

Deux secondes. C'est le temps qu'il faut à un consommateur pour se décider à entrer dans un magasin. La vitrine est l'élément qui déclenche l'acte d'achat, ou pas.

Conscientes des enjeux, la Ville et la Chambre de Commerce ont élaboré une charte pour la mise en valeur des enseignes et des devantures commerciales.

Une cinquantaine de commerçants étaient réunis à la Maison de la Vie Associative, le 20 mai dernier, pour assister à la présentation de la Charte pour la mise en valeur des enseignes et des devantures commerciales. Des représentants de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris, un architecte du Conseil d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement des Hauts-de-Seine, le nouveau manager du commerce Miloud Sebaa et Catherine Picard, adjointe au maire pour l'économie locale, ont tour à tour expliqué les enjeux de l'opération "Rénovation des vitrines".

L'esthétique de la vitrine, la propreté de la devanture, l'éclairage des articles, sont autant d'éléments qui vont déclencher l'envie d'acheter. De la vision du consommateur dépendra son envie d'entrer dans une boutique. «Un consommateur met 2 secondes pour visualiser une vitrine. C'est très rapide, nous dit Erick Boistay, délégué du président de la CCIP 92, en charge du commerce. La vitrine, c'est

Rénovation des vitrines

Une charte pour bien faire

la première approche que l'on a d'un magasin. Il faut qu'elle soit ordonnée, lumineuse, propre. Il faut qu'elle soit renouvelée régulièrement et que les prix soient affichés. Je conseille souvent aux commerçants de se mettre sur le trottoir d'en face et de regarder leur magasin. C'est la meilleure manière de se mettre à la place des clients.»

Pourquoi une charte ?

La charte est l'aboutissement de plusieurs mois de travail. C'est une démarche de concertation entre la Ville, la Chambre de commerce et le Conseil d'architecture des Hauts-de-Seine. «Elle doit être considérée comme un ensemble de conseils, explique Vincent Lelièvre, architecte. Elle permettra d'apporter un soutien aux commerçants souhaitant rénover leurs vitrines tout en respectant une unité architecturale.»

L'opération "Rénovation des vitrines" est prise en charge par le FISAC (Fonds d'Intervention pour les Services, l'Artisanat et le Commerce). Ce fonds vise le maintien et le développement du commerce de proximité. Un

commerçant souhaitant rénover sa vitrine percevra, après dépôt d'un dossier et accord d'une commission, une subvention à hauteur de 40 % du montant des travaux. «D'après notre expérience dans d'autres communes, une vitrine attractive, c'est 30 % de chiffres d'affaires en plus.» déclare Naïma Boufedji, de la Chambre de commerce.

L'opération prend aussi en compte la rénovation extérieure, l'installation de rideaux de fermetures, de stores, d'éclairages intérieurs et extérieurs, d'enseignes, la mise en sécurité et l'accessibilité des personnes handicapées.

Une démarche collective

Olivier, de la boutique Cyrilor, déclare que le FISAC est un élément déclencheur dans sa démarche. «Pour moi, la rénovation des vitrines s'inscrit dans la rénovation du centre ville et en tant que commerçant, j'ai envie d'être acteur pour ma ville. J'aurais peut-être refait ma vitrine, mais plus tard s'il n'y avait pas eu l'opération du FISAC. Avec la charte, on va pouvoir

faire quelque chose de cohérent.» Le FISAC est très fortement soutenu par la municipalité. La Ville subventionne autant que l'Etat la rénovation des vitrines (20 % chacun). Il en va de l'attractivité commerciale de la Ville. Les objectifs sont, d'une part, de donner une unité esthétique aux rues commerçantes, et d'autre part, la sauvegarde des commerces de proximité. Mais, cette opération ne prendra tout son sens que si plusieurs commerçants y participent.

MANAGER DU COMMERCE

Miloud Sebaa est le nouveau manager du commerce depuis le 1er mai.

Ses missions sont multiples :

- Coordonner les demandes de locaux et les mouvements des commerçants (départ/arrivée).
- Redynamiser le commerce local et développer l'offre économique sur la ville.
- Aider l'association Malakoff Village à être plus dynamique, à organiser des animations.
- Suivre le FISAC : appui technique pour monter les dossiers.
- Coopération avec les services de la Ville, Sud-de-Seine, la chambre des métiers.

Commerçant pendant 21 ans à Malakoff et ancien président de l'association Malakoff Village, Miloud Sebaa a une bonne connaissance du terrain et des commerçants. Il sera présent sur le terrain pour répondre aux questions des commerçants, les aider à monter leur dossier et à participer pleinement à la vie locale.

> Manager du commerce

2 bis, avenue Jean-Jaurès
portable : 06 76 08 72 30
msebaa@ville-malakoff.fr



Le 20 mai, réunion de lancement du plan de rénovation des vitrines de Malakoff. À gauche, aux côtés de Catherine Picard, Miloud Sebaa, manager du commerce.