

COMMERCE DE PARIS

Chronique des associations de commerçants de Paris

NUMÉRO SPÉCIAL

EDITOS

50 numéros, cela se fête !

Gérald BARBIER

vice-président Commerce de la CCI Paris



Pour marquer l'événement de la publication de son numéro 50, *Commerce de Paris* ouvre ses colonnes à 50 personnalités du monde économique et institutionnel parisien. Toutes ont accepté de s'exprimer en quelques mots sur le sujet de leur choix : développement économique et touristique, diversité commerciale, illuminations de fin d'année, sécurité des commerces, aménagements urbains, transport et déplacements, etc. Leur participation à ce 50^{ème} numéro démontre la diversité et la richesse des thématiques liées au commerce et à son environnement ! A l'image d'ailleurs des nouveaux

enjeux évoqués dans les pages de cette édition spéciale et dont *Commerce de Paris* se fait l'écho depuis sa création en 1998 : nouvelles technologies de la communication, accessibilité, modernisation des points de vente par le design, etc.

Créé par la CCI Paris pour et avec les unions commerciales de la capitale, *Commerce de Paris* doit sa longévité à l'implication des présidents et membres du bureau qui y évoquent leurs projets, leurs événements, leurs points de vue et leurs expériences.

Nous comptons sur eux pour continuer à être dans ces colonnes, mais aussi dans leurs quartiers, des relais de sensibilisation de leurs adhérents sur les grands enjeux qui conditionnent le développement et la prospérité du commerce parisien.

La proximité, notre force

LES REPRÉSENTANTS D'ASSOCIATION DE COMMERÇANTS

membres du comité de rédaction

Promouvoir, dynamiser, animer, fédérer, défendre, représenter... Jour après jour, nos associations de commerçants, composées de membres tous bénévoles, agissent avec détermination dans l'intérêt de leurs adhérents et pour l'attractivité de nos quartiers.

Nous le savons, la proximité est notre force ! Et la qualité et la densité de notre tissu commercial, nos principaux atouts. Cependant, le maintien et le développement de nos activités passent avant tout par la sécurité de nos points de vente. Nous en appelons aux pouvoirs publics pour prendre les mesures nécessaires. Par exemple, la présence d'ilotiers dans nos rues commerçantes, un arrêté anti-mendicité, un plan caméra renforcé. Des idées, des propositions, nous en avons également sur bien d'autres sujets, comme le classement de nos rues de marché pour leur assurer une meilleure protection ou encore un dispositif d'indemnisation et des barrières de chantiers décorées pour diminuer l'impact des travaux de voirie sur les commerces, etc.

Que les pouvoirs publics n'hésitent pas à nous consulter !



© La Librairie



© Paris Tourist Office / Amélie Dupont



© Paris Tourist Office / Amélie Dupont



© Paris-Tourist Office / Daniel Thierry



© Paris-Tourist Office / Amélie Dupont



© Paris Tourist Office / Amélie Dupont



© Hammerson / Italie Deux

L'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE

Commerce et tourisme : même espoir...

Thierry LE ROY

président de l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris



Après la culture, le shopping à Paris occupe une place de choix auprès des visiteurs : 50 % des touristes s'adonnent à ce loisir dans la capitale.

Tourisme et commerce de détail représentent 22,8 % des emplois à Paris. Avec ses grands magasins, ses marques de luxe et ses quartiers dédiés au commerce, Paris est la capitale légitime du shopping. Aussi, l'OTCP valorise-t-il cette offre foisonnante auprès du grand public et des prescripteurs de la destination, en France et à l'étranger. ■

Jean-Noël REINHARDT

président du Comité Champs-Élysées



Cessons les entraves au commerce le soir ! Il a fallu un combat de plus de 20 ans pour permettre aux enseignes des Champs-Élysées d'ouvrir librement le dimanche, pour offrir aux touristes un service équivalent à celui des grandes capitales. Depuis, un collectif syndical ouvre un nouveau front en attaquant des enseignes des Champs-Élysées en justice pour les contraindre à fermer le soir après 21h00. Notre pays est-il à ce point créateur d'emplois que l'action syndicale ait notamment pour objectif de vouloir réduire les heures d'ouvertures des enseignes, alors même que les salariés sont tous volontaires ? ■

Gérard ATLAN

président du Conseil du Commerce de France



La France accueille chaque année plus de 80 millions de touristes et Paris reste bien sûr l'une des destinations les plus prisées au monde. Si cet engouement est flatteur, il représente aussi une véritable opportunité pour les commerçants. Les touristes, et notamment la clientèle asiatique, sont aujourd'hui tout aussi épris de shopping que de culture et attendent un accueil et un service de top niveau. Les enjeux économiques sont considérables et les commerçants l'ont bien compris. Ils doivent s'adapter pour répondre aux exigences de cette clientèle : offrir une souplesse d'ouverture et un service haut de gamme. La formation des vendeurs et la pratique des langues étrangères sont également des facteurs déterminants. ■

Claude BOULLE

président exécutif de l'Union du Grand Commerce de Centre-Ville (UCV)



Champions mondiaux de la mode et du luxe, des cosmétiques, de la maroquinerie et des accessoires, de l'art de vivre et de la gastronomie, nous ne maintiendrons notre rang que si nous parvenons à adapter notre offre aux attentes nouvelles des touristes, que ce soit en termes de qualité d'accueil, de gamme de produits, de concepts commerciaux, de saisonnalité ou d'horaires. Plus de 80 millions de visiteurs par an, la France est le seul pays au monde qui accueille un flux de touristes supérieur à sa population : qu'attendons-nous pour mieux valoriser les synergies qui existent entre tourisme et commerce ? ■



Philippe DEMONCHY

vice-président Tourisme de la CCI Paris



10 millions de touristes supplémentaires à Paris dans les 10 ans qui viennent ! Les commerçants et artisans doivent prendre conscience de cette prévision très positive de l'Organisation Mondiale du Tourisme et du potentiel de recettes que cela peut et doit générer. En mettant simplement en valeur votre savoir-faire et en personnalisant l'accueil des touristes en fonction de leurs nationalités, vous pourrez fidéliser une clientèle qui, par le bouche-à-oreille, recommandera votre adresse à des amis et relations. Le livret *Do you speak tourist ?* paru en juin de cette année et le site internet dédié sont à votre disposition pour optimiser vos actions dans ce sens. ■



Avec 29 millions de visiteurs en 2012, Paris figure parmi les destinations les plus prisées des touristes étrangers.

LES AMÉNAGEMENTS URBAINS - TRANSPORTS ET DÉPLACEMENTS ...au cœur de la vie économique...

Bernard IRION

vice-président Urbanisme et déplacements de la CCI Paris



Après des années passées à la direction d'entreprises et à la CCI Paris, j'ai plus que jamais la certitude que l'essor de l'économie parisienne repose sur la satisfaction de trois conditions :

- favoriser la création, le développement et la reprise d'entreprise,
- desserrer la contrainte foncière,
- assurer la fluidité des personnes et des marchandises.

Or, deux de ces trois conditions relèvent directement de l'aménagement urbain. C'est dire que les questions d'aménagement et de transport sont au cœur du développement économique de la capitale. ■

Julien BARGETON

adjoint au maire de Paris, chargé des déplacements, des transports et de l'espace public



Nous voulons préserver le commerce et l'artisanat à Paris car les qualités de proximité et de disponibilité s'inscrivent dans le projet d'une ville durable respectueuse de l'environnement qu'il faut défendre.

C'est le sens de la charte de projets en faveur d'une logistique urbaine durable à Paris que nous avons signée au mois de septembre avec plusieurs partenaires, dont la Chambre de commerce et d'industrie départementale de Paris. ■

Jean-Louis SCHILANSKY

président du MEDEF Paris



L'économie parisienne possède, notamment grâce à son activité commerciale, de nombreux atouts qu'elle doit conserver. Paris se doit en effet de rester attractive face au dynamisme des métropoles émergentes ou même européennes. Fluidification des déplacements professionnels et de la logistique, développement des projets d'urbanisme d'envergure, des politiques « business friendly » et de lutte contre l'insécurité sont autant d'enjeux pour les entrepreneurs et les commerçants parisiens. Ce sont les messages que le MEDEF Paris livre à tous les candidats aux élections municipales de Paris en 2014. Pour que nos entreprises et nos commerces se développent. ■



La mise à double sens des Grands Boulevards est effective depuis décembre 2012.



Travaux de voirie, rue de Rivoli (1^{er}).

...en concertation avec le monde du commerce

Bruno BLANCKAERT

président de l'association pour la défense des intérêts des commerçants et artisans des Grands Boulevards (2^e, 9^e, 10^e)



1999 : A l'initiative des commerçants, le Comité de pilotage des Grands Boulevards demande la mise en double sens des Grands Boulevards.

20 décembre 2012 : inauguration du double sens.

Patience et volonté sont les vertus nécessaires pour faire évoluer notre grande et belle ville... ■

Mathieu GUYON

président de l'association des commerçants Louvre-Rivoli (1^{er}), membre associé de la CCI Paris



Lorsque les chantiers de voirie s'éternisent, nos boutiques agonisent ! Elles ne sont plus ni visibles, ni accessibles et les baisses de chiffres d'affaires que nous subissons ne nous permettent plus de faire face aux charges. Pourquoi dès lors, en cas de travaux importants sur la voie publique, ne pas accorder aux commerçants un moratoire sur certaines taxes, comme celle de voirie ? ■

Des rues animées...

Frédérique CALANDRA

maire du 20^e arrondissement



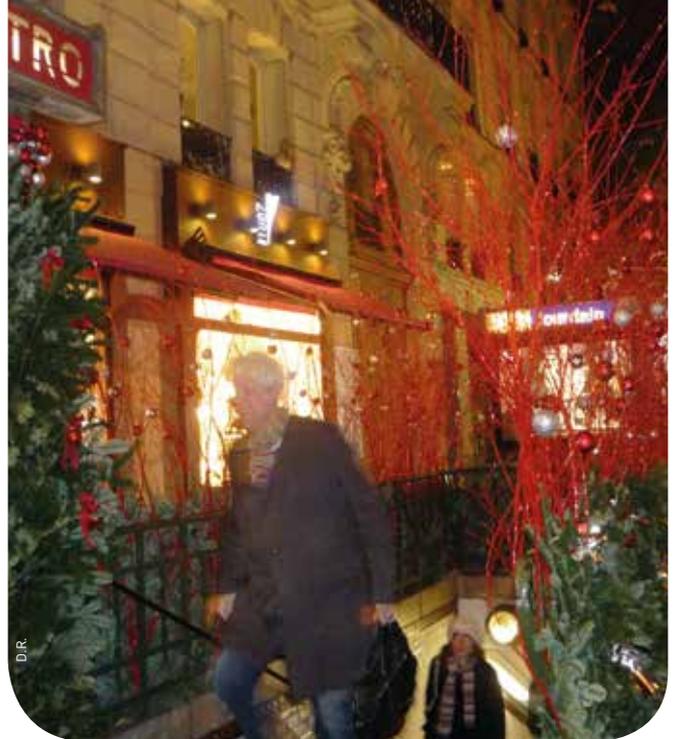
La municipalité du 20^e attache une grande importance aux associations de commerçants qui jouent un rôle indispensable d'interlocuteurs des pouvoirs publics en matière d'animation et d'attractivité des quartiers, de développement du tourisme (par exemple, les festivités autour de l'anniversaire de la mort d'Edith Piaf), mais aussi de prévention et de sécurité. Elles sont des actrices du bien vivre ensemble sur l'espace public et témoignent également d'un esprit de solidarité. Notre arrondissement faisant la part belle aux commerces, à l'artisanat et aux très petites entreprises, le soutien au regroupement d'acteurs économiques locaux représente donc un enjeu majeur pour la Mairie. ■

Laurent DEMONCY

président du Hameau de Belleville-Pyrénées-Jourdain (19^e et 20^e)



Promouvoir, dynamiser, animer notre quartier de Belleville-Pyrénées-Jourdain, tel est notre credo ! Cette année, nous avons placé la barre très haut avec l'organisation de la commémoration des 50 ans de la disparition d'Edith Piaf. Un événement à fort retentissement, à la hauteur du talent de la chanteuse et de son amour pour Belleville. Les clés de la réussite pour la réalisation d'une telle animation ? Mobiliser toutes les forces vives, tous les talents d'un quartier : ses commerçants bien sûr, mais aussi ses habitants, ses artistes et ses associations ! Chacun y apporte son enthousiasme, ses idées et son savoir-faire dans son domaine de prédilection. ■



Les sorties du métro Jourdain décorées et illuminées par les commerçants (19^e-20^e).



Le grand pique-nique annuel du Faubourg Saint-Germain (7^e).

Serge GUILLOUX

président du Faubourg Saint-Germain (7^e)



Assurer le développement économique et commercial de notre quartier, c'est créer des animations annuelles culturelles fortes et incontournables. Cela favorise et privilégie des moments de rencontre, d'échanges et de partage entre riverains, boutiques, entreprises et visiteurs et permet ainsi de créer un véritable " esprit de quartier ". ■



Illumination Place Saint-Germain-des-Prés (6^e)

...des rues illuminées...

Michèle RAYER

présidente de l'association des commerçants de l'avenue de Versailles (16^e)



Paris restera-t-elle la " ville lumière " ? Nos quartiers pourraient être condamnés à demeurer dans le noir pendant les fêtes de fin d'année, si les contraintes pour illuminer nos rues ne sont pas levées : refus d'autorisation de la part des services de la voirie parisienne, difficultés d'accès au logiciel dédié qui n'a de " sympa " que le nom, barrages administratifs pour obtenir une subvention qui est attribuée de plus en plus tard. Les pouvoirs publics doivent nous aider pour que la capitale conserve son rayonnement international ! ■

Miroslav SILJGOVIC

président du Comité Saint-Germain-des-prés (6^e)



" C'est la nuit qu'il est beau de croire à la lumière " (Edmond Rostand). Grâce à la très belle cohésion des adhérents du Comité Saint-Germain-des-Prés et à leur générosité, chaque année notre boulevard se pare de lumières, célébrant ainsi l'esprit de Saint-Germain. ■

Diane de SAINT-ALBAN

présidente de l'association des commerçants de l'avenue des Ternes (17^e)



Paris " ville lumière "... Chaque année, de nouvelles associations de commerçants se mobilisent pour illuminer les rues malgré de nombreuses difficultés. Nous savons que les touristes se déplacent pour les découvrir. Elles favorisent le dynamisme économique et font rêver petits et grands. A quand une implication plus importante de la Ville de Paris ? ■

...des rues et des commerces plus sûrs...

Bernard BOUCAULT

préfet de police



Commerçants, artisans, petites entreprises : le site Internet "cesplussur" de la Préfecture de police vous aide à améliorer la sécurité de votre commerce. L'inscription est gratuite. Vous bénéficiez d'un accompagnement personnalisé assuré par des policiers spécialisés en matière de prévention. En outre, un système d'alerte SMS vous tient informé de l'actualité dans ce domaine. Avec "cesplussur", faites le choix de la sûreté. ■



Le site internet "CESPLUSSUR" est dédié à la sécurité des commerçants.

PATRICK MOLHO

président de l'association des commerçants et entreprises de la rue de Rennes et de ses abords (6^e), et du Comité des associations de commerçants de Paris (CACP)



Paris, première destination touristique, voit depuis quelques années ses rues commerçantes de plus en plus envahies par une mendicité active et passive, qui crée pour les touristes, les Parisiens et les commerçants une insécurité croissante. Les commerçants parisiens qui participent à l'attractivité touristique de la capitale, demandent à la Ville de Paris (avec le concours de la Préfecture de police) de prendre toutes les mesures nécessaires (arrêtés municipaux...) pour contrôler, voire interdire cette mendicité, afin de rétablir la tranquillité et la sécurité dans nos rues. ■

Xavier CASTEX

président de l'association des commerçants du quartier Ordener (18^e)



La sécurité des commerces passe avant tout par la protection des biens et des personnes mais également par la pérennisation de l'activité. J'en suis d'autant plus conscient que j'exerce à mon compte et en agence le métier d'assureur-conseil. J'ai constaté qu'en nous associant en tant que commerçants, nous pouvons, d'une part, nous adresser d'une seule voix aux autorités publiques et d'autre part, mettre en valeur le patrimoine économique et commercial, notamment rue Ordener, pour la plus grande satisfaction des habitants et des touristes. ■

Frédéric LOUP

président de l'association des commerçants du Haut Montmartre (18^e), membre associé de la CCI Paris



Montmartre, petit village romantique avec sa place du Terre, ses terrasses, ses cabarets, ses artistes peintres et le Sacré Cœur, reçoit chaque année plusieurs millions de visiteurs. Qu'ils viennent de France ou du monde entier, ils sont toujours bien accueillis. J'en veux pour preuve, la fréquentation sans cesse grandissante de notre quartier. Montmartre, c'est aussi sa Fête des Vendanges, ses Illuminations, son marché de Noël... Tout ceci ne peut exister en harmonie que si les autorités veillent à la sécurité des lieux et des personnes, et à la valeur du foncier qui, l'un comme l'autre, augmentent en ces temps de crise. ■



Illuminations dans le Haut Montmartre (18^e).

...des rues impliquées...

Rosa TANDJAOUI

présidente de l'association Activ' Flandres (19^e)



Nos élus le savent, la diversité et la multiplicité des commerces participent à l'embellissement de nos quartiers. Plus encore, nous contribuons collectivement à l'animation et à la sécurisation des parcours des habitants. Nous sommes également un maillon fort du lien social à l'égard de nos aînés. Nous, commerçants de proximité, représentons près de 60% des emplois dans le secteur et avons une grande capacité à former nos équipes. Aussi, je suis convaincue que nous sommes des partenaires à part entière de nos collectivités territoriales sur les questions du commerce, de l'emploi, du tourisme, et même de l'aménagement... Qu'elles n'hésitent pas à nous consulter ! ■



Le quartier des Abbesses, au pied de la Butte Montmartre attire des milliers de touristes.

Paule-Mélanie MATCHUN

présidente de l'association des artisans et commerçants de Saint-Blaise (20^e)



Avant le lancement du programme d'aménagement et de redynamisation, les commerçants de Saint-Blaise se sentaient isolés. L'association, née en décembre 2011, a créé des liens entre eux. Elle a aussi permis de développer les relations avec les pouvoirs publics et de donner une nouvelle visibilité au quartier et à ses commerçants. Saint-Blaise est un quartier vivant et attachant qui mérite une meilleure image. ■

Josiane GAUDE

présidente de l'Union des Commerçants, Industriels, Artisans et Prestataires de services du 7^e arrondissement (UCIAP 7^e)



Avec près de 800 adhérents, l'UCIAP 7^e puise sa force dans le nombre et la grande diversité des activités qu'elle représente. Commerçants de proximité, grandes enseignes, artisans, métiers d'art, professions libérales et médicales font la richesse et le dynamisme de notre association. Continuons à nous regrouper, afin d'être toujours plus efficaces, professionnels, dynamiques et solidaires ; avec pour principal objectif de défendre le commerce, l'artisanat et la création, tout en valorisant le lien réel entre les résidents et les acteurs économiques de notre arrondissement. ■

Sylvie FOURMOND

présidente de l'association des commerçants Lepic-Abbeses (18^e)



Depuis plus de trois ans, les commerçants des Abbesses se mobilisent pour obtenir l'inscription de leurs rues dans le périmètre de la zone touristique de Montmartre. Situé au pied de la Butte, notre quartier attire de fait des milliers de touristes. Ces derniers ont besoin de trouver des commerces ouverts, y compris le dimanche. Pour les commerçants, artisans et créateurs des Abbesses, l'ouverture dominicale représente un enjeu important en termes d'attractivité et d'équilibre financier. Leur sentiment d'appartenance à Montmartre est fort et la notion d'accueil primordiale. ■

Jean-Paul CARRON

président de l'association des commerçants Vaugirard-Convention (15^e)



En quatre décennies de présidence, j'ai vu se modifier considérablement le paysage commercial de nos rues et la composition de notre association. D'une majorité de commerçants indépendants solidaires et amis, nous sommes passés à une majorité de grandes enseignes, d'assureurs, de mutuelles et même de banques, pour la plupart indifférents au voisinage et aux actions des associations de commerçants. Comment dans ces conditions maintenir le dynamisme local ? ■



La rue Saint-Dominique (7^e)

ATTRACTIVITÉ COMMERCIALE

...des boutiques accueillantes et accessibles



Restaurant La Librairie (16^e), finaliste du prix Paris Shop & Design 2012.

Nelly RODI

vice-présidente Création, mode, design de la CCI Paris



Paris et sa région flairent " l'air du temps " ! L'attractivité économique et touristique de Paris passe par la modernité des lieux qui correspondent aux attentes des consommateurs d'aujourd'hui. Le design, vecteur de cette modernité, est une des clés du succès de nos boutiques.

Jouons le jeu ! Faisons appel à la créativité et au talent de nos designers pour transformer et enrichir nos points de vente, renouvelons nos vitrines pour faire rêver nos clients d'ici ou d'ailleurs, en un mot, créons l'effet " waouh ! " attendu par le monde entier ! ■



Nicole LHOSTE

présidente de l'association des commerçants Legendre-Batignolles (17^e)



Pour attirer la clientèle, l'accueil est une composante essentielle. Mais cela ne suffit pas... L'amplitude des horaires d'ouverture et le lieu d'accueil sont tout aussi importants. L'amplitude des horaires, pour s'adapter au rythme de vie du quartier. Le lieu d'accueil, pour recevoir son client chaleureusement dans une ambiance de bien-être. Si tous ces éléments sont réunis, cela va au-delà de l'acte commercial. C'est une relation de partage et d'échange qui s'instaure entre le commerçant et son client. Le commerçant, c'est la vitrine d'un quartier. Si la vitrine est belle, alors mon client reviendra. ■

Eric LEFEBVRE

président de l'Union Professionnelle des Fromagers de l'Île-de-France



La Fédération Nationale des Détaillants en Produits Laitiers (FNDPL) et ses syndicats ont pris l'initiative d'éditer un Guide de l'Accessibilité des Commerces, afin d'informer et préparer nos adhérents à l'application de la loi qui impose l'accès des commerces à tous au 1^{er} janvier 2015. Néanmoins, conscients que cette problématique s'adresse plus largement à tous, nous avons choisi d'en faire bénéficier toutes les organisations professionnelles et organismes consulaires en les autorisant expressément à réutiliser les textes et illustrations de notre guide. ■

Véronique DUBARRY

adjointe au maire de Paris, chargée des personnes en situation de handicap



Il existe certes des possibilités de dérogations, mais il ne faut pas cesser de se demander, même si l'on est dans l'impossibilité d'appliquer certaines règles, comment rendre son établissement accessible à un maximum de clients. Il existe des mesures simples et pas forcément coûteuses. Le mieux est d'en discuter avec les personnes concernées ; elles sont toujours les meilleures expertes. ■

Brigitte KUSTER

maire du 17^e arrondissement



La loi sur l'accessibilité des établissements relevant du public (ERP) est à la fois un grand mouvement de solidarité vers les personnes handicapées et un défi de taille à relever pour les commerçants. Pour autant, il appartient d'informer et d'accompagner au maximum les commerçants (information, diagnostic,...) à qui il est demandé un effort significatif. C'est en réalité un défi collectif à porter pour réussir ce passage vers une meilleure accessibilité. Dans le 17^e, nous avons à cœur de participer à cette avancée, en particulier grâce au concours de la CCI. ■



Tous les commerces devront être accessibles aux personnes handicapées d'ici le 1^{er} janvier 2015.

Des métiers à défendre...

Georges MARGARITAKIS

président de l'association des commerçants du haut Muffetard " Les Villages de Muffetard "



Il faut qu'on arrête de laisser entrer dans la profession de l'hôtellerie-restauration des " parachutés ". Notre profession doit être réglementée si nous voulons sauvegarder la réputation d'une gastronomie à la Française. La formation de nos cuisiniers doit s'acquérir en école hôtelière et nulle-part ailleurs. Il en va de l'image de nos métiers et de nos savoir-faire. ■

Didier CHENET

président du Synhorcat



Un label " restaurant " pour une cuisine " faite maison ". Le " fait maison " reprend point par point la définition que nous avons retenue dans notre proposition visant à la protection de l'appellation " restaurant ". Le Synhorcat veillera à ce que ces deux conditions : définition du " fait maison " et logo d'état, soient effectivement inscrites dans la loi. Si tel est le cas, cette mesure sera un premier pas vers plus de transparence et la protection future de l'appellation " restaurant ". Il est désormais de la responsabilité du gouvernement de donner vie à ce label et ce logo pour qu'ils deviennent une exigence des clients. ■

Patrick ABOUKRAT

président du Comité des Francs-Bourgeois (3^e-4^e)



Les détaillants multimarques doivent faire face à une spirale infernale de ventes à prix réduits (promotions en séries, soldes flottants, ventes privées...) qui ne respectent plus les saisons, ni la création, ni les consommateurs ! Soucieux de préserver la créativité et la qualité de nos collections, nous demandons, depuis des années, une nouvelle harmonisation du marché pour arrêter cette machine infernale qui dégrade non seulement notre métier mais tout le paysage commercial. Commençons par supprimer les soldes flottants puis une meilleure définition des dates de soldes. Nous inviterons ensuite, fabricants et grands magasins à parler du futur de notre marché. ■



Élèves cuisiniers, École Ferrandi (6^e).



Shopping, rue des Francs-Bourgeois (3^e-4^e).



Le marché d'Aligre (12^e).

Romain DADOUN

gérant de la SARL Dadoun, gestionnaire de marchés



Les marchés de Paris, c'est la force de la tradition dans la modernité. Au service des parisiens depuis des siècles, les marchés de Paris sont des lieux de vie conviviaux au cœur des quartiers qui contribuent au dynamisme économique de la capitale. Ne se laissant pas affaiblir par le poids de la tradition, les marchés de Paris se sont multipliés, diversifiés; ils se sont adaptés aux attentes des parisiens en matière d'alimentation biologique, d'horaires d'ouverture avec la création de marchés d'après-midi et en matière de style de vie avec le lancement, à notre initiative, de cours de cuisine sur les marchés. ■

...une diversité commerciale à préserver...

Lyne COHEN-SOLAL

adjointe au maire de Paris, chargée du commerce, de l'artisanat et des métiers d'art



La diversité commerciale fait la richesse et l'attractivité de notre Ville. Des grands magasins aux boutiques indépendantes, des boulangeries aux grossistes textiles, c'est un équilibre complexe qu'il est nécessaire de préserver pour une cohabitation harmonieuse des riverains, touristes ou acteurs économiques. Consciente de cet enjeu, la Ville de Paris n'a pas hésité dès 2004 à missionner la Semaest en la dotant de moyens pour préempter des murs de locaux commerciaux afin de préserver ou réimplanter du commerce de proximité. Une initiative remarquable et étudiée par de nombreuses villes. ■



Magasin de jouets installé dans le 10^e arrondissement par la Semaest (Opération Vital'Quartier).

Bernard COHEN-HADAD

président de l'association des commerçants de la Porte Brunet (19^e) et du Think Tank Etienne Marcel



Paris ce n'est pas seulement de l'Histoire, des monuments, des attractions, c'est aussi une mosaïque de talents. Ce sont des rues colorées qui vivent grâce à des commerces et des marchés. Ce sont aussi des odeurs et des souvenirs indicibles. C'est cette vie économique de proximité qui crée une ambiance particulière, tisse notre lien social, protège nos savoir-faire. Et qu'il convient de protéger et d'encourager... ■

Louis COUASON

président du RSI Ile-de-France Centre



Améliorer, simplifier et consolider la protection sociale des entrepreneurs sont trois objectifs prioritaires pour les années à venir : Elus et experts du RSI travaillent ensemble pour formuler régulièrement des propositions à l'État. Nous connaissons les préoccupations des indépendants, partageons leurs difficultés, travaillons en réseau avec les partenaires. Les progrès sont significatifs : développement de l'offre de services en ligne, simplification de la déclaration sociale. ■

Philippe DUCLOUX

président de la Semaest, adjoint au maire de Paris



Le commerce en pied d'immeuble est un élément structurant de nos quartiers, un atout indispensable pour la qualité de vie des Parisiens, mais également une composante forte du lien social. Ces activités de proximité sont toutefois menacées du fait de l'augmentation des coûts locatifs et de la pression de la monoactivité. C'est pourquoi, depuis 2004, à travers ses opérations Vital'Quartier, la Semaest maintient ou installe, dans plusieurs quartiers parisiens prédéfinis, des commerces de proximité, tels que les commerces de bouche ou les librairies, avec des loyers compatibles avec leur activité. Depuis, plus de 300 boutiques ont été ainsi installées, rendant la vie plus facile et plus agréable aux riverains. ■



...des rues de marchés à protéger...

Pierre LIÉNARD

président de l'association de défense et d'animation de la rue Montorgueil (2^e)



Montorgueil, Mouffetard, Cler, Aligre, Poncelet, Daguerre, Dejean, Cadet... la liste est longue de ces rues piétonnes ou semi-piétonnes aux ambiances villageoises qui nourrissent et animent le cœur de Paris. Ces rues de marchés n'ont pour le moment aucune existence juridique. Pour les protéger et prendre en compte leur particularité, il faudrait un classement officiel des rues de marché. J'appelle mes confrères représentants d'associations de commerçants de ces rues à y réfléchir, ainsi bien sûr que la municipalité. ■

Sylvie CARRÉ

présidente de l'association des commerçants du bas Mouffetard " Village Mouffetard " (5^e)



Depuis dix ans, je propose à la Ville de réunir les représentants des rues de marché de Paris, afin d'étudier leur classement. Il s'agirait de définir les critères de sélection, de labellisation de ces rues (histoire, vocation alimentaire variée,...), de prévoir la protection des façades et pavements, de protéger ces rues des changements de destination commerciale, afin d'éviter leur disparition annoncée. Car si le P.L.U. a tenté de contrer la raréfaction des artisans alimentaires, cette disposition, trop timide, a vite été détournée par les bailleurs. Nous sommes les derniers dinosaures d'un commerce de proximité qui tisse des liens sociaux dans la capitale ; il est temps de stopper l'érosion de ce patrimoine parisien ! Je me tiens à la disposition de la Ville pour en discuter et poser les bases d'une commission d'étude du classement et du statut des rues de marché de Paris. ■



La rue Montorgueil, au cœur de Paris (1^{er}-2^e).



Commerces alimentaires, rue Mouffetard (5^e).

Écoute, pragmatisme et réglementation

Philippe GLUZMAN

président de l'association des commerçants Cinq sur Cinq (5^e)



Paris ville-musée ou capitale du shopping et de la vie nocturne ? Face au durcissement dans l'application des réglementations en matière de terrasses, étalages et animations organisées sur la voie publique, nous, commerçants et restaurateurs nous interrogeons sur le devenir commercial et touristique de la capitale. Sans vouloir remettre en cause les réglementations existantes, nous souhaiterions plus de pragmatisme (et une meilleure analyse des situations), ainsi que plus d'écoute et de tolérance dans l'application de celles-ci. Pour que Paris conserve sa réputation de " ville lumière " et festive ! ■

Jean-Pierre OLIVIER

président de l'UCARP Saint-Martin République (3^e-10^e-11^e)



Certains lobbies font de l'activisme contre les terrasses, leurs dimensions et leurs horaires d'ouverture. Ils tentent de nous faire croire à une nouvelle guerre opposant les riverains et les commerçants. Il n'en est rien bien au contraire. Sans nier les nuisances provenant de quelques commerçants indisciplinés qui méritent d'être sanctionnés, les riverains, dont je suis, savent bien qu'en réalité la multiplicité et la diversité des commerces participent à l'animation, à la sécurisation et à la propreté de nos quartiers. Ils créent du lien social et de l'emploi. Y compris en soirée ! ■

Florian POIRSON

président de l'association des Commerçants du Haut 8^e



Les terrasses Parisiennes, véritable reflet de l'ambiance de nos rues à l'international, montrent par leur diversité, leur convivialité, leur qualité et leur fréquentation que Paris est accueillante et festive. Les commerçants et les pouvoirs publics se doivent de préserver ce patrimoine vivant unique. ■



Développer, renforcer, moderniser le tissu commercial

Hervé DARRACQ

directeur du centre commercial Italie Deux (13^e),
membre associé de la CCI Paris



Les centres commerciaux sont des vecteurs essentiels de croissance économique. Ce sont des créateurs d'emplois tout d'abord : en France ils emploient 420 000 personnes et créent en moyenne 15 000 nouveaux postes par an. Ils sont également des catalyseurs de rénovation urbaine, au cœur des projets d'urbanisme d'aujourd'hui : le pouvoir d'attractivité d'un centre commercial sur une zone est désormais indéniable. ■

Jean-François ROUBAUD

président de la CGPME



Les commerçants restent pessimistes face à la crise qui s'installe durablement. La baisse d'activités, la hausse des charges, le manque de visibilité des décisions les concernant les rendent peu confiants sur l'avenir. Ils observent les grandes surfaces qui s'agrandissent ou se multiplient, leurs conditions d'exploitation qui se durcissent (circulation, stationnement, insécurité, publicité extérieure, pollution lumineuse, contribution foncière...). La CGPME demande de placer comme priorité la lisibilité et la pérennité des décisions du gouvernement qui touchent en particulier les commerçants. Nos petites structures ont besoin de stabilité et de visibilité car diriger, c'est anticiper. ■



Avec 62 000 commerces et services, Paris bénéficie d'une offre commerciale exceptionnelle.



Le nouvel univers lounge et design du Centre Italie Deux (13^e).



Le nouveau Centre Beaugrenelle ouvert depuis le 23 octobre 2013 (15^e).

Bertrand MUNCH

préfet, secrétaire général de la Préfecture de région Ile-de-France, Préfecture de Paris



Depuis l'entrée en vigueur de la Loi de Modernisation de l'Économie de 2008 dont l'ambition est de développer la concurrence dans le secteur de la distribution et d'instaurer une procédure compatible avec la règle communautaire, la Commission départementale d'aménagement commercial (CDAC) de Paris s'est réunie à 30 reprises et a examiné 57 dossiers. La plupart ont fait l'objet d'une décision favorable. Des grands dossiers emblématiques, citons l'extension de l'ensemble commercial des Halles, la création de la " nouvelle Samaritaine " et la restructuration du " nouveau Beaugrenelle ". ■

Maurice BANSAY

président fondateur d'Apsys (promoteur et associé de la SCI Beaugrenelle)



Beaugrenelle, l'attraction universelle ! Sur la Seine, plus belle avenue de Paris, à deux pas de la Tour Eiffel, Beaugrenelle constitue tout à la fois une magnifique vitrine commerciale pour la capitale et une locomotive pour le 15^e arrondissement. Sous l'égide de la CCI Paris, des actions de codéveloppement sont mises en œuvre pour maximiser les retombées bénéfiques pour le quartier et toutes ses rues commerçantes. ■

Dominique ALBA

directrice générale de l'APUR (Atelier Parisien d'Urbanisme)



Le commerce est un élément fondateur de la ville, lieu d'échange par essence : marchés, boutiques, rues commerçantes, centres commerciaux et maintenant relais virtuels participent de la transformation des villes, de leurs espaces publics et des pratiques sociétales. Les agences d'urbanisme ont un rôle essentiel à jouer dans la préservation de la diversité des expressions commerciales : mise en place de bases de données puissantes comme la BDcom parisienne constituée avec la CCI et la Ville de Paris, études pour veiller aux équilibres et suivre la vacance, conseil pour que les PLU intègrent des règles spécifiques aux commerces. Ces travaux montrent qu'acteurs publics et privés peuvent échanger et travailler pour l'enrichissement de la diversité commerciale si indispensable dans les villes. ■

Philippe SOLIGNAC

président de la Chambre de commerce et d'industrie départementale de Paris



Par les services qu'ils rendent aux particuliers comme aux entreprises, les emplois qu'ils génèrent et l'animation qu'ils suscitent, les commerces de proximité participent pleinement à la qualité de la vie urbaine. Les informer, les former, les accompagner au quotidien et défendre leurs intérêts, tel est le rôle de la CCI Paris, pour que le commerce reste l'un des éléments-clés de la vie économique de la capitale. ■

Christian LE LANN

président de la Chambre de métiers et de l'artisanat de Paris



L'apprentissage constitue un mode de formation qui a toujours été plébiscité par les entreprises artisanales. Plus de 50% des dirigeants de notre secteur sont passés par cette voie. La relation tripartite, entreprise, CFA, "apprenant" contribue à prendre en compte les besoins en compétences de nos professions. La Chambre de métiers et de l'artisanat de Paris soutiendra toute mesure volontariste qui permettra à nos entreprises d'accueillir des jeunes et aux centres de formation de nos secteurs de mettre en œuvre les formations en parfaite adéquation avec nos besoins. ■

La nouvelle charte pour une logistique urbaine durable, signée le 18 septembre 2013, encourage entre autres le transport fluvial.



© Phovoir/CCI-Paris-Ile-de-France

La vie des associations

BIENVENUE À :

L'association des commerçants de la rue Poissonnière-ACP (2^e), Florence Botrel (coiffeuse), présidente – Tél. 01 40 13 07 65

L'association de commerçants de la rue Condorcet (9^e), André Navellou (fleuriste), président
Tél. 06 88 24 70 24

ACCESSIBILITÉ : DES COMMERCES POUR TOUS

Conférences-débat :

- le 22 novembre à la mairie du 3^e arrondissement pour les commerçants du 3^e de 15 h à 17 h.
- le 25 novembre à la mairie du 4^e arrondissement pour les commerçants du 4^e de 15 h à 17 h.

Participation gratuite – Inscription obligatoire

Contact : CCI Paris

A. Bayol - Tél. 01 55 65 46 35 - abayol@cci-paris-idf.fr

L.Graziani - Tél. 01 55 65 47 50 - lgraziani@cci-paris-idf.fr

Une nouvelle charte " marchandises " pour les livraisons à Paris

Le maire de Paris, les représentants des chambres consulaires et les différents acteurs de la logistique parisienne (transporteurs livreurs, chargeurs, organisations professionnelles, préfecture de police) ont signé, le 18 septembre 2013, la " charte en faveur d'une logistique urbaine durable ". Ce nouveau document, élaboré dans un esprit de concertation, affiche clairement la volonté de développer une logistique urbaine favorable au dynamisme économique. Tout en s'inscrivant dans le prolongement de celle signée en 2006, cette charte vise à franchir une nouvelle étape avec la mise en œuvre de 16 projets en faveur du développement de formes d'approvisionnement innovantes et plus respectueuses de l'environnement.

En savoir plus : www.commercedeparis.fr

Commerce de Paris

Directeur de la publication : Pierre Trouillet – Président du comité de rédaction : Gérald Barbier – Graphisme et maquette : Nicolas Guilloux, Emilie Chevat 5034-2013/CICERO. Rédaction : Gaëlle Le Puth.

Crédits photos : E. Garault/CCI Paris Ile-de-France - F. Daburon/CCI Paris Ile-de-France - Thomas Appert / Chambre de métiers et de l'artisanat de Paris - Thierry-Samuel / Synhorcat - Emmanuel N'Guyen Ngoc / Mairie de Paris. - Studio Harcourt.

Ont participé au comité de rédaction de ce numéro les représentants d'association de commerçants : Sylvie Carré (5^e), Jean-Paul Carron (15^e), Marie-Claude Cavel (7^e), Xavier Castex (18^e), Nathalie Choquet (19^e-20^e), Cécile Claris (5^e), Hervé Darracq (13^e), Josiane Gaude (7^e), Philippe Gluzman (5^e), Mathieu Guyon (1^e), Pierre Liénard (2^e), Patrick Molho (6^e), Jean-Pierre Olivier (3^e, 10^e, 11^e), Florian Poirson (8^e), Aurèle Sarfati (2^e, 9^e, 10^e). Dépôt légal : 4^e trimestre 2013 / ISSN : 1291 – 6846 / Impression : France Repro.



Les associations de commerçants sont sur
commercedeparis.fr