

Diagnostic commercial et stratégie d'intervention pour le commerce en centre-ville de Malakoff

Conseil Municipal du 16 Octobre 2024



© Julien Charensac

Table des matières

Lexique	Page 3
Introduction	Page 4
I. Malakoff, une ville attractive aux portes de Paris	Page 6
A. Un positionnement au cœur de la métropole	Page 6
B. Une identité économique et commerciale à renforcer	Page 8
II. Diagnostic et analyse du fonctionnement commercial du centre-ville	Page 16
A. Des outils existants pour un urbanisme maîtrisé	Page 16
B. Présentation des différentes séquences	Page 18
1. La place du 11 Novembre 1918	Page 18
2. La rue Béranger : piétonne et dynamique mais peu lisible	Page 22
3. L'avenue Pierre Larousse : structurante mais confuse	Page 23
4. La rue Raymond Fassin : intimiste et disparate	Page 29
5. L'Avenue Jean Jaurès : Un axe de services à densifier	Page 31
III. Une stratégie commerciale renouvelée et outillée	Page 34
A. Les outils au service d'une politique volontariste	Page 34
1. Les secteurs de maîtrise foncière de l'Etablissement Public Foncier d'Ile-de-France	Page 34
2. L'OAP Larousse	Page 35
3. Le Plan Global de Déplacement et la Vélo rue	Page 36
4. Le programme d'actions <i>Centres-villes vivants deuxième édition</i>	Page 38
4-1. Connaître son tissu économique grâce à des outils de veille et d'observation	Page 38
4-2. Accompagner les acteurs économiques de la ville dans leur travaux	Page 40
4-3. Réhabiliter les équipements économiques structurants	Page 40
4-4. Accompagner un urbanisme maîtrisé	Page 41
B. Une stratégie en sous séquences géographiques et phasée dans le temps	Page 44
1. La place élargie : Conforter la notion de destination, penser le devenir des rues adjacentes en termes de parcours	Page 45
2. La séquence centrale de l'avenue Pierre Larousse	Page 47
3. Les séquences Nord-Ouest et Sud-Est de l'avenue Pierre Larousse	Page 49
Conclusion	Page 51

Lexique

Linéaire commercial (Sous destination commerces et artisanat) : La sous-destination “artisanat et commerce de détail” recouvre les constructions destinées aux activités artisanales de production, de transformation, de réparation ou de prestation de services, les constructions commerciales avec surface de vente destinées à la présentation ou à l’exposition de biens et de marchandises proposées à la vente au détail à une clientèle, ainsi que les locaux dans lesquels sont exclusivement retirés par les clients les produits stockés commandés par voie télématique.

Linéaire d’activité économique (sous destination commerces et artisanat +Sous destination activités de service avec l’accueil d’une clientèle) : La sous-destination « activité de service avec l'accueil d'une clientèle » recouvre les constructions destinées à l'accueil d'une clientèle pour la conclusion directe de contrat de vente de services ou de prestation de services notamment médicaux et accessoirement la présentation de biens.

Commerce de destination : commerce spécialisé ou reconnu pour lequel le consommateur est prêt à s'éloigner de son trajet habituel pour y effectuer ses achats.

Artisanat productif : catégorie qui inclue les métiers de fabrication et de confection qui relèvent d’un savoir-faire particulier (horlogerie, cordonnerie, joaillerie, tapisserie, rénovation de meubles...).

Secteur intervention foncière EPFIF : Secteur d’intervention foncière procédant de la lutte contre l’habitat dégradé par du remembrement foncier.

Locomotive : Une locomotive est une enseigne importante (souvent un hypermarché) dont la présence au sein d'une zone marchande augmente significativement l'achalandage de cette zone, ce qui favorise les établissements voisins. Il est fondamental pour la commune de veiller à la préservation de cette locomotive pour qu’elle contribue à générer des flux bénéficiant au maintien ou la dynamisation des commerces voisins.

Introduction

Aménagement urbain et développement commercial peuvent être pensés de manière quasiment autonome : l'un se bornerait à définir l'emplacement de destinations autorisées (par exemple commerce, activités recevant une clientèle...) quand l'autre se contenterait au mieux d'accompagner l'installation de nouveaux commerçants, sans réel moyens pour intervenir sur les occupations, le profil des activités ou leur pertinence.

Dans un contexte économique post-covid contraint par l'inflation, donc la baisse du pouvoir d'achat des ménages, et d'essor du e-commerce, il est nécessaire de renforcer l'accompagnement de la dynamique commerciale de manière pragmatique et contextuelle.

Le rez-de-chaussée est à l'interface direct du piéton. Des rideaux fermés pendant des années, des activités commerciales monofonctionnelles ou encore un turnover trop important sont perçus négativement par la population et nuisent à la bonne santé des commerces existants. Laissé à la seule main du marché, le développement commercial peut être anarchique. Non anticipé dans les projets d'aménagement, il peut être synonyme de vacance prolongée.

Comprendre pour agir

Depuis la loi LME n°2008-776 du 4 août 2008, le législateur a doté les communes d'outils pour encadrer, organiser et planifier le développement commercial.

Citons, pêle mêle, les linéaires commerciaux dans les documents de planification d'urbanisme, les périmètres de sauvegarde du commerce et de l'artisanat, les schémas de développement commercial, les Schéma de cohérence territorial (SCOT)...

A Malakoff, dès 2010, a été constitué un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat, instaurant, dans le centre-ville, un droit de préemption commercial. Cet outil permet à la collectivité d'être informée à chaque cession de bail du montant envisagé de la cession, du chiffre d'affaire du vendeur ainsi que de l'activité engagée. Cet outil est une mine d'informations précieuses sur la situation du commerce en centre ville, ses forces et ses vulnérabilités.

Depuis 2015, la commune a, dans son Plan Local d'Urbanisme, instauré des linéaires commerciaux et d'activité afin de favoriser l'implantation de rez-de-chaussée actifs sur une très grande partie du centre-ville.

Ces outils, combinés aux travaux de réaménagement de la place et, plus tard, à la piétonnisation d'une partie du centre-ville, ont permis de constituer une polarité commerciale qu'il s'agit de protéger, renforcer et pérenniser.

Planifier pour agir

L'élaboration du nouveau document d'urbanisme dans le cadre du PLUi a été l'occasion de retravailler les polarités commerciales à partir des résultats observés mais aussi à l'aune des projets d'aménagement portés par la commune. C'est ainsi que le zonage a été retravaillé pour limiter la dispersion commerciale et favoriser une mutation conforme aux réalités de la ville et répondant aux besoins de la population.

La nouvelle charte de la construction durable impose aux promoteurs sur toute la ville un travail conjoint avec la collectivité sur la destination des rez-de-chaussée afin qu'ils soient conformes aux besoins identifiés et livrés en même temps que les logements dans les opérations neuves.

Dans le même temps, la commune s'est rapproché de nombreux acteurs (Chambre des Métiers, Chambre du commerce, Métropole du Grand Paris, différentes foncières...) afin de disposer d'une expertise croisée et d'outils permettant une intervention plus efficace.

Il s'agit, forte de ce travail, pour la commune de :

- définir une stratégie qui permette de développer la complémentarité commerciale et non, la concurrence.
- De définir les forces et faiblesses, les risques et les opportunités et d'apporter les bonnes réponses en fonction des situations.

En d'autres termes, définir une stratégie commerciale pour le centre-ville implique d'objectiver différentes échelles d'intervention (situation géographique, projets d'aménagement, outils d'intervention) ET différentes temporalités. Il s'agit, tout à la fois, d'éviter le trop-plein d'un urbanisme commercial informel développant de la mono activité ou le trop vide d'un aménagement maîtrisé sans prise en compte de la dimension d'usage ou de la réalité économique des commerçants comme des clients.

Il s'agit de définir le centre-ville, les différentes réalités qu'il recouvre et pas de le penser comme un tout indéterminé dont l'attractivité certaine permettrait de répondre par principe aux objectifs définis.

Un chemin pour agir

Pour cela, ce diagnostic se propose de ne pas raisonner uniquement en termes de périmètre, mais d'usages, de parcours, en termes de mobilités et de pratiques commerciales et ce, en intégrant les aménagements réalisés et à venir. En d'autres termes, il s'agit d'anticiper les réorganisations spatiales à l'œuvre pour un développement local équilibré.

Cela implique de penser ses rues en fonction de leurs caractéristiques urbaines, paysagères, commerciales, de leurs aménagements, actuels ou à venir, de la proportion et de la localisation de projets maîtrisés par la collectivité et des outils à disposition pour favoriser l'implantation de rez-de-ville répondant aux besoins de la population.

Tout à la fois lieux de passage et lieux de destination, les différents espaces du centre-ville répondent à des réalités disparates auxquelles la commune doit apporter des réponses contextualisées.

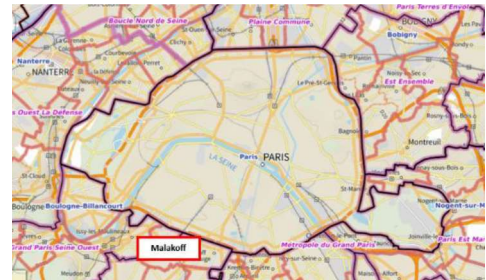
Par sa position géographique, le centre ville de Malakoff est attractif. C'est une chance. Ca n'est, et ne peut pas être, une fin en soi mais bien un élément indispensable d'une stratégie coordonnée, contextualisée et adaptée. C'est ce à quoi s'attèle, modestement, ce travail.

I. Malakoff, une ville attractive aux portes de Paris

A. Un positionnement au cœur de la métropole

Avec près de 32 000 habitants, Malakoff présente l'image - qu'elle souhaite protéger - d'un « village aux portes de Paris ». Il y réside une population mixte, à l'image de son tissu urbain et architectural diversifié. La ville se caractérise par sa mixité fonctionnelle et sa forte identité artistique et culturelle.

La Ville de Malakoff se veut une cité engagée pour la qualité de vie de ses habitants, la lutte contre toutes les formes de pollution et le maintien de son identité plurielle, à l'image des 40% de logements sociaux à l'échelle de la commune.



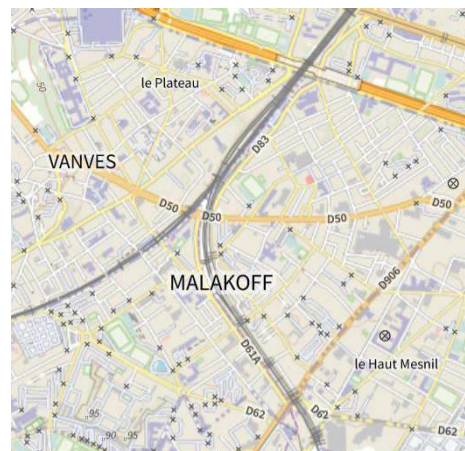
Source : Géoportail

Située dans le département des Hauts-de-Seine, la commune de Malakoff fait partie de l'Etablissement Public Territorial Vallée Sud-Grand Paris, lequel est compétent en matière de développement économique. La compétence commerces relève de l'échelon communal.



Source : VSGP

Au sud de Paris, la commune bénéficie d'une accessibilité routière immédiate par les portes de Châtillon et de Vanves depuis le périphérique et d'une desserte par de nombreuses voies (D906, RN20, A6...).



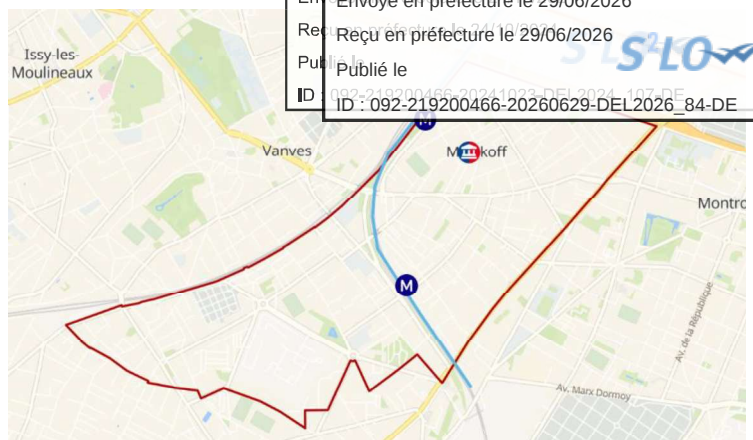
Source : Géoportail

La ville de Malakoff est traversée par la ligne 13 du métro et la ligne N et bénéficie de la desserte de deux stations. Au nord de la commune, est située une station du tramway T3.

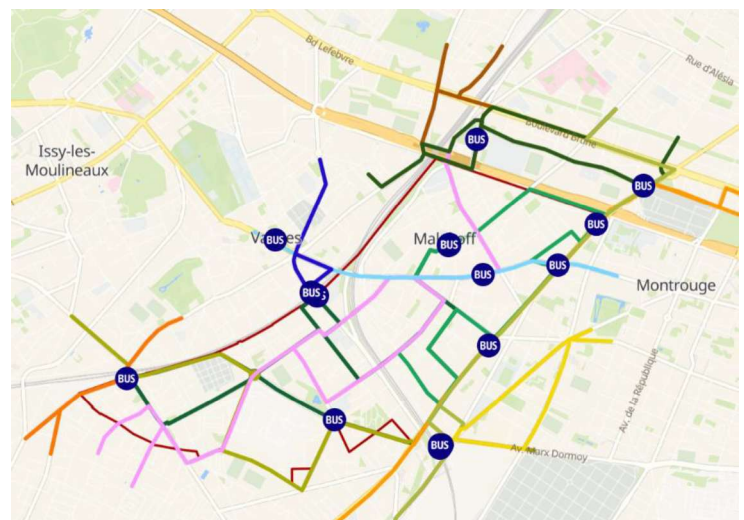
La commune est maillée d'un réseau de bus performant permettant de rejoindre Paris et de connecter les différents quartiers entre eux. Accessible gratuitement, la navette Hirondeille assure un rôle de desserte locale des quartiers.

En complément de cette offre en transports en commun, à l'horizon 2025, deux stations de la future ligne 15 Sud desserviront Malakoff. Elles sont situées à Montrouge (Châtillon -Montrouge) et à Clamart (Issy - Vanves – Clamart - Malakoff). La proximité immédiate de ces stations permettra aux habitants de Malakoff d'y accéder facilement, en particulier depuis la moitié sud de la commune. La ligne 15 Sud permettra d'améliorer les conditions de déplacements, en direction de l'Est (destination Noisy – Champs) et de l'Ouest (destination Pont de Sèvres).

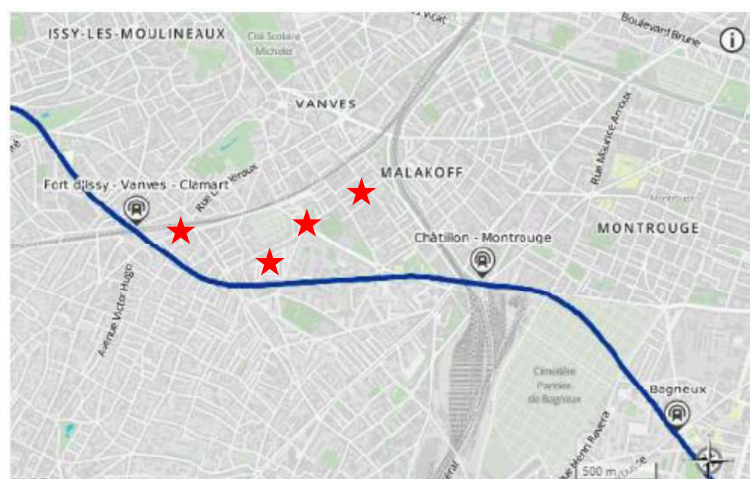
En développant une offre de logements diversifiés, en favorisant le développement d'activités économiques de type artisanal et commerciales, la ville de Malakoff entend constituer un ensemble urbain cohérent et connecté aux infrastructures de transports en commun. Le projet 100 % Barbusse ou encore les périmètres de maîtrise foncière à proximité immédiate de la future gare Issy - Vanves- Clamart - Malakoff sont les témoins de l'action municipale en faveur d'un urbanisme maîtrisé.



Stations métro et tram – source RATP



Lignes de bus – source RATP

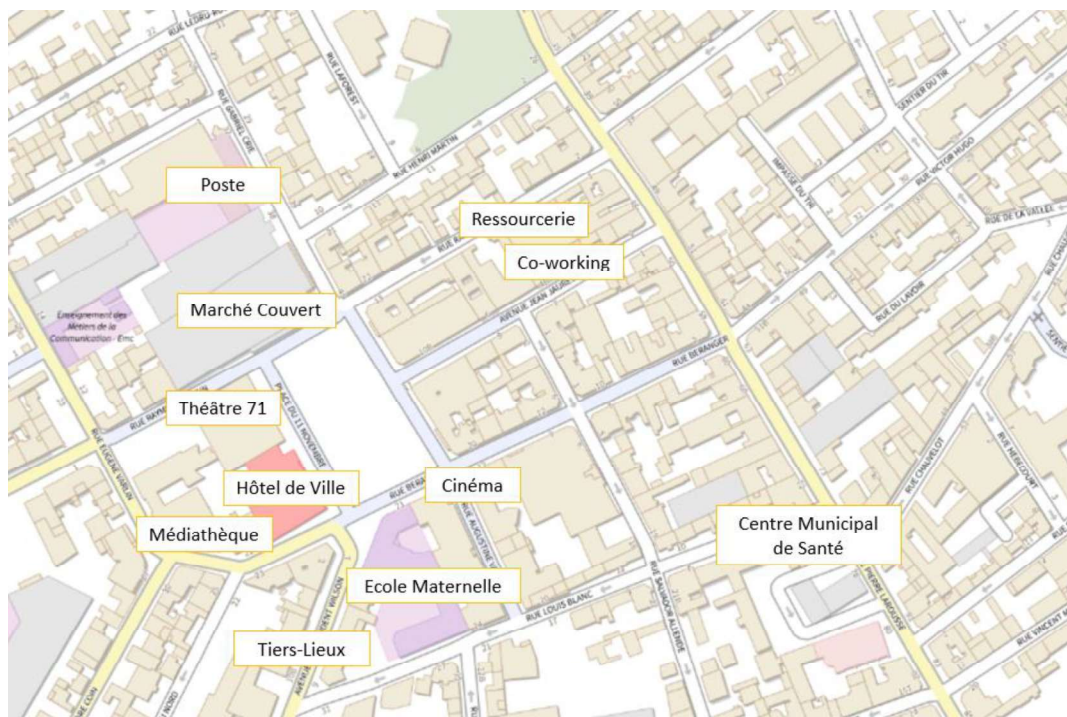


Futures Gare du Grand Paris Express. Source : Plan Global de Déplacement – ville de Malakoff



Secteurs de projet au sud de la commune

Le centre-ville bénéficie d'un tissu commercial et de services constitué. Le schéma suivant montre la concentration des services administratifs ou à la personne, les équipements culturels, de loisir ou de santé qui font du centre de Malakoff un quartier dynamique et animé.



B. Une identité économique et commerciale à renforcer

Les chiffres clés du commerce :

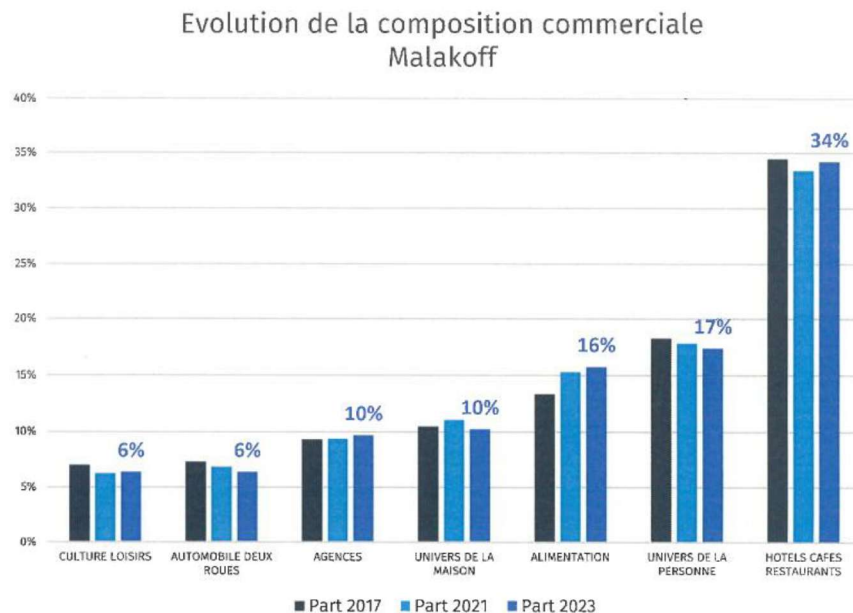
	2017	2021	2023
Nombre de cellules commerciales	486	498	503
Nombre de commerces et de services actifs	345	353	362
Nombre de commerces et de services actifs pour 1 000 habitants	11,2	11,3	11,5
Taux de vacance	21 %	20 %	19 %

Source : CCI 92

Le commerce à Malakoff continue sa progression (+5% depuis 2017), portant le total à 363 commerces actifs en 2023.

Le taux de vacance (19%), bien qu'en baisse (-2 points depuis 2017), reste important et supérieur à la moyenne départementale (15%). Ce taux est à mettre en perspective avec les projets d'aménagement initiés par la ville. En effet, les locaux situés en zones d'intervention foncière de l'Etablissement Public Foncier d'Ile de France (EPFIF) voient leur situation

ponctuellement gelée, en attente de l'avancement des projets qui leurs sont dédiés et participent donc de ce taux élevé.



Le secteur de l'hôtellerie/restauration est le plus représenté dans la composition commerciale. Il représente à lui seul 30 % de la composition commerciale de Malakoff (107 cafés/restaurants)

La part des commerces alimentaires poursuit sa croissance et connaît la plus forte hausse depuis 2017 (+3 points).

Bien qu'en baisse depuis 2017 (-1 points), le secteur de l'univers de la personne reste le second secteur le plus représenté dans la commune.

Les parts des secteurs « culture/loisirs », « automobile deux-roues » ainsi que « univers de la maison » continuent de décroître.

EQUIPEMENT COMMERCIAL 2023 - MALAKOFF



Le commerce à Malakoff se concentre autour du grand centre-ville, qui constitue un premier pôle structurant. Le centre commercial « Monoprix – Porte de Châtillon représente le second pôle structurant de la Ville.

Des polarités de tailles inférieures viennent compléter l'offre commerciale de Malakoff :

- L'Avenue Pierre Brossolette, en prolongement des pôles structurants
- Des pôles de proximité aux arrêts de gare de la ligne 13
- Un polarité en restructuration avec le projet de requalification globale du quartier Barbusse

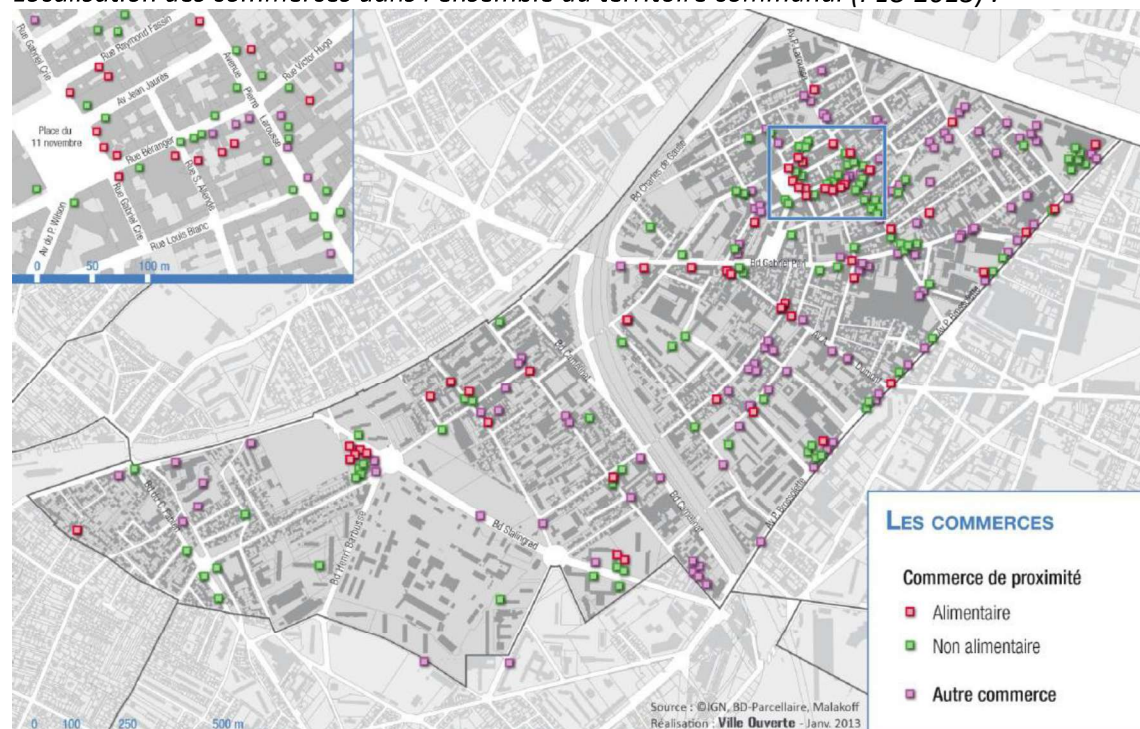
Une polarité commerciale du centre-ville renouvelée par des travaux de requalification de l'espace public

Dans son rapport de présentation datant de 2015, le PLU met en évidence la présence d'une polarité commerciale majeure située à hauteur du centre-ville. Les commerces décrits comme « en perte de vitesse » pour bon nombre d'entre eux, souffrent alors d'un manque de visibilité et de qualité.

L'objectif général concernant le secteur du centre-ville est de renforcer son attractivité et d'y soutenir l'activité commerciale, en facilitant l'accès et l'usage pour les modes actifs.

Pour répondre à ces enjeux et objectifs, la zone piétonne et la zone de rencontre sont étendues pour valoriser le cœur commercial en forte liaison avec la place du 11 Novembre 1918 ainsi que la rue Béranger et l'avenue Pierre Larousse particulièrement commerçantes.

Localisation des commerces dans l'ensemble du territoire communal (PLU 2013) :



En 2019 , la rue Béranger devient piétonne.



2019, avant la piétonnisation

Les objectifs envisagés sont atteints :

- pacification de la rue et sécurisation des mobilités piétonnes,
- fin du stationnement « abusif » de certains véhicules



2022 après la piétonnisation

Dans le cadre du budget participatif, avec le projet « des feuillus dans ma rue » la rue Béranger est végétalisée en 2023. Ce travail, réalisé en concertation avec les commerçants, témoigne de l'intelligence citoyenne, et l'attention constante de la ville de renforcer le caractère paysager de ses rues et de conforter la qualité de son environnement urbain.

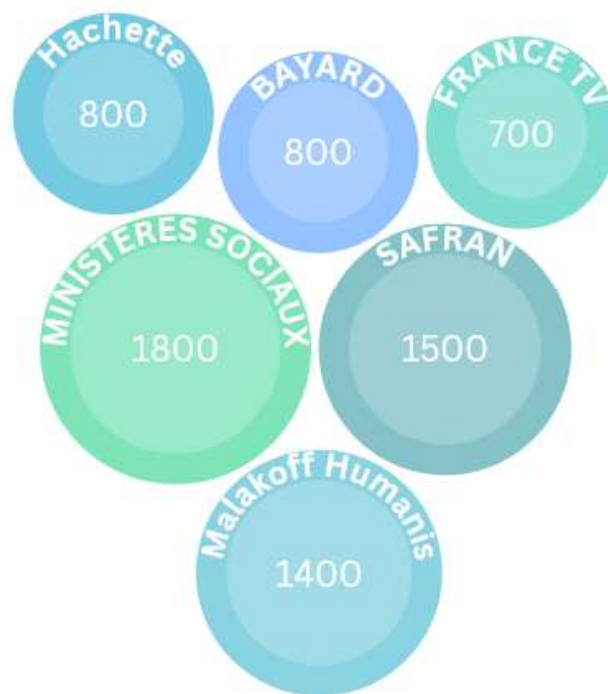


Un dynamisme économique manifeste

Grâce à son inscription dans un réseau de transports performant et sa position centrale dans dynamique économique de la Métropole, Malakoff est une ville attractive pour les acteurs économiques.

Avec une offre de 243 000m² de bureaux, répartis dans toute la ville, Malakoff dispose d'une offre adaptée et dynamique. Les grands groupes implantés au sein de la commune sont pourvoyeurs d'un grand nombre d'emplois. Les salariés sont des potentiels consommateurs qui, essentiellement sur la pause méridienne, se restaurent et effectuent des achats dans les commerces du centre-ville.

Les principaux pourvoyeurs d'emplois et leurs nombres de salariés



Source : société.com



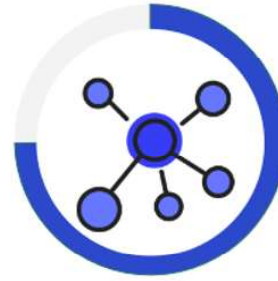
16 000

emplois ★



360

commerces ★



Un tissu

des acteurs de l'ESS

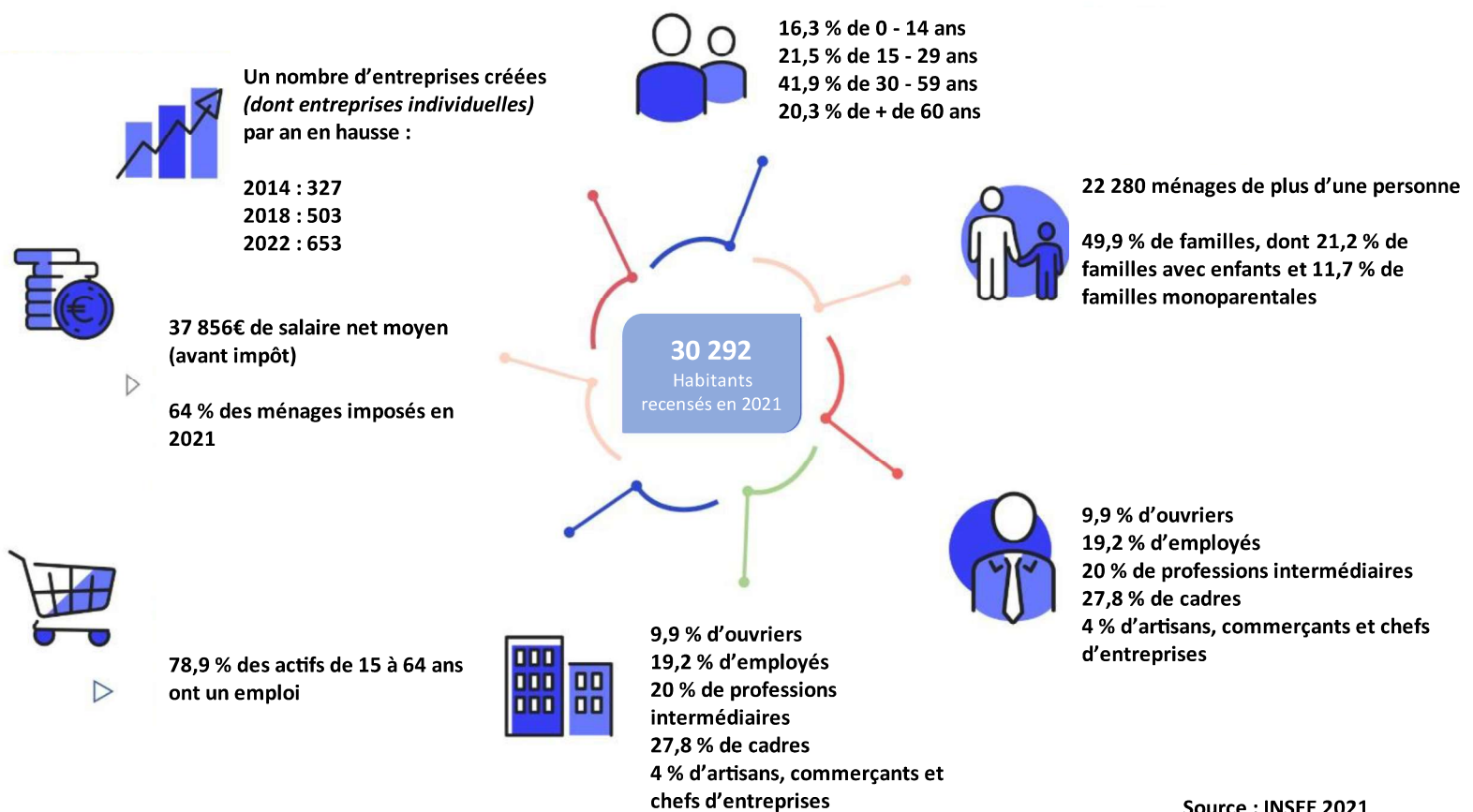
dynamique ★

★ Avec un ratio d'environ un emploi pour un actif, la commune de Malakoff est reconnue pour sa mixité fonctionnelle.

★ Avec près de 360 commerces, Malakoff offre un taux de densité commerciale supérieur à la moyenne des Hauts-de-Seine (11,5 pour 1000 habitants observé au sein de la commune alors que la moyenne départementale s'élève à 10 commerces pour 1000 habitants).

★ Le secteur de l'économie sociale et solidaire occupe une place importante avec près d'une cinquantaine de structures. Les secteurs d'activités sont variés : mutuelle, réemploi, insertion par l'emploi, entrepreneuriat social, fablab, incubateur... Véritable laboratoire d'innovation économique, social et écologique, la ville de Malakoff fait référence sur ces thématiques.

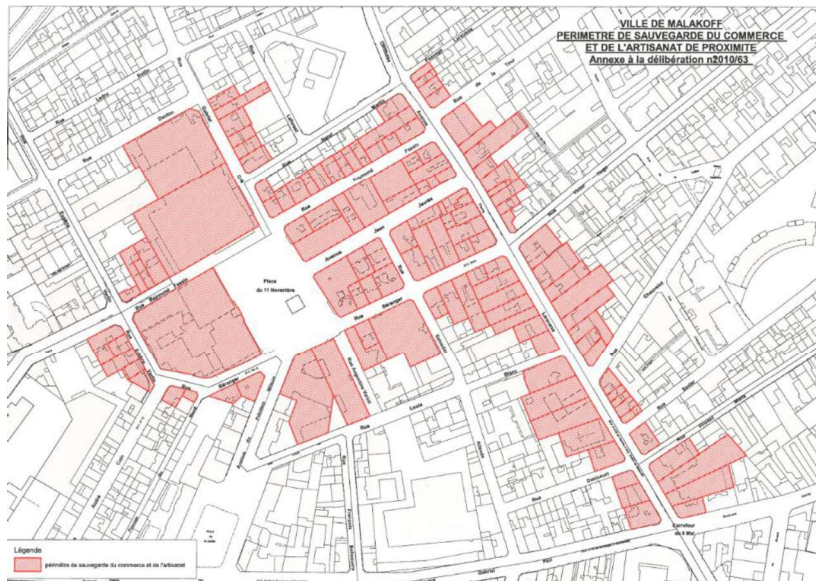
Portrait socio-démographique



Source : INSEE 2021

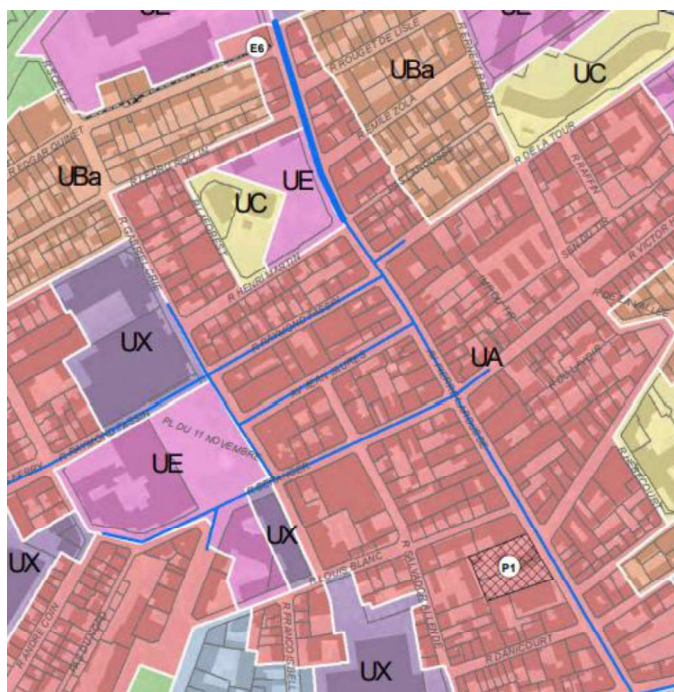
II. Diagnostic et analyse du fonctionnement commercial du centre-ville

A. Des outils existants pour un urbanisme maîtrisé



Le secteur du centre-ville, et ses commerces, fait l'objet d'une attention soutenue par la commune. En effet, dès 2010, la commune a établi un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité. Ce secteur de protection permet à la commune de disposer d'un droit de préemption commercial.

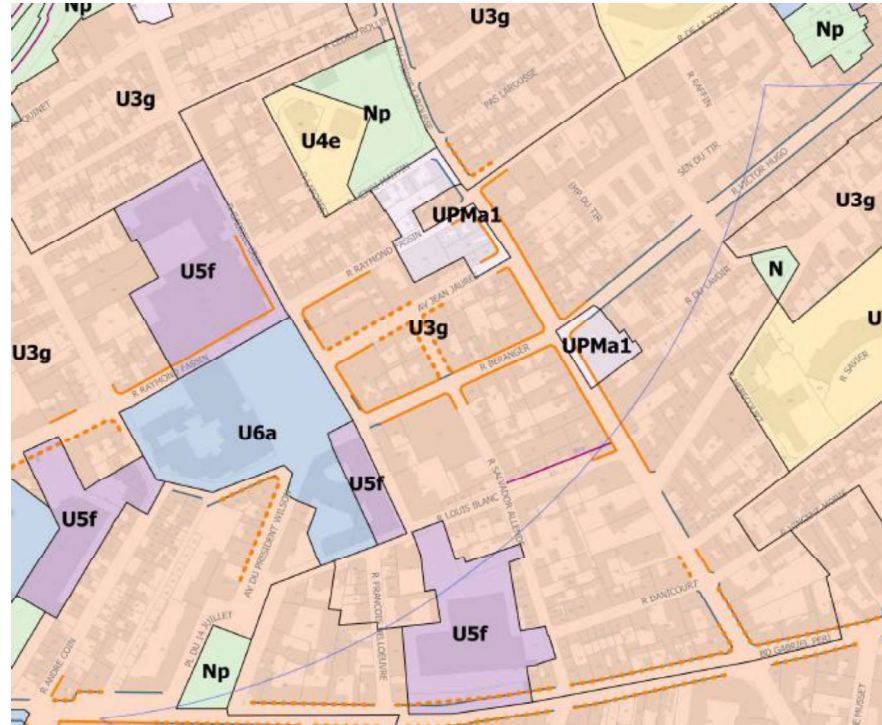
En 2015, la commune a voté la mise en œuvre de son Plan Local d'Urbanisme. Ce dernier définit des linéaires commerciaux et actifs sur l'ensemble du périmètre du centre-ville. Les traits fins correspondant aux linéaires commerciaux et les traits plus épais aux linéaires d'activité. Ce document reprend très exactement les contours du périmètre de sauvegarde.



Le PLUi a été arrêté par le Conseil de territoire de décembre 2023.

Le même mois, le Conseil municipal de Malakoff a pris acte des évolutions du futur document de planification.

Les traits plein correspondent au linéaire commercial, les traits hachurés au linéaire d'activité économique



Le travail sur le PLUi a permis de réduire ce linéaire commercial, pour le concentrer sur les axes principaux commerçants et éviter ainsi d'imposer l'implantation de commerces, sans correspondre réellement à la réalité d'usages, de besoins et de modèle économique. C'est pourquoi, dans cet esprit, un travail fin à partir de séquences a été défini.

Ce document est déterminant à plusieurs titres :

- Tout d'abord, car il permet à l'autorité territoriale de redéfinir les linéaires commerciaux et actifs sur la ville, et particulièrement le centre-ville.
- Ensuite, car ce document entérine la réforme de novembre 2016 (non applicable pour le PLU de Malakoff dont la mise en œuvre précède cette réforme) sur les destinations et sous destination, permettant de mieux encadrer le devenir des cellules commerciales en précisant de manière précise les types d'activités économiques attendus. Depuis cette réforme, il est désormais possible de définir avec précision les destinations et sous destinations souhaitées. Pour plus d'informations, <https://www.gridauh.fr/sites/default/files/u440/Tableau%20g%C3%A9n%C3%A9ral%20des%20destinations%20et%20sous-destinations.pdf>

Outre les dispositions du Plan Local d'Urbanisme intercommunal, plusieurs projets d'aménagement, ou d'intervention sur les voiries ont été initiés et dessinent, pour l'avenir, un centre-ville requalifié.

Ces projets, dont la temporalité s'étale jusqu'à 2030, ont eu et auront un impact significatif sur le centre-ville et ses commerces. Ainsi, penser le centre-ville d'aujourd'hui et de demain impose de prendre en compte ces projets et leurs impacts.

En effet, ce secteur renferme, comme nous le verrons plus tard, des réalités tout à fait différentes et des séquences dont la commercialité est n'est pas évidente, en tout cas à moyen terme et ce, sans projets d'aménagement impulsés par la commune.

B. Présentation des différentes séquences

1. La place du 11 Novembre 1918

Cœur de la cité, la place du 11 Novembre 1918 est un lieu de convergence des fonctions civique, marchande, culturelle, festive, ludique, sportive.

La présence du Théâtre 71, scène nationale, du cinéma Pagnol ou encore la médiathèque, équipement intercommunal, participe au rayonnement culturel de la ville, et au-delà de ses limites communales.

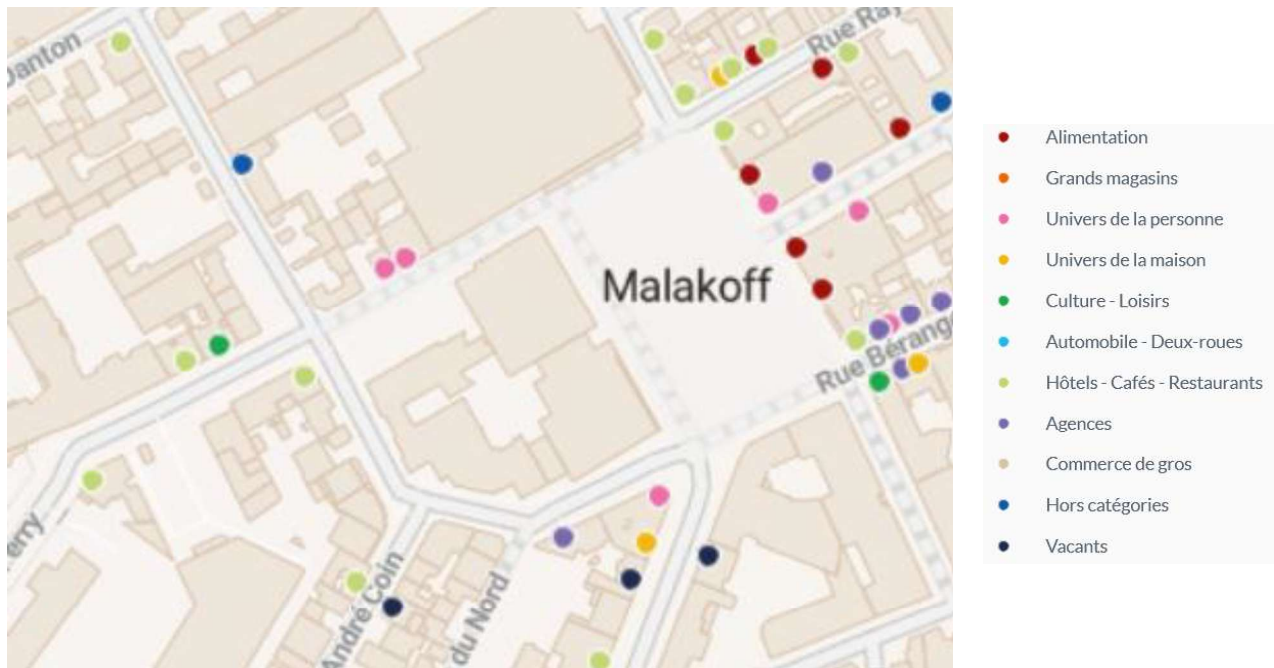
De par son aménagement, la place peut accueillir les grands évènements organisés par la ville, par les associations ou par les acteurs culturels.

L'évènement phare de la ville, Le Grand Bal Pop' du 13 juillet rassemble jusqu'à 3000 personnes.

Aux beaux jours, le caractère convivial de la place est renforcé : de larges terrasses s'y déploient, les enfants profitent de cet large espace pour jouer en sécurité, créant de l'animation.



L'offre commerciale sur la place est plurielle, le nombre de cafés/restaurants est adapté pour répondre aux besoins de ce lieu de destination et s'inscrit en complémentarité avec les nombreuses aménités urbaines et équipements présents.



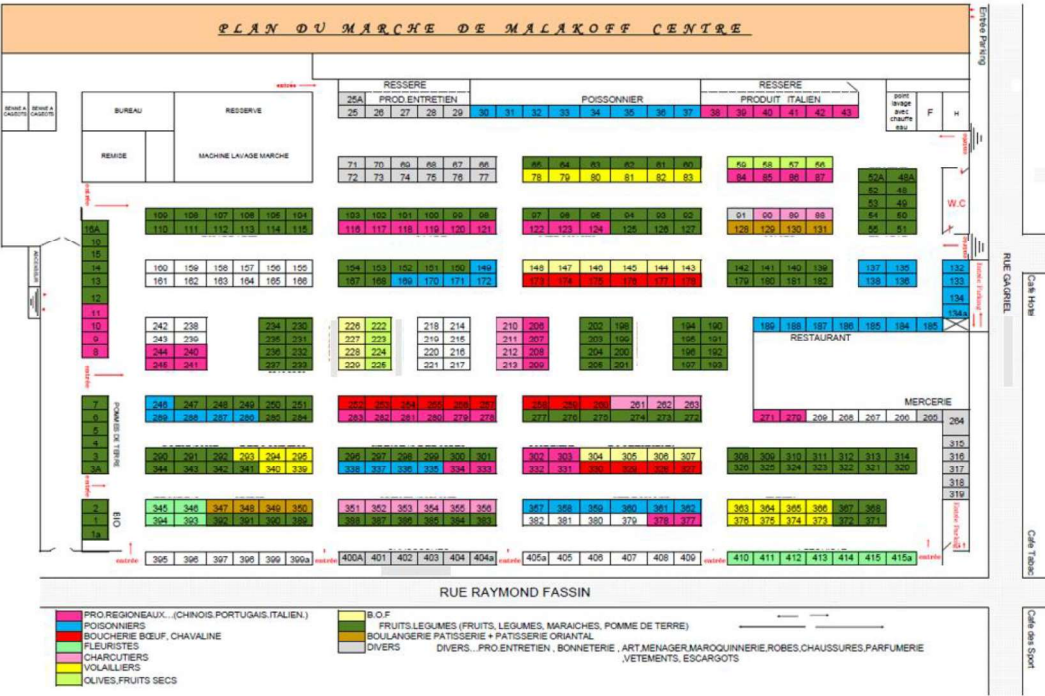
Source : Observatoire MGP/CCI

Le marché du centre-ville, qui se tient trois fois par semaine, participe également au dynamisme et à l'attractivité économique de la ville. Bien que la clientèle soit essentiellement malakoffiote, les commerçants constatent une part de la clientèle extérieure croissante. Le marché attire des consommateurs des communes limitrophes (Vanves, Montrouge et Paris 14^{ème}) grâce à la qualité des produits proposés et à leur large gamme de prix.

Le marché est composé d'environ 200 commerçants dont 63 abonnés.

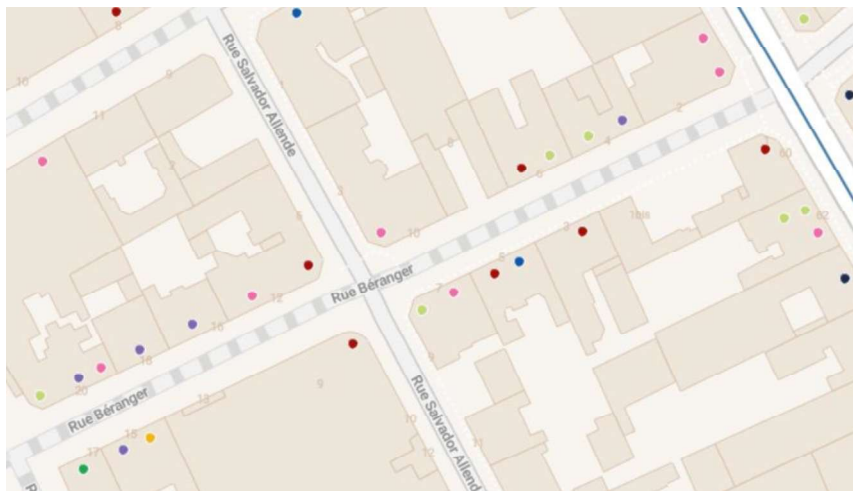
L'offre proposée par les abonnés est essentiellement alimentaire :

Type d'activité	Nombre
Vente fruits et légumes	21
Boucherie	4
Charcuterie	4
Vente de volailles	6
Fromagerie	3
Poissonnerie	6
Vente d'huitres	1
Cuisine du Monde	11
Fleuriste	2
Mercerie	1
Vente de chaussures	1
Divers (produits d'entretien, matériel ménager)	3
TOTAL	63



En conclusion, la place constituée représente un lieu de destination agréable, composée de commerces de qualité qu’il s’agit de maintenir et de renforcer. Les aménagements réalisés par la commune sont favorables à l’appropriation par la population, aux loisirs et la détente. L’offre du marché comporte une représentation importante de l’offre de primeurs (un tiers de l’offre constituée).

2. La rue Béranger : piétonne et dynamique mais peu lisible



Source : Observatoire MGP/CCI

La rue Béranger est piétonne depuis 2019. L'offre commerciale y est diverse, mais désorganisée et peu lisible. Une majorité de commerces sans cohérence côtoie des activités de service non autorisées par le PLU (banque, agences immobilière) mais dont l'installation est antérieure au document d'urbanisme communal). Ce qui vient fragiliser la dynamique commerciale.

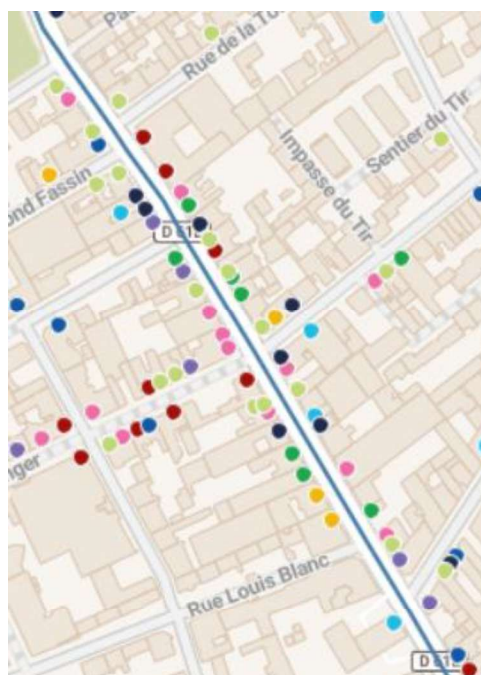


L'Intermarché y joue une logique de locomotive, ne permettant pas le développement pérenne de commerces de bouche. Seul un commerce de bouche (primeur) s'est maintenu.



3. L'avenue Pierre Larousse : structurante mais confuse

L'Avenue Pierre Larousse est un axe structurant de la commune. D'un point de vue commercial, il est par contre déstructuré, souffre d'un manque de visibilité et d'organisation. L'offre commerciale y est multiple et sans cohérence, ni identité.

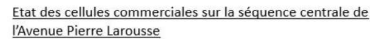


- Alimentation
- Grands magasins
- Univers de la personne
- Univers de la maison
- Culture - Loisirs
- Automobile - Deux-roues
- Hôtels - Cafés - Restaurants
- Agences
- Commerce de gros
- Hors catégories
- Vacants

Rue de la Tour → Rue Chauvelot

Source : Observatoire MGP/CCI

La séquence centrale de l'avenue :



On constate une désorganisation du tissu commercial qui est peu lisible. Le profil de la voirie, avec des trottoirs relativement étroits ou ponctué de stationnement, ne favorise pas la déambulation piétonne, ni la cristallisation des flux. De par son profil routier et sa longueur, la rue souffre d'un manque d'identification d'un point de vue commercial.



L'objectif est de lui donner une réelle identité et de penser le devenir de cette avenue de manière phasée, afin de l'affirmer comme un axe commercial structurant du centre-ville et plus largement de la commune.



L'avenue Pierre Larousse côté Sud est :

Cette partie de l'avenue s'étend côté pair depuis l'intersection entre l'avenue Pierre Larousse et la rue blanc jusqu'au boulevard Gabriel Péri et côté impair depuis l'intersection entre l'avenue Pierre Larousse et la rue Chauvelot jusqu'au boulevard Gabriel Péri.



Rue Chauvelot -> Boulevard Gabriel Péri

- Alimentation
- Grands magasins
- Univers de la personne
- Univers de la maison
- Culture - Loisirs
- Automobile - Deux-roues
- Hôtels - Cafés - Restaurants
- Agences
- Commerce de gros
- Hors catégories
- Vacants



Angle de vue depuis le 84 avenue Pierre Larousse

Le reste de cette partie de rue est essentiellement composé d'habitat, avec quelques activités économiques qui ne correspondent pas au linéaire commercial. Leur relatif éloignement de l'hyper centre-ville commerçant et la proximité de l'avenue Gabriel Péri n'ont pas permis à des commerces de s'y installer. Le linéaire commercial y est donc abandonné et remplacé ponctuellement par un linéaire d'activités



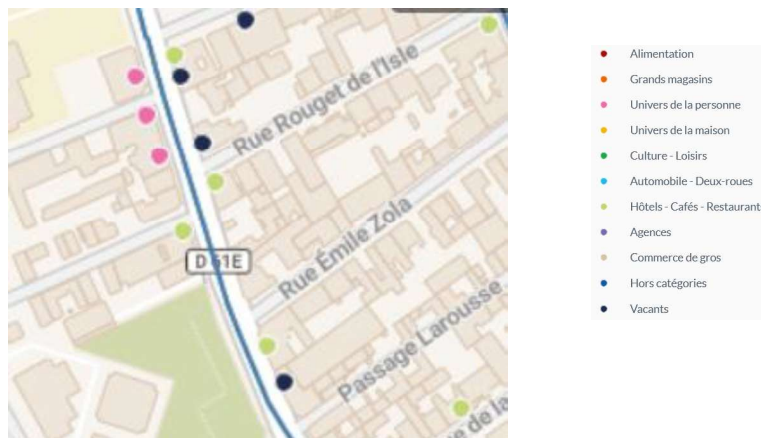
Côté impair, depuis la rue Chauvelot, le périmètre est essentiellement composé d'habitat, dont certains pavillons en retrait favorisent le débord végétal et marquent des respirations dans la structuration de l'avenue.



Le reste de l'avenue est maillée par des transversales (angle Savier/Morris notamment) avec maintien d'un linéaire commercial sur deux cellules, avant de répondre davantage à des activités de service. Le linéaire commercial y est donc, également, supprimé de manière automatique.



L'avenue Pierre Larousse côté nord-ouest s'étend, côté pair, depuis l'entrée de ville jusqu'au Parc Larousse et côté impair depuis la rue Legrand jusqu'à la rue de la Tour.



Rue de la Tour -> rue Legrand

Côté impair, depuis la rue de la tour jusqu'au passage Larousse, le linéaire commercial est remplacé par un linéaire d'activité



Le reste de l'avenue, jusqu'au carrefour Brancion, renvoie à une séquence composée essentiellement d'habitat, parfois en retrait. Le linéaire commercial y est donc retiré :



Côté pair, le parc Larousse entraine une véritable respiration dans le profil de la rue :



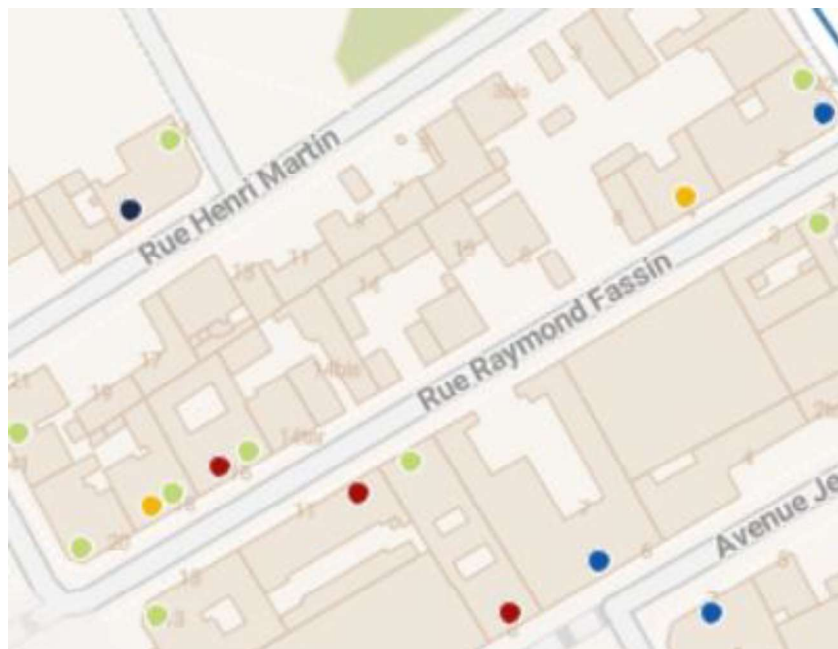
Le reste de l'avenue est essentiellement maillé par des transversales (Ledru Rolin jusqu'à la rue Edgard Quinet) avec la présence de quelques commerces de proximité qu'il s'agit de conforter.

Le plan de zonage présenté comporte des erreurs matérielles, qui seront corrigées lors de la modification numéro 1 du PLUi en maintenant un linéaire commercial sur les trois cellules existantes (restaurant coréen, barber et Solucette).



Les projets d'entrée de ville (Ministères sociaux, parcelle de l'université) font l'objet d'échanges soutenus entre la ville et l'Etat. La question de la transparence et de l'animation des socles représente un enjeu au cœur des discussions et qui dépassent le cadre de cette étude.

4. La rue Raymond Fassin : intimiste et disparate



- Alimentation
- Grands magasins
- Univers de la personne
- Univers de la maison
- Culture - Loisirs
- Automobile - Deux-roues
- Hôtels - Cafés - Restaurants
- Agences
- Commerce de gros
- Hors catégories
- Vacants

Source : Observatoire MGP/CCI

La rue Raymond Fassin est une rue étroite dont le tissu est composite : des commerces de bouche et de restauration se situe en proximité de la place. L'habitat y est constitué par des immeubles en R+4 ou R+5 à l'alignement, faisant écho à la place.

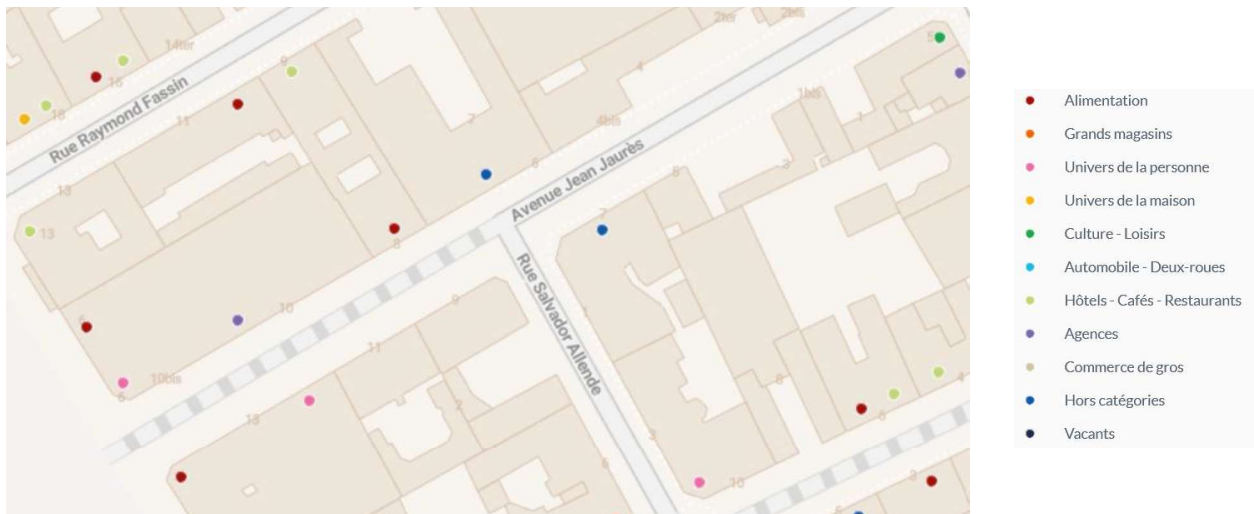


Ensuite, en cheminant vers l'avenue Pierre Larousse, la rue se compose essentiellement d'habitats de type individuel ou petits collectifs, dont le retrait et le débord végétal participent à sa qualité. Les commerces y sont absents, sauf à proximité immédiate de l'avenue Pierre Larousse et des secteurs de l'EPIF.



Le linéaire commercial est maintenu autour de la place et de l'avenue Pierre Larousse. Il est par contre supprimé dans la partie centrale de la rue Raymond Fassin, dont le caractère intimiste favorise l'implantation de logements au rez-de-chaussée, y compris dans le secteurs d'intervention foncière

5. L'Avenue Jean Jaurès : Un axe de services à densifier



Source : Observatoire MGP/CCI

L'avenue Jean Jaurès est composée de deux séquences.

La première est piétonne et composite. Elle est marquée par la présence de coworking, d'activités de service recevant une clientèle et de deux commerces isolés.



La seconde partie est routière et composée principalement d'habitats, parfois en retrait et dont le débord végétal participe à l'ambiance apaisée de l'avenue. Au bout de la rue, la présence d'un secteur de l'EPFIF permet d'envisager

son accroche avec la séquence centrale de l'avenue Pierre Larousse à l'avenir.

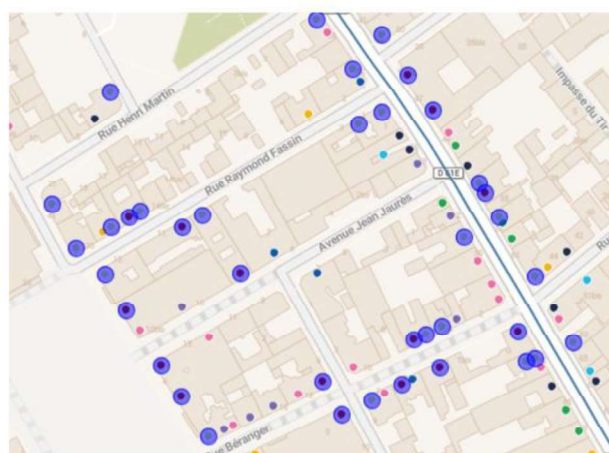
Envoyé en préfecture le 29/06/2026	
Reçu en préfecture le 29/06/2026	
Publié le	
ID : 092-219200466-20260629-DEL2026_84-DE	

Le linéaire commercial est donc abandonné dans cette rue en faveur d'un linéaire d'activité, plus conforme à la destination et aux usages de cette rue. De plus, cela permettra de renforcer la dimension de parcours client, en permettant, en hyper centre-ville, de pouvoir implanter des activités de service.

Synthèse du diagnostic

ATOUTS	FAIBLESSE
-Dynamisme économique et commercial -Proximité de Paris, -Locomotives commerciales (Intermarché, marché) -Accompagnements des acteurs économiques renforcé (aide dans la structuration des projets, recherche de financements, de locaux...)	-Vacance commerciale constatée -Manque de diversité dans l'offre commerciale qui est essentiellement alimentaire et de restauration (cf carte ci-dessous)
OPPORTUNITES	MENACES
-Politique d'accompagnement des porteurs de projet ambitieuse (baux précaires, boutique test, aide dans la structuration des projets) - Programme Centres Villes Vivants, politique d'accompagnement des porteurs de projets (baux précaires- boutiques test) projets/ secteur EPFIF -Projets d'aménagement de la commune	-Uniformisation et standardisation des activités -Vacance prolongée

* Une surreprésentation des activités du secteur de la restauration et de l'alimentaire :



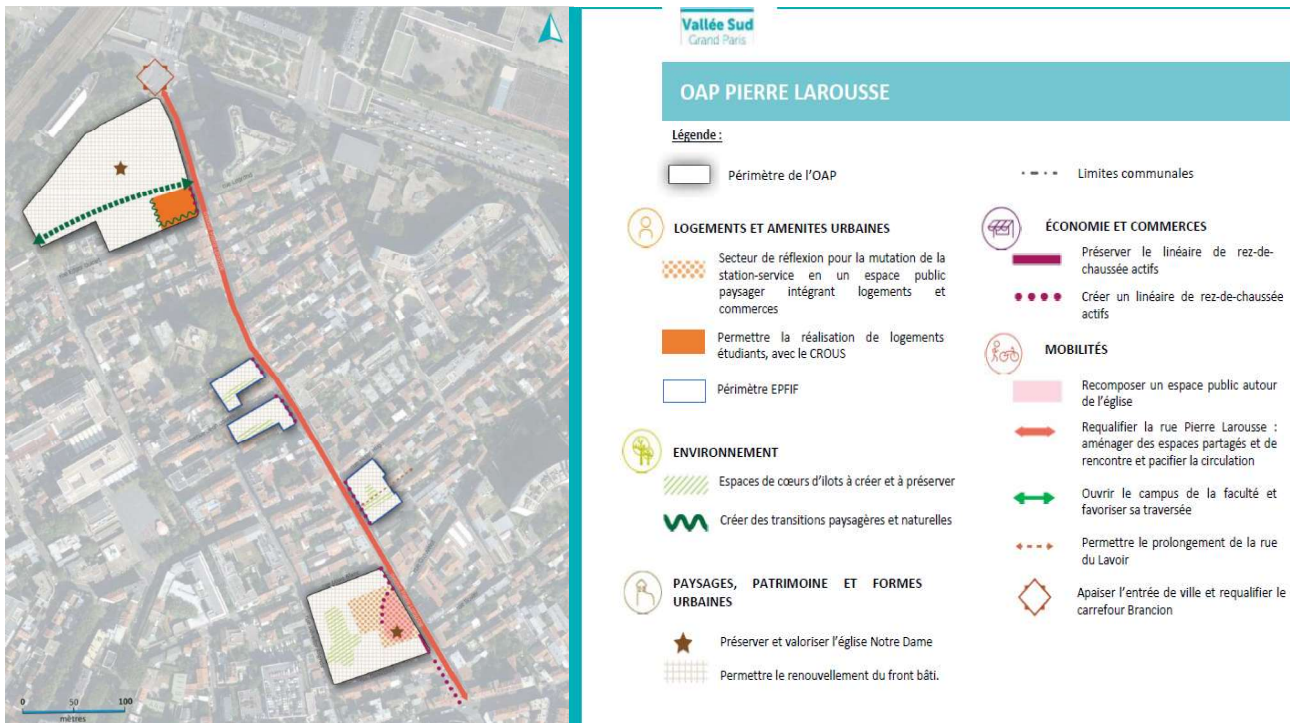
Source : Observatoire MGP/CCI

● Commerces du secteur de l'alimentaire ou de la restauration

2.L'OAP Larousse

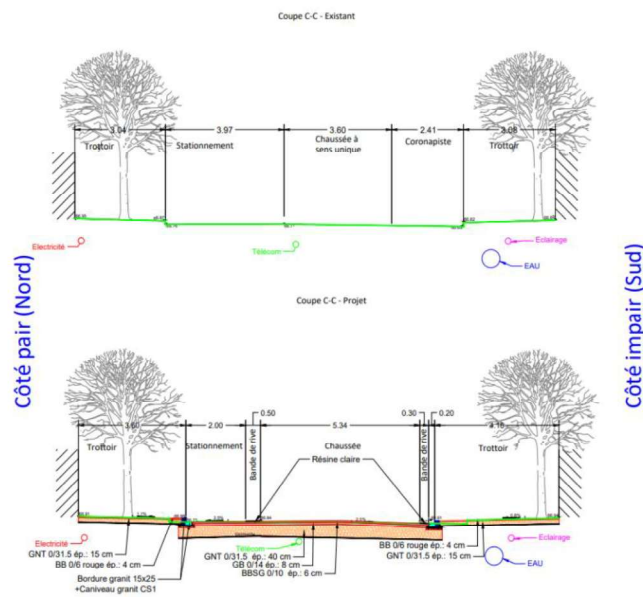
L'OAP Larousse témoigne de la nécessité d'intervention cohérente sur l'ensemble du linéaire, depuis le carrefour Brancion jusqu'à l'avenue Gabriel Péri.

Elle intègre les trois périmètres d'intervention foncière de l'EPF et les secteurs de réflexion autour de l'université et de la station essence.



Elle s'inscrit en complémentarité du travail réalisé dans le cadre du Plan Global de Déplacement, voté en Conseil municipal en 2020 qui prévoit l'apaisement de l'avenue Pierre Larousse à travers notamment l'aménagement de zones de rencontre. Ces aménagements, indispensables à la transformation urbaine et d'usages de l'avenue, permettront de renforcer la dimension commerciale de l'avenue et sa meilleure appropriation/utilisation par les piétons. Pensé pour intervenir en lien avec les secteurs d'intervention foncière, ce réaménagement, au service d'un projet de centre-ville plus durable et apaisé, va profondément transformer l'image de l'avenue et renforcer sa polarité, tout particulièrement en séquence centrale.

Perspective et coupes de la future vélo rue :



4. Le programme d'actions **Centres-villes vivants deuxième édition**

« Face à une dégradation de la fréquentation des centres-villes, une augmentation de la vacance commerciale et une dégradation du parc de logements, la Métropole du Grand Paris s'est engagée au côté des maires en faveur de la **préservation et du renforcement des services et commerces de proximité, de l'amélioration des lieux de vie, du rééquilibrage territorial et du développement des innovations urbaines**. Le programme CVV 2^{ème} édition permet de proposer des outils variés et complémentaires ».

Métropole du Grand Paris

En juin 2024, la Métropole du Grand Paris a retenu la candidature de la ville de Malakoff dans le programme Centres Villes Vivants, édition numéro 2. Le plan d'actions présenté témoigne d'une stratégie globale qui, grâce à la contribution des acteurs publics et privés (commerçants, bailleurs, foncières...) et à la multiplicité des outils, permettra de conforter le dynamisme du centre-ville et d'accompagner les mutations économiques. Il s'agit d'un partenariat structurant, sur trois années, qui permettra la mise en œuvre d'outils concrets aux incidences graduées, rapidement observables ou beaucoup plus structurantes.

La plan d'actions se décline ainsi :

1. Mieux connaître son tissu économique grâce à des outils de veille et d'observation
2. Accompagner les acteurs économiques de la ville dans leur travaux
3. Réhabiliter les équipements économiques structurants
4. Accompagner un urbanisme maîtrisé

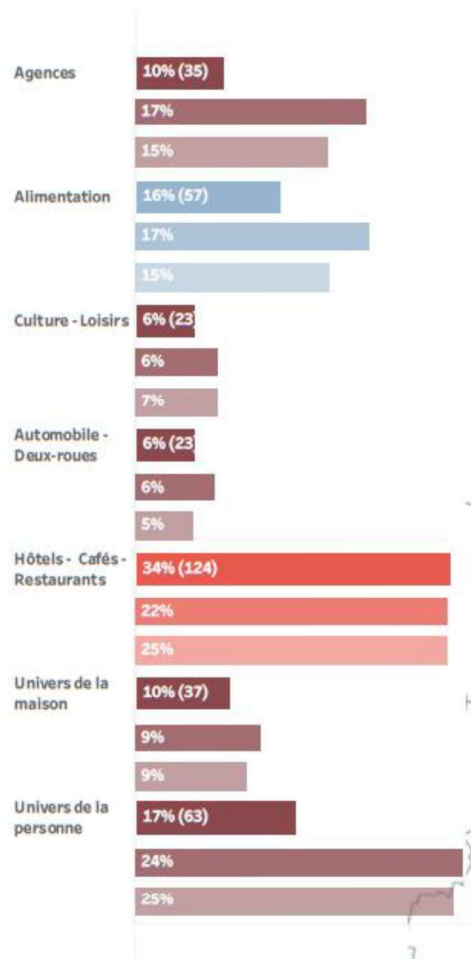
4-1 Connaître son tissu économique grâce à des outils de veille et d'observation : **l'observatoire du commerce**

L'observatoire du commerce est un outil proposé par la Métropole du Grand Paris en lien avec la Chambre de Commerce et d'Industrie. Grâce aux données collectées et mise à disposition par la CCI Ile-de-France, la ville de Malakoff bénéficie d'une base de données précise et régulièrement actualisée. Cet outil permet de connaître la répartition des commerces par secteur et leur localisation ainsi que le taux de vacance commercial.

Le portrait communal extrait de l'observatoire :

Composition commerciale

(Commune, EPT, département)

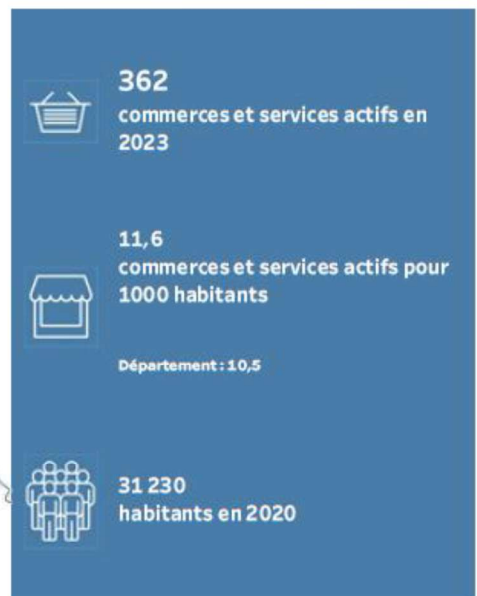


Val-d'Oise

Hauts-de-Seine

Val-de-Marne

Seine-Saint-Denis



Sources
Données de population : Insee, RP 2020
Données sur le commerce : CCI Paris Ile-de-France 2023

4-2 Accompagner les acteurs économiques de la ville dans leur travaux : **la requalification de leurs devantures**

Le document cadre : la charte des enseignes commerciales

Cette charte sera travaillée en lien avec le Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et d'Environnement (CAUE) 92 et les représentants des commerçants. Elle fixera des prescriptions « réglementaires » (hauteur des devantures commerciales, dimensionnement et positionnement de l'enseigne, type d'éclairage, taille d'inscription...) et formulera des préconisations esthétiques (palette de couleurs, matériaux...) afin de favoriser une meilleure cohérence entre les différents commerces et, de fait, une plus grande lisibilité.

Il s'agit d'un document pédagogique, non opposable aux tiers, qui accompagne sans obligation le commerçant dans le projet d'aménagement de son local. En amont du dépôt de l'autorisation d'urbanisme adéquate, les services de la ville présentent les préconisations de la charte et accompagnent le pétitionnaire dans son projet. Le partenariat propose également un accompagnement financier pour subventionner partiellement les travaux, accompagnement porté à hauteur de 60% par la commune et de 40% par la Métropole du Grand Paris.

L'opération de mise en valeur et d'homogénéisation des vitrines et devantures commerciales de Malakoff répond donc tout à la fois à l'objectif de garantir la qualité architecturale et une signalétique commerciale de qualité, elle entretient des liens entre les commerçants et les services communaux

4-3 Réhabiliter les équipements économiques structurants : **la halle du marché**

De nombreux marchés couverts font l'objet d'un même constat : vieillissement de l'équipement, non-conformité aux normes d'hygiène et de sécurité, manque de visibilité et difficulté d'accessibilité entraînant une baisse du chiffre d'affaires et du nombre de commerçants.

La Ville de Malakoff a déjà entamé le processus de requalification de la halle en 2019 avec d'importants travaux sur la partie intérieure (traitement des parois et du plafond, la réfection des sols, mise en conformité technique concernant la plomberie et l'électricité).

En complément, la deuxième phase des travaux permettra de requalifier la façade. Entièrement vitrée, elle offrira au marché une meilleure visibilité en renforçant sa connexion avec les commerces pérennes du centre-ville. Les travaux sont prévus pour 2025-2026.



Halle actuelle



Perspective projet

4-4 Accompagner un urbanisme maîtrisé

a. La boutique test



La boutique test également dénommée « boutique à l'essai » est un point de vente occupé par un commerçant ou un artisan pour une courte durée allant de quelques semaines à quelques mois.

L'objectif est de :

- Redynamiser le commerce de centre-ville en créant un événement générateur de flux
- Permettre à des commerçants de tester le potentiel de leur projet de boutique avant de signer un bail commercial « classique ».

Son installation permet, ici, également d'éviter la présence d'une vacance commerciale dans un secteur en prochaine mutation.

b. Maîtriser les murs pour maîtriser l'offre proposée

Afin d'agir sur les surfaces vacantes, la Métropole du Grand Paris a mis en place une société foncière qui peut accompagner les communes ayant intégré le programme Centres-Villes Vivants (CVV).

La foncière permettra d'acheter les murs commerciaux :

- De locaux vacants dont le bailleur attend un loyer trop élevé, que la structure pourra remettre sur le marché avec un loyer plus modéré,
- De murs occupés mais dont l'activité commerciale ne correspond pas à la destination souhaitée par la commune.

La foncière pourra intervenir dans le neuf ou dans l'ancien, en portage direct ou par des prises de participation dans d'autres foncières commerciales. Son accompagnement, projeté dans le diffus ou dans les projets d'aménagement, permettra une maîtrise des murs, garantie d'un bail, et donc d'un type de commerces, conforme aux objectifs énoncés dans ce document. Cet accompagnement prévu sur le long terme, et à mobiliser au cas par cas, permet de s'assurer de la maîtrise du devenir des commerces, en plus de bénéficier d'un réseau d'acteurs élargi.

c. Les fonds de commerces

La loi LME n°2008-776 du 4 août 2008 a introduit un droit de préemption commercial, qui permet à une collectivité territoriale de se substituer à l'acquéreur lors de la vente de fonds artisanaux, de fonds de commerce ou baux commerciaux aliénés à titre onéreux.

L'utilisation du droit de préemption commercial est permise grâce à la définition, au préalable, d'un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité, dont l'étendue, le contour ou la superficie sont laissés à la libre appréciation du conseil municipal (centre-ville, quartiers, rues...) après avis des chambres consulaires.

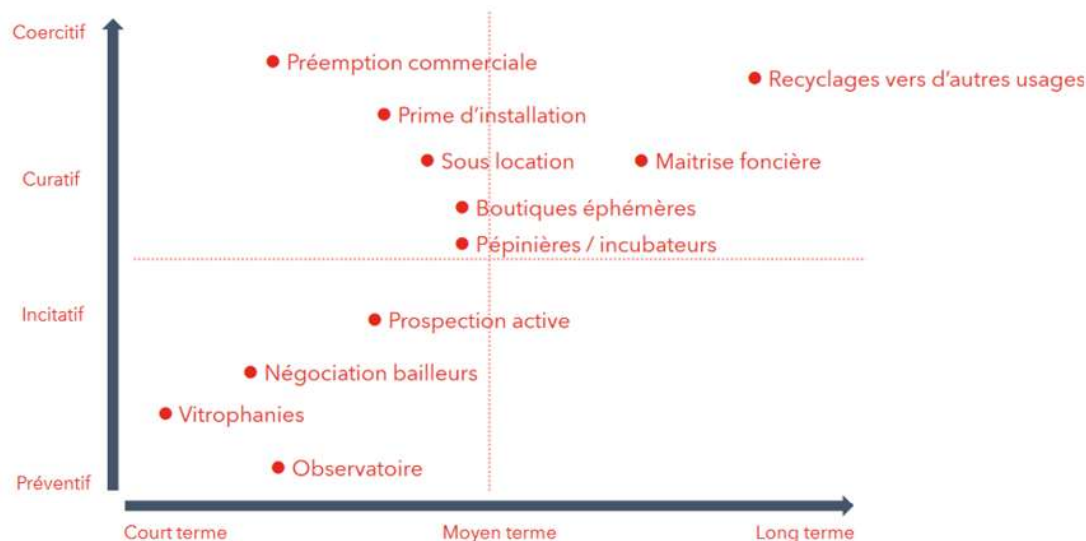
La Ville de Malakoff a fixé les contours de son périmètre de sauvegarde en 2010 mais n'a, jusqu'alors, pas eu recours à ce mécanisme. L'élaboration de ce diagnostic, combiné à la maturité plus avancée des projets de maîtrise foncière, au partenariat renouvelé avec les chambres (CCI/CMA) et avec la Métropole du Grand Paris, ainsi que la mise en œuvre du Plan Global de Déplacement, permettent de réactualiser cet outil et d'en exploiter toutes les potentialités.

Les cessions envisagées seront étudiées, au cas par cas, en conformité avec le diagnostic et la stratégie édictée.

Conclusion : Les différents outils et moyens d'intervention

Nous l'avons vu, la commune dispose d'une myriade d'outils d'intervention pour soutenir, accompagner et pérenniser le développement économique et commercial du centre-ville. **Que ce soit d'un point de vue réglementaire (avec le PLUi) permettant de mieux cadrer la destination des rez-de-chaussée ou de limiter le linéaire commercial pour éviter sa dilution, par les opérations portées par la commune (secteur EPFIF, PGD, requalification de l'avenue Pierre Larousse), par le partenariat avec la Métropole du Grand Paris et la mise en œuvre concrète des dépenses destinées à soutenir le commerce ou encore par une utilisation ponctuelle et raisonnée du droit de préemption commerciale ou le recours à la foncière de la MGP, la commune se dote d'une palette d'outils pragmatiques et efficaces permettant de soutenir l'existant et de préparer l'avenir.**

Ces outils doivent toutefois être utilisés de manière pragmatique, dans l'espace et dans le temps, pour être parfaitement efficaces et respectueux du droit du commerce.



Les outils au service d'une stratégie volontaire Banque des Territoires -2023

B. Une stratégie en sous séquences géographiques et phasée dans le temps

Nous l'avons vu, le centre-ville bénéficie d'atouts considérables et d'opportunités majeures avec les différents projets portés par la collectivité d'ici à 2030. La stratégie développée intègre et anticipe la réalisation de ces projets afin de proposer un plan d'intervention cohérent, efficace et multicritères.

Pour ce faire, la commune se dote d'une stratégie d'intervention dans l'espace et dans le temps en privilégiant des moyens d'actions, des types d'activité qu'elle souhaite voire installer dans les prochaines années et les outils à mettre en œuvre.

Ces listes ne sont pas exhaustives et la décision d'intervention ou non de la commune par le droit de préemption commercial sera justifiée au regard du diagnostic établi dans ce document, de la stratégie édictée et de la cohérence de la proposition avec cette dernière.

Les facteurs d'attractivité recherchés au sein des centres-villes sont multiples :

- Recherche de commerces alimentaires de qualité et diversifiés
- La notion « d'achat plaisir », qui demande la présence de points de vente d'habillement, de produits culturels divers et d'objets décoratifs ;
- Commerces spécifiques d'artisanat (à l'exemple de commerces d'horlogerie, ou de cordonnerie)
- Les lieux de restauration et de rencontre, propices à l'animation des centres-villes ;
- L'aspect « pratique du centre-ville », dans le sens d'une facilité d'accès, de stationnement, de lisibilité et de déambulation piétonne : penser le parcours utilisateur et le rez-de-ville.

Pour répondre à ces objectifs, la définition de séquences claires permettra de :

- ➔ **Maintenir une offre diversifiée (offre de proximité et offre de destination)**
- ➔ **Créer une identité pour un centre marchand identifié (meilleure lecture de l'organisation marchande pour habitants/consommateurs)**

Allende, dans sa séquence entre l'avenue Jean Jaurès et la rue Béranger est frappée d'un linéaire d'activité, permettant de compléter cette offre d'activités où s'exerce l'accueil d'une clientèle.

Les activités attendues par la commune sont, par ordre de préférence : offre médicale, paramédicale, banques, agences d'architecture, notaire, avocats, salles de sport, spa, agences immobilières....

La **rue Béranger** est la rue commerçante du centre-ville. De toutes celles qui maillent le territoire jusqu'à la place, elle est la seule à disposer d'un linéaire commercial complet. Toutefois, comme vu précédemment, son profil commercial est aujourd'hui peu lisible, voire confus.

Son organisation spatiale renvoie, dans les faits, à deux situations différentes.

La séquence de la place jusqu'à la rue Salvador Allende :

L'objectif de cette séquence est de constituer une offre commerciale complémentaire à Intermarché, locomotive alimentaire sanctuarisée.

Pour participer de l'attractivité du centre-ville en répondant à la fois aux pratiques de proximité et à celles d'une clientèle extérieure, il est question d'élargir les potentialités d'usages en privilégiant les commerces « de destination ».

Le développement d'activités d'artisanat productif sur cette séquence (restauration d'objets d'arts, cordonnier, artisanat d'art, collectif d'artisans, joaillerie, mercerie, horlogerie, tapisserie...), de fleurs, de vente de produits esthétiques ou de parfums constitue une offre complémentaire à la locomotive commerciale qu'est l'Intermarché. Une offre à destination culturelle (librairie, papeterie, arts décoratifs) apparaît également cohérente avec l'offre de services publics (cinéma, théâtre, médiathèque) du secteur. La vente de vêtements et d'ameublement sont, en dernière intention, des pistes à suivre, même si leur regroupement est plutôt à envisager sur l'avenue Pierre Larousse.

A l'inverse, en raison de la présence de commerçants non abonnés trois fois par semaine sur cette première séquence, les activités de restauration développant un service de terrasse sont à proscrire. De même, les activités de commerce de bouche, en concurrence direct avec l'offre développée par la locomotive, sont à proscrire sur cette sous séquence.

La stratégie se développe donc dans l'espace et dans le temps avec différents outils à disposition :

Temporalité : Immédiate et progressive. A chaque cession de fonds de commerce : identification du profil de l'activité envisagée et analyse de la conformité avec les éléments du diagnostic.

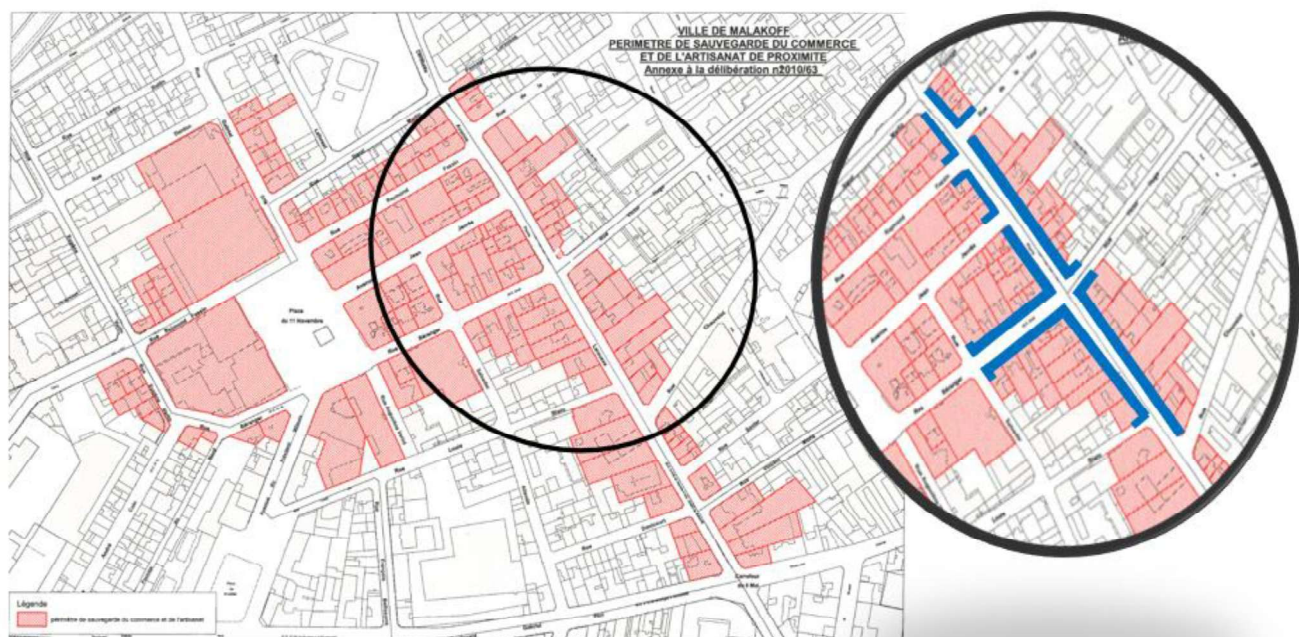
Moyens d'action gradués : veille et partenariat renforcé avec les commerçants, identification des fonds qui pourraient être cédés et des acquéreurs potentiels, mise en réseau des acteurs, utilisation du droit de préemption de la commune.

- **Charte des devantures :** rédaction et premiers accompagnements : 2025
- **Subvention Métropole du Grand Paris pour la réfection de la halle du marché :** 2025-2026
- **Foncière de la Métropole du Grand Paris :** en fonction des opportunités et nécessités

2. La séquence centrale de l'avenue Pierre Larousse

L'objectif de cette séquence est de pouvoir planifier, hiérarchiser et organiser un développement commercial cohérent sur cette séquence centrale dont les réalités d'usages, de flux et de temporalités d'action diffèrent de la séquence autour de la place, principalement constituée.

Ce document fixe donc des lignes forces pour instaurer la seconde polarité commerciale du centre-ville et lui donner une identité, peu lisible aujourd'hui.



Nous l'avons vu, les nombreux projets d'aménagement initiés par la commune vont profondément modifier l'avenue, d'un point de vue bâti ou en termes d'infrastructures.

L'aménagement d'une zone de rencontre, notamment, à l'intersection entre l'avenue Pierre Larousse, la rue Béranger et la « vélorue » Victor Hugo favorisera l'apaisement et l'appropriation par les mobilités plus actives. In fine, les rez-de-chaussées gagneront en attractivité et en qualité, permettant une plus grande appropriation de l'espace public.

A l'instar de la séquence rue Béranger (entre la rue Salvador Allende et l'avenue Pierre Larousse), une polarité d'activité de restauration (dans les locaux dotés d'extracteur)/traiteur doit pouvoir se développer au croisement entre la rue Béranger et l'avenue Pierre Larousse permettant ainsi de compléter l'offre de la rue Béranger et de fixer les flux en provenance des 4 points cardinaux. A défaut de capacité d'extraction, des commerces de bouche sont à privilégier. De part et d'autre de cette polarité à l'intersection des deux rues, la commune sera attentive à la diversification de l'activité : les commerces de restauration, déjà nombreux sur le secteur, seront positionnés de préférence aux angles. Les autres cellules devront accueillir de manière privilégiée la vente de vêtements et d'ameublement ou de commerces de bouche. Une offre à destination culturelle (librairie, papeterie, arts décoratifs) est également souhaitée par la commune. Compte tenu de l'impact des aménagements réalisés par la ville, les projets de cession seront étudiés au regard de l'avancement des projets portés par la commune afin de faire coïncider au mieux réalité économique du commerce et intérêt général.

La stratégie se développe donc dans l'espace et dans le temps avec différents outils à disposition :

Temporalité : Immédiate et progressive. A chaque cession de fonds de commerce : identification du profil de l'activité envisagée et analyse de la conformité avec les éléments du diagnostic.

Moyens d'action gradués : veille et partenariat renforcé avec les commerçants, identification des fonds qui pourraient être cédés et des acquéreurs potentiels, mise en réseau des acteurs, utilisation du droit de préemption de la commune.

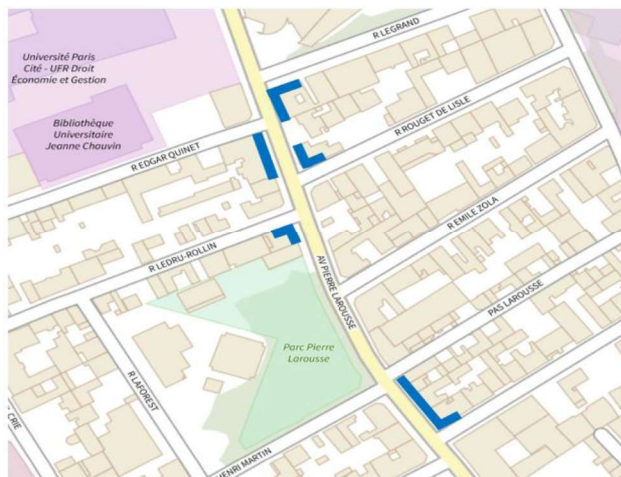
- **Charte des devantures** : rédaction et premiers accompagnements : 2025
- **Foncière de la Métropole du Grand Paris** : en fonction des opportunités et nécessités
- Dans l'attente de la **maitrise foncière** totale (qui est, par principe, progressive), des secteurs EPFIF les rez-de-chaussée feront désormais systématiquement l'objet d'une analyse comparative par la commune entre les coûts inhérents à la remise en état de locaux parfois très dégradés, le type d'activités et le loyer attendus, afin de favoriser, lorsque cela est possible, leur relocation, même temporaire et lutter ainsi contre la vacance.

3.Séquences Nord-Ouest et Sud-Est de l'avenue Pierre Larousse

Séquence Sud-Est



Séquence Nord-Ouest



Là où l'alignement commercial ou d'activité est plus diffus, les activités proposées devront répondre à une logique de proximité à destination des habitants des rues adjacentes. Aux angles, la présence de commerces de restauration est à privilégier. Dans les linéaires d'activité économique, les activités attendues par la commune sont, par ordre de préférence : offre médicale, paramédicale, banques, agences d'architecture, notaire, avocats, agences immobilières, salles de sport, spa,

La stratégie se développe donc dans l'espace et dans le temps avec différents outils à disposition :

Temporalité : Immédiate et progressive. A chaque cession de fonds de commerce : identification du profil de l'activité envisagée et analyse de la conformité avec les éléments du diagnostic.

Moyens d'action gradués : veille et partenariat renforcé avec les commerçants, identification des fonds qui pourraient être cédés et des acquéreurs potentiels, mise en réseau des acteurs, utilisation du droit de préemption de la commune.

- **Charte des devantures :** rédaction et premiers accompagnements : 2025
- **Foncière de la Métropole du Grand Paris :** en fonction des opportunités et nécessités

Conclusion

La stratégie exposée dans ce diagnostic témoigne d'une volonté réaffirmée de la commune d'accompagner les mutations économiques à court, moyen et long termes du centre-ville de Malakoff.

Cette stratégie, par la priorisation des actions et leur ancrage dans une temporalité définie, permet de conforter les actions de prospective commerciale pour accueillir des projets en cohérence avec les réalités économiques locales et les attentes des habitants/consommateurs.

Dans un contexte économique contraint et incertain, la définition d'un périmètre d'intervention décliné en séquences identifiées permettra à la ville de renforcer la pertinence de son action d'accompagnement à destination des porteurs de projet pour leur future implantation.

La richesse et la multiplicité des outils facilitera leur mobilisation au moment opportun et permettra de répondre à la particularité de chaque situation.

Cette démarche n'a pas vocation à être exhaustive, mais elle pose un cadre nécessaire, met en perspective les différents moyens d'actions, souvent complémentaires. Le « parcours utilisateur » permis dans le centre-ville de Malakoff sera renforcé car plus lisible grâce à la complémentarité des commerces déclinés dans les différentes séquences.

Pour correspondre aux réalités de consommation mouvantes, ce diagnostic pourra être remis à jour tous les 3 ans. La commune demeurera à l'écoute des commerçants et des tendances économiques et commerciales afin que cet outil soit avant tout au service d'un cadre de vie amélioré à Malakoff.