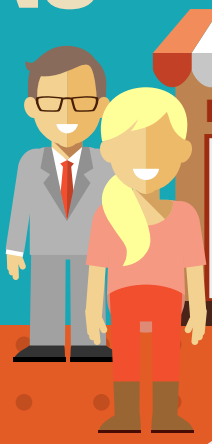
GUIDE PRATIQUE D'ACCUEIL ET D'INFORMATION DES COMMERÇANTS ET ARTISANS À PARIS



DÉMARCHES, CONSEILS ET ASTUCES

Tout ce qu'il faut savoir pour créer et développer votre commerce ou votre activité d'artisan

semaest

aménage et anime votre quartier

GUIDE PRATIQUE D'ACCUEIL ET D'INFORMATION DES **COMMERÇANTS** ET **ARTISANS** À PARIS

Ce Guide « Paris des commerçants et artisans »
est un outil d'accueil et d'information des commerçants et artisans de proximité et des porteurs de projets.

Conçu pour apporter des idées et des réponses pratiques aux questions techniques, administratives et économiques posées par les commerçants parisiens, il est disponible sur le site **www.semaest.fr**

Volontairement succinct, il renvoie vers des coordonnées et des liens à consulter pour en savoir plus et sera régulièrement actualisé en ligne en fonction des évolutions législatives et techniques, mais aussi grâce à vos observations et propositions.

semaest
aménage et anime votre quartier

SOMMAIRE

INTRO / EDITOS 4

CHAPITRE 1
INSTALLATION 9

1. TROUVER ET LOUER SON LOCAL 10
- a. Bourse des locaux
- b. Bail
- c. Copropriété

2. AMÉNAGEMENT DU LOCAL 18
- a. Conformité de la destination des locaux au regard du PLU
- b. Aménagement du local : autorisations d'urbanisme
- c. Obligations de chantier
- d. Devanture
- e. Rideau métallique, climatisation et store banne
- f. Sécurité des usagers et clients
- g. aménagement intérieur du local

3. UTILISATION DU DOMAINE PUBLIC 28
- a. Terrasses et étalages
- b. Enseignes
- c. Végétaliser votre commerce
- d. Mobilier urbain lié au commerce
- e. Palissade et échafaudage de chantier
- f. Stationnement
- g. Contacts

4. CONDITIONS D'EXERCICE DU COMMERCE 37
- a. Fixation des règles d'affichage des prix
- b. Conditions d'ouverture
- c. Réglementation liée aux produits alimentaires
- d. Livraisons

5. ENVIRONNEMENT, HYGIÈNE ET PROPRETÉ 41
- a. Environnement
- b. Economies d'énergie
- c. Eau potable
- d. Assainissement
- e. Collecte et traitement des déchets
- f. Encombrants
- g. Graffitis et affichage sauvage
- h. Bruit et odeurs
- i. Hygiène
- J. Sécurité et péril des immeubles

6. PROTECTION ET DOMMAGES 48
- a. Assurance des responsabilités civiles professionnelles
- b. Assurance des biens de l'entreprise
- c. Sinistres
- d. Informations et dispositifs de sécurité

CHAPITRE 2
AIDE À LA CRÉATION ET AU DÉVELOPPEMENT 50

1. AIDE À LA CRÉATION ET AU DÉVELOPPEMENT D'ENTREPRISE 51
- a. Organismes consulaires
- b. Greffe du Tribunal de Commerce de Paris

2. FORMATION ET CONSEIL EN DÉVELOPPEMENT 53
- a. Les chambres consulaires
- b. Les boutiques de gestion

3. ASSISTANCE JURIDIQUE ET COMPTABLE 54
- a. Juridictions
- b. Maison de la justice et du droit
- c. Barreau de Paris

4. AIDE AU FINANCEMENT ET À L'ACCOMPAGNEMENT 56
- a. Financement institutionnel
- b. Associations
- c. Investisseurs privés
- d. Financement participatif

5. RECRUTEMENT 63
- a. Pôle Emploi
- b. Ville de Paris
- c. Mission locale de Paris
- d. EPEC
- e. Apprentissage et contrat de professionnalisation

6. PARTENAIRES INSTITUTIONNELS 66
- a. Consulaires
- b. Fédérations professionnelles et syndicats

CHAPITRE 3
PROMOTION DES VENTES 69

1. OBJECTIFS, STRATÉGIE ET OUTILS DE PROMOTION 70
- a. Plan de communication
- b. Outils de promotion
- c. Boutiques éphémères

2. ANIMATION COMMERCIALE 73
- a. Décoration de vitrines
- b. Opérations autonomes
- c. Opérations groupées
- d. Prix et concours

3. OUTILS NUMÉRIQUES 78
- a. Création d'un site internet
- b. E-commerce : mode d'emploi
- c. Confidentialité des données
- d. Réseaux sociaux

4. RÉFÉRENCEMENT 82
- a. Annuaires professionnels
- b. L'Office du tourisme et des congrès de Paris
- c. Référencement sur les moteurs de recherche

CHAPITRE 4
ANIMATION LOCALE 85

1. ASSOCIATIONS DE COMMERÇANTS ET ARTISANS 86
- a. Création d'une association de commerçants
- b. Demande de subvention à la Ville de Paris
- c. Actions des associations de commerçants

2. COSTO : LE RÉSEAU DE COMMERÇANTS ET ARTISANS CONNECTÉS 88

3. PARTENARIATS LOCAUX 90
- a. Sensibilisation et portes ouvertes
- b. Conseils de quartier
- c. Mairies d'arrondissement

CHAPITRE 5
FOCUS SUR QUELQUES MÉTIERS 91

1. ARTISANAT, ARTISANAT D'ART 92
- a. Qualifications professionnelle et artisanale
- b. Devenir artisan
- c. Nuisances et risques
- d. Lieux d'accueil des métiers d'art
- e. Syndicats professionnels
- f. Bourses métiers d'art

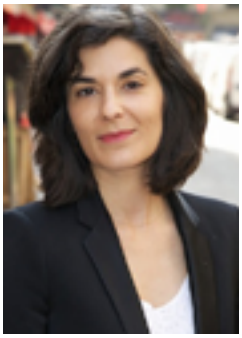
2. RESTAURATION 98
- a. Ouvrir un restaurant
- b. Exploitation du restaurant
- c. Syndicats professionnels

3. LIBRAIRES ET EDITEURS 101
- a. Dispositifs d'aide
- b. Organismes professionnels

ACCOMPAGNER LA RÉUSSITE DU COMMERCE DE PROXIMITÉ

Olivia POLSKI

Adjointe à la Maire de Paris, chargée du commerce, de l'artisanat, des professions libérales et indépendantes



Très attachée à la diversité et à la vitalité du commerce, la Ville de Paris a développé des outils destinés à la sauvegarde et au développement du commerce de proximité et de l'artisanat.

Depuis 2004, elle a missionné la Semaest, dans le cadre des opérations Vital' Quartier, pour préempter, dans plusieurs quartiers prédéfinis, les murs des locaux commerciaux afin d'y installer des activités qui répondent aux besoins des habitants. Les résultats de ces actions, très positifs, ont permis de réduire la présence des grossistes ou de certaines mono-activités puis de réinstaller des boutiques dans des locaux longtemps restés vides.

L'implantation de ces nouveaux commerces de proximité (boucher, boulanger, fleuriste, caviste, épicier...) joue un rôle essentiel dans l'animation de nos quartiers et la vie quotidienne des parisiens et des parisiennes.

Pour encourager encore davantage le développement de cette économie de proximité, la Semaest a souhaité renforcer les services qu'elle apporte aux commerçants et artisans et les accompagner dès leur installation et tout au long de leur activité. Ainsi, elle leur propose non seulement des locaux à la location mais déploie également une palette d'outils pour les aider dans leur quotidien : aide à la gestion, à la recherche de financement, au merchandising, organisations d'animations commerciales ou promotionnelles...
Soutenir le « petit » commerce indépendant est devenu un véritable leitmotiv.

Dès lors, je suis ravie de vous présenter ce Guide d'accueil et d'information, véritable guide pratique imaginé par la Semaest pour accompagner les commerçants et artisans dans leurs démarches quotidiennes. Grâce à ce livret, aménager son local, installer une terrasse ou une enseigne, collecter ses déchets, recruter des employés, mettre en ligne son site Internet ou encore créer une association de commerçants, n'auront bientôt plus aucun secret pour vous.

Je vous souhaite une bonne lecture.

▽

Notre véritable leitmotiv : soutenir le «petit» commerce indépendant

△

LA SEMAEST, UN PARTENAIRE À VOS COTÉS POUR PROMOUVOIR LE COMMERCE DU XXI^{ÈME} SIÈCLE !

Joëlle MOREL

Présidente de la Semaest

Le commerce de proximité contribue au plaisir de vivre à Paris

A l'intersection de l'espace public et de l'espace privé, les boutiques participent à l'animation de la ville. Leur vitalité contribuent au bien vivre. Mais dans certains quartiers, la mono activité ou les difficultés économiques amènent à la baisse des rideaux de fer.

La Semaest aide les commerçants et futurs commerçants

Depuis plus de 10 ans, la SEMAEST agit : elle achète des boutiques dans certains quartiers pour les louer ensuite à des commerces de proximité.
Vital'Quartier, dispositif inédit en France, a permis que 650 boutiques soient réaffectées pour accueillir des commerçants et artisans indépendants (boulangeries, épiceries, fleuristes, boucheries, cavistes, magasin de jouets, créateurs...)

650 boutiques réaffectées en l'espace de 10 ans par la Semaest

Au service de la nouvelle économie de proximité et de la conversion écologique

Plus qu'un bailleur, la SEMAEST apporte des services à ses locataires, dès leur installation et pour les aider à se développer. La SEMAEST propose gratuitement à ses locataires du conseil en gestion et en promotion des ventes, des animations de vitrines, et de l'aide à la recherche de financements. Le programme CoSto favorise la rencontre entre le monde de l'innovation et l'économie de proximité.

L'innovation est nécessaire. Les modes de distribution évoluent. Les circuits courts, la relocalisation des activités, le zéro déchet, la sobriété énergétique et le développement du numérique participent à redéfinir le commerce.
Du coté des consommateurs aussi, la donne change : la réticence croissante vis-à-vis des aliments industriels, l'économie sociale et solidaire ou encore l'envie de devenir consom'acteur s'accroissent. Avec volontarisme, la Ville de Paris a choisi d'agir pour favoriser cette économie du XXI^{ème} siècle. La Semaest y contribue et trouve ici sa véritable valeur ajoutée.

Pour accompagner encore davantage les commerçants, la Semaest a imaginé ce *Guide pratique d'accueil et d'information des commerçants et artisans à Paris* pour leur apporter des conseils pratiques et faciliter leur quotidien. Il sera régulièrement actualisé dans sa version électronique disponible sur le site **semaest.fr**

PARIS SOLIDAIRE, PARIS CONNECTÉ, PARIS VIVANT !

Emmanuelle HOSS

Directrice générale de la Semaest

Depuis plus de 10 ans, la Semaest contribue activement à la sauvegarde et au développement du commerce de proximité. Elle s'est peu à peu imposée en pionnière dans le soutien et l'accompagnement des commerçants indépendants à Paris.

Cet accompagnement est ancré dans notre ADN : préserver l'économie locale, c'est maintenir la vie de quartier. Favoriser les activités de proximité, c'est créer du lien social et intergénérationnel.
Accompagner les commerçants, c'est encourager le développement de lieux d'échanges privilégiés.

Vous, commerçants, artisans et créateurs, participez quotidiennement à la transformation profonde de nos quartiers. Grâce à la richesse et à la diversité de vos commerces, les rues retrouvent leur dynamisme et la qualité de vie s'améliore. C'est pourquoi la Semaest a souhaité mettre à votre disposition toutes les données nécessaires à la pérennité de votre activité dans ce guide.

J'espère que sa lecture vous sera profitable.

▽

Notre ambition est de rendre Paris plus vivant, plus solidaire et plus connecté

△

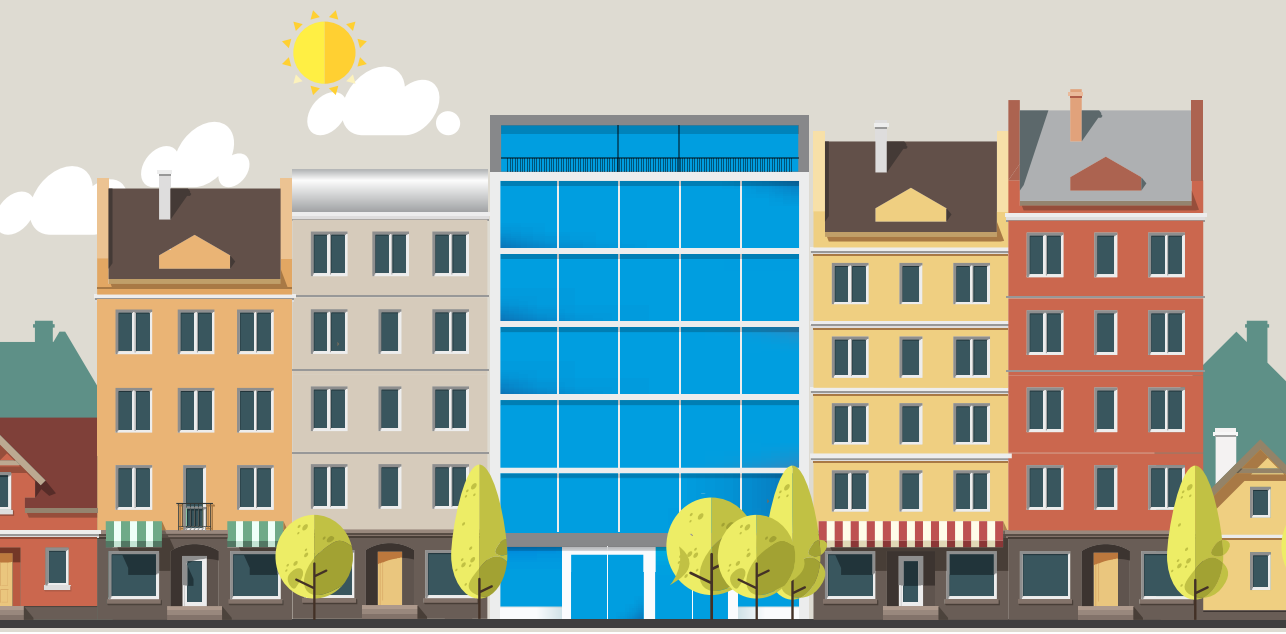
UNE NOUVELLE ÉCONOMIE DE PROXIMITÉ À PARIS

La dynamisation du commerce de proximité et le maintien de la diversité commerciale constituent des priorités pour Paris et ses habitants.
***Près de 62 000 commerçants et artisans** (boulangeries, épiceries, fleuristes, boucheries, cavistes, magasins de jouets, créateurs...) animent les rues de la Capitale et donnent vie à nos quartiers.*

Depuis 2004, la Semaest est devenue l'outil d'intervention de la Ville de Paris en matière de lutte contre la mono-activité, la déshérence et la spéculation immobilière commerciale. Elle agit pour bâtir une nouvelle économie de proximité porteuse d'emplois, de lien social et de qualité de vie dans les quartiers.

La Semaest a développé des compétences et des dispositifs expérimentaux qui en font aujourd'hui, au plan national, un acteur public de référence en matière de préservation et de développement du commerce et de l'artisanat de proximité.

Aujourd'hui, la Semaest met son expérience et ses recommandations à la disposition de tous les acteurs du commerce parisien en leur offrant ce guide pratique d'accueil et d'information.



L'ACTION DE LA SEMAEST

Les champs d'action de la Semaest, à la demande de la Ville de Paris

- Maintenir et développer les commerces de proximité en pieds d'immeubles grâce aux opérations Vital'Quartier, et depuis 2017 Paris'Commerces, en préemptant/acquérant des locaux et en installant des activités de proximité dans des quartiers parisiens prioritaires désignés par la Ville,

- Lutter contre la mono-activité et la déshérence commerciale dans certains quartiers de la Capitale,

- Préserver les commerces culturels menacés, notamment dans le Quartier latin (5e et 6e arrondissements),

- Soutenir l'installation ou le maintien d'activités artisanales dans la Capitale : Viaduc des Arts (12e), Cour de l'Industrie (11e) et 21 avenue du Maine (15e),

- Assurer la présence de commerces dans les quartiers neufs ou en reconversion : Château Rouge (18e), ZAC Claude Bernard (19e) et Bréguet (11e),

- Accompagner les commerçants, artisans et autres activités de proximité dans leur installation et leur développement par des facilités financières et un coaching personnalisé.

Pour atteindre ces objectifs, la Semaest :

- Expertise la commercialité d'un local et son environnement,

- S'assure de la maîtrise des locaux commerciaux par négociation, acquisition ou baux emphytéotiques,

- Rénove, aménage et met aux normes les locaux acquis ou gérés,

- Commercialise le local en y installant une activité adaptée à la configuration du local, à l'environnement commercial, aux besoins des habitants et des clients,

- Gère le local dans la durée,

- Concerte et communique avec les élus locaux et les riverains pour favoriser l'intégration des activités,

- Aide son locataire à pérenniser son activité et à animer la vie locale,

- Met les commerçants en réseau et favorise la rencontre entre l'innovation et la proximité.

CHAPITRE 1
INSTALLATION

1. TROUVER ET LOUER SON LOCAL
- a. Bourse des locaux
- b. Bail
- c. Copropriété

2. AMÉNAGEMENT DU LOCAL
- a. Conformité de la destination des locaux au regard du PLU
- b. Aménagement du local : autorisations d'urbanisme
- c. Obligations de chantier
- d. Devanture
- e. Rideau métallique, climatisation et store banne
- f. Sécurité des usagers et clients
- g. aménagement intérieur du local

3. UTILISATION DU DOMAINE PUBLIC
- a. Terrasses et étalages
- b. Enseignes
- c. Végétaliser votre commerce
- d. Mobilier urbain lié au commerce
- e. Palissade et échafaudage de chantier
- f. Stationnement
- g. Contacts

4. CONDITIONS D'EXERCICE DU COMMERCE
- a. Fixation des règles d'affichage des prix
- b. Conditions d'ouverture
- c. Réglementation liée aux produits alimentaires
- d. Livraisons

5. ENVIRONNEMENT, HYGIÈNE ET PROPRETÉ
- a. Environnement
- b. Economies d'énergie
- c. Eau potable
- d. Assainissement
- e. Collecte et traitement des déchets
- f. Encombrants
- g. Graffitis et affichage sauvage
- h. Bruit
- i. Hygiène

6. PROTECTION ET DOMMAGES
- a. Assurance des responsabilités civiles professionnelles
- b. Assurance des biens de l'entreprise
- c. Sinistres
- d. Informations et dispositifs de sécurité

1. TROUVER ET LOUER SON LOCAL

a. Bourse des locaux

▪ Ville de Paris

LA BOURSE DES LOCAUX de la Ville de Paris est une des plus exhaustives et des plus accessibles en matière de prix.
On y trouve, sur l'ensemble du territoire parisien, des offres d'opérateurs immobiliers et de bailleurs sociaux :
- locaux commerciaux,
- bureaux,
- locaux situés en hôtel d'entreprises,
- espaces situés dans des incubateurs et des pépinières destinés aux startups et aux jeunes entreprises,
- espaces de coworking et bureaux à partager.

La Ville de Paris propose par ailleurs une offre immobilière d'initiative municipale sur **une trentaine de programmes** et d'environ 250 000 m² louables, adaptée aux besoins des PME innovantes, industrielles et artisanales de tout secteur d'activité.

Y sont accueillies en priorité les jeunes sociétés des hautes technologies, de l'économie sociale et solidaire et des services innovants. Les pôles d'entreprises offrent des surfaces divisibles et modulables pour des prix attractifs ainsi que des facilités de livraison et de stationnement.

En matière de commerce, l'adage veut que trois choses soient essentielles pour réussir :
la localisation, la localisation et la localisation...
c'est dire combien la recherche et l'aménagement du local sont importants...

LA BOURSE DES LOCAUX DE LA VILLE DE PARIS
recense les locaux en pieds d'immeubles mais aussi en hôtels d'entreprises :
locaux-bureaux.paris.fr

Vous pouvez également consulter les sites des bailleurs sociaux de la Ville de Paris :
www.elogie-siemp.paris / **www.rivp.fr** / **www.parishabitat.fr**

Enfin, si vous avez repéré dans Paris un local commercial vacant et recherchez son propriétaire, vous pouvez **contacter l'un des trois Centres des Impôts Fonciers,** pour consulter les relevés de matrices cadastrales ou les relevés de propriété, et obtenir par courrier une fiche relative à la situation de l'immeuble.

▪ Semaest

La Semaest propose à la location des commerces, des ateliers et des bureaux. Vous trouverez la liste des offres disponibles sur notre Bourse des locaux :
www.semaest.fr/bourse-des-locaux

Vous y trouverez des informations sur l'emplacement, l'aménagement, les conditions de location et les coordonnées de la personne à contacter pour exposer votre projet.

LE TESTEUR DE COMMERCE

Grâce au « Testeur de commerce », situé au 14 rue du Château d'Eau (Paris 10e) et 43 rue Pouchet (Paris 17ème)
la Semaest donne l'opportunité à de jeunes entrepreneurs ou à des porteurs de projets de louer un espace commercial de manière éphémère pour tester un nouveau concept ou une nouvelle forme de commerces.

Une bonne manière de tester une activité ou un produit avant de se lancer dans la location d'une boutique à long terme.

Contact : testeur@semaest.fr
01 43 45 00 11

▪ Organismes consulaires

La Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Paris recense les offres d'entreprises artisanales et fonds de commerce à reprendre, des droits au bail à céder et des locaux à louer via le lien :
www.cma-paris.fr/offres-de-locaux-et-d-entreprises-artisanales

La Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Ile-de-France propose des locaux dans ses pépinières, via son site :
www.entreprises.cci-paris-idf.fr/home
rubrique «services» / «hébergement d'entreprises»

b. Bail

La négociation et la signature du bail commercial constituent des étapes clés de l'installation, et supposent une bonne connaissance des modalités juridiques et économiques de la gestion immobilière.

▪ Définition

Le bail commercial est un contrat par lequel une personne (le bailleur) loue un local à un commerçant, industriel ou artisan (le preneur), afin que ce dernier puisse y exercer une activité commerciale. Ce statut particulier donne accès à certains droits, comme le **droit au renouvellement du bail ou l'indemnité d'éviction.**

Le locataire doit être un commerçant ou une entreprise, immatriculé régulièrement (ou en cours d'immatriculation). En principe, le bail commercial ne s'applique donc pas aux professions libérales qui bénéficient d'un bail dit "professionnel".

▪ Durée

Le contrat de bail est conclu pour **9 ans au minimum**, sauf s'il s'agit d'une location saisonnière ou d'un bail dérogatoire. Il ne peut pas l'être pour une durée indéterminée.
Le locataire peut toutefois donner congé à l'expiration d'une période de 3 ans.

▪ Destination du bail et changement d'activité

La destination du bail, à savoir l'activité exercée par le locataire, est prévue dans le contrat et ne peut être modifiée sans l'accord du bailleur.

La « **déspécialisation partielle** » consiste à ajouter à la spécialité de destination prévue au contrat, des activités connexes ou complémentaires.
Le bail commercial ne peut l'interdire. Le locataire doit notifier son intention au bailleur qui a deux mois pour contester.

Dans le cas de la « déspécialisation plénière », la nouvelle activité est fondamentalement différente de l'ancienne. Le locataire doit demander l'autorisation au bailleur et détailler avec précision les activités envisagées et notifier sa demande aux éventuels créanciers inscrits au fonds de commerce.
Le bailleur a trois mois pour accepter, refuser ou poser ses conditions.

Pour les commerçants et entreprises, l'inscription au Registre du Commerce et des Sociétés (RCS) est obligatoire.

Pour les artisans, l'inscription au Répertoire des Métiers (RM) est obligatoire.

▪ Montant du loyer initial

Le montant initial du loyer n'est pas réglementé et est fixé librement par les parties au contrat.

Il est calculé sur la base de la valeur locative du bien, fondée sur :
- les caractéristiques du local (surface, état) ;
- le type d'activité exercée ;
- les facteurs locaux de commercialité ;
- les prix couramment pratiqués dans le voisinage ;
- les clauses particulières du bail.

S'il s'agit d'un local vacant, une clause du bail peut prévoir le versement d'un droit d'entrée, appelé « pas-de-porte », au propriétaire des murs.

Si le montant du dépôt de garantie dépasse 2 termes de loyer, il doit produire des intérêts.

▪ Dépôt de garantie

Souvent, le contrat de bail peut prévoir le versement par le locataire d'une somme, librement fixée par les parties, visant à garantir au bailleur la bonne exécution du bail. Mais ce n'est pas une obligation légale.
Cette somme doit être remboursée au locataire quand il quitte les lieux et s'il a rempli ses obligations contractuelles.

Si le loyer est payable d'avance (terme à échoir), le montant du dépôt de garantie est en général égal à un trimestre de loyer. En revanche, si le loyer est payable à terme échu, le dépôt de garantie s'élève fréquemment à 2 trimestres de loyer.
Dans tous les cas, le bailleur ne doit pas réclamer la TVA sur ce montant.

▪ État des lieux

Lors de la prise de possession des locaux par le locataire et lors de leur restitution, un état des lieux doit être établi :
- soit de façon contradictoire et à l'amiable par le bailleur et le locataire,
- soit par un huissier de justice, à l'initiative du bailleur ou du locataire, à frais partagés.

L'état des lieux doit être joint au contrat de location et conservé par chacune des parties. À défaut d'état des lieux, le locataire n'est pas présumé avoir reçu les locaux en bon état de réparations locatives.

▪ Obligation d'un contrat de bail explicite

Un contrat de bail commercial doit :
- comporter un inventaire précis et limitatif des catégories de charges de copropriété, impôts, taxes et redevances liées au local loué,
- indiquer leur répartition entre le bailleur et le locataire,
- dans un ensemble immobilier comportant plusieurs locataires, préciser la répartition des charges ou du coût des travaux entre les locataires, en fonction de la surface exploitée.

A la demande du locataire, le bailleur est dans l'obligation de lui remettre tout document justifiant le montant des charges, impôts, taxes et redevances qui lui sont imputés.

En cours de bail, le bailleur doit informer les locataires :
- de toute création de nouvelles charges,
- de tout élément susceptible de modifier la répartition des charges entre locataires.

Lors de la conclusion du contrat de location, puis tous les 3 ans (dans les 2 mois qui suivent l'échéance triennale), le bailleur doit communiquer à chaque locataire :
- un état prévisionnel des travaux qu'il envisage de réaliser dans les 3 années suivantes, assorti d'un budget prévisionnel,
- un état récapitulatif des travaux qu'il a réalisés dans les 3 années précédentes, précisant leur coût.

Sous certaines réserves, charges et travaux peuvent être librement répartis entre le propriétaire et le locataire.

▪ Révision triennale

Le loyer peut être révisé à la demande du bailleur ou du locataire au bout de 3 ans minimum.

La révision triennale est automatique : il n'est pas nécessaire de la prévoir dans le bail. Elle est cependant plafonnée, et la hausse du loyer en cours ne peut pas excéder la variation de l'indice trimestriel de référence :
- l'indice trimestriel des loyers commerciaux (ILC) : activités commerciales ou artisanales,
- l'indice des loyers des activités tertiaires (ILAT) : autres activités.

▪ Révision annuelle

Lors de la conclusion du bail, les parties peuvent convenir d'une clause d'échelle mobile, permettant l'indexation du loyer sur la variation de l'indice de référence mentionné dans le contrat. Sa périodicité est librement déterminée par les parties au contrat, mais elle est souvent à échéance annuelle.

Le loyer est révisé automatiquement lors de l'échéance prévue au contrat, sans intervention du bailleur et sans que l'augmentation qui en résulte puisse être pour une année supérieure à 10 % du loyer acquitté l'année précédente.

▪ Céder son bail

La cession du bail commercial est le contrat par lequel le locataire (le cédant) transmet à un tiers (le cessionnaire), lors de la vente de son fonds de commerce à un repreneur, le bail avec les droits et les obligations qui s'y rattachent.

En principe, le contrat de bail ne peut interdire de manière absolue et générale la cession du bail à l'acquéreur du fonds de commerce.
En revanche, des clauses limitatives ou restrictives sont possibles.

La responsabilité du locataire peut être engagée jusqu'au terme du bail.
En effet, il n'y a pas de nouveau bail : le bail du cédant se poursuit jusqu'à son terme et dans les conditions initiales, et le locataire peut sous certaines conditions, rester garant de son repreneur jusqu'à la fin du bail de 9 ans.

Certaines circonstances peuvent cependant modifier les conditions liées à la cession du bail, comme le départ à la retraite.

▪ Renouvellement du bail

Au terme des 9 années du bail, le locataire peut en demander le renouvellement. Le bailleur a néanmoins la possibilité de ne pas renouveler le bail en contrepartie du paiement d'une indemnité dite "d'éviction".

c. Copropriété

La location d'un local commercial ouvre des droits et des devoirs vis-à-vis de la copropriété.

▪ Règlement de copropriété

Le règlement de copropriété définit les règles de fonctionnement de l'immeuble et précise les droits et les obligations des copropriétaires mais aussi des locataires.

Il est **obligatoire** et se présente sous forme d'un document écrit qui définit l'organisation et le fonctionnement de l'immeuble, notamment :

- les conditions de jouissance des parties privatives : autorisation ou interdiction d'accrocher du linge aux fenêtres, limitation de travaux à certains jours et horaires ...
- les conditions d'utilisation des parties communes : usage (garage, local à vélo...), jouissance exclusive de certaines parties, horaires d'ouvertures de certains locaux...
- la destination de l'immeuble : usage d'habitation (clause d'habitation bourgeoise par exemple), usage professionnel ou usage mixte, limites éventuelles à certaines activités...,
- la répartition des charges entre copropriétaires et la méthode de calcul pour établir les quotes-parts de chacun,
- les règles relatives à l'administration des parties communes,
- l'état descriptif de division de l'immeuble identifiant chaque lot par numéro suivi des informations relatives à chacun d'eux (inventaire des lots privatifs).

N'hésitez pas à demander à votre propriétaire un exemplaire du règlement.

▪ Autorisation de la copropriété pour réaliser des travaux

Il s'agit des travaux qui affectent les parties communes ou l'aspect extérieur de l'immeuble : pose de plaques professionnelles, installation d'enseigne, de panneau publicitaire, ou de store banne, pose de climatiseur en façade, raccordement d'une ventilation à un conduit disposé sur un mur extérieur, travaux portant sur la devanture (dont changement de la couleur de la façade), mise aux normes des gaines et des conduits de fumées, installation de grilles de ventilation, modification des ventilations de caves, travaux de raccordement sur les réseaux communs (alimentation en eau, en gaz ou en électricité, évacuations, installation d'un interphone, ...).

Pour tous ces travaux, après avoir eu l'accord en amont du propriétaire, vous devez demander l'inscription de votre projet à l'ordre du jour de la prochaine assemblée générale de la copropriété ou, si besoin, demander la convocation d'une AG spéciale, dont les frais de convocation seront à votre charge.
Une fois l'autorisation de la copropriété obtenue vous devez selon les cas obtenir l'autorisation des services de l'urbanisme (modification de devanture, installation d'enseigne et ou de store, ...)

▪ Répartition des charges de l'immeuble

CHARGES GÉNÉRALES

Les charges générales comprennent les frais liés à :
- l'administration de l'immeuble (honoraires du syndic, frais de tenue des assemblées générales...),
- l'entretien de l'immeuble (nettoyage des parties communes...),
- la conservation de l'immeuble (ravalement des façades, réfection des toitures...).

Elles sont payées par l'ensemble des copropriétaires à hauteur de leur quote-part, même si la dépense ne présente aucune utilité directe pour leur lot.

CHARGES SPÉCIALES

Les charges spéciales sont celles relatives :
- aux services collectifs (gardiennage, service de nettoyage, système de sécurité...),
- aux équipements communs (entretien de la chaudière collective, de l'ascenseur, installation d'une antenne de télévision).

Elles sont payées par les copropriétaires en fonction de l'utilité potentielle que ces services et éléments présentent à l'égard de leur lot. Par exemple, pour les frais d'ascenseur, les copropriétaires des lots situés en rez-de-chaussée n'ont pas à supporter ces frais, sauf si l'ascenseur dessert la cave ou le parking.
En fonction des clauses de votre bail, votre propriétaire peut vous refacturer tout ou partie de ces frais.

2. AMÉNAGEMENT DU LOCAL

a. Conformité de la destination des locaux au regard du PLU

Le Plan Local d'Urbanisme (P.L.U) couvre la totalité du territoire de Paris, sauf les secteurs sauvegardés du Marais (3e et 4e) et du 7e arrondissement, qui en conservent cependant les grandes dispositions.

▪ Destinations des locaux

HABITATION

Tous les logements, y compris les logements de fonction et les chambres de service. Cette destination exclut l'hébergement hôtelier, mais inclut les chambres d'hôtes et les logements mis à disposition occasionnellement.
Les ateliers utilisés par des artistes résidant sur place sont considérés comme des annexes à l'habitation à condition que la surface d'habitation proprement dite soit au moins égale à 50 % de la surface occupée par les artistes. Dans le cas contraire ils sont assimilés à de l'artisanat.

HÉBERGEMENT HÔTELIER

Etablissements commerciaux d'hébergement classés, de type hôtels et résidences de tourisme, et logements meublés.

BUREAUX

Locaux et annexes dépendant d'organismes publics ou privés ou de personnes physiques et où sont exercées principalement des fonctions telles que direction, gestion, études, conception, informatique, recherche et développement, etc.

COMMERCE

Locaux affectés à la vente de produits ou de services et directement accessibles à la clientèle, et leurs annexes (à l'exception des locaux relevant de la destination artisanat définie).
Pour être rattachés à cette destination, les locaux d'entreposage ne doivent pas représenter plus de 1/3 de la surface totale.

ARTISANAT

Locaux et annexes où sont exercées des activités de production, de transformation, de réparation ou de prestation de service relevant de l'artisanat.
Pour être rattachés à cette destination, les locaux d'entreposage ne doivent pas représenter plus de 1/3 de la surface totale.

La destination des locaux est réglementée par le PLU (suivant 8 grandes catégories) et son changement encadré : avant de louer ou d'acheter des locaux, il convient de vérifier que la destination que vous souhaitez leur affecter est autorisée à cet endroit par le PLU et de prendre connaissance des conditions que cela implique (obligations liées à l'organisation des surfaces d'entreposage, taxes spécifiques, etc.)

Dans la limite des règles édictées par le PLU, tout changement de destination doit faire l'objet d'une demande auprès de la Direction de l'Urbanisme.

Vous pouvez demander une notice de renseignement d'urbanisme via le lien **https://teleservices.paris.fr** rubrique «Les règles d'urbanisme, mode d'emploi»

Si le local se situe au sein d'une copropriété, l'autorisation de changement sera à demander parallèlement en assemblée générale de copropriétaires.

INDUSTRIE

Locaux principalement affectés à la fabrication industrielle de produits.
Pour être rattachés à cette destination, les locaux d'entreposage ne doivent pas représenter plus de 1/3 de la surface totale.

ENTREPÔTS

Locaux d'entreposage et de reconditionnement de produits ou de matériaux. Sont assimilés à cette destination tous locaux d'entreposage liés à une activité industrielle, commerciale ou artisanale lorsque leur taille représente plus de 1/3 de la surface totale, et de façon plus générale tous locaux recevant de la marchandise ou des matériaux non destinés à la vente aux particuliers dans lesdits locaux.

CINASPIC

(Constructions et Installations Nécessaires Aux Services Public ou d'Intérêt Collectif, comme les crèches, les écoles, les hôpitaux ou les établissements judiciaires, par exemple).

Chacune de ces destinations autorise un nombre d'activités bien précises, définies dans le PLU. On parle de changement de destination du bail commercial lorsqu'un local passe d'un usage à un autre. Concrètement, si une boulangerie (artisanat) est transformée en agence de communication (bureaux), il s'agit d'un changement de destination. Par contre, si un cabinet d'architecte est transformé en agence de design, la destination reste la même : il s'agit de bureaux dans les deux cas.

▪ Protection des locaux commerciaux et artisanaux

Sur certaines voies de Paris des mesures de protection du commerce ou de l'artisanat s'appliquent, qui réduisent les possibilités d'autres destinations (zonage consultable sur www.paris.fr) selon **3 niveaux de protection** :

- protection simple du commerce et de l'artisanat (niveau 1) :
la transformation de surfaces de commerce ou d'artisanat en rez-de-chaussée sur rue en une autre destination est interdite.

- protection renforcée du commerce et de l'artisanat (niveau 2) :
l'interdiction de transformation du niveau 1 s'applique en cas de reconstruction ou de réhabilitation lourde. Les locaux en rez-de-chaussée sur rue devront être destinés au commerce ou à l'artisanat.

- protection particulière du commerce et de l'artisanat (niveau 3) :
la transformation de surfaces d'artisanat à rez-de-chaussée sur rue est interdite, ainsi que la transformation de surfaces de commerces en rez-de-chaussée sur rue en une autre destination que le commerce ou l'artisanat est interdite.
Une activité artisanale (exemple une boucherie) peut donc être remplacée uniquement par une autre activité artisanale (fromagerie, tapissier...) tandis qu'un commerce peut muter en artisanat ou conserver sa destination commerce.

b. Aménagement du local : autorisations d'urbanisme

▪ Permis de construire et autorisation préalable de travaux

Vous déposerez une demande de permis de construire notamment pour :

- Créer une surface supérieure à 20 m² de surface de plancher (ou une surface comprise entre 20 et 40 m² si la réglementation vous permet de ne pas recourir à un architecte),
- Changer la destination de locaux tout en modifiant la façade ou les structures porteuses,
- Réaliser des travaux sur une construction Inscrite à l'Inventaire Supplémentaire des Monuments Historiques (hors travaux d'entretien ou réparations ordinaires).

Le cas particulier des secteurs sauvegardés :
Dans les secteurs de plan de sauvegarde et de mise en valeur (P.S.M.V.) du 7e arrondissement et du Marais, les dispositions sont différentes.
Une demande de permis de construire sera nécessaire pour les travaux qui modifient le volume ou les structures intérieures et pour les travaux sur des éléments présentant un intérêt patrimonial. Les autres travaux intérieurs qui ne sont pas des travaux d'entretien sont soumis à déclaration préalable.

Pour plus de précisions se reporter à l'article R 421 du code de l'urbanisme ou venir au Pôle Accueil et Service à l'usager (PASU)

La fiscalité de l'urbanisme
Vous souhaitez déposer une demande, consulter un dossier ou obtenir des informations ?
Adressez-vous au PASU (Pôle accueil et service à l'usager) de la direction de l'urbanisme de la Mairie de Paris

Le dossier est à présenter en 12 exemplaires dont 2 originaux et doit comporter :
- le formulaire Cerfa n°1340906 «demande de permis de construire» téléchargeable sur **www.paris.fr**,
- les documents mentionnés sur la fiche d'aide n°4 consultables sur **www.paris.fr**,
- la déclaration pour redevance en cas de création de surface de bureau et de commerce : cerfa n°14600*01 téléchargeable sur **www.paris.fr**.

En l'absence d'obligation de permis de construire, il faut cependant déposer une déclaration préalable, en particulier (3 exemplaires dont un original si les travaux ne comportent pas de démolition, 5 exemplaires dont 2 originaux , si les travaux comportent des démolitions - Formulaire cerfa 13404*06 «Déclaration préalable». fiche d'aide n°1 sur le site www.paris.fr) :
- pour modifier l'aspect extérieur d'un bâtiment (ravalement, modification de devanture, reprise de la couverture, changement de fenêtre, etc),
- pour créer une surface supérieure à 5 m² mais inférieure à celle qui nécessite une demande de permis de construire,
- pour demander le changement de destination d'un local sans modification de devanture.

Le dossier de déclaration préalable doit comporter :

✓ le formulaire Cerfa « déclaration préalable » n°13404*06 téléchargeable sur **www.paris.fr**

✓ les documents indiqués dans l'annexe en 3 exemplaires dont un original de la fiche d'aide n°1 (voir sur **www.paris.fr**)

✓ la redevance bureau en cas de création de surface de bureaux ou de commerces.

Pour le calcul de la surface de plancher ou de la surface taxable, vous pouvez vous aider de la fiche aide.
Voir sur **www.paris.fr**
Après instruction, vous recevrez la décision de non-opposition à la déclaration préalable.

c. Obligations de chantier

Après obtention du permis de construire ou déclaration préalable, expresse ou tacite, il est **obligatoire d'afficher** l'autorisation de construire sur le terrain, de faire une déclaration d'ouverture de chantier dès le début du chantier (pour le permis de construire) et, à la fin des travaux, d'envoyer au PASU une déclaration d'achèvement des travaux.

▪ Affichage des autorisations d'urbanisme

Il doit se faire sur un panneau rectangulaire de **dimensions supérieures à 80 centimètres** pour chaque côté en indiquant :

- le nom, la raison sociale ou la dénomination du bénéficiaire,
- la date et le numéro du permis,
- la nature des travaux, et s'il y a lieu, la superficie du plancher autorisée ainsi que la hauteur de la construction,
- l'adresse où le dossier peut être consulté :
  PASU 6 promenade Claude Levi-Strauss – CS 51388 - 75639 Paris Cedex 13
- mention de l'obligation de notifier tout recours administratif ou recours contentieux à l'auteur de la décision et au bénéficiaire du permis ou de la décision prise après déclaration préalable.

Ces renseignements doivent demeurer **lisibles** de la voie publique pendant au moins deux mois, et durant toute la durée du chantier si celle-ci est supérieure à deux mois. Il est souhaitable de faire constater cet affichage par huissier.

▪ Déclaration d'ouverture de chantier

Après l'obtention du permis de construire, le bénéficiaire doit procéder à une déclaration d'ouverture de chantier, en procédant à une déclaration en ligne sur **www.mon.service-public.fr** ou en transmettant par courrier au PASU le formulaire Cerfa de déclaration d'ouverture de chantier en trois exemplaires et d'une DP (déclaration préalable)

▪ Déclaration d'achèvement des travaux

Cette déclaration est **obligatoire** pour les travaux ayant fait l'objet d'un permis de construire ou d'un permis de démolir. Le dossier, à envoyer au PASU, est composé du formulaire Cerfa de déclaration d'achèvement des travaux en trois exemplaires et d'une DP (déclaration préalable).

La déclaration attestant l'achèvement des travaux doit être signée par le bénéficiaire du permis de construire, d'aménager ou de la déclaration préalable, ainsi que par l'architecte qui a suivi les travaux.

A défaut de réponse dans un délai de 3 mois, les travaux sont réputés conformes au permis de construire ou à la déclaration préalable.

d. Devanture

▪ Principes d'aménagement

Votre devanture constitue la première impression sur la tenue de votre point de vente. Il faut donc veiller à :

- La qualité et l'entretien des matériaux.
Ils montrent au client potentiel l'intérêt et le soin portés à la boutique (états des murs, des huisseries, des vitres, des portes...).
A éviter : des peintures en fin de vie, des tags, des affiches collées...

- La lisibilité des messages affichés. La surcharge de stickers, d'affiches, de PLV nuisent à la clarté et à l'attractivité du commerce.
Les messages doivent être d'actualité et en cohérence avec l'activité principale. La porte d'entrée dans l'espace client doit être propre et nette.

- Les informations légales ou commerciales doivent être intégrées dans une zone spécifique et un cadre déterminé.

Pour une bonne compréhension de l'activité de votre boutique, vous devez diffuser un message clair qui concerne votre savoir-faire, votre positionnement et éviter la prolifération d'informations.

Pour vous aider dans la conception de votre devanture, consultez le dépliant en ligne : « Concevoir sa devanture commerciale et son enseigne » sur le site de la Mairie de Paris.

▪ Modification de devanture

Tous les travaux de modification d'aspect ou installations de nouvelles devantures nécessitent au moins le dépôt d'une déclaration préalable auprès de la Mairie de Paris. Les formulaires à remplir se trouvent sur :
www.paris.fr puis «demandes d'autorisations» ou au PASU.

Quelques règles à suivre pour assurer une bonne insertion des devantures :

– Dans le cas de devantures sous une corniche ou un bandeau filant, ceux-ci doivent être reconstitués s'ils ont été supprimés ou endommagés.

– Les devantures peuvent être implantées, soit en saillie par rapport au plan de la façade pour celles dites "en applique" soit en retrait limité (10 à 20cm) pour celles dites "en feuillures".

– Les devantures doivent comporter une vitrine implantée de préférence dans l'alignement de la façade de l'immeuble. Dans le cas d'une partie en retrait, un dispositif de fermeture à l'alignement doit être prévu.

e. Rideau métallique, climatisation et store banne

▪ Rideau métallique

Les rideaux métalliques doivent être, sauf impossibilité technique ou architecturale manifeste, implantés intérieurement, en retrait des vitrines. Les coffres rapportés sont à proscrire.
Le choix du rideau doit maintenir autant que possible les transparences visuelles.

▪ Climatisation

La mise en place d'un équipement de climatisation ayant un impact sur la façade d'un immeuble ou une partie commune en copropriété nécessite, au préalable, l'obtention des autorisations de la copropriété, et faire ensuite l'objet d'une déclaration préalable.

Dans le cas d'une implantation de groupe froid à l'extérieur d'un local, il faudra s'assurer de respecter la réglementation ainsi que le confort du voisinage, notamment au regard du bruit des climatiseurs.

▪ Store banne

A Paris, les stores bannes peuvent être implantés à partir de 2,50 m au-dessus du trottoir avec un débattement fonction de la largeur du trottoir, et doivent être mobiles avec un rouleau et des bras latéraux (systèmes articulés en « X » à proscrire).
La toile sera en coton ou en « screen » et non brillante.
Les stores à caissons rigides et la pose d'un store continu devant plusieurs baies à l'étage sont interdits.

f. Sécurité des usagers et clients

L'article R. 111-19- 13 du code de la construction et de l'habitation prévoit qu'une autorisation de construire, d'aménager ou de modifier un Etablissement Recevant du Public (ERP) doit être soumise au préfet ou au maire préalablement à toute ouverture de l'ERP au public.

L'autorisation n'est délivrée que si les travaux projetés sont conformes aux règles de sécurité incendie et d'accessibilité des personnes handicapées.

Sont considérés comme des ERP tous les bâtiments, locaux et enceintes dans lesquels des personnes sont, en plus du personnel, admises librement, ou moyennant une rétribution (ou une participation), ou dans lesquels sont tenues des réunions ouvertes ou sur invitation, payantes ou non.

Cela concerne notamment les magasins, centres commerciaux, établissements culturels (cinémas, théâtres, musées, bibliothèques...), écoles, hôtels, restaurants, centres de vacances, etc.

Les ERP sont classés en fonction du nombre de personnes susceptibles d'y être reçues :
- à partir de 1 501 personnes : 1e catégorie,
- de 701 à 1 500 personnes : 2e catégorie,
- de 301 à 700 personnes : 3e catégorie,
- moins de 300 personnes (sauf 5e catégorie) : 4e catégorie.

La 5e catégorie concerne des seuils spécifiques à chaque type d'établissement (ex : restaurants et débits de boissons pouvant accueillir 200 personnes).

L'ouverture d'un ERP est soumise à des obligations de sécurité et d'accessibilité qui s'imposent au moment de la construction et au cours de l'exploitation, avec des prescriptions qui varient en fonction du classement du bâtiment.
Il est donc nécessaire de déposer une demande d'autorisation de construire, d'aménager ou de modifier un ERP.
Cette demande vaut également demande d'approbation d'un agenda d'accéssibilité programmée (Ad'ap) Cerfa n° 13824*03.
Le dossier est à présenter en trois exemplaires dont un original.
Ce dossier est à déposer à la préfecture de Paris au «Bureau des établissements recevant du public» 12-14 quai de Gesves 75004 Paris.

▪ Sécurité incendie

Votre magasin ou votre atelier est un **ERP** (Établissement Recevant du Public).

Les principes de conception des ERP doivent permettre de limiter les risques d'incendie, alerter les occupants lorsqu'un sinistre se déclare, favoriser l'évacuation tout en évitant la panique, alerter des services de secours et faciliter leur intervention. La réglementation en matière de sécurité incendie diffère selon le type d'établissement exploité.

Mais les obligations communes sont les suivantes :
- Maintenir en bon état les installations techniques et moyens de secours,
- Disposer d'une installation électrique conforme,
- Disposer d'extincteurs appropriés aux risques,
- Disposer d'un moyen d'alarme incendie,
- Disposer d'un moyen d'alerte des secours.

Attention :

Pour les commerces, entrepôts et ateliers de **plus de 50 m²**, entreposant des matières explosives ou inflammables et situés dans un immeuble d'habitation ou attenant à un immeuble d'habitation, **une réglementation spécifique** relative à la sécurité incendie existe à Paris (arrêté préfectoral n°2013-00789 du 15 juillet 2013) qui demande aux exploitants de faire une déclaration :

Formulaire en ligne :

www.prefecturedepolice.interieur.gouv.fr
ou :
Préfecture de police DTPP/SDSP/BPCA/SAE
1, bis rue de Lutèce 75195 Paris cedex 04
mail : pp-dtpp-sdsp-bpca-aequalite@interieur.gouv.fr

▪ Obligation d'accessibilité

En tant qu'exploitant d'un établissement recevant du public (E.R.P.) vous devez vous assurer que les aménagements réalisés dans votre local respectent les nouvelles règles d'accessibilité aux personnes à Mobilité Réduite (Arrêté du 8 décembre 2014 fixant les dispositions des articles R. 111-19-7 à R111-19-11 du Code de la Construction et de l'Habitation).

Tous les ERP doivent être accessibles aux personnes handicapées, quel que soit leur handicap, et aux personnes à mobilité réduite (personne âgée, personne avec poussette, etc.).

Le respect des normes de sécurité incendie et d'accessibilité est contrôlé lors des différentes demandes d'autorisation concernant l'ERP : demande de permis de construire, de travaux d'aménagement, demande d'autorisation d'ouverture de l'établissement.

Dans le cas où les ERP ne sont pas conformes aux obligations de sécurité incendie et/ou d'accessibilité aux personnes à mobilité réduite, leur propriétaire, constructeur ou exploitant, s'expose à des sanctions pénales, et à une fermeture administrative temporaire ou définitive ordonnée par le Préfet.

A savoir

Afin de faciliter l'installation de primo-accédants et d'indépendants, la SEMAEST s'efforce d'assurer le pré-aménagement de la plupart des locaux dont elle a la maîtrise : conformité sanitaire et électrique, accessibilité, vitrine thermique, façade en bois, peintures, escalier, agencement ...

Le gouvernement a mis en place un **outil d'autodiagnostic** à l'adresse suivante :
http://diagnostic-accessibilite.fr/erp/
qui vous permettra de savoir si votre local répond aux règles applicables en termes d'accessibilité.
Taper «Formulaires Cerfa» dans la barre de recherche du site **www.developpement-durable.gouv.fr** pour télécharger les documents à remplir.

Formulaires en ligne :

« Demande d'autorisation de construire, d'aménager ou de modifier un établissement recevant du public (ERP) qui vaut également demande d'approbation d'un Agenda d'accessibilité programmée (Ad'ap) »

« Dossier spécifique permettant de vérifier la conformité des établissements recevant du public aux règles d'accessibilité et de sécurité contre l'incendie et la panique ».

g. Aménagement intérieur du local

Le succès de votre commerce est lié à votre capacité à vous différencier de la concurrence en proposant à vos clients un positionnement unique. Cela passe par la qualité des services et des produits que vous vendez, mais pas seulement.

Créer une identité forte

Pour un commerce de proximité, l'identité visuelle est un élément décisif car c'est elle qui déterminera la première impression des passants.
L'aménagement, la décoration et l'ameublement de votre local doivent donc faire partie intégrante de votre réflexion sur votre positionnement.

Optimiser votre espace

Penser un espace optimisé et fonctionnel qui réponde aux besoins spécifiques de votre activité facilitera votre organisation du travail au quotidien et participera à créer une expérience d'achat unique pour vos clients.

Les questions importantes à vous poser

- Quelle décoration correspond aux valeurs que je souhaite véhiculer ?
- Comment aménager mon local pour fluidifier l'espace ?
- Quels meubles répondront aux besoins fonctionnels de mon activité ?
- Quel budget je souhaite dédier à la décoration et l'aménagement de mon local ?

N'hésitez pas à vous faire accompagner par des professionnels.

3. UTILISATION DU DOMAINE PUBLIC

Avec 2,2 millions d'habitants pour 105 km², sans compter les salariés franciliens et les touristes, Paris est la capitale la plus petite et la plus dense d'Europe : son domaine public est souvent le lieu de conflits d'usages entre commerçants, passants, riverains (stationnement, nuisances nocturnes) et services municipaux (propreté, espaces verts, eau..).

En conséquence, l'occupation au sol est strictement réglementée et doit faire l'objet d'autorisations, le plus souvent auprès de la Ville de Paris, et est soumise au paiement d'une redevance (terrasses, étalage, mobilier urbain...) et/ou d'une taxe (enseigne et publicité extérieure) dont les modalités sont fixées chaque année.

En tout état de cause, il est recommandé, avant tout projet, de consulter sur **paris.fr** le *Règlement des étalages et des terrasses installés sur la voie publique* en vigueur, assorti du cahier de recommandations.

a. Terrasses et étalages

Les commerçants peuvent être autorisés à installer des étalages et des terrasses sur les trottoirs au devant de leur fonds. Les demandes sont étudiées en fonction du règlement municipal des étalages et terrasses en date du 27 juin 1990, les décisions sont discrétionnaires.

TERRASSES, ÉTALAGES, CONTRE ÉTALAGES ET CONTRE TERRASSES.

Règlement applicable sur l'ensemble du territoire de la Ville de Paris, assorti d'un cahier de recommandations.

Ce règlement précise les conditions dans lesquelles peut être autorisée l'installation des étalages et terrasses sur la voie publique ainsi que des contre-étalages et contre-terrasses, des commerces accessoires aux terrasses et des dépôts de matériel ou objets divers devant les boutiques.

Il est assorti d'un cahier de recommandations. Véritable guide, celui-ci vous accompagne pour la conception, la rénovation ou la simple gestion quotidienne de votre terrasse ou étalage.

Retrouvez le règlement des étalages et terrasses grâce au lien:
https://api-site-cdn.paris.fr/images/80393

Ainsi que le cahier de recommandations :
https://api-site-cdn.paris.fr/images/80394

COMMERCES ACCESSOIRES

Seuls les restaurants, débitants de boissons, glaciers ou exploitants de salons de thé peuvent installer sur une partie de la surface consacrée à la terrasse des meubles mobiles.
Il ne peut être proposé à la clientèle qu'un **nombre limité de denrées ou produits :** crêpes, huîtres et coquillages, marrons grillés et gaufres, glaces à consommer, sandwiches et croque-monsieurs.

CONDITIONS À RESPECTER

Les étalages et les terrasses ne peuvent occuper **qu'une partie du trottoir.** La circulation des piétons doit pouvoir être garantie en toutes circonstances et en tous lieux.

Deux règles doivent être respectées :

- L'étalage ou la terrasse ne peut occuper que **le tiers de la largeur du trottoir** et une distance d'au moins 1,60 m doit être garantie pour les piétons.

- Les terrasses ne peuvent pas être mises en place sur les trottoirs d'une largeur inférieure à 2.20 mètres. Des dispositions particulières sont prévues pour les voies piétonnes et les voies marchés.

Les étalages et les terrasses doivent être conçus et installés de façon à préserver l'aspect tant de l'immeuble que de la rue.
A la fermeture du commerce, l'étalage ainsi que les tables et les chaises doivent être rentrés à l'intérieur du commerce.

TARIFS

La mise en place de marchandise ou de denrées ainsi que des tables et des chaises sur le trottoir donne lieu au versement de **droits de voirie.**
Leurs montants sont votés par le Conseil de Paris.

Les tarifs des droits de voirie 2017 sont indiqués en ligne sur le site **paris.fr/pro**, rubrique «**Autorisations d'occupation du domaine public**» (Bulletin Municipal Officiel de la Ville de Paris du 27 janvier 2017.
Ces tarifs sont actualisés chaque année.
Ils varient en fonction :
- du statut de la voie (voie piétonne, voie ouverte à la circulation publique ...),
- des dimensions et de la nature de l'occupation,
- de la valeur commerciale de la voie.

Traditionnellement, la redevance est payée **annuellement** et par avance, mais le versement d'acompte au profit de la personne publique propriétaire est admis. En cas de retrait de l'autorisation avant le terme prévu pour un motif autre que l'inexécution des clauses, la partie de la redevance versée d'avance et correspondant à la période restant à courir est restituée au titulaire.

INFRACTIONS ET ABROGATION D'AUTORISATION

Les agents assermentés du service de la publicité et des droits de voirie ainsi que les agents de police peuvent constater les infractions au règlement des étalages et terrasses, et notamment le défaut d'autorisation d'installation.
Un procès-verbal est dressé par ces agents et des poursuites pénales sont engagées à l'encontre du contrevenant.

L'autorisation peut prendre fin à tout moment, même antérieurement à la durée éventuellement fixée dans le titre d'occupation. Le refus de renouvellement d'autorisation n'ouvre pas droit à indemnité.

En cas d'abrogation prématurée, l'occupant peut bénéficier d'une indemnisation dans le cadre d'une concession (contrat passé entre l'administration et l'occupant), ou si, dans le cadre d'une permission (autorisation administrative unilatérale), l'abrogation est effectuée pour un motif d'intérêt général.

b. Enseignes

TAXE SUR LES ENSEIGNES ET LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

L'installation des étalages terrasses et des enseignes est soumise à autorisation et donne lieu à la perception de droits de voirie, au profit de la Ville de Paris.

Les droits de voirie sont perçus :
- pour les étalages et terrasses ;
- pour les enseignes surplombant la voie publique.

Les droits de voiries sont calculés à l'année en prenant en compte :
- la nature de l'objet ou de l'ouvrage, ses dimensions et sa localisation sur l'espace public,
- le tarif est fixé suivant la commercialité de la voie (il y a 5 catégories de commercialité).

Les enseignes disposées sur le bandeau d'une terrasse fermée peuvent être soumises à la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE) qui est calculée en fonction de la surface de l'enseigne (la taxe s'applique aux enseignes situées à l'extérieur d'un local et visibles d'une voie ouverte à la circulation publique).

Retrouvez le cahier de recommandations pour la publicité et enseignes sur le lien : **https://api-site.paris.fr/images/80336**
le formulaire d'autorisation des enseignes:
https://api-site.paris.fr/images/80389
et les tarifs TLPE 2017 grâce au lien :
https://api-site.paris.fr/images/90021

POUR ÊTRE ATTRACTIVE ET EFFICACE, UNE ENSEIGNE DOIT ÊTRE :

- **visible et repérable**
- **lisible et compréhensible** : le choix de la couleur et de la typographie donnent des indications sur la nature des produits et des services proposés. Cela fait partie de l'identité visuelle.
- **propre et soignée**
- **en parfait état :** la boutique doit être repérée vite et facilement grâce à des codes identifiables (texte/couleur /éclairage) dans un environnement urbain dense et au milieu d'autres enseignes.
- **correctement éclairée.**

RECOMMANDATIONS POUR LES ENSEIGNES

- Le style, les couleurs et le graphisme des enseignes doivent s'intégrer harmonieusement dans le paysage environnant, avec la devanture et la façade de l'immeuble.

- La couleur blanc-doré est privilégiée pour les sources lumineuses des enseignes (obligatoire en zone de publicité interdite et en zone de publicité restreinte D).
Une exception est faite pour les croix de pharmacie et les carottes de bureaux de tabac.

- L'éclairage des enseignes doit être le plus discret possible, préserver la tranquillité du voisinage, éviter l'éblouissement et dans toute la mesure du possible, être équipé de dispositifs basse consommation.

- Le nombre d'enseignes est limité à une seule par type (parallèle ou perpendiculaire), par établissement et par façade. Le nombre de logos est limité à un par enseigne.

- Les enseignes lumineuses ne doivent pas être clignotantes, défilantes, animées ou à luminosité variable.

Une autorisation d'installation d'enseigne est nécessaire sur l'ensemble du territoire parisien, découpé en zones dans lesquelles la publicité est plus ou moins restreinte :

– zone de publicité restreinte A (ZPR A),
– zone de publicité restreinte B (ZPR B),
– zone de publicité restreinte C (ZPR C),
– zone de publicité restreinte D (ZPR D),
– zone de publicité interdite.

Le formulaire de demande d'autorisation est disponible au Pôle accueil et service à l'usager et téléchargeable sur **paris.fr/pro**

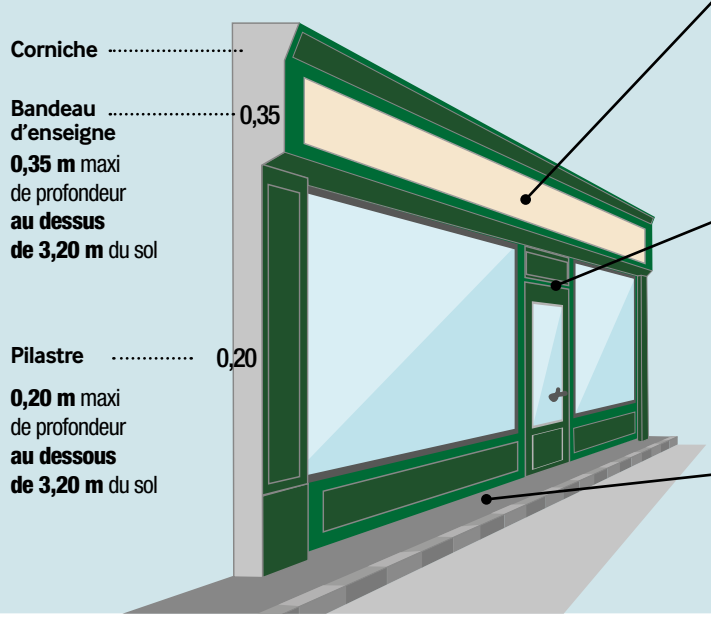
LE DOSSIER DE DEMANDE D'AUTORISATION

Le dossier de demande d'autorisation d'installation, de modification ou de déplacement d'une enseigne doit être composé :

- du formulaire de demande d'autorisation,

- du plan de l'objet (vue de face et de côté), avec nature et couleur des matériaux, dimensions de l'enseigne et position sur l'immeuble, textes et graphisme.

- de photographies en couleur de la façade et du voisinage (avec le 1er étage et la porte d'entrée). L'emplacement de l'enseigne doit être mentionné.



Demandes à effectuer lors de réfection de devanture et de création de terrasse

1. Demande d'enseigne
pour toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce.
On distingue les enseignes :
- parallèles à la facade ou en applique
- perpendiculaires à la facade ou en enseigne drapeau

2. Déclaration préalable
pour toute modification d'aspect (ou de peinture à l'identique) de la devanture (ou Permis de Construire si nécessaire)
Cette demande inclut l'éventuelle pose ou modification du store-banne (joindre un échantillon de la toile).

3. Demande d'autorisation d'occupation du domaine public
pour toute occupation du trottoir, notamment par des étalages et des terrasses.

c. Végétaliser votre commerce

Pour rendre Paris plus agréable, contribuer à la lutte contre le réchauffement climatique, mais aussi améliorer l'attractivité de votre commerce, vous pouvez réaliser la végétalisation :
- de votre devanture extérieure (jardinières, pots, plantes grimpantes en façade...),
- du mur de votre immeuble, via la copropriété,
- de votre vitrine (plantes en pot),
- de votre cour intérieure si elle est accessible au public,
- des pieds d'arbres et terre-pleins devant votre boutique.

La Ville de Paris soutient ces initiatives et peut vous proposer des graines et jeunes plants, des conseils et un accompagnement pour l'entretien et l'arrosage. Les mairies d'arrondissement et les conseils de quartiers peuvent également disposer de budgets spécifiques pour soutenir ce type d'opérations.
Ces aménagements peuvent aussi être réalisés globalement, via une association de commerçants qui pourra organiser un roulement pour l'entretien ou faire appel à un prestataire. Tous les renseignements sur :
www.paris.fr rubrique «végétalisons la Ville»

d. Mobilier urbain lié aux commerces

CENDRIERS MOBILES

Pour lutter contre les mégots, depuis la loi interdisant la cigarette dans les lieux publics, la Ville de Paris a exonéré les cendriers mobiles de droits de voirie.
Pour en installer un devant votre commerce, remplissez le formulaire de demande d'autorisation disponible sur **paris.fr** ou contactez le Pôle Accueil et Service à l'Usager.

PORTE-MENUS

Sur les terrasses ouvertes, la pose de chevalet ou de porte-menu est limitée à **un seul par façade** ou portion de façade, dans les limites de l'emprise et d'une hauteur maximum d'1,60 m pour un porte-menu et 1 m pour un chevalet.

JARDINIÈRES

Les jardinières doivent être en matériaux nobles : bois lasuré ou peint, métal, fonte, terre-cuite, zinc..., de préférence rectangulaires ou carrées.

Les jardinières latérales sont préférables aux jardinières disposées en continu parallèlement à la façade, permettant aux terrasses d'être visibles et de ne pas constituer une enclave isolée du trottoir (largeur limitée à celle de la terrasse, 1,60 m de hauteur maximum pour les végétaux, 0,40 m de hauteur maximum pour les bacs et les pots).

e. Palissades et échafaudage de chantier

La pose d'échafaudage ou de palissade est soumise à autorisation et fait l'objet d'une taxation dont les tarifs sont fonction de la taille de la palissade ou de l'échafaudage, de sa nature et de la durée d'occupation du domaine public.

L'autorisation de poser un échafaudage ou une palissade est délivrée par la section territoriale de voirie de l'arrondissement. Au préalable, les services d'urbanisme vérifient que les travaux réalisés sur le terrain ont bien été autorisés. Il vous est donc conseillé de soumettre le dossier aux services d'urbanisme avant de le déposer à la section territoriale de voirie.

La demande est constituée du «formulaire de demande de pose d'échafaudage ou de palissade» à produire en un exemplaire, transmis avec l'arrêté municipal autorisant les travaux sur la construction (permis de construire ou déclaration de travaux), ou téléchargeable sur le site **paris.fr/pro**, rubrique «Travaux et chantiers sur la voirie publique», ou à demander au PASU (Pôle Accueil et Service à l'Usager 6 promenade Claude Lévi-Strauss 75013 Paris).
Vous pouvez envoyer votre dossier par la poste ou vous déplacer pour demander un examen immédiat de votre dossier.

f. Stationnement

Les premières mesures pour moderniser le stationnement payant de surface concernent les visiteurs et les résidents, et ont pour principal objectif d'inciter les automobilistes à utiliser davantage les 82 % de places hors voies publiques, répondant ainsi à un besoin de libérer du stationnement en surface pour préserver l'attractivité économique de la capitale.

Tarification des cartes de stationnement professionel :

- 1an (activité sédentaire ou mobile éligible) Véhicule «basse émission» (critères sur Paris.fr) : 45 €
- 1 an (carte pro sédentaire) - Sous réserve d'éligibilité : 240 €
- 1 an (carte pro mobile) - Sous réserve d'éligibilité : 10 €
- Changement à même échéance d'immatriculation (mobile) ou/et de zonage (sédentaire) : 10 €
- Carte provisoire de 1 mois (nécessite une preuve d'enregistrement de certificat d'immatriculation en Préfecture de Police) : 5 €

Pour plus d'informations sur ces changements, consultez le site :
paris.fr/rubriquestationnement

Obtenez ou renouvelez votre carte de stationnement en ligne

Le service de demande de carte de stationnement en ligne vous permet d'obtenir ou de renouveler rapidement et simplement votre carte de stationnement, sans vous déplacer.

- Vérifiez quels sont les documents justificatifs à fournir
- Scannez vos documents et enregistrez votre demande en ligne,
- Un mail vous informe du résultat de l'instruction de votre demande et vous permet d'effectuer un paiement sécurisé par carte bancaire.
- Vous recevez votre carte à votre domicile dans les 3 jours.

g. Contacts

Pour demander une autorisation d'occupation du domaine public, suivre votre demande, obtenir des renseignements et connaitre les tarifs,
- consultez le site **paris.fr**,
- ou contactez la Direction de l'Urbanisme, sous-direction du permis de construire et du paysage de la rue et notamment le PASU (Pôle Accueil et Service à l'Usager de la direction de l'Urbanisme - 6 promenade Claude Levi-Strauss -75013 Paris) en prenant rendez vous via **rdv.pasu@paris.fr**,
- ou en téléphonant aux secrétariats de circonscription du Pôle :

Circonscription Nord (2e, 9e, 10e, 17e,18e arrondissements)
Tél : 01 42 76 36 30
Fax : 01 42 76 30 85

Circonscription Est (3e, 4e, 11e, 19e, 20e arrondissements)
Tél : 01 42 76 30 62
Fax : 01 42 76 70 55

Circonscription Sud (5e, 6e, 12e, 13e, 14e arrondissements)
Tél : 01 42 76 30 36
Fax : 01 42 76 27 53

Circonscription Ouest (1er, 7e, 8e, 15e , 16e arrondissements)
Tél : 01 42 76 33 38
Fax : 01 42 76 35 75

Concernant une demande de changement d'usage, si celle-ci doit être déposée au PASU, elle est instruite par la direction du Logement et de l'Habitat.

4. CONDITIONS D'EXERCICE DU COMMERCE

a. Fixation des règles d'affichage des prix

En dehors de certains secteurs particuliers (transports publics, taxis, livres, etc.), les prix sont fixés librement par les professionnels (producteurs, fabricants et commerçants).
L'information du consommateur sur les prix est en revanche réglementée, avec des différences selon qu'il s'agit de produits ou de services.

PRIX DES PRODUITS

Le prix de tout produit, neuf ou d'occasion, doit être affiché soit sur l'étiquette apposée sur le produit, soit sur un panneau ou un écriteau à côté du produit.
Les prix doivent être visibles, indiqués en euros, taxes et frais inclus, et lisibles de l'extérieur ou de l'intérieur de l'établissement, en vitrine ou en magasin. Le consommateur ne doit pas avoir à le demander.

PRIX DES SERVICES

Le prix TTC détaillé de toutes les prestations (devis et livraisons compris) doit être affiché à la vue du public et dans l'espace d'accueil des clients. On peut aussi mettre à disposition de la clientèle un catalogue regroupant la liste des prestations.

RÉDUCTIONS DE PRIX

Un commerçant qui annonce une baisse des prix de ses produits doit le faire par rapport à un prix de référence (principe du double marquage : le prix de référence doit être affiché à côté du prix réduit) et se conformer à des règles de publicité.
Le prix réduit ne peut pas dépasser le prix le plus bas pour un article ou une prestation similaire, dans le même établissement de vente au détail ou site de vente à distance, au cours des 30 jours précédant le début de la publicité.

DGCCRF

Pour toute question de consommation, de qualité et sécurité des produits et services, vous pouvez joindre la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF)

Par téléphone : **3939**
du lundi au vendredi
de 8h30 à 19h

b. Conditions d'ouverture

HORAIRES

Les horaires sont libres du lundi au samedi. La durée hebdomadaire maximale d'ouverture ne peut pas être supérieure à 90 heures, et le dimanche est un jour de fermeture obligatoire pour les commerces qui emploient des salariés, avec possibilité de dérogation.

FERMETURE OBLIGATOIRE HEBDOMADAIRE

Le principe posé par le code du travail est que « dans l'intérêt des salariés, le repos hebdomadaire est donné le dimanche ».
Les règles de fermeture hebdomadaire concernent donc les salariés, et non les commerçants exploitant eux-mêmes leur magasin.

A Paris, trois catégories de dérogations sont prévues par la réglementation :
- les dérogations soumises à autorisations, permanentes ou ponctuelles, liées à l'activité exercée (réglementée),
- les dérogations liées à la période (soldes, fêtes de fin d'année) autorisées par la Préfecture,
- les dérogations liées aux zones de consommation et aux zones touristiques instaurées par les collectivités ainsi qu'aux commerces dans les gares d'affluence exceptionnelle.
- une délégation liée aux zones touristiques internationales

Certaines activités commerciales sont également réglementées par des arrêtés préfectoraux qui imposent un jour de fermeture obligatoire, que le commerce emploie des salariés ou pas.
A Paris, ces activités sont notamment l'alimentation générale, la boucherie, la bijouterie, la boulangerie, la coiffure, les auto-écoles ...
Pour certains de ces commerces, le jour de fermeture obligatoire coïncide avec le dimanche (salons de coiffure ou bijouteries). Pour d'autres, le jour de fermeture peut être un lundi (boulangeries).

Pour davantage de précisions, notamment sur les **zones touristiques dérogatoires** :
Préfecture de la Region Île-de-France, Préfecture de Paris/ Direction de la modernisation et de l'administration / bureau des libertés publiques, de la citoyenneté et de la réglementation économique
5 rue Leblanc
75911 PARIS CEDEX 15
Tél. 01 82 52 44 34
Pour obtenir les nouvelles règles d'ouvertures des commerces le dimanche ainsi que les ZTI (zones touristiques internationales) rendez vous sur le site **www.service-public.fr/**

c. Réglementation liée aux produits alimentaires

Les réglementations européennes et nationales imposent des obligations aux exploitants du secteur alimentaire afin d'assurer la sécurité et la salubrité des denrées alimentaires à toutes les étapes de leur production, transformation et distribution.
Les points de consommation des aliments sont astreints à une réglementation d'hygiène et de salubrité spécifique contrôlée par la Direction générale de la concurrence et de la répression des fraudes et par les services vétérinaires.

Toutes informations sur **www.economie.gouv.fr/dgccrf**

d. Livraisons

RÈGLEMENTATION

Depuis le 1er décembre 2010, les automobilistes peuvent se garer sur certaines zones de livraison dites partagées (bordées par des pointillés) tous les jours entre 20h et 7h, et les dimanches et les jours fériés toute la journée.

Les zones «sanctuarisées» (bordées par de doubles traits pleins) restent exclusivement réservées à la livraison et servent à l'approvisionnement de commerces ouverts tôt le matin (supérettes, boulangeries...).

Depuis 2007, un règlement sur le transport et la livraison de marchandises est en vigueur à Paris. Les règles de circulation et de livraison sont simplifiées pour limiter la circulation des véhicules les plus encombrants et les plus polluants.

Vous pouvez télécharger la charte en faveur d'une logistique urbaine durable grâce au lien suivant : **https://api-site-cdn.paris.fr/images/91403**

Les arrêts sur les aires de livraison sont limités à **30 minutes**, durée contrôlée à l'aide d'un **disque livraison Marchandises obligatoire** et disponible auprès des mairies d'arrondissement, commissariats de police, fédérations professionnelles de transporteurs de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Paris.

Ce règlement repose sur une **alternance entre deux périodes de circulation**
- De 22h à 17h : réservée aux véhicules dont la surface est inférieure à 29 m²
- De 22h à 7h : ouverte aux véhicules d'une surface inférieure à 43 m²
- De 17h à 22h : réservée aux véhicules «propres» (électriques, gaz, hybride ou répondant à la norme EURO 5 ou EURO 6) d'une surface inférieure à 29m²

Les petits véhicules propres sont ainsi les seuls à pouvoir circuler et livrer 24 heures sur 24 sur le territoire de la Ville de Paris.

Pour connaître la liste des aires de livraisons à Paris par catégorie et par arrondissement, ou le numéro de la Voirie de votre arrondissement afin de demander la création d'une aire, rendez-vous sur le site **paris.fr/pro** rubrique « Stationnement et livraisons ».

Stationner facile avec P Mobile

P Mobile, c'est le service dématérialisé qui vous facilite le paiement du stationnement à Paris.

Depuis le 1er juillet 2015 P Mobile, le système de paiement du stationnement de surface par téléphone portable à Paris, est accessible aux automobilistes visiteurs, résidents ou professionnels partout dans Paris.

Par ailleurs, depuis le 1er juillet 2016, la circulation en semaine dans Paris Intramuros es interdite aux véhicules de classe 1* (véhicules antérieurs à 1997 pour les véhicules particuliers et les camionnettes).
Les voitures particulières, 2 roues motorisés et véhicules utilitaires légers concernés par ces mesures d'interdiction pourront continuer à circuler le week-end, tandis que l'interdiction sera permanente pour les autobus, autocars et poids-lourds concernés.

Au 1er juillet 2017, l'interdiction de circulation s'étend aux véhicules particuliers diesel et véhicules utilitaires légers euro 2 (mis en service avant le 1er janvier 2001 – pas de nouvelle interdiction pour les véhicules essence à cette date) et aux poids lourds vignette crit'air 5 (immatriculés avant le 1er octobre 2006).

D'autres étapes de restrictions de circulation sont prévues entre 2018 et 2020, qui seront précisées dès que les textes d'application de la loi de transition énergétique relatifs aux zones à circulation restreinte seront publiés.

Ce dispositif prévoit des **dérogations temporaires ciblées**, en particulier pour les véhicules des commerçants travaillant sur les marchés parisiens. (véhicules d'approvisionnement des marchés parisiens, dûment habilités par la Mairie de Paris, pour l'approvisionnement de ceux-ci, véhicules frigorifiques)

Depuis décembre 2014, les commerçants et artisans peuvent également utiliser, pour leurs besoins ponctuels de transport, les véhicules en libre-service **UTILIB**, déclinaison d'AUTOLIB, qui disposent de places de stationnement réservées et munies de bornes d'alimentation électrique.

Toutes informations sur **paris.fr**

AIDE À L'ACQUISITION DE VÉHICULES PROPRES

La Mairie de Paris vous propose:

Pour l'achat d'un véhicule électrique ou GNV, une subvention de 15% du montant HT du véhicule, hors options et hors bonus de l'Etat. Cette aide est limitée à :

3.000€ pour les véhicules utilitaires légers dont le poids total autorisé en charge (PTAC) est inférieur à 2,5 t,
6.000€ pour les fourgons dont le PTAC est compris entre 2,5 t et 3,5 t,
9.000€ pour un poids lourd dont le PTAC est supérieur à 3,5 t.

Cette aide est limitée à un véhicule par entreprise. Elle est valable pour les véhicules achetés comptant et ceux en location longue durée.

5. ENVIRONNEMENT, HYGIÈNE ET PROPRETÉ

a. Environnement

Outre sa valorisation en termes d'image auprès des consommateurs, l'engagement environnemental permet de nombreuses économies de fonctionnement (énergie, eau, éclairage...) sous réserve d'être pensé dès l'aménagement et l'équipement du local et de mettre en oeuvre des règles d'usage (régulation, suivi des consommations...).

GUIDES ET ORGANISMES À LA DISPOSITION DES COMMERÇANTS ET ARTISANS

- Le guide des entreprises éco-responsables (une application professionnelle, un portail, un memento) peut vous accompagner vers une amélioration de l'impact environnemental de vos activités :
https://www.paris.fr/professionnels/creer-son-entreprise/booster-son-entreprise-3536

- Le Centre National d'Innovation pour le Développement durable et l'Environnement dans les Petites entreprises (CNIDEP), a recensé, pour une trentaine de métiers les pistes d'actions pour réduire l'empreinte environnementale de l'activité : **www.cnidep.com/base_metiers.html**

- L'ADEME propose un ensemble d'aides à destination des PME/PMI dans tous les domaines environnementaux et édite des guides thématiques.
Site **www.ademe.fr**
Brochure « *Rénovation de l'éclairage des commerces de centre-ville* » accessible gratuitement sur leur site, référence 7199, avril 2013.

- La Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Paris présente sur son site un dossier «Démarche environnementale et de qualité» dans la rubrique «Développer son entreprise». Elle fournit sur demande des fiches métiers et donne en accès libres des fiches «prévention des déchets» concernant 10 métiers.
http://www.cma-paris.fr/gerer-developper/developper-son-entreprise

- La Chambre de Commerce et d'Industrie France tient à jour un annuaire des éco-entreprises :
http://www.eco-entreprises.fr/

Vos actions peuvent être mises en valeur en tant qu'acteur du Paris Durable.
www.acteursduparisdurable.fr

b. Economies d'énergie

▪ L'Agence Parisienne du Climat (APC)

Créée à l'initiative de la Ville de Paris, l'Agence Parisienne du Climat (APC) est une association loi 1901, qui vise à promouvoir la sobriété énergétique, accompagner le changement des comportements, développer les énergies renouvelables et aider à lutter contre le changement climatique (bâtiments, transports, consommation ...).

Elle propose des conseils gratuits et indépendants en matière d'efficacité énergétique et d'utilisation des énergies renouvelables.

Elle met notamment à disposition des entreprises des conseillers Info Energie Climat.

Tél. **01 58 51 90 20** ou **info-conseil@apc-paris.com**
Plus d'informations sur : **paris-commerce-energie.paris.fr**

Le Hub Tertiaire est une plateforme d'accompagnement des acteurs économiques dans la mise en oeuvre du Plan Climat de Paris. Il est divisé en 7 communautés, dont celle du Commerce. Chaque communauté est un véritable lieu d'échange et de partage permettant à chacun de s'informer et de devenir acteur du Plan Climat en intégrant une communauté et en s'associant à la mise en oeuvre du plan d'actions.
www.hubtertiaire.paris./communaute/commerce

c. Eau potable

L'approvisionnement de Paris en eau provient à parts égales de rivières (Seine et Marne) et de captages situés parfois jusqu'à 150 km de la capitale.

Depuis 2010, la production, la distribution et la facturation d'eau potable sont exercées par Eau de Paris, régie autonome à personnalité morale et financière de la Ville de Paris.

Pour tous problèmes relatifs à l'eau distribuée à Paris (création d'un branchement professionnel, pression, fuite, suivi des consommations, qualité et gout de l'eau, compteur divisionnaire, facturation...), vous pouvez contacter Eau de Paris via un numéro unique : **0974 506 507** (prix d'un appel local)
et **www.eaudeparis.fr**

d. Assainissement

Les eaux usées non domestiques sont tous les rejets correspondant à une utilisation de l'eau non liée à l'usage particulier : eaux industrielles, mais aussi rejets des artisans, commerçants, professions libérales, administrations.
Elles sont scindées en :

- eaux usées assimilables à un usage domestique : nécessitent une simple déclaration d'activité (formulaire sur le site **paris.fr**), puis de transmettre les justificatifs d'auto-surveillance annuelle (activités de restauration, métiers de bouche, nettoyage à sec, dentistes, coiffeurs...).

- eaux usées non domestiques strictes (contenant des produits ayant un impact sur le milieu naturel) : nécessitent une autorisation préalable de déversement (rejets des usines et ateliers, blanchisseries, garages, stations-services, laboratoires d'analyses médicales, laboratoires pharmaceutiques...).

Les autorisations particulières fixent les caractéristiques que doivent présenter ces eaux pour pouvoir être admises dans le réseau (notamment les concentrations limites en matières polluantes et toxiques. Quelle que soit la catégorie des eaux, le rejet de produits dangereux est interdit (hydrocarbures, produits corrosifs, produits chimiques...).

Attention : le règlement d'assainissement impose à tous les métiers de bouche (restaurateurs, cantines, traiteurs, ...), l'installation et l'entretien d'un séparateur à graisses ainsi que l'enlèvement par un prestataire spécialisé des huiles alimentaires usagées, et pour certaines activités, l'installation d'un dispositif de prétraitement des effluents (débourbeur, séparateur à graisses ou à hydrocarbures...).

Ces équipements sont soumis à votre auto-surveillance, pour laquelle vous devez **produire des justificatifs** attestant que vous avez retenu la pollution à la source (contrat d'entretien du séparateur à graisses, bordereaux de curage, bordereau d'enlèvement des huiles alimentaires usagées, etc...) et que cette pollution n'est pas allée dans le réseau d'assainissement (égouts).

Le déversement d'eaux usées autres que domestiques dans le réseau d'eau public sans autorisation est puni d'une **amende (article L 1337-2 du Code de la Santé publique)**. L'Agence de l'Eau Seine Normandie (AESN) peut, sous certaines conditions, apporter une aide financière aux gestionnaires d'activités non-domestiques afin de réduire les risques de pollution.

Pour en savoir plus, consultez le site de l'AESN :
www.eau-seine-normandie.fr

A Paris, l'assainissement est géré en régie, par la Section de l'Assainissement de Paris, service technique de la Ville de Paris intégré à la Direction de la Propreté et de l'Eau - Section de l'Assainissement de Paris - Contrôle des Eaux 17 rue Delesseux 75019 Paris joignable par courriel à l'adresse :
dpe-stea.sapsce@paris.fr

Pour toutes informations sur les rejets autorisés, le règlement d'assainissement et les déclarations à produire, contactez la Subdivision Contrôle des eaux :
01 44 75 23 70
du lundi au vendredi
ou par courriel :
dpe-stea.sapsce@paris.fr

e. Collecte et traitement des déchets

La collecte des déchets est réglementée par l'arrêté du Maire de Paris et du Préfet de Police du 10 mai 1983 et le règlement sanitaire départemental.
La Mairie de Paris a pour obligation de collecter les déchets des ménages, puis de les faire traiter via le SYCTOM, Agence métropolitaine des déchets.

Les entreprises sont responsables légalement de la collecte et de l'élimination de leurs déchets et de ceux de leurs clients, directement ou via leurs plate formes professionnelles.

Pour leurs déchets dits banals (non toxiques, non pondéreux...), elles peuvent cependant faire appel au service public municipal moyennant une contractualisation et le versement d'une redevance spéciale (contrat DNM pour «Déchets non ménagers»), indexée sur le volume à collecter, avec une franchise de 330 litres par jour. La cuve des bacs est de couleur différente de celle des particuliers, mais les couvercles sont identiques : blanc pour le verre, jaune pour les emballages carton, plastique, métal et tous les papiers, vert pour tous les autres déchets non recyclables.

Les dispositions réglementaires liées à la collecte des déchets ménagers obligent, sous peine de verbalisation, à respecter les horaires de présentation des bacs , posés une heure avant la collecte et récupérés ¼ d'heure après.

La collecte de verre (bacs à couvercle blanc) fait l'objet d'un partenariat particulier entre la Ville de Paris, les collecteurs et les utilisateurs industriels de verre recyclés, qui concerne particulièrement les cafés, hôtels et restaurants : des tournées additionnelles aux tournées de collecte de déchets ménagers sont organisées dans la plupart des arrondissements.

Par ailleurs, suivant les filières, et en compensation de la taxe payée par les consommateurs, les éco-organismes agréés mettent en place des points de reprise des produits recyclables dans les magasins et ateliers (Eco-Systèmes et Eco-Logic pour les DEEE - déchets électriques, électroniques et d'électroménagers, Eco-Mobilier pour les meubles, Eco-Folio pour les papiers et cartons, CorePile et Screlec pour les piles, Recylum pour les ampoules, etc...).

Enfin, la collecte de matières organiques (déchets de cuisine et de jardin) est désormais obligatoire pour les gros producteurs (hôpitaux, caisses des écoles, restauration..) et doit être effectuée par les entreprises elles-mêmes via l'organisation d'une collecte privée.
Certains commerces (ex : cafés restaurants relevant du SYNHORCAT) se sont d'ores et déjà organisés collectivement en ce sens, afin de recycler en compost ces déchets triés en amont.

Le GNI-SYNHORCAT soutient l'entreprise solidaire Moulinot Compost & Biogaz qui collecte et valorise les biodéchets.

http://www.moulinot.fr/moulinot
contact@moulinot.fr

Un service d'accueil (du lundi au vendredi de 7h00 à 19h00) répond à vos questions dans les quatorze divisions de Propreté de Paris.

Arrdt	Adresse	Téléphone	Fax
1er/2e/3e/4e	2 rue des Quatre-Fils (3e)	01 55 34 77 17	01 84 82 11 31
5eet 6e	100 bis rue du Cherche Midi (6e)	01 53 63 03 30	01 71 18 73 59
7eet 8e	7 rue Maleville (8e)	01 45 61 57 00	01 45 61 54 83
9eet 10e	75 rue du Fbg Poissonnière (9e)	01 53 34 11 11	01 71 37 76 68
11e	40 rue Pétion (11e)	01 55 28 36 60	01 71 28 71 79
12e	37-39 avenue Ledru-Rollin (12e)	01 43 41 74 44	01 71 28 36 75
13e	6/8 rue Albert Bayet (13e)	01 53 94 15 30	01 71 28 73 00
14e	140 bis rue du Château (14e)	01 56 53 10 20	01 53 90 68 54
15e	52 rue Dombasle (15e)	01 45 45 86 00	01 71 28 21 64
16e	9 ter rue des Boulainvilliers (16e)	01 55 74 44 60	01 71 18 97 92
17e	7 rue Maleville (8e)	01 45 61 57 17	01 45 61 56 50
18e	17 bis rue Joseph de Maistre (18e)	01 53 09 22 60	01 71 28 77 10
19e	66 rue de Meaux (19e)	01 53 72 54 00	01 53 72 54 91
20e	14/18 rue des Prairies (20e)	01 40 33 83 33	01 72 63 43 00

Dans le cas de production de **déchets non assimilables aux ordures ménagères** (type déchets dangereux, toxiques ou spéciaux, déchets inertes de chantier etc ...) les professionnels doivent faire appel à un collecteur privé.

La Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Ile-de-France propose un diagnostic déchets payant et présente sur son site un dossier sur la réglementation des déchets en entreprises :
http://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/environnement/dechets
La Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Paris présente sur son site, dans le dossier «Démarche environnementale et de qualité», rubrique «Développer son entreprise», des fiches «prévention des déchets» concernant 10 métiers :
www.cma-paris.fr

L'Observatoire Régional d'Ile-de-France (ORDIF) publie des études et favorise les échanges entre les différents acteurs en matière de déchets en Ile-de-France.
www.ordif.com

f. Encombrants

Les professionnels sont **responsables légalement** de l'élimination de leurs déchets. En conséquence, l'enlèvement de leurs objets encombrants n'est pas assuré par le service public.
L'accès aux déchetteries et Centres de Valorisation des encombrants, réservé aux particuliers, ne leur est **pas autorisé** et peut donner lieu à verbalisation.

g. Graffitis et affichage sauvage

A Paris, ils sont **enlevés gratuitement** par la Ville de Paris suite au signalement, sur les façades des immeubles, visibles par le public et apposés à une hauteur maximale de 4 mètres à partir du sol.

Trois solutions pour signaler et demander l'enlèvement d'un graffiti :

- Utiliser le formulaire internet
DansMaRue depuis **www.paris.fr**

- Accéder à l'application mobile DansMaRue disponible en téléchargement gratuit sur Google Play (Androïd) et sur App Store (Apple)

- Contacter le **39 75**

La procédure est la même pour l'affichage sauvage.

h. Bruit et odeurs

Vous devez tout mettre en oeuvre pour éviter les nuisances de vos activités par rapport au voisinage.
En cas de nuisances olfactives ou sonores dues à des activités professionnelles, toute personne peut faire un signalement au BANP, formulaire sur **www.paris.fr** ou par courrier :
Mairie de Paris
Direction de la Prévention, de la Sécurité et de la Prévention
Bureau d'Action contre les Nuisances Professionnelles
5 rue Lobau - 75004 Paris

Les Installations Classées pour la Protection de l'Environnement (ICPE) dépendent de la Préfecture de Police. Un formulaire de réclamation est disponible sur le site :
https://www.prefecturedepolice.interieur.gouv.fr/

Les activités professionnelles des commerçants ou artisans sont régies par **le code de la santé publique** qui sanctionne les bruits de nature à porter atteinte à la tranquillité du voisinage, s'ils dépassent de 5 dB le bruit habituel de 7 heures à 22 heures et de 3 dB de 22 heures à 7 heures.

Les exploitants d'établissements recevant du public et diffusant à titre habituel de la musique amplifiée doivent limiter le niveau sonore à l'intérieur à 102 dB(A) sur 15 minutes avec un seuil de 118 dB(C) sur 15 minutes pour les basses fréquences. Ces seuils sont abaissés pour les spectacles jeune public à 94 dB(A) et 104 dB(C), ainsi que pour les cinémas et en cas de diffusion en plein air.

i. Hygiène

Pour signaler la présence de rongeurs (souris, rats), vous pouvez vous adresser au Service Parisien de Santé Environnementale (SPSE) qui pourra selon les cas intervenir ou vous conseiller :
SPSE, 11 rue George Eastman, 75013 Paris
Tél. : **01 40 33 74 50**

Pour tout signalement de rongeurs sur la voie publique, vous pouvez également utiliser l'application mobile gratuite DansMaRue depuis votre smartphone.

Pour tout autre problème d'insalubrité dans les immeubles concernant les logements ou les parties communes, vous pouvez contacter le Service Technique de l'Habitat :
Mairie de Paris
Service Technique de l'Habitat
17 boulevard Morland
75181 PARIS Cedex 04
Tel : **01 42 76 89 43**

j. Sécurité et péril des immeubles

Depuis le 1er juillet 2017, la Ville de Paris est compétente en matière de péril et de sécurité des équipements communs pour les bâtiments à usage principal d'habitation ainsi que de salubrité et de péril pour les bâtiments à usage partiel ou total d'hébergement. Vous pouvez contacter le Service Technique de l'Habitat.

La PRÉFECTURE DE POLICE reste compétente dans les cas suivants :
1) la sécurité-incendie des établissements recevant du public à usage d'hébergement
2) les bâtiments menaçant ruine autres que les immeubles à usage d'habitation et/ou d'hébergement (ex : équipement, immeuble d'activité, atelier, entrepôt, etc.)
www.prefecturedepolice.interieur.gouv.fr

6. PROTECTION ET DOMMAGES

a. Assurance des responsabilités civiles professionnelles

En tant que chef d'entreprise, vous devez souscrire des assurances afin d'exercer votre activité.
Certaines garanties sont indispensables, d'autres recommandées.

Les commerçants et artisans **doivent souscrire** une assurance afin de les couvrir vis-à-vis des dommages qu'eux-mêmes, un de leurs salariés, leurs locaux ou leur activité peuvent causer à des tiers.

La garantie responsabilité civile se compose de deux garanties :
- Responsabilité civile occupation des locaux : couvre les dommages incendie et dégât des eaux causés au tiers
- Responsabilité civile activité professionnelle : couvre pour les accidents causés à des tiers

b. Assurances des biens de l'entreprise

Différents événements peuvent être couverts par les assurances souscrites :

- L'incendie, l'explosion
- Le dégât des eaux
- Les variations de stocks
- Les catastrophes naturelles
- Le vol et le vandalisme
- Les supports d'information (fichiers, programme, archives)
- Bris de machine
- Bris de glace

Une attestation d'assurances est à remettre chaque année au bailleur lors de son renouvellement.

Un sinistre important peut affecter et interrompre votre activité professionnelle. Avec la garantie perte d'exploitation, vous pouvez être indemnisé à hauteur du revenu moyen qui aurait dû être gagné sans le sinistre.

c. Sinistres

PARTIES COMMUNES

Lorsque l'origine du sinistre se situe dans les parties communes, vous devez informer votre propriétaire pour qu'il vous mette en relation avec le syndic qui vous fournira le nom et le numéro de contrat de l'assurance de l'immeuble pour remplir votre déclaration de sinistre.

PARTIES PRIVATIVES

Lorsque l'origine du sinistre se situe dans des parties privatives, le syndic peut vous renseigner sur l'identité du copropriétaire concerné.
En cas de doute sur l'origine du sinistre dans l'immeuble, le syndic doit missionner une entreprise afin de procéder aux recherches.

CAS PARTICULIER DU DÉGÂT DES EAUX

Plus de 80% des sinistres sont dûs à l'eau et peuvent avoir de multiples origines : rupture de canalisation, débordement de baignoire...

La procédure à suivre est la suivante :
- **Trouver l'origine** du sinistre et éviter l'aggravation des dégâts (en coupant l'alimentation d'eau par exemple)
- **Avertir les tiers** concernés par la fuite : voisins, syndic ou gardien en fonction de la provenance de la fuite. Si vous êtes locataire, votre bailleur doit en être informé
- **Faire réparer** la fuite.

En parallèle, vous devez **prévenir votre assurance** et remplir un constat amiable de dégât des eaux.

d. Informations et dispositifs de sécurité

Pour vous protéger contre le vol et les dégradations, la préfecture de police de Paris met à disposition des professionnels **un service gratuit d'information, de conseils et d'alerte** : « **CESPPLUSSUR** ».
Pour plus d'info : **https://www.prefecturedepolice.interieur.gouv.fr/Cespplussur**
Il permet de bénéficier alors d'informations régulièrement mises à jour sur la sécurité de votre commerce, les nouvelles fraudes repérées par les services de police ou l'évolution de la législation.
Votre inscription peut se faire directement sur le site Internet ou vous être proposée par des policiers de votre commissariat. Dans les deux cas, un autocollant "Cespplussur", signalant votre adhésion au dispositif, vous sera remis.

CHAPITRE 2

AIDE À LA CRÉATION ET AU DÉVELOPPEMENT

1. AIDE À LA CRÉATION ET AU DÉVELOPPEMENT D'ENTREPRISE
- a. Organismes consulaires
- b. Greffe du Tribunal de Commerce de Paris

2. FORMATION ET CONSEIL EN DÉVELOPPEMENT
- a. Les chambres consulaires
- b. Les boutiques de gestion

3. ASSISTANCE JURIDIQUE ET COMPTABLE
- a. Juridictions
- b. Maison de la justice et du droit
- c. Barreau de Paris

4. AIDE AU FINANCEMENT ET À L'ACCOMPAGNEMENT
- a. Financement institutionnel
- b. Associations
- c. Investisseurs privés
- d. Financement participatif

5. RECRUTEMENT
- a. Pôle Emploi
- b. Ville de Paris
- c. Mission locale de Paris
- d. EPEC (Ensemble Paris Emploi et Compétences)
- e. Apprentissage et contrat de professionnalisation

6. PARTENAIRES INSTITUTIONNELS
- a. Consulaires
- b. Fédérations professionnelles et syndicats

1. AIDE À LA CRÉATION ET AU DÉVELOPPEMENT

a. Organismes consulaires

▪ La Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Paris

Stage de préparation

Pour les futurs dirigeants d'entreprise artisanale, un stage de « préparation à l'installation » est **obligatoire** si vous sollicitez une immatriculation auprès de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Paris (CMAP). Il permet au futur chef d'entreprise :
- De répondre aux principales questions qu'il doit se poser au regard de son nouveau statut,
- D'acquérir les connaissances de base essentielles et indispensables notamment dans les domaines juridique, fiscal, social, comptable, pour la création d'une entreprise artisanale.

Les conseillers de la CMAP vous reçoivent au service économique pour toute question liée à votre projet de création ou de reprise.

Un accueil téléphonique est également assuré au **01 53 33 53 33**

Vous trouverez des informations utiles à la création d'entreprise et modèles à télécharger tels que compte de résultats, plan de trésorerie ... sur **http://www.cma-paris.fr** rubrique «créer-reprendre»

72, rue de Reuilly
75012 Paris
01 53 33 53 33

▪ La Chambre de commerce et d'industrie de Paris Ile-de-France

La CCI-Délégation de Paris propose des entretiens, ateliers ou formations, gratuits ou payants pour vous aider à :

- construire votre projet,
- étudier le marché,
- financer votre projet,
- choisir sa forme juridique,
- trouver des aides,
- effectuer vos formalités d'immatriculation au RCS.

Vous pouvez également rentrer en contact avec un conseiller qui vous aidera à apprécier la faisabilité et la cohérence de votre projet.

Pour les entreprises ne relevant pas du commerce de détail et de l'artisanat, vous trouverez des informations utiles sur le site de la CCI Paris Ile-de-France
www.cci-paris-idf.fr/services/creation-entreprise
2, place de la Bourse
75002 Paris
0820 012 112

La CCI propose notamment un Guide à la création d'entreprise, disponible sur le site **www.cci.fr**, rubrique «Création, reprise et cession d'entreprise» et qui aide à répondre aux questions suivantes :

- Comment fixer le prix de vente ?
- Comment calculer le prix de vente de votre produit en fonction de vos coûts de production, de la marge que vous souhaitez appliquer, du prix du marché et du prix acceptable par le client ?
- Quels sont vos objectifs commerciaux ?
- Combien de ventes vous fixez-vous comme objectif ?
- Quels objectifs qualitatifs voulez-vous atteindre avec vos clients ?
- Quelle stratégie marketing mettre en place ?
- Méthode de prospection, politique de distribution, politique de fidélisation, stratégie de prix...
- Quel plan de communication mettre en place ?
- Comment construire un plan de communication : marque, logo, documentation publicitaire, site Internet...
- Quelles actions mettre en place pour atteindre votre cible ?
- Quels sont vos besoins ?
- Définir les moyens humains, matériels et financiers que vous allez avoir pour mettre en place ce que vous avez prévu.

b. Greffe du Tribunal de Commerce de Paris

Engagé dans la simplification des formalités, le greffe du Tribunal de Commerce de Paris propose aux professionnels d'accéder en ligne à toutes les procédures de création et de développement d'un commerce.
Cet accompagnement peut vous guider dans votre activité et vous apporter une aide en matière d'immatriculation, de modification et de radiation.

Vous pourrez également bénéficier de conseils personnalisés via leur site **www.greffe-tc-paris.fr**

2. FORMATION ET CONSEIL AU DÉVELOPPEMENT

a. Les chambres consulaires

La CMAP propose aux chefs d'entreprise artisanale des formations et des actions d'accompagnement pour la gestion et le développement de leur entreprise (diagnostic global, export, transition numérique, gestion des emplois et des compétences, ...)
www.cma-paris.fr, rubrique «Gérer/développer son activité »

La CCI propose des conseils pour optimiser votre activité, sous le lien Services aux entreprises :
www.cci.fr

b. Les boutiques de gestion

BGE propose aux dirigeants différents programme d'appui individualisés, soutenus par la Région Ile de France.
De plus, des formations sont proposées dans le cadre des fonds de formation continue, comme par exemple « la Malette du dirigeant » de L'AGEFICE, pour les dirigeants ayant le statut social de gérant majoritaire (SARL, EURL) ou d'entrepreneur individuel dans une activité de nature commerciale.

BGE propose aussi aux entreprises en cours de création, différents parcours, dont par exemple ses couveuses qui permettent de tester en grandeur réelle leur activité et leur offre, un hébergement juridique, un service de portage, une assurance responsabilité civile professionnelle, des conseils et des formations à l'entrepreneuriat, des centres de ressources avec espaces de travail...

BGE ADIL - BGE Interdépartementale
Siège : 23- 27 rue Dareau 75014 PARIS
01 45 80 51 55
Email : **contact@bge-adil.eu**
www.bge-adil.eu

Couveuse Régionale GEAI
18 rue du Faubourg du Temple
75011 PARIS
01 43 55 09 48

3. ASSISTANCE JURIDIQUE ET COMPTABLE

a. Juridictions

- Conflit impliquant **un commerçant, un acte de commerce ou une société commerciale** : compétence du tribunal de commerce

  Greffe du Tribunal de commerce de Paris
  1 quai de la Corse 75004 - **01 44 32 83 83**

- Conflit né à l'occasion d'un **contrat de travail** : compétence du conseil de prud'hommes

  Conseil de Prud'hommes
  27 rue Louis-Blanc 75010 Paris - **01 40 38 52 00**

- Conflit impliquant **une administration** : compétence du tribunal administratif

  Tribunal administratif de Paris
  7 rue de Jouy 75004 Paris - **01 44 59 44 00**

- Conflit impliquant les **litiges civils** opposant des personnes privées (physiques ou morales) qui ne sont pas spécialement attribués par la loi à une autre juridiction, ils relèvent de la compétence du tribunal d'instance (sommes entre 4 000 € et 10 000 €) ou du tribunal de grande instance (demande supérieure à 10 000 €)

  Tribunal de grande instance de Paris
  4 boulevard du Palais 75055 Paris Cedex 01

b. Maisons de la justice et du droit

Des permanences dans les « Maisons de la Justice et du Droit » sont organisées pour évoquer les types de conflits récurrents.
Vous pourrez consulter des avocats, juristes associatifs, conciliateurs de justice, huissiers de justice, ou médiateurs.

Maison de la Justice et du droit secteur Paris Sud
6 rue Bardinet 75014 Paris – **01 45 45 22 23**

Maison de la Justice et du droit secteur Paris Nord-Est
15-17 rue du Buisson Saint-Louis 75010 Paris - **01 53 38 62 80**

Maison de la Justice et du droit secteur Paris Nord-Ouest
16-22 rue Jacques Kellner 75017 Paris – **01 53 06 83 40**

c. Barreau de Paris

Le Barreau de Paris offre aux particuliers un service de consultations gratuites anonymes, confidentielles et accessibles à tous, qui donnent la possibilité à toute personne, quels que soient ses revenus, de recevoir des conseils et des informations juridiques.

Vous pouvez en bénéficier en vous rendant à l'une des permanences tenues par des avocats :
- Palais de Justice
- Mairies d'arrondissement - en partenariat avec la Mairie de Paris
- SOS avocats
- Maisons de la Justice et du Droit (MJD)

Par ailleurs, en tant que chef d'entreprise, vous pouvez faire appel à un avocat pour vos démarches usuelles, et bénéficier de deux dispositifs en cas de difficultés :
- mécanismes de prévention et d'alerte avant faillite
- appel à un mandataire ad hoc afin de rechercher et mettre en oeuvre des solutions contractuelles.

Vous pouvez consulter le site de l'Ordre des avocats à Paris : **www.avocatparis.org/**

4. AIDE AU FINANCEMENT ET À L'ACCOMPAGNEMENT

a. Financement institutionnel

ADIE

81bis, rue Julien Lacroix
75020 Paris

87, rue Doudeauville
75018 Paris

139, boulevard Sébastopol
75002 Paris

www.adieconnect.fr

09 69 32 81 10

▪ Micro-entrepreneur : l'ADIE

Pour les créateurs d'entreprise/d'activité parisiens n'ayant pas accès au crédit bancaire, en priorité les demandeurs d'emploi de longue durée et les allocataires du RSA, et dont le besoin de financement est inférieur à 15000 €, l'association pour le droit à l'initiative économique (ADIE) propose :

Un financement : ADIE Microcrédit

L'Adie propose des financements professionnels jusqu'à 10 000 €, destinés aux entreprises exerçant leur activité en France métropolitaine et en Outremer.

Les financements :
- Des microcrédits jusqu'à 10 000 €
- Des prêts d'honneur jusqu'à 3 000 € à taux 0% et des primes pour compléter le microcrédit (selon les régions).
- Un financement Nacre adapté à taux 0%, au maximum égal au montant du microcrédit (dans la limite de 4 000 €), pour compléter le microcrédit

Le financement global ne pourra pas dépasser 10 000 €.

Un accompagnement : ADIE Conseil

- Un accompagnement individuel
- Des conseils d'experts
- Une plate-forme d'assistance téléphonique
- Pour les jeunes, une formation dédiée pour passer de l'idée au projet : ADIE Créajeunes.

Ces offres supposent cependant de pouvoir présenter une personne qui se portera caution pour vous.

▪ Paris Initiative Entreprise (PIE)

PIE est l'un des principaux organismes de financement de la création, reprise et transmission de petites entreprises à Paris. PIE est aussi la structure relai des réseaux Initiative France et France Active sur le territoire parisien.
Contactez-le si votre besoin de financement est compris entre 15 000 € et 1 M € et si vous recherchez une aide à l'obtention d'un crédit bancaire.

→ Vous êtes créateur ou repreneur d'une entreprise à Paris. Vous souhaitez :
- Financer des investissements, des besoins de trésorerie ou des actifs immatériels,
- Financer le dépôt de garantie nécessaire à la prise d'un local
- Renforcer vos apports personnels
- Mobiliser un prêt bancaire

PIE vous propose
- L'expertise économique et financière de votre projet avec un appui au calibrage des besoins de financement
- Des prêts personnels sans intérêt ni garantie (prêt d'honneur, prêt dépôt de garantie), jusqu'à 30 000 € en création –entreprise de moins de 3 ans– et jusqu'à 75 000 € pour les transmissions d'entreprises et les entreprises en croissance (moins de 5 ans).
- L'appui à la recherche d'un prêt bancaire complémentaire
- L'apport de garanties pour limiter les cautions personnelles demandées par les banques. PIE mobilise les garanties FAG et FGIF, couvrant jusqu'à 65% des prêts bancaires compris entre 5 000 € et 100 000 € pour un coût de 2,5% maximum du montant garanti.

→ Vous êtes responsable d'une entreprise ou association solidaire parisienne. Vous souhaitez :
- Constituer des fonds propres pour lancer ou développer une activité,
- Financer des investissements et des besoins de trésorerie récurrents.
- Faire levier sur d'autres financements.

PIE vous propose
- L'accompagnement de votre projet via le DLA (Dispositif local d'accompagnement)
- L' expertise financière de votre projet et le calibrage de vos besoins
- Des apports financiers remboursables entre 5 000 € et 1M € à un taux d'intérêt compris entre 0 et 2% pour une durée moyenne de 5 ans, avec différé de remboursement.
- Des garanties adaptées aux besoins de chaque projet (FAG, FGIE, FGAP,....) allant de 5000 à 250 000 € pour un coût de 2,5% maximum du montant garanti.

PIE propose également l'appui de bénévoles experts pour faciliter le lancement et le développement de votre projet
- Accompagnement, parrainage, rencontres thématiques,
- Possibilité d'un second financement pour le développement et la croissance,
- Réseau PIE de chefs d'entreprise dans tous les secteurs d'activité.

→ Vous vous installez dans un quartier «Politique de la Ville» :
Découvrez toutes les aides dont vous pouvez bénéficier sur le site : **www.pie.paris**

PIE
Paris Initiative Entreprise
68 boulevard Malesherbes
75008 PARIS
01 53 04 02 62

Contact :
contact@pie.paris
www.pie.paris

PIE et la Semaest ont signé un partenariat pour accompagner les créateurs d'entreprise commerçants ou artisans.

Réseau Entreprendre Paris
32, rue du Faubourg Poissonnière La Filature - Bâtiment 5
75010 PARIS

Tél : **01 85 34 19 03**
Fax : **01 48 00 91 05**
www.reseau-entreprendre-paris.fr/

▪ Réseau Entreprendre Paris

Si votre besoin de financement est **supérieur à 100 000** et si vous créez un nombre significatif d'emplois (supérieur à 10 emplois à 3 ans), vous pouvez contacter le Réseau Entreprendre à Paris, qui propose :

Un financement sous forme de prêt d'honneur pour abonder vos fonds propres
Accordé à la personne et remboursable sur 5 ans, ce prêt d'honneur entre 15.000 et 50.000€, est sans intérêt ni garantie et permet d'abonder vos fonds propres. Le montant du prêt d'honneur moyen accordé en 2014 est de 29.200 €.

Une mise en relation avec les partenaires bancaires du Réseau.
Cette mise en relation vous permettra d'obtenir des prêts bancaires auprès des partenaires du réseau plus facilement.

Les différents partenaires bancaires sont la BNP, HSBC, la Société Générale, le Crédit Agricole, la BRED et LCL.

L'ouverture des réseaux pour gagner du temps au démarrage de l'entreprise
Cette mise en réseau unique permettra au jeune entrepreneur de s'intégrer et se développer plus rapidement dans les réseaux économiques locaux, nationaux et internationaux via les chefs d'entreprise adhérents de Réseau Entreprendre.

La réciprocité
L'accompagnement des créateurs et repreneurs d'entreprise par les membres de Réseau Entreprendre Paris repose sur les principes de gratuité et de réciprocité ; principes sur lesquels sont fondées les valeurs de Réseau Entreprendre.
Tous les renseignements sur :
https://reseau-entreprendre-paris.welcomekit.co/

▪ Aide au développement : BPI

Pour développer les projets **d'entreprises innovantes**, franchir un cap technologique, exporter ou vous implanter à l'étranger, ou reprendre une entreprise, vous pouvez bénéficier d'un soutien de la Banque Publique d'Investissement Ile-de-France, qui se propose de :

- Faciliter la réalisation de vos projets, via des prêts divers,
- Garantir les financements bancaires et des interventions en fonds propres,
- Accompagner et financer des projets innovants à composante technologique, ayant des perspectives concrètes de communication.

Pour cela, vous pouvez contacter directement la BPI Ile- de-France :
http://pce.bpifrance.fr

▪ Paris Finance Plus

Le fonds de garantie Paris Finance Plus a été créé par Bpifrance et la ville de Paris afin de faciliter l'accès au financement bancaire des entreprises parisiennes dans la création, la transmission et le développement.
Ce fonds de garantie s'adresse à toutes les TPE/PME parisiennes tous secteurs confondus avec un soutien plus particulier pour les entreprises dont les activités relèvent de l'Economie Sociale et Solidaire ou du Plan Climat (déplacements, habitat, urbanisme, gestion des ressources et des déchets, alimentation).
Paris Finance Plus finance :
- les prêts à long et moyen terme y compris les prêts personnels pour ap port de fonds propres et de contrats de développement,
- les crédits-baux mobiliers et immobiliers de locations financières à l'exclusion de la location simple,
- les cautions bancaires liées à un crédit vendeur.

Montants
Le plafond des crédits garantis par entreprise est de 730 000 €.

Bénéficiaires
Accessible si :
- Possibilité d'appartenance à un groupe de moins de 250 salariés.
- Effectif de moins de 250 salariés.
- Chiffre d'affaires de moins de 50 M€.

Organisme
VILLE DE PARIS

Mairie de Paris - Direction du Développement Économique, de l'Emploi et de l'Enseignement Supérieur
8 rue de Cîteaux 75012 PARIS
Téléphone : **01 71 19 20 72**
Télécopie : **01 71 19 20 69**
E-mail : ddeees.parisfinanceplus@paris.fr
Web : **www.paris.fr**

Coordonnées CCI en fonction du territoire indiqué
CCI Paris Ile-de-France
27 avenue de Friedland - 75382 PARIS CEDEX 08
Téléphone +33 (0)820 012 112
http://www.cci-paris-idf.fr/

▪ EPEC (ensemble paris emploi compétences. Fusion de la MDE et du PLIE)

La fusion du PLIE Paris Nord-Est et de la Maison de l'emploi permet donc d'avoir un outil unique au service de la mise en oeuvre des politiques publiques de l'emploi et l'inclusion, de la lutte contre l'éloignement durable de l'emploi, du développement de solutions emploi innovantes et pérennes en faveur des publics parisiens en insertion.

L'EPEC poursuit les actions de la MDE en faveur des commerces physiques de biens culturels (libraires, disquaires, vidéo, jeux vidéo...)

- Soutenir le développement des petites librairies et petits disquaires en favorisant la professionnalisation des dirigeants et des salariés
- Favoriser l'accès aux marchés publics de fournitures des bibliothèques, médiathèques et établissements scolaires par l'appui à la constitution d'un groupement d'entreprises
- Favoriser la reprise et la transmission de petites entreprises
- Développer une fonction ressources sur les mobilités professionnelles.

Ce pôle expérimente notamment la mise en place d'un « **pool de remplaçants** » auprès de disquaires et de libraires, en partenariat avec *Paris Mix Group'Emploi*.

Pour tous renseignements :
EPEC Paris 209, rue La fayette – 75010 Paris
01 84 83 07 10
http://www.epec.paris/

Prix du Goût d'Entreprendre

Si vous venez d'ouvrir un commerce de bouche, la Ville de Paris vous propose de participer au « Prix du Goût d'Entreprendre » destiné aux créateurs et repreneurs de commerces d'artisanat alimentaire à Paris. Chaque année, cinq prix de 8 000€ sont à gagner. La Ville souhaite ainsi soutenir les artisans dès leur première année d'activité et favoriser la dynamisation des quartiers parisiens en stimulant les opérations de commerces de bouche.

▪ Soutien à l'Economie sociale et solidaire

Paris soutient l'économie sociale et solidaire (ESS) à travers trois actions prioritaires :
-le soutien aux structures d'insertion par l'activité économique (SIAE),
-l'accompagnement des porteurs de projets et des entreprises socialement innovantes
-la promotion de la consommation responsable.

Si vous souhaitez **créer ou reprendre une SIAE**, vos pouvez bénéficier de prêts particuliers auprès du PIE, de l'ADIE. Vous pouvez aussi vous adresser au Mouvement des Entrepreneurs Sociaux (Mouves) qui fédère et représente des dirigeantes et dirigeants d'entreprises sociales partout en France.
Leurs entreprises sont de taille très variées (de la micro-entreprise au grand groupe) et sont positionnées sur tous types de secteurs (commerce équitable, la prise en charge de la dépendance, filières de la croissance verte, filières de la santé, de l'informatique, etc.) avec différents statuts : SA(S), association, coopérative, mutuelle, etc.
Elles respectent toutes les critères de l'entreprise sociale et assurent leur finalité sociale par une lucrativité nulle ou limitée.
http://mouves.org/

Pour tester la viabilité de votre projet en grandeur réelle, vous pouvez rejoindre la couveuse « Initiatives Durables Equitables Ethiques et Solidaires »
18 rue du Faubourg du Temple 75011 Paris
Tel. 01 43 55 09 48
Vous pouvez ensuite rejoindre une Coopérative d'activité et d'emploi (CAE) qui permet de développer votre activité tout en bénéficiant d'un **statut original d'entrepreneur- salarié.**

La Ville de Paris soutient également le **développement des coopératives** en lien étroit avec l'union régionale des SCOP et encourage ainsi la transmission des PME aux salariés sous forme de coopérative.
Il s'agit d'une solution efficace en temps de crise pour le maintien des entreprises et des emplois sur les territoires, tout en privilégiant la rémunération du travail (pas de plus-value en capital).

Trophées de l'ESS

Paris lance chaque année un appel à projets pour développer l'économie sociale et solidaire qui vise à stimuler l'émergence de projets nouveaux et à développer des structures existantes.

b. Associations

Pour les projets relevant de l'Economie Sociale et Solidaire, les associations Garrigue et Cigales de Paris peuvent vous accompagner.

QU'EST-CE QU'UNE CIGALE ?

Un club CIGALES (Club d'Investisseurs pour une Gestion Alternative et Locale de l'Epargne Solidaire) est une structure de capital risque solidaire mobilisant l'épargne de ses membres au service de la création et du développement de petites entreprises locales et collectives (SARL, SCOP, SCIC, SA, association, ...).

Lieu d'échanges et d'auto-formation sur les questions économiques et de développement local, où investisseurs et porteurs de projet font l'expérience d'une économie socialement responsable et solidaire.

Le club a une durée de vie de 5 ans, prorogeable une fois. Au terme de sa vie, il procède à la liquidation de son portefeuille, au prorata des apports des cigaliers.

Les CIGALES sont au carrefour de l'épargne de proximité, de l'épargne éthique et de l'épargne solidaire.

L'association EGEE, qui regroupe des chefs d'entreprises et consultants retraités, peut vous accompagner pour vous conseiller dans vos stratégies commerciales et de gestion (audit, plan de merchandising, promotion, gestion des stocks, etc.)

EGEE : 4 villa Frédéric Mistral 75015 Paris
01 47 05 57 69
www.egee.asso.fr/

Devenez sociétaire de Garrigue, investisseur solidaire !
Forte de son expérience et des réussites des entreprises qu'elle a financées, Garrigue encourage une pratique citoyenne de l'économie en présentant une solution concrète, alternative et économiquement viable aux épargnants qui recherchent une affectation utile de leur épargne.

Garrigue entend poursuivre et amplifier son action au service d'une économie sociale et solidaire.

Fédération des CIGALES
18, rue de Varenne
75007 PARIS
07 76 72 25 64
01 42 84 98 70
http://cigales.asso.fr/

A savoir :
La SEMAEST, via un partenariat avec EGEE, peut être amenée à prendre en charge les prestations d'accompagnement effectuées pour ses locataires.

c. Investisseurs privés

Sur le modèle des "**Business Angels**", nombre de structures privées visent à encourager et financer la création d'entreprises et le portage de locaux :
- Fondations de grandes entreprises (SNCF Dev, EDF...)
- Pépinières (Paris Pionnières..)
- Banques et investisseurs (AlterEquity, The Family..)

et autres acteurs.

Renseignez-vous sur les possibilités de candidater à leur comité de sélection des projets.

d. Financement participatif

Il existe une quinzaine de plateformes adaptées aux projets des commerçants :

Tudigo
KissKissbankbank,
Ulule,
Hellomerci,
Wiseed,
Anaxago,
Kickstarter,
Tousnosprojets,
MyMajorCopany
...
(Liste non exhaustive et évolutive).

Le financement participatif ou «crowdfunding» est un mécanisme innovant qui permet de récolter des fonds auprès d'un **large public** en vue de financer un projet créatif ou entrepreneurial (nouveau commerce, achat d'un équipement, lancement d'une gamme, participation à un salon...), le plus souvent via des plates-formes en ligne qui peuvent être assises sur des dons, des prêts ou des investissements en fonds propres.

Le montant des dons demeure libre, **sans contrainte réglementaire**.
Le commerçant présente son projet détaillé sur la plate-forme de son choix et indique la somme qu'il compte réunir, et ce qu'il propose aux investisseurs, le plus souvent des riverains ou des clients : soit une rémunération de leur investissement (prêt) soit un échange de services (don) pour les impliquer dans son projet. (Ex : coupon de réduction, dégustations gratuites, services personnalisés, etc.).

Une ordonnance du 30 mai 2014 a permis de faciliter et de sécuriser ce mode de financement, avec la création pour les plates-formes de financement participatif d'un statut d'établissement de paiement allégé. Il est possible désormais à des particuliers de faire des prêts rémunérés à destination d'autres particuliers ou d'entreprises, **jusqu'à 1 M€ par projet** financé par la plate-forme.

Le prêteur doit être informé par les plates-formes du risque encouru, qui doivent mettre en ligne un outil d'aide à la décision pour évaluer la prise de risque.

Les plates-formes de financement participatif qui respecteront le nouveau cadre réglementaire pourront afficher sur leur site un logo correspondant.

5. RECRUTEMENT

a. Pôle Emploi

Les services de Pôle Emploi vous permettent de recruter des salariés adaptés à vos besoins et à vos attentes en termes de compétences, expériences et connaissances. Un conseiller vous aide à identifier les meilleurs profils, les contrats les plus adaptés et vous accompagne tout au long du recrutement.
Vous pouvez choisir de gérer vous-même la sélection des candidats ou bien de laisser un conseiller Pôle Emploi effectuer une présélection.

Pour poster une offre, rendez-vous sur le site
www.pole-emploi.fr/employeur/

b. Ville de Paris

Paris Emplois **https://emploi.paris.fr/** est un site gratuit de publication d'offres et de demandes d'emplois, sur le portail de la Ville de Paris, ouvert à toutes les entreprises parisiennes, et de mise en relation.
Vous pouvez rechercher un salarié, un apprenti ou un stagiaire.

«Paris pour l'emploi des jeunes»
«Journée jobs d'été»
«Grand Paris Sud Emploi»
«Forum de l'alternance»
«Paris des métiers qui recrutent»
«Paris pour l'emploi»
«Semaine pour l'emploi des personnes handicapées»

c. Mission locale de Paris

La Mission locale de Paris vise à trouver une formation ou un emploi pour les jeunes de moins de 25 ans sortis du système scolaire : elle facilite l'embauche de proximité, vous aide à analyser vos postes de travail et vos besoins en compétences, à recruter, à bénéficier des aides correspondantes et à accompagner les jeunes embauchés par un réseau de parrains bénévoles.

Consultez le site
www.missionlocaledeparis.fr/

d. EPEC (Ensemble Paris Emploi Compétences)

Si votre commerce se situe dans les 18è, 19è ou 20è arrondissements, vous pouvez vous tourner vers l'EPEC fusion du PLIE et de la Maison de l'emploi, qui favorise l'accès ou le retour à l'emploi des personnes en difficultés en les guidant dans leur projet professionnel.
Vous trouverez peut-être un candidat qui répond à vos attentes et à vos besoins.

Consultez le site
www.epec.paris

e. Apprentissage et contrat de professionnalisation

Pour plus d'informations, vous pouvez vous consulter les sites suivants :

www.pole-emploi.fr/
et
www.alternance.emploi.gouv.fr/

Pour les entreprises, embaucher une personne en contrat d'alternance c'est lui apprendre un métier et l'intégrer à la vie et à la culture de l'entreprise, avec la sécurité de recruter une personne adaptée aux besoins de son entreprise.

Pour les jeunes, les formations en alternance permettent à la fois d'acquérir des compétences théoriques en centre de formation d'apprentis (CFA) ou dans un organisme de formation, et des compétences pratiques en entreprise.

Apprentissage
Le contrat d'apprentissage est un contrat de travail spécifique d'une durée de 1 et 3 ans en fonction du titre ou diplôme préparé. Le salaire minimum correspond à un pourcentage du SMIC. Pour trouver votre apprenti, il est important de bien définir la nature et la fonction du poste qu'il aura à occuper.
Pour ce faire, vous pouvez vous adresser directement à un CFA.

Pour le recrutement d'un apprenti, votre entreprise bénéficie des aides suivantes :

Pour toutes ls aides dont vous pouvez bénéficier rendez vous sur le site:
https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F23556

6. PARTENAIRES INSTITUTIONNELS

a. Consulaires

Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Paris
72 rue de Reuilly 75592 PARIS Cedex 12
01 53 33 53 33
http://www.cma-paris.fr/

Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris/Ile-de-France
2 rue de Viarmes 75001 PARIS - 2 place de la Bourse 75002 PARIS
0820 012 112
http://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/cci75

b. Fédérations professionnelles et Syndicats

Pour toutes informations réglementaires et techniques, vous tenir informé de toute évolution législative ou réglementaire concernant votre métier et être conseillé dans votre quotidien d'artisan-commerçant, les principales confédérations générales sont les suivantes :

Confédération générale de l'alimentation en détail IDF (CGAD)
56 rue de Londres, Paris 8e
01 44 90 88 44
www.cgad.fr

Confédération Générale de l'Artisanat Français
30 rue des Vinaigriers, Paris 10e
01 40 38 06 67
www.cgaf.fr

Confédération Nationale de l'Artisanat, des Métiers et des Services (CNAMS)
1bis, rue du Havre Paris 8ème
01 44 93 20 44
www.cnams.fr

Certaines fédérations plus spécialisées proposent un accompagnement personnalisé à leurs adhérents, et notamment :

Fédération nationale des épiciers, cavistes et détaillants en produits bios (FNDECB)
5 Rue des Reculettes 75013 PARIS
01 55 43 31 75
www.fnde.com

La FNDECB propose aux porteurs de projets une formation de 35 heures « Devenir épicier en 35 heures », et aux épiciers installés, une formation « Comment booster son chiffre d'affaires ».
Elle réalise des expertises de merchandising et a noué des partenariats bancaires pour des financements à l'installation, et avec des sociétés d'agencement de magasin.
La FNDECB a également noué un partenariat avec Western Union afin de permettre aux épiciers d'avoir un complément de revenus et d'accroitre l'offre de services proposés.

Union professionnelle des fromagers de l'Ile-de-France
5 rue des Reculettes 75013 PARIS
01 55 43 31 55
www.fromagersdefrance.com

L'union des fromagers est adhérente de la Fédération Nationale de détaillants en produits laitiers, qui offre des formations au métier de fromager, des conseils juridiques et techniques, un accompagnement et des informations régulières.

Union nationale des syndicats de détaillants en fruits et légumes et primeurs
5 rue des Reculettes 75013 PARIS
01 55 43 31 90
www.unfd.fr

L'UNFD est un réseau national de commerçants fédérés au sein de 15 syndicats nationaux, régionaux et départementaux qui s'appuie sur une structure d'envergure nationale (l'UMAP - Union de Métiers Alimentaires de Proximité) et représente l'ensemble des métiers du commerce de proximité alimentaire, qu'ils soient spécialistes, grande surface frais, alimentation générale ou libre-service.

Syndicat patronal des boulangers du grand Paris
7 quai d'Anjou 75004 PARIS
01 43 25 58 58
www.sp-boulangerieparis.fr

Ce syndicat répond aux demandes d'aides à l'implantation, au recrutement, à la formation, au conseil sanitaire, fiscal et juridique, et à toutes les démarches

Fédération de la Boucherie de Paris et de la Région Parisienne F.B.P.R.P
23 Rue Clapeyron, 75008 Paris
01 43 87 51 83
www.boucheries.com

L'artisan boucher a accès gratuitement à un avocat et à un conseiller juridique spécialisés, à une prise en charge par l'assurance professionnelle, à une veille règlementaire et sociale, à un conseil à l'installation et aux outils de communications et aux marques dédiées à la boucherie artisanale.

Fédération Nationale des Centres-Villes, FNCV- Les Vitrines de France
03 83 36 34 33
www.fncv.org

La FNCV est une fédération d'Unions locales Commerciales et Artisanales dédiée à l'animation commerciale, partenaire des pouvoirs publics.

A savoir

La SEMAEST a passé des **conventions** avec la plupart des fédérations professionnelles afin de mutualiser les informations sur les locaux disponibles, les porteurs de projets, les financements, et l'aide et le conseil susceptible de leur être apportés.

CHAPITRE 3
PROMOTION DES VENTES

1. OBJECTIFS, STRATÉGIE ET OUTILS DE PROMOTION
- a. Plan de communication
- b. Outils de promotion
- c. Boutiques éphémères

2. ANIMATION COMMERCIALE
- a. Décoration de vitrines
- b. Opérations autonomes
- c. Opérations groupées
- d. Prix et concours

3. OUTILS NUMÉRIQUES
- a. Création d'un site internet
- b. E-commerce : mode d'emploi
- c. Confidentialité des données
- d. Réseaux sociaux

4. RÉFÉRENCEMENT
- a. Annuaires professionnels
- b. L'Office du tourisme et des congrès de Paris
- c. Référencement sur les moteurs de recherche

1. OBJECTIFS, STRATÉGIE ET OUTILS DE PROMOTION

a. Plan de communication

Il s'agit de faire connaître votre commerce à vos clients potentiels avec un budget optimisé.
Cela suppose de bâtir un plan d'actions et un travail de réflexion afin de répondre aux questions suivantes :

- *Quelle est ma zone de chalandise ?*
- *Qui sont mes clients ?*
- *Quel est mon coeur de cible et quels sont les clients plus "occasionnels" ?*
- *Quelles sont les attentes de mes clients ? De quoi ont-ils besoin ?*
- *Pourquoi vont-ils acheter chez moi et pas ailleurs ?*
- *Comment mon offre se différencie-t-elle de celle de mes concurrents ?*
- *Qui est le décisionnaire dans l'achat ?*
- *Qui sont les prescripteurs ? Existe-t-il des personnes ou des entreprises qui peuvent conseiller à mes clients d'acheter mes produits ?*
- *Où passent mes clients ? Où peuvent-ils voir mes publicités ?*
- *Quels sont les médias lus par mes futurs clients ?*

Votre communication ne doit pas avoir pour seul objectif de vous faire connaître, mais de déclencher des ventes, en ciblant les clients les plus susceptibles de passer à l'acte, et en leur proposant des messages personnalisés, des premières offres attractives (promotion sur les prix, offre inédite ou groupée, produit ou service supplémentaire, image valorisante associée...) et une répétition des contacts pour déclencher l'acte d'achat.

b. Outils de promotion

▪ Constituer et exploiter son fichier clients

Pour fidéliser les clients et faire d'eux des ambassadeurs sur les sites de référencement, il convient de nourrir la relation client, en exploitant la base de coordonnées clients (sms, mails, flyers...) : invitations événements, information sur les réseaux sociaux, soldes privées, offres complémentaires, promotions ciblées ...

▪ Fidélisation clients

La mise en place d'un programme de fidélisation clients est l'occasion pour un commerçant ou une enseigne de se constituer une base de données permettant une connaissance détaillée du comportement de ses clients. Les achats effectués par les clients permettent de réaliser une segmentation fine et de proposer aux clients des opérations de marketing direct personnalisées et des avantages sous forme de cadeaux, services ou remises.

▪ Parrainage

Pour qu'un programme de parrainage fonctionne, il faut que le mécanisme soit simple (offre pour tout nouveau client parrainé), que les gains apportés soient affichés clairement et qu'ils interviennent rapidement.

▪ Distribution de flyers et prospectus

Attention, le dépôt sauvage de prospectus sur la voie publique peut être verbalisé : il faut donc éviter la diffusion sur les pare-brises automobiles et le libre-service en point fixe.

Il s'agit d'un outil de diffusion massive, au faible coût de production (0,01 à 0,05 € / unité) et de distribution, dont vous aurez intérêt à cibler la diffusion : géographique (boites aux lettres, métro..), lors d'un évènement sportif ou culturel, et à y intégrer un support de retour pour en améliorer la rentabilité : coupon de réduction, cadeau à retirer, jeu concours, offre gratuite...

▪ Phoning et mailing

Attention au coût unitaire (un mailing « papier » coûte environ 1,5 € par envoi...), au taux de retour faible (entre 0,1 et 1% ou 0,5% pour un mailing large et entre 0,5% et 2 % pour un mailing ciblé) et à la nécessaire répétition des envois (à chaque opération promotionnelle, soldes ou anniversaire...).

Lorsque l'on crée son commerce, il est important de prospecter les entreprises, administrations, syndics et gardiens d'immeubles.... des alentours afin de les informer de votre arrivée et de leur proposer vos services. Le plus simple est d'éplucher les annuaires locaux, et appeler les cibles les plus évidentes.
Pour les autres, vous pouvez utiliser des outils de prospection moins onéreux qui permettent de cibler une cible plus large comme l'envoi de mailing à une liste de clients potentiels constituée ou achetée.
Enfin, n'oubliez pas de solliciter et conserver les coordonnées de vos clients occasionnels, notamment dans votre base de données, pour les informer via SMS ou mails des opportunités commerciales et ainsi conserver une relation client.
Vous pouvez aussi faire appel à une entreprise de télémarketing, à une junior entreprise ou à un apprenti.

▪ Affichage

L'affichage sauvage (sur les arbres, les murs, etc....) est strictement interdit et donne lieu à verbalisation et paiement du coût du désaffichage par les services municipaux.

L'affichage doit être effectué uniquement sur les panneaux publicitaires autorisés (notamment sur les vitrines et portes des commerçants), en passant par les entreprises gestionnaires.
Les affichettes doivent en priorité annoncer vos promotions et vos prix, mais aussi lancer un concours ou une animation spéciale pour l'ouverture du magasin.

▪ Relations presse

L'objectif est d'obtenir un article de presse gratuitement dans les médias locaux. Pour cela, il faut non seulement informer le journal local ou le journal spécialisé de votre domaine d'activité de votre ouverture, mais le faire régulièrement lors de vos évènements et de vos actualités, et surtout proposer une information intéressante pour les lecteurs : offre d'ouverture, spécificité et originalité de l'offre, « story telling » autour de la création et du créateur...

Il est indispensable de prévenir les journalistes quelques jours avant le jour J en leur proposant de couvrir votre évènement et d'inviter également quelques personnalités relais d'opinion.
Des agences spécialisées peuvent vous proposer cette prestation clé en mains.

A savoir

La SEMAEST accompagne et valorise les inaugurations et relations presse des boutiques, ateliers et projets de ses locataires.

▪ Co-branding

Ces partenariats ou prescriptions constituent de bons moyens de visibilité à moindre coût. Vous demandez à un prescripteur ou à une entreprise qui propose des produits complémentaires de faire la promotion de vos produits (de manière active ou passive) auprès de ses clients et prospects, si possible de façon réciproque.
Ex : mise à disposition de prospectus et affichettes dans les boutiques du quartier, carte de fidélité groupée, réduction sur recommandation, etc.

▪ Objets promotionnels (goodies)

La distribution de goodies pour faire de vos clients des ambassadeurs de votre activité est intéressante pour se faire connaître, notamment lors du lancement de votre commerce, ou à l'occasion d'un anniversaire ou d'un événement.
Le choix de l'objet promotionnel est essentiel : il doit être de qualité, original, en lien avec votre activité, utile et visible (ex : sac, pochette, bracelet, montre fantaisie, clé USB..). Vous pouvez aussi faire éditer des objets décoratifs que le client gardera chez lui (cartes postales, posters, autocollants, magnets, etc.)

c. Boutiques éphémères

De plus en plus de boutiques éphémères (ou pop-up stores) sont organisées en France, parce qu'elles sont un bon moyen de communication et un outil commercial efficace. Elles offrent de la visibilité et permettent de créer l'évènement, se faire connaître, développer les ventes, profiter du calendrier commercial, tester un marché ou une nouvelle gamme de produits.
Plusieurs sites internet créent le lien entre des espaces disponibles et des utilisateurs potentiels leur permettant ainsi de réaliser des boutiques éphémères, des pop-up stores.

A savoir :
Avec ses « Testeurs de commerce », la Semaest donne l'opportunité à de jeunes entrepreneurs ou à des porteurs de projets de louer un espace commercial de manière éphémère pour tester un nouveau concept ou de nouvelles formes de commerces.
testeur@semaest.fr

2. ANIMATION COMMERCIALE

L'animation commerciale est un vecteur essentiel de promotion et de développement des ventes : elle peut s'effectuer de façon autonome ou, pour maximiser le flux de clients, via un groupement d'entreprises, notamment une association de commerçants, interlocutrice des pouvoirs publics et susceptible de bénéficier de subventions.

a. Décoration de vitrines

+20 %

Une vitrine attractive augmente de 20 % la commercialité d'une boutique.

Le premier vecteur d'animation commerciale est la vitrine, dont le changement régulier de décor, adapté aux événements et aux saisons, est essentiel.

Accrocheuse, créative, dynamique et renouvelée, une bonne vitrine séduit le passant et l'incite à entrer dans la boutique.
La vitrine est la carte de visite du commerce : c'est un espace privilégié pour mettre en scène les services et produits proposés.

Une vitrine efficace et séduisante, c'est :

→ **Une sélection de produits pertinente** afin de satisfaire les attentes du consommateur et présenter efficacement les produits.

→ **Une organisation des produits dans la vitrine**, afin de :
- Accrocher le regard, par une disposition des produits simple et claire
- Respecter une hauteur adaptée, entre 1m et 1,5m en veillant à utiliser au mieux la profondeur de la vitrine (cubes, mannequins...)
- Se conformer à la législation par un étiquetage lisible
- Veiller à conserver une propreté irréprochable de la vitrine et vérifier régulièrement l'état des éléments qui la composent.
- Renouveler régulièrement la vitrine (la périodicité de renouvellement est d'environ 3 semaines pour le non-alimentaire).

→ **La mise en scène**
- Utiliser des éléments d'ambiance (décors) qui créent du lien avec les habitants. Ces éléments doivent être d'actualité et en parfait état.
- Eclairer convenablement sa vitrine. Cela participe au confort et au sentiment de sécurité du point de vente.
- Choisir les couleurs qui attirent le regard.

b. Opérations autonomes

- **Jeu concours**

Mettre en place un jeu concours pour l'ouverture d'un magasin crée du flux et de la visibilité : il faut cependant prendre en compte le coût global du concours (prix des lots, communication, cartes jeux et frais d'huissier pour le dépôt du règlement). Vous pouvez aussi proposer un cadeau en nature (produits ou services) à tous les participants.

- **Evénements**

La vie commerciale est rythmée d'événements d'animation : soldes, anniversaire, mais aussi opérations originales : soirées St-Valentin ou Halloween, opérations solidaires ou caritatives (reversement d'un pourcentage des gains à une association parrainée), rencontres et débats, ateliers décoration ou cuisine, etc.

Pour connaitre la réglementation des soldes ainsi que les périodes légales de soldes, consultez le site **www.economie.gouv.fr**

Les portails de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Ile-de-France, et de l'Office de Tourisme et des Congrès de Paris fournissent l'agenda des foires et salons auxquels vous pouvez participer à Paris.
www.parisinfo.com/

Pensez au financement participatif (crowdfunding) (voir Chapitre 2 section 4 /d) pour financer votre participation à un salon professionnel.

c. Opérations groupées

- **Illuminations de fin d'année**

Les illuminations de quartier, conçues et réalisées par les associations de commerçants, sont très appréciées des usagers. Elles doivent faire l'objet d'une demande d'autorisation à déposer auprès de la Subdivision de Voirie de votre arrondissement, validée par les services d'urbanisme (formulaire à télécharger, sur le site : **www.paris.fr**

Pour tous renseignements, contactez le PASU - Pôle accueil et service à l'usager de la direction de l'Urbanisme : 6 promenade Claude Levi-Strauss 75013 Paris (métro Chevaleret) en prenant rendez-vous via **rdv.pasu@paris.fr**

Fêtez durable !

Pour animer les rues en fin d'année tout en respectant la démarche de ville durable, la Ville de Paris subordonne son soutien aux opérations d'illuminations organisées par les associations de commerçants à la prise en compte de critères écologiques : remplacement des ampoules par des diodes LED (70% d'économies), réemploi des décors, tri sélectif et recyclage des déchets électriques et électroniques, etc.

Arpentée par 26 millions de passants au moment des fêtes, l'avenue des Champs-Elysées a ainsi diminué la consommation de son spectacle luminaire de 480.000 Kw à 38.000 Kw en 6 ans.

Cette demande peut-être formulée par un particulier ou une association. Elle suppose dans tous les cas la souscription d'une assurance responsabilité civile couvrant les dommages susceptibles d'être causés aux tiers et au domaine public, et, dans le cas d'un branchement électrique sur la voie publique, d'une demande de branchement et d'une attestation de bon montage signée par le professionnel en charge de l'installation **(téléchargeable via le même lien).**

La conception et la pose de ces illuminations est en effet **strictement encadrée** par un cahier de prescriptions techniques à respecter, pour des raisons de sécurité des passants et des riverains (hauteur, voltage, portée au vent, éloignement des eaux pluviales, etc..).

En conséquence, cette autorisation est délivrée par le commissariat de Police. Elle donne lieu à **paiement de droits de voirie** pour le surplomb ou l'occupation du domaine public liée aux travaux d'installation des illuminations.

Un engagement financier peut par ailleurs vous être demandé pour la réfection des éventuelles dégradations (arbres, voirie, murs...) causées par l'installation ou la dépose de ces décorations.

- **Ventes au déballage, marché de Noël et brocantes**

Vous pouvez faire connaitre vos produits en participant à l'animation du quartier, en organisant des ventes au déballage, ou en participant à des manifestions existantes.

Une vente au déballage est une vente exceptionnelle de marchandises ayant lieu dans un site habituellement non prévu à cet effet, notamment sur le domaine public : vide-greniers pour les particuliers, brocantes, ventes artisanales et ou alimentaires pour les professionnels (marchés de Noël, marchés du terroir, marchés de la création....).

Une demande d'occupation du domaine public municipal (voir chapitre 1 section 3) en vue d'une vente au déballage doit être déposée trois mois avant la manifestation à **evenements@paris.fr**, et doit comporter :
- l'extrait de registre du commerce et des sociétés (Kbis)
- l'indication de la nature des marchandises proposées à la vente,
- un plan figurant la disposition des aires de vente sur le site
- la surface totale des aires de vente pour chaque voie (en m²),
- les jours et heures de tenue, les temps de montage et démontage
- la liste et la qualité des exposants.

Vous devez assurer la publicité de l'opération avec la date et l'auteur de l'autorisation, la période pour laquelle elle a été délivrée, l'identité et la qualité du bénéficiaire.

La redevance applicable est calculée en prenant en compte la superficie et la durée de l'opération, ainsi que la classification de la voie, qui détermine la tarification. Les voies de Paris sont classées en 5 catégories, définies en fonction de leur activité commerciale. Les périmètres des marchés découverts, qui offrent des infrastructures supplémentaires, font l'objet d'une tarification majorée.

Tarifs par m² et par jour des redevances, au 1er décembre 2014

	Tarification	Tarification majorée
Catégorie 4	1,04 €	2,60 €
Catégorie 3	1,66 €	3,22 €
Catégorie 2	2,90 €	4,46 €
Catégorie 1	4,78 €	6,34 €
Hors catégorie+espaces verts	6,24 €	7,80 €

A ce tarif s'ajoutent les frais de déblaiement : 0,69 €/m² pour les opérations se terminant en semaine, et 1,14 €/m² pour les opérations se terminant un dimanche ou un jour férié.

QUELQUES ADRESSES D'ORGANISATEURS D'ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS À PARIS

Brocantes

Association COREGIM
60 bis, boulevard Masséna 75013 PARIS
06 44 68 76 22

OHVL organisation
BP 40009
28120 Illiers Combray
06 42 37 77 46

Société Parisienne d'animation et de Manifestations (SPAM)
31, rue Vergniaud
75013 Paris
01 45 89 32 07

Autres

ANCF-Pari fermier
76, rue d'aguesseau
92 100 Boulogne Billancourt
09 84 22 12 82

AVRP (Marchés gourmands des terroirs de France)
Zone d'activité chemin de la Guy
91160 BALLAINVILLIERS
01 60 49 28 29

Marché du design - Les Puces du Design
5, passage du Grand Cerf 75002 PARIS
01 64 03 95 52

d. Prix et concours

A Paris, de nombreux jurys et remises de prix sont organisés, qui donnent lieu à une aide financière, et génèrent une forte visibilité commerciale : il est intéressant d'y participer, surtout pour les jeunes entreprises qui cherchent du soutien et de la promotion.

▪ Grands prix de la Création

Le Grand Prix de la Création de la Ville de Paris récompense dans trois catégories, mode, design et métiers d'art, un professionnel dit talent émergent, en activité en France comme salarié ou indépendant depuis moins de 5 ans, et un talent confirmé, en activité en France comme salarié ou indépendant depuis plus de 10 ans .

La catégorie talent émergent permet de soutenir un professionnel au début de son activité à hauteur de 10 000€ pour les lauréats des catégories mode et design et de 8 000€ pour le lauréat de la catégorie métiers d'art. La catégorie confirmé récompense quant à elle, le parcours et l'expérience d'un professionnel confirmé à hauteur de 11 000€ pour le lauréat de la catégorie mode, 16 000€ pour celui de la catégorie design et 8 000€ pour le lauréat de la catégorie métiers d'art.

La Ville de Paris apporte pour chaque prix une dotation de 8 000 €. La Fédération Française du Prêt-à-Porter Féminin enrichit le prix de la catégorie mode avec une enveloppe de 5 000 €. Et les Galeries Lafayette contribuent à hauteur de 10 000 € grâce au Fonds de dotation PARISCREATION aux prix de la catégorie design.

Les Grands Prix de la Création apportent, au-delà des dotations, une grande visibilité aux lauréats avec une exposition à la galerie des Ateliers de Paris, une présentation dans d'autres événements parisiens (Première Classe, Paris Design Week...), de nombreuses retombées presse et la réalisation pour chacun des lauréats d'un film de présentation.

Chaque année le jury, composé de personnalités qualifiées des secteurs des métiers d'art, de la mode et du design étudie la qualité des œuvres proposées, la variété d'expression et la personnalité de ces professionnels qui font la fierté et la richesse de Paris.

▪ Prix Paris Shop & design

Le prix Paris Shop & Design, organisé par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, valorise des binômes de commerçants et de designers ou d'architectes, qui ont collaboré sur un projet de création ou de rénovation d'espace au cours des trois dernières années, à travers huit catégories (alimentaire, équipement de la personne, équipement de la maison, bien-être/santé/beauté, cafés/restaurants, hôtels, services aux particuliers, culture et loisirs).

▪ Prix du Goût d'Entreprendre

Depuis 2006, ces prix (de 4000 € à 8000 €) attribués par la Ville de Paris visent à soutenir les artisans dans leurs premières années d'activité. Le concours a également pour objectif de favoriser la dynamisation des quartiers et de soutenir les opérations de reprise et de transmission de commerces de bouche sur le territoire parisien.

▪ Grand prix de la Baguette de tradition française de la Ville de Paris

La Ville de Paris et la Chambre professionnelle de la boulangerie pâtisserie organisent depuis vingt ans le prix de la meilleure baguette artisanale, prix très populaire et très suivi. Le jury est constitué de personnalités de la boulangerie, de la presse et de la gastronomie, et de cinq internautes tirés au hasard.

Le lauréat remporte un prix d'un montant de 4 000 €. Le palmarès des 10 meilleurs artisans boulangers de la compétition est ensuite publié par ordre de classement.

▪ Grands prix de l'innovation

Les Grands Prix de l'Innovation de la Ville de Paris ont pour vocation de soutenir la création d'entreprises innovantes dans des secteurs en forte croissance, et de récompenser celles qui vont, par leur Innovation, améliorer la vie de la cité et développer le tissu économique parisien.

Chaque année, un lauréat est élu pour chacune des cinq catégories des Grands Prix de l'Innovation : numérique, design, santé, éco-innovations et services innovants. Chaque lauréat se voit attribuer un chèque de 15 000 €, ainsi qu'une place dans un incubateur ou une pépinière de la Ville de Paris.

Les Grands Prix de l'Innovation de la Ville de Paris existent depuis 13 ans et ont récompensé de nombreux porteurs de projets innovants. Les prix sont remis lors d'une cérémonie annuelle prestigieuse organisée en présence de nombreuses personnalités: l'occasion pour les porteurs de projets récompensés de se faire connaitre!
Pour en savoir plus rendez-vous sur le site : **www.paris.fr**

▪ «Coup de pouce de la Ville de Paris»

La Ville de Paris a lancé l'appel à projets «Coup de Pouce Commerce», un dispositif pour aider les commerçants situés dans les quartiers populaires à financer leurs investissements (travaux, achat de matériel...)

Les lots seront d'un montant maximum de 10.000 euros. Les lots pourront couvrir jusqu'à 80% du montant HT des travaux à réaliser et/ou d'achat de matériel dans la limite de 10.000 euros.
Pour les modalités de participation rendez-vous sur le site **www.paris.fr**

▪ Label « Fabriqué à Paris » !

Afin de valoriser les produits fabriqués à Paris et démontrer l'excellence et le dynamisme de l'artisanat parisien, la Ville de Paris lance le label «Fabriqué à Paris».

Ce label distinguera des produits dont le caractère local du processus de fabrication ou de transformation (Paris intramuros) est avéré. Il distinguera une sélection de produits pour les catégories suivantes : artisanat alimentaire, activités de production, artisanat d'art / création.
Des prix « innovation » et « coup de cœur des Parisiens » seront également remis.

Au sein de chacune de ces catégories et prix, le produit classé en premier sera récompensé par une dotation de 2.000 euros.

3. OUTILS NUMÉRIQUES

Le numérique est un enjeu majeur pour les commerçants et artisans indépendants. Au delà du seul objectif du e-commerce et de la commande en ligne, et pour répondre aux nouveaux modes de consommation, les commerçants de proximité peuvent s'appuyer sur les nouveaux outils numériques pour améliorer leur visibilité et offrir à leurs clients des moyens de disposer de services, d'économies, grâce à des applications orientées vers les usagers : paiement sans contact, géolocalisation, référencement, promotions, fidélisation, paiement à distance, livraison...

Ces outils numériques peuvent aussi simplifier leurs tâches et renforcer leurs ressources avec des applications orientées vers les entreprises : gestion de stocks, crowdfunding, groupements d'achats, réseau de quartier, promotion, création de show rooms virtuels, ateliers et vitrines en ligne, analyse de la clientèle...

A savoir
Pour accompagner les commerçants de proximité dans la transition numérique, la Semaest a lancé début 2015 le programme **CoSto** (Connected Stores). Son objectif : *permettre aux commerçants, artisans et créateurs, d'utiliser le potentiel du numérique pour développer leur activité et accroître leur visibilité.*

Pour plus d'informations : voir le chapitre 4, section 2

a. Création d'un site Internet

Pour se faire connaitre et maximiser les ventes, tous les commerces, même les plus traditionnels, peuvent désormais disposer d'un site internet qui leur permette d'informer la clientèle sur leurs activités, leurs produits, leurs informations pratiques (horaires, accès, coordonnées..) et, de plus en plus, de vendre en ligne leurs produits et services.

Principales recommandations pour avoir un site attractif et fréquenté :

- Avant de faire un site Internet, pensez d'abord à formaliser l'ensemble des fonctionnalités que vous souhaitez intégrer dans votre site.

- Il est important d'analyser le marché dans lequel vous souhaitez exercer une activité et de bien définir la clientèle ciblée pour déterminer les mots clés les plus pertinents à utiliser dans le contenu de vos pages ou à acheter pour ressortir dans les moteurs de recherche.

- En cas de gestion du site externalisée, il faudra préciser la mission du prestataire en matière de sécurité informatique.

- L'ergonomie et la qualité esthétique de votre site doivent être soignées : c'est votre vitrine virtuelle. Elle doit donner confiance au client ou à l'acheteur (en cas de vente en ligne), être attractive, claire et facile à utiliser.

- Pour une navigation facile sur le site, il est conseillé d'avoir une arborescence simple, de mettre des produits en avant, de faire des promotions, et d'animer son site Internet avec des actualités régulières.

Important

Déposez un ou plusieurs noms de domaine pour vous assurer de disposer de l'adresse que vous souhaitez utiliser.
Pour cela, Il suffit d'effectuer des réservations de noms de domaine auprès de **www.domaine.fr** ou **www.register.com** (les prix peuvent varier de 5 à 70€ par an).

Un site internet, même de qualité, ne suffit pas : pour une bonne fréquentation, il faut une stratégie multimedia et être présent sur plusieurs points d'entrée, qui renvoient les visiteurs sur votre site : s'enregistrer dans les annuaires, les réseaux sociaux ou les sites de comparateurs de prix, lancer une campagne d'e-mailing...

b. E-commerce : mode d'emploi

Trois étapes sont à prendre en compte dans l'ergonomie du site :

▪ Présentation et commande des produits

La plupart des sites présentent en page d'accueil des produits d'appel (actualités, promotion..) et comportent des onglets par catégorie pour visualiser les produits : chaque produit doit être doté de sa fiche technique, référence et prix très visible, et d'une case de sélection qui renvoie immédiatement à un bon de commande (panier).
Il est intéressant de fidéliser les clients de passage en les incitant à se créer un compte client, renseigné par eux, et qui peut donner droit à des réductions ou au moins à des facilités d'usage.

▪ Paiement en ligne

Il convient de réfléchir à la sélection de solutions bancaires en termes de sécurisation, du montant et des volumes de transactions ainsi que des coûts associés.

→ Pour garantir la validité de la carte de l'acheteur, il est préférable d'établir un **contrat de Vente à Distance avec la banque** afin d'éviter toute fraude.

Les données strictement nécessaires à la réalisation d'une transaction sont le numéro de la carte, la date d'expiration et le cryptogramme visuel. Un commerçant en ligne ne peut pas demander la transmission d'une copie de la carte de paiement même si le cryptogramme visuel et une partie des numéros sont masqués.

Lorsque les données relatives à la carte sont conservées en ligne par le commerçant afin d'éviter au consommateur de ressaisir son numéro de carte lors d'un achat ultérieur, le consentement préalable est obligatoire (le commerçant devant intégrer également sur son site un moyen simple de retirer, sans frais, le consentement donné).

Pour en savoir plus

Pour en savoir plus sur le paiement à distance, vous pouvez lire l'article «Utilisation des cartes bancaires pour le paiement à distance : nouvelle recommandation» sur le site **www.cnil.fr**

▪ Livraison

Différentes solutions sont possibles :

- Retrait dans votre magasin ou dans une boutique du réseau commerçant auquel vous appartenez (ex : **www.parislibrairies.fr**)
- Livraison directe : il faut prendre rendez-vous avec le client
- Livraison par colis postal : couverture nationale et internationale, avec un prestataire tel que Chronopost ou Coliposte
- Livraison par messagerie : un transporteur vient récupérer le colis pour le livrer au client (Fedex, France-express...)
- Livraison en points relais ou point colis , chez d'autres commerçants
- Livraison en consignes automatiques (Cityssimo, Packcity, InPost , PickUp Station..)

Les clients qui choisissent d'être livrés en consigne automatique reçoivent un code de retrait par courriel ou SMS pour les informer de l'arrivée du colis grâce auquel ils pourront ensuite ouvrir le casier correspondant.

c. Confidentialité des données

Les 7 principes de confidentialité des données :

1. Le principe de finalité
Les données à caractère personnel ne peuvent être recueillies et traitées que pour un usage déterminé et légitime, correspondant aux missions de l'établissement, responsable du traitement. Tout détournement de finalité est passible de sanctions pénales.

2. Le principe de proportionnalité
Seules doivent être enregistrées les informations pertinentes et nécessaires pour leur finalité.

3. Le principe de pertinence des données
Les données personnelles doivent être adéquates, pertinentes et non excessives au regard des objectifs poursuivis.

4. Le principe de durée limitée de conservation des données
C'est ce que l'on appelle le droit à l'oubli.
Se reporter à l'instruction ministérielle sur l'archivage
(référence : DAF DPACI/RES/2005/003 du 22 février 2005).

5 .Le principe de sécurité et de confidentialité
Le responsable du traitement, est astreint à une obligation de sécurité. Il doit faire prendre les mesures nécessaires pour garantir la confidentialité des données et éviter leur divulgation

Pour en savoir plus

Vous pouvez consulter des fiches conseils sur le site **www.journaldunet.com**

6. Le principe de transparence
La loi garantit aux personnes l'information nécessaire relative aux traitements auxquels sont soumises des données les concernant et les assure de la possibilité d'un contrôle personnel.

7. Le principe du respect du droit des personnes
- Informer les intéressés
- Les droits d'accès et de rectification
- Le droit d'opposition

d. Réseaux sociaux

Il existe de nombreux réseaux sociaux. Les principaux sont Facebook, Twitter, Pinterest, YouTube, Snapchat et Instagram. Ils utilisent l'intelligence collective dans un esprit de collaboration en ligne.

Par le biais de ces moyens de communication sociale, des individus ou des groupes d'individus qui collaborent créent ensemble du contenu web, organisent ce contenu, l'indexent, le modifient ou le commentent, le combinent avec des créations personnelles.
Ainsi, ils permettent de gagner en visibilité et en notoriété mais surtout de **rester connecté avec sa communauté.**

Pour entretenir cette dernière, il faut régulièrement alimenter sa page avec des contenus intéressants et de jolies photos.
Pour être visible par un maximum de personnes il faut créer au minimum 3 à 4 publications par semaine (système d'algorithmes).

Ces réseaux permettent d'échanger avec ses clients directement, et ce, de façon gratuite pour essayer de connaître leurs attentes, leurs centres d'intérêts et de mesurer leur fidélité.

Une meilleure connaissance du consommateur est possible, et les liens de proximité développés dans votre boutique pourront être entretenus sur ces plates-formes d'échanges.

4. RÉFÉRENCEMENT

a. Annuaires professionnels

L'annuaire des Pages Jaunes et son pendant sur internet **www.pagesjaunes.fr** restent des outils importants pour se faire connaître dans une ville. Il est donc conseillé de s'y inscrire, même si le coût est parfois élevé.

Pour les services à destination des entreprises :
www.kompass.fr et **www.annuaire-entreprises.com**

b. L'Office du Tourisme et des Congrès de Paris

L'OTCP propose aux particuliers et aux entreprises des guides papier et numérique (Cityguides), des parcours, des offres promotionnelles, des réservations en ligne. Pour les commerces et entreprises, il offre une bonne visibilité, des services groupés, un développement à l'export, des informations et une participation aux foires et salons.

Vous pouvez adhérer via le le site **https://pro.parisinfo.com/**, rubrique «Devenez adhérent », signer la charte de l'adhérent (qualité de service) et visualiser les tarifs des cotisations.

c. Référencement sur les moteurs de recherche

Pour augmenter les visites sur votre site internet et sa visibilité, il est important de se préoccuper de son référencement sur les moteurs de recherche.
Celui-ci peut être **gratuit** (ou dit « naturel ») **ou payant** selon la stratégie que vous souhaitez adopter.

- **Le référencement naturel**

Une majorité d'internautes utilise les moteurs de recherche pour trouver une information et tapent souvent des mots clés pour obtenir un résultat de recherche. Il est donc essentiel de se préoccuper du contenu proposé sur les pages de votre site Internet afin de répondre au mieux aux attentes des internautes et identifier les mots-clés susceptibles d'être saisis par votre cible.

Le référencement naturel, appelé plus techniquement SEO (Search Engine Optimization), consiste donc à **insérer les mots clés** dans vos pages (titre, contenu, description de photos, liens) afin que celles-ci remontent dans les résultats de requête faites dans les moteurs de recherche. Ainsi votre site internet ressortira plus facilement en tête de liste.

Pour les images, les **renommer correctement** avec un nom descriptif qui décrit votre produit et votre marque, par exemple pour une robe : marque-robe-nom-de-la-robe.

Vous devez également au maximum **créer des liens sortants** (vers d'autres sites) et entrants (vers votre site) de qualité et créer des liens en interne entre des pages de votre propre site.

Enfin, pour une parfaite indexation des moteurs de recherche, pensez à utiliser la **réecriture d'url** (exemple : www.monsite.com/eshop/robe-nom-de-la-robe).

▪ Le référencement payant

Le référencement payant ou SEA (Search Engine Advertising) permet de mettre en place une campagne d'achats de mots clés pour remonter en première page d'un moteur de recherche (ex : Google) via les "liens sponsorisés ou commerciaux" au niveau local ou régional. Le référencement payant est complètement indépendant du référencement naturel, l'un n'améliore pas l'autre et vice versa.

Pour acheter des mots-clés, vous devez vous rendre sur **Google Adwords**, ouvrir un compte, préparer votre campagne et vos groupes d'annonces ciblées par thématique et par mots-clés.

Pour vous aider à bien choisir vos mots-clés, vous pouvez vous aider de **Kewords Planner**, un outil de Google qui vous permettra de trouver de nouvelles idées de groupes de mots-clés, vous aidera à planifier, définir vos enchères et prévoir vos budgets pour vos campagnes. Il est essentiel de bien choisir ses mots clés, de rédiger des annonces incitant à l'action et **bien gérer son coût au clic**.

Pour maximiser la rentabilité, votre annonce doit rediriger les internautes vers une page de votre site en lien avec ce que vous avez annoncé.
Par exemple, vous souhaitez booster les ventes de votre catégorie robe et vous préparez une annonce. Celle-ci doit renvoyer les internautes vers la catégorie robe de votre site, et non sur votre page d'accueil.

Vous pouvez également proposer dans votre annonce une offre spéciale avec un code de réduction à valoir directement en ligne, un essai gratuit ou bien vous pouvez leur faire imprimer un bon de réduction, un code de remise... qui les incitera à venir dans votre boutique et vous permettra une traçabilité de la promotion.

■ Sites et applications de référencement

Les consommateurs recherchent des commerces ou des produits en premier sur internet en fonction de leurs localisations (80% d'entre eux recherchent un produit ou un service en ligne avant de se rendre en magasin).

Ainsi, être référencé sur des sites tels que :

- **https://www.google.fr/intl/fr/business/**
- **https://www.pagesjaunes.fr**
- **https://www.yelp.fr**
- **https://www.petitscommerces.fr/**
- **http://www.prooxi.com**
- **https://www.kelvitrine.com/**

peut favoriser votre visibilité et augmenter votre notoriété.

Sur ces sites, les clients pourront vous trouver et aussi vous noter afin que d'autres consommateurs puissent bénéficier de leurs expériences dans votre boutique. L'accueil reçu et la qualité de votre service et de vos produits sont des points importants dans le système de notation proposés aux internautes.

CHAPITRE 4
ANIMATION LOCALE

1. ASSOCIATIONS DE COMMERÇANTS ET ARTISANS
- a. Création d'une association de commerçants
- b. Demande de subvention à la Ville de Paris
- c. Actions des associations de commerçants

2. COSTO : LE RÉSEAU DE COMMERÇANTS ET ARTISANS CONNECTÉS

3. PARTENAIRES LOCAUX
- a. Sensibilisation et portes ouvertes
- b. Conseils de quartier
- c. Mairies d'arrondissement

1. ASSOCIATIONS DE COMMERÇANTS ET ARTISANS

a. Création d'une association de commerçants

Comme pour toute association, vous devez procéder selon **quatre étapes :**

- Rédaction des statuts : ils déterminent les droits et les obligations des différents membres de l'association, personnes physiques ou morales. Des statuts types sont disponibles sur **www.prefecturedepolice.interieur.gouv.fr/**

- Réunion d'un conseil d'administration afin d'élire le bureau composé au moins d'un président, d'un trésorier et d'un secrétaire, et de déléguer à l'un de ses membres les pouvoirs nécessaires pour procéder aux formalités administratives.

- Déclaration en Préfecture du lieu du siège social. Les fondateurs y retirent un dossier de constitution d'une association à remplir et à annexer aux statuts datés et signés par au moins 2 des administrateurs ou fondateurs.

- Publication au journal officiel : un récépissé mentionnant la date du dépôt de la déclaration est délivré dans un délai de 5 jours. C'est seulement à ce moment-là que l'association revêt la personnalité morale et qu'elle est officiellement déclarée.

b. Demandes de subvention à la Ville de Paris

Les subventions associatives de la Ville de Paris permettent le cas échéant d'apporter un soutien financier à des activités d'intérêt général mises en place par des associations : en l'occurrence, pour des illuminations, des décorations, des animations et jeux concours.

Une subvention n'est jamais attribuée spontanément : il appartient donc à l'association d'en faire la demande sur présentation d'un dossier présentant son projet, et au préalable, d'être référencée dans le fichier SIMPA, l'application informatique qui gère les démarches en ligne entre les associations et la collectivité parisienne. L'association peut ensuite effectuer sa demande via cette application SIMPA uniquement.

Le dossier doit comporter notamment le procès-verbal d'assemblée générale annuel, l'approbation des comptes annuels de l'association et le budget prévisionnel de l'action pour laquelle la subvention est demandée.

Toute subvention doit faire l'objet d'une délibération au Conseil de Paris.
Si la subvention est supérieure à 23.000 €, une convention entre la Ville ou le Département de Paris et l'association est nécessaire.

La convention décrit le projet de l'association et fixe les engagements réciproques de la Ville et de l'association, notamment les règles de contrôle. Elle peut être annuelle ou pluriannuelle.

c. Actions des associations de commerçants

Votre association de commerçants peut faire réaliser de nombreuses animations qui demandent la mutualisation d'offres commerciales complémentaires, de points de visibilité et de moyens de communication :

- Décorations et illuminations du quartier
- Organisation de salons, marchés locaux (ex : salon du bien être, du patrimoine, marchés de Noël ou de Pâques, foire aux produits du terroir...)
- Présence commune sur un salon important
- Carte de fidélité multicommerces avec points donnant lieu à des remises ou des cadeaux
- Jeux concours, courses au trésor
- Offres groupées
- Opération commerçants solidaires

2. COSTO (Connected stores) : le réseau de commercants et artisans connectés

Costo, le réseau !

Il s'agit d'un réseau de commerçants, artisans et créateurs indépendants à Paris qui utilise le potentiel du numérique pour développer leur activité et accroître leur visibilité.

Lancé en 2015 par la Semaest, CoSto favorise la rencontre entre l'innovation et l'économie de proximité. Ce réseau a pour ambition de contribuer à la préservation et à la vitalité des commerçants, artisans et créateurs indépendants à Paris, en leur permettant d'exploiter le potentiel du numérique pour accroître leur activité et gagner en visibilité.

CoSto se décline en plusieurs actions :

- **Informer, former, échanger**

Costo est un réseau d'information sur les nouveaux usages du commerce ainsi qu'un réseau d'échanges entre commerçants, à travers :
- Un groupe de discussion réservé aux commerçants sur facebook afin de leur permettre de se connaître et d'échanger entre eux de façon « privée ».
- Des petits déjeuners d'échanges et d'informations intitulés « CoSto on the road » sur des thématiques sélectionnées par les commerçants : fidélisation, référencement, paiement sans contact, réseaux sociaux, etc.

- **Expérimenter des solutions numériques innovantes**

CoSto est un réseau d'expérimentation qui propose aux commerçants de tester des solutions numériques à travers deux objectifs :
- Faire émerger les solutions numériques répondant aux enjeux du commerce de proximité à travers le lancement d'appels à projets,
- Donner la possibilité aux commerçants de tester dans leur boutique les solutions les plus pertinentes sur différentes thématiques, et de constituer ainsi le premier «living lab» (laboratoire vivant) du commerce de proximité.

Plus de 120 commerçants ont déjà testé des solutions numériques innovantes (fidélisation, visibilité, paiement sans contact, livraison, anti-gaspi...).

Des appels à projets sont lancés régulièrement, si vous souhaitez participer à l'un d'entre eux n'hésitez pas à nous contacter sur :
www.costo.paris

▪ Promouvoir les commerçants et artisans du réseau

CoSto cherche à promouvoir et valoriser les commerçants de son réseau auprès des Parisiens et des touristes : rédaction de portraits de commerçants et de parcours #ParisInsideCoSto publiés sur ce site et sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram).

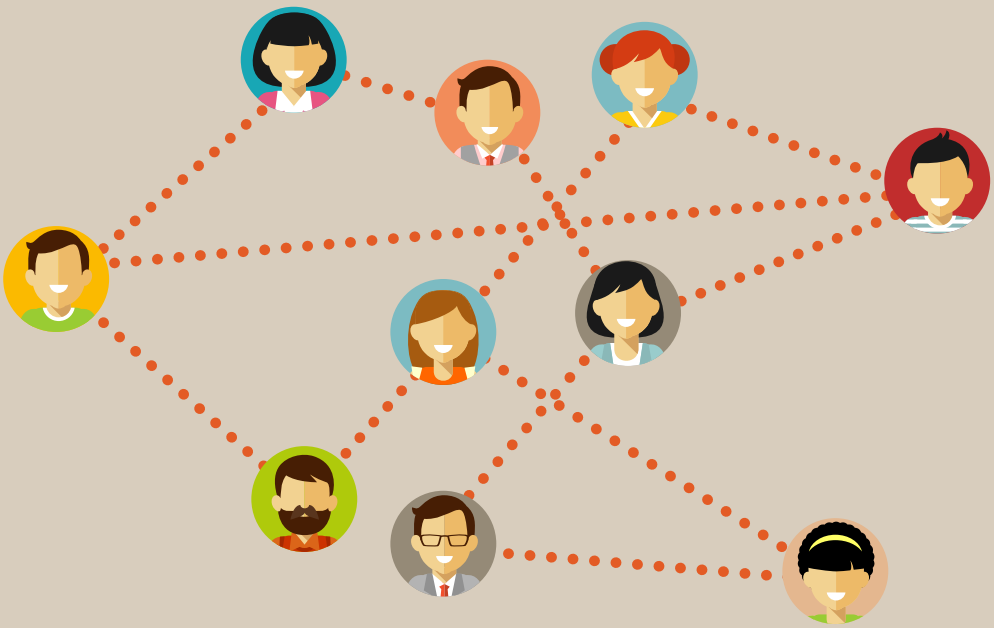
▪ Le CoSto Pack

La Semaest a créé le CoSto Pack pour permettre aux commerces de proximité d'accroître leur offre et de bénéficier de nouveaux services, en nouant des partenariats avec des acteurs locaux reconnus pour leur savoir-faire sur différentes thématiques : Petitscommerces, Le Carillon, Ciwy, Hopfab, Tudigo, Too Good To Go, PariSolidari-Thé, Lulu dans ma rue, Bastina, La conciergerie du commerce, Simlon.co.

CoSto
Connected Stores Paris

Plus d'infos sur :
www.costo.paris

Inscription gratuite



3. PARTENARIATS LOCAUX

a. Sensibilisation et portes ouvertes

Il peut être intéressant de monter des partenariats pédagogiques avec les centres de loisir, les centres d'animation sociale, les maisons de retraite de votre arrondissement : sensibilisation aux métiers commerçants et artisanaux, ateliers de création, expositions ...

Vous pouvez aussi proposer des portes ouvertes, visites commentées, ateliers de découverte, dégustations, parcours touristiques (journées du patrimoine, journées des métiers d'art, journées de la gastronomie à l'occasion du salon de l'agriculture).

b. Conseils de quartier

Les Conseils de quartier sont plus ou moins actifs selon les arrondissements, mais ils constituent un relais efficace de notoriété et de flux de clients, et montent souvent des opérations d'animation locale que vous pouvez parrainer ou accueillir : brocantes et vide-greniers, manifestations sportives et culturelles, défilés, parcours d'accueil des nouveaux habitants, journées de la propreté, végétalisation du quartier ... Ils éditent parfois aussi des annuaires et guides des commerçants et activités.

Vous trouverez les coordonnées des membres du bureau et de l'équipe d'animation de votre conseil de quartier sur le site de votre mairie d'arrondissement.

c. Mairies d'arrondissement

La publication d'une annonce dans les journaux municipaux d'arrondissement, quand ils sont ouverts à la publicité, permet d'accroître sa visibilité : prenez contact avec le service communication de votre mairie.

Vous pouvez aussi passer une information plus ciblée : petite annonce pour recrutement, recherche de financement participatif pour votre projet, jeu-concours ou opération promotionnelle, présence sur un marché ...
Votre association de commerçants peut également occuper un stand au forum annuel des associations, organisé par chaque mairie d'arrondissement, ou proposer des informations à publier sur le site internet de la Mairie.

CHAPITRE 5
FOCUS SUR QUELQUES MÉTIERS

1. ARTISANAT, ARTISANAT D'ART
- a. Qualifications professionnelle et artisanale
- b. Devenir artisan
- c. Nuisances et risques
- d. Lieux d'accueil des métiers d'art
- e. Syndicats professionnels
- f. Bourses métiers d'art

2. RESTAURATION
- a. Ouvrir un restaurant
- b. Exploitation du restaurant
- c. Syndicats professionnels

3. LIBRAIRES ET ÉDITEURS
- a. Dispositifs d'aide
- b. Organismes professionnels

1. ARTISANAT, ARTISANAT D'ART

Certaines activités artisanales sont réglementées et soumises à qualification professionnelle, notamment celles issues de l'artisanat alimentaire : boulanger, pâtissier, boucher,charcutier, poissonnier et glacier.

Ces activités doivent être exercées sous le contrôle effectif et permanent d'une personne(dirigeant ou salarié de l'entreprise) disposant d'un diplôme niveau CAP minimum dans le métier ou d'au moins 3 années d'expérience professionnelle dans le métier (disposition particulière pour les salons de coiffure : Brevet professionnel ou Brevet de maîtrise requis).

Peuvent se prévaloir de la qualité d'artisan, les personnes physiques et les dirigeants sociaux des sociétés qui exercent une activité artisanale, qui justifient d'un CAP ou d'un BEP ou d'un titre homologué ou enregistré au RNCP, d'un niveau au moins équivalent dans le métier exercé ou justifiant d'une expérience professionnelle de 3 ans minimum dans le métier.

Peuvent se prévaloir de la qualité d'artisan d'art, ceux qui exercent un métier de l'artisanatd'art fixé par l'arrêté du 24 décembre 2015.

Le titre de maître artisan ou maître artisan en métier d'art peut être attribué :

1) Aux chefs d'entreprise, immatriculés au répertoire des métiers, titulaires du brevet de maîtrise (BM) dans le métier exercé après 2 ans de pratique professionnelle. Celle-ci s'entend de l'exercice du métier, même à titre salarié, mais hors apprentissage.

2) Aux chefs d'entreprise, immatriculés au répertoire des métiers, titulaires d'un diplôme de niveau de formation au moins équivalent au brevet de maîtrise dans le métier exercé si ils justifient, après 2 ans de pratique professionnelle, de connaissances en gestion et en psychopédagogie équivalentes à celles des unités de valeurcorrespondantes du BM

3) Aux personnes immatriculées au répertoire des métiers depuis au moins dix ans justifiant, à défaut de diplôme, d'un savoir-faire reconnu au titre de la promotion de l'artisanat ou de leur participation aux actions de formation..

a. Qualifications professionnelle et artisanale

Pour obtenir le titre de maître artisan :
www.cma-paris.fr/gerer-developper/gerer-son-entreprise/demander-une-qualification-artisanale

En cas de non-respect des dispositions relatives à la qualification professionnelle et à l'artisanat, vous risquez une amende, une sanction pénale et la fermeture de l'établissement.

Sont punis notamment :
- Le fait d'exercer une activité réglementée sans respecter les conditions de qualification professionnelle exigées ou l'exercice d'une activité artisanale sans être inscrit au répertoire des métiers,

- L'usage du mot « artisan » ou de ses dérivés pour l'appellation, l'enseigne, la promotion ou la publicité de l'entreprise sans détenir la qualité d'artisan, d'artisan d'art ou de maître artisan.

Le contrôle de ces dispositions est réalisé a posteriori par les agents de la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes ou par les officiers ou agents de la police judiciaire.

b. Devenir artisan

Les formalités administratives de création (l'immatriculation) se font auprès du centre de formalités des entreprises (CFE) de la Chambre de métiers et de l'artisanat du département où est située l'entreprise.

Au préalable, le futur chef d'entreprise doit suivre un stage de préparation à l'installation - organisé par la Chambre de métiers et de l'artisanat – qui permet d'acquérir les connaissances de base nécessaires en gestion et en matière juridique, sociale, fiscale ou comptable.

Vous pouvez également contacter le service « Développement économique » de la Chambre de métiers et de l'artisanat pour toute information sur la création ou le développement de votre entreprise.

c. Nuisances et risques

▪ Bruit

Lorsque le bruit a pour origine une activité artisanale, il est caractérisé par la notion d'émergence globale (différence entre le niveau sonore lors du fonctionnement de l'entreprise et le niveau sonore hors fonctionnement de l'entreprise).

Afin de limiter les nuisances liées à votre activité, il vous faut équiper vos machines et votre atelier de systèmes atténuant les vibrations et le bruit.
Les travaux bruyants sont interdits entre 22 heures et 07 heures. Plus vous serez dans un quartier calme plus vous aurez de risques de dépasser les seuils tolérés.

▪ Fumées et odeurs

Les fumées et les odeurs peuvent également être la source de plaintes. Le brûlage à l'air libre ou dans une installation non autorisée de tout déchet est interdit : il peut présenter des risques pour la santé (gaz nocifs) et être la cause d'accidents de circulation (fumées trop condensées) ou d'incendies.

Votre installation est particulièrement exposée aux risques pour les biens et les personnes(employés) liés à la présence de matériaux inflammables et de machines et outils susceptibles d'entrainer des dommages.
Il vous appartient de contracter une assurance spécialisée, de prendre les dispositions réduisant les risques, et de disposer de matériel de sécurité incendie et de premiers secours.

d. Lieux d'accueil des métiers d'art

Renseignements concernant la location des ateliers :

ATELIERS DE PARIS
30 rue du Fbg Saint-Antoine
75012 Paris
01 44 73 83 50
www.ateliersdeparis.com

▪ Les Ateliers de Paris

Afin de soutenir l'artisanat d'art dès le démarrage de l'activité, la Ville de Paris a créé des lieux d'incubation pour les entreprises émergentes.
Ouverts en 2006, les Ateliers de Paris assurent la promotion de professionnels talentueux des secteurs des métiers d'art, de la mode et du design et proposent un hébergement à 40 porteurs de projets. Ils organisent régulièrement des expositions et des boutiques éphémères.

Pour postuler à la résidence des Ateliers de Paris, les porteurs de projets peuvent envoyer, en permanence, leur candidature comprenant une lettre de motivation et un CV à l'adresse ci-contre.

▪ La pépinière du Viaduc des Arts

La pépinière du Viaduc des Arts offre à cinq jeunes artisans d'art, sélectionnés selon des critères d'excellence et d'originalité, une aide au lancement d'activité. Ces jeunes entrepreneurs bénéficient pendant trois ans d'un hébergement adapté à leurs besoins, ainsi que de services partagés et d'un accompagnement personnalisé. Le programme leur permet aussi de créer, produire, se faire connaître et commercialiser leur production. Cette étape est décisive pour consolider leur entreprise et prendre leur envol.

La pépinière dispose de 5 ateliers de 20 à 30m^2, le loyer est de150€HT/m^2 la première année puis 180€ et 200€.

www.ateliersdeparis.com/incubateur-2/

▪ Ateliers Paris Design

« Ateliers Paris Design » est un incubateur spécialisé dans les métiers de la création, accueillant de jeunes artisans d'art, créateurs de mode et designers. Situé dans les locaux de l'Ameublement rue Faidherbe (11^e), ce lieu propose aux créateurs 20 postes de travail répartis sur un espace de 400m^2. Les résidents bénéficient de la mise à disposition temporaire du local pour une période d'un an renouvelable, ainsi que des services d'accompagnement des Ateliers de Paris pour les aider à monter un projet d'entreprise viable.
Le coût de l'hébergement peut varier entre 170€ et 340€ par mois.

http://www.ateliersdeparis.com/incubateur-2/

▪ Les voûtes du Viaduc des Arts

Ancien viaduc ferroviaire de la ligne Vincennes-Bastille, le Viaduc des arts est devenu une vitrine de l'artisanat d'art et de la création contemporaine à Paris. Idéalement situées entre Bastille et la gare de Lyon, ses voûtes abritent une cinquantaine d'artisans qui exercent leur talent dans des corps de métier divers et variés de la mode et la décoration.

La Semaest est chargée d'entretenir ce haut lieu de l'artisanat parisien, de louer ses voûtes à des artisans lorsqu'elles se libèrent et d'en assurer la promotion aux côtés de l'association regroupant les artisans du viaduc des arts.

Le Viaduc des Arts se caractérise par :
- 64 voûtes permanentes accueillant 52 artisans d'art,
- Une voûte "relais" louée pour 24 mois à un jeune créateur.

Renseignements concernant la location des voûtes :

SEMAEST
7 avenue de la République
75011 PARIS
01 43 45 86 24
viaducdesarts@semaest.fr

▪ La Cour de l'Industrie

Situé au 37 bis rue de Montreuil, au coeur du Faubourg Saint-Antoine (11e), la Cour de l'Industrie regroupe une cinquantaine d'artisans et artistes. Elle est constituée d'un ensemble de trois cours et de huit bâtiments et représente l'un des derniers exemples des cours industrielles du XIXe siècle.
En 2008, la Ville de Paris a transféré la propriété de la Cour de l'Industrie à la Semaest pour une durée de 40 ans, en vue de maintenir l'activité des artisans au coeur de Paris, tout en réhabilitant et en préservant cet ensemble architectural unique.

La Cour de l'Industrie c'est un ensemble de près de 6000 m² d'ateliers, 3 cours et 8 bâtiments, 52 artisans et artistes.

Renseignements concernant la location des ateliers :

SEMAEST
7 avenue de la République
75011 PARIS
01 43 45 09 99
e.brito-mendes@semaest.fr

e. Syndicats professionnels

Le principal interlocuteur professionnel des artisans est l'Union Professionnelle Artisanale qui regroupe :

. la Confédération de l'Artisanat et des Petites Entreprises du Bâtiment (CAPEB)
. la Confédération Générale de l'Alimentation de Détail (CGAD)
. la Confédération Nationale de l'Artisanat des Métiers et des Services (CNAMS)

f. Bourses métiers d'art

La Ville de Paris fait évoluer le dispositif « Bourses de formation aux métiers d'art » en « **Prix de perfectionnement aux métiers d'art** ».

La Ville de Paris offre chaque année les « Prix de perfectionnement aux métiers d'art », dotés de 10 000 € chacun, qui viennent récompenser de jeunes adultes, diplômés ou non, ayant un véritable projet d'insertion professionnelle dans les secteurs d'activité des métiers d'art.

Les lauréats, sélectionnés sur dossier, pourront parfaire leur formation en étant accueillis en stage dans l'atelier d'un artisan, à temps complet, pendant un an.

Le Grand Prix de la Création de la Ville de Paris récompense dans trois catégories, mode, design et métiers d'art, un professionnel dit talent émergent, en activité en France comme salarié ou indépendant depuis moins de 5 ans, et un talent confirmé, en activité en France comme salarié ou indépendant depuis plus de 10 ans .

La catégorie talent émergent permet de soutenir un professionnel au début de son activité à hauteur de 10 000€ pour les lauréats des catégories mode et design et de 8 000€ pour le lauréat de la catégorie métiers d'art. La catégorie confirmé récompense quant à elle, le parcours et l'expérience d'un professionnel confirmé à hauteur de 11 000€ pour le lauréat de la catégorie mode, 16 000€ pour celui de la catégorie design et 8 000€ pour le lauréat de la catégorie métiers d'art.

La Ville de Paris apporte pour chaque prix une dotation de 8 000 €. La Fédération Française du Prêt-à-Porter Féminin enrichit le prix de la catégorie mode avec une enveloppe de 5 000 €. Et les Galeries Lafayette contribuent à hauteur de 10 000 € grâce au Fonds de dotation PARISCREATION aux prix de la catégorie design.

Les Grands Prix de la Création apportent, au-delà des dotations, une grande visibilité aux lauréats avec une exposition à la galerie des Ateliers de Paris, une présentation dans d'autres événements parisiens (Première Classe, Paris Design Week...), de nombreuses retombées presse et la réalisation pour chacun des lauréats d'un film de présentation.

Chaque année le jury, composé de personnalités qualifiées des secteurs des métiers d'art, de la mode et du design étudie la qualité des œuvres proposées, la variété d'expression et la personnalité de ces professionnels qui font la fierté et la richesse de Paris.

2. RESTAURATION

a. Ouvrir un restaurant

▪ Licence restaurant

Pour ouvrir un restaurant, la première obligation est d'obtenir une licence restaurant (article L. 3331-2 du code de la santé publique)
Les licences « restaurant » s'appliquent seulement aux restaurateurs qui vendent des boissons uniquement à l'occasion des repas.

Les licences de restaurant sont de deux ordres :
La petite licence restaurant
Elle permet de vendre des boissons du deuxième groupe pour les consommer sur place, mais seulement à l'occasion des principaux repas et comme accessoires de la nourriture.
La licence restaurant
Elle autorise la vente, pour les consommer sur place, de toutes les boissons dont la consommation est autorisée, mais seulement à l'occasion des principaux repas et comme accessoires de la nourriture.

Ces deux licences permettent, à titre accessoire, la vente à emporter des boissons correspondant à la catégorie de la licence.
Si la vente d'alcool a lieu aussi en dehors des repas (bar-restaurant), l'exploitant doit être également titulaire d'une licence de débit de boissons à consommer sur place.

Pour obtenir ces licences, vous devez bénéficier d'un permis d'exploitation :
l'Article L.3332-1-1 du Code de la Santé Publique prévoit une formation obligatoire qui vise à sensibiliser les professionnels sur les droits et obligations attachés à l'exploitation d'un débit de boissons ou d'un établissement pourvu de la «petite licence restaurant» ou de la «grande licence restaurant» (prévention et lutte contre l'alcoolisme, législation des stupéfiants, lutte contre le bruit...). Ce permis est valable 10 ans.
Vous devez ensuite faire une déclaration préalable à la Mairie ou à la Préfecture de Police de Paris au moins 15 jours avant l'ouverture.

▪ Obligation de disposer d'un local ventilé

Le Règlement Sanitaire de la Ville de Paris (Article 63) subordonne l'exploitation d'un restaurant (avec cuisson des produits) à la bonne ventilation des locaux.
Il précise que cette ventilation doit être assurée avec de l'air pris à l'extérieur hors des sources de pollution ; cet air est désigné sous le terme "d'air neuf" : cela suppose l'installation d'une extraction et un local approprié.

b. Exploitation du restaurant

"DES PRODUITS D'ICI, CUISINÉS ICI"

Ce label est le premier qui distingue à Paris et en Ile-de-France les restaurants proposant une cuisine à base de produits d'Île-de-France, autour du concept du «Champ à l'assiette». Il est promu par le CERVIA Paris Ile-de-France, Centre régional de valorisation et d'innovation agroalimentaire, qui rassemble et accompagne les acteurs franciliens, pour rendre visible le savoir-faire et le patrimoine agricole, alimentaire et culinaire francilien.

Deux conditions pour que le restaurant puisse rejoindre la démarche :

- Le chef s'engage à utiliser des produits franciliens, autant que faire se peut. Le label n'exclut donc pas des produits non locaux comme le café, le poisson, mais il privilégie les productions locales quand elles existent.

- Le chef cuisine sur place les produits, ce qui différencie ce label des autres déjà existants.

L'exploitation d'un restaurant doit respecter une réglementation spécifique.

■ Information du consommateur et loyauté

- Affichage des prix à l'extérieur et à l'intérieur de l'établissement
- Délivrance de notes à la clientèle, en double exemplaire, dûment datées, portant la raison sociale et l'adresse de l'établissement.
- Dénomination correcte des plats proposés et des ingrédients qui les composent
- Présentation de la carte des vins avec les dénominations réglementaires de ventes mentionnées sur les étiquetages des bouteilles.
- Assurance que les produits et plats proposés sur la carte soient disponibles
- Affichage de l'origine des viandes bovines servies lors des repas.

■ Respect des règles d'hygiène

- Respect du règlement européen CE n° 852/2004 du 29/04/2004 relatif à l'hygiène des denrées alimentaires.
- Respect des dates limites de consommations
- Conservation des informations relatives aux produits pour une bonne traçabilité
- Changement fréquent des huiles et graisses de friture.

En matière de salubrité, vous devez vous conformer au Règlement Sanitaire Départemental de Paris, consultable sur le site Internet de la préfecture de Paris et plus particulièrement à son Titre III portant sur la ventilation des locaux (notamment articles 62, 64 et 66).

■ Déchets et rejets

Le règlement d'assainissement de Paris vous impose de disposer d'un dispositif de pré-traitement des graisses (séparateurs) avant rejet des eaux usées à l'égout et d'un système de récupération et collecte des huiles usagées.

Par ailleurs, vous êtes tenu de collecter et faire traiter vos déchets, notamment organiques et verres creux, soit par un prestataire privé, soit par le Service Technique de la Propreté de Paris moyennant le versement d'une redevance contractuelle spéciale.

▪ Respecter l'interdiction de fumer dans mon établissement

Renseignements complémentaires :

Préfecture de Paris
Direction des transports et de la protection du Public
12/14 quai de Gesvres 75004 Paris

Bureau des établissements recevant du public
01 49 96 35 08
www.prefecturedepolice.interieur.gouv
à la rubrique **Démarches** puis **Sécurité des ERP et des IGH**

Bureau de la police sanitaire et de l'environnement
01 49 96 34 00

Pour les nuisances sonores et olfactives s'adresser à :
Direction de la prévention, de la sécurité et de la protection
Sous-direction de la tranquillité publique
Bureau des actions contre les nuisances professionnelles
5 rue Lobau 75004 Paris
www.paris.fr

Médiateur du secteur hôtels, cafés, restaurants
Alain BARILLEAU :
Secrétariat du médiateur HCR - Préfecture de police
Direction des transports et de la protection du public
Sous-direction de la sécurité du public - Bureau des hôtels et foyers
9, Bd du Palais 75195 PARIS CEDEX 04
01 49 96 31 89
mail : prefpol.dtpp-sdsp-mediateur-hcr75@interieur.gouv.fr

et pour plus d'information :
www.prefecturedepolice.interieur.gouv.fr/Demarches

c. Syndicats professionnels

Syndicat National des Hôteliers Restaurateurs Cafetiers Traiteurs (SYNHORCAT)
4 rue de Gramont 75002 PARIS
01 42 96 60 75
www.synhorcat.com

Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie (UMIH) Ile de France
4 avenue Percier 75008 Paris
01 72 79 91 72

3. LIBRAIRES ET ÉDITEURS

a. Dispositifs d'aide

Pour en savoir plus sur ce dispositif :

www.syndicat-librairie.fr/label_lir_1

▪ La Mairie de Paris

Depuis 2010, la Ville de Paris a mis en place un dispositif d'exonération de la taxe professionnelle aux librairies parisiennes qui ont reçu le label Librairies Indépendantes de Référence (LIR). Ce dispositif accompagne la politique globale menée par la Ville pour préserver les librairies et maisons d'édition sur le territoire de la capitale.

▪ Centre national du livre

Le Centre national du Livre est un établissement public rattaché au ministère de la Culture, qui peut apporter notamment des :

Prêts économiques à taux zéro aux entreprises économiques
Ces prêts à taux zéro constituent une aide économique accordée à l'occasion de la création, de l'extension, du déménagement, du développement, de la modernisation, de la mise aux normes ou enfin de la reprise et transmission de librairies.

Ils peuvent concerner, à titre très exceptionnel, sous conditions, des librairies victimes d'un sinistre important ayant entrainé une fermeture temporaire ou des restructurations.

Ils permettent de financer :
- tout type de travaux, honoraires compris, acquisition de mobiliers, matériels et d'outils liés à l'activité de vente de livres neufs, dans le local commercial ;
- l'acquisition de droit au bail, de fonds de commerce ou d'actions ou parts sociales de sociétés d'exploitation de librairie (droits de mutation compris) ;
- des dépenses annexes directement liées à l'opération soutenue (déménagement, études préparatoires...) ;
- l'acquisition de stock de livres neufs ;
- la restructuration du fonds de roulement.

Les acquisitions immobilières ne sont pas éligibles.

Ces prêts permettent également de financer le développement de sites, portails collectifs et la mise en réseau sur internet des librairies indépendantes.

Subventions économiques aux librairies
Ces subventions constituent une aide économique accordée à l'occasion de la création, de l'extension, du déménagement, du développement, de la modernisation, de la mise aux normes ou enfin de la reprise et transmission de librairies. Elles peuvent concerner, à titre très exceptionnel, sous conditions, des librairies victimes d'un sinistre important ayant entrainé une fermeture temporaire ou des restructurations.

Elles permettent dans ces situations de financer, séparément ou concomitamment :

- la constitution de stock de livres neufs correspondant, selon les cas de figure, au stock d'implantation, à un élargissement ou un renforcement de l'assortiment, au rachat d'un stock lié à une reprise de fonds de commerce ou, sous certaines conditions, à une reconstitution du stock
- tout type de travaux, honoraires compris, acquisition de mobiliers, matériels et d'outils liés à l'activité de vente de livres neufs dans le local commercial ;
- l'acquisition de fonds de commerce ou d'actions ou parts sociales de sociétés d'exploitation de librairie, droits de mutation compris.

Dans le premier cas, il s'agit d'une subvention d'exploitation portée au compte de résultat, dans les deux suivants, d'une subvention d'investissement portée au bilan.

Ni les acquisitions immobilières, ni le développement des animations ne sont éligibles.

Fonds d'avances à la trésorerie en faveur des librairies indépendantes
Elément majeur du plan de soutien en faveur de la librairie indépendante, le «Fonds d'avances remboursables aux librairies indépendantes» (FALIB) a été doté de 5 millions d'euros par le Centre National du Livre et sa gestion a été confiée à l'IFCIC. Ce fonds, destiné à pallier les difficultés de trésorerie rencontrées par les librairies en raison de la saisonnalité de leur cycle d'exploitation, est opérationnel depuis le 1er janvier 2014.

Ces avances, qui ne doivent pas se substituer aux concours bancaires, interviennent en complément de ceux-ci ou dans le cas de refus explicite des banques commerciales après des demandes avérées. Cette aide à la trésorerie n'a pas non plus vocation à être récurrente, les librairies aidées devant mettre à profit ce soutien ponctuel pour restructurer leur fonds de roulement et prendre les décisions de gestion adéquates.

Ce fonds d'avances remboursables est destiné à toute librairie indépendante créée depuis au moins deux ans, réalisant au moins 50% de son chiffre d'affaires avec la vente de livres neufs au détail et répondant aux critères européens de la PME autonome.

Le montant de l'avance est plafonné à deux mois de CA TTC livres neufs (détail + ventes à terme), dans la limite de 100 000 €, avec une durée de 12 mois au plus et un remboursement par mensualités ou à échéance. Le taux d'intérêt est de 3,5 % et aucune garantie n'est exigée.

Pour solliciter une avance, il convient de remplir une demande disponible sur le site de l'IFCIC (**http://www.ifcic.fr/vous-etes-une-entreprise-culturelle/livre/librairies.html**), laquelle est examinée par un comité d'engagement et la décision de l'IFCIC communiquée dans la quinzaine qui suit.

Pour tout renseignement, le chargé d'affaires à l'IFCIC est Edouard Tunc.
(01 53 64 55 58 et tunc@ifcic.fr).

Subventions pour la mise en valeur des fonds et de la création éditoriale en librairie
Cette aide vise les librairies de référence offrant à un large public l'accès à une création éditoriale diversifiée et de qualité, dans un lieu attractif, avec un accueil et un accompagnement professionnels des clients et doit permettre d'alléger les charges régulièrement consenties par le libraire pour mettre en valeur la qualité de son assortiment et renforcer assortiment et renforcer son attractivité commerciale et son rôle culturel.

La commission Librairie et le CNL s'attachent à apprécier le positionnement, le rôle, le fonctionnement et l'économie de chaque librairie. L'aide à l'exploitation qu'apporte le CNL est évaluée plus particulièrement au regard du travail de sélection et de valorisation des ouvrages et des auteurs dans les domaines que l'établissement public a pour mission de soutenir (littérature française et traduite, poésie, théâtre, sciences humaines, sciences et techniques, arts, jeunesse et bande dessinées...).

CNL - Hôtel d'Avejan
53, rue de Verneuil 75343 Paris cedex 07
01 49 54 68 68

▪ Direction Régionale des Affaires Culturelles (DRAC)

Vous pouvez la solliciter pour des :
- Subventions au développement et à la création et l'animation des librairies (déménagement, modernisation, informatisation, acquisition de stocks...)
- Subventions d'aide aux maisons d'édition pour mener des projets de développement ou de modernisation afin de conforter leur position économique et culturelle

DRAC Ile-de-France - Service de l'économie culturelle
45-47 rue Le Peletier 75009 Paris
01 56 06 50 00
http://www.culturecommunication.gouv.fr/Regions/Drac-Ile-de-France

▪ L'Association pour le Développement des Librairies et de création

L'ADELC est une association soutenue par le ministère de la Culture, qui apporte une aide aux libraires indépendants qui contribuent « au maintien des fonds éditoriaux » et défendent « l'édition de création ouverte à tous les publics »

ADELC
27, rue Linné 75005 PARIS
01 45 41 62 05
contact@adelc.fr

▪ Conseil Régional d'Ile de France

La Région apporte son aide aux actions collectives des professionnels de la chaîne du livre.
Conseil Régional d'Ile de France – Service livre
115, rue du Bac – 75007 Paris
01 53 85 67 53
laurence.vintejoux@iledefrance.fr

▪ L'EPEC

Pour soutenir le développement des commerces physiques de biens culturels à Paris (librairies, disquaires, commerces de vente de vidéo, de jeux vidéo) dans l'adaptation aux enjeux des mutations économiques de ce secteur et contribuer au maintien de la diversité du commerce de proximité à l'échelle de ses arrondissements, l'EPEC développe et met en oeuvre une « plateforme » d'appui aux dirigeants et aux salariés des commerces physiques de biens culturels qui s'incarne à travers les 4 actions suivantes :

- Soutenir le développement des petites librairies et petits disquaires en favorisant la professionnalisation des dirigeants et de leurs salariés
- Favoriser l'accès aux marchés publics de fournitures des bibliothèques, médiathèques et établissements scolaires par le conseil et l'appui à la constitution d'un groupement de petits commerces de biens culturels
- Développer une fonction ressources sur les mobilités professionnelles pour informer sur les dispositifs et sur les voies possibles de mobilité ou de reconversion professionnelles
- Favoriser la reprise et la transmission de petites librairies par une coordination de l'intervention des différents acteurs institutionnels et socio-économiques sur ce thème et par l'appui à l'ingénierie

EPEC
209 rue Lafayette - 75010 Paris (métro Louis Blanc)
01 84 83 07 10
https://www.ville-emploi.asso.fr/structureave/epec-ensemble-paris-emploi-competences/

b. Organismes professionnels

▪ INFL (Institut national de formation des libraires)

L'INFL peut vous accompagner dans le recrutement d'un apprenti : il forme les personnes, par le biais de l'apprentissage (CAP d'employé de vente spécialisée librairie, papeterie, presse - Brevet Professionnel, Licence Pro), au métier de libraire. Pour actualiser votre formation, l'INFL vous aide à mettre en cohérence vos compétences avec les nouvelles technologies et les évolutions du marché.

INFL
Tour Orion - 12, rue de Vincennes 93100 Montreuil
01 41 72 79 79
contact@infl.fr

▪ SLF (Syndicat de la librairie française)

Le Syndicat de la Librairie Française regroupe aujourd'hui près de 600 librairies de toutes tailles, généralistes ou spécialisées. Il est aujourd'hui considéré par les autres professions du livre et les pouvoirs publics comme le syndicat représentatif du secteur de la librairie.

Syndicat de la librairie française
Hôtel de Massa - 38, rue du Fbg-St-Jacques 75014 Paris
01 53 62 23 10
contact@syndicat-librairie.fr

▪ SNE (syndicat national de l'édition)

C'est l'organisation professionnelle des entreprises d'édition

SNE
115, bd Saint-Germain 75006 Paris
01 44 41 40 50
www.sne.fr

▪ FILL (Fédération inter-régionale du livre et de la lecture)

La FILL réunit au sein d'un réseau national des structures régionales pour le livre, des collectivités territoriales, des institutions nationales et des associations qui oeuvrent pour accompagner les professionnels du livre, de la lecture et de la documentation.

Guide des aides aux professionnels du livre, une assistance juridique, un accès direct aux marchés publics de livres, les dispositifs de formation, la conservation partagée en ligne sur **http://wwww.fill-lecture.org**
et pour l'Ile-de-France sur **www.lemotif.fr**

▪ Le Labo de l'édition

Situé au cœur du Quartier Latin, le Labo de l'édition est une plateforme d'innovation dédiée à l'édition, aux médias et au transmédia. Lieu de réflexion sur les enjeux de la transformation digitale, il favorise la synergie entre les acteurs de l'industrie traditionnelle et les acteurs du numérique afin qu'ils inventent ensemble les modèles qui leur garantiront croissance et pérennité.

Composé d'un incubateur de startups et d'une plateforme d'animations, le Labo est aussi un lieu de rencontres et d'expérimentation collective qui invite chacun à découvrir, à tester et à imaginer les solutions de demain.
Le Labo de l'édition soutient ainsi les jeunes structures et accompagne les acteurs du secteur traditionnel dans leur adaptation aux enjeux du numérique. Il met en relation tous les acteurs, nouveaux entrants et acteurs historiques de l'édition, afin qu'ils partagent leurs compétences pour produire des solutions nouvelles.

Le labo de l'édition :
2, rue Saint-Médart 75005 Paris
01 83 64 89 00
contact@labodeledition.com

▪ Fontaine O Livres

L'association Fontaine O Livres a pour objet de soutenir et promouvoir les acteurs de la filière livre du Nord-Est Parisien. Elle développe trois activités complémentaires et structurées au service de la filière livre & édition : pépinière d'activités & espace de coworking, réseau d'entreprises, et organisme de formation.

Ainsi, l'association soutient l'activité économique de ses adhérents, participe à leur implantation durable dans le nord-est francilien, contribue au rayonnement culturel de son territoire et facilite les relations interprofessionnelles.

Fontaine O livre
13, rue Vaucouleurs 75011 Paris
01 43 14 03 94
contact@fontaineolivres.com

semaest
aménage et anime votre quartier

SOCIÉTÉ D'ÉCONOMIE MIXTE D'ANIMATION ÉCONOMIQUE AU SERVICE DES TERRITOIRES

7 avenue de la République - 75011 Paris
Tél. 01 43 45 98 98 - Fax 01 43 47 03 28

www.semaest.fr

et retrouvez-nous aussi sur

@semaest

Mise à jour Novembre 2017

MAIRIE DE PARIS