

VILLE D'ISSY-LES-MOULINEAUX

Direction de l'Action Economique



**RAPPORT ANALYSANT LA SITUATION DU COMMERCE ET
DE L'ARTISANAT DE PROXIMITE ET
LES MENACES PESANT SUR LA DIVERSITE
COMMERCIALE ET ARTISANALE**

Avril 2008

SOMMAIRE

INTRODUCTION	2
I. L'ACTUELLE DIVERSIFICATION DU TISSU COMMERCIAL LOCAL MENACEE PAR L'EVOLUTION DE CERTAINES ACTIVITES	3
<u>A/ Des activités globalement en adéquation avec les besoins locaux</u>	3
- <i>Un poids de l'alimentaire et de l'automobile moindre, néanmoins attractif</i>	4
- <i>Les services aux particuliers et agences, des activités en plein essor</i>	4
- <i>Les commerces non alimentaires et hôtels-café-restaurants en position dominante</i>	4
<u>B/ Des développements tendant toutefois vers des représentations extrêmes</u>	5
- <i>Les secteurs alimentaires et non alimentaires, en recul, requièrent un suivi attentif</i>	6
- <i>Des services aux particuliers aux évolutions changeantes selon leur activité</i>	6
- <i>Une sur-représentation de restaurants et agences, défavorable à la diversité</i>	6
II. DE FUTURES MUTATIONS SUSCEPTIBLES D'ACCENTUER LA SPECIALISATION DES QUARTIERS	8
<u>A/ Des quartiers « structurants » en voie de spécialisation</u>	8
<u>B/ Des quartiers « de proximité » tournés vers l'alimentaire et les services</u>	10
<u>C/ Des quartiers « intermédiaires » qui peinent à trouver leur voie</u>	11
CONCLUSION	12

INTRODUCTION

L'économie, qui régit le marché de l'emploi et induit des projets d'aménagement stratégiques, est l'une des préoccupations majeures de la Ville d'Issy-les-Moulineaux. Outre quelques 850 entreprises et neuf marchés d'approvisionnement se déroulant sur quatre sites différents, notre Commune recense près de 700 commerçants et artisans qui œuvrent directement à son développement. Malheureusement, la liberté des prix a engendré, ces dernières années, une flambée de l'immobilier. De fait, seules quelques sociétés très organisées et disposant de ressources importantes peuvent aujourd'hui prétendre à l'occupation de surfaces autrefois dédiées exclusivement au commerce et à l'artisanat de proximité. Ces mêmes entités remettent ainsi en cause la satisfaction des besoins et attentes de chacun.

La loi n°2005-882 du 2 août 2005 en faveur des PME, est venue compléter le droit de préemption urbain, régi par le Code de l'urbanisme (art. L 211-1 et L 213-1) et permettant à une Collectivité territoriale de se substituer à l'acquéreur lors de la vente de biens. Fortes de cette législation, les Communes sont ainsi aujourd'hui susceptibles d'user de cette faculté également lors de la cession de fonds artisanaux, de fonds de commerce ou de baux commerciaux.

Elaboré à partir d'informations recueillies et actualisées régulièrement par la Direction de l'Action Economique, ce rapport, qui conditionne la mise en œuvre de ce droit de préemption, conformément au décret d'application n°2007-1827 en date du 27 décembre 2007 et paru au Journal Officiel le 28 décembre, procède à un état des lieux de l'équipement commercial et artisanal existant et entend analyser les menaces pesant sur sa diversité. Mais dans quelle mesure convient-il de considérer le commerce et l'artisanat de proximité menacé ? Afin de répondre à cette interrogation et d'étayer son argumentation, la Ville d'Issy-les-Moulineaux a, en outre, souhaité parer ce document d'une certaine neutralité et expertise et, dans ce contexte, sollicité l'accompagnement de la Chambre de Commerce de Paris Hauts-de-Seine, dont les principales données illustrent le présent rapport.

Si le tissu commercial d'Issy-les-Moulineaux présente, par conséquent, des activités globalement en adéquation avec les besoins de ses habitants et salariés, l'actuelle mutation urbaine qu'elle connaît est susceptible d'engendrer, voire d'accentuer la spécialisation commerciale d'ores et déjà annoncée de certains de ses quartiers.

I. L'ACTUELLE DIVERSIFICATION DU TISSU COMMERCIAL LOCAL MENACEE PAR L'EVOLUTION DE CERTAINES ACTIVITES

La Ville d'Issy-les-Moulineaux recense actuellement 708 cellules commerciales, dont 91 % en activité.

Si la majeure partie d'entre elles propose des produits et services répondant aux besoins des habitants et salariés, quelques unes viennent cependant menacer, de par leur prépondérance, la diversité commerciale.

A/ Des activités globalement en adéquation avec les besoins locaux

Les hôtels-café-restaurants ainsi que les commerces non alimentaires dominent l'offre commerciale. Les commerces/services automobiles et commerces alimentaires sont, au contraire, mathématiquement moindres, néanmoins suffisamment attractifs pour imprégner le tissu commercial isséen. Les services aux particuliers et agences s'affirment enfin comme des secteurs en plein essor.

Représentativité des commerces par secteur d'activité en 2008

SECTEUR D'ACTIVITE	2008	REPRÉSENTATIVITÉ	
		/ Secteur d'activité	/ Offre commerciale globale
Commerces alimentaires	70		10,9 %
Alimentation générale	21	30 %	3,3 %
Alimentation spécialisée	49	70 %	7,6 %
Commerces non alimentaires	153		23,7 %
Equipement de la personne	52	34 %	8,1 %
Equipement de la maison	13	8,5 %	2 %
Bricolage, jardinage	14	9,2 %	2,2 %
Sport, culture, loisirs	37	24,2 %	5,7 %
Hygiène, santé, beauté	37	24,2 %	5,7 %
Services aux particuliers	104		16,1 %
Equipement de la personne	24	23,1 %	3,7 %
Equipement de la maison	26	25 %	4 %
Sport, culture, loisirs	5	4,8 %	0,8 %
Hygiène, santé, beauté	49	47,1 %	7,6 %
Agences	106		16,4 %
Agences bancaires et d'assurance	36	34 %	5,6 %
Postes et télécommunications	8	7,5 %	1,2 %
Autres agences et services	62	58,5 %	9,6 %
Commerces et services automobiles	33		5,1 %
Hôtels, cafés, restaurants	179		27,8 %
Equipements hôteliers	17	9,5 %	2,6 %
Cafés, restaurants	163	91,1 %	25,3 %
TOTAL	645		100 %

- *Un poids de l'alimentaire et de l'automobile moindre, néanmoins attractif*

Les commerces alimentaires, tout d'abord, s'élèvent à 70 établissements, soit 10,9 % de l'offre commerciale globale. Au sein de ce secteur, l'alimentation spécialisée demeure majoritaire avec 49 établissements, tandis que l'alimentation générale se maintient grâce à une quinzaine d'épiceries/supérettes et de quatre grandes surfaces positionnées à des emplacements stratégiques du territoire, notamment au regard de leur proximité immédiate des transports : Auchan (5 330 m² de surface de vente) dans le quartier « La Ferme », Monoprix (3 000 m²) en « Centre ville », Inno (2 200 m²) installé depuis le printemps 2006 dans le quartier « Corentin Celton », enfin Intermarché (900 m²), plus excentré mais point d'animation crucial entre les quartiers « Centre Ville » et « Les Arches ».

L'offre commerciale la plus faible revient aux commerces et services automobiles. Ceux-ci affichent, en outre, un recul enclenché dès 2002, largement confirmé ces trois dernières années par une diminution de l'ordre de 30 %.

- *Les services aux particuliers et agences, des activités en plein essor*

Les services aux particuliers présentent une offre répartie de manière relativement équilibrée sur la Commune. L'hygiène-santé-beauté, dont les trois-quarts des établissements s'avèrent être des salons de coiffure, y est dominant à hauteur de 47 %. Les services liés à l'équipement de la maison sont essentiellement proposés par des artisans (électricité, peinture, plomberie, etc.), tandis que le sports-culture-loisirs témoigne d'une relative marginalisation avec seulement 5 établissements.

S'agissant du secteur des agences, qui recense tant les banques et assurances, les postes et télécommunications que les autres agences et services, celui-ci représente près de 16,5 % de l'offre commerciale globale. Les autres agences et services occupent une place prépondérante avec près de 59 %. Ce sont plus précisément les agences immobilières et d'intérim qui en constituent l'offre principale avec respectivement 44 % et 18 % de parts. Les trois-quarts des agences bancaires et d'assurance se révèlent enfin être des établissements bancaires.

- *Les commerces non alimentaires et hôtels-café-restaurants en position dominante*

Les commerces non alimentaires représentent près de 24 % de l'offre commerciale globale avec 153 établissements. L'équipement de la personne y demeure majoritaire avec une part supérieure à 30 %. Les domaines liés aux sport-loisirs-culture¹ et hygiène-santé-beauté² suivent dans des proportions équivalentes, avec plus de 24 % des parts de ce secteur et près de 6 % de l'offre globale. L'évolution de ces derniers s'inverse cependant dès

¹ presse et informatique principalement

² entre autres 20 pharmacies et 12 lunetteries

2005 puisque les premiers régressent de 21 %, tandis que les seconds progressent de 12 %. L'équipement de la maison et le bricolage-jardinage demeurent enfin en retrait en dépit de leur part non négligeable (environ 9 %).

Les hôtels-café-restaurants constituent, pour finir, le premier secteur commercial de la Ville, avec une domination sans ambiguïté des cafés et restaurants. Parmi ceux-ci, la restauration rapide demeure globalement minoritaire. Elle parvient toutefois à dépasser la restauration traditionnelle dans certains quartiers, à l'instar du « Val de Seine » ou des pôles Gallieni / Cresson en « Centre Ville ».

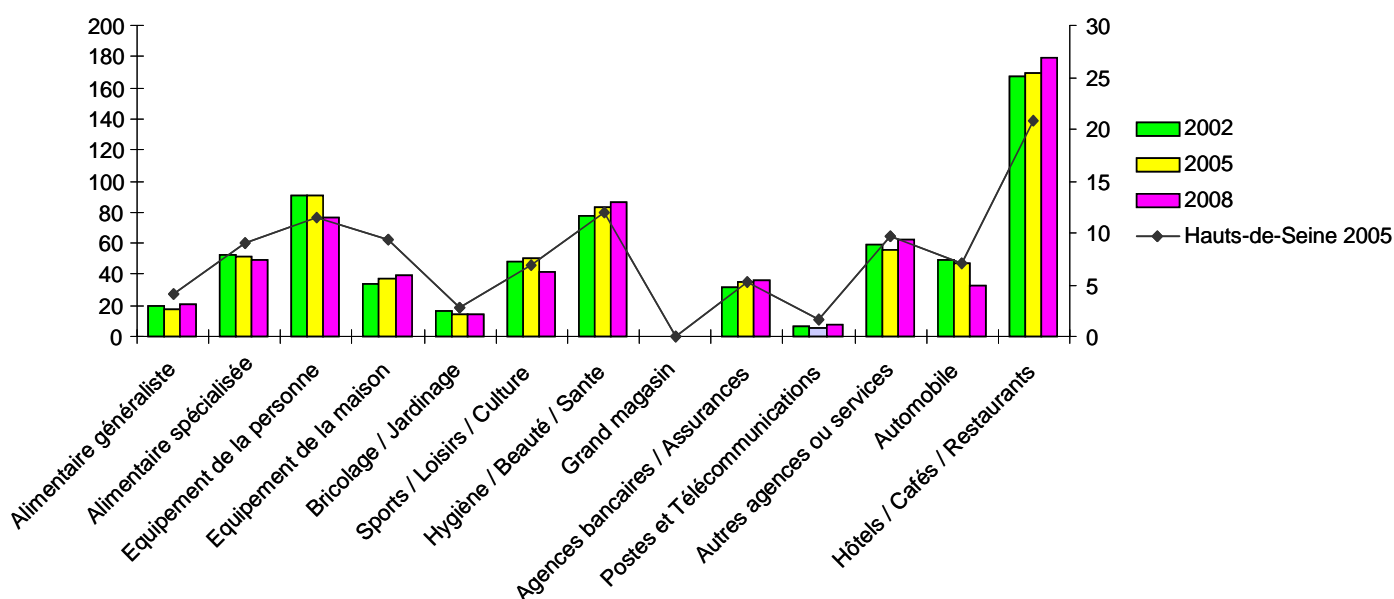
La Ville d'Issy-les-Moulineaux témoigne d'un dynamisme commercial depuis de nombreuses années. L'hétérogénéité de son tissu économique incite d'ailleurs de nombreux commerçants et artisans à venir s'y installer, parfois malheureusement sans succès compte tenu d'une vacance de locaux particulièrement limitée.

Cependant, l'explosion de certains secteurs au détriment des plus fragiles constitue une menace certaine pour la diversité commerciale isséenne.

B/ Des développements tendant toutefois vers des représentations extrêmes

Le tissu commercial d'Issy-les-Moulineaux présente globalement une bonne diversité. Néanmoins, certains secteurs montrent un recul depuis 1999 et nécessitent d'être suivis attentivement pour ne pas mettre en péril la satisfaction des besoins de nos concitoyens.

Evolution des commerces par secteur d'activité entre 2002 et 2008



- *Les secteurs alimentaires et non alimentaires, en recul, requièrent un suivi attentif*

Les commerces alimentaires enregistrent une baisse globale de 1,5 % depuis 2005. Si l'alimentation générale est parvenue à se maintenir ces trois dernières années, l'alimentation spécialisée connaît une régression continue depuis 2002³. En effet, contrairement à des professions telles les boulangers-pâtisseries, certaines activités pâtissent de l'insuffisance d'apprentis et de salariés⁴. Les commerces proposant des produits biologiques s'avèrent également insuffisants au regard de l'intérêt croissant tant de notre société vers ce type de produits que des catégories socio-professionnelles représentées sur la Commune⁵ privilégiant la qualité plutôt que le prix.

Au-delà de leur apparente représentativité, les commerces non alimentaires affichent ensuite une diminution de l'ordre de 9 % par rapport à 2005. Parmi ceux-ci, l'équipement de la personne accuse, par exemple, une baisse de plus de 15 % en trois ans. Parallèlement, bien qu'en augmentation depuis 2002, l'équipement de la maison, constitué essentiellement de boutiques de décoration, demeure minoritaire et pourrait faire craindre, à terme, une insatisfaction des habitants dans ces domaines.

- *Des services aux particuliers aux évolutions changeantes selon leur activité*

Les services aux particuliers connaissent une évolution différente selon le domaine d'activité auquel ils appartiennent. Ceux-ci ont progressé globalement de 18 % en trois ans. Or, si ceux liés à l'équipement de la maison et ceux de l'hygiène-santé-beauté voient leur poids s'affirmer, ceux du sport-culture-loisirs accusent, au contraire, une baisse importante de 37,5 % par rapport à 2005.

- *Une sur-représentation de restaurants et agences, défavorable à la diversité*

L'implantation croissante de nouvelles boutiques, dont les activités sont traditionnellement moins dynamisantes pour le tissu local, est susceptible d'obscurcir la diversité commerciale des pôles commerciaux.

Si la restauration, particulièrement présente, se révèle en parfaite adéquation avec les besoins exprimés par les habitants et salariés dans certains quartiers, elle tend néanmoins à freiner le développement d'activités plus recherchées dans d'autres secteurs géographiques. En outre, alors que la restauration rapide, en particulier, montre une progression de 6 % depuis 2005 sur l'ensemble du territoire, la Commune pourrait déplorer

³ -3,9 % depuis 2005

⁴ une seule poissonnerie par exemple

⁵ CSP +, voire CSP ++ : 58 % des foyers gagnaient plus de 3 000 € en 2003

l'absence d'un établissement « d'animation » (tel pub), au vu notamment du rajeunissement de sa population⁶.

Les agences bancaires et immobilières connaissent enfin une sur-représentation, notamment dans le « Centre Ville », où elles ont progressé de plus de 12 % depuis 2005. C'est ainsi, par exemple, qu'un salon de beauté, un établissement de décoration, un photographe, une boutique de toilettage d'animaux ainsi que deux commerces d'alimentation spécialisée ont cédé leur place, ces trois dernières années, à des enseignes intervenant directement dans le domaine immobilier.

Si l'offre commerciale répond aujourd'hui globalement aux besoins des Isséens, certaines activités s'implantent de manière récurrente dans des quartiers ciblés. Elles peuvent ainsi s'apparenter à une atteinte à la diversité et menacent d'être à l'origine d'une insuffisance, voire d'une disparition d'autres secteurs. C'est pourquoi, ceux-ci nécessitent un suivi attentif de la part de la Collectivité au nom de sa mission élémentaire de satisfaction des besoins de ses concitoyens.

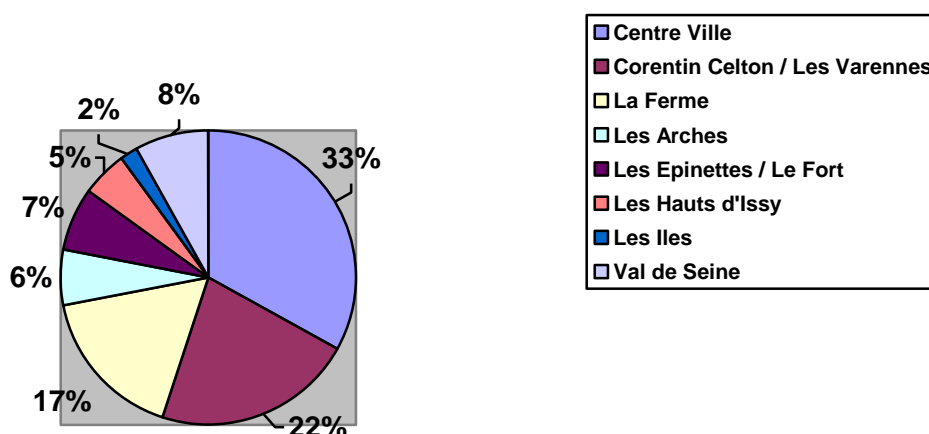
Par ailleurs, la Ville poursuit sa mutation initiée dès les années 1980, en menant des opérations d'urbanisme d'envergure. Dans ces circonstances, les commerces qui peupleront les nouveaux édifices devront impérativement être sélectionnés afin de répondre de manière toujours plus optimale aux attentes des habitants et salariés.

⁶ 25 % de la population avait moins de 19 ans en 2005 (source : INSEE)

II. DES QUARTIERS DONT LES FUTURES MUTATIONS SONT SUSCEPTIBLES D'ACCENTUER LES SPECIALISATIONS

La commune d'Issy-les-Moulineaux compte huit quartiers, dont certains peuvent être qualifiés de « structurants » de par leur rôle historique dans l'aménagement de la commune. D'autres se présentent davantage comme des pôles de proximité en raison du lien privilégié que les professionnels ont su développé avec les habitants. D'autres enfin, dits « intermédiaires », accueillent une clientèle tant isséenne qu'extérieure mais peinent encore à s'affirmer.

Répartition des cellules commerciales par quartier en 2008



A/ Des quartiers « structurants » en voie de spécialisation

Les quartiers « Centre Ville » et « Corentin Celton » se sont structurés historiquement autour des deux stations de métro que compte Issy-les-Moulineaux. Constitués des artères principales de la Commune, ceux-ci recensent plus de 55 % des commerces isséens.

Malgré une insuffisance apparente, proportionnellement aux autres secteurs, les commerces et services automobiles sont, tout d'abord, relativement présents, probablement en raison de leur situation en entrée de ville et de leur proximité immédiate du périphérique. Le secteur des hôtels-café-restaurants, dont l'importance est sans conteste liée à la fréquentation du Parc des Expositions de la Porte de Versailles, se révèle en voie de sur-représentation. Or, si la restauration traditionnelle s'amplifie globalement au détriment des bars et cafés et dominait encore la restauration rapide depuis 1999 dans l'Avenue Victor Cresson ou le Boulevard Gallieni, la tendance s'inverse entre 2005 et 2008. La restauration

rapide connaît effectivement une progression significative, jusqu'à atteindre une part de l'ordre de 22 %. Ces quartiers concentrent, par ailleurs, l'essentiel des établissements composant le secteur des agences (70 %). Bien que stables depuis 2005, les banques s'élèvent à 15 établissements en 2008. L'immobilier est, au contraire, en progression constante depuis 1999 et regroupe aujourd'hui près de 25 agences dans ces deux quartiers. Or, l'implantation privilégiée de telles sociétés en cœurs de cité contribue à déséquilibrer la composition des pôles commerciaux et nécessite un suivi attentif afin de conserver l'équilibre, dans le temps, avec la part des commerces alimentaires et non alimentaires. Le secteur des services aux particuliers est enfin également bien représenté dans ces deux quartiers avec notamment une progression des services liés à la beauté, en outre présents dans une proportion bien supérieure à la moyenne des autres pôles équivalents du département des Hauts-de-Seine.

En revanche, le poids des autres domaines d'activité est davantage mitigé. Les commerces alimentaires se maintiennent en effet avec une part honorable proche de 10 %. Cependant, l'alimentation spécialisée y est en régression, voire en insuffisance, en particulier dans des activités comme la boucherie-charcuterie. De même, en dépit d'une représentativité qui demeure relativement bonne, notamment pour des secteurs liés à l'équipement de la personne et à la beauté-santé, les commerces non alimentaires sont en recul depuis 1999.

Enfin, des aménagements actuellement en cours de réalisation ou d'élaboration sont susceptibles d'engendrer un risque de spécialisation renforcée de ces quartiers. Dans ce contexte, le projet « Cœur de Ville », au titre duquel est programmé un centre commercial d'environ 25 000 m², pose la question de son impact sur les pôles environnants avec une modification potentielle du tissu existant, soit par une dynamisation globale du commerce de centre-ville soit par un déplacement des enseignes au profit de ce centre. Les futurs aménagements du quartier « Val de Seine »⁷ pourraient, pour finir, devenir un facteur de mutation des commerces situés dans les quartiers à proximité, notamment « Centre Ville ».

⁷ ZAC Forum Seine et ZAC Bords de Seine – Tranche TIRU

B/ Des quartiers « de proximité » tournés vers l'alimentaire et les services

Certains quartiers de la ville d'Issy-les-Moulineaux ont développé une diversification commerciale afin de répondre à un souci de proximité nécessité par leur éloignement géographique du « Centre Ville ».

Dominant la Commune d'Issy-les-Moulineaux au sud, l'ancien lieu-dit « Les Epinettes », sur lequel fut également construit le Fort au siècle dernier, recense, tout d'abord, près de quarante commerces dont la composition demeure stable et diversifiée depuis 1999. Dépassant de peu les services aux particuliers, les commerces non alimentaires dominent ce quartier avec près de 30 % de l'offre commerciale, malgré une offre extrêmement limitée en matière d'équipement de la personne. Les commerces/services automobiles et hôtels-café-restaurants y sont présents en proportion équivalente⁸, tandis que les agences et commerces alimentaires se trouvent en retrait⁹. Des activités demeurent en outre inexistantes, à l'instar de la boucherie-charcuterie.

Construit autour de l'Eglise Saint-Etienne, le village des « Hauts d'Issy » compte une vingtaine de cellules commerciales. En son sein, les rues de l'Abbé Grégoire et de l'Abbé Derry, concentrées sur l'alimentaire et les services à la personne, parviennent à maintenir leur fonction de petite proximité et de lien social fondamental avec la population.

Offrant aujourd'hui un paysage harmonieux de bureaux et de logements résidentiels, le quartier des « Iles » a enfin bénéficié, dès le début des années 1980, d'une importante mise en valeur. Constituant le pôle de la commune qui compte le moins de commerces, sa proximité avec le Centre commercial des 3 Moulins comble néanmoins l'essentiel des attentes des habitants. Situé sur l'axe reliant les Villes de Boulogne-Billancourt et Issy-les-Moulineaux, il a en outre su proposer une offre en restauration permettant de capter la clientèle de salariés, nombreux sur ces sites.

⁸ 15 % de l'offre

⁹ avec respectivement 10 % et 7 % de l'offre

C/ Des quartiers « intermédiaires » qui peinent à trouver leur voie

L'ancien quartier industriel « Val de Seine », qui a longtemps souffert de graves nuisances, a vu l'implantation de nombreuses entreprises ces dernières décennies. Devenu aujourd'hui un véritable bassin d'emplois, il propose une offre commerciale orientée naturellement davantage vers les besoins des salariés. Aussi, bien que la majeure partie des secteurs d'activité y soient représentés, la moitié des cellules commerciales qui le composent est aujourd'hui vouée à la restauration. Si l'on considère cependant le futur accroissement d'effectifs salariés résultant des installations de nouvelles sociétés, le commerce existant s'avèrera notoirement insuffisant, à moins de voir s'implanter sur ce site un projet intégrant une surface commerciale significative.

Le quartier « La Ferme », qui s'articule autour du Centre commercial des 3 Moulins, génère une attraction certaine à l'échelle intercommunale. Celui-ci englobe, tout d'abord, une partie de l'Avenue de Verdun, qui compte plus de 50 cellules commerciales. Toutefois, outre son enclavement entre le Centre commercial et le « Centre Ville », le gabarit de cette voie ainsi que son linéaire commercial discontinu empêchent une véritable synergie des commerces en place, lesquels fonctionnent de manière plutôt autonome avec des flux de transit. C'est ainsi que ce quartier jouit aujourd'hui d'une moindre attractivité. Par ailleurs, s'il connaît actuellement des remaniements destinés à pallier ses difficultés de fréquentation et de lisibilité – difficultés résultant en particulier de sa proximité avec de grandes zones d'attraction commerciales telles Vélizy 2, Les Passages de l'Hôtel de Ville ou bien encore le quartier parisien de Montparnasse – la présence sur le territoire isséen du Centre commercial des 3 Moulins influence ensuite profondément la composition commerciale et le développement des autres pôles communaux. Celui-ci abrite en effet l'enseigne d'alimentation générale, « Auchan », qui a naturellement incité les commerçants situés dans les axes environnants à s'orienter davantage vers une alimentation spécialisée. Pareillement, ce site concentre l'essentiel des commerces non alimentaires du quartier, à commencer par l'équipement de la personne¹⁰, si bien que les quartiers alentours « Val de Seine » ou « Les Arches » peinent à proposer des boutiques au titre de ces activités.

Pour finir, les quartiers « La Ferme » et « Les Arches » pourraient être amenés à se développer davantage. D'une part, la proximité de la station de RER C combiné à l'essor du quartier « Val de Seine » évoqué précédemment, d'autre part les deux ZAC Quai des Chartreux et Garibaldi, devraient effectivement y contribuer en renforçant leur poids commercial. Dans ce contexte, ce pôle devrait bénéficier, ces prochaines années, d'un travail de remembrement et de densification lourds.

¹⁰ près du quart de l'offre de ce secteur

CONCLUSION

La Ville d'Issy-les-Moulineaux présente aujourd'hui un tissu commercial dynamique capable de satisfaire, de manière relative, les besoins et attentes de ses concitoyens, que ceux-ci résident, travaillent sur son territoire ou le visitent. Toutefois, la multiplication de certaines activités, en outre peu porteuses d'attractivité, menacent sa diversité dans la mesure où elles s'apparentent à un frein au développement d'autres secteurs. De plus, la commune vit actuellement une phase de mutation tant urbaine que démographique, qu'elle doit nécessairement prendre en compte dans ses projets d'aménagement commerciaux.

Sans porter atteinte au principe de libre concurrence, auquel notre Commune demeure profondément attachée, le droit de préemption apparaît comme un moyen intéressant pour la Collectivité de reprendre la maîtrise de son territoire. En effet, celui-ci est destiné à faciliter l'organisation, le maintien, l'extension ou bien encore l'accueil des activités économiques. Bien que constituant une atteinte au droit de propriété, la préemption sur les fonds artisanaux, de fonds de commerce ou de baux commerciaux correspond donc à l'intérêt général et répond aux objectifs généraux de l'aménagement.

Forte de tous ces constats et dans le souci constant de proposer une offre commerciale diversifiée qui réponde de manière optimale aux besoins et attentes de ses habitants et salariés, la Ville d'Issy-les-Moulineaux a, par conséquent, décidé d'instituer un périmètre au sein duquel elle fera usage, si nécessaire, de cette faculté.

Pour finir, considérant les mutations que connaît le territoire, le droit de préemption pourrait être utilement complété par un schéma de programmation commerciale, lequel s'attacherait à planifier un développement harmonieux et équilibré du commerce de proximité et ainsi à garantir une réponse commerciale appropriée aux besoins des habitants et salariés présents et à venir.