

Le dynamisme économique d'une ville qui s'en donne les moyens

Montrouge, qui bénéficie d'un emplacement exceptionnel aux portes de Paris, est une ville en pleine mutation. Elle a déjà su attirer de nombreuses entreprises et mène une politique active en faveur du commerce. C'est une ville qui entraîne avec elle tous les entrepreneurs désireux de partager son succès.

Une ville ouverte aux entreprises

Un tissu d'entreprises riche et évolutif



L'implantation traditionnelle de l'industrie de l'imprimerie sur la commune de Montrouge a progressivement laissé une large place à l'installation de nombreux sièges sociaux. Ce phénomène conduit aujourd'hui à une tertiarisation des activités : environ 60 % des sociétés se situent dans le secteur du service contre 7,8 % des établissements dans le secteur industriel. Malgré de récents départs d'entreprises importantes telles que Schlumberger ou Orange, la ville a parallèlement accueilli Altadis (industrie du tabac), Cadbury (qui regroupe La Pie qui Chante, Hollywood, la Vosgienne...). Progressivement, le domaine pharmaceutique devient une des plus importantes activités avec l'installation des sièges sociaux de grands laboratoires : Sanofi Aventis, Pfizer ou Omega Pharma.

Montrouge conserve des productions locales originales : les Papiers d'Arménie depuis plus d'un siècle ou encore Ela Médical (fabricant d'appareils médico-chirurgicaux).



Un soutien fort aux créateurs et dirigeants

Située aux portes du XIV^e arrondissement, la pépinière et hôtel d'activités de Montrouge offre des locaux de petite et moyenne taille. Dans cet immeuble neuf, les loyers modérés sont avant tout destinés aux créateurs d'entreprises et aux PME/PMI. Il est géré par la société d'économie mixte, la Semarmont.

La bourse aux locaux est un excellent moyen de trouver facilement son bonheur : elle travaille étroitement avec les agences immobilières, les propriétaires privés, afin de faciliter les recherches des entreprises. Locaux commerciaux, locaux d'activité ou bureaux, tout l'immobilier d'entreprise s'y trouve.



Un service dédié au développement Économique



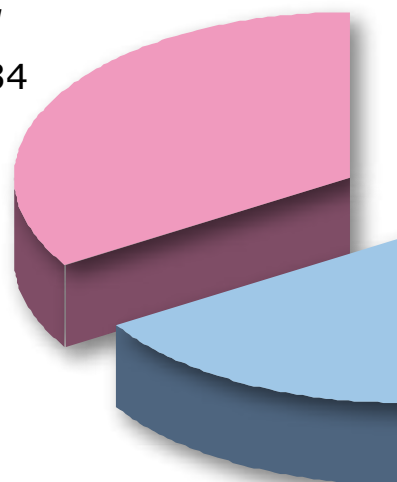
Hauts-de-Seine, propose un soutien technique et financier aux PME de plus de trois ans d'existence⁽¹⁾. Le service Développement économique, en coordination avec le service Informatique, a également mené une campagne d'information sur l'installation d'un réseau très haut débit (fibre optique) sur Montrouge⁽²⁾.

D'autre part, il joue le rôle d'interface entre la communauté de communes et les associations d'entreprises. À Montrouge, l'A.E.M. (Association des Entreprises Montrougiennes) rassemble plus de 60 adhérents et organise des rencontres mensuelles. Elle représente le tissu local et encourage entre autres les jeunes créateurs en décernant le Prix de la Jeune Création⁽¹⁾.

⁽¹⁾ cfMM 72

⁽²⁾ cfMM 71

34



24



■ Les chiffres :

- Plus de 2 900 entreprises dont près de 60 % dans le secteur des services et près de 20 % dans le commerce.
- Plus de 60 entreprises de plus de 50 salariés.
- D'importants sièges sociaux : Pfizer, Sanofi-Aventis, TNS Sofres, EDF-CNEN, ST Electronics, Babyliss...
- Taux de taxe professionnelle : 10,03 % en 2007 (contre 10,11 % en 2006), l'un des plus attractifs du département.

■ Les numéros utiles

Pépinière et hôtel d'activités :

01 55 58 02 65

Bourse aux locaux :

01 46 12 73 57

Service Développement

économique : 01 46 12 73 06

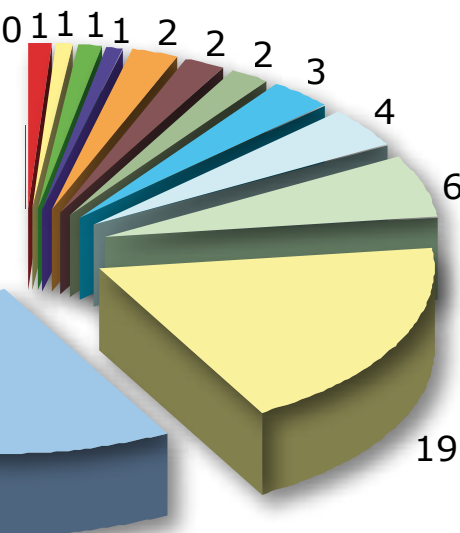
A.E.M. : 01 46 56 53 86

La Ville, au sein de la Communauté de Communes Châtillon Montrouge, a mis en place un service Développement économique dont les missions principales sont l'accueil, l'information, l'orientation et le soutien à la création d'entreprise. Ce service organise des manifestations qui réunissent les entreprises et les partenaires économiques : dans ce cadre, un repas annuel est organisé sur le territoire de la Communauté de Communes au cours duquel est développé un thème choisi et qui favorise les échanges et les liens.

Des actions de terrain sont également organisées et coordonnées. L'accent est mis sur l'aide au développement des entreprises. Récemment, le dispositif pilote en Ile-de-France « Alizé », mis en place avec le département des

■ Répartition (en pourcentage) des entreprises montrougiennes par secteurs

- Agriculture, sylviculture et pêche
- Énergie
- Activités immobilières
- Industries des biens d'équipement
- Éducation, santé, action sociale
- Industries des biens de consommation
- Activités financières
- Industries des biens intermédiaires
- Transport
- Non renseignés
- Construction
- Commerces
- Services aux particuliers
- Services aux entreprises



Source insee/cccm.

Hypertexte dynamise le contenu de votre site

Montrouge Magazine a rencontré Pascal Maupas créateur et directeur de la société Hypertexte, qui s'est installée en juillet 2006 dans la pépinière d'entreprises de la rue Danton.

Présentez-nous votre entreprise : votre activité, votre équipe...



Pascal Maupas :

« Nous sommes une société de services, de conseil en écriture Web pour les entreprises. Hypertexte, spécialiste de l'écriture Web, forme et conseille ses clients pour rendre leurs textes en ligne plus attractifs et plus lisibles. Nos clients comprennent que la qualité éditoriale des sites est devenue la clé du Web. Hypertexte a bâti une méthode qui répond précisément à ces nouveaux comportements de lecture et aux possibilités éditoriales du média Web. »

Nous sommes trois pour l'instant dans notre local de la pépinière d'entreprises de Montrouge : ma femme qui se charge de la partie administrative et financière, Cyrille Da, un free-lance, anciennement rédacteur en chef du quotidien permanent Nouvelobs.com. Et nous faisons appel à trois pigistes, qui sont issus pour la plupart de la presse économique. »

Avez-vous des clients prestigieux ?

P.M. : « Pour n'en citer que quelques-uns, la Société Générale, Veolia ou Jean-Claude Decaux nous ont fait confiance, de grandes entreprises pour la plupart mais aussi des PME comme les éditions Tissot récemment, font de plus en plus appel à nos services tant en formation en écriture Web qu'en écriture même du contenu de leur site, de la ligne éditoriale en passant par la production, autant d'éléments qui ne s'improvisent pas et qui sont confiés à des personnes qui possèdent les techniques d'écriture journalistique. Une précision, nous ne créons pas les sites. Nous nous concentrons sur le contenu, le rédactionnel et sur la façon de le mettre en

valeur dans des domaines où le jargon ou les termes techniques peuvent parfois constituer des obstacles à la lecture et à la compréhension. »

Pourquoi avoir choisi Montrouge ?

P.M. : « En mars 2006, j'ai cherché une pépinière d'entreprises pas trop loin de chez moi, en banlieue Sud. Il y en a finalement assez peu sur ce secteur. Celle d'Issy-les-Moulineaux était bondée. Celle toute récente de Montrouge m'a séduit pour de multiples raisons : par sa position géographique proche de Paris où sont basés bon nombre de mes clients, à deux pas des grands réseaux routiers (autoroutes, périphérique, etc.) et du métro Porte d'Orléans. Étant sensible à l'architecture contemporaine, le style de cette pépinière m'a également beaucoup plu. Le fait que cette pépinière propose des loyers progressifs sur les 23 premiers mois sans caution, sans frais d'agence et sans les trois mois de loyers qui sont souvent demandés a aussi été important. En outre, cette pépinière réunissant des professionnels dans les domaines d'activité les plus variés, se sont rapidement instaurés une solidarité, des échanges de bons procédés et même une convivialité entre nous. »

Retrouvez Hypertexte au
2a, rue Danton – 92120 Montrouge
Tél. : 01 46 61 46 93 11
et sur www.hypertexte.fr



Un vrai centre-ville avec ses commerces

Le retour du commerce de proximité

Avec le développement des centres commerciaux, les centres-villes s'étaient vidés. Aujourd'hui, la grande distribution s'essouffle et les habitants souhaitent de plus en plus retrouver leur commerce de proximité, vivre dans des quartiers animés. Montrouge a relevé le défi : 40 nouveaux commerces ont ouvert ces derniers mois et le centre-ville retrouve la convivialité qui donne envie de « faire les boutiques ».

Ce sont les commerces de bouche qui ont concentré des efforts particuliers. C'est ce type de commerces qui ont le plus déserté les centres-villes et qui pourtant répondent le mieux aux attentes des consommateurs soucieux

de qualité. Ainsi, la vente dégustation s'est-elle développée : Fromage Rouge qui propose des fromages à la vente et à la dégustation ou Mers et Rivières qui vous laisse choisir les poissons en vivier avant de les consommer dans le restaurant d'à côté. La prochaine étape est de séduire les commerces d'équipement de la personne, de la maison et des loisirs.

Point de départ de cette politique : l'achat par la municipalité de 600 m² de locaux dans un immeuble neuf en plein cœur de ville. Pour attirer les enseignes, un système de loyers attractifs et progressifs sur quatre ans est mis en place.

Des interlocuteurs dédiés aux commerçants

Si le système de loyer progressif est convaincant, des critères de sélection sont clairs : la créativité du concept commercial tant au niveau de l'offre que du merchandising, l'image de l'enseigne et/ou sa notoriété, la motivation et le dynamisme de l'entrepreneur, et enfin la faisabilité du projet. Mais la Ville ne se contente pas de faire venir de nouveaux commerces. Elle incite les anciens à se rénover, notamment avec l'aide des

fonds Fisac. Par exemple, il est offert jusqu'à 7 300 € pour la réfection de vitrines (40 % du montant des travaux). C'est Pact Arim qui est chargé de gérer les dossiers de demande. Avec la C.C.I. de Nanterre, il est proposé de réfléchir sur l'outil informatique et Internet. Par ces moyens, la Ville souhaite renforcer le professionnalisme des commerçants et leur apporter une assistance technique par la tenue de réunions d'information

collective pour qu'ils développent la promotion de leur savoir-faire.

L'association des commerçants de centre-ville (U.D.A.C.) fédère 120 commerçants et organise chaque année trois quinzaines commerciales. Elle projette une carte de fidélité et a monté un site Internet.



Un manager du commerce : cheville ouvrière de toute l'organisation

Moteur des propositions innovantes, un comité de pilotage se réunit tous les mois autour du Maire. Et pour mener à bien sa politique de redynamisation commerciale, la Ville s'est attaché les services d'un manager du commerce. Il veille constamment aux évolutions des attentes des consommateurs et aux changements de sensibilité propres à Montrouge. C'est l'interlocuteur privilégié des commerçants et futurs commerçants. Son rôle est de promouvoir et animer le commerce local, d'agir pour développer la diversité des enseignes et d'évaluer l'activité commerciale de la ville.



Il travaille en étroite collaboration avec l'UDAC, la Chambre de Commerce, Montrouge Service (qui livre les clients moyennant 3 €).

Une opération pilote a été mise en place avec la société TNS Sofres : la conciergerie. Montrouge Service prend en charge les livraisons et les relations avec les commerçants de Montrouge et les salariés de l'entreprise pour le teinturier, la cordonnerie, les clefs, les petites réparations... Les salariés gagnent ainsi un temps précieux et font davantage appel au commerce local.

Les nouvelles règles pour le développement économique

Le Plan Local d'Urbanisme de la commune, arrêté par le Conseil Municipal le 28 mars 2007 et qui devrait être approuvé d'ici la fin de l'année, participe également au développement des commerces et des activités économiques grâce à l'instauration de deux sous-secteurs.

Les zones à vocation économique privilégiée sont dédiées à l'accueil des activités et des entreprises avec des règles d'implantation plus souples et des possibilités de surfaces plus importantes que sur le reste du territoire. Le long des « axes où le commerce est imposé en rez-de-chaussée », comme leur nom l'indique, toute activité autre que commerciale sera interdite. Afin de faciliter cette implantation, les rez-de-chaussée

devront avoir une hauteur de 3,50 m. Enfin, un règlement de publicité prévoit des dimensions et des hauteurs à respecter, dans un souci d'harmonisation des enseignes. Par ailleurs, le Conseil Municipal du 9 mai vient de voter un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité ⁽³⁾

⁽³⁾ voir p. 34



■ Les chiffres

560 commerces, dont 40 nouveaux en 30 mois.

■ Les numéros utiles

Manager du commerce :

01 46 12 73 03

U.D.A.C. :

01 40 84 00 73

Montrouge Service :

01 46 56 15 10

Pact Arim :

01 55 17 19 88

Le Décanteur : La passion des bonnes bouteilles

Montrouge Magazine a rencontré Bruno Guarnieri, caviste récemment installé en centre-ville. Il nous fait part de ses premières impressions après quelques mois d'exercice.

Depuis quand exercez-vous ce métier ?

Bruno Guarnieri : « J'ai été responsable de deux caves dans Paris, à l'île Saint-Louis et dans le VII^e arrondissement. À un moment donné, j'ai souhaité me mettre à mon compte. Quand ce local est devenu disponible, j'ai sauté sur l'occasion. Et j'ai ouvert en octobre dernier. »

Pourquoi avoir choisi Montrouge ?

B.G. : « J'ai des amis et de la famille sur Montrouge. Et c'est une ville agréable, à dimension humaine, en pleine mutation et proche de Paris, où la qualité de vie se ressent même chez ses habitants qui sont courtois. »

Que proposez-vous à vos clients ?

B.G. : « Je propose 500 références de vins de toutes les régions, de Champagne, des scotchs et whiskies, de vieux rhums, etc. Ce que je propose n'existe pas dans la ville. Mon offre est complémentaire de mes deux concurrents, [« Nicolas » et « Saveurs et Millésimes »]. Je ne travaille qu'avec des petits domaines qui ont une démarche « Nature & qualité », respectueuse du terroir, néanmoins accessible



à tout un chacun. Mon choix se porte sur des bouteilles en version limitée que l'on retrouve rarement ailleurs y compris en grande surface. Mon objectif : étonner, faire plaisir avec des vins de différents tempéraments, sans artifice et sans additif. J'ai en outre un rayon d'épicerie de conserverie artisanale pour les gourmets.

Comment vous faites-vous connaître ?

B.G. : « Le Décanteur est aussi un club de dégustation où l'on peut s'initier

à l'œnologie lors de soirées. Il suffit de s'inscrire à la boutique, si vous souhaitez découvrir des vins de qualité, toujours avec modération. »

Le Décanteur – Vins gourmands – Champagne – Liqueurs :

62, av. Henri Ginoux (face à l'école Raymond Queneau / arrêt bus 128)

Tél./Fax : 01 46 54 35 56

Ouvert du mardi au samedi de 10h à 13h et de 15h30 à 20h, le dimanche matin de 10h à 13h15.

Les marchés de Montrouge : du mardi au dimanche toute l'année

À Montrouge, on retrouve le charme d'une ville de province. La semaine est rythmée par les différents marchés, où l'on prend vite ses habitudes auprès des maraîchers et autres artisans. Les commerçants sédentaires bénéficient aussi de cette affluence régulière.

De 8h à 13h :

- jeudi et dimanche, rue Victor Hugo
- mercredi et samedi, place Jules Ferry
- mardi et vendredi, avenue de la Marne
- Marché aux Fleurs au printemps
- Marché de l'Avent en novembre
- Marché Théophile Gautier tous les jeudis de 15h à 20h, à partir du 6 septembre.

