



La CCIP Hauts-de-Seine veille au développement équilibré des centres-villes du département

En 10 ans, entre 1999 et 2008, les agences bancaires et immobilières ont vu leur nombre croître de 8% pour les premières et de 30% pour les secondes, contre une hausse de seulement 1% pour l'ensemble des commerces. Ces agences représentent ainsi en 2008 près de 7% des commerces du département, contre 4,6% à Paris ou 4,8% en Seine-Saint-Denis.

Le constat et les préconisations de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris Hauts-de-Seine...

Lors de l'élaboration du SDEC (Schéma de Développement Commercial) en 2004, les collectivités territoriales des Hauts-de-Seine mentionnaient déjà leur inquiétude quant à l'implantation ciblées et répétée des ces agences, et à ses conséquences sur la fragilisation des pôles commerciaux.

Le développement des agences bancaires et immobilières se concentre sur les centralités commerciales des communes, qui connaissent des taux de croissance de ces agences plus élevés que sur le reste du territoire.

Leur expansion est d'autant plus visible que ces activités s'implantent généralement sur des emplacements commerciaux stratégiques, comme certains angles de rues ou places commerçantes, qui bénéficient d'importants flux piétonniers et automobiles.

Or, si les agences bancaires sont indispensables au bon fonctionnement du pôle commercial, notamment par leurs activités de retraits d'argent, elles dispensent néanmoins un service limité à leurs clients, alors même qu'elles occupent des locaux fortement consommateurs d'espace sur des emplacements attractifs.

Forte de ce constat et attentive au maintien du dynamisme et de la diversité des centralités commerciales, la Chambre de commerce et d'industrie de Paris Hauts-de-Seine, présente, en conclusion de son étude, ses propositions pour inciter les réseaux bancaires à s'investir davantage dans le fonctionnement des centralités commerciales :

- Soutien plus accru à la création et à la reprise des fonds de commerces stratégiques pour le pôle commercial,
- Valorisation de l'espace occupé par leurs vitrines (animation de vitrines, adaptation des horaires d'ouverture à ceux du pôle commercial, etc..),
- Développement d'un partenariat soutenu avec les collectivités territoriales et les associations de commerçants.

Ces propositions, couplées à une veille sur la transmission des locaux des agences immobilières touchées par la crise économique, devraient permettre de rééquilibrer sur le long terme le paysage commercial de nombreux centres-villes du département.

Au service des 380 000 entreprises de Paris, des Hauts-de-Seine, de la Seine-Saint-Denis et du Val-de-Marne, la Chambre de commerce et d'industrie de Paris :

- Représente leurs intérêts auprès des pouvoirs publics
- Accompagne chaque étape de leur développement
- Forme leurs collaborateurs et futurs dirigeants
- Développe les foires, salons et congrès