

Réunion publique de concertation

Projet CARREFOUR MARKET Laennec

Lundi 17 novembre 2014 – Mairie du 7^e arrondissement

Personnes présentes à la réunion :

Mairie du 7^e

Rachida DATI, Ancien ministre, Conseiller de Paris, Maire du 7e arrondissement.

Josiane GAUDE, Premier adjoint au Maire, chargée des Commerçants, du Logement et à l'Accueil des usagers.

René François BERNARD, Adjoint au Maire, délégué à l'Environnement et à l'Urbanisme.

Groupe CARREFOUR

Frédéric EBLING, Directeur des affaires publiques France

Pauline PALLUD, Responsable expansion

Baya HABER, Responsable marketing

Franck LELOUP, Responsable partenariat Artysigner

Groupe ALLIANZ

Sébastien CHEMOUNY, Directeur *Asset management Allianz real estate France*

A l'ouverture de la réunion, un rappel sur le projet d'un magasin CARREFOUR MARKET de la rue de Sèvres sur le site Laënnec est effectué. En début d'année 2014, un dossier avait été déposé auprès de la Préfecture de Paris-Ile-de-France pour la création d'un hypermarché de 4 000 m². Après un recours du groupe CASINO et une annulation au mois de juillet dernier, le groupe CARREFOUR présente aujourd'hui un nouveau projet pour un supermarché CARREFOUR MARKET de 2 400m² de vente, tout en s'inscrivant dans un environnement urbain. Pour ce projet, le groupe a notamment fait appel à un réseau de jeunes artisans d'école d'art.

Baya HABER rappelle les motivations de la création de ce magasin :

- Un facilitateur de vie au quotidien ;
- Un magasin CARREFOUR, mais aussi un *MARKET* accessible à tous ;
- La garantie et le sérieux d'une enseigne nationale et les valeurs du groupe CARREFOUR ;
- Une expertise reconnue ;

➤ Un lieu de vie.

Ce magasin permet de trouver des produits de qualité et un bon niveau de prix, tout en prenant en considération l'environnement et l'ancrage local.

Pauline PALLUD du groupe CARREFOUR précise que *« le projet a été retravaillé avec des architectes pour préserver l'existant et ne travailler que l'intérieur.*

Les 2 400 m² de surface commerciale s'inscrivent dans la vie d'un quartier en prenant en compte la mixité générationnelle d'une part et la mixité fonctionnelle d'autre part ».

Baya HABER ajoute que *« c'est un lieu de vie qui a du sens, d'autant plus que c'est un commerce de proximité. Les clients et les flux vont générer un foisonnement commercial et dynamiser la rue. Le projet de ce CARREFOUR MARKET possèdera également une identité propre : « le MARKET de la rue de sèvres ». Par ailleurs, il s'inscrit aussi dans l'histoire du quartier et de Saint Germain des Prés (Arts plastiques, littératures) et donc véritablement pensé dans le territoire. De nombreux partenaires sont sollicités pour ce projet.*

C'est aussi un espace de service, un lieu d'accueil et de rencontre pour tout type de public. C'est notamment et particulièrement le cas avec l'espace au sous-sol véritable plateforme d'expression pour des artistes. CARREFOUR est le 1^{er} employeur privé de France et désireux de l'intégration de ce projet dans la vie du quartier. »

Un habitant s'inquiète du devenir du magasin CARREFOUR CITY qui se situe 99 rue de Sèvres, en face du site Laënnec, dans le 6^e arrondissement. Pauline PALLUD répond que celui-ci est un magasin franchisé, de 700 m² de vente, sous dimensionné par rapport à la demande.

Si le projet du CARREFOUR MARKET sur le site Laënnec est validé, un accord pour que ce magasin CARREFOUR CITY soit repris par le groupe CARREFOUR sera probablement passé. L'objectif est de le fermer lors de l'ouverture du nouveau CARREFOUR MARKET. Le droit au bail sera cédé à un commerçant de qualité qui ne sera pas alimentaire. Le groupe CARREFOUR veillera à l'avenir des employés du magasin CARREFOUR CITY.

Franck LELOUP, responsable du partenariat ARTYSIGNER, présente l'espace « atelier » du magasin CARREFOUR MARKET. *« ARTYSIGNER est un réseau qui a pour but de valoriser des talents artistiques et de veiller à la création et au développement d'opportunités professionnelles pour ses membres. Ainsi, à travers des partenariats et des actions de communication, ARTYSIGNER valorise les métiers d'art, les jeunes artistes, les jeunes diplômés. Dans le cadre du projet CARREFOUR MARKET, les jeunes artisans pourront venir montrer leur savoir faire et les innovations à travers divers ateliers. Les thèmes seront variés et la programmation vaste avec notamment*

des expositions patrimoniales représentant des savoir-faire d'exception.

Les intérêts de cette initiative :

- *Créer un espace dédié, non commercial, pour des jeunes qui n'ont pas forcément d'ateliers ;*
- *Créer et réaliser une signalétique forte et pérenne en faisant appel à ces jeunes ateliers et leur permettre ainsi de faire leur preuve à travers ce partenariat. »*

Pauline PALLUD effectue une présentation du plan d'ensemble d'aménagement avec les différents espaces et rayons traditionnels. Elle évoque également « *les nombreux partenariats, notamment pour les bars à jus, l'espace sushi ou encore la charcuterie (traiteur). Une attention toute particulière est portée au design et à la décoration des espaces, réalisés en collaboration avec ARTYSIGNER. »*

Baya HABER insiste sur « *l'aspect artistique des rayons, l'unité de la signalétique et sur l'esthétisme et la mise en valeur des savoir-faire des jeunes artistes, notamment du quartier. Les façades du bâtiment quant à elles seront sobres, y compris la nuit. »*

Toujours dans la partie « sous-sol », on trouvera notamment une épicerie classique, des surgelés, une partie « liquides », « espace bébé », des équipements de maison, des produits frais, du libre service.

Livraisons

L'entrée des véhicules de livraison du futur magasin CARREFOUR MARKET se fera par le 44 rue de Sèvres, avec une zone de stockage prévue pour les camionnettes. La sortie des véhicules de livraison se fera par le 83 rue Vaneau. **Les livraisons s'effectueront directement dans la zone prévue à cet effet, exclusivement en sous-sol.** Le service logistique prévoit des camions sur mesure et au gabarit adéquat.

Les habitants s'inquiètent de la circulation et des contraintes logistiques liés aux approvisionnements, notamment des conflits possibles entre les flux des piétons et des véhicules. Pauline PALLUD répond que l'approvisionnement s'effectuera certainement en horaires décalés, avec une partie tôt le matin avant 7h00 et une partie le soir après 21h00 pour remédier à ce problème.

Ramassage des ordures

Concernant les ordures, deux poubelles de déchets humides par jour sont prévues. Elles seront sorties aux heures de passage des ramassages classiques des services de la propreté liés à la Mairie de Paris. Les produits frais seront quant à eux donnés aux associations avec qui le groupe CARREFOUR est partenaire. Pour le reste (cartons vides et plastiques) les déchets repartent avec les camions de livraison. **Pauline PALLUD assure qu'il n'y aura pas de**

poubelles sur les trottoirs risquant de gêner les riverains : elles seront sorties aux heures de ramassage des services publics.

René-François BERNARD ajoute qu'il faudra penser à adapter la tournée du service de propreté de façon à travailler en flux tendus, c'est-à-dire adapter les horaires de ramassage. Josiane GAUDE insiste sur la vigilance de la Mairie du 7^e sur ce point et l'avantage que le groupe Carrefour soit l'interlocuteur direct, du fait que le magasin CARREFOUR MARKET à venir ne soit pas franchisé.

Un commerçant (« Tabac des Ministères » – 43 rue Vaneau) s'inquiète « *de l'aspect « restauration » suggéré pour ce projet* ». Pauline PALLUD indique « *qu'il n'y aura pas d'espaces de restauration, ni de dégustation sur place à proprement parlé, mis à part le stand sushi, mais plutôt des espaces dits de « détente »* ».

Une habitante évoque le problème de la concurrence, notamment avec le BON MARCHE : « *Celui-ci propose déjà des produits et un aménagement de grande qualité* ». Elle évoque également le positionnement de l'enseigne MONOPRIX qui à son sens aurait été tout aussi, voire plus, intéressant de mettre en place dans le quartier, tant sur la qualité que sur les prix des produits proposés.

Josiane GAUDE lui répond que le BON MARCHE est informé du projet et qu'il n'y est pas du tout hostile ou inquiet. **Pauline PALLUD ajoute que ce CARREFOUR MARKET est un magasin intégré et non franchisé (contrairement au CARREFOUR CITY existant) et donc au même prix que les autres magasins CARREFOUR MARKET dans Paris.** On ajoute également que le CARREFOUR MARKET ne sera pas en concurrence avec le BON MARCHE, la position est très différente, la cible aussi. Ce nouveau magasin CARREFOUR MARKET proposera des prix plus bas et se positionnera davantage en magasin de proximité. Concernant l'enseigne MONOPRIX, propriété du groupe CASINO, il n'est pas acheteur sur cet espace commercial.

Une question est posée concernant les horaires de ce magasin et des précisions sur le concept artistique lié au projet. **Le magasin prévoit d'ouvrir de 8h30 à 22h avec une fermeture le dimanche.** Concernant l'espace artistique, Franck LELOUP précise le concept global : « *l'espace sera un magasin CARREFOUR où l'on favorise la mise en relation entre des individus de tous horizons. Le but est en effet de créer du lien. L'objectif d'ARTYSIGNER, par ce biais, est ensuite de dévoiler les œuvres (sélectionnées) des jeunes artisans de l'école Boule au public, notamment à travers l'espace proposé. L'idée est de changer l'approche que l'on a des artisans à travers la valorisation de leur travail et des matériaux pour leur apporter davantage de visibilité.* »

L'objectif prévu est une ouverture du CARREFOUR MARKET au 1^{er} trimestre 2016, avec une durée de 6 à 9 mois de travaux. Cette information est donnée à titre indicatif et non officiel. **Concernant le début des travaux, ceux-ci ne pourront commencer que lorsqu'une autorisation administrative sera donnée.**

Un habitant souhaiterait avoir davantage d'information sur les prix ainsi que sur la qualité et la provenance des produits qui seront proposés. Il souhaiterait également savoir ce qu'il en est du plan d'embauche et enfin, de l'efficacité des délais de livraison.

Pauline PALLUD répond que « *des produits pourront être développés allant de la marque 1^{er} prix jusqu'aux marques nationales. Concernant les embauches, il est encore trop tôt pour en parler, mais il est prévu environ 100 emplois en temps plein, avec un taux d'encadrement d'environ 10 %* ». Elle ajoute aussi que « *le groupe CARREFOUR travaille aussi au maximum avec les missions de l'emploi local et se tournera aussi probablement vers des étudiants, demandeurs sur les petits contrats* ». Concernant la livraison, celle-ci sera assurée plus tôt pour une mise en rayon dans les meilleurs délais et ainsi assurer aux clients une bonne circulation en rayons.

Le maire Rachida DATI annonce qu'il est primordiale que les riverains, directement concernés, soient présents aux réunions concernant les projets d'implantations et d'aménagements dans le 7^e arrondissement.

Rachida DATI tient également à ce que tous les problèmes de nuisances soient restreints au maximum pour le bien être des habitants (livraisons, poubelles, nuisances sonores...)

Michel ROGE, référant propreté du Conseil de Quartier (CCQ) Ecole Militaire s'interroge sur la dimension donnée au développement durable dans le projet du CARREFOUR MARKET. Pauline PALLUD lui répond que sur l'ensemble de l'opération, les parties logements et commerces du projet sont certifiés Haute Qualité Environnementale (HQE). De plus, pour la partie commerces, c'est la norme anglo-saxonne BREEAM qui est utilisée. Selon cette norme et sur ce site, le groupe CARREFOUR souhaite atteindre le niveau « GOOD ». Les aménagements qui seront effectués consistent à respecter ces critères. Cela se traduit notamment par des équipements tels que des meubles à portes ou éclairages en leds pour une basse consommation des énergies et de l'électricité.

Un habitant s'inquiète des chances de réalisation du projet. Rachida DATI rappelle que les Commissions Administratives peuvent être des facteurs ralentissant le processus de réalisation. La réalisation de ce projet prend d'abord en compte les intérêts des habitants et de l'arrondissement et plus largement de Paris. Tout projet fait l'objet de nombreuses études et de modifications, notamment dans le 7^e avec le Plan de sauvegarde et de mise en valeur (PSMV), mais qui ne remettent pas nécessairement en cause le fond du projet du groupe CARREFOUR.

Une question est posée sur la raison d'un magasin CARREFOUR et pas d'une autre enseigne ? Rachida DATI répond que le site a été acquis par le groupe ALLIANZ qui est libre de vendre à qui il le souhaite pour l'espace prévu pour une exploitation commerciale. On précise néanmoins qu'il existe un processus d'appel d'offre par lequel passe le groupe CARREFOUR. Rachida DATI ajoute que les habitants, tout comme la Mairie du 7^e, peuvent s'opposer aux

projets commerciaux, mais le choix qui a été fait est de faire vivre le 7^e arrondissement, notamment quand il s'agit d'un projet novateur comme celui-ci.

Concernant le magasin FRANPRIX du 105 rue de Sèvres, celui-ci appartient au groupe CASINO et se situe dans le 6^e arrondissement. Le groupe CARREFOUR n'a donc pas à s'en préoccuper.

La prochaine commission préfectorale pour le projet du magasin CARREFOUR MARKET se tiendra le 20 janvier 2015.

Fin de la réunion