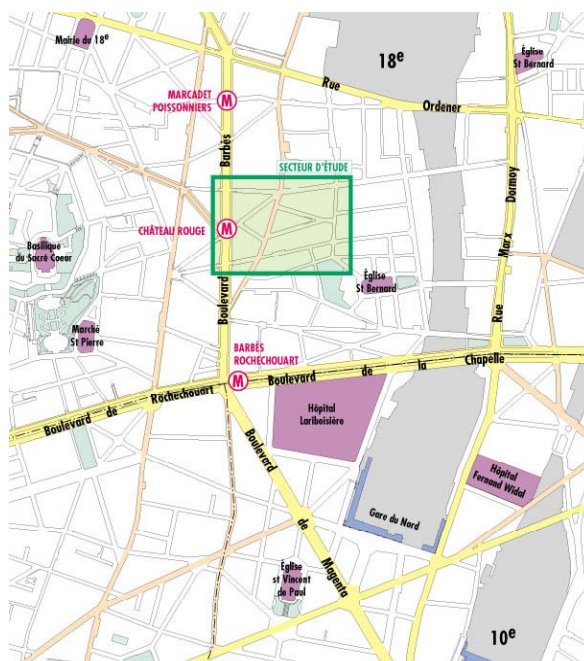


Le quartier de Château-Rouge dans le 18^e arrondissement présente des spécificités par rapport à l'offre commerciale régionale. Plus connu sous le nom de « marché africain », il participe d'un pôle majeur du nord de Paris.

UNE LOCALISATION PRIVILEGIEE

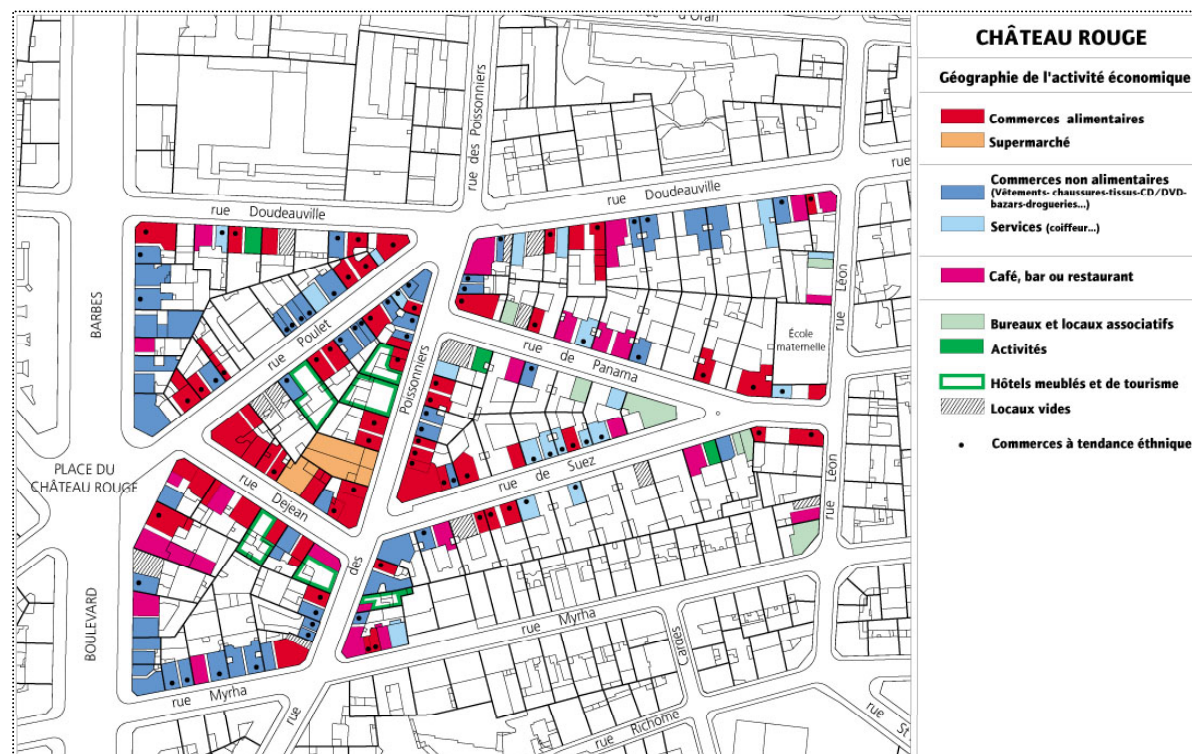
Avec la ligne 4 qui reprend l'axe nord-sud parisien, la ligne 2 qui relie les quartiers du nord-est et la ligne 31 du réseau Mobilien¹, le secteur bénéficie d'une excellente desserte en transports en commun. Château-Rouge se situe en outre dans l'aire de rayonnement des gares du Nord et de l'Est qui permettent les connexions vers la banlieue, en particulier la Seine-Saint-Denis.

Sa spécificité en tant que « marché africain » dans l'offre régionale, tient dans son positionnement au cœur des quartiers parisiens d'implantation privilégiée de la population étrangère non communautaire : 81.000 d'entre eux se trouvent ainsi à moins de 15 minutes de Château-Rouge.



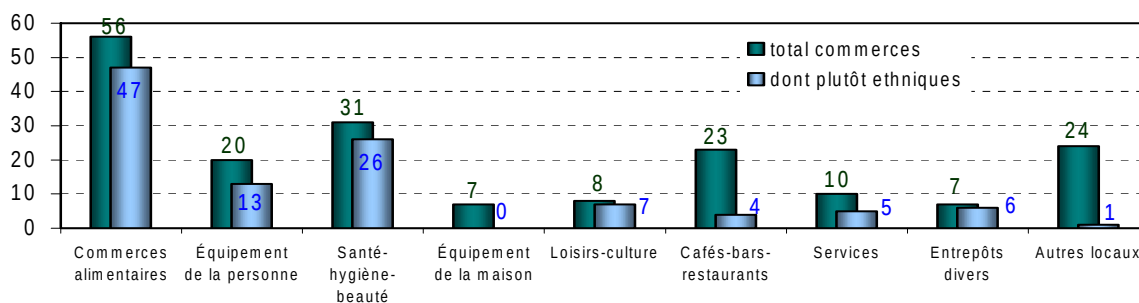
UNE SPECIALISATION UNIQUE A L'ECHELLE REGIONALE

Château-Rouge forme un pôle commercial à la structure spécifique et ancienne, déjà observable en 1988. La partie commerciale la plus dense regroupe un peu moins de 200 boutiques occupées en majorité par le secteur alimentaire (30% des locaux), mais également par les commerces d'équipement de la personne, de cosmétique (27% des locaux).



¹ Ensemble de lignes de bus pour lesquelles le PDU a inscrit un objectif de croissance de la vitesse commerciale et, pour se faire, les aménagements nécessaires comme la mise en site propre.

Part des commerces identifiés comme principalement exotiques à Château-Rouge



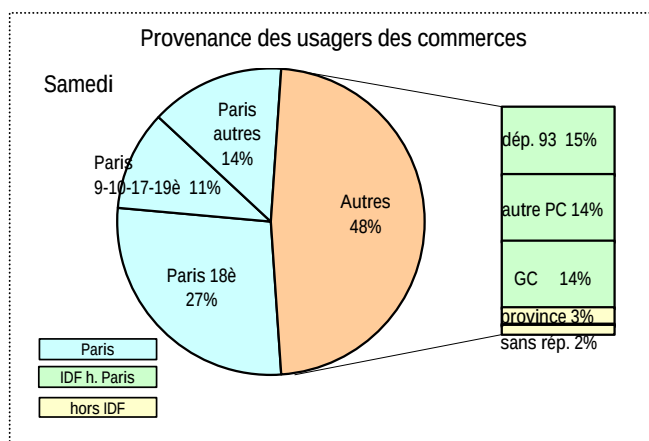
Concrètement, les commerces spécialisés en produits exotiques représentent une surface totale d'environ 4.000 m², dont un peu plus de la moitié est affectée au commerce alimentaire.

Cette offre commerciale s'est plus particulièrement spécialisée sur les produits africains et antillais, faisant de Château-Rouge le seul véritable « marché africain » à l'échelle régionale, répondant aux besoins de toute une clientèle francilienne en augmentation¹.

LES CARACTERISTIQUES DE LA CLIENTELE

L'accessibilité du quartier tant à pied, qu'en métro ou en train de banlieue, permet la venue d'une clientèle nombreuse et régulière, composée presque exclusivement de franciliens (95% le samedi), tandis que la part de clientèle venue de province ou de l'étranger est résiduelle.

Le mardi comme le samedi, les parisiens représentent la moitié des clients des commerces de Château-Rouge ; plus d'un tiers provient des arrondissements proches², soit 38% le samedi. C'est deux fois plus que dans le secteur de commerces asiatiques des Olympiades, mais moins que dans celui de la rue de Rennes.



Avec 43% des clients Franciliens le samedi, la zone de chalandise de Château-Rouge s'étend à l'ensemble de l'Île de France, à l'instar des Olympiades, lui aussi caractérisé par son offre en produits exotiques. Ces Franciliens viennent principalement de la petite couronne (pour deux tiers des clients) et le plus souvent, de la Seine-Saint-Denis qui se situe à moins de 2 km du secteur (soit un tiers des clients). Aux Olympiades, les clients franciliens viennent principalement du Val de Marne ; rue de Rennes, ils sont moins représentés mais viennent principalement des Hauts de Seine.

Quel que soit le lieu d'origine de cette clientèle, les transports en commun représentent le mode de transport le plus utilisé, avec près de 60% de part modale. Le nombre d'usagers de la voiture est faible mais légèrement supérieur à la situation observée rue de Rennes, où la voiture tient 10% des parts modales. Aux Olympiades, la clientèle venant en transports en commun est plus réduite du fait de la mauvaise desserte du secteur, alors que la voiture représente 30% des déplacements.

Mode de transport des clients par lieu d'origine

Samedi	A pied	Transport public	Voiture	Autre	Non rens.
Paris	22%	63%	13%	0	3%
Petite Couronne	23%	54%	17%	0	6%
Grande Couronne	26%	60%	14%	0	0
Non rens.	14%	71%	0	0	0
Total	24%	59%	14%	0	3%

La majorité des clients de Château-Rouge vient en transports en commun. La marche à pied et les transports publics représentent ainsi 83% des déplacements le samedi. Avec seulement 14% de part modale, la voiture reste elle, très minoritaire.

¹ La population des étrangers de nationalités de pays d'Afrique subsaharienne, «cœur de cible» des commerces de Château Rouge, a progressé de 21% entre 1990 et 1999 en Île-de-France, soit 33.000 personnes de plus.

² Les 9, 10, 17, 18, 19è arr.

Face à la forte spécialisation des commerces de Château-Rouge, la question de l'absence ou de la faiblesse d'une offre plus traditionnelle est récurrente, et ce malgré la présence de deux moyennes surfaces généralistes à proximité.

CHÂTEAU ROUGE

L'espace public

Les problèmes spécifiques

- Espace significatif à requalifier
- /// Rénovation d'espace public
- Afflux ou rassemblement de piétons
- Zone de congestion du trafic
- Zone de livraison du Marché Dejean

The map shows a network of streets including rue Doudeauville, rue Poulet, rue des Poissonniers, rue de Panama, rue de Suez, rue Myrha, rue Cardes, rue Ruchome, and rue St-James. Key locations like 'PLACE DU CHÂTEAU ROUGE' and 'École maternelle' are labeled. The legend indicates various urban issues such as significant spaces for improvement (black outline), public space renovation (green hatching), pedestrian gathering points (light blue), traffic congestion zones (pink), and delivery zones for the Dejean Market (red).

Ces différents problèmes nécessitent de poursuivre les réflexions sur la configuration des rues, les sens de circulation, l'amélioration du cadre de vie ..., mais aussi sur l'organisation et le fonctionnement des commerces.

Si l'activité commerciale à la fois spécifique et intense de Château-Rouge est parfois conflictuelle avec la fonction résidentielle d'un secteur dense, son attractivité et sa dynamique à l'échelle régionale constituent des atouts à ne pas négliger dans le développement et l'identité de tout un quartier.