CESER
CONSEIL ECONOMIQUE SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL DU RAINCY

Conseil économique, social et environnemental du Raincy
Saisine n°3

# L'attractivité économique du Raincy

## - Rapport -

Mai 2016

Conseil économique, social et
environnemental du Raincy
- CESER -

Rapport présenté par l'atelier
« Attractivité économique »

Dans le cadre de la saisine n°3, notre atelier a été chargé de la préparation d'un avis et de la rédaction d'un rapport intitulé :

« *L'attractivité du Raincy ou comment favoriser l'installation d'entreprises, améliorer le développement économique, des commerces et professions libérales et diversifier les enseignes commerciales* ».

Membres de l'atelier « Attractivité économique » :

M. Lionel MALARD, rapporteur
M. Rachid OUARRAOU, animateur
M. Sacha CAUDRON
M. Didier GERVAIS
Mme Christiane JAY, membre du bureau
Mme Frédérique KHAYAT
Mme Andrée LACHAT MINASSIAN

# SOMMAIRE


**Contexte** **5**

**1 Méthodologie** **6**

1.1 Méthodologie de travail : du diagnostic aux recommandations 6

1.2 Les moyens utilisés et mis en œuvre par l'atelier 6

**2 Diagnostic de l'existant** **7**

2.1 Analyse du positionnement du Raincy par rapport à la Seine-Saint-Denis, au Val-de-Marne et à la région Île-de-France 7

2.2 Benchmark avec des villes jugées comparables et des communes du EPT 9 Grand Paris-Grand Est 9

2.3 Répartition de l'offre commerciale de la commune du Raincy par secteur d'activité 11

2.3.1 Localisation des principales zones commerciales 12

2.3.2 Zone de chalandise théorique 13

2.3.3 Concurrence des centres commerciaux environnants 13

2.3.4 Performance du tissu économique du Raincy 13

2.3.5 Analyse des difficultés relatives à l'offre 14

2.3.6 Analyse de la demande 15

2.4 Diagnostic de l'urbanisme 15

2.4.1 Zoom sur l'offre de stationnement 16

2.4.2 Zoom sur les friches 16

**3. Recommandations : création de pôles d'excellence et mise en place d'une stratégie de visibilité** **17**

3.1 Créer un pôle économique dédié au maintien à domicile et à la mobilité urbaine des personnes âgées 17

3.1.1 Le Raincy, au centre d'un écosystème à fédérer, acteur du pôle économique 18

3.1.2 L'incubateur, au centre de l'écosystème dédié 19

3.1.3 Un financement public/privé 21

3.2 Structurer l'offre de commerces de proximité en centre commercial 22

3.3 Fédérer les commerces de proximité dédiés au "Bien manger" 24

3.3.1 Le Raincy, un centre commercial dédié à la gourmandise 24

3.3.2 Un financement privé/public 24

3.3.3 Attirer de nouvelles boutiques, enseignes et entreprises, et imaginer des animations 25

**Conclusion** **26**

**Annexes** **26**

## CONTEXTE

Le Raincy, ville de 14.000 habitants, conserve un cachet résidentiel et paisible, mais peu accessible aux entreprises depuis quelques années. Ce charme hérité de son prestigieux passé de propriété du Duc d'Orléans, ne doit pas être un handicap pour se projeter dans l'avenir et rayonner. Sur le plan économique notamment Le Raincy a l'ambition de jouer un rôle de leader, au sein de l'EPT9, du GPGE, de la Seine-Saint-Denis et de l'Ile de France.

A cet effet, la Municipalité a mobilisé les forces vives et l'expertise des citoyens de la Ville : Le CESER, organe consultatif et espace de concertation, composé de Raincéens experts dans divers domaines. Lors de la séance plénière du 14 octobre 2015, le Maire a présenté les 5 thèmes sur lesquels il souhaite obtenir un avis du CESER .

L'objectif de la saisine N°3 « Attractivité économique, comment favoriser l'installation, ou la vie d'entreprises, comment améliorer le développement économique des commerces et professions libérales et diversifier les enseignes » représente le point de départ d'une réflexion plus globale qui permettra de :

- ✓ Dresser objectivement la situation actuelle des entreprises installées au Raincy, afin de déterminer les forces et les faiblesses de l'offre commerciale économique et son avenir,
- ✓ Identifier les atouts du Raincy ainsi que les risques et les opportunités susceptibles d'être exploitées,
- ✓ Proposer des préconisations et des recommandations, pour promouvoir l'attrait du Raincy en termes d'accueil pour l'installation ou la pérennisation d'entreprises et de commerces

Les bases de nos recommandations seront systématiquement annotées d'un identifiant visuel, situé sur la marge gauche du paragraphe (voir ci-contre).

# 1. METHODOLOGIE

## 1.1 METHODOLOGIE DE TRAVAIL : DU DIAGNOSTIC AUX RECOMMANDATIONS

La méthodologie de travail pour arriver au présent avis et les perspectives pour la mise en place des recommandations est restituée par la figure 1.

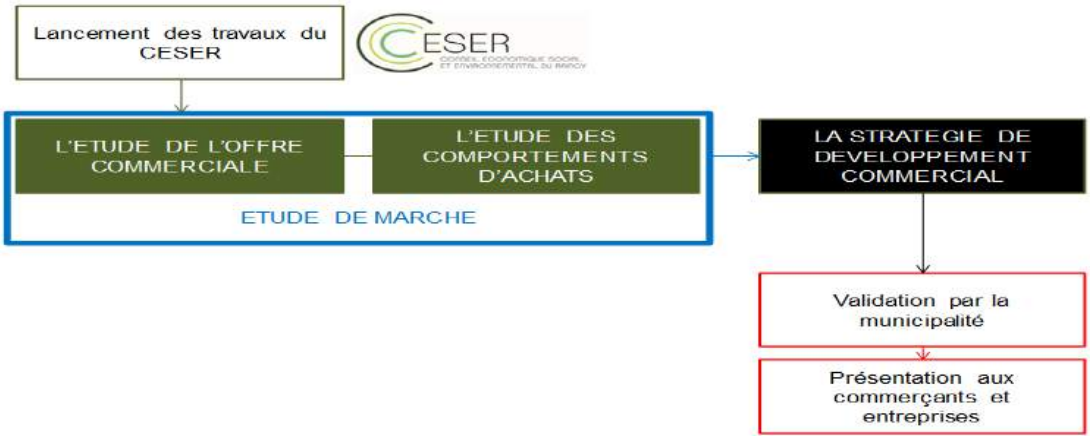



Figure 1 : Méthodologie de travail sur l'avis, perspectives et préconisations

En premier lieu, l'étude de marché portant sur le territoire du Raincy. Son équilibre dépend de la dualité offre/demande, paramètre essentiel à notre étude. Elle contribue à donner une idée plus objective et réaliste des acteurs économiques (L'OFFRE) et des comportements des clients et des attentes des entrepreneurs susceptibles d'installer leur activité (LA DEMANDE).

Cette analyse permet d'aboutir à une étude de marché fiable, aux fins d'établir une stratégie de développement/attractivité économique, en d autres termes nos recommandations.

## 1.2 LES MOYENS UTILISES ET MIS EN ŒUVRE PAR L'ATELIER

Les moyens[1] utilisés par l'atelier économique, dans le cadre de cet avis sont les suivants :

Sources d'informations utilisées :
- ✓ Informations officielles de sites Internet tels que Infogreffe, INSEE…
  Références documentaires : articles de presse, documents promotionnels, sites web…

Moyens mis en œuvre par l 'atelier
- ✓ Positionnement du Raincy par rapport à la Seine-Saint-Denis, Seine-et-Marne et la Région Ile-de-France,
- ✓ Benchmark avec 5 villes jugées comparables de l'Île-de-France,
- ✓ Comparaison avec les 13 autres communes de l'EPT9,
- ✓ Sondage en ligne pour l'étude des comportements d'achats,
- ✓ Sondage en ligne pour l'étude de l'offre commerciale,
- ✓ Enquêtes terrain auprès des commerçants/chefs d'entreprises de la ville,
- ✓ Entrevues et entretiens avec des élus, des responsables de services municipaux.

[1] Les documents sources sont disponibles dans le Drive Ceser

# 2. DIAGNOSTIC DE L'EXISTANT

## 2.1 ANALYSE DU POSITIONNEMENT DU RAINCY PAR RAPPORT A LA SEINE-SAINT-DENIS, AU VAL-DE-MARNE ET A LA REGION ILE-DE-FRANCE

Les habitants du Raincy apprécient le cadre de vie privilégié de leur ville. Les habitants de la Seine-Saint-Denis s'accordent à reconnaître la qualité de vie très bourgeoise de la ville du Raincy. Dans l'absolu, l'attractivité du Raincy est toutefois pénalisée par l'image du département de la Seine-Saint-Denis qui est très négative (Annexe 1).
Si la commune du Raincy ambitionne de développer son attractivité économique, elle ne peut pas limiter sa « zone de prospection » à son seul département. Tout entrepreneur cherchant à installer une activité économique, analysera inévitablement la situation des communes proches dans le département voisin de l'Est Parisien, le Val-de-Marne, voire au sein de l'Île-de-France.
Aussi est-il paru intéressant dans l'analyse de l'existant d'aller au-delà de la comparaison avec le département 93, d'élargir le diagnostic démographique et socio-économique du Raincy, par rapport au département 94 (situé à une distance comparable avec Paris), et enfin à l'ensemble de la région parisienne, l'Ile-de-France .

En synthèse (détail chiffré de l'étude en Annexe 2), au niveau macroéconomique, le Raincy se positionne et se caractérise comme suit :

Grande homogénéité et cohérence au niveau de la population, de la superficie, du nombre des ménages, de logements et d'emplois.

Le Raincy représente en effet :

- 1% du département 93 et 94, tant en termes de population, de superficie, du nombre de ménages que du nombre de logements et d'emplois.
- 0,1% de la superficie, du nombre de ménages, de logements et d'emplois et 0,2% de la population d'Ile-de- France.

➔ la densité de population est voisine de celle du département 93 (un peu moins) et du département 94 (un peu plus) et 6 fois plus forte qu'en Ile-de-France.

Evolution de la population : stable contrairement à son environnement

- Stable au Raincy versus une progression de 0,5 dans l'ensemble du département 93 et de 0,6 dans le 94 et 0,5 dans la totalité de l'Ile-de- France,
- Au Raincy, le solde naturel est de +0,8 et est inférieur à ceux enregistrés dans 93 : +1,3, et dans le 94 et l'Ile-de-France (respectivement +1 et +0,9).

Logements : propriétaires et logements vacants plus nombreux

- La part des ménages propriétaires de leur logement est nettement plus élevée au Raincy : 60% vs 40% dans le 93 ; 46% dans le 94 et 48% dans l'Île-de-France.
- La part des logements vacants est supérieure au Raincy avec un taux de 8% contre 5% dans l'ensemble du 93 et du 94 et de 6% sur l'Île-de-France.

Revenus : la part des hauts revenus très nettement plus importante

- La part des ménages imposables au Raincy atteint 79% versus 61% dans le 93, 73% dans le 94 et 74 % dans l'Ile-de-France) .
- Surtout, la médiane du revenu par personne est supérieure de 50% au département 93 ; mais également, elle est de 30% supérieure au département 94 et de 20% supérieure à l'Ile-de-France.
- Corrélativement, le taux de pauvreté est 2,7 fois moins important au Raincy que dans le 93, et 1,5 fois moins élevé que dans le 94 et ainsi qu'en l'Île-de-France.

Emploi : moindre attractivité, mais un taux de chômage nettement inférieur

- La part des emplois salariés sur le Raincy est inférieure de 7% par rapport au 93, de 6% par rapport au 94 et de 5% par rapport à la totalité de l'Ile-de-France => Résider au Raincy est plus apprécié qu'y travailler ou peut-être que les autres communes sont plus attractives économiquement…

- Sur 5 ans (2007-2012), l'écart se creuse par rapport au benchmark : dégradation du ratio de 0,3 au Raincy versus une augmentation de 0,6 dans le 93 et de 0,4 dans le 94 ainsi qu'en l'Ile-de-France.
- En revanche, le taux de chômage au Raincy est inférieur quasi de moitié à celui du 93, inférieur de 20% à celui du département 94 et de l'Ile-de-France.
- Faiblesse relative du nombre d'établissements de plus de 10 salariés : 4,2% au Raincy contre 6,4% dans les départements 93 et 94 et 5,8% pour l'Île-de-France.

Economie, établissements et secteurs d'activité : administrations et santé en tête

- Le nombre d'établissements au Raincy est en cohérence avec les principaux critères socio démographiques vus précédemment, et représente 1% des établissements du 93, 2% du 94 et 0,1% de la région Ile-de-France.

Les grandes classifications des secteurs d'activités caractérisent Le Raincy par :

- une plus faible part de l'industrie, 2,3% vs 3,7% dans le 93 et 3,4% à la fois dans le 94 et en Île-de-France.
- une part de la construction de 13,5% plus faible que dans le 93 (15,9%) mais supérieure à celle du 94 (10,5%) et de l'Île-de-France (8,4%).
- une part du commerce, transports et services divers curieusement plus faible, soit 2% de moins que dans le 93, et respectivement, 6% et 10% de moins que dans le 94 et l'Ile-de-France.
- en revanche la part de l'administration publique, enseignement, santé et action sociale, est nettement plus représentée au Raincy : 50% de plus que dans 93, 20% de plus que dans le 94 et 35% de plus qu'en Île-de-France.

## CONCLUSIONS AU REGARD DU PRESENT AVIS

Points Forts :

- Très forte homogénéité et grand équilibre du Raincy sur les critères de base socio-économiques représentant globalement 1% des départements 93 et 94 et 0,1% de l'Île-de-France sur les principaux critères.
- Le Raincy, ville à haut niveau de vie (+20% de l'ensemble de l'Île-de-France) et donc à pouvoir d'achat élevé ➔ fort potentiel d'attractivité pour le commerce de détail de qualité

Points faibles :

- Vieillissement de la population avec un taux de renouvellement naturel de la population plus faible à la fois que dans le 93, le 94 et l'Île-de-France
- Stagnation de la population, voire légère diminution sur 5 ans avec un solde négatif des mouvements d'entrées/sorties deux fois plus important que dans l'Île-de-France et ce, d'autant plus qu'il concerne les jeunes .

Opportunités :

- Représentativité renforcée du secteur de la santé au Raincy, générant un atout pour ce type d'activité
- Les secteurs du commerce, transport et services divers, offrent un potentiel de développement (+8 à 10 points) pour se mettre au niveau moyen de l'Île-de-France

Risques :

- Endormissement économique et vieillissement de la ville à terme, par rapport à la région la plus dynamique de France,
- à moins que Le Raincy ne parvienne à transformer ses faiblesses apparentes en capitalisant sur ses séniors et sur le haut niveau et la qualité de vie de ses habitants.

## 2.2 BENCHMARK AVEC DES VILLES JUGEES « COMPARABLES » ET DES COMMUNES DU EPT 9 GRAND PARIS-GRAND EST

L'analyse ci-dessus est basée sur une comparaison de la ville du Raincy avec des données macroéconomiques moyennes de départements et de la région.
Le positionnement du Raincy a été complété par un benchmark avec des communes de deux sortes :

Analyse comparative avec 5 villes sélectionnées pour « leur similitude » avec Le Raincy et avec les 13 communes de l'EPT 9 Grand Paris-Grand Est

a) Saint-Leu-la-Forêt (95), Montesson (91), Lognes (77), Bry-sur-Marne (94), Saint Maurice (94)
b) Clichy-sous-Bois, Coubron, Gagny, Gournay-sur-Marne, Montfermeil, Livry-Gargan, Neuilly-sur-Marne, Neuilly-Plaisance, Noisy-le-Grand, Les Pavillons-sous-Bois, Rosny-sous-Bois.

L'étude complète est présentée en annexe 3. Dans notre mémorendun, l'analyse a principalement été centrée sur des points de questionnement mis en évidence dans le positionnement du Raincy par rapport au Val-de-Marne et à la région Ile-de-France , à savoir :

### 2.2.1 Le Raincy est-elle une ville de séniors ?

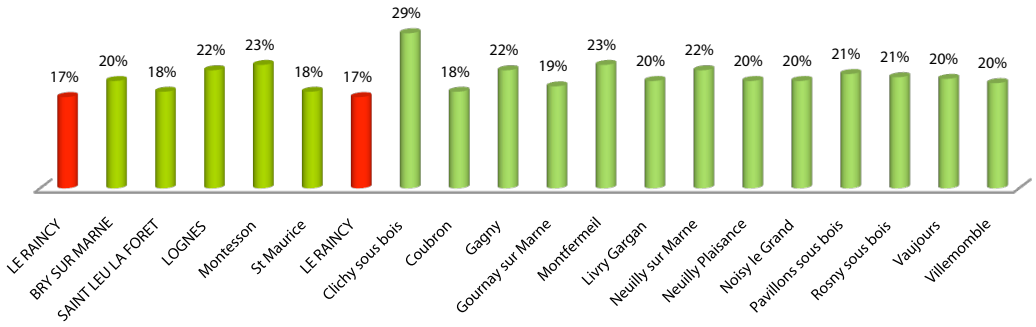



Figure 2 : Pourcentage de la population ayant moins de 14 ans

Le Raincy est la ville ayant le moins de "plus jeunes" tant par rapport au panel des 5 villes choisies que dans toutes les communes de l' EPT 9 Grand Paris-Grand Est.
Cependant, ce constat quelque peu alarmant est légèrement temporisé par le fait que le Raincy est dans la moyenne des deux panels en ce qui concerne la classe des 14-60 ans. Dans la classe des +de 60 ans, Le Raincy est comparable au 5 villes choisies, mais est très au dessus de la majorité des villes de l'EPT 9 Grand Paris-Grand Est (avec un écart superieur en moyenne de 5%)
➔ A l'échelle de l'EPT 9 Grand Paris-Grand Est, le Raincy est une ville de séniors avec à terme, un vieillissement encore plus important de sa population (déficit de "très jeunes").

### 2.2.2 Le Raincy est-elle une ville de personnes à haut niveau de vie ?

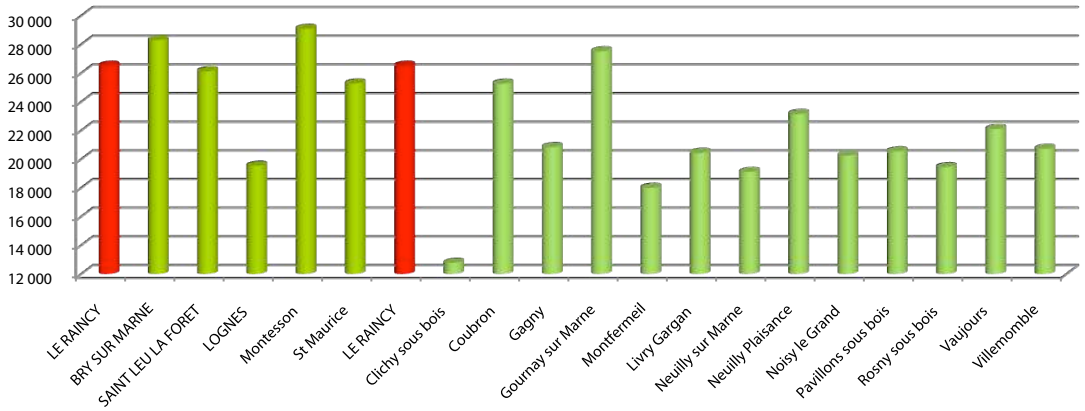



Figure 3 : Médiane du revenu disponible

Le Raincy confirme ses 20% de revenus supplémentaires
Ville de taille moyenne, avec un historique résidentiel, un certain niveau de qualité de vie, accessible à des habitants à niveaux de vie plus élevés.

### 2.2.3 Le Raincy est-elle une ville de commerces ?

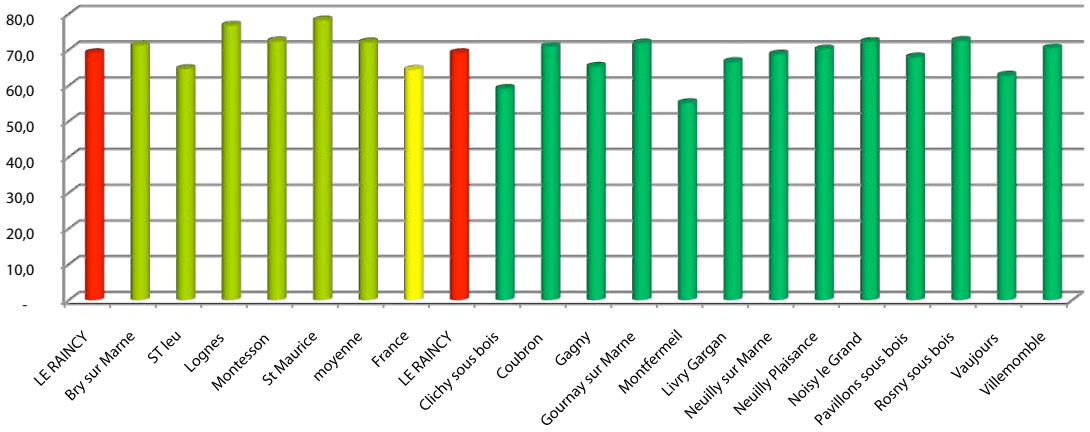



Figure 4 : Part du commerce, transport et services divers, en %

Le Raincy sur les deux panels se situe plutôt en fourchette haute sans être nettement différenciante.
Le Raincy s'affirme plus nettement dans les domaines de l'administration publique, l'enseignement et la santé.
Ces résultats sont en phase avec la première étude de positionnement du Raincy

➔ Nécessité de dynamiser le commerce du centre-ville au risque de le voir péricliter,

➔ Prédisposition du Raincy à se positionner comme un pôle de référence d'un secteur bien ciblé dans le domaine de la santé au sein de l'EPT 9 Grand Paris-Grand Est et peut-être au sein de l'Ile-de-France

## 2.3 Repartition de l'offre commerciale de la commune du Raincy par secteur d'activite

Le Raincy est un pôle composé d'environ 800 acteurs économiques, dont environ 365 commerces et entreprises ayant une activité à partir du Raincy déclarées à la CCI de la Seine-Saint-Denis

- ✓ L'offre de proximité (alimentaire, hygiène-beauté et cafés-hôtels-restaurants) représente 27% du tissu commercial du Raincy,
- ✓ Le secteur des services est surreprésenté (45%), il est dominé par les banques-assurances-agences immobilières (94 établissements = 57% des commerces de ce secteur),
- ✓ 13 commerces en équipement de la maison et 39 en équipement de la personne, forment un bon taux de diversité du Raincy, avec 35% de commerces anomaux[2].

N.B. : en France, on compte en moyenne 1 boulangerie pour 1800 habitants. Avec 9 boulangeries pour 14.000 habitants, Le Raincy témoigne d'un taux plus élevé. Idem pour les cafés-restaurants, avec 47 établissements pour 14.000 habitants, par rapport à la moyenne nationale (30 restaurants/cafés pour 10.000 habitants).

Une bonne diversité commerciale et une identité commerciale tournée vers le service et les métiers gastronomiques (donc à forte valeur ajoutée) sont les principales caractéristiques de la structure commerciale du Raincy.

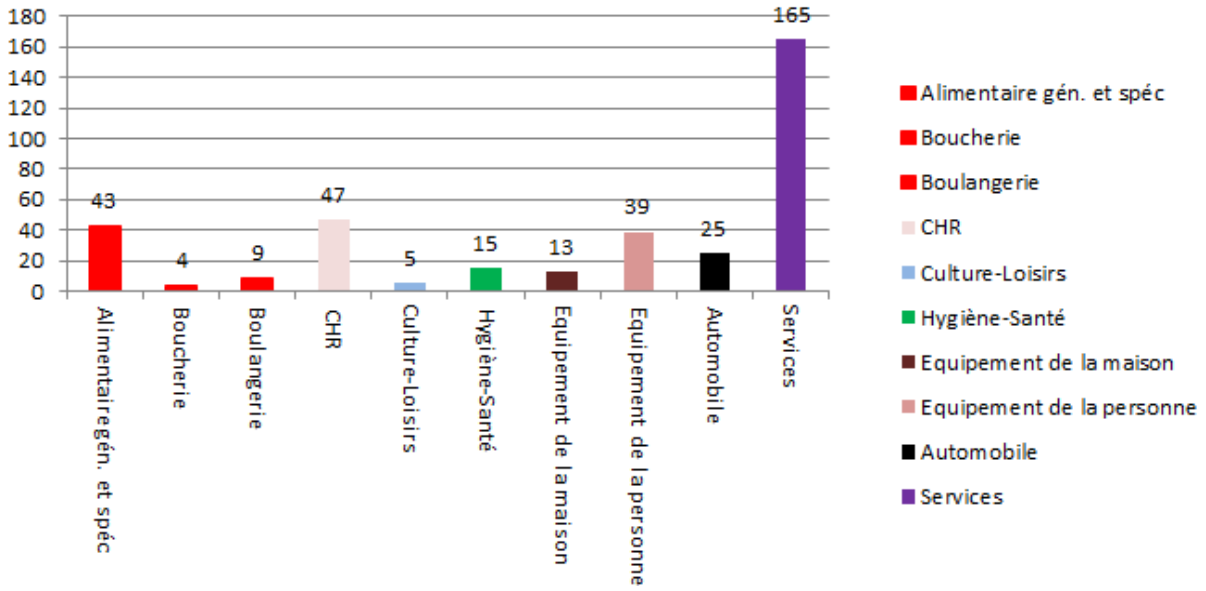



Figure 5 : Répartition de l'offre commerciale du Raincy par secteur d'activité

[2] Commerce anomal : commerce à fréquence occasionnelle ou exceptionnelle dont la fréquentation n'est pas exclusivement à but d'achat.

Un focus sur la rubrique des services donne les chiffres suivants :

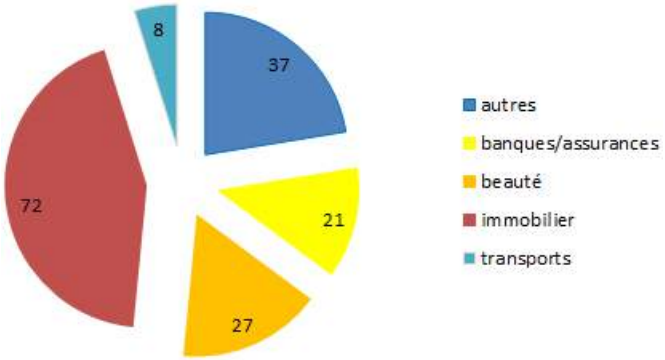



Figure 6 : Répartition de l'offre Services du Raincy

On constate une surreprésentation des entreprises du secteur immobilier, de la beauté et des banques/assurances.

### 2.3.1 Localisation des principales zones commerciales

Le classement des principales zones commerciales est dominé par l'avenue de Résistance et la place du Général de Gaulle qui concentrent plus de la moitié des commerces (53%). Viennent ensuite l'allée de Montfermeil et le rond-point de Montfermeil avec 12% et l'avenue Thiers et le rond-point Thiers avec 9%. Ces zones (cf. figure 7), véritable centre névralgique du commerce de la ville, se croisent et sont accessibles depuis la Gare RER du Raincy.

On pourrait créer, avec le concours des commerçants du Raincy, un parcours « shopping » incitant à découvrir la ville et ses commerces. Identifiable grâce à un plan de communication autour des déplacements verts (site web de la ville, prospectus, panneaux).
Compte tenu de l'affluence générée par la gare RER, il apparait aussi nécessaire de renforcer la signalétique avec un panneau interactif indiquant les principaux commerces disponibles sur la ville du Raincy et le temps nécessaire pour s'y rendre à pied. L'association http://www.espacepieton.org/ pour la promotion des déplacements piétons en zone urbaine a été repérée par l'atelier comme un partenaire potentiel d'un projet « Marcher et faire son shopping au Raincy ».

Figure 7 : Localisation des principales zones commerciales du Raincy

### 2.3.2 Zone de chalandise théorique

La zone de chalandise d'une zone commerciale est sa zone géographique d'influence, d'où provient la majorité de la clientèle. C'est une donnée très importante dont tiennent compte les entrepreneurs et investisseurs lors du choix d'une implantation ou d'un investissement. Le calcul de cette zone dépend de nombreux facteurs, en premier lieu le type de commerces/entreprises, les infrastructures autour du commercer/entreprise etc. Sans procéder à ce calcul, nous prendrons en compte ses principaux paramètres.

### 2.3.3 Concurrence des centres commerciaux environnants

Le Raincy est situé à proximité de plusieurs pôles commerciaux qui limitent son influence sur une zone de chalandise plus large. Le centre commercial Rosny 2, le plus proche, réduit l'attractivité commerciale du Raincy. On peut aussi évoquer la zone commerciale Clichy 2 à Clichy-sous-Bois.

Figure 8 : Localisation des centres commerciaux proches du Raincy

Pour contourner cette difficulté de forte situation concurrentielle, Le Raincy doit faire le choix de singulariser et spécialiser son offre sur un ou deux secteurs à forte valeur ajoutée. La répartition de l'offre (cf. paragraphes précédents) suggère 2 domaines : la gastronomie et les services.

### 2.3.4 Performance du tissu économique du Raincy

L'analyse du CA par secteur d'activité (informations disponibles sur Infogreffe) fait ressortir le dynamisme de 3 d'entre eux notamment : l'alimentaton, l'hygiène-santé et les services.

| Evolution du CA sur les 2 denières années: | | | |
|---|---|---|---|
| | en progression | stable | en baisse |
| Alimentation | 38% | 29% | 33% |
| Equipement de la personne | 27% | 13% | 60% |
| Equipement de la maison | 0% | 13% | 87% |
| Hygiène-santé | 60% | 20% | 20% |
| Culture-loisirs | 39% | 23% | 38% |
| CHR | 11% | 72% | 17% |
| Services | 45% | 37% | 18% |

Figure 9 : Évolution du chiffre d'affaires par secteur d'activité

L'hygiène-santé, avec 60% de progression ces 2 dernières années, jouit d'un épanouissement exceptionnel dans la mesure où la densité des fonctions libérales de santé est forte et la clientèle à hauts revenus et les seniors notamment sont plutôt demandeurs.

Les services, avec 45% de progression, sont en seconde position (notons que 39% pour le secteur culture-loisirs est aussi remarquable). La vitalité du secteur de l'immobilier au Raincy (construction, travaux et gestion patrimoniale) et le taux de 25% de CSP+ sont les principaux vecteurs de ce succès.

L'alimentation, en affichant 38% de progression, joue la carte de la qualité. La fidélisation de sa clientèle, attirée par cette spécificité, et l'ensemble des commerces implantés sur les avenues centrales du Raincy garantissent une certaine pérennité de situation privilégiée.

Le secteur CHR (cafés-hôtels-restaurants), avec 11%, s'est pourtant maintenu face à un recul national estimé à -1,5% (source : syndicat national HRCT[5]).
En lanterne rouge, l'équipement de la maison a fait les frais d'années à forte pression fiscale durant lesquelles les ménages ont fait des coupes sombres dans les dépenses de confort.

### 2.3.5 Analyse des difficultés relatives à l'offre

Afin de mieux comprendre la situation économique du Raincy, nous avons également procédé par enquêtes sous forme d'entrevues auprès des commerçants et entreprises des secteurs présents sur l'espace raincéen : métiers de bouche (boucherie, boulangerie, chocolatier…), distribution spécialisée (supérette bio…), entreprises de services, gestion et construction immobilières, équipement de la personne, fournisseur d'accès internet, etc.

Des demandes prioritaires pour l'accueil de nouvelles enseignes et pour le stationnement.

Qu'il s'agisse du développement de l'offre de parking (70%) ou de l'amélioration de leur signalétique (70%), les commerçants estiment que le stationnement est l'axe de progrès prioritaire au Raincy. Ils sont également plus des 2/3 (67%) à souhaiter que de nouvelles surfaces soient développées pour accueillir de nouvelles enseignes.

[5] http://www.synhorcat.com/synhorcat/chiffres-cles/article/1er-trimestre-2015-l-activite-du

### 2.3.6 Analyse de la demande de commerces

Les principaux enseignements tirés du sondage *« Les citadins, leur vie en ville et le commerce de proximité »* réalisée auprès de 81 personnes sont les suivants :

- Les Raincéens souhaitent l'accès aux commerces et des déplacements facilités,
- Plus de 2 Raincéens sur 3 se rendent chaque semaine chez un commerçant de détail,
- 41% des Raincéens font leurs courses par Internet en complément de celles réalisées en magasin. Peu concerné par ce sujet, presque 1 Raincéen sur 2 ne se prononce pas.
- La tendance se confirme : 2 Raincéens sur 3 ne jugent pas nécessaire que le commerce de quartier dispose d'un site Internet pour consommer en mode « drive »,
- Pour les Raincéens, se rendre au marché ou chez des petits commerçants est un plaisir, dans les hypermarchés ou hard discounts plus une contrainte.

## 2.4 DIAGNOSTIC DE L'URBANISME

Le diagnostic de l'urbanisme réalisé sur Le Raincy est le résultat d'échanges entre les membres de l'atelier, de la saisine couverture écologique, des retours entreprises/commerces perçus ainsi que des retours citoyens.

Les grands points faibles portent principalement sur :

- ✓ Le manque de lisibilité des projets arrêtés sur les principales friches,
- ✓ L'absence de communication visuelle de la ville,
- ✓ La remise aux normes de l'éclairage public et la rénovation des espaces verts,
- ✓ La reconquête de l'espace public à travers le réaménagement de la voierie, l'implantation de zones piétonnes, l'incitation à l'usage des véhicules verts…

Nous recommandons fortement de :

- Consulter les parties prenantes et déterminer des projets de pôles d'activités sur les principales zones de friches,
- Renforcer l'affichage aux entrées de ville (zones commerciales par excellence) la gare, l'avenue de la Résistance, l'allée de Montfermeil, l'avenue Thiers,
- Réaménager la cour de la Gare (en cours) tracer des zones piétonnes à périodicité régulière.

Figure 10 : Localisation des entrées de ville du Raincy

### 2.4.1 Zoom sur l'offre de stationnement

Pour accéder facilement aux commerces du centre-ville, Le Raincy dispose de 1500 places en totalité, dont 400 gratuites sur la chaussée. Un volume tendu au regard de l'activité commerciale.

Parmi ces 1500 places, 73% sont payantes par horodateur. Si l'on rapporte ce volume au nombre de commerces et services du cœur de ville (309), on obtient un ratio de 4,8 places par commerce et services. L'équilibre nécessiterait un rapport supérieur à 5, point soulevé régulièrement par les commerçants lors de l'analyse des sondages entreprises.
Le parking Effia, dont l'ouverture en octobre 2016 viendra apporter 150 places, fera grimper le ratio de place par commerce à 5,24, soit au-dessus du ratio 5.

30% du trafic d'un centre urbain moyen est lié à la recherche d'une place de stationnement. L'enjeu porte donc principalement sur une communication autour des parkings trop fréquemment sous-occupés à cause d'une mauvaise signalétique.

Il faudrait doter la ville d'un panneau interactif compteur de places disponibles dans les parkings couverts et d'une signalétique bien visible.
Nous invitons fortement la Municipalité à contacter la société « le stationnement intelligent », un système interconnecté donnant une vue d'ensemble, en temps réel des places libres.

Aussi pour optimiser l'utilisation du parking Effia, nous proposons de rendre piétonne l'avenue de la Résistance une journée par mois par exemple et contribuer à faire connaitre Le Raincy dans les villes environnantes en communiquant sur cette initiative écologique.

On peut également proposer un bon de parking ou une réduction lors des achats en magasins, un service de voiturier, ou des opérations de parking gratuit les samedis après-midi.

### 2.4.2 Zoom sur les friches

Sous ce vocable « friches », on retrouve plusieurs espaces dont la fonction économique a été très différente

- Les anciens établissements « publics » ou à destination du public,
- Les espaces, terrains et maisons, qui semblent à l'abandon,
- Les anciens commerces ou entreprises (voir liste en Annexe).

La municipalité a déjà des projets plus ou moins avancés pour les premiers : commissariat sur le boulevard de l'Ouest, ancien bureau de poste, hôpital Valère Lefebvre, ex-Maison de retraite de l'Ermitage et le site de l'ex-Collège Corot.

Parmi les seconds, laissés à l'abandon depuis plusieurs années, la mise en relation par la Municipalité pourrait être envisageable entre les « anciens propriétaires » et les entreprises qui cherchent à s'installer au Raincy (Etablissements Toffolon).

Parmi les derniers, dont des commerces en phase de transition (cession de bail…), trop nombreux sont ceux (surtout avenue de la Résistance) qui n'ont pu maintenir leur activité au-delà d'un exercice. Il est urgent de ralentir cette tendance, traduisant un certain malaise économique, même s'il est pour partie dû à la conjoncture. L'animation des axes commerciaux doit être repensée en appliquant de nouveaux concepts en phase avec les attentes des clients raincéens ou pas.

# 3. RECOMMANDATIONS : CREATION DE POLES D'EXCELLENCE ET MISE NE PLACE D'UNE STRATEGIE DE VISIBILITE

Faire émerger à terme 3 pôles économiques d'excellence

L'analyse des études et des principaux enseignements que nous en retirons, en lien avec la réalité de la ville, fait émerger trois idées qui sont autant de pôles économiques d'excellence autour desquels construire une stratégie économique.

Nous pensons que, compte tenu de la taille de la ville, de l'offre économique dans le département et la région, il ne sert à rien de courir tous les lièvres à la fois. Une stratégie de développement économique ne peut que s'asseoir sur une spécialisation.
Nous avons fait émerger 3 idées :

- ✓ Construire un pôle économique autour de la Silver Économie ;
- ✓ Structurer l'offre de commerces de proximité en véritable centre commercial et le promouvoir avec les codes inhérents à ce marché ;
- ✓ Fédérer les commerces de proximité dédiés au bien manger.

… qui ne doit pas empêcher de soutenir la création d'entreprises, en règle générale
Un accompagnement pour les créateurs d'entreprise et les porteurs de projets est un minimum, avec des permanences d'accompagnement individuel et des réunions d'information collectives qui pourraient ainsi être organisées dans et par la ville.

## 3.1 CREER UN POLE ECONOMIQUE DEDIE AU MAINTIEN A DOMICILE ET A LA MOBILITE UBAINE DES PERSONNES AGEES

Le bien-être des personnes âgées, un enjeu local et crucial
L'accompagnement des anciens et la question du « bien vieillir » et de l'autonomie à tous âges, est une préoccupation majeure en France et, a fortiori pour une municipalité qui fait des personnes âgées une cible essentielle de son action sociale. Compte tenu des spécificités et des particularités du Raincy, nous pensons que la politique publique en faveur des aînés peut s'accompagner de la création d'un pôle économique durable dédié à la « Silver économie », qui puisse rayonner sur le territoire et au-delà.

La Silver économie est l'économie au service des personnes âgées. L'enjeu est crucial : il s'agit d'encourager les innovations concernant notre avancée en âge et nous permettre de contourner le handicap de la perte d'autonomie.

Le Raincy possède des atouts pour accueillir et développer un tel pôle :

- ✓ surreprésentation des personnes de plus de 60 ans sur la commune,
- ✓ niveau de vie plus élevé que le reste du département, de la région,
- ✓ une ville reconnue, à taille humaine et résidentielle,
- ✓ une commune qui héberge déjà de nombreux professionnels, publics ou privés, qui agissent pour le bien-être des personnes âgées,
- ✓ un réseau associatif fort.

Un projet d'excellence, qui comble un vide économique en transformant une image de « ville de vieux et de riches » en un projet économique d'excellence, créateur de valeur, attractif, centré sur l'innovation et l'entreprenariat, dédié au maintien à domicile et à la mobilité urbaine des personnes âgées :

- le maintien à domicile est plébiscité dans tous les sondages, dès qu'on évoque le vieillissement de la population, alternative face au manque de places en EHPAD,
- la mobilité reste la problématique numéro un des personnes âgées : se déplacer, c'est conserver une vie sociale.

Il n'y a pas aujourd'hui, en Seine-Saint-Denis, voire dans l'est de l'Île-de-France, un pôle économique dédié à ces questions essentielles. Et Le Raincy, compte tenu aussi de sa taille humaine, de ses reliefs qui en font une ville dont les enjeux de mobilité sont importants (cf. la tentative de créer un réseau local de navette), est un terrain favorable.
Se concentrer sur ces deux axes permet par ailleurs de ne pas disperser les ressources, tant humaines, techniques que financières.

### 3.1.1 Le Raincy, au centre d'un écosystème à fédérer, acteur du pôle économique

De nombreux acteurs en lien avec la Silver Économie gravitent au sein et autour du Raincy :

*a. des acteurs propres à la filière*

- Silver Valley :
  - réseau de 250 acteurs de la filière Silver Économie qui favorise le mieux vieillir ;
  - objectif : aménager les conditions propices au développement et accélérer la mise en œuvre de projets innovants et de partenariats commerciaux et industriels ;
  - apporter une expertise spécifique aux acteurs économiques de ce pôle ;
  - une implantation essentiellement située sur Paris et le 94, une très faible représentation en Seine-Saint-Denis.
- ASIPAG, syndicat national de la silver économie (membre de Silver Valley), présidé par Laurent Levasseur, président de BlueLinea. Laurent Levasseur est né et a fait ses études au Raincy ! 100 entreprises, de la TPE au grand groupe, constituent ce syndicat.

*b. des professionnels du financement*

- BPI, qui possède une antenne à Noisy-le-Grand,
- Les réseaux bancaires présents au Raincy, qui peuvent être un parfait relais.

*c. les structures de la filière du digital*

- Cap Digital, pôle de compétitivité de la transformation numérique, est installé à Paris 10e et regroupe plus de 1000 adhérents (PME, ETI, grandes entreprises, écoles, université, investisseurs…)
- Systematic Paris Région, pôle de compétitivité mondial, au cœur des infrastructures du numérique et des métiers du logiciel, fédère en Île-de-France près de 800 acteurs industriels, PME et scientifiques à la croisée de huit marchés technologiques à forte dimension sociétale (Transports, Energie, Télécoms, Sécurité, Santé, Ville intelligente, Systèmes d'informations et Usine du futur) et de deux domaines technologiques (Logiciel Libre et Systèmes complexes). Il est installé à Palaiseau (91).

*d. des professionnels de la santé*

- l'ARS, l'Agence régionale de santé
- la Sécurité sociale
- des spécialistes en gériatrie, en ergothérapie, en aménagements résidentiels, etc.

*e. Une forte communauté raincéenne* qui, de par l'activité des uns et des autres, est en contact avec une population âgée

- des nombreux médecins, spécialistes et professionnels para-médicaux
- un tissu associatif dynamique
- des enseignes de services et d'aide à domicile
- le groupe hospitalier intercommunal (GHI) Le Raincy-Montfermeil, avec le centre hospitalier et la maison Les Ormes, et ses 2000 agents
- un futur EHPAD en projet…

*f. Les entreprises, les assureurs, les complémentaires santé, qui n'ont pas forcément de lien avec Le Raincy…*

Fédérés autour d'un projet commun basé sur l'innovation, ces acteurs constituent un panel potentiel d'ambassadeurs, de soutiens, de conseils voire d'accompagnateurs. Cette communauté, rassemblée, peut intéresser des projets d'entreprises innovantes qui vont trouver au Raincy un terrain d'expression et d'expérimentation comme nulle part ailleurs.

### 3.1-2 L'incubateur, au centre de l'écosystème dédié

Se spécialiser, concentrer son attractivité sur un thème unique, communiquer sur cette démarche, c'est attirer d'abord les regards des porteurs de projets et créer un environnement économique positif.

*a. Création de Silver Lab, un incubateur* de start-up spécialisées dans le maintien à domicile et la mobilité urbaine des personnes âgées.

À notre connaissance, il n'y a pas d'initiative en France spécifiquement sur ces thèmes.

Un incubateur est une structure d'accompagnement de projets de création d'entreprises. L'incubateur peut apporter :
- un hébergement clé en main, à loyer très modéré, dans un espace conçu sur plusieurs centaines de mètres carrés d'infrastructure ;
- un accompagnement personnalisé par une équipe aux profils variés ;
- un programme d'accélération, composé d'animations et formations ;
- une opportunité d'intégrer une communauté d'entrepreneurs sur un marché identique ;
- des partenariats avec différents acteurs de l'écosystème.

La gestion et l'animation de SilverLab peuvent s'appuyer sur des spécialistes de l'accompagnement, membre, par exemple, de Silver Valley comme Agoranov. La mairie pourrait consacrer un espace pour concevoir et structurer ce pôle, mais surtout pour l'accueil et l'accompagnement des porteurs de projets.

L'idée est de faire une promotion constituée de 5 à 10 projets, sur deux ans. Après les 2 ans, les porteurs doivent quitter SilverLab. Les meilleurs projets pourraient intégrer l'hôtel d'entreprises (voir ci-dessous).

Les activités possibles :
- objets connectés : bracelet
- équipements de la maison
- pratique sportive…

*b. Un fonctionnement comme un* Living Lab

Il est important que SilverLab permette de mettre en réseau les porteurs de projets et que ces derniers puissent trouver au Raincy un terrain d'expérimentation. Pour cette raison, l'incubateur doit fonctionner aussi comme un *Living Lab*.

Un *Living Lab* regroupe des acteurs publics, privés, des entreprises, des associations, des acteurs individuels, dans l'objectif de tester « grandeur nature » des services, des outils ou des usages nouveaux : expérimenter dans la vie quotidienne, avec une perspective stratégique sur les usages potentiels de ces technologies en coopération avec les parties prenantes (collectivités locales, entreprises, laboratoires, et utilisateurs potentiels). Généralement, un *Living Lab* est structuré sous la forme de GIP (Groupement d'intérêt public).

Les porteurs de projets, dans la phase initiale, ont besoin certes d'un peu de chiffre d'affaires, mais surtout de références. D'où la phase d'expérimentation, essentielle, qui nécessite de trouver un environnement volontaire.

*c. SilverDev, un hôtel d'entreprises dédié à l'écosystème*

Si l'incubateur s'adresse à des porteurs de projets qui débutent, l'hôtel d'entreprises accueille des entreprises de plus de 2 ans, qui ont réussi leur phase d'amorçage.
Compte tenu du développement à long terme d'un tel projet, il est noté que les start-up qui ont terminé leur deux ans dans SilverLab et qui ont des perspectives de développement pourraient intégrer SilverDev.

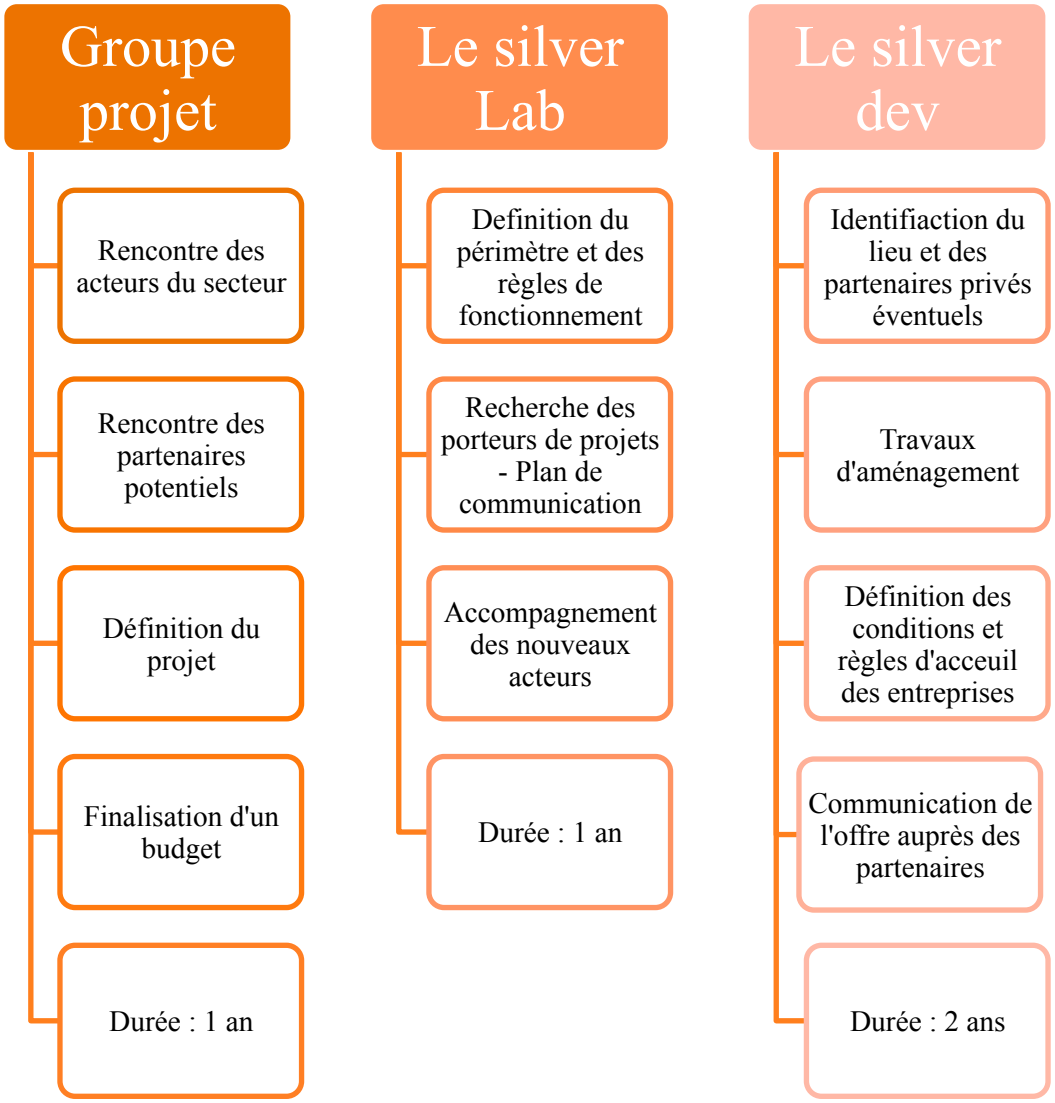
*d. Le développement des activités annexes*

- La thématisation forte du pôle économique permet au Raincy de se présenter comme un acteur important de la Silver économie et donc d'être choisi pour l'organisation de séminaires, conférences, symposiums, qui peuvent se tenir dans les différentes salles de la ville et faire vivre quelques acteurs locaux (hébergements, transports, restaurants…),
- Par ailleurs, d'autres initiatives, culturelles, sportives, sociales, humanitaires… peuvent s'inspirer de la spécialisation du pôle économique,
- Enfin, il est nécessaire d'impliquer les lycées et le post-bac dans cette démarche, en réfléchissant, par exemple, à l'ouverture d'une classe de BTS au lycée Albert Schweitzer ou à Saint-Louis-Sainte Clotilde sur les problématiques de la Silver économie, voire à un partenariat avec une université du 93 ou du 77.
- Plusieurs projets peuvent émerger en lien avec le thème : une école d'ergothérapeutes, un bureau d'étude d'aménagement de domiciles pour personnes âgées et handicapés, un centre de design expérimental pour les objets ergonomiques, un centre de gestion e-learning senior et/ou handicapés, une entreprise de distribution de meubles et d'accessoires ergonomiques pour personnes âgées et handicapées …

### 3.1.3 Un financement public/privé

Budgéter une telle initiative sur le long terme nécessiterait un travail approfondi que le groupe de travail n'est pas en mesure de définir de façon précise. Nous avons, malgré tout, quelques convictions :
- il faut incarner cette démarche : la mise en place de SilverLab nécessite, bien sûr, la mobilisation de toute l'équipe municipale, mais surtout un chef de projet à plein temps, en charge de la fédération des énergies, de la recherche des partenaires (publics et privés) et de l'animation. Le profil doit plutôt être jeune, mais avec quelques années d'expérience dans l'animation de ce type d'initiative.
- trouver de l'espace : Accueillir 10 porteurs de projets, c'est plusieurs centaines de mètres carrés, équipés, designés selon les codes collaboratifs actuels (pas de bureaux traditionnels).

Nous pensons qu'avec un budget d'étude de 100 k€/an sur 3 ans, un temps plein compris, hors investissement immobilier, on peut arriver à monter le projet, et à ouvrir à l'issu de ces trois ans le SilverLab.




## 3.2 STRUCTURER L'OFFRE DE COMMERCES DE PROXIMITE EN CENTRE COMMERCIAL

### Un centre-ville animé, des commerces en bonne santé

Le consommateur change, les villes doivent réinventer leur offre de commerces face à l'émergence de gros centres commerciaux qui deviennent de plus en plus des lieux de vie. La dynamisation commerciale des centres-villes est une priorité de beaucoup de villes qui souhaitent maintenir un commerce de proximité fort, signe d'une attractivité et donc d'une ville dynamique. L'avenue de la Résistance et le Plateau bénéficient déjà aujourd'hui d'une densité et d'une variété d'offres commerciales importantes, qui permettent aux Raincéens qui le souhaitent d'effectuer l'ensemble de leurs courses (alimentaires et hors alimentaires) sans avoir à faire un déplacement systématique vers une autre zone commerciale du type Rosny II.

### Maintenir, puis développer l'offre

Les objectifs que nous avons fixés à notre travail :

- permettre aux commerçants de se maintenir et de développer leur chiffre d'affaires
- rendre les deux zones attractives et attirer de nouvelles offres commerciales et de nouveaux clients potentiels
- événementialiser l'avenue de la Résistance et le Plateau pour attirer du monde et promouvoir ces zones

### Un projet rassembleur et innovant

Pour atteindre ces objectifs, nous tablons sur deux axes stratégiques :

- fédérer ville, commerçants et Raincéens autour d'un projet rassembleur, innovant, différenciant et créateur de valeur pour les commerçants d'abord, mais aussi les habitants, qui pourront être fiers de leur patrimoine commercial
- utiliser les codes de positionnement et de promotion des centres commerciaux pour clairement les concurrencer sur leur terrain et apparaître comme un centre commercial d'un nouveau genre, inédit, une première…

### Valoriser le commerce de proximité avec les codes des centres commerciaux

Dans ce type de création, la communication revêt une importance capitale. Le centre commercial du Raincy (CCR) doit être visible et réputé. L'idée est de s'inspirer des codes de communication des centres commerciaux pour faire exister l'offre et la promouvoir.

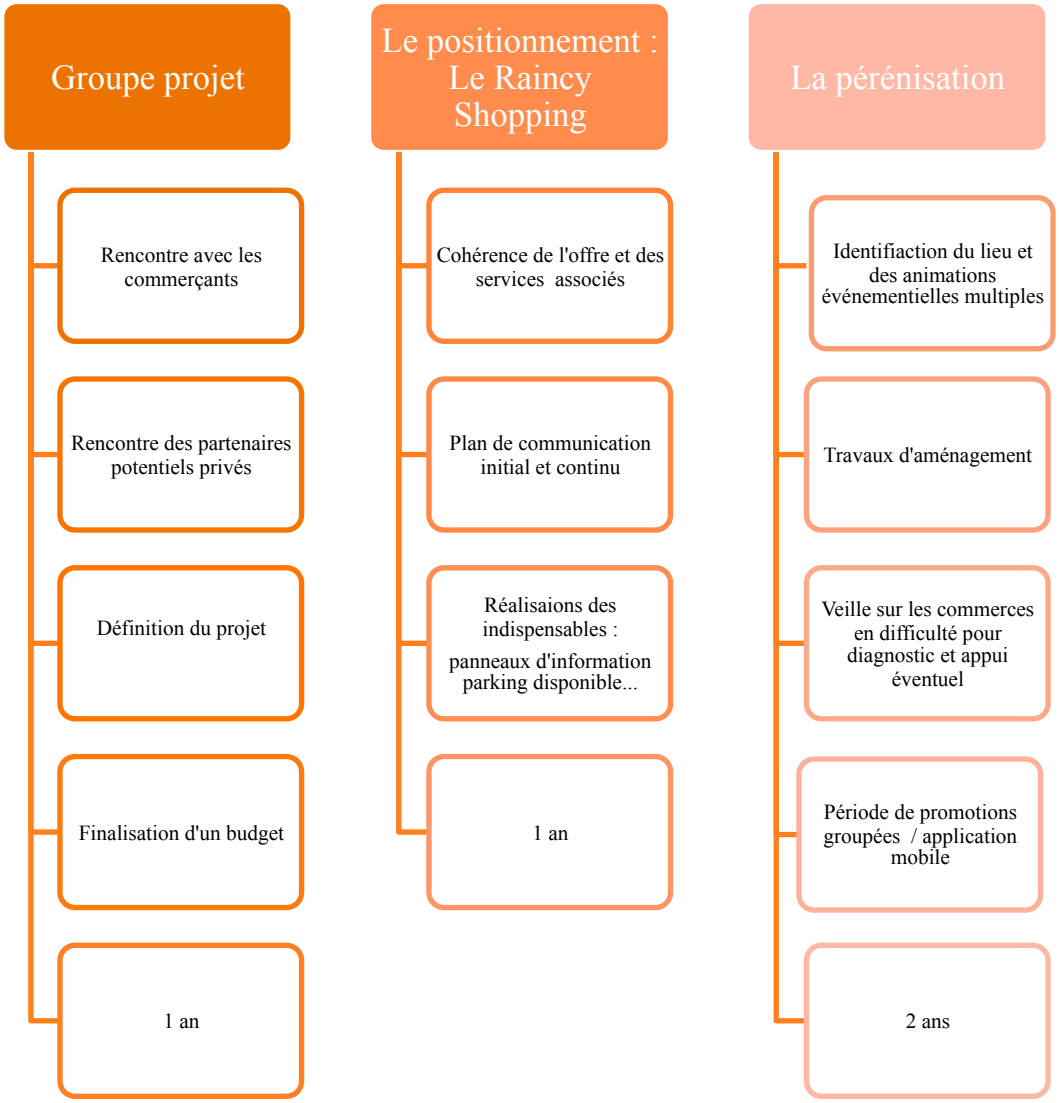
La vocation du CCR est de retrouver en quelque sorte les grands marchés d'autrefois en jouant peut-être sur les codes de la nostalgie. L'avenue de la Résistance ou le Plateau sont des places de marché ! En plus de cela, la promotion de cette nouvelle offre, pour être effective et efficace, s'appuie sur le mode de communication d'un centre commercial :

- l'interaction permanente avec le client, en développant des services communs à tous les magasins : livraison à domicile…
- la connexion digital/point de vente (e-commerce)
- la possibilité de se balader dans ce centre commercial à ciel ouvert, avec des véhicules dédiés (une sorte de touk-touk…)
- le rôle du mobile dans la capacité de faire des circuits « shopping »
- les animations événementielles et digitales :
    - l'avenue de la Résistance rendue aux piétons et aux consommateurs un dimanche matin par mois (du moins, pour commercer, aux beaux jours, entre avril et octobre) par exemple ; la journée de la viande, la journée du pain… avec des animations dédiées aux Raincéens et la participation des collectives… un marché événementiel du bio, puis des filières courtes
    - des boutiques éphémères faites par de grandes maisons…
- la création d'un parcours « shopping » mis en ligne sur le site de la ville et annoncé par des panneaux incitant à découvrir la ville et ses commerces,
- le renforcement de la communication autour de la découverte piétonne de la ville (site web de la ville, prospectus, panneaux…) et par l'installation d'un panneau interactif indiquant les commerces disponibles sur la ville du Raincy et le temps nécessaire pour s'y rendre à pied ou en transports verts ou transports en communs.

Un commerçant seul ne pourrait pas avoir accès à toutes ces innovations et ses réflexions. Seul un groupement et une mutualisation des ressources permettent d'atteindre ses objectifs.

### Investir dans les fonds de commerce (exemple de la ville de Saint-Denis)

Pour fidéliser sa clientèle et en attirer une nouvelle, pour diversifier son offre, la Ville de Saint-Denis (Seine-Saint-Denis) crée une société foncière en partenariat avec Plaine Commune, la CCI et la Caisse des Dépôts et Consignation afin d'acheter des boutiques (murs ou fonds de commerce) dans l'objectif de diversifier le commerce. Avant début 2017, entre 60 et 80 magasins vont être acquis pour un budget de 5 à 7 M€.




## 3.3 FEDERER LES COMMERCES DE PROXIMITE DEDIES AUX « BIEN MANGER »

### 3.3.1 Le Raincy, un centre commercial dédié à la gourmandise

On peut aller plus loin qu'un simple centre commercial, en lui donnant un thème par exemple. La mode est à la création de centres commerciaux spécialisés (exemple : Domus, dédié à la maison). L'idée est de fédérer l'offre raincéenne actuelle des commerces et des entreprises dédiés au bien manger autour d'un centre commercial spécialisé dans la gourmandise. Nous lui donnons un nom de code : Saporis, inspiré du latin *sapor*, qui signifie saveur, goût.

Saporis
Le 1er centre commercial dédié à la gourmandise et au bien manger
Marchés du frais, métiers de bouche et artisans gourmands
Avenue la Résistance – Le Plateau – Le Raincy (93)
avec, comme ligne directrice, la qualité et le service.

Ce centre commercial, avec tout l'imaginaire qui va avec, regroupe tous les commerces et les entreprises de proximité dédiés au bien manger :

- les boulangers,

- les pâtissiers,
- les bouchers,
- les charcutiers,
- les épiciers,
- les épiceries fines,
- les maraîchers,
- les magasins qui ont un rayon frais (Monoprix, Franprix, Carrefour City…)…

mais aussi :
- les traiteurs,
- les confiseurs-chocolatiers,
- les restaurants,
- les bars,
- les commerçants des marchés…

Avec cette offre, clairement identifiée, regroupée, tous les militants ou amateurs du bien manger et du commerce de proximité, peuvent se donner rendez-vous.
Bien sûr, tous les commerces ne sont pas concernés par ce positionnement spécifique. Mais, en thématisant et en positionnant l'offre, nous la rendons lisible par le grand public, donc attractive. Et les autres commerces de proximité bénéficieront de fait de ce dynamisme naissant.

### 3.3.2 Un financement privé/public

Les principaux concernés sont les commerçants. En se fédérant, ils multiplient leurs chances d'être intégrés dans une vraie démarche à fort contenu (la gourmandise) et à forte valeur ajoutée. Rien ne peut donc être fait sans eux. Le rôle de la municipalité, à notre avis, est d'apporter l'idée (le centre commercial spécialisé à ciel ouvert) et de tout faire pour les rassembler. Ses équipes doivent susciter l'envie. Il en va du dynamisme du centre-ville et donc de la ville.

Si les commerçants actuels ne comprennent pas les enjeux, ils végèteront, voire mourront… les derniers avec leurs clients qui vieillissent. La mairie doit, sans être pessimiste, créer les conditions de la réussite du projet. Voici quelques idées :

- encourager le rassemblement des commerçants en promettant une subvention d'1 € public pour chaque euro investi par les commerçants et un travail en commun à la construction et la promotion de Saporis,
- mettre à disposition un "animateur de communauté commerciale", un chef de projet qui va être un directeur fictif du « centre commercial », aider la mise en œuvre du projet, prendre les contacts nécessaires à la mise en route du centre commercial, gérer les opérations événementielles et de communication…

### 3.3.3 Attirer de nouvelles boutiques, enseignes et entreprises et imaginer des animations

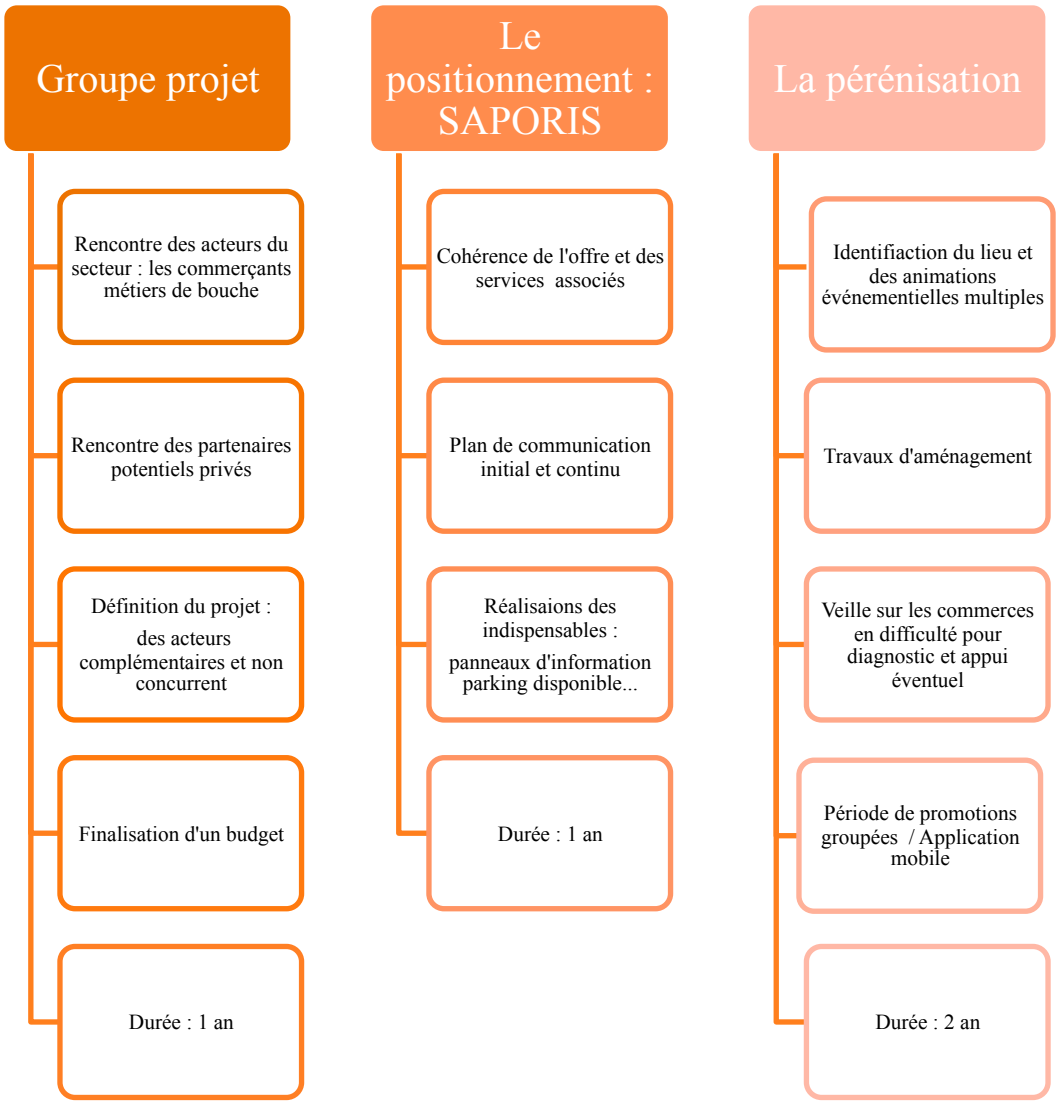
Spécialiser l'offre, c'est permettre à terme de voir d'autres boutiques venir s'installer : boutique de produits d'épicerie fine et produits du terroir, boutique de produits frais exotiques, boutique de coutellerie, accessoires de cuisine, boutique de linge de table et linge de maison haut de gamme, Boutique atelier « comme à la maison » pour apprendre à faire les confitures, les pâtés, les gâteaux, etc. On peut également imaginer un portail de centre de gestion de commande de produits gastronomiques à destination des restaurants, des traiteurs…

On peut également imaginer une série d'animations événementielles comme un Festival de la gastronomie européenne en coopération avec les villes jumelées, concours de cuisine pour associer les habitants, des découvertes de légumes anciens...

Pour favoriser l'installation de nouvelles activités :

- Rencontrer les agences immobilières pour les sensibiliser sur la dynamique de développement de la ville
- Mener, autant que possible, une politique proactive de recherche d'enseignes.
- Perception d'une taxe pour inoccupation des surfaces commerciales

En complément, nous proposons de mettre en ligne sur le site du Ceser une boîte à idées ouverte à la consultation et à la contribution citoyenne.



## CONCLUSION

L'atelier « Attractivité économique » a souhaité faire des propositions s'appuyant sur des constats objectivés par des études, des statistiques et des enquêtes. La proposition sur la Silver économie et les deux propositions sur les commerces (via le centre commercial à ciel ouvert « Le Raincy Shopping », et la spécialisation sur les métiers de bouche via Saporis) permettent d'identifier la ville sur des pôles d'excellence qui généreront des envies d'entreprises établies ou de nouveaux entrepreneurs à s'installer et à se développer.

Cette nouvelle activité économique, couplée à la qualité de vie actuelle de la ville et la qualité de vie projetée à travers le travail réalisé par l'ensemble des ateliers, permettra de faire évoluer l'attractivité du Raincy.

# Annexes


| | | |
|---|---|---|
| Annexe 1 | Comparatif du Raincy avec 5 villes au profil identique et les villes de l'EPT 9 Grand Paris-Grand Est | page 28 |
| Annexe 2 | Positionnement du Raincy | page 36 |
| Annexe 3 | Entretiens et sondages | page 38 |
| Annexe 4 | Attractivité fiscale | page 44 |
| Annexe 5 | Friches et transports | page 48 |

# Annexe 1

# Comparatif du Raincy avec 5 villes au profil identique et les villes de l'EPT 9 Grand Paris-Grand Est

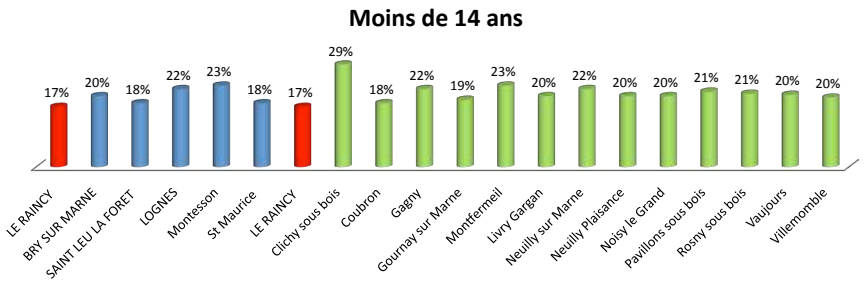
## Eléments comparés sur base Insee (chiffres clés)

- Analyse comparative avec 5 villes sélectionnées pour potentiellement avoir des similitudes avec Le Raincy :
  - St Leu la Forêt
  - Montesson
  - Lognes
  - Bry sur Marne
  - Saint Maurice

- Analyse comparative avec les 13 villes de l'ETP 9 :
  - Clichy sous bois
  - Coubron
  - Gagny
  - Gournay sur Marne
  - Montfermeil
  - Livry Gargan
  - Neuilly sur Marne
  - Neuilly Plaisance
  - Noisy le Grand
  - Pavillons Sous Bois
  - Rosny sous Bois
  - Vaujours
  - Villemomble

## Structure de la population :

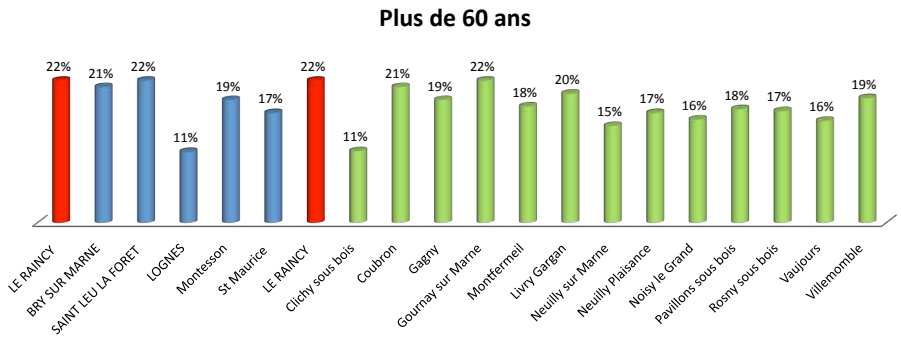
- Le Raincy est elle une ville de Seniors ?




- Le Raincy est la ville ayant le moins de « plus jeunes » par rapport aux 5 ressemblant et dans l'ETP 9

## Structure de la population :

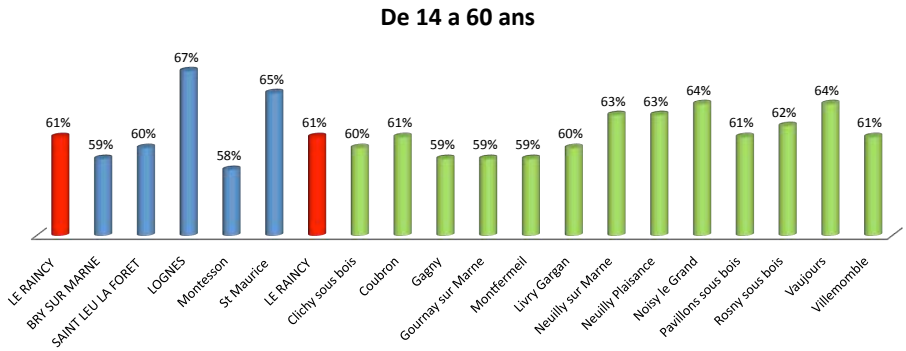
- Le Raincy est elle une ville de Seniors ?




- Dans la classe + de 60 ans, Le Raincy est comparable a certaines villes des 5 et est très au dessus de la majorité des villes de l'ETP 9 (+ 5% très souvent)

## Structure de la population :

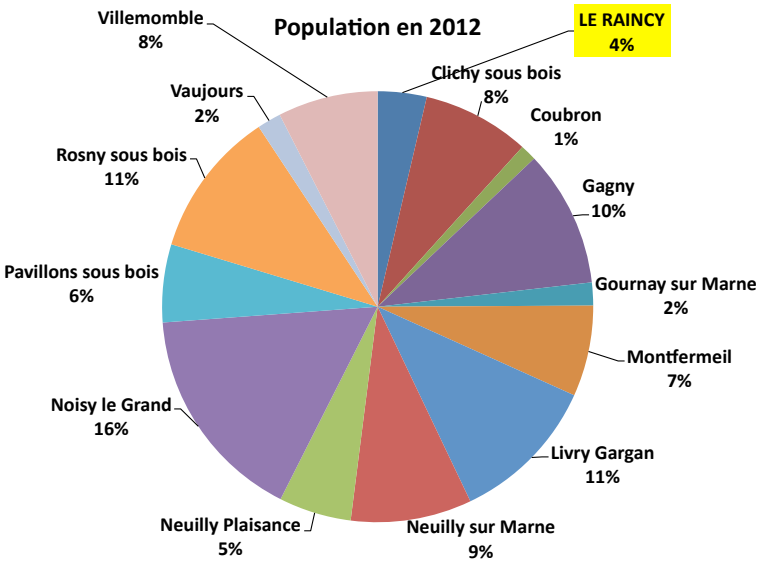
- Le Raincy est elle une ville de Seniors ?




- Dans la classe 14-60 ans, Le Raincy est dans la moyenne sur les deux panels

## Structure de la population :

- Le poids dans l'ETP 9 ?



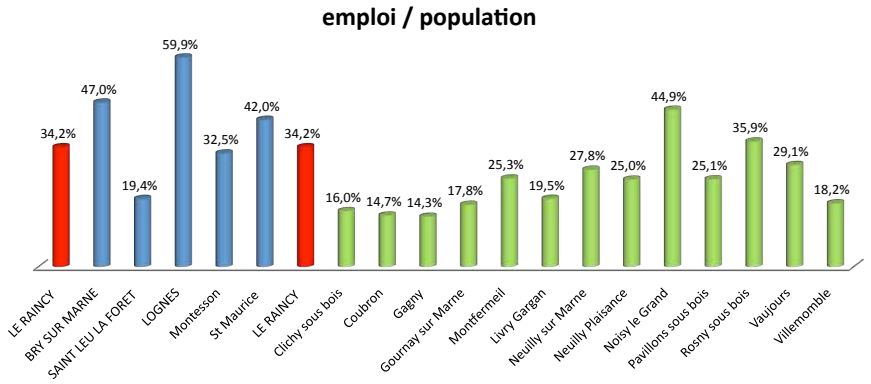

## Structure de la population :

- Le Raincy est elle une ville de Seniors ?

- En conclusion :
- La structure de la population du Raincy se rapproche de villes type Bry sur Marne ou St leu La Forêt
  - Villes de tailles intermédiaires :15-20000 habitants
  - Villes résidentielle
- La faiblesse de la classe –de 14 ans se traduira par un vieillissement plus important de la population par rapport à toutes les villes comparés et notamment vis-à-vis de l'ETP9 (déficit de 3 à 4% de très jeunes)
- A l'échelle de l'ETP 9, Le Raincy est une ville de séniors

## Eléments économique :

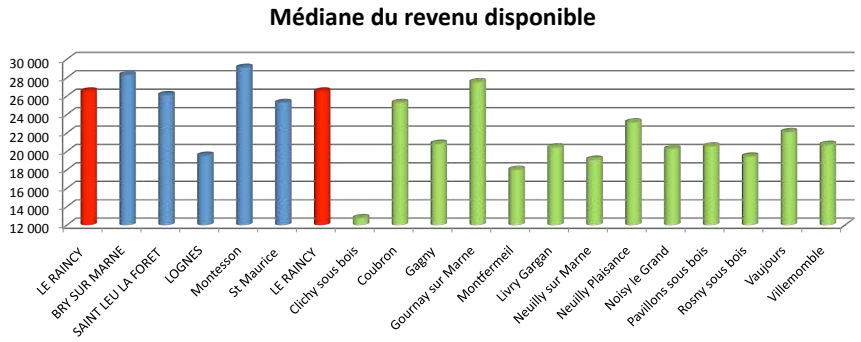
- Le Raincy est elle en avance sur l'emploi de ses habitants ?




- Le taux emploi/population est très nettement supérieur à un grande nombre de villes de l'ETP 9

## Eléments économique :

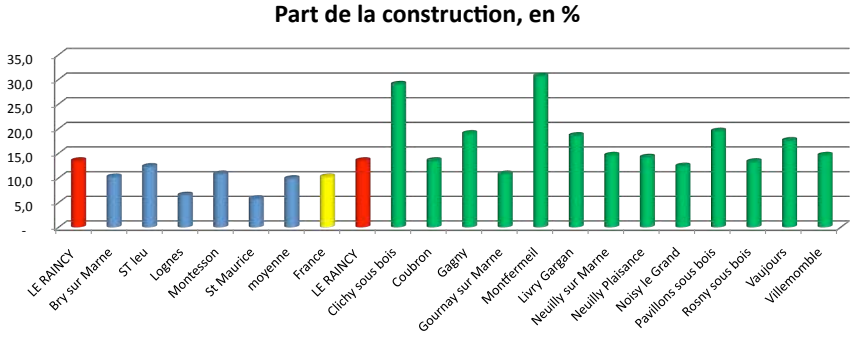
- Le Raincy est elle une ville de personnes favorisés ?




- Dans la moyenne des villes « comparables » hors territoire, Le Raincy avec Gournay sur Marne sont très en avance sur l'ensemble de l'ETP 9 avec souvent plus de 20% de revenus supplémentaires

## Eléments économique :

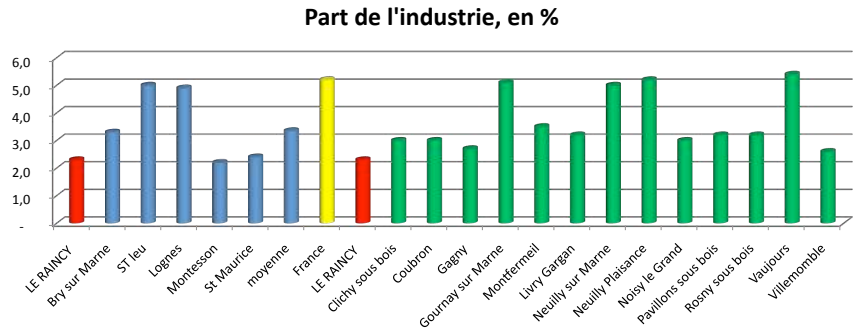
- Le Raincy est elle une ville de commerces ?




- Situation très variables pour la part d'emploi dans la construction donc peu significatif

## Eléments économique :

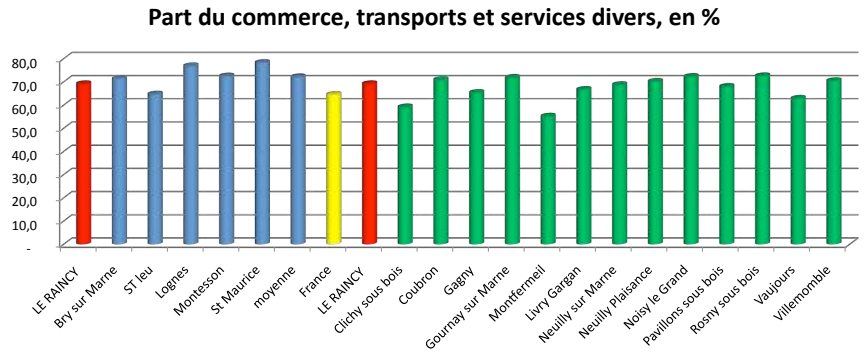
- Le Raincy est elle une ville de commerces ?




- Le Raincy est en dernière position sur les 2 panels
- L'etp 9 est en retard vis-à-vis de la moyenne France

## Eléments économique :

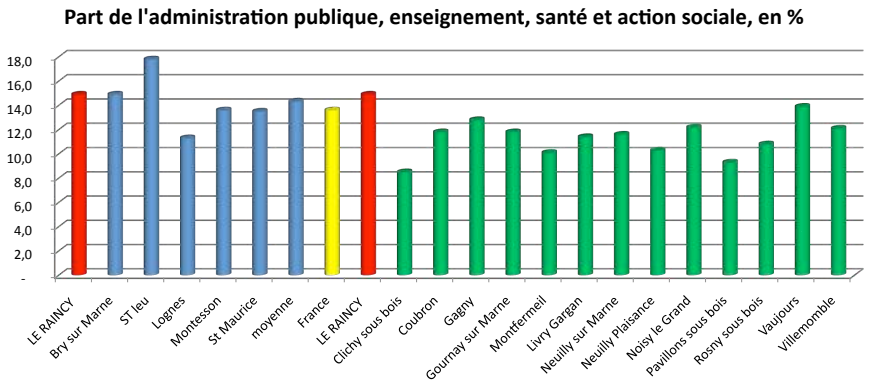
- Le Raincy est elle une ville de commerces ?




- Sur les 2 panels, plutôt en fourchette haute sans être nettement différenciant

## Eléments économique :

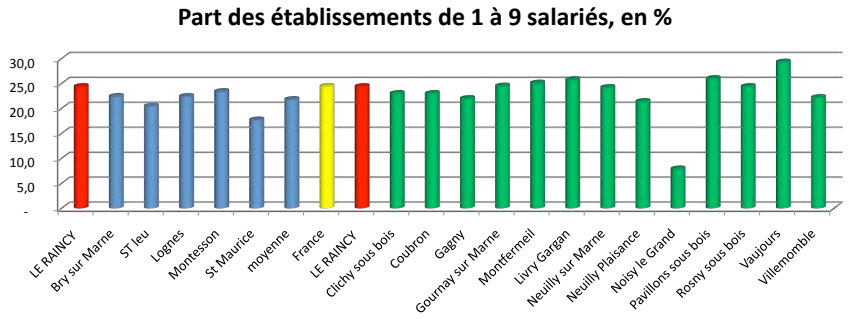
- Le Raincy est elle une ville de commerces ?




- Au dessus de la moyenne nationale et sur tout le périmètre de l'ETP 9 : lié à la sous préfecture, au commissariat…

## Eléments économique :

- Le Raincy est elle une ville de petites entreprises ?




- Pas différentiant et dans la moyenne nationale

## Conclusion générale :

- Les caractéristiques de Le Raincy :
  - Ville de taille moyenne
  - Historique résidentiel
  - Un niveau certain de qualité de vie
  - Attractif pour des habitants a niveaux de vie plus élevé
  - Des habitants plus installés et plus agés
- Ces caractéristiques sont partagés avec d'autres villes du type Bry sur Marne hors ETP 9
- Dans l'ET9, le Raincy est plus singulier
- Pas de particularisme commerce, un léger particularisme « administration… »

- Globalement, les chiffres clés confirment l'image de la ville notamment au sein de L'ETP 9.
- Naturellement, elle ne semble pas être la première destination immédiate pour une implantation de nouveaux acteurs économiques

# Annexe 2

# Positionnement du Raincy

| | LE RAINCY (93340) | Depart 93 | | Depart 94 | | Ile de France | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Population** | | | Delta | | Delta | | delta |
| Implantation ville | Arrt Bobigny Canton de Villemomble | | | | | | |
| Distance de Paris accessibilité | 15 Km - RER E - T4 - Bus 605 601 614 etc. | | | | | | |
| Caractéristiques du tissu économique | 350 entreprises PME PMI Sous préfecture | | | | | | |
| Typologie de ville | Immeuble, pavillons résidentielle | | | | | | |
| Population en 2012 | 13 993 | 1 578 700 | 1% | 1 341 831,00 | 1% | 11 898 582,00 | 0,1% |
| Densité de la population (nombre d'habitants au km²) en 2012 | 6 246,90 | 6 514,50 | 96% | 5476,2 | 114% | 990,5 | 630,7% |
| Superficie (en km² ) | 2,2 | 236,2 | 1% | 245 | 1% | 12012 | 0,02% |
| Variation de la population : taux annuel moyen entre 2007 et 2012. en % | 0 | 0,5 | | 0,6 | | 0,5 | 0,0% |
| dont variation due au solde naturel : taux annuel moyen entre 2007 et 2012. en % | 0,8 | 1,3 | 62% | 1 | 80% | 0,9 | 88,9% |
| dont variation due au solde apparent des entrées sorties : taux annuel moyen entre 2007 et 2012, en % | -0,8 | -0,8 | 100% | -0,4 | 200% | -0,4 | 200,0% |
| Nombre de ménages en 2012 | 6 254 | 588 201,00 | 1% | 561 539 | 1% | 5 012 047 | 0,1% |
| Sources : Insee. RP2007 et RP2012 exploitations principales | | | | | | | |
| **Logement** | | | | | | | |
| Nombre total de logements en 2012 | 6 938 | 627 186 | 1% | 600 315 | 1% | 5 522 041 | 0,1% |
| Part des résidences principales en 2012. en % | 90,1 | 93,80 | 96% | 93,50 | 96% | 90,80 | 99,2% |
| Part des logements vacants en 2012, en % | 8,3 | 5,40 | 154% | 5,20 | 160% | 6,10 | 136,1% |
| Part des ménages propriétaires de leur résidence principale en 2012, en % | 60,6 | 40,60 | 149% | 45,90 | 132% | 47,50 | 127,6% |
| Sources : Insee, RP2012 exploitation principale | | | | | | | |
| **Revenus** | | | | | | | |
| Part des ménages fiscaux imposés en 2012, en % | 79 | 61,10 | 129% | 72,90 | 108% | 73,60 | 107% |
| Médiane du revenu disponible par unité de consommation en 2012. en euros | 26 537,00 | 16 609,40 | 160% | 21 359,10 | 124% | 22 180,00 | 120% |
| Taux de pauvreté en 2012, en % | 9,9 | 26,90 | 37% | 15,30 | 65% | 15,00 | 66% |
| Insee-DGFiP-Cnaf-Cnav-Ccmsa, Fichier localisé social et fiscal. | | | | | | | |
| **Emploi - Chômage** | | | | | | | |
| Emploi total (salarié et non salarié) au lieu de travail en 2012 | 4 790 | 547 541,00 | 1% | 516 102,00 | 1% | 5 677 540,00 | 0,1% |
| dont part de l'emploi salarié au lieu de travail en 2012, en % | 84,8 | 91,00 | 93% | 90,50 | 94% | 89,60 | 95% |
| Variation de l'emploi total au lieu de travail : taux annuel moyen entre 2007 et 2012, en % | -0,3 | 0,60 | -50% | 0,40 | -75% | 0,40 | -75% |
| Taux d'activité des 15 à 64 ans en 2012 | 77,9 | 73,00 | 107% | 75,80 | 103% | 75,90 | 103% |
| Taux de chômage des 15 à 64 ans en 2012 | 9,9 | 18,20 | 54% | 12,30 | 80% | 12,00 | 82% |
| Sources : Insee. RP2007 et RP2012 exploitations principales | | | | | | | |
| **Établissements** | **Le Raincy (93062)** | | | | | | |
| Nombre d'établissements actifs au 31 décembre 2013 | 1 706 | 120 908 | 1% | 110 234 | 2% | 1 314 279 | 0,1% |
| Part de l'industrie, en % | 2,3 | 3,70 | 62% | 3,40 | 68% | 3,40 | 68% |
| Part de la construction, en % | 13,5 | 15,90 | 85% | 10,50 | 129% | 8,40 | 161% |
| Part du commerce, transports et services divers, en % | 69,2 | 70,50 | 98% | 73,60 | 94% | 76,70 | 90% |
| Part de l'administration publique, enseignement, santé et action sociale. en % | 14,9 | 9,80 | 152% | 12,30 | 121% | 11,00 | 135% |
| Part des établissements de 1 à 9 salariés, en % | 24,4 | 24,40 | 100% | 23,20 | 105% | 23,20 | 105% |
| Part des établissements de 10 salariés ou plus, en % | 4,2 | 6,40 | 66% | 6,40 | 66% | 5,80 | 72% |

# Annexe 3

# Entretiens et sondages

# Questionnaire d'enquête pour anticiper les axes de développement économique

**1.4- Questionnaire d'enquête pour anticiper les axes de développement économique - N.B. : Document strictement confidentiel d'étude municipale**

| Q N° | Thématiques | Type d'entreprise | Réponse |
|---|---|---|---|
| | **Situation économique actuelle** | | |
| 1 | Pourquoi avez-vous choisi de vous installer au Raincy ? | | |
| 2 | Sur une échelle de 3 (bonne, moyenne, mauvaise), donnez une indication de l'évaluation de la situation économique de votre entreprise. | | 1-Bonne 2-Moyenne 3-Mauvaise |
| 3 | Donnez 3 points positifs et négatifs qui motivent votre avis. | | Points positifs :<br>Points négatifs : |
| | Quel est l'évolution de votre CA ces 3 dernières années ? | | 1-Progression 2-Stabilisation 3-Baisse |
| 4 | **Accessibilité/ Information/ Promotion** | | |
| 5 | Sur une échelle de 3 (bonne, moyenne, mauvaise), évaluez l'accessibilité de votre entreprise. | | |
| 6 | Sur une échelle de 3 (bonne, moyenne, mauvaise), donnez votre appréciation sur l'information locale concernant l'activité de votre entreprise. | | 1-Bonne 2-Moyenne 3-Mauvaise |
| | Quelle(s) action(s) selon vous pourraient-elles être lancée(s) pour soutenir l'activité de votre entreprise ? | | Au moins 1 proposition |
| 7 | **Perspectives de développement ou de changement d'activité** | | |
| 8 | Quelle évolution envisagez-vous pour 2016 et pour les 3 prochaines années ? | | |
| 9 | Pourquoi ? | | |
| 10 | Connaissez-vous les offres régionales ou nationales et communales de soutien aux projets des entreprises ? | | Oui Non |
| 11 | Sur une échelle de 3 (bonne, moyenne, mauvaise), évaluez la fiscalité locale concernant les baux commerciaux CFE/CET. | | 1-Bonne 2-Moyenne 3-Mauvaise |
| 12 | Quelles entreprise/activité complémentaires drainantes pour votre activité souhaiteriez-vous voir s'implanter ou se développer ? | | |
| 13 | Quelle mesure incitative ou de soutien attendez-vous de la commune ?<br>Quelle amélioration souhaiteriez-vous voir développés sur les événementiels au Raincy ? | | |

# Compte rendu d'entretien du 21 janvier 2016
# avec Mme Bizouerne, Conseillère municipale déléguée au commerce

Réunion en présence de Mme Sabra, son adjointe Manager de centre-ville

Mme Bizouerne reçoit F. Khayat à 17h30 à la l'hôtel de ville du Raincy. Elle fait état d'une situation nuancée sur un parc de 278 commerces avec un centre-ville attractif et dynamique dont l'avenue de la Résistance (160 commerces) et des activités parfois moins soutenues dans les autres zones du Plateau, Ave Thiers, Nicolas Carnot, Vistor Hugo et de l'allée de Montfermeil par exemple.

L'objectif poursuivi par la municipalité :

de maintenir et développer une activité commerciale qualitative et diversifiée : c'est le cas mais il faut accentuer la tendance et aller à la rencontre de prospects potentiels ;

de faire venir si possible des franchisés MAIS de se différencier de l'offre Rosny 2 : trouver des franchisés ou des enseignes singulières ;

de conserver l'aspect commerce de proximité et de soutenir l'activité dans différents quartiers : entretenir l'attractivité commerciale des quartiers par des calendriers d'animations en cours d'élaboration ;

Développer les annonces et le rayonnement de la ville pour augmenter la fréquentation des zones commerciales par le biais d'affichages et de manifestations culturelles.

Ce qu'attendent les commerçants du Raincy :

un allégement du coût des loyers : certains propriétaires jouent la spéculation à la hausse et la municipalité maintient le dialogue au cours de réunions avec les propriétaires (15 baux vacants) ;

voir la pression fiscale revue à la baisse : pas d'amélioration en vue avec les services fiscaux ;

une meilleure offre de places de stationnement : le parc de la gare proposera 120 places supplémentaires le week-end ;

un dialogue renforcé avec les commerçants notamment avec leur représentant le Pt Levaux gérant de la boutique « La tentation ».

un calendrier d'animations commerciales régulières : en cours d'élaboration par Mme Sabra avec des salons ponctuels envisagés.

Ce que les raincéens apprécient :

la diversité de l'offre commerciale et notamment des commerces de produits frais : toutefois on cherche à installer un poissonnier et une librairie pourrait s'installer ;

les braderies commerciales de mai et septembre : très courues ces opérations blanches pour la municipalité mais temps fort de l'activité, le retour pour les commerçants devrait être évalué ;

Les projets en cours :

- une étude menée spécifiquement par la CCI sur le raincy dont les données seront accessibles à titre confidentiel aux membres de la saisine économique du CESER ;
- un fléchage spécifique avec participation financière pour les commerçants qui le souhaitent ;
- un service de conseil de Mme Sabra pour l'installation le développement de commerces (mise en relation avec les propriétaires, les banques, prêts à taux zéro ou les services d'urbanisme) ;
- constitution d'une base de données des locaux vacants ;
- la sensibilisation des commerçants à l'usage des places de parking par les membres du personnel.

# Interview Jena-Michel Génestier
# 6/02/2016 *Les Echos IdF*

Jean-Michel Genestier, le maire (SE) de la commune du Raincy, est également vice-président de l'établissement public territorial 9 de la Métropole du Grand Paris, baptisé Grand Paris – Grand Est (*), en charge du développement économique. Un territoire qu'il doit ainsi promouvoir.

Echo : Vous êtes vice-président chargé du développement économique du territoire Grand Paris – Grand Est. En quoi consiste votre mission ?
Jean-Michel Genestier : Mon travail, ça va être, dans le respect des volontés politiques de chaque maire, de faire briller l'ensemble du territoire pour attirer des entreprises et, par là même, des emplois.

Quelles sont les spécificités de ce territoire ?
Notre territoire est un pôle de population assez important qui rassemble 385 000 habitants. On a à la fois une diversité de populations et on est sur un arc de pôles économiques : il y a le développement très important de Noisy-le-Grand et un développement diffus sur quelques zones.

Comment y attirer de nouvelles entreprises ?
Il faut monter un projet complet qui détermine les différents pôles d'attirance de développement économique jusqu'à l'artisanat et le commerce et essayer de déterminer l'intérêt de l'est parisien. On voit toujours briller l'ouest parisien et Paris et on a l'impression que l'est parisien est dans l'ombre. On est sur un territoire qui doit briller et qui brille déjà par certaines perles d'excellence. On va donc essayer de faire du marketing, vendre notre territoire aux entreprises pour qu'elles s'y installent.

La Métropole du Grand Paris a l'ambition de rivaliser avec d'autres grandes métropoles comme celle du Grand Londres. Croyez-vous qu'elle en a la capacité ?
Si les politiques ont créé le Grand Paris c'est pour entrer dans une compétition et faire que cet assemblage entre la ville de Paris et les départements limitrophes, qui représente 7 millions habitants, puisse briller à l'extérieur. Maintenant il faut éviter un écueil : il ne faut pas que les entités politiques se marchent sur les pieds. Qu'on laisse la Région gérer ce qu'elle doit gérer, de même pour les Départements. Et que la Métropole du Grand Paris ne s'occupe que ce dont elle est responsable. Et sa responsabilité c'est le lien de transport et faire briller ce nouveau pôle à l'extérieur pour attirer des entreprises et des emplois. Si on y arrive, un cercle vertueux se mettra en place et permettra probablement qu'on vive mieux dans nos territoires.

La question de la compétence du développement économique fait pourtant débat puisqu'elle est partagée entre la Métropole et la Région…
La Région a des compétences sur ce sujet. L'objectif n'est pas de lui reprendre.

Comment doit alors se partager cette compétence ?
Je crois que dès lors que la Métropole existe, elle doit se projeter à l'extérieur, être en quelque sorte le représentant de commerce du Grand Paris. Et la Région doit apporter des subsides pour l'ensemble des structures connexes, d'éducation, de transports…
On est dans une phase intermédiaire où les élus doivent s'entendre sur la répartition des pouvoirs. Beaucoup d'élus pendant les 30 dernières années, dans les Régions et les Départements, ont dépassé les limites de leurs prérogatives sur tous les sujets, culturels, sportifs… Aujourd'hui on doit s'occuper de ce qui nous regarde et faire que la mutualisation de certaines activités des communes dans le cadre des EPT (Établissements publics territoriaux), dont Grand Paris – Grand Est, permette de faire des économies.

Pour revenir au territoire Grand Paris – Grand Est justement, quelles sont ses forces et faiblesses en matière de développement économique ?
L'un des atouts c'est d'avoir une capacité d'accueil d'entreprises en dehors d'une zone de bruit comme Roissy ou Le Bourget et une capacité d'accueil de nouvelles populations. C'est intéressant de

pouvoir habiter à proximité de son lieu de travail, dans une zone plutôt agréable. Et ici on a des réserves naturelles, des zones de loisirs, on est baigné par la Marne, l'Ourcq…

Et les faiblesses ?
Peut-être qu'on n'a pas de zone suffisamment structurée et assez importante pour accueillir de grandes entreprises hormis Noisy-le-Grand. Et que notre capacité d'accueil n'est pas encore structurée pour pouvoir mieux la vendre à l'extérieur.

(*) : Vaujours, Livry-Gargan, Coubron, Clichy-sous-Bois, les Pavillons-sous-Bois, Rosny-sous-Bois, Montfermeil, Le Raincy, Neuilly-Plaisance, Villemomble, Gagny, Neuilly-sur-Marne, Gournay-sur-Marne, Noisy-le-Grand.

**(*) VAUJOURS, LIVRY-GARGAN, COUBRON, CLICHY-SOUS-BOIS, LES PAVILLONS-SOUS-BOIS, ROSNY-SOUS-BOIS, MONTFERMEIL, LE RAINCY, NEUILLY-PLAISANCE, VILLEMOMBLE, GAGNY, NEUILLY-SUR-MARNE, GOURNAY-SUR-MARNE, NOISY-LE-GRAND.**

# COMPTE-RENDU DE L'ENTRETIEN DU 11/03/2016 AVEC M. MICHEL BARRIERE, ADJOINT AU MAIRE EN CHARGE DES FINANCES et M. CAUDRON SACHA (CESER-collège ECONOMIQUE) DANS LE CADRE DE LA SAISINE : « ATTRACTIVITE ECONOMIQUE DU RAINCY »

Cette réunion à eue lieu le 11/03/2016 à 17h00 en présence de M. Michel Barrière et de Mme Ingrid Im responsable du service financier de la ville du Raincy.

1. Les taxes perçues par la ville :

Suite au lancement de l'EPT qui constitue une partie de la métropole du Grand Paris, les compétences en matières de collectes des charges et des ressources qui étaient jusqu'à maintenant effectuées par la ville seront transférer à l'EPT au travers du FCCT (fond de compensation des charges territoriales) ceci comprend le transfert de la dynamique de la CFE (Charges Foncières des Entreprises). Les compétences en matières de ressources et de charges telles que la CVAE, TASCom, IFER, TAFNB seront elles aussi transférer non pas directement à l'EPT mais à la métropole du Grand Paris cette dernière rétrocèdera la majeure partie des taxes perçues à la ville sous forme d' «attribution de compensation»).
Nb : la ville craint que dans les années à venir, les compensations se réduisent au profit de la Métropole du Grand Paris (et de l'EPT), en effet dans un premier temps les compétences sont transférées en échange d'une compensation égale à 99% de leur montant (ceci reste à définir et reste trop prématuré car l'EPT n'est pas encore suffisamment installé) mais au fur et à mesure un délitement des compétences de la Municipalité au profit de la métropole, les montants pourrons être augmenter sans que la ville n'en ai le contrôle.

2. Comparatif avec les villes avoisinantes :

Selon le cabinet d'expertise qui a été mandaté par l'EPT afin dévaluer et à terme de lisser la base d'imposition de la CFE des communes de l'EPT et ce à terme pour 2032 l'objectif du Raincy sera 32,75% ; ci-après les valeurs actuelles de base d'imposition à la CFE sur la commune du Raincy et des communes avoisinantes extraites du rapport du cabinet d'expertise:

- Le Raincy=30,60%
- Les Pavillons sous Bois= 33,35%
- Livry-Gargan= 35,49%
- Clichy sous Bois= 33,34%
- Gagny= 32,31%
- Villemomble=29,71%

Ce qui fait de la ville du Raincy une des plus attractives au niveau CFE par rapport aux communes limitrophes.

3. Conclusion :

Il est trop prématuré pour savoir l'évolution (augmentation ou diminution) des charges fiscales car toutes ces compétences ont étés transférés, et il faut attendre que l'EPT termine sont installation et ce met en route, pour en savoir plus.

Fin de l'entretien 17h45

# Annexe 4

# Attractivité fiscale

CESER
CONSEIL ECONOMIQUE SOCIAL
ET ENVIRONNEMENTAL DU RAINCY

# L'ATTRACTIVITE FISCALE

REGROUPEMENT D'INFORMATIONS

Forêt j'étais - Ville je suis

**INTRODUCTION**

ffets distorsifs de la taxe professionnelle en matière de concurrence fiscale et d'attractivité des territoires ont été analysés dès 2004 par la
hission de réforme de la taxe professionnelle dite commission Fouquet.
-ci observait que « la taxe professionnelle était la principale imposition à faire l'objet, à l'occasion des négociations préludant aux choix
calisation des investissements internationaux, de demandes de subventions compensatrices de la part des investisseurs.
ctroi de subventions peut effectivement permettre de pallier l'impact de la taxe sur l'attractivité de la France, notamment dans le cas
estissements importants, cette pratique n'est pas sans poser problème. En effet, elle induit au moins deux types d'effets néfastes :
eporte sur l'Etat et sur les collectivités territoriales, qui en supportent pourtant les nuisances, les coûts induits par l'implantation
estissements nouveaux sur le territoire national ;
nduit une mise en concurrence des collectivités par les entreprises à l'échelle internationale, rendant possibles des abus ;
st source de distorsions de concurrence, à l'égard non seulement des grandes entreprises déjà installées sur le territoire, mais également
etites entreprises, qui n'ont pas une capacité de négociation suffisante pour prétendre à un régime de faveur. »
es derniers points, la commission faisait remarquer que la taxe professionnelle pouvait conduire notamment à distendre le lien fiscal entre
oires et entreprises et biaiser les conditions de la concurrence entre les collectivités. En effet, la concurrence fiscale horizontale, censée
ettre une stabilisation du taux d'imposition à l'optimum, pouvait être dans la pratique obérée par des comportements mimétiques1 et la
ırrence verticale combinée avec la «tunnélisation» des taux en fonction de la valeur ajoutée n'incitait pas les collectivités, dont le
oire est attractif, à abaisser la pression exercée sur les bases2. Enfin, la commission concluait que les collectivités peu attractives pour les
orises étaient soumises à un phénomène de « trappe à pauvreté ».
mmission en déduisait que «dans la mesure où le produit de la taxe professionnelle ne sert pas seulement au financement des coûts
s par les entreprises, ces collectivités, dont le potentiel fiscal est faible, ne sont pas en mesure compte tenu des charges fixes qu'elles
rtent d'abaisser suffisamment leur taux de taxe professionnelle pour attirer ou retenir les entreprises, et entrent ainsi dans un cercle
ux. La désagrégation du tissu économique local entraîne un tarissement des bases d'imposition qui oblige les collectivités concernées à
itre leurs taux de prélèvements, les rendant ainsi encore moins attractives. »
collectivités sont tentées d'aligner leurs taux d'imposition sur ceux de leurs voisines, induisant ainsi un
mène d'entente qui peut se traduire par une sur-taxation dans une zone donnée.
collectivités sur le territoire desquelles sont implantés des établissements dotés d'immobilisations
rtantes, pour cette raison peu délocalisables, disposent en pratique d'une assiette captive. Dès lors, elles ont la possibilité de pratiquer un
de taxation élevé, et de bénéficier ainsi d'une rente fiscale ;

ESER
CONSEIL ECONOMIQUE SOCIAL
ET ENVIRONNEMENTAL DU RAINCY

*1.1 Les collectivités sont tentées d'aligner leurs taux d'imposition sur ceux de leurs voisines, induisant ainsi un*
*2.phénomène d'entente qui peut se traduire par une sur-taxation dans une zone donnée.*
*3.2 Les collectivités sur le territoire desquelles sont implantés des établissements dotés d'immobilisations*
*4.importantes, pour cette raison peu délocalisables, disposent en pratique d'une assiette captive. Dès lors, elles ont la possibilité de pratiquer un taux de taxation élevé, et de bénéficier ainsi d'une rente fiscale ;*

## Notion de concurrence fiscale

u-delà des finalités économiques et budgétaires, la réforme de 20103 avait ainsi pour objectif de remédier à la concurrence entre les collectivités rritoriales jugée néfaste pour la compétitivité, en proposant un nouveau schéma de financement des collectivités territoriales, une évolution du ouvoir de taux des collectivités et une forme de spécialisation des impôts locaux.
fin de comprendre les liens qui existent entre la fiscalité locale et les entreprises au regard de l'attractivité des territoires, le présent rapport vise ns un premier temps à analyser les conséquences de la réforme de 2010 en matière de pouvoir de taux et leurs impacts sur la concurrence fiscale sur les choix d'implantation des entreprises.
n effet, si la fiscalité n'est pas le seul déterminant d'attractivité des territoires (cf. 2), elle constitue néanmoins un paramètre qui peut être pris en mpte. Par ailleurs, la fiscalité locale constitue une source non négligeable de financement des services publics locaux, dont l'étendue de l'offre ut constituer un critère pour des entreprises françaises ou étrangères qui souhaiteraient s'implanter ou se développer sur le territoire national.
ans un second temps ce rapport présentera les critères d'attractivité des territoires pris en compte par les entreprises dans leur choix implantation et la place que la fiscalité locale y occupe, ainsi que les stratégies fiscales, foncières et de services mises en place par les llectivités à travers leur politique de développement économique.
ur un plan méthodologique, toutes les études et analyses ayant été réalisées antérieurement à la réforme, le rapporteur particulier a souhaité ustrer et compléter les différents constats du présent rapport par des informations recueillies directement auprès de différentes collectivités rritoriales.
insi, des entretiens ont été conduits auprès des collectivités territoriales suivantes :
égion Bretagne : communauté d'agglomération de Vitré (Vitré communauté) ;
égion Centre : communauté d'agglomération d'Orléans (Orléans Val de Loire) ;
égion Champagne Ardenne : conseil général de l'Aube, communauté urbaine de Reims (Reims Métropole), communauté urbaine de Troyes rand Troyes) ;
égion Nord Pas-de-Calais : conseil régional du Nord Pas-de-Calais, conseil général du Nord, communauté urbaine Lille (Lille Métropole), mmunauté urbaine de Valenciennes (Valenciennes Métropole) ;
égion Picardie : communauté de la région de Compiègne (ARC) ; 3 Loi n° 2009-1673 du 30 décembre 2009 de finances pour 2010.

n désigne généralement :
a concurrence fiscale horizontale qui consiste pour des administrations publiques de même niveau à agir sur leur taux d'imposition pour attirer r leur territoire les assiettes taxables (dans l'hypothèse où elles sont mobiles) ; elle aboutit plutôt à une diminution des taux d'imposition ;
a concurrence verticale qui consiste pour des administrations publiques de niveaux différents et situées dans un même ressort territorial à atiquer des taux différents sur les mêmes impôts pour essayer de maximiser leurs recette ; elle aboutit généralement, à la différence de la ncurrence fiscale horizontale, à une hausse des prélèvements.

ource : La structure de la fiscalité locale et l'organisation des collectivités territoriales, Conseil des prélèvements obligatoires, mai 2010.

u 1 : Structure de la fiscalité directe locale sur les entreprises impactées par la réforme (hors compensation et prélèvements)

| Echelon | Ressources perçues avant réforme | Ressources perçues après réforme |
|---|---|---|
| COMMUNALE | TFPNB | TFPNB |
| | TFPB | TFPB |
| | TH | TH |
| | TP | CFE |
| | - | CVAE |
| | - | TA-TINB |
| | DMTO | DMTO |
| | - | TA-TFPNB |
| | - | IFER |
| | - | TASCOM |

Annexe 8 du rapport au gouvernement sur les conséquences de la réforme de la fiscalité directe locale induite par la suppression de la taxe professionnelle – re 2012.

A l'exception de la CVAE, dont le produit est reparti entre les trois niveaux de collectivités (cf. RP1), l'essentiel du produit de la fiscalité omique locale revient au bloc communal. Le produit de la CFE, de la CVAE, des IFER, de la TASCOM et de la taxe additionnelle de age représente une recette de 12,5 Md€ pour le bloc communal, tandis que la fiscalité économique représente une recette de 6,3 Md€ pour partements et de 3,8 Md€ pour les régions en 2012.

CESER
CONSEIL ECONOMIQUE SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL DU RAINCY

# Annexe 5

# Friches et transports

# Inventaire des friches pouvant accueillir des activités économiques au Raincy

Entretien du 29/03/2016 avec M. Bodin, Conseiller municipal pour l'urbanisme

**A- Les friches déjà affectées**

1- Ancienne gendarmerie (15, allée Théophile Binet): Service municipal et logements.
2- Ancienne maison des jeunes (65, allée du Jardin anglais) : Logements
3- Ancienne maison de retraite (15 ter allée de l'Ermitage):Etablissement d'accueil pour personnes âgées.
4- Ancien hôpital Valère Lefebvre (69, Bd de l'Ouest) EPAD, structure d'accueil pour handicapés et logements.
5- Parcelle non bâtie (allée du plateau) : Logements

**B- Les friches affectables a de nouveaux projets**

6- Ancienne poste (5, allée Théophile Binet) : RdC 175m² à destination de commerces et des logements sur les étages.
7- Ancien commissariat (9, Bd de l'Ouest) : 1800m² - d'activités (probable projet de la mairie) et des logements
8- Ancien collège Corot (2, Rd Point Thiers) : Répartition des surfaces
   - 700 m² de commerces en RdC
   - 2200 m² d'activités et services divers
   - 5000 m² non définis
   - 3500 m² d logements
   - Parking privé de 150 places et parking public en sous-sol

**Conclusion** : Le Raincy dispose d'une dizaine de friches qui accueilleront des entreprises privées et publiques. Certains sont déjà l'objet de projets de longue date il ne reste donc plus que 3 zones propices à un développement d'activité économique décrites ci-dessus (partie B).

- Soit une surface de plancher de 2900 m² prévus pour des activités économiques dont 700m² de commerces, plus 5000 m² à usage non définis sur le site de Corot.
- 1800 m² d'activités sur le site de l'ancien commissariat retenus pour un probable projet de la mairie.
- 175 m² dédiés aux commerces avec des logements construits sur les étages.

En terme de spécificité, seul le site de l'ancien commissariat est accessible à 5 mn à pied depuis la gare. Corot est à 2 stations de bus, soit 10 mns et l'ancienne poste à une seule soit 5 mns il faut entre 10 et 15 mns pour les rallier à pied depuis la gare. Il n'y a que peu de places de parking disponibles actuellement sur le site Corot. On n'imagine pas d'installation industrielle possible autre que des bureaux d'étude.
Les pistes de sociétés de services orientées vers l'industrie numérique, les métiers de bouche et les projets autour de la gestion de populations du 3ème et 4ème âge semblent privilégiés.
Les m² disponibles s'y prédisposent et le projet de rayonnement de la ville dont J-M Genestier est porteur en tant que VP EPT9 pour le développement économique permettent d'échafauder différents projets. Le positionnement du Raincy comme pôle d'excellence pour promouvoir son territoire et plus largement celui de l'EPT9 doit lui assurer un rôle moteur incontestable.

# Les transports et le stationnement au Raincy

## Les transports

1. Voies piétonnières : peu d'entre elles à part la coulée verte de la Duys et le chemin du belvédère en cours de remise en état. Aucune zone piétonnière commerciale.
2. Véhicule motorisés : Accès au centre-ville des communes limitrophes par la D110 et D116 qui joignent Clichy s/s Bois et Montfermeil.
   Par la D 10 et D 41 pour joindre Villemomble et Gagny.
   La RN3 Paris/ Meaux Paris par Livry-Gargan et les Pavillons ss Bois et Bondy.
   L'accès à l'A3 Paris/ Roissy CDG et l'A 104 par la bretelle de Rosny.
3. Transports en commun : très bonne desserte actuelle Est/Ouest par le RER E liaison en 17 mn à Gare du Nord et Haussmann et Chelles. Trains toutes les 10 mns aux heures de pointe 6:30-9 :30.
   Le Tram T4 liaison par Bondy avec Aulnay et RER B. Un embranchement en cours de construction ralliera avec un trafic de 37.000 voyageurs sur 11 nouvelles stations les communes de Livry-Gargan, Clichy-s/s-Bois et Montfermeil
   3 lignes de bus au départ de la gare du Raincy 601 pour joindre l'Hal de Montfermeil par Clichy ss Bois. 602 pour joindre le stade de Coubron par Clichy ss Bois et Montfermeil. 603 pour joindre Coubron Corot-Forêt de Bondy. Bus toutes les 10 m aux heures de pointe 6 :30-8 :30. Ces lignes de bus aménagent une desserte toutes les 10 mns aux heures de pointe sur les zones commerciales du Raincy (Résistance 2 arrêts idem avec Thiers et Plateau). La ligne de bus 114 à prendre coté Villemomble fait liaison directe avec Neuilly Plaisance RER A en 30 mn, Château de Vincennes Ligne M 1 en 1h.
   L'offre peut-être élargie à Rosny à 300 m sur d'autres arrêts de bus Villemomble Château. Paris est joignable par les RER A, B et E entre 45 et 17 mn.
4. Transport municipal : une navette est mise à disposition par le CCAS pour les personnes à mobilité réduite sur 3 plages horaires hebdomadaires (lundi, mardi AM et vendredi M) en prenant RDV 48h à l'avance pour un transport personnalisé : les RDV médicaux, un service de courses en supérette et pour assister à animation culturelle.

## Le stationnement

1. Parkings publics couverts Vinci Résistance : 227 places avec des abonnements allant de 87€/mois pour un particulier à 45€/mois pour un commerçant. 1€/h et 50% sur la 1ère heure. Il est assez peu fréquenté car le fonctionnement est mal connu.
2. Le parking de la gare en achèvement livraison octobre 2016 proposera 157 places. L'offre parking totalisera 384 places. Soit un total de 384 places en parking fermé.
3. 752 places payantes sur la voierie sont recensées par la police municipale, dont 200 environ le long de l'Ave de la Résistance, 25 sur la Place Thiers, et 70 au Plateau.
4. 400 places environ sur la chaussée accessibles gratuitement.

**Conclusion** : Le Raincy dispose d'une offre de transports et de stationnements raisonnablement proportionnée la circulation urbaine et au trafic de la gare 80M voyageurs/jours. La circulation en centre-ville et zones commerciales est régulièrement desservie avec un transport toutes les 10 mn aux heures de pointe et toutes les 20 mn aux heures creuses en fonction des quartiers de la ville.

Un aménagement plus volontaire des transports non polluants vélos, trottinettes etc. pourrait être envisagé avec des couloirs aménagés sur la chaussée ou les trottoirs si possible. Des

emplacements de parking à vélos extérieurs et fermés pour l'instant quasiment inexistants seraient nécessaires surtout aux abords de la gare et des accès aux personnes handicapées.

L'usage de ces commodités est mal connu par les usagers par un déficit de communication laissé à la gestion des applications mobiles ou internet. Un affichage régulier sur les panneaux municipaux pour indiquer les lieux de parking et les tarifs pratiqués, voire des compteurs de places disponibles dans les parkings couverts en faciliteraient l'usage, ainsi qu'une communication claire sur les voies d'accès.

L'offre du quart d'heure gratuit est trop courte, 30 mns est un minimum pour se garer et faire une course. De plus, les commerçants déplorent un taux de rotation des places de stationnement sur la voie insuffisant, rendant l'accès aux commerces du centre difficile pour le plus grand nombre. Une intensification des verbalisations pour non-respect des durées de stationnement, notamment dans les zones commerciales, dissuaderait de la pratique de ces incivilités.