.
2. **Définir les activités recherchées** avec les propriétaires et la ville.
3. **Diffuser les offres** auprès de réseaux de porteurs de projet qualifiés.
4. **Accompagner les candidatures** jusqu'à la signature du bail et l'ouverture.

EFFETS ATTENDUS

- Une **meilleure visibilité** des locaux vacants.
- Des implantations plus rapides et **mieux adaptées aux besoins locaux**.

POINTS DE VIGILANCE

- Maintenir les offres **fiables, complètes et régulièrement actualisées**.
- Vérifier en amont que les loyers, travaux et conditions proposées sont **compatibles avec le marché**.

CHIFFRES CLÉS

45 **locaux** qualifiés et référencés

6 **implantations** réalisées

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le dispositif **« Installe ton Commerce en Métropole »** complète le référencement des locaux par une analyse de leur potentiel, la recherche de candidats, l'organisation de comités de sélection et un accompagnement des entrepreneurs par la CCI Paris Île-de-France.

ILS L'ONT FAIT : VILLEMOMBLE (93)

→ Installer un fleuriste dans un local vacant



30 000 habitants

Afin de renforcer l'attractivité de son centre-ville et de limiter la vacance commerciale, la Ville de Villemomble a mobilisé le dispositif « Installe ton Commerce » pour accompagner l'installation d'un nouveau fleuriste dans un local vacant stratégique. Grâce au partenariat entre la ville, la Métropole du Grand Paris, la CCI Paris Île-de-France et leurs partenaires, le projet a bénéficié d'un accompagnement complet, depuis l'identification du local jusqu'à l'ouverture du commerce. Cette démarche a permis d'installer une activité répondant aux attentes des habitants tout en sécurisant le parcours entrepreneurial de la porteuse du projet.

CONTEXTE → La ville souhaitait renforcer la dynamique commerciale en favorisant l'implantation d'un commerce de proximité dans un local vacant.

LES DÉFIS

- **Réduire la vacance** commerciale sur un axe commerçant.
- **Identifier un porteur de projet** proposant une activité adaptée aux besoins de la ville.
- **Sécuriser l'installation** du commerce grâce à un accompagnement personnalisé.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Référencement du local vacant dans le dispositif « Installe ton Commerce en Métropole ».
- Recherche et sélection d'un porteur de projet en lien avec la CCI Paris Île-de-France et les partenaires du dispositif.
- Accompagnement de l'entrepreneure dans la structuration de son projet et la mobilisation de solutions de financement, notamment avec le soutien du Réseau Initiative Seine-Saint-Denis.
- Ouverture du fleuriste Le Jardin des Merveilles, proposant une offre artisanale répondant aux attentes des habitants.

LES RÉSULTATS

- Installation d'un nouveau commerce de proximité dans un local vacant.
- Accompagnement sécurisé de la porteuse de projet jusqu'à l'ouverture de son activité.





Grâce au dispositif «Installe ton Commerce», nous avons pu accompagner l'installation d'un commerce de qualité répondant aux attentes des Villemomblois. Ce partenariat nous permet d'agir concrètement contre la vacance commerciale.

Patrice CALMÉJANE, Maire de Villemomble

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Commerce
Contact : Sabrina CUILLA

Email : commerce@mairie-villemomble.fr
Téléphone : 01 49 35 25 47

BOUTIQUE ÉPHÉMÈRE

Une boutique éphémère accueille successivement des artisans, créateurs ou commerçants pour de courtes périodes. Grâce au renouvellement de sa programmation, elle diversifie l'offre, valorise les savoir-faire et crée un motif régulier de visite. Elle permet également aux exposants de confronter leurs produits au public sans supporter immédiatement les charges d'une boutique permanente.

TEMPORALITÉ
court — moyen — long

INVESTISSEMENT
faible — modéré — important

PORTAGE
ville, association ou opérateur

POURQUOI CETTE ACTION ?

- **Renouveler régulièrement l'offre** proposée en centre-ville.
- **Attirer de nouveaux consommateurs** dans une zone de chalandise élargie.
- Offrir une **vitrine accessible** aux artisans et créateurs.
- Faire émerger et tester de **nouveaux concepts commerciaux**.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Choisir un **local visible et modulable,** adapté à plusieurs activités.
2. Définir le **mode de gestion,** les conditions d'occupation et la sélection.
3. Construire une **programmation diversifiée** et anticiper le renouvellement des exposants.
4. Assurer une **communication continue** autour des nouvelles occupations.

EFFETS ATTENDUS

- Une offre commerciale régulièrement renouvelée.
- Une meilleure visibilité des artisans, créateurs et jeunes entreprises.

POINTS DE VIGILANCE

- Prévoir des moyens humains pour assurer la **gestion et la programmation** du lieu.
- Rechercher une offre complémentaire afin de ne pas créer de **concurrence directe** avec les commerces voisins.

CHIFFRES CLÉS

20 **boutiques** inscrites dans le réseau métropolitain

560 000 **euros** de subventions attribuées

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le cadre juridique doit être adapté au fonctionnement du lieu : bail dérogatoire, convention d'occupation ou autre contrat sécurisé. La Métropole et la CMA Île-de-France animent un **réseau métropolitain** des boutiques éphémères proposant **accompagnement technique, visites apprenantes** et **échanges entre collectivités**.

ILS L'ONT FAIT : CACHAN (94)

→ Créer une boutique éphémère dédiée aux artisans et créateurs



31 000 habitants

Afin de diversifier son offre commerciale et de soutenir les artisans et créateurs, la Ville de Cachan a créé « L'Éphémère », une boutique dédiée à l'artisanat, à la création locale et à la seconde main. Implantée dans un local acquis avec le soutien du programme Centres-Villes Vivants, cette boutique accueille, pour de courtes périodes, plusieurs exposants au sein d'un espace entièrement modulable. Accompagnée par la CMA Île-de-France via le réseau métropolitain des boutiques éphémères, la ville a conçu un véritable outil d'animation commerciale qui renouvelle régulièrement son offre et participe au renforcement de l'attractivité du centre-ville.

CONTEXTE → La ville souhaitait renforcer l'attractivité de son centre-ville tout en offrant une vitrine aux artisans et créateurs ne disposant pas de boutique permanente.

LES DÉFIS

- **Diversifier** l'offre commerciale et artisanale du centre-ville.
- **Créer un lieu attractif** capable de renouveler régulièrement son offre.
- **Structurer un mode de gestion** permettant d'assurer une programmation continue.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Acquisition d'un local situé sur un linéaire commercial stratégique avec le soutien du programme Centres-Villes Vivants.
- Accompagnement de la CMA Île-de-France pour étudier la faisabilité du projet, définir le modèle de gestion et aménager un espace modulable adapté aux besoins des exposants.
- Mise en place d'un comité de sélection afin de construire une programmation diversifiée d'artisans, créateurs, entrepreneurs et acteurs de l'économie circulaire.
- Déploiement d'une communication régulière et intégration au réseau métropolitain des boutiques éphémères, favorisant les échanges de bonnes pratiques entre collectivités.

LES RÉSULTATS

- Une programmation renouvelée tout au long de l'année, offrant une vitrine à de nombreux artisans et créateurs.
- Un nouvel équipement participant à l'animation du centre-ville et au développement d'une véritable dynamique artisanale locale.





Avec L'Éphémère, nous avons souhaité créer un lieu vivant qui mette en valeur les savoir-faire artisanaux tout en offrant aux créateurs un véritable tremplin pour développer leur activité. Cette boutique participe pleinement à la dynamique commerciale et à l'attractivité de notre centre-ville.

Hélène DE COMARMOND, Maire de Cachan

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Commerce
Contact : Marie MORISSEAU
Email : ddu@ville-cachan.fr
Téléphone : 01 49 69 69 69

TIERS-LIEUX

Un tiers-lieu réunit plusieurs activités et publics au sein d'un même espace : coworking, artisanat, culture, formation, services ou économie circulaire. Il permet de réinvestir un bâtiment, d'expérimenter de nouveaux usages et de faire émerger des coopérations locales autour des besoins du territoire.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

partenariat entre collectivité et opérateur

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Donner une **nouvelle vocation** à un bâtiment vacant ou sous-utilisé.
- Développer des **activités et services complémentaires.**
- Favoriser les rencontres entre habitants, associations et professionnels.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Partir des **besoins du territoire**, et non du seul bâtiment disponible.
2. Définir les usages, les publics et la **programmation** du futur lieu.
3. Sélectionner un **opérateur** et construire un modèle économique viable.
4. Mobiliser les partenaires puis accompagner l'ouverture et la montée en charge.

EFFETS ATTENDUS

- La réoccupation d'un site par de **nouveaux usages**.
- Le développement de **services, d'activités et de coopérations locales**.

POINTS DE VIGILANCE

- Sécuriser le **modèle économique et la gouvernance** avant d'engager les travaux.
- Prévoir des moyens dédiés à l'**animation du lieu** après son ouverture.
- S'assurer des modalités juridiques de mise à disposition des locaux.

CHIFFRES CLÉS

32 projets de tiers-lieux accompagnés, dont 28 financés

Près de **4 millions d'euros** de subventions attribuées

27 **villes** et **3 EPT** engagées dans le programme

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le programme Tiers-Lieux Métropolitains accompagne des tiers-lieux à dominante **culturelle, numérique, artisanale, sociale ou circulaire**. Les villes peuvent bénéficier d'un appui en ingénierie, de visites apprenantes, d'un comité d'experts et d'un cofinancement.

ILS L'ONT FAIT : FONTENAY-SOUS-BOIS (94)

→ Développer deux tiers-lieux complémentaires



54 000 habitants

Afin de favoriser l'innovation sociale, le développement économique local et la transition écologique, la Ville de Fontenay-sous-Bois accompagne le développement de plusieurs tiers-lieux complémentaires. Avec le soutien du programme Tiers-Lieux Métropolitains, les Bains-Douches poursuivent leur structuration comme lieu de coopération ouvert aux habitants, aux associations et aux entrepreneurs. Cette dynamique est complétée par La Rampe, tiers-lieu dédié aux métiers d'art, au réemploi et à l'économie circulaire, contribuant ensemble à renforcer l'attractivité et la vitalité de la ville.

CONTEXTE → Depuis 2024, la Ville de Fontenay-sous-Bois est membre du programme Tiers-Lieux Métropolitains. À travers cette démarche, elle entend soutenir l'émergence et le développement de tiers-lieux sur son territoire pour contribuer à la revitalisation du tissu urbain, favoriser de nouvelles dynamiques de coopérations locales et accompagner l'émergence de nouveaux espaces de vie au service des habitants.

LES DÉFIS

- **Réinvestir des lieux existants** en leur donnant de nouveaux usages.
- Soutenir les acteurs de l'économie sociale et solidaire ainsi que les artisans et créateurs.
- Développer des lieux ouverts favorisant les coopérations entre habitants, associations et professionnels.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Activation et préfiguration du projet de tiers-lieu pérenne via une occupation temporaire portée par Plateau Urbain en lien avec la ville et avec le soutien de la Métropole, via la mobilisation du comité d'experts du programme Tiers-Lieux Métropolitains.
- Développement d'une programmation mêlant événements culturels, ateliers participatifs, formations, rencontres professionnelles et initiatives citoyennes.
- Création de La Rampe, tiers-lieu consacré aux métiers d'art, au réemploi et à la transition écologique, proposant ateliers, espaces de travail partagés et actions de sensibilisation.
- Inscription de ces lieux dans une stratégie municipale plus large visant à soutenir les nouvelles formes d'entrepreneuriat, d'innovation et de coopération locale.

LES RÉSULTATS

- Des tiers-lieux devenus des espaces de rencontre, d'expérimentation et de développement économique ouverts à tous.
- Une offre complémentaire favorisant l'innovation, l'artisanat et l'économie circulaire.





Les tiers-lieux constituent de véritables laboratoires de la ville de demain. Ils permettent de faire émerger de nouvelles coopérations entre habitants, associations, artisans et entrepreneurs tout en renforçant l'attractivité et la vitalité de notre ville.

Jean-Philippe GAUTRAIS, Maire de Fontenay-sous-Bois

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Développement économique
Contact : Yoann TERNOIS
Email : dev-eco@fontenay-sous-bois.fr
Téléphone : 01 71 33 58 93

ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

L'économie sociale et solidaire regroupe des structures qui poursuivent une finalité d'utilité sociale et privilégient un fonctionnement collectif ou une lucrativité limitée. Cafés solidaires, ressourceries, commerces coopératifs ou services inclusifs peuvent répondre à des besoins peu couverts tout en créant de l'activité et du lien social dans les quartiers.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

acteur de l'ESS, avec l'appui de la collectivité

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Développer des **services utiles et accessibles** aux habitants.
- Réinvestir des locaux avec des projets à **fort impact social**.
- Soutenir une économie locale plus **inclusive et durable**.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Identifier les **besoins sociaux, économiques ou environnementaux** du territoire.
2. Repérer et accompagner un **porteur de projet ESS** qualifié.
3. Sécuriser le local, les financements et le **modèle économique et juridique**.
4. Associer les habitants, les partenaires spécialisés et les acteurs locaux.

EFFETS ATTENDUS

- Une offre de services plus **diversifiée et inclusive**.
- La création d'activités favorisant l'**emploi local et les solidarités**.

POINTS DE VIGILANCE

- Anticiper l'équilibre économique du projet **au-delà des aides de démarrage**.
- Définir clairement les publics, les services proposés et le **mode de gestion**.

CHIFFRES CLÉS

L'ESS regroupe plus de **326 000** emplois salariés, soit 8,1% de la Métropole du Grand Paris

32 480 **structures** de l'ESS à l'échelle de la Métropole du Grand Paris

LE SAVIEZ-VOUS ?

En partenariat avec **Les Canaux**, la Métropole propose aux villes des ressources documentaires, des ateliers, des visites de terrain et des retours d'expérience pour faciliter l'émergence de projets sociaux, solidaires et circulaires adaptés à leur territoire.

ILS L'ONT FAIT : L'ILE-SAINT-DENIS (93)

→ Développer une dynamique citoyenne autour de cafés solidaires au cœur de la ville



8 700 habitants

Afin de renforcer le lien social et de proposer des espaces de rencontre, d'échange et d'implication citoyenne, la Ville de L'Île-Saint-Denis a accompagné la création de plusieurs espaces au Centre nord et au Sud de l'île. Un café solidaire au sein d'un tiers-lieu alimentaire, « L'Économe », qui sera inauguré fin novembre après d'importants travaux de réhabilitation et d'aménagement portés par la Ville. Cet espace aura vocation à accueillir des activités de sensibilisation à l'alimentation saine et des cuisines contributives et repas partagés. La Maison d'Écologie populaire dispose d'une cuisine ouverte permettant des ateliers cuisine, des repas partagés et des temps de convivialité.

CONTEXTE → Deux quartiers, deux configurations différentes mais un même besoin de création de lien social et de développement des dynamiques citoyennes et d'écologie populaire.

LES DÉFIS

- **Renforcer l'animation** et les usages des différentes polarités de la Ville, en favorisant les espaces de rencontres entre les habitants et la cohésion sociale.
- Développer des activités porteuses d'une forte **utilité sociale** répondant aux besoins de proximité dans une démarche de transition écologique et citoyenne.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Identification de locaux et concertation concernant les besoins des habitants.
- Accompagnement à la structuration des structures porteuses.
- Construction d'une offre associant alimentation saine, santé, animations et initiatives locales.
- Mobilisation des habitants, des associations et des partenaires du territoire autour de la programmation du lieu.

LES RÉSULTATS

- De nouveaux lieux de convivialité et de participation citoyenne ouverts à toutes et tous au cœur de la ville.
- Des activités locales contribuant au lien social et à l'animation du centre-ville et des polarités Nord et Sud de l'île.





Ces tiers-lieux proposant des cafés solidaires ont vocation à devenir des lieux de rencontre, de partage et d'implication citoyenne. Ils montrent que l'économie sociale et solidaire peut contribuer concrètement à la vitalité des polarités commerciales de l'île tout en garantissant la cohésion sociale et des réponses aux besoins de proximité des habitantes et habitants.

Mohamed GNABALY, Maire de L'Île-Saint-Denis

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Direction Rayonnement attractivité
Contact : Océane HERROU
Email : oceane.herrou@lile-saint-denis.fr
Téléphone : 06 10 09 31 06

IMMOBILIER PRODUCTIF

L'immobilier productif désigne les locaux adaptés aux activités artisanales, manufacturières, alimentaires, de réparation ou de fabrication. Ateliers, cités artisanales et manufactures urbaines permettent de maintenir la production en ville, de diversifier les rez-de-chaussée et de préserver des emplois et savoir-faire locaux.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville, aménageur, foncière ou bailleur

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Maintenir les **activités productives** confrontées à la pression immobilière.
- Proposer des locaux adaptés aux besoins des artisans et petites entreprises.
- Diversifier les activités présentes dans les quartiers.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Identifier les **filières et entreprises** ayant besoin de locaux.
2. Repérer des sites compatibles avec les contraintes des activités recherchées.
3. Définir un programme immobilier adapté : surfaces, accès, stockage et équipements.
4. Construire un niveau de loyer compatible avec le **modèle économique des occupants**.

EFFETS ATTENDUS

- Le maintien ou l'installation d'**activités productives et artisanales**.
- La création d'emplois et la réoccupation de locaux par des usages diversifiés.

POINTS DE VIGILANCE

- Anticiper les besoins techniques : **livraisons, puissance électrique, ventilation et nuisances**.
- Veiller à l'équilibre entre le coût de l'opération et des **loyers accessibles**.

CHIFFRES CLÉS

250 000 **emplois industriels** sont recensés dans la Métropole du Grand Paris

L'emploi industriel y a progressé de **5 % depuis 2018**

LE SAVIEZ-VOUS ?

L'étude **« Fabriquer dans le Grand Paris »**, publiée par l'Apur en 2026, analyse les emplois, les lieux de production et les filières présentes dans la Métropole. Elle constitue une ressource pour identifier les besoins immobiliers et les secteurs à préserver.

ILS L'ONT FAIT : BOIS-COLOMBES (92)

→ Créer une cité artisanale de sept ateliers



29 000 habitants

Dans le cadre du renouvellement urbain et économique du quartier Nord, la Ville de Bois-Colombes a créé une cité artisanale de sept ateliers équipés et prêts à l'emploi, afin de maintenir les activités productives sur le territoire. Le projet est soutenu par la Métropole du Grand Paris, dans le cadre du programme Centres-Villes Vivants.

CONTEXTE → Face à la forte pression immobilière et au niveau élevé des loyers, le maintien des 503 entreprises artisanales présentes à Bois-Colombes en 2025 constitue un enjeu majeur pour préserver la diversité et le dynamisme économique de la ville.

LES DÉFIS

- **Maintenir des activités artisanales** et productives au cœur de la ville malgré la pression immobilière.
- **Proposer une offre immobilière adaptée**, moderne et accessible aux artisans indépendants.
- **Accompagner le renouvellement urbain**, économique et commercial du quartier Mermoz-Pompidou et de l'avenue d'Argenteuil.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Inscrire la cité artisanale dans le projet global de renouvellement urbain du quartier Nord et dans la programmation de la ZAC Pompidou-Le Mignon (opération certifiée HQE Aménagement ®Certivea).
- Définir techniquement et architecturalement le projet de manière croisée entre la Ville, la Chambre de Métiers et de l'Artisanat, le promoteur et la maîtrise d'œuvre.
- Sélectionner des activités complémentaires répondant aux besoins des habitants et contribuant à la diversité économique du quartier.

LES RÉSULTATS

- Renforcement de l'attractivité économique du quartier grâce à un équipement dédié à l'artisanat (accès utilitaire, stockage, sanitaires et mezzanine/bureau) et intégré au tissu résidentiel.
- Création d'une offre immobilière : 7 ateliers de 38 à 120 m² (732 m² SDP), avec stationnement, permettant l'installation et le maintien d'activités artisanales au sein de la ville.
- Loyer : 180 €/m²/HC/HT, avec bail précaire ou commercial 3-6-9.





©Bertrand Guigou

Cette Cité Artisanale permet aux artisans de disposer de locaux adaptés et de poursuivre leur activité à Bois-Colombes. Dans une ville dense, maintenir des activités artisanales et productives est un enjeu économique qui s'appuie sur un véritable choix d'aménagement, pour une ville équilibrée, vivante et active. Ce projet apporte une réponse innovante, par sa conception technique comme par son intégration au projet urbain. En faisant cohabiter logements, ateliers et vie de quartier, il crée une véritable mixité fonctionnelle, préserve les savoir-faire locaux et contribue à l'attractivité de Bois-Colombes.

Pierre CROSNIER LECONTE, Maire de Bois-Colombes

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Développement économique
Contact : Johann MOMBAZET
Email : economie@bois-colombes.com
Téléphone : 01 41 19 83 10

INNOVATION ET NUMÉRIQUE

L'innovation consiste à expérimenter une nouvelle solution pour répondre à un besoin clairement identifié. Données, intelligence artificielle, capteurs, fabrication numérique ou nouveaux services peuvent aider les collectivités à mieux comprendre les usages, améliorer le service rendu et tester de nouvelles réponses aux enjeux des centres-villes.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville ou EPT, avec un partenaire spécialisé

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Mieux connaître les **usages, les flux et les besoins**.
- Améliorer les services proposés aux habitants et aux professionnels.
- Tester une solution avant son éventuel **déploiement à grande échelle**.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Partir d'un **problème concret**, plutôt que d'une technologie disponible.
2. Étudier les solutions existantes et associer les futurs utilisateurs.
3. Conduire une **expérimentation limitée**, avec des objectifs précis.
4. Évaluer les résultats avant d'adapter, d'abandonner ou de généraliser la solution.

EFFETS ATTENDUS

- Des services publics plus **accessibles et adaptés aux usages**.
- Une meilleure capacité d'aide à la décision grâce aux données recueillies.

POINTS DE VIGILANCE

- Anticiper la **protection des données**, la cybersécurité et l'accessibilité.
- Intégrer les coûts de maintenance et éviter une dépendance durable à un prestataire.

CHIFFRES CLÉS

242 **projets** accompagnés par le programme métropolitain **« Innover dans la Ville »**

40 **millions d'euros** d'investissements réalisés

10,7 **millions d'euros** de subventions attribuées

LE SAVIEZ-VOUS ?

L'offre **Impulsion** du programme Innover dans la ville de la Métropole, permet aux villes éligibles de mobiliser gratuitement jusqu'à **cinq apports d'expertise par an** : analyse de faisabilité, benchmark, accompagnement juridique ou construction d'indicateurs d'évaluation.

ILS L'ONT FAIT : CRÉTEIL (94)

→ Créer un Fablab municipal ouvert à tous



93 000 habitants

Avec le soutien de la Métropole du Grand Paris dans le cadre du programme « Innover dans la Ville », la Ville de Créteil a inauguré en 2024 un Fablab municipal dédié à l'inclusion numérique, à la fabrication collaborative et à l'innovation publique. Installé dans une ancienne école de serrurerie de 215 m², cet équipement gratuit accompagne les habitants dans leurs usages numériques, favorise l'expérimentation de nouvelles solutions entre les services municipaux, les associations et les riverains et constitue un véritable laboratoire d'innovation au sein de la Ville.

CONTEXTE → Face à la montée des usages numériques et à la dématérialisation des services publics, la ville souhaite créer un lieu accessible à toutes et tous, favorisant l'autonomie numérique.

LES DÉFIS

- **Réduire la fracture numérique** et accompagner les habitants dans leurs démarches.
- **Faire évoluer un service** support vers un service de conception et d'innovation.
- Développer de **nouveaux modes de coopération** entre les services municipaux.
- **Expérimenter** des solutions innovantes au service des politiques publiques.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Création d'un Fablab municipal gratuit proposant accompagnement numérique, fabrication numérique, ateliers collaboratifs et accès à des équipements innovants.
- Mobilisation de 14 directions municipales pour concevoir et réaliser le projet, en valorisant les savoir-faire des agents de la collectivité.
- Développement d'ateliers d'intelligence collective par l'équipe du Fablab permettant aux services municipaux de concevoir ensemble de nouvelles méthodes de travail et d'expérimenter des solutions innovantes.
- Financement du projet par la ville de Créteil avec le soutien de la Métropole du Grand Paris (55%) sur les travaux et la Région Île-de-France (16%) sur les achats informatiques. Opération soutenue par l'État dans le cadre du dispositif Conseiller numérique.

LES RÉSULTATS

- Plus de 4 200 utilisateurs des espaces et équipements de fabrication numérique en un an et 700 habitants accompagnés dans leurs démarches numériques.
- Un équipement devenu un véritable laboratoire d'innovation publique, favorisant la transversalité et les pratiques de travail collaboratives.





Avec le Fablab, nous avons souhaité faire du numérique un levier d'innovation, d'inclusion et de coopération. Ce lieu démontre qu'un service public peut être à la fois moderne, accessible et construit avec les habitants.

Laurent CATHALA, Maire de Créteil

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Commerce et Inclusion numérique
Contact : Wassim BOURKIA et Sarah LAMBERT
Email : Wassim.BOURKIA@ville-creteil.fr
Téléphone : 07 86 71 62 39

CRÉATION D'UNE HALLE

Créer une halle permet de structurer une nouvelle polarité commerciale autour d'une offre de proximité. Le projet doit répondre à un besoin identifié, trouver sa place parmi les commerces existants et anticiper son fonctionnement futur. La réussite dépend autant du positionnement commercial et du mode de gestion que de la qualité architecturale du bâtiment.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville, avec un gestionnaire ou un délégataire

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Développer une **offre alimentaire et commerciale de proximité**.
- Créer un **lieu de vie** intégré au parcours marchand.
- Améliorer les conditions d'accueil des commerçants et des clients.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Vérifier le **potentiel commercial** et la viabilité économique du projet.
2. Définir le positionnement, les activités recherchées et le **plan de marchandisage**.
3. Construire le **modèle de gestion** et associer les professionnels concernés.
4. Anticiper les flux, les livraisons, les déchets et les besoins techniques.

EFFETS ATTENDUS

- Une **nouvelle offre de proximité** répondant aux besoins du territoire.
- Une centralité commerciale plus **visible et fréquentée**.
- Un **effet de ruissellement** sur les commerces à proximité.

POINTS DE VIGILANCE

- Ne pas concevoir la halle comme un **projet uniquement architectural**.
- Vérifier la complémentarité avec les commerces et marchés déjà présents.

CHIFFRES CLÉS

318 **marchés** recensés dans la Métropole

112 **villes** disposant d'au moins un marché

8 **créations** de halles cofinancées par la Métropole

LE SAVIEZ-VOUS ?

La création, le transfert ou la suppression d'un marché communal doit faire l'objet d'une consultation des **organisations professionnelles intéressées**. Celles-ci disposent d'un délai d'**un mois** pour rendre leur avis.

ILS L'ONT FAIT : VILLENEUVE-LA-GARENNE (92)

→ Reconstruire une halle pour redynamiser le centre-ville



26 000 habitants

Dans le cadre de la requalification de son centre-ville, la Ville de Villeneuve-la-Garenne a fait le choix de reconstruire entièrement sa halle de marché afin d'en faire un véritable équipement structurant. Inaugurée en 2026, la nouvelle halle Roger-Prévot accueille 25 commerçants dans un bâtiment lumineux et fonctionnel, complété par un parvis, un parking souterrain et de nouveaux espaces publics. Pensée comme un lieu de vie ouvert sur son quartier, cette réalisation participe pleinement à la redynamisation commerciale et à l'attractivité du cœur de ville.

CONTEXTE → Engagée dans un vaste projet de renouvellement urbain, la ville souhaitait faire de son marché historique un véritable moteur de revitalisation de son centre-ville.

LES DÉFIS

- Remplacer une halle vieillissante qui ne répondait plus aux attentes des commerçants et des habitants.
- Redonner au **marché son rôle de centralité commerciale** et de lieu de vie.
- Accompagner la requalification globale du centre-ville en renforçant son attractivité.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Construction d'une nouvelle halle de marché en structure bois, intégrée à un projet global de requalification du centre-ville.
- Aménagement d'un parking souterrain, d'espaces publics paysagers et de nouveaux cheminements piétons afin d'améliorer l'accessibilité et le confort des usagers.
- Maintien d'un marché provisoire pendant toute la durée des travaux afin d'assurer la continuité de l'activité commerciale.

LES RÉSULTATS

- Une nouvelle **halle devenue le cœur commerçant** et convivial de la ville.
- Une **fréquentation renforcée** grâce à un équipement moderne offrant de meilleures conditions d'accueil pour les commerçants comme pour les habitants.





Cette nouvelle halle constitue bien plus qu'un marché couvert, elle est le cœur du renouveau de notre centre-ville. Nous avons souhaité créer un lieu attractif, convivial et moderne, capable de répondre aux attentes des habitants tout en accompagnant durablement le développement du commerce de proximité.

Pascal PELAIN, Maire de Villeneuve-la-Garenne

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Commerce
Contact : Yasmina BARA ZERIZER
Email : ybara@villeneuve92.com
Téléphone : 06 21 90 72 24

RÉNOVATION D'UNE HALLE

Rénover une halle existante est l'occasion d'améliorer le bâtiment, mais aussi de repenser son offre, ses circulations et ses services. Le projet doit concilier la modernisation de l'équipement, les besoins des commerçants et le maintien de l'activité afin de conforter la halle dans son rôle de centralité commerciale et sociale.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville, avec le gestionnaire du marché

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Améliorer le **confort et l'accessibilité** pour les commerçants et les usagers.
- Adapter l'équipement aux enjeux sanitaires, énergétiques et logistiques.
- Renforcer la place de la halle dans le **parcours commercial**.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Réaliser un **diagnostic technique, commercial et fonctionnel**.
2. Définir les travaux à partir des usages : accès, ventilation, énergie et stockage.
3. Revoir, si nécessaire, l'offre, le règlement et le **plan de marchandisage**.
4. Organiser la continuité du marché pendant le chantier.

EFFETS ATTENDUS

- De meilleures **conditions d'exploitation et d'accueil**.
- Une halle plus attractive et mieux intégrée à son environnement.

POINTS DE VIGILANCE

- Anticiper le **maintien ou le déplacement temporaire** des commerçants.
- Ne pas engager les travaux sans examiner l'offre, les horaires et le modèle de gestion.

CHIFFRES CLÉS

18 **villes** ont déjà été accompagnées par la Métropole dans des projets d'aménagement ou de rénovation de halles et marchés

4,2 **millions d'euros** ont été mobilisés pour ces opérations

LE SAVIEZ-VOUS ?

L'étude réalisée par la Métropole et la CCI Paris Île-de-France propose des **fiches-portraits** et une **cartographie interactive** pour comparer les équipements, leur offre et le fonctionnement des marchés de la Métropole.

ILS L'ONT FAIT : MEUDON (92)

→ Rénover le marché Maison Rouge pour en faire une halle gourmande



46 000 habitants

Après quatorze mois de travaux, la Ville de Meudon a entièrement rénové le marché Maison Rouge, construit en 1968, afin d'améliorer les conditions d'accueil des commerçants et des clients et d'en faire un véritable lieu de vie. Plus lumineuse, accessible et conviviale, la nouvelle halle propose des étals harmonisés, des allées plus spacieuses et des espaces permettant de consommer sur place. Le projet s'accompagne également d'une requalification des espaces publics autour du marché.

CONTEXTE → La Ville souhaitait moderniser cet équipement de proximité tout en renforçant son rôle de lieu de vie au cœur du quartier.

LES DÉFIS

- **Moderniser** une halle construite en 1968 et améliorer son accessibilité.
- Offrir de **meilleures conditions d'accueil aux commerçants et aux clients**.
- Faire évoluer le marché vers un **lieu plus convivial**, permettant de nouvelles pratiques.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Rénovation complète de la halle avec de grandes baies vitrées, des étals harmonisés, des allées élargies et une nouvelle signalétique.
- Création d'un espace gourmand et de tables permettant aux clients de consommer les produits du marché sur place.
- Maintien de l'activité commerciale pendant les travaux grâce à l'installation d'un marché provisoire à proximité.
- Réaménagement et végétalisation des espaces extérieurs afin d'améliorer le confort des piétons et les mobilités douces.

Le chantier représente un investissement de **3,35 M€**, dont **484 K€ financés par la Métropole du Grand Paris dans le cadre du programme Centres-Villes Vivants**.

LES RÉSULTATS

- Une halle plus lumineuse, accessible et confortable, offrant de meilleures conditions de travail aux commerçants et de visite aux habitants.
- Un marché transformé en halle gourmande et lieu de vie, davantage ouvert sur son quartier et ses espaces publics.
- Un équipement modernisé intégrant également des ambitions environnementales, avec notamment une cuve de récupération de 23 000 litres d'eau de pluie utilisée pour le nettoyage du marché et l'arrosage des espaces verts.





Avec la rénovation du marché Maison Rouge, nous avons souhaité conserver l'identité de ce lieu emblématique tout en l'adaptant aux nouveaux usages. Plus lumineux, plus convivial et mieux intégré à son quartier, il retrouve pleinement sa vocation de lieu de vie et de rencontre au cœur de Meudon.

Denis LARGHERO, Maire de Meudon

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Service Commerce & Artisanat
Contact : Albin TOURNIER
Email : commerce@mairie-meudon.fr
Téléphone : 01 41 14 80 00

TRI DES DÉCHETS

Les marchés génèrent plusieurs flux de déchets : biodéchets, cartons, cagettes, plastiques et invendus alimentaires. Une organisation adaptée permet d'améliorer la propreté, de réduire les déchets résiduels et de valoriser davantage de matières. Elle repose sur des équipements lisibles, des filières identifiées et l'implication des commerçants.

TEMPORALITÉ
court — moyen — long

INVESTISSEMENT
faible — modéré — important

PORTAGE
commun et gestionnaire du marché

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Respecter les **obligations de tri à la source**.
- Réduire les déchets résiduels et les coûts liés à leur traitement.
- Développer le recyclage, le réemploi et la lutte contre le gaspillage.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Mesurer les **volumes** et les **flux** produits à chaque séance.
2. Installer des contenants clairement identifiés et adaptés au marché.
3. Organiser la collecte avec des **filières de valorisation**.
4. Intégrer les consignes au règlement et accompagner les commerçants.

EFFETS ATTENDUS

- Un marché **plus propre** après son démontage.
- Une diminution des déchets résiduels et une meilleure valorisation des matières.

POINTS DE VIGILANCE

- Adapter les équipements aux **gestes réels** des commerçants et au rythme du marché.
- Répartir clairement les responsabilités entre la ville, le gestionnaire et le collecteur.

CHIFFRES CLÉS

27 % seulement des marchés métropolitains étudiés disposaient de bacs de tri

77 marchés sur 318 ont été mobilisés pour ces opérations

LE SAVIEZ-VOUS ?

Depuis le **1er janvier 2024**, le tri à la source des biodéchets est généralisé. L'étude métropolitaine sur les halles et marchés présente des solutions concrètes : **collecte des biodéchets, récupération des cagettes, redistribution des invendus, contenants réemployables et dispositifs de consigne**.

ILS L'ONT FAIT : PANTIN (93)

→ Trier et valoriser les déchets d'un marché



62 000 habitants

Dans le cadre de sa politique de transition écologique, la Ville de Pantin a engagé une démarche de tri et de valorisation des déchets sur le marché des Quatre-Chemins. Exploité dans le cadre d'une délégation de service public, ce marché générait jusqu'alors environ 800 tonnes par an soit 4,5 tonnes de déchets mélangés après chaque séance. En faisant évoluer l'organisation du marché et en mettant en place une collecte séparée de plusieurs flux de déchets, la ville améliore la valorisation des matières recyclables et des biodéchets et réduit ainsi l'impact environnemental de son marché.

CONTEXTE → Face aux importants volumes de déchets produits par son principal marché forain, la ville souhaitait améliorer leur gestion et répondre aux nouvelles exigences environnementales.

LES DÉFIS

- Réduire la **quantité de déchets** envoyés en incinération.
- **Organiser le tri** sans perturber le fonctionnement du marché.
- **Sensibiliser** les commerçants aux nouvelles pratiques de tri.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Intégration d'une démarche de tri des déchets dans l'organisation du marché exploité en délégation de service public.
- Mise en place d'une collecte séparée de quatre flux : cartons, cagettes en bois, biodéchets et déchets résiduels.
- Installation d'équipements de collecte et de compactage adaptés, complétés par un accompagnement des commerçants afin de faciliter les gestes de tri par un agent du délégataire dédié sur site.
- Valorisation des déchets collectés grâce à des filières de recyclage et de méthanisation.

LES RÉSULTATS

- Plus de 50% des déchets du marché sont désormais triés et valorisés.
- 170 tonnes de cartons (21%) et 100 tonnes de cagettes en bois (12%) sont recyclées chaque année, auxquelles s'ajoutent 160 tonnes de biodéchets (20%) valorisés.
- Une réflexion est à l'étude avec le délégataire et son prestataire Suez pour valoriser les plastiques.





Les marchés constituent des lieux essentiels de la vie locale. Ils doivent également être exemplaires en matière de transition écologique. En développant le tri des déchets, nous réduisons leur impact environnemental tout en accompagnant les commerçants vers des pratiques plus durables.

Bertrand KERN, Maire de Pantin

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Commerce et Marchés forains
Contact : Maria DA COSTA
Email : commerce@ville-pantin.fr
Téléphone : 06 29 38 18 80

MARCHÉS À THÈME

Un marché à thème réunit ponctuellement des exposants autour d'un univers identifiable : fleurs, artisanat, produits locaux, seconde main ou gastronomie. Il crée un nouveau motif de visite et permet d'animer une place, une halle ou une polarité commerciale en dehors de ses rendez-vous habituels.

TEMPORALITÉ
court — moyen — long

INVESTISSEMENT
faible — modéré — important

PORTAGE
ville, gestionnaire ou association

POURQUOI CETTE ACTION ?

- **Diversifier** la programmation commerciale et événementielle.
- **Valoriser** une filière, une saison ou des savoir-faire particuliers.
- Créer des **flux complémentaires**.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Choisir une **thématique lisible**, adaptée à la ville et à la saison.
2. Sélectionner une date et un emplacement complémentaires de l'offre existante.
3. Construire une sélection cohérente d'**exposants qualitatifs**.
4. Associer les commerces voisins et déployer une communication ciblée.

EFFETS ATTENDUS

- La création d'un **nouveau rendez-vous** pour les habitants et les visiteurs.
- La mise en valeur d'une place, d'une halle et des activités environnantes.

POINTS DE VIGILANCE

- Éviter une offre en **concurrence directe** avec les commerces sédentaires.
- Adapter le nombre d'exposants au potentiel réel de fréquentation.

CHIFFRES CLÉS

318 **marchés** recensés sur le territoire métropolitain

112 **villes** disposent d'au moins un marché

LE SAVIEZ-VOUS ?

Les **fiches-portraits et la cartographie métropolitaine** permettent d'identifier l'offre déjà présente sur les marchés de la Métropole et d'imaginer une thématique complémentaire. Les retours d'expérience du Réseau des Managers peuvent également aider à calibrer la programmation et le format de l'événement.

ILS L'ONT FAIT : RUEIL-MALMAISON (92)

→ Créer une halle gourmande pour animer une nouvelle centralité



83 000 habitants

Dans le cadre de l'aménagement de l'écoquartier de l'Arsenal, la Ville de Rueil-Malmaison a fait le choix de la transformation du site de l'ancienne halle de l'OTAN, symbole du passé industriel du quartier. À cet emplacement, une halle gourmande moderne et conviviale a vu le jour afin d'offrir aux Rueillois un nouveau lieu de rencontre et de partage au cœur de ce nouveau village. Cet équipement renforce l'attractivité de la place Line Renaud et contribue ainsi à faire émerger une nouvelle centralité sur les hauts de Rueil. Ouverte au public en décembre 2025 et inaugurée le 13 décembre, la Halle de l'Arsenal est exploitée et animée par Biltoki, opérateur retenu par la Ville à l'issue d'un appel à projets. Sur 3 200 m², la halle a créé une offre commerciale nouvelle avec 17 stands proposant une restauration variée et de qualité, réunis autour d'un café-bar central et de grandes tablées partagées. Les visiteurs peuvent choisir des spécialités de différents terroirs et cuisines du monde, les déguster sur place ou à emporter, puis se retrouver dans un cadre convivial. Ouverte du mardi au dimanche, la Halle prolonge l'animation jusque dans la soirée et insuffle une nouvelle dynamique commerciale à l'ensemble de la Ville.

CONTEXTE → La halle vient enrichir l'offre commerciale déjà dynamique et diversifiée de l'éco-quartier. Elle a été érigée sur une véritable place de village de 5 000 m² sur laquelle se tient chaque mercredi et dimanche matin un marché de plein vent. Une offre complémentaire appréciée des Rueillois, aux achats de produits frais s'ajoutent les possibilités de restauration, de rencontres et de participation à des animations. Un espace végétalisé rend également hommage à la carrière exceptionnelle de Line Renaud, avec 40 arbres plantés tout autour de la place. Le restaurant panoramique sur pilotis « Monsieur Claude » des Bistrots Pas Parisiens vient compléter l'ensemble, offrant un cadre unique à cet éco-quartier, qui accueillera d'ici 2031 la future gare de la ligne 15 du métro. Conçue par l'architecte de la Ville Giovanni Dosa, cette nouvelle halle illustre l'engagement de Rueil pour une ville durable et accueillante.

LES DÉFIS

- Affirmer une nouvelle centralité commerciale et un lieu de rencontres du quotidien.
- Attirer des visiteurs au-delà de la ville et élargir les moments de fréquentation.
- Créer des synergies avec le marché de plein vent et les commerces de proximité.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Création par la Ville d'un équipement accueillant et ouvert sur la place, en lien avec l'histoire industrielle du site.
- Choix de Biltoki pour l'aménagement intérieur, la gestion des commerçants et l'animation du lieu, dans le cadre d'un partenariat avec la Ville.
- Aménagement de comptoirs indépendants, d'un café-bar central, de grandes tables communes et d'une mezzanine modulable.
- Programmation régulière de concerts, ateliers, soirées thématiques et animations familiales, en complément du marché forain et des événements de la place.

LES RÉSULTATS

- Une nouvelle polarité commerciale et un lieu de convivialité qui rayonne bien au-delà de la Ville et dont la fréquentation bénéficie à l'ensemble des commerçants du quartier. Depuis l'ouverture en décembre 2025, ce sont près de 800 000 visiteurs qui se sont retrouvés au sein de cette halle.





Cette halle est un lieu de vie, de rencontres et d'attractivité pour toute la ville.

Patrick OLLIER, Maire de Rueil-Malmaison

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Commerce, Artisanat et Marchés Forains
Contact : Salem ZARIFA

Email : commerce.artisanat@mairie-rueilmalmaison.fr
Téléphone : 01 47 32 65 21

RÉNOVATION DE LA PLACE DE LA HALLE

La place située autour d'une halle ou d'un marché concentre des usages parfois difficiles à concilier : installation des commerçants, livraisons, stationnement, terrasses, déplacements et vie quotidienne. Sa rénovation permet d'améliorer le fonctionnement du marché tout en créant un espace public agréable et animé le reste de la semaine.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville, avec le gestionnaire du marché

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Renforcer le rôle de **centralité commerciale et sociale** de la place.
- Améliorer le confort des commerçants, des clients et des habitants.
- Développer de nouveaux usages en dehors des jours de marché.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Analyser les **usages, flux et contraintes d'exploitation** du marché.
2. Repenser les circulations, les terrasses, le stationnement et la végétalisation.
3. Intégrer les besoins techniques : livraisons, électricité, déchets et stockage.
4. Organiser la continuité du marché pendant les travaux.

EFFETS ATTENDUS

- Une place plus **accessible, confortable et conviviale.**
- Un marché mieux intégré au fonctionnement quotidien du centre-ville.

POINTS DE VIGILANCE

- Ne pas dissocier le projet d'aménagement du **fonctionnement commercial.**
- Anticiper suffisamment tôt le maintien ou le déplacement temporaire du marché.

CHIFFRES CLÉS

5 **places de marché** requalifiées

1,1 **millions d'euros** de subventions attribuées

LE SAVIEZ-VOUS ?

L'étude métropolitaine sur les halles et marchés apporte des repères sur les **flux, la logistique, les usages et la fréquentation** à intégrer dès la conception d'une place de marché.

ILS L'ONT FAIT : GARCHES (92)

→ Transformer la place du marché en un lieu de vie convivial, moderne, végétalisé et durable



18 000 habitants

Afin de redynamiser la vie locale, la Ville de Garches a engagé une requalification complète de son cœur de ville avec la place Saint-Louis, la place du Jardin des Écoles et ses abords. Ce projet, soutenu par le programme Centres-Villes Vivants, dépasse la simple rénovation des espaces publics, il crée un véritable lieu de vie plus convivial, végétalisé, durable et accessible. Conçu autour du marché, ce nouvel aménagement contribue à renforcer l'attractivité commerciale du quartier, tout en offrant aux habitants un espace paysager propice aux rencontres et à la détente, ainsi que des installations modernisées pour les restaurants situés à proximité.

CONTEXTE → La place Saint-Louis, cœur historique de la ville, ne répondait plus aux attentes des usagers. Ses revêtements en pierre, vieillissants et dégradés, nécessitaient désormais d'être repensés et renouvelés. Ce projet s'est concentré également dans la restructuration du carré du marché.

LES DÉFIS

- **Moderniser** les espaces publics tout en maintenant un marché déporté pendant les travaux.
- Redonner de **l'attractivité au centre-ville** grâce à un cadre de vie plus qualitatif.
- Faire de la place et de ses abords un véritable **lieu de vie indépendamment des jours de marché**.
- Proposer des **ilots de fraîcheur** ainsi que des espaces paysagers et de repos.
- Repenser les espaces de manière esthétique et qualitative.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Réaménagement complet dans le cadre d'un projet global de revitalisation du cœur de ville.
- Désimperméabilisation et végétalisation des espaces avec la plantation d'une soixantaine d'arbres, la création d'espaces de pleine terre et de nouveaux lieux de convivialité.
- Réorganisation du marché afin d'améliorer le confort des commerçants et des visiteurs, tout en maintenant un marché provisoire et déporté pendant la durée du chantier.
- Création de nouveaux cheminements piétons adaptés et requalification des abords de l'église afin de renforcer les continuités entre les différents espaces du centre-ville.
- Renforcement de l'éclairage, installation de caméras, d'équipements de sonorisation.
- Rénovation des arcades.

LES RÉSULTATS

- Un nouveau cœur de ville plus végétalisé, plus accessible, plus durable et plus convivial.
- Un marché modernisé, mieux intégré aux espaces publics car répartis sur les deux places et redevenu un véritable lieu de vie incontournable pour les habitants.





Nous avons souhaité transformer la place Saint-Louis en un véritable cœur de ville, plus agréable à vivre, plus végétalisé et plus accueillant. Autour du marché, ce nouvel espace public renforce à la fois l'attractivité commerciale et la qualité de vie des Garchois.

Jeanne BECART, Maire de Garches

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Bureau d'études
Contact : Nathalie FOURMENTIN
Email : nathalie.fourmentin@garches.fr
Téléphone : 01 47 95 67 18

RELIER LES POLARITÉS COMMERCIALES

Gare, marché, rue commerçante, centre historique ou équipement public peuvent former plusieurs polarités complémentaires, mais fonctionner de manière isolée. Les relier consiste à créer un parcours continu, accessible et identifiable afin de faciliter les déplacements à pied et de mieux répartir la fréquentation entre les différents secteurs.

TEMPORALITÉ	INVESTISSEMENT	PORTAGE
court — moyen — long	faible — modéré — important	ville ou EPT

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Améliorer la **lisibilité du parcours marchand**.
- Encourager les déplacements entre les différents lieux de vie.
- Valoriser les commerces situés entre les principales polarités.
- Renforcer l'identité du centre-ville et créer un sentiment d'appartenance

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Repérer les **ruptures et obstacles** le long du parcours.
2. Améliorer les cheminements, l'éclairage, le mobilier et la signalétique.
3. Valoriser les commerces et équipements jalonnant l'itinéraire.
4. Construire une **identité de ville** entre les différents secteurs.

EFFETS ATTENDUS

- Des déplacements piétons plus **fluides et agréables**.
- Une meilleure diffusion des flux dans l'ensemble de la centralité.

POINTS DE VIGILANCE

- Ne pas limiter la démarche à l'installation d'une signalétique.
- Traiter en priorité les **points de rupture réels** : carrefours, voies circulées ou espaces peu attractifs.
- Tester les parcours dans différentes conditions (matin/soir) et avec différents publics (parents, actifs,...).

CHIFFRES CLÉS

Plus de **la moitié des habitants** de la Métropole accèdent à un commerce de proximité en **moins de cinq minutes à pied**

La marche représente **45 %** **des déplacements** dans la Métropole

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le portail des mobilités de l'Apur regroupe plus de 50 indicateurs permettant de comparer les mobilités et l'accès aux commerces dans les 130 villes de la Métropole.

ILS L'ONT FAIT : CHARENTON-LE-PONT (94)

→ Relier les polarités grâce à un parcours artistique



29 000 habitants

Afin de renforcer les liens entre plusieurs polarités du centre-ville, la Ville de Charenton-le-Pont a engagé une démarche originale mêlant art urbain et animation commerciale. En s'appuyant sur un parcours artistique imaginé avec une illustratrice, la ville a créé une identité visuelle ville le long de la rue du Général Leclerc. Cette mise en scène de l'espace public invite les habitants à parcourir l'ensemble de l'axe commerçant, tout en valorisant les commerces, le marché et les équipements publics situés sur leur parcours.

CONTEXTE → La ville souhaitait renforcer l'attractivité d'un axe commerçant reliant plusieurs équipements publics et polarités de vie.

LES DÉFIS

- **Encourager les déplacements** piétons entre les différents pôles d'attractivité.
- Donner une **identité ville** à l'ensemble du parcours marchand.
- **Valoriser les commerces** de proximité tout au long de l'itinéraire.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Réalisation d'un **diagnostic** afin d'identifier les points de rupture et les potentiels de l'axe commerçant.
- Création d'un **parcours artistique** éphémère confié à l'illustratrice Caroline Laguerre, dont les œuvres jalonnent la rue du Général Leclerc.
- Mise en valeur des commerces, du marché et des équipements publics grâce à une identité graphique ville.
- Organisation d'une **chasse au trésor** dans les commerces à l'occasion de l'inauguration afin d'inciter les familles à parcourir l'ensemble du quartier.

LES RÉSULTATS

- Un parcours marchand plus lisible et plus attractif, favorisant les déplacements à pied entre les différentes polarités.
- Une fréquentation renforcée de l'espace public grâce à une animation culturelle associée aux commerces de proximité.





En créant un parcours artistique au cœur de notre ville, nous avons souhaité relier nos différents lieux de vie et encourager les habitants à redécouvrir leurs commerces de proximité. L'espace public devient ainsi un véritable support d'animation et de valorisation du centre-ville.

Hervé GICQUEL, Maire de Charenton-le-Pont

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Développement économique
Contact : Alban DININ

Email : eco@charenton.fr
Téléphone : 01 46 76 50 00

PIÉTONNISATION

Permanente, saisonnière ou limitée à certains jours, la piétonnisation réduit la circulation automobile afin de rendre davantage d'espace à la marche, aux terrasses, aux animations et à la végétalisation. Son périmètre et son calendrier doivent être adaptés aux usages locaux et au fonctionnement des commerces.

TEMPORALITÉ	INVESTISSEMENT	PORTAGE
court — moyen — long	faible — modéré — important	ville

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Améliorer la **sécurité et le confort** des déplacements à pied.
- Créer un environnement plus favorable aux commerces et aux terrasses.
- Réduire les nuisances et développer de nouveaux usages.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Choisir un format **permanent, saisonnier ou expérimental**.
2. Définir précisément le périmètre et les horaires.
3. Associer les commerçants, les habitants et les usagers.
4. Organiser les accès, les livraisons et les reports de circulation.

EFFETS ATTENDUS

- Un espace public **plus calme, sûr et convivial**.
- Une augmentation de la fréquentation piétonne et des usages de la rue.

POINTS DE VIGILANCE

- Maintenir des conditions satisfaisantes pour les **livraisons et les riverains**.
- Observer les effets selon les activités : les retombées ne sont pas identiques pour tous les commerces.
- Établir les bons indicateurs à suivre dans le cadre des expérimentations : flux piéton, avis des usagers ou qualité de l'air.

CHIFFRE CLÉ

12,3 **millions de déplacements quotidiens** sont réalisés à pied dans la Métropole*

LE SAVIEZ-VOUS ?

Une piétonnisation peut d'abord être testée pendant quelques jours, certains week-ends ou durant l'été. Le Cerema recommande ces **aménagements provisoires**, dits « tactiques » pour observer les usages avant une éventuelle pérennisation. Une réduction de la place de la voiture permet déjà une amélioration du cadre de vie et de l'attractivité du centre-ville.

** source : APUR – Évolution des mobilités dans le Grand Paris, novembre 2021*

ILS L'ONT FAIT : SCEAUX (92)

→ Piétonniser durablement une rue commerçante



21 000 habitants

En 1976, la Ville de Sceaux faisait le choix précurseur de piétonniser la rue Houdan, son principal axe commerçant. Cette décision, alors inédite en Île-de-France, a progressivement transformé la rue en lieu de promenade, de consommation et de rencontres. Cinquante ans plus tard, pour célébrer cet anniversaire, la ville a organisé en juin 2026 une journée festive associant visite historique, repas dans la rue, musique et animations familiales. Cet événement a permis de valoriser les effets durables de la piétonnisation sur la convivialité et la vitalité commerciale du centre-ville historique.

CONTEXTE → Dans les années 1970, la Ville souhaitait redonner davantage de place aux piétons dans sa principale rue commerçante.

LES DÉFIS

- **Préserver l'attractivité** commerciale du centre-ville.
- Améliorer le **confort des piétons**.
- Faire accepter une transformation alors encore peu répandue.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Piétonnisation permanente de la rue Houdan dès 1976.
- **Aménagement progressif** d'un espace propice à la promenade et aux commerces.
- **Animation régulière** de la rue et valorisation de son identité commerçante.
- Organisation d'une journée festive pour célébrer les 50 ans de la piétonnisation.

LES RÉSULTATS

- **Une rue devenue emblématique** de l'identité et de l'attractivité de Sceaux.
- Une piétonnisation durablement **appropriée par les habitants et les commerçants**.





Depuis cinquante ans, la rue Houdan démontre qu'un espace rendu aux piétons peut devenir un lieu durable de commerce, de rencontre et de convivialité.

Philippe LAURENT, Maire de Sceaux

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Commerces
Contact : Wilfrid MOREEL
Email : wilfrid.moreel@sceaux.fr
Téléphone : 01 41 13 32 51

RENATURATION

La renaturation consiste à redonner davantage de place aux sols perméables, aux arbres et aux plantations dans des espaces souvent très minéraux. Elle contribue à adapter la ville aux fortes chaleurs, à améliorer le confort des déplacements et à proposer un cadre plus agréable pour les habitants et les commerces.

TEMPORALITÉ
court — moyen — long

INVESTISSEMENT
faible — modéré — important

PORTAGE
ville ou EPT

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Créer des **espaces de fraîcheur** dans les secteurs minéralisés.
- Améliorer le confort des piétons et la qualité du cadre de vie.
- Renforcer l'attractivité paysagère de l'espace public.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Identifier les espaces les plus exposés à la chaleur et à l'imperméabilisation.
2. Privilégier la **pleine terre**, les arbres d'ombrage et les sols perméables.
3. Concilier végétalisation, accessibilité et fonctionnement commercial.
4. Anticiper l'arrosage, l'entretien et le développement futur des plantations.

EFFETS ATTENDUS

- Des espaces publics **plus frais et plus confortables**.
- Un centre-ville plus végétalisé et davantage propice à la promenade.

POINTS DE VIGILANCE

- Adapter les plantations au sol, au climat et aux contraintes du site.
- Choisir des essences locales et mellifères (qui attirent les insectes pollinisateurs).
- Prévoir dès la conception les **moyens d'entretien** nécessaires.

CHIFFRES CLÉS

Les arbres d'ombrage peuvent contribuer à une baisse de température de **3 à 5 °C**

80 % **des Français** estiment que les centres-villes ne sont pas assez végétalisés

1,1 **million d'euros** de subventions attribuées

7 **villes** engagées

11 **projets** de renaturation accompagnés par Centres-Villes Vivants

LE SAVIEZ-VOUS ?

Avant d'intervenir, il est utile de croiser la minéralité des espaces avec leur exposition à la chaleur. Le Cerema propose une méthode de cartographie des **zones climatiques locales** afin d'identifier les secteurs prioritaires.

ILS L'ONT FAIT : SAINT-MANDÉ (94)

→ Végétaliser et apaiser le cœur de ville



21 000 habitants

Afin de redonner une identité forte à son centre-ville, la Ville de Saint-Mandé a engagé le réaménagement complet de l'avenue du Général de Gaulle. Dans un espace contraint, la ville a fait le choix de réduire la place de la voiture au profit des piétons, de végétaliser largement l'espace public et de créer de nouveaux lieux de convivialité. Élaboré à l'issue d'une importante concertation citoyenne, ce projet vise à améliorer durablement le cadre de vie tout en renforçant l'attractivité commerciale du cœur de ville.

CONTEXTE → Traversé par un important trafic de transit, le centre-ville souffrait d'un espace public peu propice à la promenade et à la vie commerçante.

LES DÉFIS

- **Réduire les nuisances** liées à la circulation automobile.
- Redonner davantage de **place aux piétons et à la nature**.
- Renforcer l'**attractivité du centre-ville** pour les habitants et les commerces.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Organisation d'une vaste **démarche de concertation** comprenant un questionnaire, une réunion publique et trois ateliers thématiques, mobilisant près de 2 000 habitants.
- **Réaménagement** de l'avenue du Général de Gaulle avec élargissement des trottoirs, plantation d'arbres, création d'espaces végétalisés, réduction de la chaussée afin d'apaiser les circulations et aménagement de quelques places de stationnement.
- Transformation de l'espace public afin de **favoriser les mobilités douces**, les terrasses, les espaces de rencontre et les usages quotidiens du centre-ville.
- Aménagement réalisé avec des matériaux qualitatifs et un mobilier urbain renouvelé afin de renforcer l'identité du cœur de ville.

LES RÉSULTATS

- Un centre-ville plus végétalisé, plus agréable à parcourir et davantage tourné vers les piétons.
- Un cadre plus favorable aux commerces de proximité grâce à des espaces publics plus qualitatifs et propices à la flânerie.





Transformer notre centre-ville, c'est investir durablement dans la qualité de vie des habitants. En redonnant toute leur place aux piétons, à la nature et aux commerces, nous construisons un cœur de ville plus agréable, plus vivant et plus attractif.

Julien WEIL, Maire de Saint-Mandé

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Commerce
Contact : Salomé PY
Email : commerce@mairie-saint-mande.fr
Téléphone : 01 49 57 78 00

VALORISATION DE L'ESPACE PUBLIC

Mobilier, éclairage, fleurissement, œuvres artistiques et signalétique participent à l'identité d'un centre-ville. Pensés comme un ensemble cohérent, ces aménagements valorisent les parcours commerçants, améliorent l'expérience des usagers et permettent de marquer les différents temps forts de la vie locale.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville avec des partenaires culturels ou commerciaux

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Améliorer l'**image et l'ambiance** des rues commerçantes.
- Donner une identité visuelle cohérente.
- Accompagner les animations et les parcours de découverte.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Définir une **ligne esthétique** en cohérence avec l'identité locale.
2. Identifier les espaces et parcours à valoriser en priorité en concertation avec les usagers.
3. Associer mobilier, éclairage, art, signalétique et végétalisation.
4. Prévoir l'entretien et le renouvellement des installations.

EFFETS ATTENDUS

- Un espace public plus **lisible, accueillant et identifiable**.
- Une meilleure mise en valeur des commerces et des lieux de vie.

POINTS DE VIGILANCE

- Éviter l'accumulation de mobilier ou de décors sans cohérence d'ensemble.
- Choisir des installations **résistantes, accessibles et faciles à entretenir**.
- Associer les parties prenantes à la démarche avec le déploiement de sondages ou des réunions de concertation

LE SAVIEZ-VOUS ?

Les opérations d'embellissement de l'espace public peuvent être soutenues dans le cadre du programme Centres-Villes Vivants lorsqu'elles participent à renforcer l'attractivité des polarités commerciales. Elles peuvent utilement être articulées avec les animations commerciales, les projets de renaturation ou les dispositifs d'accompagnement des commerçants afin de créer une identité forte et cohérente.

ILS L'ONT FAIT : ALFORTVILLE (94)

→ Créer un parcours de street art à ciel ouvert



46 000 habitants

La Ville d'Alfortville développe depuis plusieurs années une véritable politique de valorisation de l'espace public par le street art. Fresques monumentales, œuvres sur le mobilier urbain, parcours artistiques et visites guidées contribuent à transformer la ville en musée à ciel ouvert. Cette démarche culturelle invite habitants et visiteurs à redécouvrir Alfortville à pied, tout en générant de nouveaux flux au bénéfice des commerces de proximité.

CONTEXTE → La ville souhaitait améliorer le cadre de vie tout en renforçant l'attractivité de ses centralités grâce à une identité culturelle forte.

LES DÉFIS

- **Valoriser des espaces urbains** parfois peu attractifs (rue Kennedy en proximité de la gare de RER D par exemple).
- Créer un **parcours favorisant les déplacements** piétons entre différents quartiers.
- Développer une **identité culturelle** distinctive et attractive.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Déployer progressivement un parcours de street art dans l'espace public en faisant intervenir des artistes reconnus et émergents (JACE, Alber, CEET, M. Chat, TwoRode, Grems, Black Carbon...).
- Utiliser **différents supports** (façades, transformateurs électriques, mobilier urbain...) pour diffuser les œuvres dans plusieurs quartiers de la ville.
- Mettre en valeur ce **patrimoine** grâce à une cartographie interactive, une page dédiée sur le site de la ville et l'application Mon Alfortville.
- Organiser régulièrement des **visites guidées** afin d'inciter habitants et visiteurs à découvrir les œuvres tout en parcourant les rues commerçantes, leur permettre de se réapproprier leur ville en donnant une identité forte.
- La ville **exige des promoteurs**, dans le cadre des projets d'aménagement urbain ou de structuration de nouveaux quartiers, que des œuvres d'art soient intégrées au cœur des îlots de logements (ex. : Grand Ensemble, Résidence Stella, Chantereine...).

LES RÉSULTATS

- Une identité urbaine renforcée grâce à un parcours artistique accessible à tous.
- Une fréquentation accrue de l'espace public et des commerces situés le long des itinéraires de découverte.





En faisant entrer l'art dans l'espace public, nous souhaitons offrir un cadre de vie plus agréable aux habitants, tout en renforçant l'attractivité d'Alfortville. Chaque œuvre contribue à faire découvrir la ville autrement et participe à son dynamisme, faisant d'Alfortville une Ville de Bonheur et de Partage.

Luc CARVOUNAS, Maire d'Alfortville

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Direction des Affaires Culturelles
Contact : Vincent DECHERF
Email : vincent.decherf@alfortville.fr
Téléphone : 06 03 49 23 73

AIDE À LA RÉNOVATION DES VITRINES

Un dispositif d'aide à la rénovation permet d'accompagner les commerçants dans l'amélioration de leurs devantures, vitrines, enseignes et accès. En soutenant l'investissement privé, la ville améliore progressivement la qualité des rues commerçantes tout en valorisant l'identité de chaque établissement.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville avec un accompagnement technique

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Inciter les commerçants à engager des **travaux qualitatifs**.
- Améliorer la cohérence architecturale des rues commerçantes.
- Moderniser les points de vente et améliorer leur accessibilité.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Définir le périmètre, les bénéficiaires et les travaux éligibles.
2. Fixer le taux, le plafond et les conditions d'attribution de l'aide.
3. Accompagner les commerçants avant le dépôt de leur dossier.
4. Contrôler les travaux et valoriser les réalisations achevées.

EFFETS ATTENDUS

- Des devantures **plus qualitatives et mieux intégrées** à leur environnement.
- Une mobilisation progressive de l'investissement privé dans le centre-ville.

POINTS DE VIGILANCE

- Concevoir une procédure suffisamment simple pour ne pas décourager les candidats.
- Vérifier les autorisations d'urbanisme avant le démarrage des travaux.

CHIFFRES CLÉS

39 **villes** ont mené une ou plusieurs actions concernant les devantures commerciales

1,3 **million d'euros** de cofinancement

LE SAVIEZ-VOUS ?

L'équipe Centres-Villes Vivants et la CCI ont élaboré un **kit opérationnel** comprenant un règlement type modulable, un formulaire de demande et un modèle d'arrêté. La Métropole peut aussi cofinancer une **charte des devantures commerciales**.

ILS L'ONT FAIT : LE PRÉ-SAINT-GERVAIS (93)

→ Aider les commerçants à rénover leurs devantures



17 000 habitants

Dans le cadre de son plan d'actions « Centres-Villes Vivants », la Ville du Pré Saint-Gervais a mis en place un programme d'aide à la rénovation des boutiques afin d'améliorer durablement la qualité de ses devantures commerciales. Au-delà du soutien financier, la ville a élaboré une charte esthétique détaillée définissant les principes d'aménagement des vitrines, enseignes, stores, terrasses et étalages. Ce dispositif permet d'accompagner les commerçants dans leurs projets de rénovation tout en construisant une identité commerciale cohérente et qualitative à l'échelle du centre-ville.

CONTEXTE → Soucieuse de renforcer l'attractivité de son centre-ville, la ville souhaitait améliorer la qualité architecturale des commerces tout en accompagnant financièrement les professionnels dans leurs investissements.

LES DÉFIS

- **Améliorer l'image des devantures** commerciales et la qualité du paysage urbain.
- **Inciter les commerçants** à engager des travaux souvent coûteux.
- **Harmoniser les aménagements** tout en respectant l'identité de chaque commerce.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Création d'un **programme d'aide** finançant les travaux de devantures, d'accessibilité et de mise en sécurité, avec une prise en charge pouvant atteindre 70 % des dépenses éligibles dans la limite de 25 000 € HT.
- Élaboration d'une **charte esthétique** détaillant les recommandations relatives aux façades, vitrines, enseignes, stores, couleurs, terrasses et étalages afin d'améliorer durablement la qualité des aménagements commerciaux.
- Déploiement d'une **campagne de communication** invitant les commerçants à candidater et valorisant le dispositif auprès des professionnels du centre-ville.
- **Accompagnement des commerçants** par les services municipaux, avec un suivi des projets depuis leur conception jusqu'à la réalisation des travaux.

LES RÉSULTATS

- Une démarche globale associant accompagnement technique, cadre architectural et soutien financier pour améliorer durablement les devantures commerciales.
- La création d'un référentiel partagé permettant d'assurer une meilleure cohérence esthétique des commerces et de renforcer l'attractivité du centre-ville.





En rénovant les devantures commerciales, nous améliorons à la fois le cadre de vie des habitants, la visibilité des commerçants et l'attractivité de notre centre-ville. Ce programme traduit notre volonté d'accompagner les professionnels tout en construisant un paysage commercial harmonieux et durable.

Laurent BARON, Maire du Pré-Saint-Gervais

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Développement économique
Contact : Yann AUBRY
Email : developpement.economique@villedupre.fr
Téléphone : 01 49 42 45 55

ACTIVATION TEMPORAIRE DE L'ESPACE PUBLIC

L'activation temporaire consiste à installer, pour une durée limitée, du mobilier, des jeux, des terrasses, des œuvres ou des espaces de détente sur une rue, une place ou un parking. Réversibles, ces interventions permettent de créer rapidement de nouveaux usages et de tester le potentiel d'un lieu.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville avec les habitants et les acteurs locaux

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Révéler le **potentiel d'un espace peu utilisé**.
- **Créer rapidement** un lieu de rencontre et de convivialité.
- **Tester des usages** avant un aménagement durable.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Identifier le lieu et l'usage que la ville souhaite expérimenter.
2. Concevoir un aménagement simple, visible et réversible.
3. Associer les habitants, les commerces et les associations.
4. Observer les usages avant d'adapter ou de pérenniser l'installation.

EFFETS ATTENDUS

- Une **appropriation renforcée** de l'espace par les habitants.
- Des enseignements concrets pour préparer un futur aménagement.

POINTS DE VIGILANCE

- Garantir la sécurité et l'**accessibilité de tous les publics**.
- Bien expliquer et délimiter la temporalité de l'action.
- Anticiper l'entretien, le stockage et le démontage des équipements.

CHIFFRES CLÉS

46 **opérations temporaires** soutenues

4,5 **millions d'euros** de subventions attribuées

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le programme Centres-Villes Vivants met à disposition des collectivités de nombreux retours d'expérience et fiches pratiques consacrés aux aménagements temporaires de l'espace public : mobilier urbain, installations artistiques, scénographies, décorations saisonnières ou dispositifs favorisant de nouveaux usages.

ILS L'ONT FAIT : AUBERVILLIERS (93)

→ Transformer temporairement la rue en lieu de vie



88 000 habitants

Avec les opérations « Le centre-ville est à vous » et « Le Canal est à vous » la Ville d'Aubervilliers transforme ponctuellement plusieurs rues et places en espaces de rencontre, de découverte et d'expérimentation. En fermant temporairement la circulation automobile, la ville permet aux habitants, associations, artistes, commerçants et acteurs locaux de se réapproprier l'espace public au travers d'animations, de balades urbaines, d'ateliers, de repas partagés ou encore de projets artistiques participatifs. Cette démarche contribue à révéler le potentiel des espaces publics tout en renforçant les liens entre les habitants et leur quartier.

CONTEXTE → La ville souhaitait proposer de nouveaux usages de l'espace public afin de renforcer la convivialité des quartiers et d'encourager une appropriation collective de la rue.

LES DÉFIS

- **Faire évoluer** le regard porté sur l'espace public.
- Favoriser les rencontres entre habitants, associations et commerçants.
- Créer une animation de proximité au cœur des quartiers.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Fermeture ponctuelle de rues afin d'accueillir des animations ouvertes à tous.
- **Co-construction de la programmation** avec les associations, habitants, artistes et acteurs locaux.
- Organisation d'animations variées : repas de quartier, spectacles, ateliers, balades urbaines, chantiers participatifs, actions de végétalisation ou de sensibilisation à l'environnement.
- **Renouvellement des formats et des lieux** d'intervention afin de toucher différents quartiers de la ville.

LES RÉSULTATS

- Des espaces publics temporairement transformés en lieux de vie, de rencontre et de convivialité.
- Une participation active des habitants et des acteurs locaux à l'animation de leur quartier.





En redonnant ponctuellement la rue aux habitants, nous créons de nouveaux espaces de rencontre, d'échange et de convivialité. Ces temps partagés renforcent le lien social tout en révélant le potentiel de nos espaces publics.

Sofienne KARROUMI, Maire d'Aubervilliers

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Commerce
Contact : Héline KIRIK

Email : heline.kirik@mairie-aubervilliers.fr
Téléphone : 01 48 39 52 79

LOGISTIQUE URBAINE

La logistique urbaine organise l'approvisionnement des commerces et la circulation des marchandises dans les secteurs denses. Aires de livraison, horaires, mutualisation, espaces logistiques ou vélos-cargos doivent être pensés ensemble afin de faciliter les livraisons tout en réduisant la congestion, les nuisances et les conflits d'usage.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville ou EPT
avec les acteurs logistiques

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Faciliter l'**approvisionnement des commerces**.
- Améliorer l'usage des aires de livraison et de la voirie.
- Réduire les nuisances et les émissions liées au dernier kilomètre.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Diagnostiquer les flux, les horaires et les pratiques de livraison.
2. Identifier les principaux dysfonctionnements dans l'espace public.
3. Expérimenter des solutions innovantes : aires régulées, mutualisation ou cyclologistique.
4. Harmoniser les règles et évaluer les effets des dispositifs testés.

EFFETS ATTENDUS

- Des livraisons **plus fluides et mieux organisées**.
- Une réduction des conflits d'usage et des nuisances dans les centralités.

POINTS DE VIGILANCE

- Associer les commerçants, transporteurs et gestionnaires de voirie dès le diagnostic.
- Éviter une réglementation difficilement applicable ou insuffisamment contrôlée.

CHIFFRES CLÉS

25 projets accompagnés

21 **villes** et **3** **EPT** engagés

LE SAVIEZ-VOUS ?

La Métropole du Grand Paris accompagne les collectivités qui souhaitent repenser leur logistique urbaine à travers des études, des expérimentations et des projets innovants. Les retours d'expérience du Réseau des Managers et les ressources produites par le service logistique urbaine de la Métropole permettent d'identifier des solutions adaptées aux enjeux des centres-villes.

ILS L'ONT FAIT : LEVALLOIS (92)

→ Mesurer l'occupation des aires de livraison en temps réel



68 000 habitants

Afin d'améliorer l'organisation des livraisons en centre-ville, la Ville de Levallois a expérimenté, avec le soutien de la Métropole du Grand Paris et en partenariat avec l'Établissement Public Territorial Paris Ouest La-Défense (POLD), un dispositif innovant d'observation des usages des aires de livraison. En s'appuyant sur des données recueillies en temps réel, la ville a pu mieux comprendre les pratiques de stationnement, identifier les dysfonctionnements et disposer d'une base objective pour adapter sa politique de logistique urbaine. Les enseignements de cette expérimentation ont conduit la Métropole à déployer cette démarche dans plusieurs villes métropolitaines.

CONTEXTE → Face à l'augmentation des livraisons du dernier kilomètre, la ville souhaitait mieux comprendre le fonctionnement de ses aires de livraison afin d'améliorer leur utilisation et de limiter les conflits d'usage dans l'espace public.

LES DÉFIS

- Mieux connaître les usages réels des aires de livraison.
- **Réduire les stationnements** gênants et améliorer les conditions de livraison.
- Disposer d'**éléments objectifs** pour adapter la réglementation et les aménagements.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Déploiement d'un dispositif d'observation des aires de livraison permettant de suivre leur occupation en temps réel.
- Analyse des données recueillies afin d'identifier les dysfonctionnements et les besoins d'évolution.
- Élaboration de préconisations concernant l'aménagement des aires, leur réglementation et leur contrôle.
- Partage des enseignements de l'expérimentation avec la Métropole du Grand Paris, conduisant à son déploiement dans onze villes métropolitaines.

LES RÉSULTATS

- Une meilleure connaissance des usages de la logistique du dernier kilomètre permettant d'adapter les politiques publiques.
- Une évolution positive des usages : -66% de stationnements longue durée et -76% du temps d'occupation de ces véhicules.
- Une expérimentation devenue un démonstrateur métropolitain, aujourd'hui déployé dans plusieurs villes de la Métropole.





Pour améliorer durablement les conditions de livraison, il est essentiel de mieux comprendre les usages de l'espace public. Cette expérimentation nous permet d'appuyer nos décisions sur des données objectives et d'adapter notre politique de logistique urbaine aux besoins du territoire.

Agnès POTTIER-DUMAS, Maire de Levallois

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Développement durable
Contact : Eli GOZLAN
Email : durable@ville-levallois.fr
Téléphone : 01 47 15 77 27

MAISON DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT

Une Maison du commerce et de l'artisanat rassemble dans un lieu identifié les services destinés aux commerçants, artisans et porteurs de projet. Elle facilite l'accès à l'information, accueille des permanences de partenaires et constitue un espace de dialogue et d'animation de la vie économique locale.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville en partenariat avec les acteurs économiques

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Offrir un **point d'entrée unique** aux professionnels.
- Rendre les dispositifs d'accompagnement plus accessibles.
- Renforcer les échanges entre la collectivité et les acteurs économiques.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Identifier les **besoins prioritaires** des professionnels.
2. Définir les services, permanences et événements proposés.
3. Mobiliser les chambres consulaires, financeurs et réseaux d'accompagnement.
4. Prévoir une **animation régulière** du lieu et de ses partenariats.

EFFETS ATTENDUS

- Un accompagnement plus **visible et accessible**.
- Une relation de proximité renforcée avec les professionnels.

POINTS DE VIGILANCE

- Ne pas limiter la Maison à un simple lieu d'accueil administratif.
- Prévoir les moyens humains nécessaires à son **animation dans la durée**.

CHIFFRES CLÉS

54 % **des commerçants** considèrent la mairie comme leur premier interlocuteur de proximité selon une enquête de la CCI publiée en 2024

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le programme **Centres-Villes Vivants** peut aider la ville à construire l'offre de services de sa Maison et à mobiliser les partenaires adaptés : CCI, CMA, réseaux de financement, experts et structures d'accompagnement. Le **Réseau des Managers** facilite également les échanges d'expérience entre collectivités.

ILS L'ONT FAIT : ARGENTEUIL (95)

→ Ouvrir une Maison du commerce et de l'artisanat



106 000 habitants

Implantée en plein cœur de ville, la Maison du Commerce et de l'Artisanat constitue un lieu dédié à l'accompagnement des commerçants, artisans et porteurs de projets du territoire. Sa localisation facilement accessible permet aux professionnels de venir rencontrer les équipes, notamment sans rendez-vous, lorsqu'ils rencontrent une difficulté, souhaitent obtenir un conseil ou simplement échanger sur leur activité. C'est un lieu identifié, accessible et ouvert, favorisant une relation de proximité et une réponse plus réactive aux besoins du quotidien.

CONTEXTE → La Ville souhaitait renforcer la proximité avec les acteurs économiques locaux et leur proposer un lieu facilement identifiable au cœur du centre-ville. Cette implantation permet de rapprocher l'accompagnement des professionnels, de simplifier leur accès aux dispositifs et aux interlocuteurs compétents.

LES DÉFIS

- Faciliter les contacts directs entre les commerçants, artisans et les services de la Ville.
- Proposer un accompagnement accessible, réactif et personnalisé.
- Mieux identifier les besoins afin de développer des actions adaptées aux réalités du terrain.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Implantation de la Maison du Commerce et de l'Artisanat **en plein cœur de ville**.
- Accueil des commerçants et artisans, notamment sans rendez-vous.
- Mise en place d'un conseil et d'un accompagnement individualisé pour informer, orienter et accompagner les professionnels dans leurs démarches et leurs projets de développement.
- Création d'un lieu facilitant la **circulation de l'information**, les échanges avec les acteurs publics et l'émergence de nouvelles initiatives en lien avec les commerçants.

LES RÉSULTATS

- Une **augmentation des contacts** directs avec les commerçants, favorisant des échanges plus réguliers et une meilleure connaissance de leurs problématiques et de leurs attentes.
- Un lieu désormais identifié, accessible et ouvert, vers lequel les professionnels peuvent se tourner facilement.
- Une dynamique favorisant l'**émergence de davantage de projets** et d'initiatives en lien avec les commerçants et renforçant le dialogue entre professionnels et acteurs publics.





Avec la Maison du commerce et de l'artisanat, nous avons souhaité offrir aux professionnels un lieu de proximité où ils peuvent être accueillis, informés et accompagnés. Cet équipement renforce le dialogue indispensable entre la Ville et ceux qui participent chaque jour à la vitalité d'Argenteuil.

Georges MOTHRON, Maire d'Argenteuil

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Direction du Commerce et de l'Artisanat
Contact : Anissa TEDJANI
Email : commerce@ville-argenteuil.fr
Téléphone : 01 34 23 49 41

PROMOUVOIR SA VILLE

Promouvoir une ville auprès des enseignes, investisseurs et porteurs de projet consiste à présenter clairement ses atouts commerciaux, ses projets urbains et ses opportunités d'implantation. Une démarche de prospection ciblée permet de ne plus attendre les candidatures, mais d'aller à la rencontre des activités recherchées.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville avec ses partenaires économiques

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Faire connaître les **opportunités commerciales** du territoire.
- Attirer des activités répondant aux besoins des habitants.
- Donner une image cohérente et dynamique de la ville.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Définir les activités, enseignes et porteurs de projet recherchés.
2. Construire un **argumentaire territorial** appuyé sur des données objectives.
3. Réaliser des supports présentant les polarités, projets et locaux disponibles.
4. Développer une prospection ciblée lors de salons et de rencontres professionnelles.

EFFETS ATTENDUS

- Une meilleure visibilité auprès des **acteurs de l'implantation commerciale**.
- Des projets plus nombreux et mieux adaptés à la stratégie locale.

POINTS DE VIGILANCE

- Éviter une communication trop générale, sans offre d'implantation précise.
- Actualiser régulièrement les données, projets et locaux présentés.

CHIFFRES CLÉS

330 000 **euros** de subventions attribuées

21 **villes** engagées dans une stratégie d'attractivité

27 **actions** de valorisation territoriale accompagnées

LE SAVIEZ-VOUS ?

Les retours d'expérience du Réseau des Managers permettent de s'inspirer d'initiatives déployées sur l'ensemble des villes métropolitaines pour construire une stratégie de marketing territorial cohérente.

ILS L'ONT FAIT : GENNEVILLIERS (92)

→ Prospecter les enseignes pour faire vivre les commerces de proximité



60 000 habitants

À Gennevilliers, attirer de nouvelles activités commerciales est une manière de répondre aux besoins du quotidien et de faire vivre les quartiers : trouver un service près de chez soi, pousser la porte d'une boutique, se retrouver au marché. Dans cette ville populaire, la prospection des enseignes prend tout son sens lorsqu'elle sert une offre diversifiée, de qualité et de proximité.

CONTEXTE → Le commerce gennevillois s'appuie sur plusieurs lieux de vie : le Village et sa place Jean-Grandel, l'avenue des Grésillons, le centre-ville autour de Gabriel-Péri et des allées Maria-Casarès. Les marchés comestibles de la Ville complètent ce maillage. Le renouvellement du centre-ville associe commerces, services et espaces publics : il offre des possibilités d'installation qu'il faut rendre lisibles aux porteurs de projet. L'enjeu n'est pas seulement de faire connaître des locaux disponibles ; il est de donner à voir une ville habitée, ses quartiers et leurs besoins, pour rechercher des activités qui complètent l'offre existante.

LES DÉFIS

- Attirer des activités utiles au quotidien qui complètent l'offre existante.
- Promouvoir les locaux disponibles en donnant à voir une ville habitée et ses besoins.
- L'attractivité commerciale ne doit pas se réduire à la seule présence de grandes enseignes.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Élaboration d'outils de promotion présentant les principales polarités commerciales, les projets urbains et les possibilités d'implantation.
- Participation au Salon Franchise Expo Paris, communication ciblée et prospection directe pour aller à la rencontre des enseignes.
- Aller au-devant des porteurs de projet, les accompagner, et les orienter vers les réseaux consulaires et d'appui à l'entrepreneuriat.
- Création de la commission d'attribution des locaux d'activités avec le principal bailleur social (CALA).
- Rénover et proposer à la location une boutique de manière temporaire avec un loyer adapté.

LES RÉSULTATS

- La commercialisation des nouvelles allées Maria Casarès au centre-ville.
- La transformation de la boutique éphémère du Village en boutique Test.





Promouvoir une ville, c'est aussi aller à la rencontre des entreprises et faire connaître les atouts de son territoire.

Patrice LECLERC, Maire de Gennevilliers

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Développement économique
Contact : Laurence LACOUR

Email : service-economique@ville-gennevilliers.fr
Téléphone : 01 40 85 63 73

VALORISER SES COMMERÇANTS

Mettre en valeur les commerçants, leurs produits et leurs parcours permet de mieux faire connaître la diversité de l'offre locale. Portraits, campagnes collectives, guides, réseaux sociaux ou opérations dans l'espace public renforcent leur visibilité et créent un lien plus direct avec les habitants.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville avec les commerçants et leurs associations

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Améliorer la **visibilité des commerces** auprès des habitants.
- Valoriser les savoir-faire et les personnalités derrière les vitrines.
- Encourager les achats locaux et le sentiment d'appartenance.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Définir une identité, un message et des objectifs communs.
2. Construire les actions avec les commerçants concernés.
3. Combiner affichage, presse municipale, espace public et outils numériques.
4. Installer une **communication régulière**, au-delà des seuls temps forts.

EFFETS ATTENDUS

- Une meilleure connaissance de l'offre commerciale locale.
- Une dynamique collective renforcée entre les professionnels.

POINTS DE VIGILANCE

- Représenter la diversité des quartiers, des métiers et des profils.
- Prévoir une organisation simple pour recueillir les contenus et autorisations.

CHIFFRES CLÉS

330 000 euros de subventions attribuées

21 villes engagées dans une stratégie d'attractivité

27 actions de valorisation territoriale accompagnées

LE SAVIEZ-VOUS ?

Les ateliers du Réseau des Managers de centre-ville constituent un espace privilégié pour partager des retours d'expérience et s'inspirer d'initiatives déjà mises en œuvre dans les villes de la Métropole.

ILS L'ONT FAIT : VANVES (92)

→ Lancer une campagne en faveur du commerce local



29 000 habitants

Afin de renforcer la place du commerce de proximité dans le quotidien des habitants, la Ville de Vanves a lancé une ambitieuse campagne de sensibilisation en faveur de la consommation locale. Plutôt que des animations commerciales, elle a déployé une série d'actions de communication originales destinées à interpeller les habitants, valoriser les commerçants et rappeler le rôle essentiel du commerce de proximité dans la vitalité de la ville.

CONTEXTE → Au lancement de la campagne, Vanves ne disposait pas d'une association de commerçants suffisamment structurée pour porter des actions collectives de valorisation du commerce local. La Ville a donc pris l'initiative. Aujourd'hui, la ville compte deux associations de commerçants : GIVAI et SAINT-REMY & CO.

LES DÉFIS

- Sensibiliser les habitants à l'importance du commerce de proximité.
- Donner une visibilité nouvelle aux commerçants et recréer une dynamique collective.
- Fédérer progressivement les acteurs économiques.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- **Une campagne de communication** « Consommez bien, consommez vanvéen ! », déclinée sur différents supports.
- **Des fleurs géantes** installées dans le centre-ville à l'occasion du Printemps des commerçants, pour créer un parcours visuel marquant.
- **Une exposition itinérante de portraits** pour mettre en avant les femmes et les hommes derrière les vitrines.
- **Des opérations de sensibilisation originales** tels que le Green Friday, des décorations de vitrines ou encore la participation à la Journée nationale du commerce de proximité.

LES RÉSULTATS

- La création d'une dynamique collective, qui a favorisé l'implication progressive des commerçants dans l'organisation de leurs propres animations. Aujourd'hui, deux associations de commerçants sont actives à Vanves : GIVAI et SAINT-REMY & CO, qui prolongent la démarche aux côtés de la Ville.





Le commerce de proximité est un élément essentiel de la qualité de vie à Vanves. En mettant nos commerçants à l'honneur, nous avons souhaité rappeler leur rôle dans l'identité et l'attractivité de notre ville, tout en encourageant les habitants à privilégier la consommation locale.

Bernard GAUDUCHEAU, Maire de Vanves

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Développement économique
Contact : Morgane BRUN
Email : dev.economique@ville-vanves.fr
Téléphone : 01 41 33 92 84

ANIMATIONS COMMERCIALES

Braderies, fêtes du commerce, marchés de Noël ou animations estivales créent des temps forts et donnent de nouvelles raisons de fréquenter une centralité. Pour produire des effets durables, ces événements doivent s'inscrire dans une programmation cohérente et associer les commerçants dès leur conception.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville et associations de commerçants

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Créer des occasions supplémentaires de **fréquenter les commerces**.
- Fidéliser les habitants autour de rendez-vous réguliers.
- Développer une dynamique collective entre les acteurs locaux.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Construire un **calendrier annuel** de rendez-vous complémentaires.
2. Associer les commerçants et partenaires dès la conception.
3. Articuler programmation, scénographie et communication.
4. Recueillir les retours des professionnels et du public après chaque édition.

EFFETS ATTENDUS

- Une vie commerçante plus animée tout au long de l'année.
- Une coopération renforcée entre la ville et les commerçants.

POINTS DE VIGILANCE

- Privilégier une programmation cohérente plutôt qu'une accumulation d'événements.
- Adapter le format aux moyens humains et financiers disponibles.

CHIFFRES CLÉS

2,2 millions d'euros de subventions attribuées

46 villes accompagnées

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le programme Centres-Villes Vivants accompagne les collectivités dans la conception de leurs animations commerciales grâce au partage de retours d'expérience, à des ateliers thématiques et à une médiathèque de ressources opérationnelles. Plusieurs fiches pratiques sur le sujet sont disponibles sur le site reseau-managers.fr.

ILS L'ONT FAIT : NANTERRE (92)

→ Animer les douze polarités commerciales de la ville



97 000 habitants

Afin de renforcer l'attractivité de ses commerces de proximité, la Ville de Nanterre a développé une stratégie d'animation à l'échelle de l'ensemble de ses polarités commerciales. Avec le soutien du programme Centres-Villes Vivants, la ville a renforcé des événements emblématiques comme la Ferme Géante, tout en accompagnant les associations de commerçants dans l'organisation de nouvelles fêtes du commerce et de temps forts locaux. Cette programmation permet de faire vivre les différents quartiers, d'accroître la fréquentation des commerces et de fidéliser les habitants autour de rendez-vous réguliers.

CONTEXTE → Avec ses douze polarités commerciales sur son territoire, la ville souhaitait développer une animation régulière afin de renforcer leur attractivité et de mieux faire connaître les commerces de proximité de chaque quartier à tous les usagers de la ville.

LES DÉFIS

- Dynamiser plusieurs polarités commerciales et non le seul centre-ville.
- Accompagner les associations de commerçants dans la planification et l'organisation d'évènements thématiques.
- Construire des actions commerciales régulières favorisant la fréquentation des commerces.

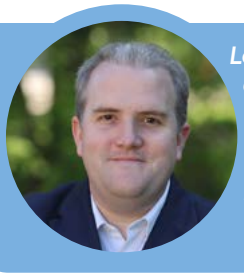
LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Renforcement de la Ferme Géante, événement emblématique grand-public annuel de la ville, avec l'élargissement de son périmètre, le développement d'un village consacré à l'ESS et la mise en valeur des initiatives en faveur de la transition écologique.
- Déploiement des journées dites « **fêtes du commerce** » dans plusieurs polarités commerciales au cours du mois d'octobre.
- **Soutien matériel, logistique et financier** apporté par la Ville aux associations de commerçants afin de structurer une programmation annuelle.
- Développement progressif de **nouveaux temps forts** : brocantes, jeux-concours, parcours ludiques, animations des places publiques et des événements saisonniers.

LES RÉSULTATS

- Une programmation désormais répartie sur plusieurs polarités commerciales.
- Une dynamique collective renforcée entre la Ville et les associations de commerçants, permettant d'installer durablement des rendez-vous attendus par les habitants.





Les animations commerciales constituent un formidable levier pour faire vivre nos quartiers, soutenir les commerces de proximité et créer des moments de convivialité avec les habitant.e.s et les salarié.e.s auxquels les commerces sont en premier lieu destinés. Dans cet esprit, la Ville est aussi soucieuse d'animer des temps forts annuels comme la Ferme géante, que de soutenir et accompagner les associations de commerçants pour faire de chaque polarité un véritable lieu de vie.

Raphaël ADAM, Maire de Nanterre

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Développement local
Contact : Stanley GUERARD

Email : developpement.local@mairie-nanterre.fr
Téléphone : 01 47 29 48 81

FOOD TRUCK FESTIVAL

Un festival de food trucks rassemble une offre de restauration mobile autour d'une programmation conviviale et familiale. Organisé régulièrement, il peut animer une halle, une place ou un quartier à des horaires inhabituels et créer un nouveau rendez-vous pour les habitants.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville ou opérateur événementiel

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Créer un événement **convivial et fédérateur**.
- Faire vivre un lieu en dehors de ses périodes habituelles d'activité.
- Attirer de nouveaux publics grâce à une offre culinaire diversifiée.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Choisir un site accessible, visible et adapté à l'accueil du public.
2. Sélectionner une offre variée et complémentaire de la restauration locale.
3. Associer musique, animations et espaces de convivialité.
4. Impliquer les commerces sédentaires et organiser la gestion des déchets.

EFFETS ATTENDUS

- L'installation d'un **rendez-vous régulier** apprécié des habitants.
- Une fréquentation supplémentaire de la place ou du quartier concerné.

POINTS DE VIGILANCE

- Éviter une concurrence directe avec les restaurateurs et commerces de bouche voisins.
- Anticiper les besoins en énergie, sécurité, nettoyage et gestion des flux.

CHIFFRES CLÉS

2,2 millions d'euros de subventions attribuées

46 villes accompagnées

LE SAVIEZ-VOUS ?

Un festival de food trucks peut être accompagné par **Centres-Villes Vivants** lorsqu'il s'inscrit dans une stratégie d'animation commerciale et bénéficie aux activités environnantes. Le Réseau des Managers permet notamment de partager les retours d'expérience sur la programmation, le modèle d'exploitation et l'association des commerçants sédentaires.

ILS L'ONT FAIT : MONTFERMEIL (93)

→ Installer un rendez-vous gourmand chaque vendredi d'été



29 000 habitants

Chaque été, du mois de mai au mois d'octobre, la Ville de Montfermeil organise les Vendredis Gourmands, un rendez-vous hebdomadaire qui transforme la Halle des Coudreaux et la place des Marguerites en un véritable lieu de vie. Pendant plusieurs mois, food trucks, concerts, animations familiales et espaces de restauration se succèdent chaque vendredi soir dans une ambiance conviviale. En installant ce rendez-vous dans la durée, la ville attire un public fidèle, anime ces marchés en dehors des jours habituels d'ouverture et renforce l'attractivité de ce secteur commerçant tout au long de la saison estivale.

CONTEXTE → La ville souhaitait créer un événement fédérateur capable d'animer durablement la Halle des Coudreaux et la place des Marguerites et renforcer son attractivité en période estivale.

LES DÉFIS

- Faire de la halle et la place un lieu de vie au-delà de sa fonction de marché.
- Attirer un public familial et intergénérationnel tout au long de l'été.
- Soutenir l'activité des quartiers grâce à une **programmation récurrente**.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Organisation des Vendredis Gourmands chaque vendredi de mai à octobre sous la Halle des Coudreaux et la place des Marguerites.
- Accueil d'une sélection renouvelée de food trucks proposant une offre culinaire variée.
- Programmation de concerts, DJ et animations musicales afin de prolonger le temps de présence des visiteurs.
- Mise en place d'animations familiales et d'espaces de restauration favorisant les rencontres et la convivialité.

LES RÉSULTATS

- Un rendez-vous estival devenu incontournable, désormais organisé pour une 4e édition.
- Une halle réinvestie, une place dynamisée chaque semaine par les habitants, contribuant à renforcer l'animation et l'attractivité des quartiers.





Les Vendredis Gourmands sont devenus un véritable rendez-vous de l'été. En réunissant gastronomie, musique et convivialité, ils participent pleinement à l'animation de notre ville et font de la Halle des Coudreaux un lieu de rencontre apprécié des habitants.

Xavier LEMOINE, Maire de Montfermeil

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Commerce
Contact : Christophe SENEPART

Email : animation-economique@ville-montfermeil.fr
Téléphone : 01 41 70 79 22

ÉVÈNEMENTS LUDIQUES ET CULTURELS

Courses, concerts, expositions, festivals ou retransmissions attirent des publics qui ne viennent pas nécessairement pour les commerces. En reliant l'événement au parcours marchand, la ville peut prolonger le temps de présence des visiteurs et faire découvrir son centre-ville sous un nouveau jour.

TEMPORALITÉ

court — moyen — long

INVESTISSEMENT

faible — modéré — important

PORTAGE

ville, avec les acteurs sportifs, culturels et commerciaux

POURQUOI CETTE ACTION ?

- Attirer des visiteurs et renforcer le **rayonnement de la ville**.
- Valoriser son patrimoine, ses équipements et son identité.
- Faire bénéficier les commerces des flux générés par l'événement.

COMMENT LA METTRE EN ŒUVRE ?

1. Concevoir les parcours et espaces d'accueil en lien avec les rues commerçantes.
2. Associer les commerçants suffisamment tôt à l'organisation.
3. Développer une communication ville sur l'événement et l'offre locale.
4. Prévoir des animations ou offres commerciales complémentaires.

EFFETS ATTENDUS

- Une fréquentation accrue du centre-ville pendant l'événement.
- Une meilleure articulation entre les politiques commerciales, sportives et culturelles.

POINTS DE VIGILANCE

- Ne pas supposer que les visiteurs fréquenteront spontanément les commerces.
- Anticiper la sécurité, les flux, les horaires et les nuisances pour les riverains.

CHIFFRES CLÉS

2,2 millions d'euros de subventions attribuées

46 villes accompagnées

LE SAVIEZ-VOUS ?

Centres-Villes Vivants considère la **culture et le sport comme des leviers d'animation et d'attractivité commerciale**. La Métropole a notamment accompagné des villes pour intégrer les Jeux de Paris 2024 à leurs centres-villes, à travers des animations gratuites, des fêtes du commerce et des installations artistiques.

ILS L'ONT FAIT : TREMBLAY-EN-FRANCE (93)

→ Créer une Maison de Cuba au cœur de la ville



38 000 habitants

À l'occasion des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, la Ville de Tremblay-en-France a transformé l'accueil de la délégation cubaine en un véritable événement de centre-ville. Pendant plusieurs semaines, la Maison de Cuba a proposé une programmation mêlant concerts, expositions, conférences, rencontres sportives et animations culturelles ouvertes au public. En s'appuyant sur cet événement international, la ville a créé un temps fort fédérateur, attiré de nombreux visiteurs et renforcé l'attractivité de son centre-ville au bénéfice des commerces de proximité.

CONTEXTE → Dans le cadre des Jeux Olympiques de Paris 2024, Tremblay-en-France accueillait la délégation sportive cubaine pour sa préparation.

LES DÉFIS

- Transformer un événement sportif en levier d'animation du centre-ville.
- Attirer habitants et visiteurs grâce à une programmation attractive.
- Générer des retombées pour les commerces de proximité.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Création de la Maison de Cuba, espace d'animations installé au cœur de la ville pendant toute la période olympique.
- Organisation d'une programmation culturelle et sportive : concerts, conférences, expositions, rencontres avec les athlètes, projections et animations.
- Valorisation des liens entre sport, culture et patrimoine afin d'attirer un public diversifié tout au long de l'événement.
- Mobilisation des équipements municipaux, des partenaires locaux et des associations afin de proposer une programmation quotidienne.

LES RÉSULTATS

- Un centre-ville animé pendant plusieurs semaines grâce à une programmation culturelle et sportive de grande ampleur.
- Une fréquentation renforcée des espaces publics et des commerces de proximité à l'occasion des Jeux Olympiques.





Les Jeux Olympiques ont constitué une formidable opportunité pour faire vivre notre centre-ville. En accueillant la délégation cubaine et en proposant une programmation ouverte à tous, nous avons créé un événement populaire qui a renforcé l'attractivité de notre ville tout en faisant rayonner nos commerces de proximité.

Virginie De CARVALHO, Maire de Tremblay-en-France

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Service : Héritage JOP Paris 2024
Contact : Olivier D'HENRY
Email : o.dhenry@tremblayenfrance.fr
Téléphone : 01 49 63 69 60

LE RÉSEAU EUROPÉEN CITIES@HEART

L'EXPERTISE MÉTROPOLITAINE AU SERVICE DES CENTRES-VILLES EUROPÉENS

LA MÉTROPOLE DU GRAND PARIS, CHEFFE DE FILE DU RÉSEAU URBACT CITIES@HEART

Depuis 2018, la Métropole du Grand Paris accompagne les villes métropolitaines dans leurs politiques de revitalisation des centres-villes à travers le programme **Centres-Villes Vivants**. Au fil des années, cet accompagnement a permis de développer une expertise reconnue, nourrie par des centaines de projets conduits aux côtés des collectivités et de nombreux partenaires.
Forte de cette expérience, la Métropole a été choisie pour piloter le réseau européen **URBACT Cities@Heart**, réunissant dix collectivités de dix pays autour d'une ambition ville, celle de partager les méthodes, les outils et les bonnes pratiques permettant de construire des centres-villes plus attractifs, inclusifs et résilients. Ce travail collectif a abouti à l'élaboration d'un cadre méthodologique partagé, d'un guide européen et d'une boîte à outils opérationnelle à destination des collectivités.

LES 5 LEVIERS POUR TRANSFORMER UN CENTRE-VILLE

- Soutenir le commerce local
- Renforcer la vie résidentielle
- Promouvoir des environnements inclusifs
- Construire une identité de centre-ville
- Créer une gouvernance partagée

Ces cinq leviers constituent aujourd'hui un cadre de référence partagé par les 10 collectivités européennes pour concevoir des politiques de revitalisation intégrées et adaptées aux réalités locales.

CE GUIDE S'INSCRIT DANS CETTE DÉMARCHE

Les fiches pratiques présentées dans cette publication illustrent, à travers des exemples issus des villes de la Métropole du Grand Paris, les principaux leviers identifiés par le réseau Cities@Heart. Elles témoignent de solutions concrètes, expérimentées sur le terrain, dont les enseignements nourrissent désormais les réflexions conduites à l'échelle européenne.





POUR EN SAVOIR PLUS ET
DÉCOUVRIR LES GUIDES CITIES@HEART

Les centres-villes de demain se construisent par l'expérimentation, la coopération et le partage des connaissances. En faisant dialoguer les expériences locales et les initiatives européennes, la Métropole du Grand Paris poursuit une même ambition, celle de donner à chaque collectivité les moyens de bâtir un centre-ville vivant.



Centre-ville d'Aubervilliers (93)

PLUS D'INFORMATIONS SUR
metropolegrandparis.fr/centres-villes-vivants



Métropole du Grand Paris

15-19 avenue Pierre-Mendès-France
75013 PARIS – Tél. 01 82 28 78 00
metropolegrandparis.fr

NOVEMBRE 2026