

**Amiens**  
(Somme)

**ÉTUDE D'OPPORTUNITÉ ET DE  
PROGRAMMATION DU PÔLE  
COMMERCIAL ÉTOUVIE À AMIENS**



Copil – 4 juillet 2023



**1.**  
Etat des lieux et  
analyse de  
l'environnement  
commercial



**2.**  
Analyse du  
potentiel  
commercial du site



**3.**  
Enquête  
téléphonique et  
échanges



**4.**  
Synthèse et  
préconisations





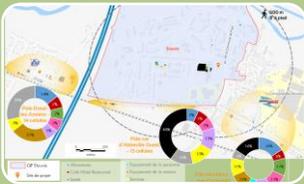
Une bonne desserte du quartier, en voiture, TC (BHNS) et liaisons douces



Des équipements au rayonnement plus large que le quartier (Diapason, médiathèque...)



Un vivier d'actifs (1 100 dans le quartier, 1 900 sur la ZA des Montières) et des flux routiers élevés



Des densités commerciales faibles sur le quartier et la zone de chalandise : un potentiel de développement



Un projet urbain favorable au quartier, mixité sociale, requalification des espaces publics, image valorisée



Un quartier enclavé entre l'autoroute, la Somme et des axes majeurs de l'agglomération, mais un enclavement atténué par la bonne desserte du quartier



Une offre concurrentre développée, en surfaces alimentaires et commerces de proximité, à moins de 10 minutes du quartier

**Impacts pour l'offre commerciale du quartier**

- ⇒ Une perte nette d'environ 300 logements : une diminution du nombre de ménages sur le quartier ☹️
- ⇒ Une mixité sociale bénéfique aux commerces 😊

Une décroissance démographique prévue avec les démolitions

7 440 habitants à Étouvie en 2019	7 200 habitants dans le projet de quartier
<p><b>Une clientèle familiale, très fragile et peu mobile</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>51% de moins de 20 ans</li> <li>72% de familles avec enfants</li> <li>34% de familles monoparentales</li> <li>53% de ménages modestes</li> <li>39% de chômeurs</li> <li>12 831 € revenu moyen / foyer fiscal</li> </ul>	<p><b>Une population active, plus âgée et plus mobile</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>35% de moins de 20 ans</li> <li>49% de familles avec enfants</li> <li>15% de familles monoparentales</li> <li>88% de ménages modestes</li> <li>13% de chômeurs</li> <li>24 342 € revenu moyen / foyer fiscal</li> </ul>

Une population encore fragile socio-économiquement



1.

Etat des lieux et  
analyse de  
l'environnement  
commercial



2.

Analyse du  
potentiel  
commercial du site



3.

Enquête  
téléphonique et  
échanges



4.

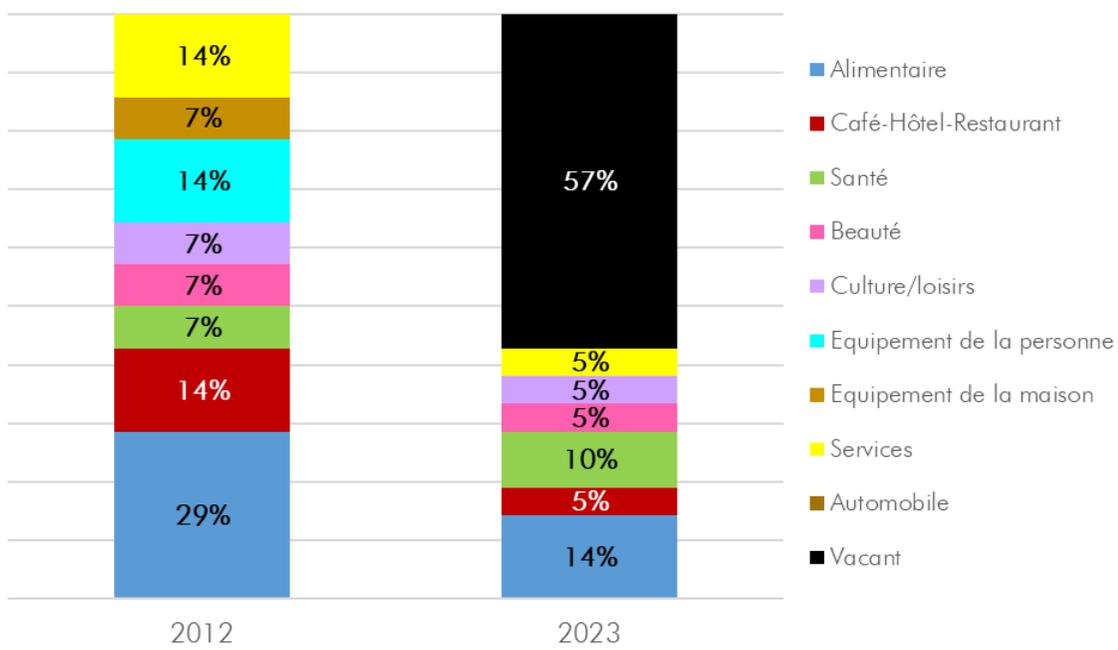
Synthèse et  
préconisations





- En mai 2023, 9 commerces en activité dans le QPV Étouvie :
  - 6 place des Provinces Françaises : 1 boulangerie, 1 coiffeur, 1 tabac/presse, 1 supérette, 1 pharmacie et La Poste,
  - 3 en diffus : 1 pharmacie CC des Coursives, 1 restauration rapide allée de Vendée et 1 supérette allée de la Côte d’Azur.
- Également une ressourcerie dans la zone d’activités du Pays d’Auge et plusieurs activités médicales (cabinet d’infirmiers, 3 médecins généralistes).
- Perte de 5 commerces depuis 2012, avec une réelle perte de diversité (2 magasins d’habillement, un bazar, un supermarché Atac et une boucherie ont fermé).
- Une offre de proximité complémentaire, mais peu dense au regard de la population du quartier et qui manque d’une locomotive alimentaire.
- Cellules vacantes toutes dans le CC des Coursives, dont une partie est condamnée. Les cellules place des Provinces Françaises ont toujours été louées par la SIP, avec une stabilité des activités depuis 2015.
- Marché parking des Coursives, le 2<sup>ème</sup> mercredi du mois, environ 50 étals. Un poissonnier et un primeur s’installent également le samedi matin place des Provinces Françaises.

Evolution de l'offre commerciale du quartier entre 2012 et 2023



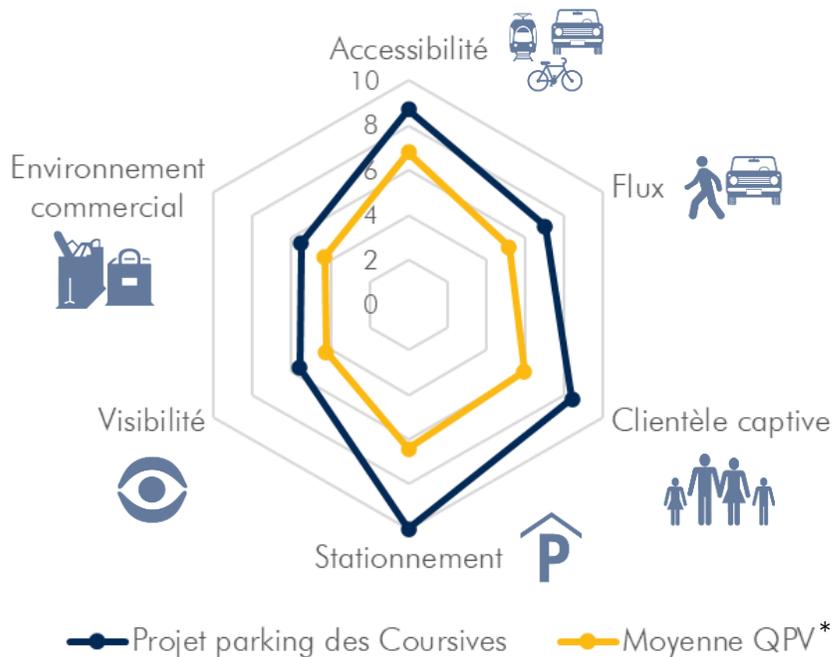
14 commerces en activité, 0 cellules vacantes

9 commerces en activité, 12 cellules vacantes dans le CC Étouvie, dont une partie condamnée

Moyenne vacance CC en QPV\* : 24 %

Recensement terrain : mai 2023  
Données 2012 : étude PIVADIS

\* Moyenne en QPV avant renouvellement urbain



## FORCES



### Une accessibilité optimale :

- Accessibilité directe depuis l'avenue de la Commune de Paris, axe majeur d'entrée de quartier,
- Arrêt BHNS à proximité immédiate,
- Liaisons piétonnes et cyclables bien développées, dans le quartier et depuis ses abords.

### Un positionnement permettant de profiter des flux :

- Flux routiers élevés sur l'avenue de la Commune de Paris et la rue d'Abbeville,
- Equipements générateurs de flux à proximité immédiate : médiathèque, école de musique, pôle de services publics, futures activités médicales, marché,
- Quartier densément peuplé, projets de logements proches.

### Surface permettant de calibrer la capacité d'accueil optimale du parking.

**Un potentiel de consommation intéressant sur la zone secondaire, aisée et en croissance.**

## FAIBLESSES



### Une attractivité à construire vis-à-vis d'une clientèle plus éloignée :

- Image du quartier défavorable et sentiment d'insécurité encore présent.

**Absence de visibilité depuis la rue d'Abbeville et le nord de l'avenue de la Commune de Paris (présence d'une butte).**

**Un cœur de clientèle captive modeste et en décroissance.**

**Une concurrence présente sur les pourtours du quartier (rue d'Abbeville, pôle Intermarché Montières).**

\* Moyenne en QPV avant renouvellement urbain



1.

Etat des lieux et  
analyse de  
l'environnement  
commercial



2.

Analyse du  
potentiel  
commercial du site



3.

Enquête  
téléphonique et  
échanges



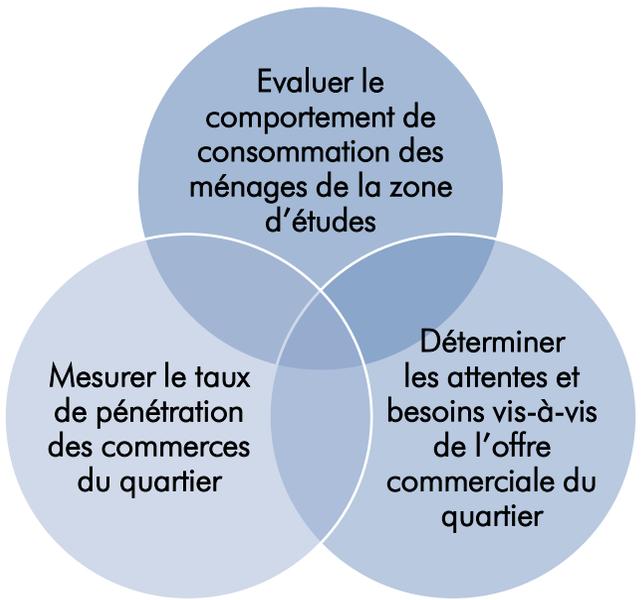
4.

Synthèse et  
préconisations

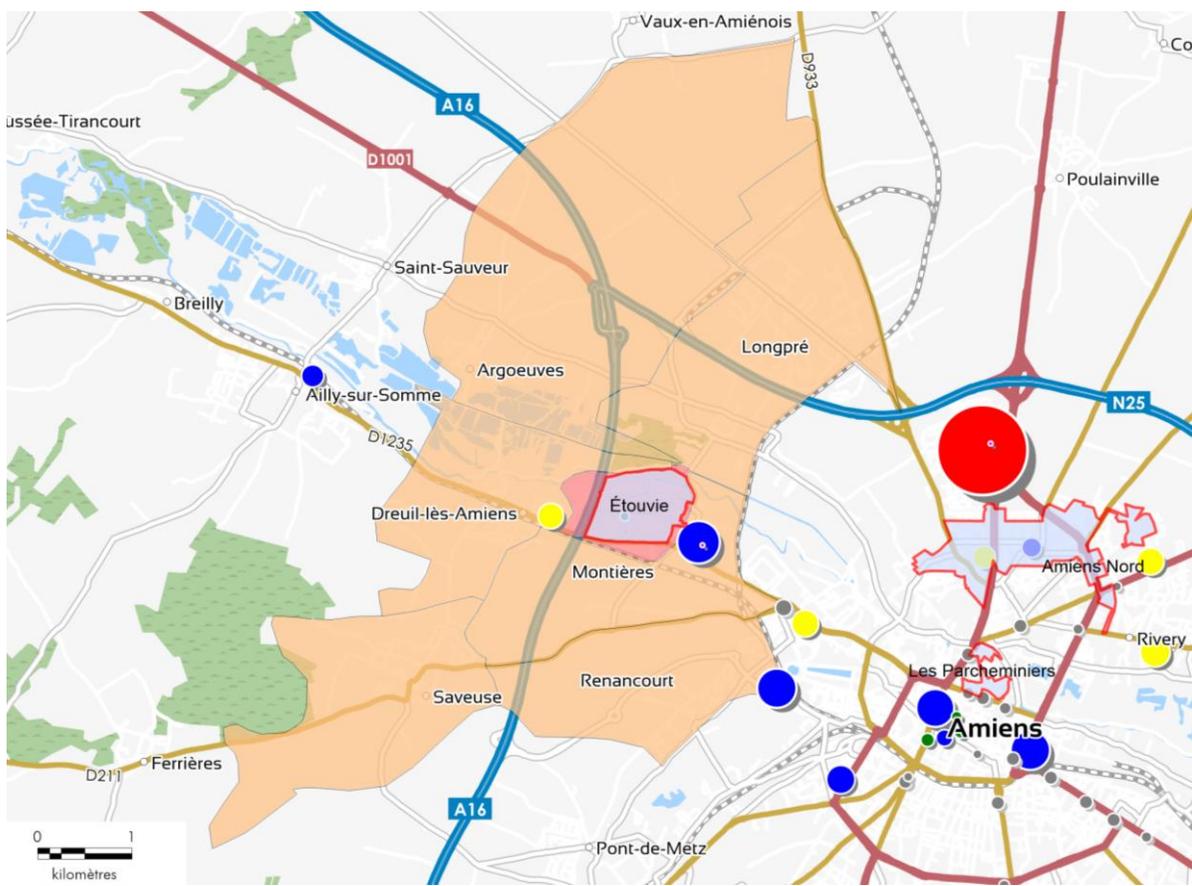




## Objectifs de l'enquête



## Dispositif de l'enquête



- Quartier prioritaire en politique de la ville**
- Zone de chalandise**  
Quartier Étouvie - Amiens
- Quartier Étouvie (zone primaire)
- Zone secondaire
- Hypermarchés
- Supermarchés
- SDMP
- Magasins bio
- Supérettes
- Drives



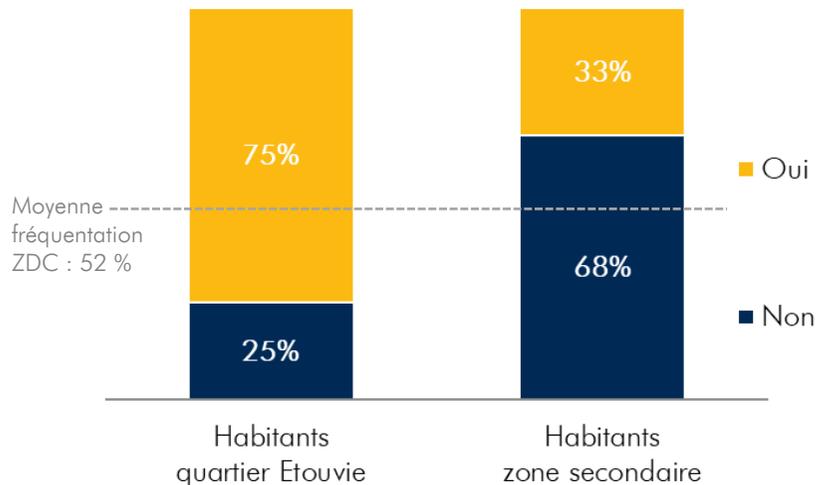
# UNE BONNE FRÉQUENTATION DES COMMERCES D'ETOUVIE PAR LES HABITANTS DU QUARTIER, MAIS BEAUCOUP MOINS FORTE PAR CEUX DE LA ZONE SECONDAIRE



- Un taux de fréquentation des commerces du quartier Etouvie élevé parmi les habitants du quartier (supérieur à la moyenne), mais les habitants de la zone secondaire les fréquentent beaucoup moins.
- La locomotive : la boulangerie place des Provinces Françaises. La Poste est attractive, et notamment pour la zone secondaire. La pharmacie de la place des Provinces Françaises est deux fois plus fréquentée que celle des Coursives par les habitants du quartier.

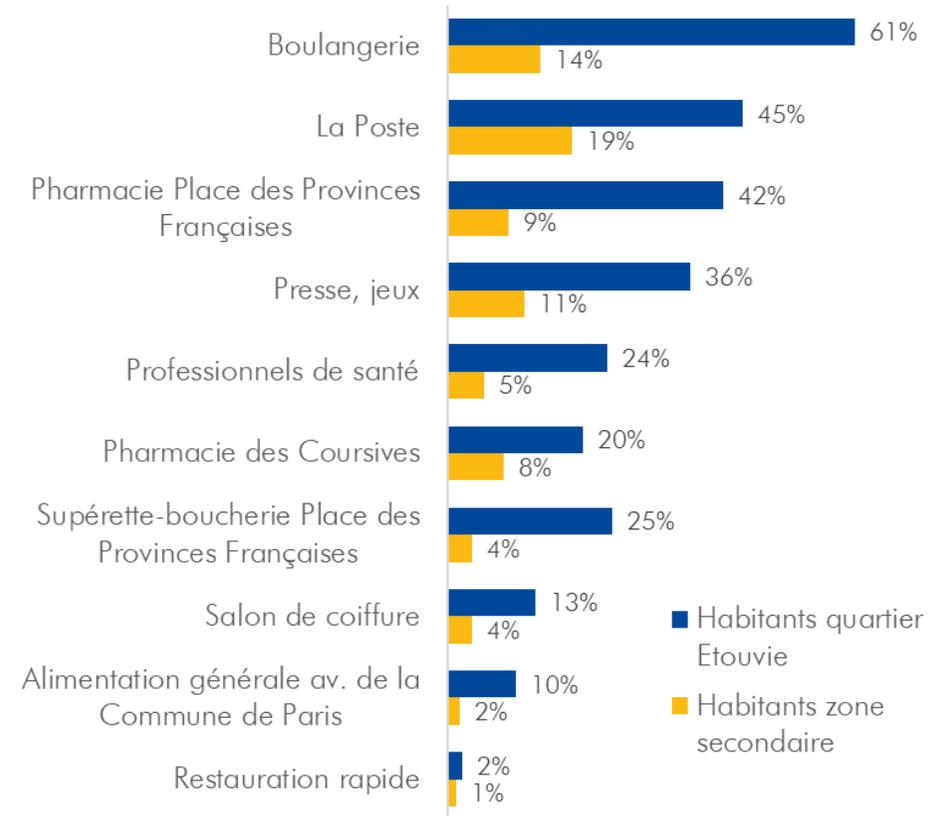
Moyenne CC en QPV\*  
50 %, 67 % par les habitants du quartier

## Fréquentation commerces du quartier Etouvie



\* Moyenne en QPV avant renouvellement urbain

## Commerces fréquentés



Nombre moyen de commerces du quartier fréquentés :

- 3 par les habitants d'Étouvie
- 1 par les habitants de la zone secondaire

Base : tous

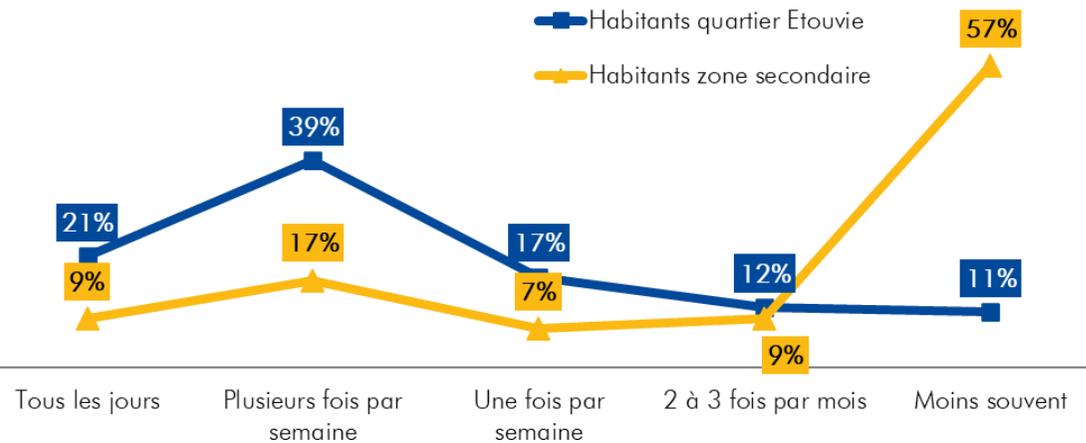
# UNE FRÉQUENCE D'ACHAT IMPORTANTE EN ZONE PRIMAIRE, ET PLUS PONCTUELLE POUR LES HABITANTS DE LA ZONE SECONDAIRE



- Une fréquence d'achat beaucoup plus élevée chez les habitants du quartier Etouvie, ce qui témoigne d'une **vocation de proximité** bien ancrée. A noter que la proportion d'acheteurs occasionnels est bien plus élevée chez les habitants de la zone secondaire, signe qu'ils utilisent les commerces du quartier davantage en dépannage.
- Un taux de **déplacement à pied** supérieur aux moyennes observées habituellement en QPV chez les habitants du quartier, grâce à des liaisons douces largement favorisées. La voiture reste très utilisée par les consommateurs plus éloignés, d'où l'importance de calibrer une offre de parking adaptée dans le projet.

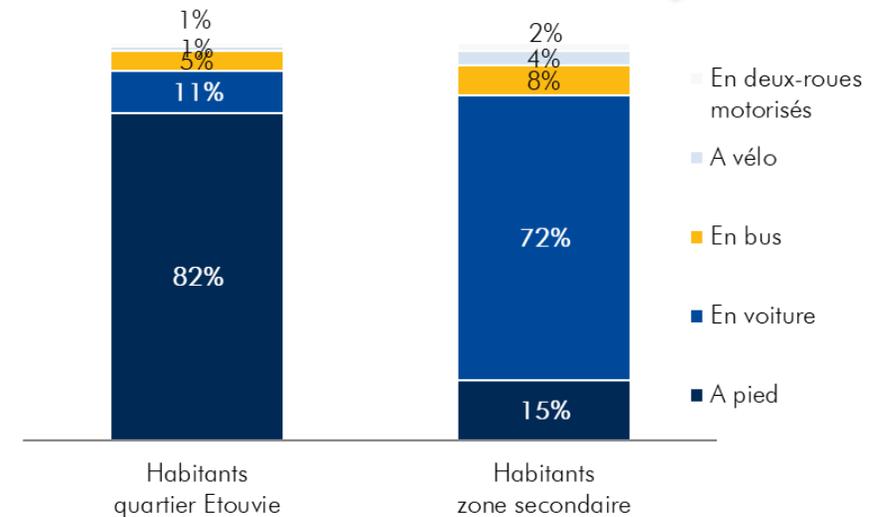
Moyenne CC en QPV\*  
fréquentation...  
journalière : 11 %  
hebdomadaire : 53 %

Fréquence de venue dans les commerces du quartier Etouvie



Moyenne CC en QPV\*  
En voiture : 37 %  
A pied : 61 %  
En TC : 3 %

Mode de déplacement



\* Moyenne en QPV avant renouvellement urbain

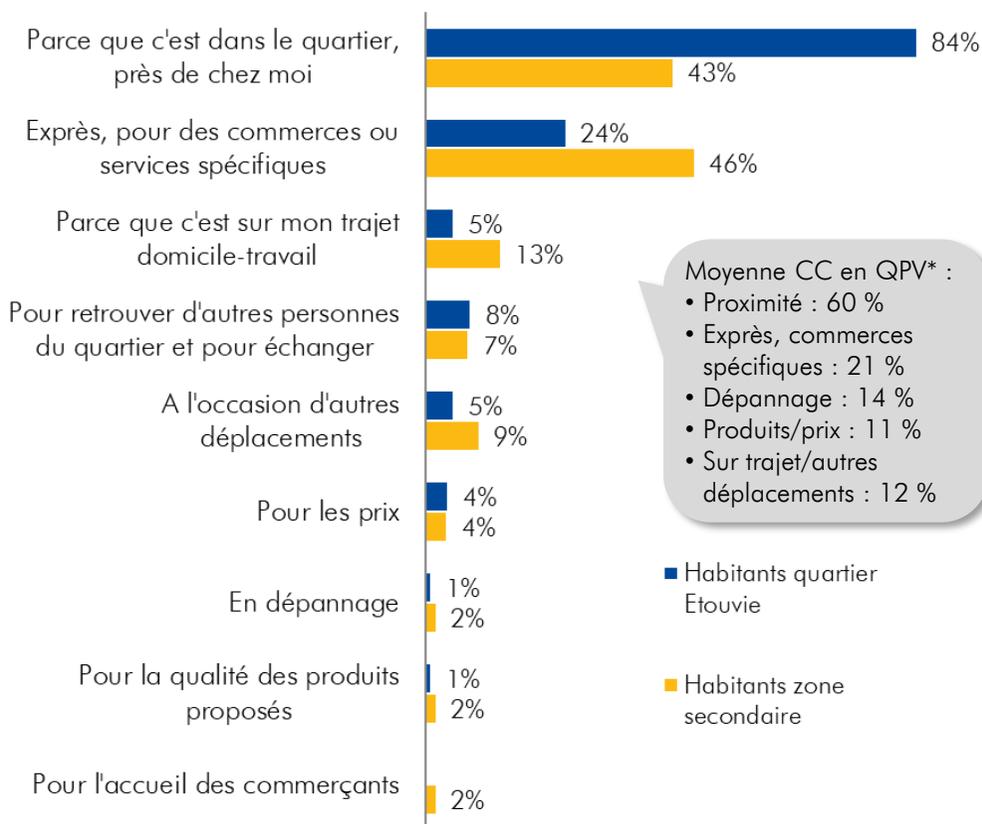
Base : clients

# RAISONS DE FRÉQUENTATION DES COMMERCES DU QUARTIER ÉTOUVIE : PROXIMITÉ AVANT TOUT / RAISONS NON-FRÉQUENTATION : L'INSÉCURITÉ RESSORT FORTEMENT



- Les items « c'est sur mon trajet domicile-travail » et « à l'occasion d'autres déplacements » sont faiblement cités, en raison du positionnement des commerces en cœur du quartier et non sur les flux. Le positionnement des nouveaux commerces sur les flux pourrait donc être un atout important.

## Raisons de fréquentation



Moyenne CC en QPV\* :

- Proximité : 60 %
- Exprès, commerces spécifiques : 21 %
- Dépannage : 14 %
- Produits/prix : 11 %
- Sur trajet/autres déplacements : 12 %

■ Habitants quartier Etouvie

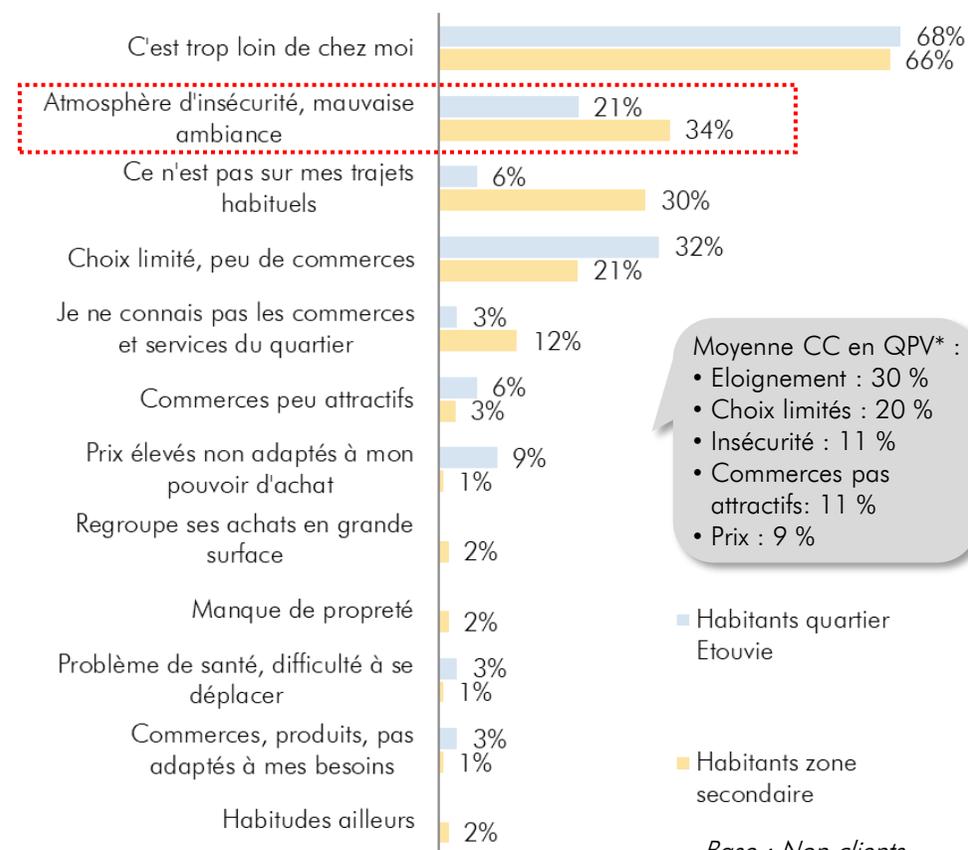
■ Habitants zone secondaire

\* Moyenne en QPV avant renouvellement urbain

Base : Clients

- Si le positionnement géographique explique une grande partie de la non-fréquentation, l'insécurité est également fortement perçue, et encore plus par les habitants de la zone secondaire. L'image du quartier rejaille aussi sur les commerces.

## Raisons de non-fréquentation



Moyenne CC en QPV\* :

- Eloignement : 30 %
- Choix limités : 20 %
- Insécurité : 11 %
- Commerces pas attractifs : 11 %
- Prix : 9 %

■ Habitants quartier Etouvie

■ Habitants zone secondaire

Base : Non clients

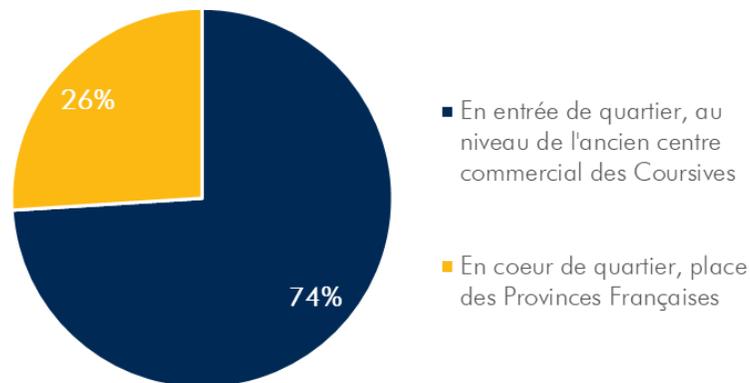


33 %

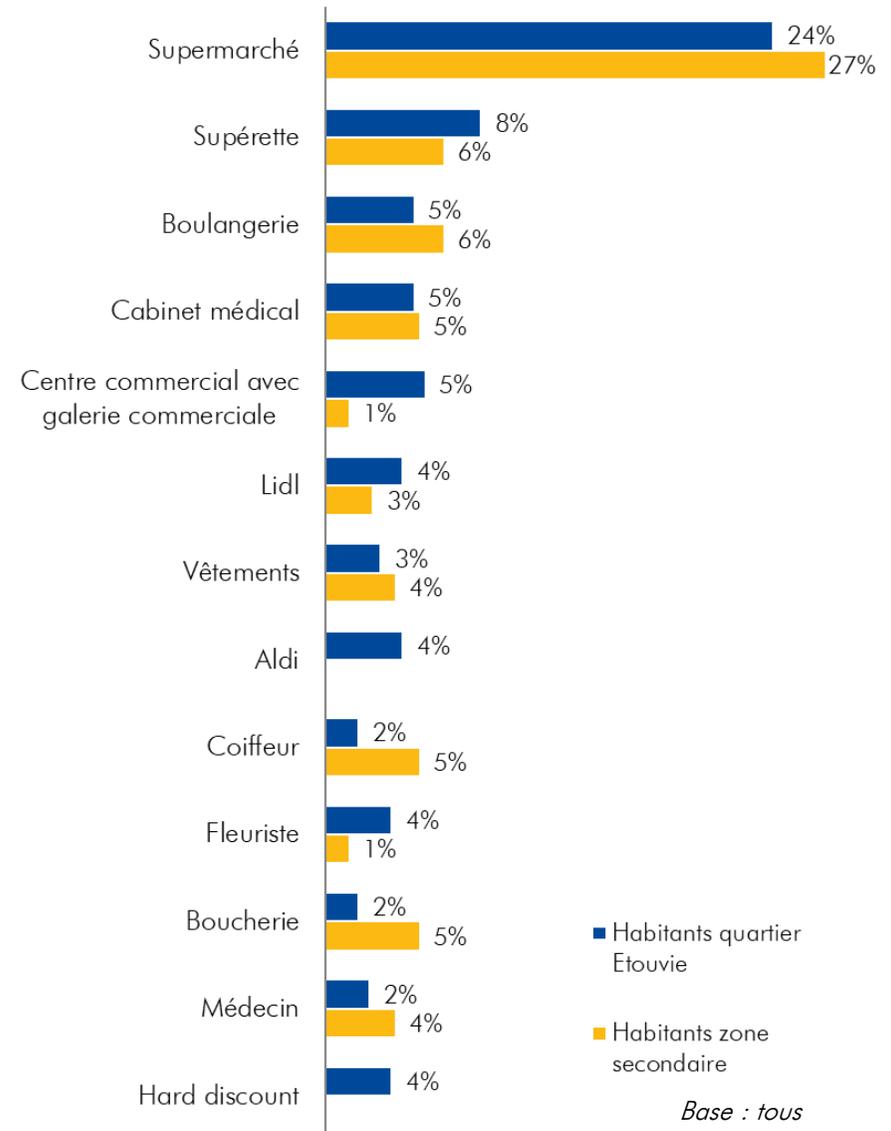
souhaitent privilégier davantage les circuits courts et réduire leurs achats dans les autres canaux de distribution.

- C'est le supermarché qui semble le plus manquer sur le quartier, malgré la présence d'une supérette place des Provinces Françaises et de la proximité de l'Intermarché Montières.
- Pour le lieu d'implantation, la place du Pays d'Auge, en entrée de quartier, est clairement privilégiée.

Lieu souhaité pour l'implantation de nouveaux commerces et services dans le quartier Etouvie



Magasins souhaités dans le quartier Etouvie



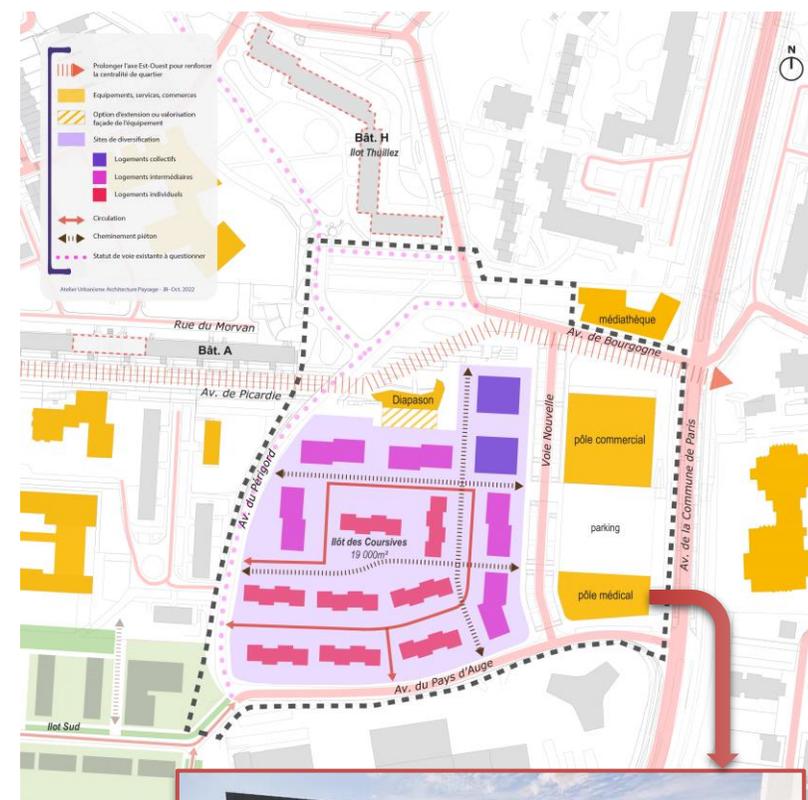


Un potentiel perçu par les commerçants et porteurs de projet sur Étouvie :

- ➔ Un projet privé porté par Mme Fauquet, pharmacienne des Coursives : PC déposé pour 718 m<sup>2</sup> de surface plancher. Ce bâtiment, prévu sur la parcelle cadastrale 000 IT 721, accueillerait la pharmacie (transfert des Coursives) et 6 professionnels de santé. Début des travaux octobre 2023, livraison prévue octobre 2024.
- ➔ Un projet de bâtiment commercial sur le parking des Coursives, face au projet médical, soutenu par Mr Achouiti, commerçant de la rue d'Abbeville (Les Halles de l'Ouest). Souhait de construction d'une halle ou d'un centre commercial rassemblant plusieurs commerces de bouche et de proximité. Un primeur, une boulangerie (2<sup>ème</sup> point de vente pour le boulanger de la place des Provinces Françaises), un café, une boucherie traditionnelle, une poissonnerie et un coiffeur seraient prêts à venir sur le quartier (viabilité économique à confirmer), en tant que locataires.
- ➔ Peu de porteurs de projet recensés par la SIP : surtout de la restauration rapide et des associations. Une auto-école a fait une demande, mais la SIP ne disposait pas de locaux commerciaux vacants pour l'accueillir.

Source : entretiens avec les commerçants et la SIP

- Des habitudes de consommation déjà bien ancrées sur le quartier, avec peu de dysfonctionnements, à part le sentiment d'insécurité, qui présagent d'un potentiel de développement commercial intéressant.
- Un potentiel qui semble également perçu par les commerçants du quartier et les porteurs de projet.



Source : Ville d'Amiens, projet non arrêté



1.

Etat des lieux et  
analyse de  
l'environnement  
commercial



2.

Analyse du  
potentiel  
commercial du site



3.

Enquête  
téléphonique et  
échanges



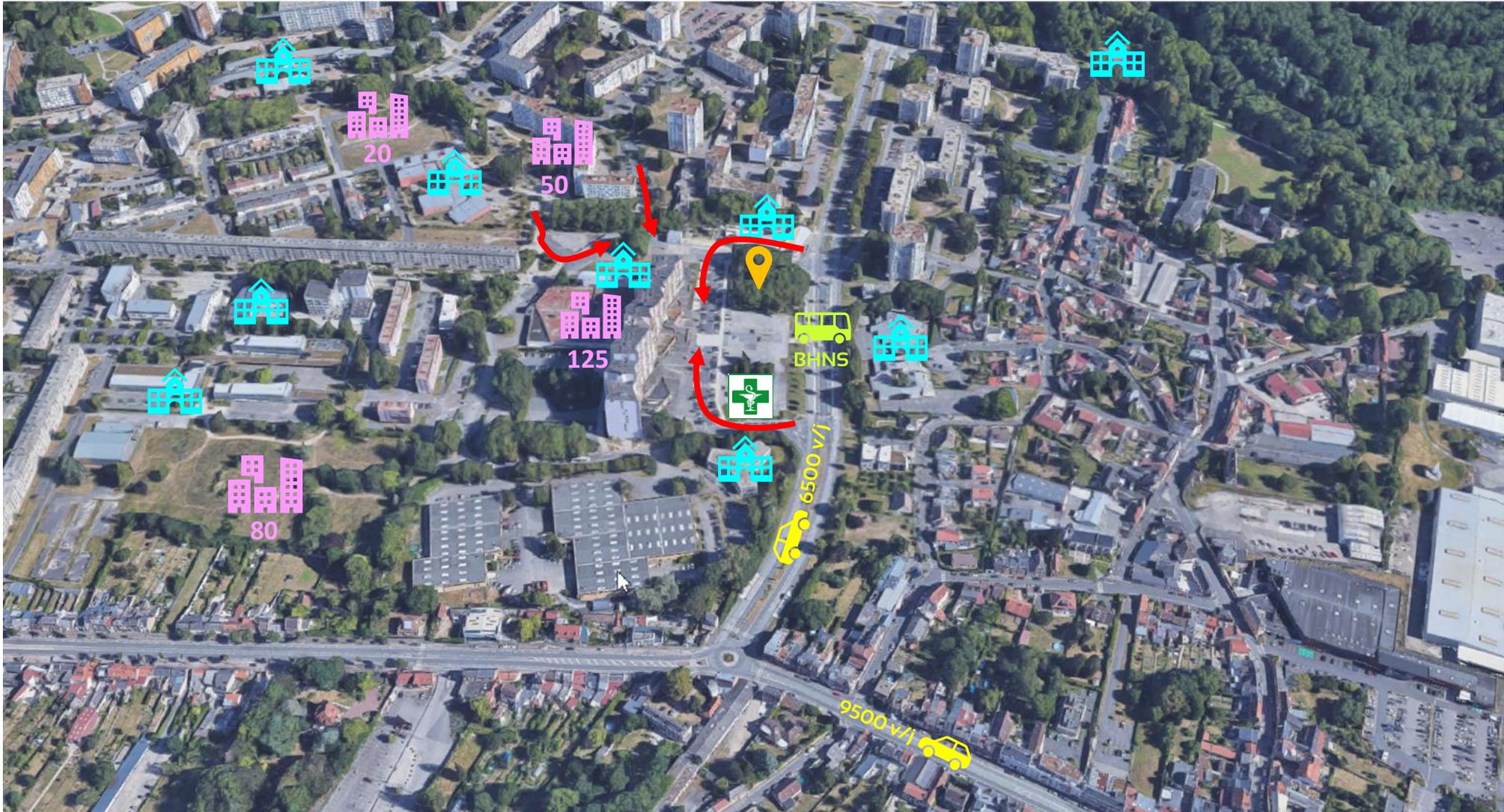
4.

Synthèse et  
préconisations





	Forces	Faiblesses
Opportunités	<p><b>Stratégie d'attaque</b> « Tirez-en le maximum »</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exploiter le potentiel de consommateurs supplémentaire des flux et des équipements, grâce à un projet qualitatif, visible et accessible.</li> </ul>	<p><b>Stratégie de défense</b> « Surveillez la concurrence »</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programmer une offre complémentaire à celle existant place des Provinces Françaises, afin de ne pas déséquilibrer l'offre commerciale du quartier.</li> </ul>
Menaces	<p><b>Stratégie d'ajustement</b> « Rétablissez les points forts »</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• S'appuyer sur les porteurs de projet dans le quartier pour construire le projet.</li> </ul>	<p><b>Stratégie de survie</b> « Contournez les difficultés »</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Profiter du projet urbain pour modifier l'image du quartier et attirer une clientèle plus éloignée.</li> </ul>



-  Site du projet
-  Equipements publics
-  Projets de logements
-  Projet médical
-  Accessibilité optimale et bonne visibilité



Plan schématique des points de vigilance à intégrer

Assurer la visibilité depuis l'avenue de la Commune de Paris, pour atténuer la barrière visuelle du talus :

- Par un traitement adéquat de la façade Est du bâtiment (enseignes),
- Par une signalétique adaptée aux carrefours entre l'avenue de la Commune de Paris et l'avenue de Bourgogne, la rue d'Abbeville et l'avenue du Languedoc, la rue d'Abbeville et l'avenue de la commune de Paris, mais aussi depuis l'intérieur du quartier.



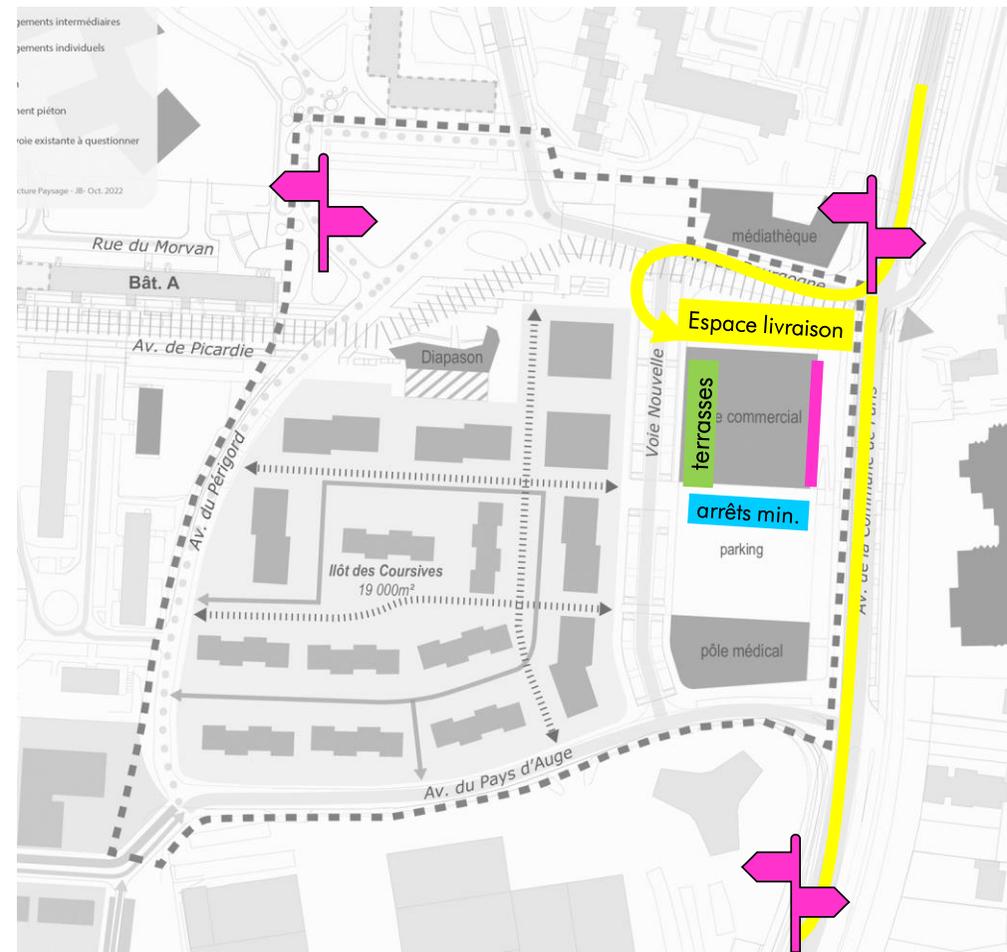
Prévoir un espace pour des terrasses donnant sur la nouvelle voie longeant la place du Pays d'Auge



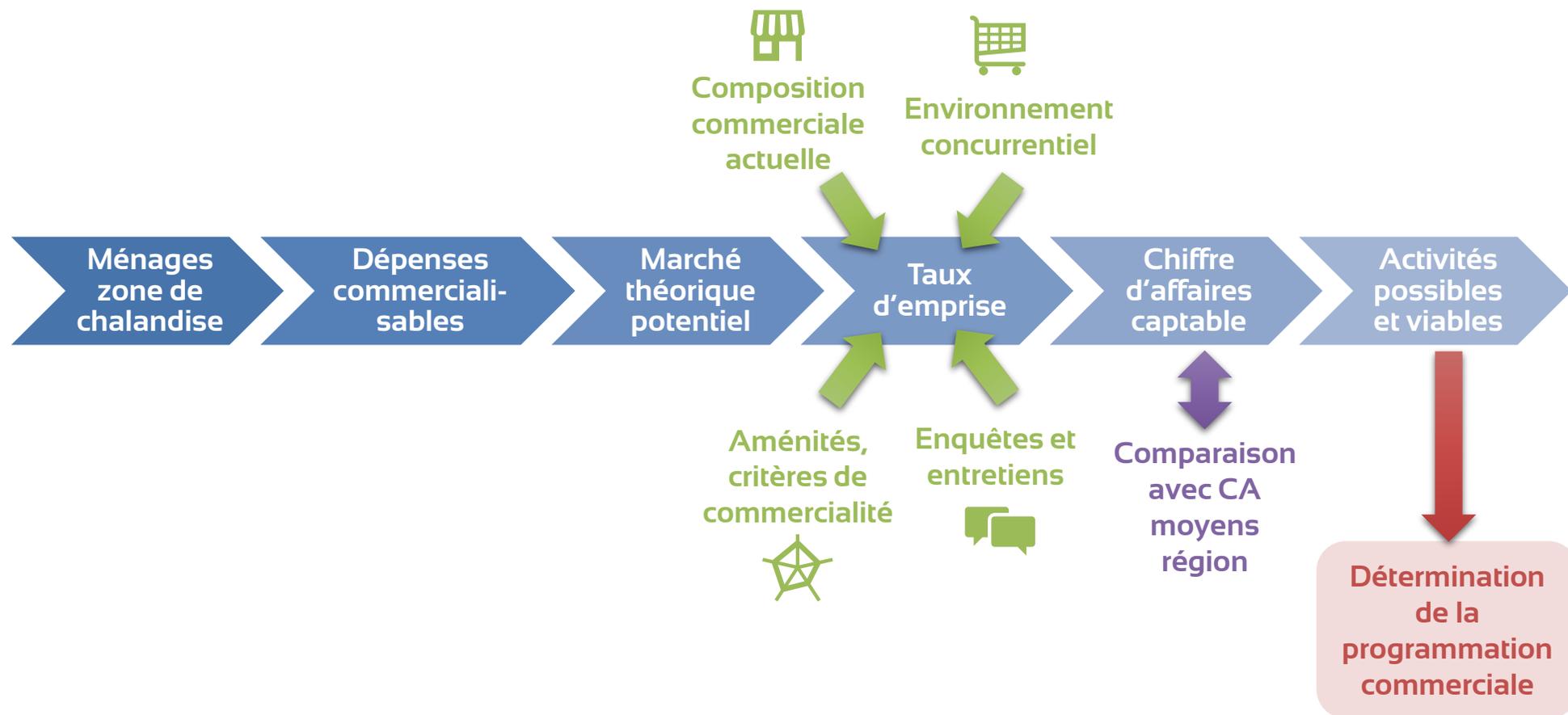
Structurer le stationnement entre les 2 bâtiments commerciaux : places « arrêt minute » pour les commerces de proximité.



Organiser les circuits de livraison sur l'axe le plus adapté : avenue de Bourgogne, plus pratique et directe.



Source plan : ville d'Amiens, projet non arrêté





Un potentiel commercial qui reste limité sur le quartier, en raison notamment de la concurrence présente sur la place des Provinces Françaises et les abords du quartier.



Surface alimentaire de 300 à 350 m<sup>2</sup>, avec rayon fruits et légumes



Boucherie/charcuterie/traiteur



Boulangerie / restauration rapide avec petite terrasse



Café/bar



Auto-école

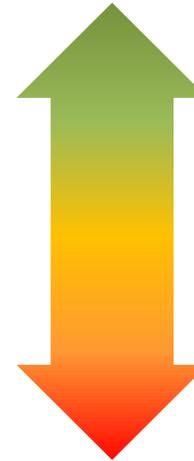


Coiffure, esthétique



Les valeurs locatives adaptées au projet ont été définies grâce à :

- L'outil de révision des valeurs locatives des locaux professionnels du site gouvernemental des impôts ([www.impots.gouv.fr](http://www.impots.gouv.fr))
- La moyenne observée par des sites professionnels (localcommercial.com, unemplacement.com),
- L'analyse des locaux loués ou à louer actuellement sur le quartier et ses franges.



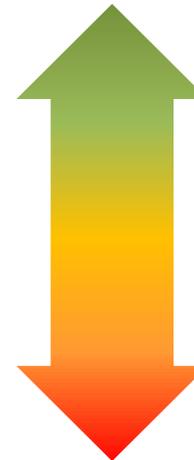
Moyenne basse  
100 €

**Loyer moyen  
annuel par m<sup>2</sup>**  
120 €

Moyenne haute  
140 €



Les valeurs vénales ont été définies grâce à une analyse des locaux commerciaux vendus ou à vendre sur le quartier et la commune d'Amiens.



Moyenne basse  
400 €

**Valeur vénale  
moyenne par m<sup>2</sup>**  
460 €

Moyenne haute  
520 €



## Le scénario « classique »



Un centre commercial à la composition classique, organisé autour d'un petit supermarché, destiné à répondre à la fois aux besoins du quartier et d'un flux de passage.

## Le scénario « durable et local »

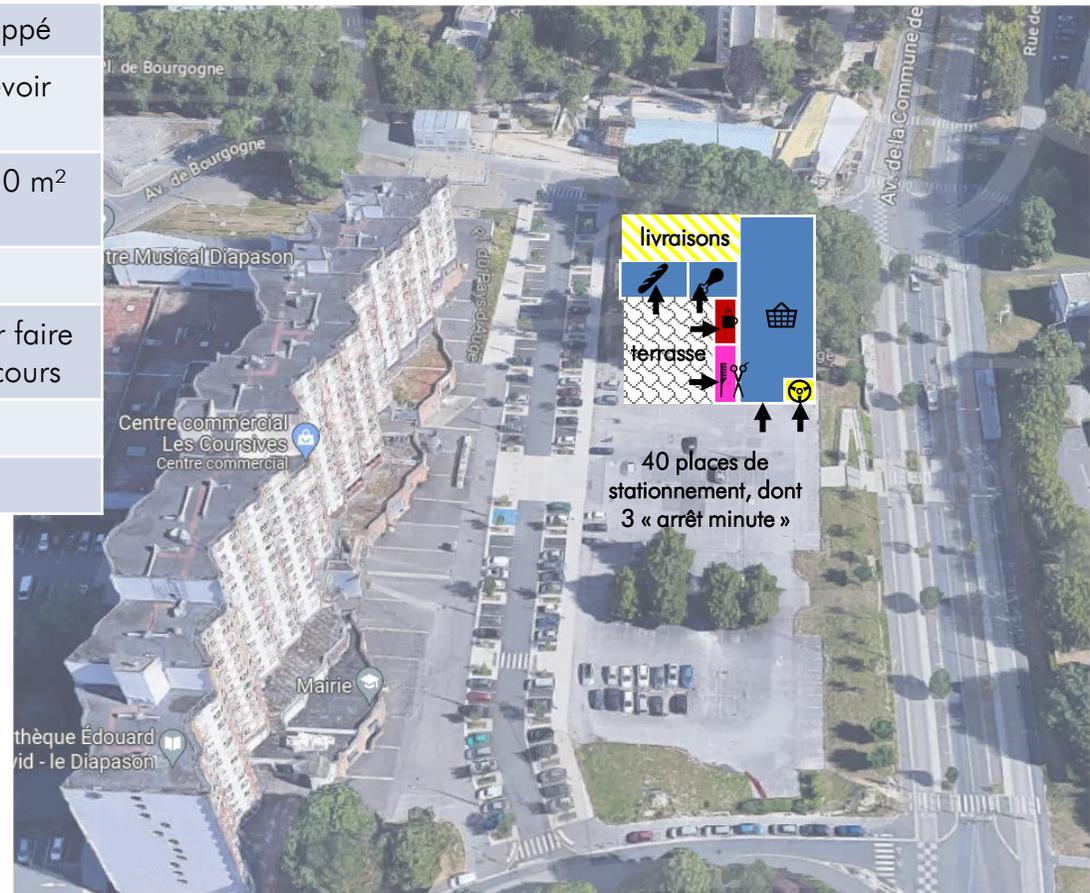


Un projet résolument tourné vers le durable et le local, avec un magasin de producteurs (en lien avec la future ferme urbaine du quartier) et des commerces permettant de répondre aux besoins du quartier et de la clientèle de passage dans un esprit de convivialité et de durabilité.



## Le scenario « classique »

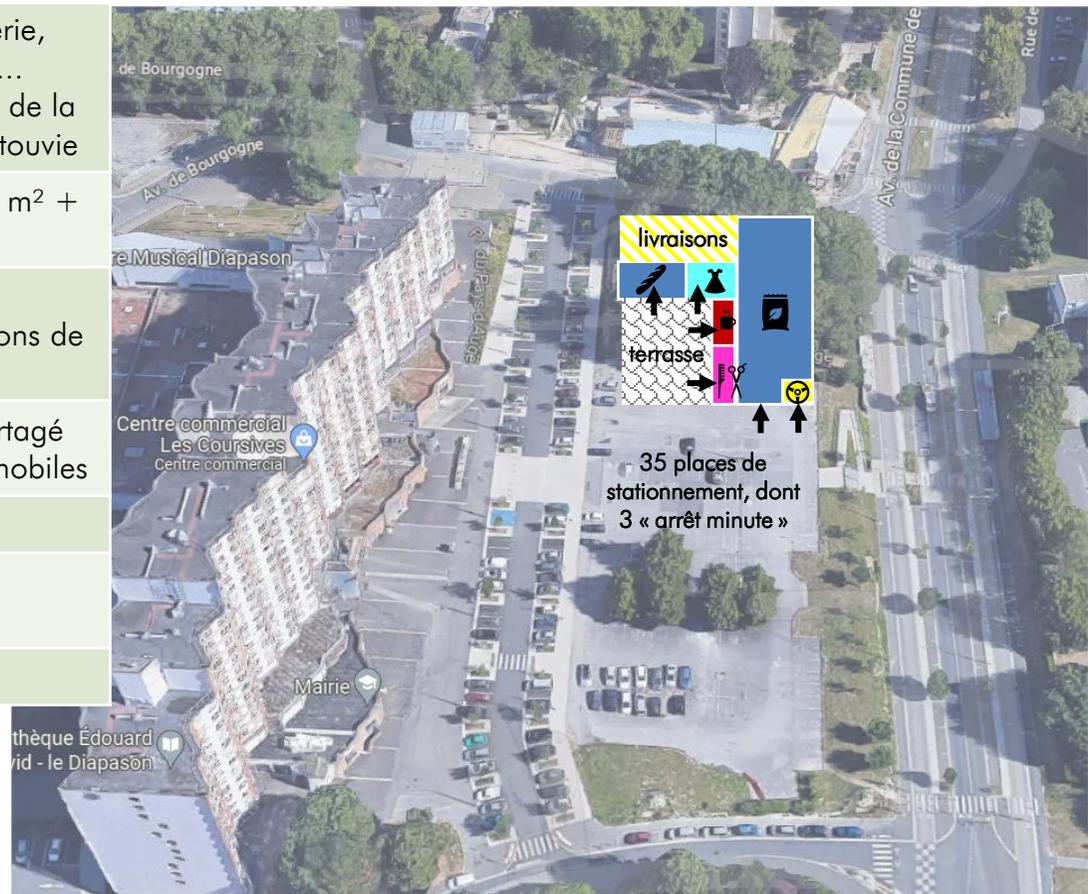
	Surface de vente	Surface réserves	Préconisations
Supermarché	350 m <sup>2</sup>	150 m <sup>2</sup>	Rayon primeur développé
Boucherie/ charcuterie/traiteur	50 m <sup>2</sup>	50 m <sup>2</sup>	Chambre froide à prévoir
Boulangerie avec point restauration	60 m <sup>2</sup>	100 m <sup>2</sup>	Espace restauration : 20 m <sup>2</sup> + terrasse 20 m <sup>2</sup>
Café/bar	40 m <sup>2</sup>	30 m <sup>2</sup>	Terrasse 20 m <sup>2</sup>
Auto-école	40 m <sup>2</sup>		Espace modulable pour faire bureaux et 1 salle de cours
Coiffeur mixte	50 m <sup>2</sup>	30 m <sup>2</sup>	
<b>Total</b>	<b>950 m<sup>2</sup></b>		





## Le scenario « durable et local »

	Surface de vente	Surface réserves	Préconisations
Magasins de producteurs	350 m <sup>2</sup>	150 m <sup>2</sup>	Rayons primeur, épicerie, crèmerie, boucherie... Distribution des produits de la future ferme urbaine d'Étouvie
Boulangerie avec point restauration	60 m <sup>2</sup>	100 m <sup>2</sup>	Espace restauration : 20 m <sup>2</sup> + terrasse 20 m <sup>2</sup>
Café solidaire / repair café	40 m <sup>2</sup>	30 m <sup>2</sup>	Terrasse 20 m <sup>2</sup> Animations par associations de quartier
Auto-école solidaire	40 m <sup>2</sup>		Service de transport partagé pour les personnes peu mobiles
Coiffeur mixte	50 m <sup>2</sup>	30 m <sup>2</sup>	
Habillement seconde main	50 m <sup>2</sup>	30 m <sup>2</sup>	
<b>Total</b>	<b>930 m<sup>2</sup></b>		





	Scenario « classique »	Scenario « durable et local »
Surface totale	950 m <sup>2</sup>	930 m <sup>2</sup>
Activités	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Supermarché</li> <li>- Boucherie/charcuterie/traiteur</li> <li>- Boulangerie avec point restauration (sandwichs, salade), avec une douzaine de places assises</li> <li>- Café</li> <li>- Coiffeur</li> <li>- Auto-école</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Magasin de producteurs</li> <li>- Boulangerie avec point restauration (sandwichs, salade), avec une douzaine de places assises</li> <li>- Café associatif / repair café</li> <li>- Coiffeur mixte</li> <li>- Auto-école solidaire</li> <li>- Habillement de seconde main</li> </ul>
Stationnement	40 places, dont 3 « arrêt minute »	35 places, dont 3 « arrêt minute »
Desserte	Livraisons camion par arrière du bâtiment, par l'avenue de Bourgogne Liaisons piétonnes avec quartier et équipements Arrêt de bus BHNS « Les Coursives », conserver l'accès direct (escalier + rampe)	
Impacts sur le quartier	Réponse la plus adaptée aux besoins immédiats de la population : supermarché et espace de rencontre. Une offre permettant de capter un peu plus de flux.	Image améliorée avec un projet original, réponse aux besoins d'espaces de convivialité et de recherche de produits locaux pour les habitants. Un espace à faire vivre par les habitants et professionnels du quartier.
Synergies avec les projets et équipements	Permet de proposer une offre de petite restauration et de café intéressante pour les usagers de la médiathèque. Des flux d'équipements intéressants pour le supermarché, qui se positionnera sur du dépannage.	Une synergie avec le projet de ferme urbaine dans le cadre de « Quartier Fertile » : un point de vente pour la production. Une complémentarité avec le pôle services repositionné sur le quartier. Une cohérence avec la ressourcerie présente sur le quartier. Attractivité pour les actifs et usagers de passage grâce à une offre alimentaire originale et qualitative, et une petite restauration.
Valorisation	Valeur locative moyenne : 114 000 € / an Valeur vénale moyenne : 437 000 €	Valeur locative moyenne : 111 600 € / an Valeur vénale moyenne : 427 800 €



## Scenario « classique »

## Scenario « durable et local »

Synthèse  
AFOM

**A**

- Une réponse optimale aux besoins exprimés des habitants pour un supermarché.
- Un scenario prudent.

**F**

- Un potentiel restreint pour le supermarché, avec un risque d'un positionnement prix élevé sur cette surface.

**A**

- Un projet en cohérence et synergie avec la ressourcerie et le projet de ferme urbaine.
- Un lieu de convivialité qui manque sur le quartier.

**F**

- Une réponse partielle aux besoins exprimés par les habitants pour un supermarché.

**O**

- Des porteurs de projet déjà manifestés pour la majorité des activités envisagées.
- Un captage des flux sur du dépannage et de la petite restauration.

**M**

- Un risque de ne pas trouver une enseigne de grande distribution alimentaire pour une surface de 350 m<sup>2</sup>.

**O**

- Un moyen de modifier plus radicalement l'image du quartier.
- Des porteurs de projet déjà manifestés pour la majorité des activités.
- Un captage des flux et de la zone secondaire par une offre plus atypique.

**M**

- Un modèle économique, un portage par la ferme urbaine du magasin de producteurs à sécuriser.
- Un manque d'implication des associations pour faire vivre le café.

**A** Atouts

**F** Faiblesses

**O** Opportunités

**M** Menaces