



FLASH ÉCO 94

N° 48 – Juin 2018

La newsletter économique et territoriale du Val-de-Marne

L'ÉQUIPEMENT COMMERCIAL VAL-DE-MARNAIS

2014-2017 : VERS UNE STABILITÉ DE L'OFFRE COMMERCIALE

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

- **16 761 locaux commerciaux dans le Val-de-Marne en 2017 dont :**
13 336 commerces en activité
2 506 locaux commerciaux vacants

En 2017, le Val-de-Marne voit le nombre de locaux commerciaux se stabiliser (-0,4% entre 2014 et 2017 avec 16 761 locaux commerciaux). Ce phénomène, nouveau pour le département, est un fait positif. En effet, cette tendance se manifeste sur le territoire alors que, depuis plusieurs années, le Val-de-Marne concentre de grands projets d'aménagement, dont la ligne 15 sud du Grand Paris Express et la ligne 14, qui ont des impacts forts sur le tissu commercial pendant les phases de travaux.

- **C'est le 6^e recensement de l'équipement commercial**, réalisé par la CCI Paris Île-de-France. Il a eu lieu sur Paris et la Petite Couronne au printemps 2017. Il fait suite à un recensement en 2014 (d'autres millésimes existent : 2003, 2005, 2008 et 2011). Il consiste à identifier tous les locaux en rez-de-chaussée ayant une vitrine et un accès sur la rue. Les informations comme l'enseigne, l'activité, le type de surface de vente et l'appartenance à une polarité commerciale sont mises à jour à chaque campagne.

SOMMAIRE

> Le Val-de-Marne, le territoire médian de Petite Couronne	2
• Commerces pour 1 000 habitants	
• Secteurs moteurs du dynamisme commercial	
• Vacance commerciale	
> Le Val-de-Marne : 16 761 commerces – 12,5 commerces pour 1 000 habitants	3
> Un secteur commercial stable sur la période 2014-2017	4
> 15% de locaux commerciaux vacants	8
> Annexe	9

Actualités

Face aux nouvelles habitudes commerciales, les espaces commerçants sont confrontés à des problématiques généralisées de dévitalisation et de vacance, mettant les communes devant la nécessité d'adapter leur offre commerciale. Circuit-court, e-commerce, *B to B*, *B to C*, *shop-in-shop*, *corner*, toutes les nouvelles modalités d'échange ont un impact sur le commerce et l'urbanisme commercial.

Les communes sont nombreuses à s'interroger sur l'avenir de leur centre-ville et sur les dispositions à prendre pour maintenir la vitalité de leurs commerces. Ces questions se posent tant en milieu urbain dense que dans les espaces plus ruraux, bien que différemment. Le Val-de-Marne n'échappe pas à ces problématiques commerciales.

Cette analyse dresse un panorama sur l'état de santé des équipements commerciaux val-de-marnais, par comparaison aux autres départements de Petite Couronne (Hauts-de-Seine et Seine-Saint-Denis) et en analysant la répartition de l'offre commerciale entre les Établissements Publics Territoriaux du département : Paris Est Marne & Bois (EPT 10), Grand Paris Sud Est Avenir (EPT 11) et Grand-Orly Seine Bièvre (EPT 12)*. Ce Flash Éco est basé sur un recensement des données commerciales de l'année 2017 collectées par la CCI 94.

* Pour plus d'informations sur les EPT, voir p.9-10.

Chiffres-clés du e-commerce en France en 2017

- +7% de transactions par rapport à 2016
- CA de 81,7 Mds€ (+ 14,3%)
- 37 millions de cyberacheteurs
- M-commerce : +39%
- Commerce de détail = seulement 9% du e-commerce (8% en 2016)
- 28% des créations d'emploi du secteur marchand
- Vente *B to B* : + 17,5% en 2017

Source : FEVAD, Chiffres-clés, 2016-2017.



Le Val-de-Marne, le territoire médian de Petite Couronne

Fig. 1 : Offre commerciale des départements de Petite Couronne

	92	93	94
Population	1 333 695	1 601 583	1 571 028
Commerces pour 1 000 habitants	13,2	11,8	12,5
Secteurs moteurs du dynamisme commercial	Équipement de la personne - hôtellerie-restauration-café	Équipement de la personne - hôtellerie-restauration-café	Équipement de la personne - hôtellerie-restauration-café
Taux de vacance	11,3%	18,5%	15,1%

Avec **30% de la population de Petite Couronne**, le Val-de-Marne regroupe aussi **30% des équipements commerciaux**. Il dispose d'une offre valorisable et relativement stable. Les tendances constatées en 2014 n'ont pas toutes perduré sur la période 2014-2017 : le secteur équipement de la maison n'a pas conservé son dynamisme par exemple ; la rotation des activités est bien moins significative en 2017 qu'en 2014 ; au contraire, les années 2014-2017 se caractérisent par leur stabilité commerciale, avec un taux de vacance qui a peu évolué et des cellules commerciales qui ont subi beaucoup moins de changements d'activité.

Commerces pour 1 000 habitants

En 2014, l'offre en équipements commerciaux du Val-de-Marne avait atteint une situation intermédiaire entre les Hauts-de-Seine et la Seine-Saint-Denis. En 2017 l'offre est en très légère diminution avec **12,5 commerces pour 1 000 habitants**. Elle se situe à l'équilibre entre la situation des Hauts-de-Seine qui voit son offre commerciale progresser et la Seine-Saint-Denis dont le nombre de cellules est en baisse.

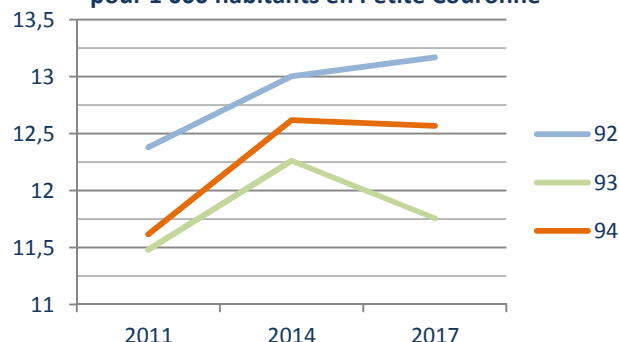
Secteurs moteurs du dynamisme commercial

L'offre commerciale de la Petite Couronne est soutenue par deux principaux secteurs d'activité : **l'équipement à la personne et l'hôtellerie-restauration-café**. Ce dynamisme se maintient d'année en année dans les trois départements. Pourtant la tendance globale nationale tend davantage à un renforcement du secteur équipement de la maison aux dépens de l'équipement de la personne. Le commerce relatif à l'alimentation et les agences représente aussi une large part des cellules commerciales. Enfin, en dernier, viennent les commerces dédiés aux activités de culture et loisirs et à l'automobile et aux 2 roues.

Vacance commerciale

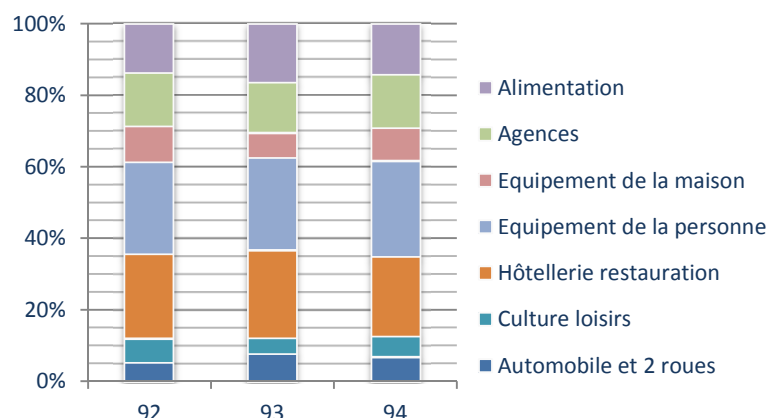
Le **taux de vacance val-de-marnais affiche une hausse** entre 2011 et 2017 : 11,9% en 2011, 14,8% en 2014, et **15% en 2017**. La Seine-Saint-Denis a connu une plus forte croissance de la vacance commerciale sur la même période.

Fig. 2 : Nombre de cellules commerciales pour 1 000 habitants en Petite Couronne



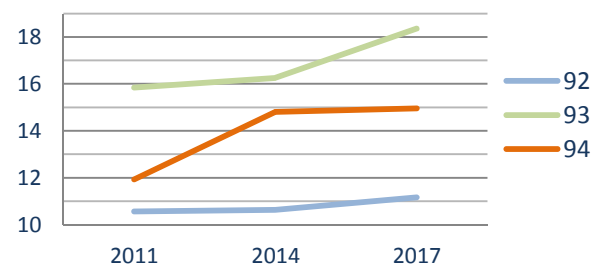
Source : BDD Équipement commercial 2011, 2014 et 2017 – CCI 94

Fig. 3 : Comparaison du taux de cellules commerciales par catégories d'activité en Petite Couronne en 2017



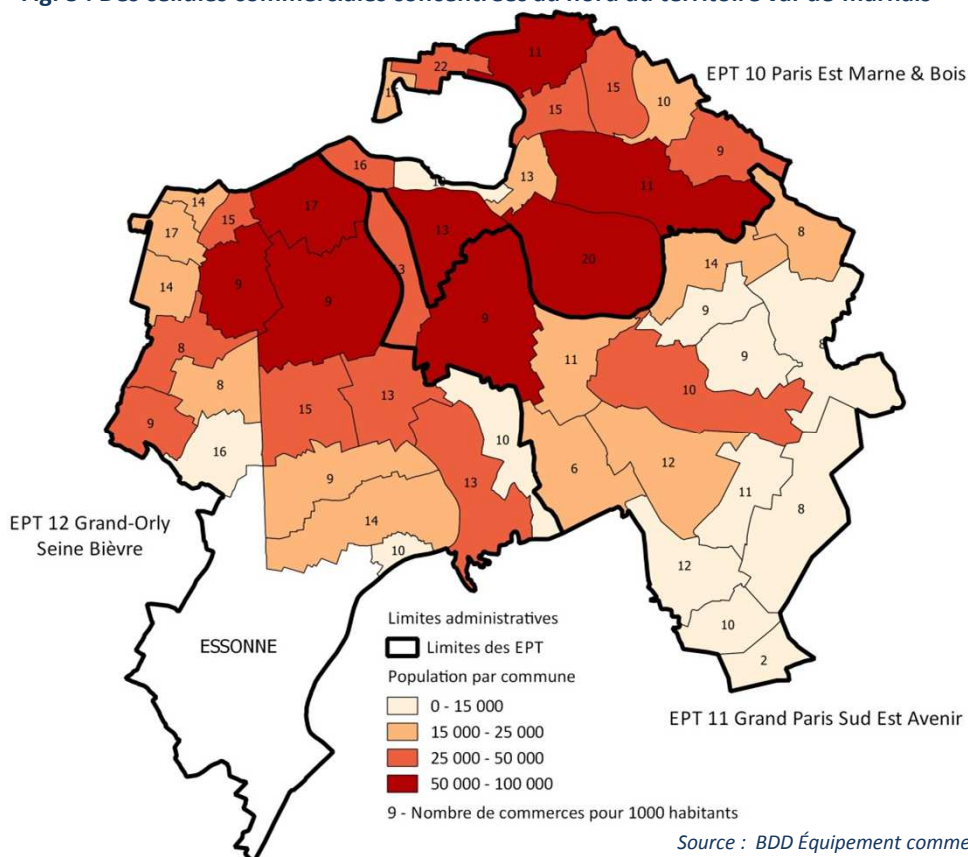
Source : BDD Équipement commercial 2017 – CCI 94

Fig. 4 : Un taux de vacance hétérogène en Petite Couronne



Source : BDD Équipement commercial 2011, 2014 et 2017 – CCI 94

Fig. 5 : Des cellules commerciales concentrées au nord du territoire val-de-marnais



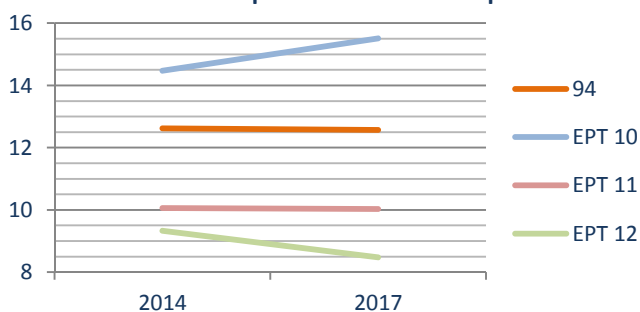
Source : BDD Équipement commercial 2017 – CCI 94

Commerces pour 1 000 habitants

16 761 cellules commerciales ont été recensées dans le Val-de-Marne en 2017. On compte 12,5 commerces pour 1 000 habitants, répartis inégalement sur le territoire : **Paris Est Marne & Bois** compte plus de **15 commerces pour 1 000 habitants** ; **Grand Paris Sud Est Avenir**, moins de **10 commerces pour 1 000 habitants** ; **Grand-Orly*** a un taux en nette baisse, passant en dessous du seuil de **9 commerces pour 1 000 habitants**.

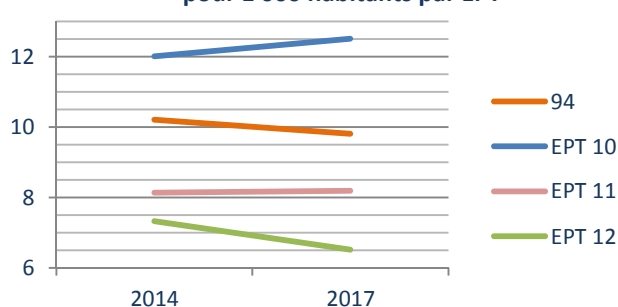
En prenant en compte uniquement les commerces actifs (c'est-à-dire les commerces sans les cellules vacantes et les locaux dits hors catégories***) le taux chute à 9,8 commerces dans le Val-de-Marne, 12,5 à Paris Est Marne & Bois, 8,2 à Grand Paris Sud Est Avenir et 6,5 à Grand-Orly Seine Bièvre, soit de faibles taux pour la majorité du département.

Fig. 6 : Évolution du taux de cellules commerciales pour 1 000 habitants par EPT



Source : BDD Équipement commercial 2014 et 2017 – CCI 94

Fig. 7 : Nombre de commerces actifs pour 1 000 habitants par EPT



Source : BDD Équipement commercial 2014 et 2017 – CCI 94

* Les données de l'EPT Grand-Orly Seine Bièvre de cette étude ne prennent en compte que les communes du Val-de-Marne : les 6 communes de l'Essonne sont donc exclues. Ces données sont en cours de production.

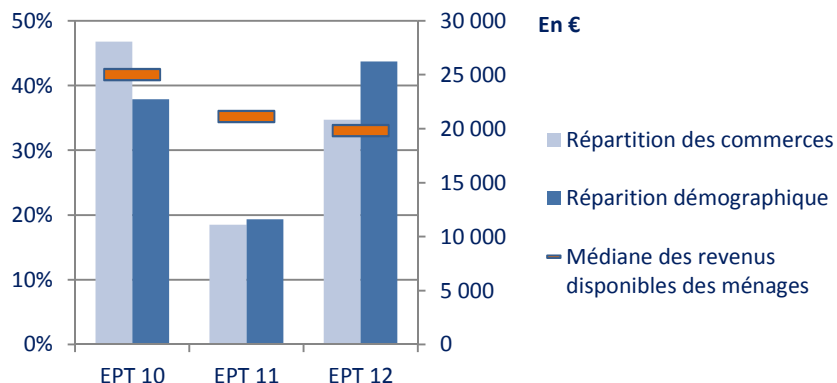
** Taux 2014 et 2017 calculés à partir des données démographiques du millésime 2014.

*** Sont dits hors catégories les bureaux, le stockage et le médical en boutique.

Le Val-de-Marne : 16 761 commerces – 12,5 commerces pour 1 000 habitants (suite)

Par ailleurs, l'analyse de l'offre commerciale au regard de la population départementale montre que **les équipements commerciaux sont inégalement répartis** : par exemple l'EPT Paris Est Marne & Bois profite de la proximité de la capitale et d'un tissu urbain et commercial très dense. Ses habitants (37% de la population du Val-de-Marne) ont accès ainsi à plus de 45% des commerces du département. L'EPT Grand Paris Sud Est Avenir dispose d'une offre commerciale proportionnelle à la population présente sur son territoire. Et enfin dans l'EPT Grand-Orly Seine Bièvre, on constate que près de 45% des Val-de-Marnais y résident, mais avec seulement 35% des commerces à leur disposition.

Fig. 8 : Une répartition des commerces décorrélée de la répartition démographique



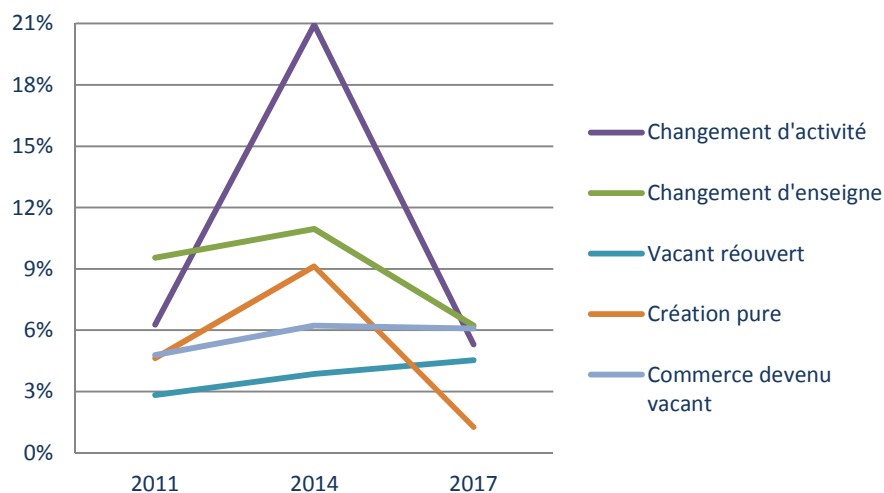
Source : BDD Équipement commercial 2017 – CCI 94
Et INSEE, données 2013.

Un secteur commercial relativement stable sur la période 2014-2017

En 2017, l'équipement commercial a atteint une certaine stabilité :

- **75% des cellules n'ont subi aucun changement**, alors qu'en 2011-2014 seulement 49% des cellules avaient maintenu leurs activités principales ;
- les changements d'activité sont réduits, passant de 21% en 2014 à 5% en 2017 ;
- les changements d'enseigne sont en forte diminution (11% en 2014, 6% en 2017) ;
- le taux de cellules devenues vacantes n'a pas pour autant beaucoup fluctué, puisqu'il a varié entre 5 et 6% ;
- la part de cellules vacantes réouvertes progresse peu à peu, démarrant à 3% en 2011, passant à 4% en 2014 et atteignant les 5% en 2017 ;
- les créations pures sont elles aussi en net recul : 4,6% en 2011, 9% en 2014 et seulement 1% en 2017.

Fig. 9 : Des mutations au ralenti sur la période 2014-2017



Source : BDD Équipement commercial 2011, 2014 et 2017 – CCI 94

L'équipement commercial se trouve dans une situation à l'équilibre : on compte autant de créations (1%) et de réouvertures de commerces (5%) que de cellules devenues vacantes (6%). L'offre commerciale se renouvelle, autour d'un ensemble de 75% de cellules qui ne subissent aucune rotation.

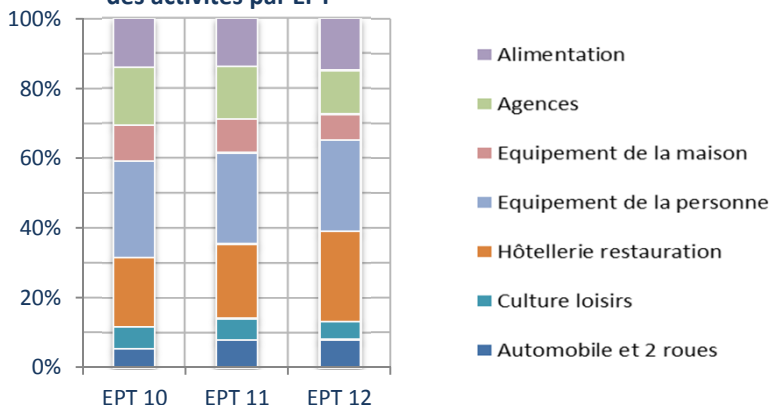
Après une période 2011-2014 où les rotations se sont multipliées, on peut conclure à une **stabilité des équipements commerciaux** sur le territoire val-de-marnais pour les années 2014-2017. Leur situation se maintient et émet quelques signaux faibles de progression, malgré le lancement des grands travaux du Grand Paris Express (lignes 14 et 15 sud), des aménagements du T9 et de grandes opérations d'aménagement urbain.

Un secteur commercial relativement stable sur la période 2014-2017 (suite)

Secteurs moteurs du dynamisme commercial

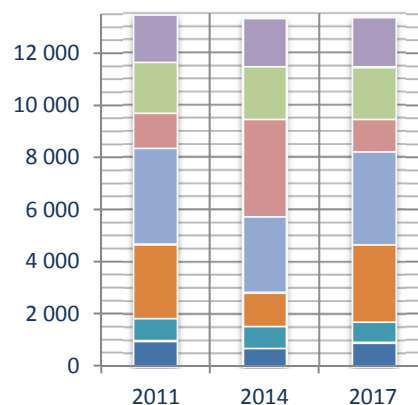
Une même répartition des cellules selon les catégories d'activité est repérable entre les 3 EPT : les secteurs « équipement de la personne » (Val-de-Marne : 21%), « hôtellerie-restauration » (18%), « agences » (12%) et « alimentation » (11%) dominant. Le dynamisme des secteurs d'activité varie d'une période à l'autre : même si quelques domaines forts se dégagent, on ne constate pas de stabilité sur la durée. Les secteurs « équipement de la personne » et « hôtellerie-restauration » étaient de fait en ralentissement sur la période 2011-2014 ; ils ont connu un regain à partir de 2014. Le secteur « équipement de la maison » a dessiné une courbe inverse ; par conséquent il est difficile de repérer des tendances lourdes sur les évolutions des activités commerciales.

Fig. 10 : Une égale répartition des activités par EPT



Source : BDD Équipement commercial 2017 – CCI 94

Fig. 11 : Des secteurs qui varient selon les années

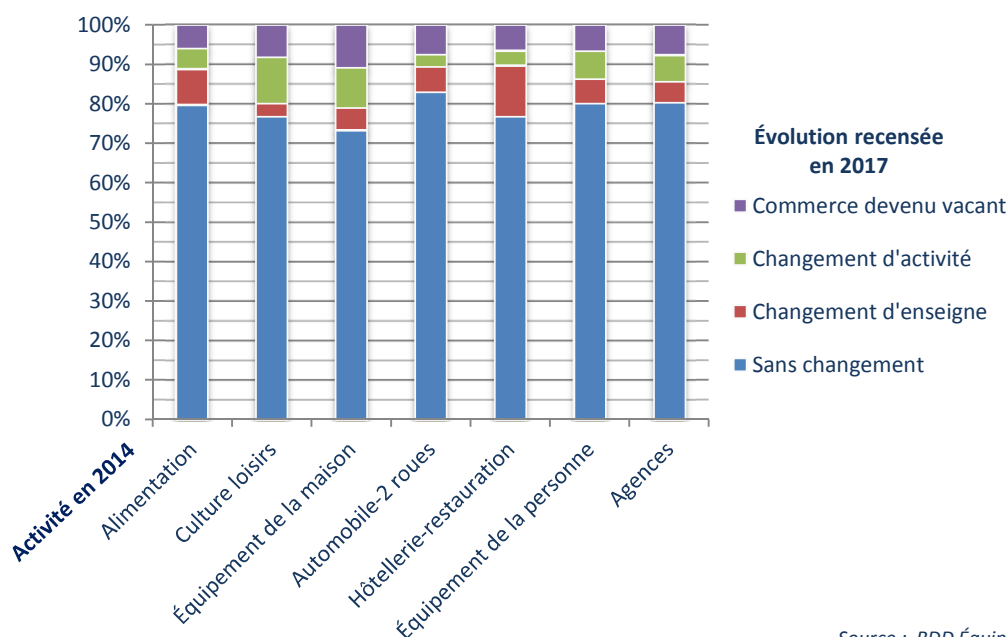


Source : BDD Équipement commercial 2011, 2014 et 2017 – CCI 94

Les secteurs qui ont gagné en dynamisme sur la période 2014-2017 sont aussi des domaines d'activité commerciale où les changements d'enseigne sont les plus fréquents (13% des locaux recensés en catégorie hôtellerie-restauration en 2014).

Bien que dans l'ensemble les rotations d'activité se soient ralenties, les secteurs les plus concernés par ces changements constituent le plus fort volume de cellules commerciales.

Fig. 12 : Évolution des cellules sur période 2014-2017



Le secteur de l'automobile s'est stabilisé, après de nombreuses mutations sur la période 2011-2014.

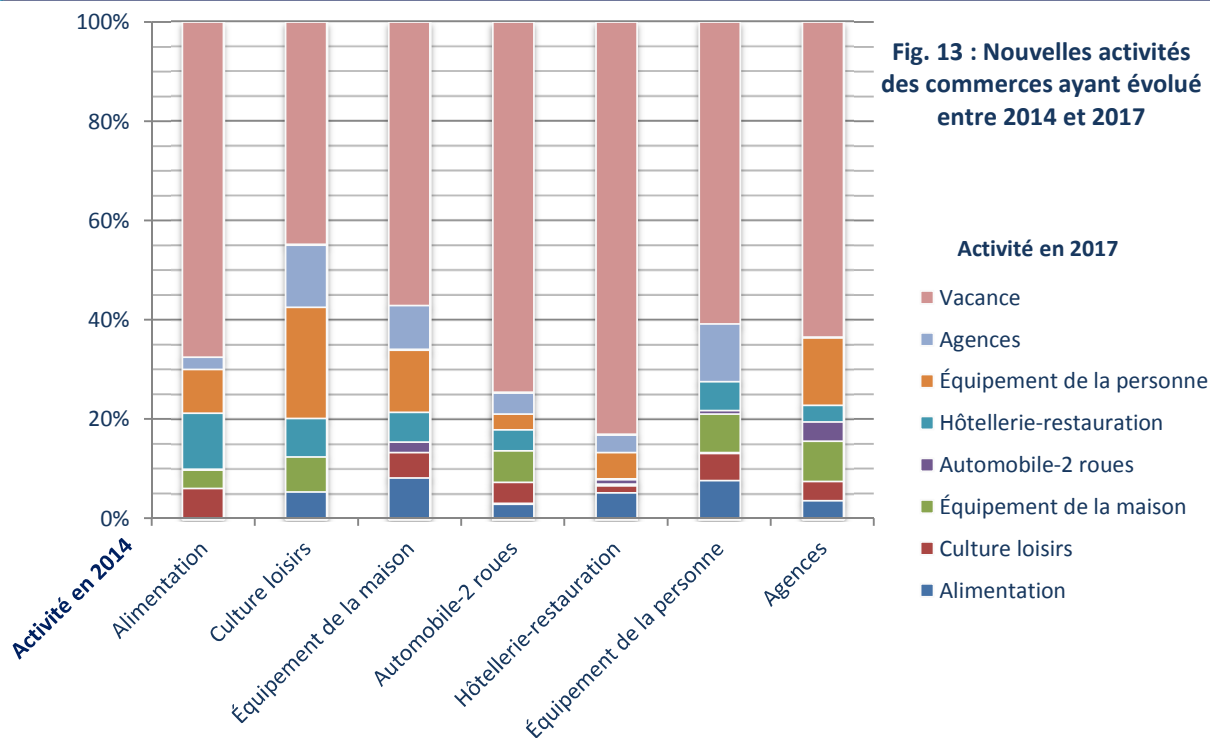
À l'inverse les commerces dédiés à la culture et à l'équipement de la maison montrent des changements d'activité et d'enseigne très nombreux, suivant ainsi les tendances déjà constatées en 2014.

Les commerces alimentaires sont touchés par les changements d'enseigne, mais restent plutôt stables en volume.

Enfin l'équipement de la personne et les agences font preuve d'une bonne santé de leur équipement commercial.

Source : BDD Équipement commercial 2014 et 2017 – CCI 94

Un secteur commercial relativement stable sur la période 2014-2017 (suite)



Source : BDD Équipement commercial 2014 et 2017 – CCI 94

Les cellules commerciales dédiées à l'équipement de la personne subissent, en nombre, davantage de changements que les autres commerces. L'équipement de la maison, l'hôtellerie-restauration et les agences font aussi l'objet de rotations assez fréquentes, alors que d'autres secteurs comme l'automobile et les deux roues jouissent d'une grande stabilité commerciale. Ces évolutions conduisent le plus souvent à de la vacance. Une grande majorité des cellules du secteur de l'hôtellerie-restauration qui ont subi des modifications entre 2014 et 2017 sont devenues vacantes (+ de 80% des cellules « hôtellerie-restauration » ayant évolué sur la période 2014-2017).

Le secteur de la culture et des loisirs est le moins touché par le phénomène de vacance commerciale. C'est aussi l'un des secteurs qui compte le moins d'évolutions de ses cellules. Moins de 50% de ces commerces ayant modifié leur activité sont devenus vacants entre 2014 et 2017. Les évolutions sont essentiellement des changements d'activité vers les secteurs de l'équipement de la personne (+ de 20%) et les agences (12%). Les commerces d'équipement de la maison suivent cette même tendance, bien que moins marqués que pour le secteur de la culture et des loisirs. En effet presque 60% des commerces ayant évolué sont devenus vacants, 7% vers les agences et 14% vers l'équipement de la personne.

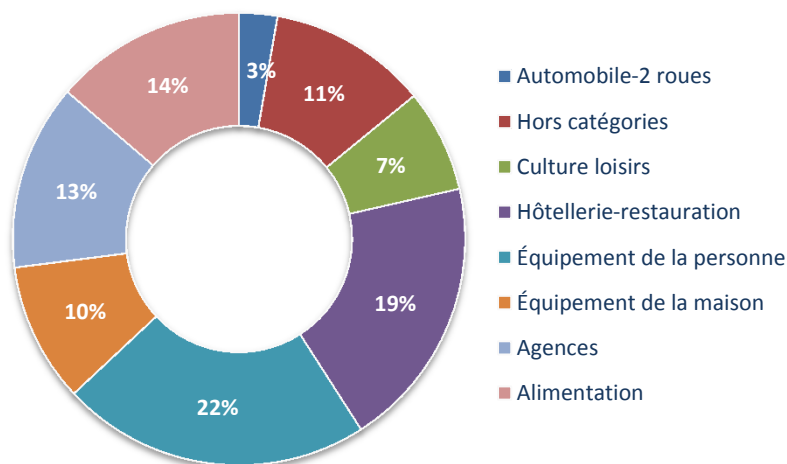
Les 2 secteurs qui gagnent le plus de nouveaux commerces (création pure et réaffectation de locaux vacants) sont :

- l'équipement de la personne (22% des locaux créés ou réaffectés)
- l'hôtellerie-restauration (19% des locaux créés ou réaffectés)

Ce qui peut laisser supposer que ces deux secteurs se sont relancés.

De façon générale, nous assistons à une **reprise du secteur commercial du département**, comme à l'échelle nationale depuis 2015. Dans le Val-de-Marne cela se manifeste surtout par la **stabilité récente des cellules commerciales** qui subissent moins de mutations.

Fig. 14 : Activités des cellules réouvertes et des créations pures



Source : BDD Équipement commercial 2017 – CCI 94

Évolution en détail par secteur d'activité

Entre 2014 et 2017, l'offre commerciale du Val-de-Marne évolue de la façon suivante :

- Légère hausse du nombre de commerces d'alimentation généraliste (+5%) portés par les commerces bio (+21%), comme durant la période 2014-2017, et les supermarchés « classiques » (+16%). Dans le même temps, l'alimentation spécialisée reste stable.
- Légère augmentation du nombre d'hôtels-café-restaurants (+1,4%) portés par la restauration rapide (+6%) qui compense en partie la baisse des hôtels de tourisme (-2%) et de la restauration traditionnelle (-2%).
- Légère progression du nombre de commerces de soins du corps (+1%), surtout du fait de la croissance des commerces de prothèses auditives (+26%) et des ongleries (+21%). Dans le même temps, diminution du nombre de pharmacies et parapharmacies (-5%), mais ralentie par rapport aux fermetures observées depuis quelques années (2002-2014 : -7,6%) suite à des regroupements.
- Baisse de 4% du nombre de commerces de culture-loisirs, particulièrement la location de DVD (-80%), le matériel d'optique, photo et développement photo (-27%) et les journaux/papeterie/librairie-fourniture de bureau (-13%) qui continuent de subir l'évolution des modes de consommation (achats sur internet).
- Diminution des commerces d'équipement de la personne (-14%), notamment les commerces de maroquinerie-bagagerie (-28%) et les commerces de prêt-à-porter dans leur globalité (-17%) qui subissent également une forte concurrence des boutiques en ligne.
- Recul des commerces de l'habitat de 5%, principalement du fait de la baisse des commerces d'équipement de la maison (-6,5%) et du bricolage-jardinage (-7%).

Des évolutions de l'équipement commercial en lien avec les modes de vie des Val-de-Marnais



- Modes de consommation « bio »

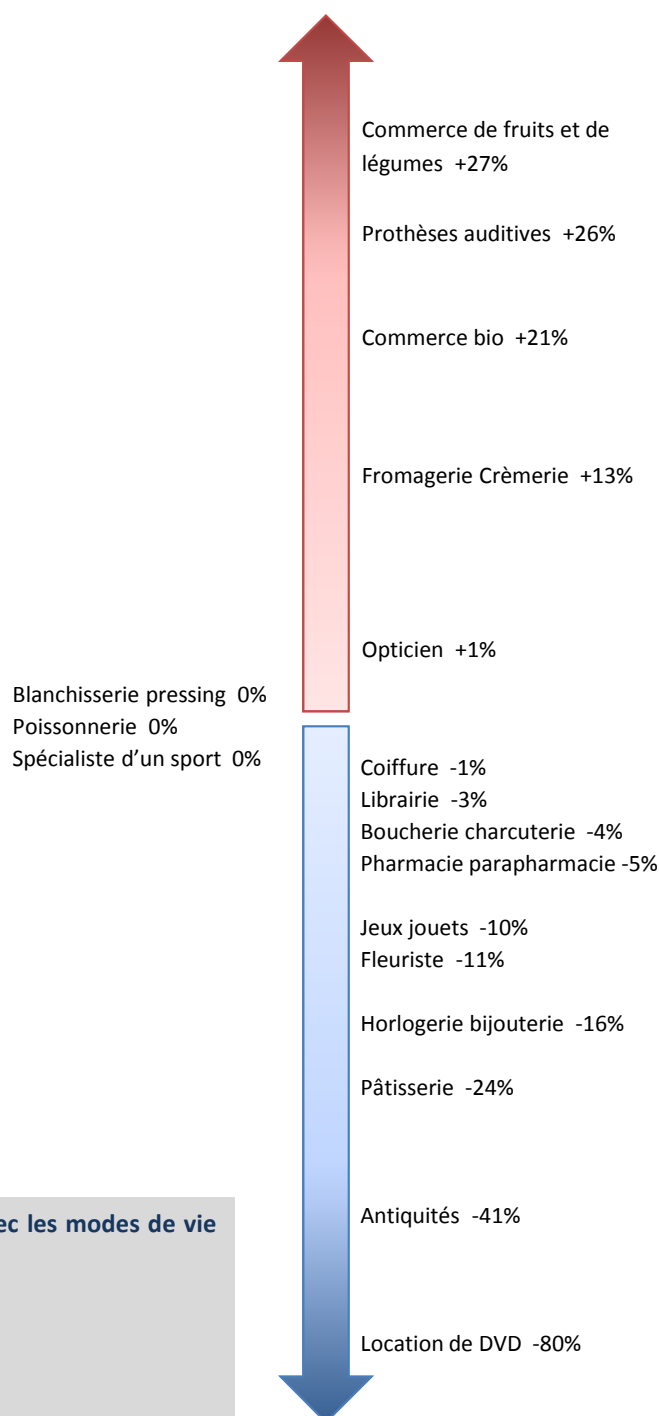


- Développement des pratiques e-commerce



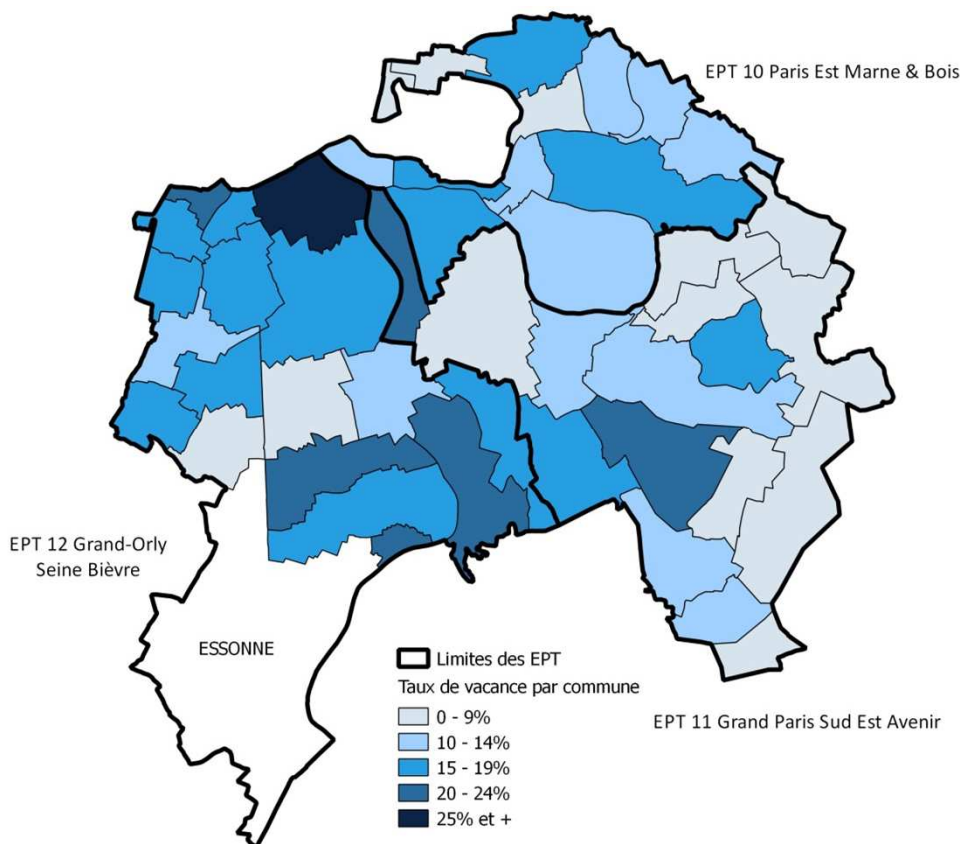
- Une population vieillissante : augmentation de la population de 60 ans et plus de 1,3% (source : INSEE millésime 2014).

Fig. 15 : L'équipement commercial val-de-marnais marqué par l'explosion de commerces de bouche



Source : BDD Équipement commercial 2017 – CCI 94

Fig. 16 : Des communes inégalement touchées par la vacance commerciale en 2017

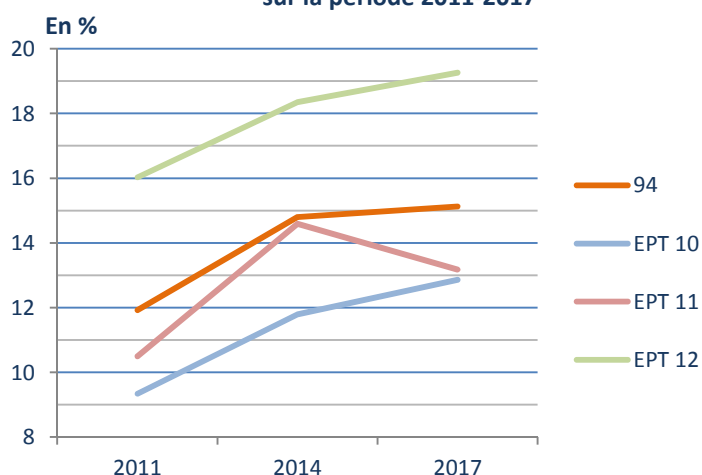


Vacance commerciale

Le taux de vacance est élevé. Au sein du département, la situation est très contrastée entre un territoire nord où le taux avoisine les 13% et un territoire à l'ouest dont le taux atteint 19,3%. Dans ces deux EPT le taux de vacance a augmenté sur la période 2014-2017 ; a contrario l'EPT Grand Paris Sud Est Avenir a vu son taux décroître et rejoindre le taux de Paris Est Marne & Bois autour de 13%. Par conséquent les écarts se creusent entre les différentes parties du territoire. On constate également de grandes différences du taux de vacance entre les communes.

Source : BDD Équipement commercial 2017 – CCI 94

Fig. 17 : L'évolution contrastée du taux de vacance par EPT sur la période 2011-2017



Source : BDD Équipement commercial 2011, 2014 et 2017 – CCI 94

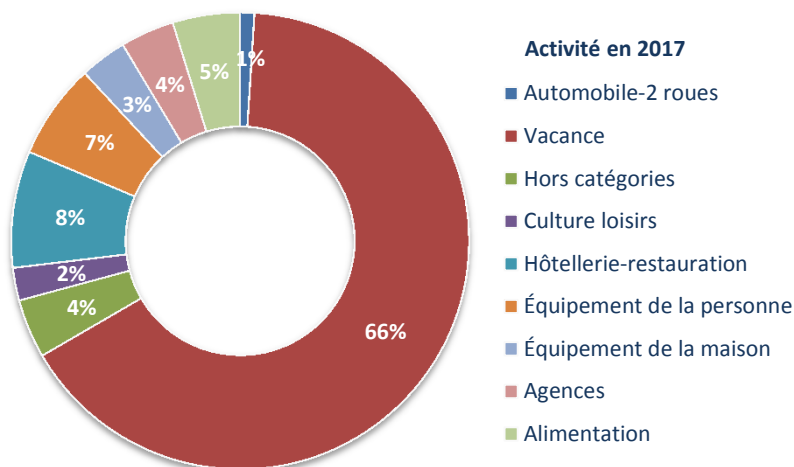
Chiffres-clés de la vacance en France en 2017

- Taux moyen de vacance en centre-ville (hors IdF):
 2012 : 7,2%
 2015 : 9,5%
 2017 : 11,1%
- Une augmentation annuelle de 1,16% des loyers sur la période 2013-2017
- Une forte corrélation entre la vacance commerciale, la vacance des logements, les politiques de mobilité, de diversification de l'offre commerciale

Source : PROCOS, Palmarès 2018 des centres villes commerçants les plus dynamiques.

15% de locaux commerciaux vacants (suite)

Fig. 18 : Activités en 2017 des locaux recensés vacants en 2014



Source : BDD Équipement commercial 2014 et 2017 – CCI 94

Les cellules vacantes en 2017 l'étaient déjà pour la plupart en 2014 : **deux tiers des locaux déclarés vacants en 2014 le sont encore en 2017**. Seulement 33% ont trouvé de nouveaux occupants. Ce sont l'hôtellerie et les commerces d'équipement de la personne qui redonnent en majorité une activité à ces locaux :

- 8% de ces cellules vacantes en 2014 ont retrouvé une activité d'hôtellerie-restauration en 2017,
- 7% sont devenus des commerces d'équipement de la personne.

Les cellules recensées vacantes en 2017 ne présentent pas de caractéristiques particulières ; en effet toutes les catégories de commerces sont touchées par la vacance.

- Les **cellules de petite taille** – entre 0 et 399 m² – sont largement majoritaires (97,8%) ; ces petites cellules sont déjà surreprésentées sur l'ensemble des commerces val-de-marnais (93,9%) et sont encore plus touchées par la vacance. Les surfaces de 400 à 999 m² sont quant elles moins présentes (1,3% des cellules vacantes, tandis qu'elles représentent 2,9% du total des cellules commerciales). Il en est de même pour les surfaces commerciales de 1 000 à 2 499 m².
- De même les **ensembles commerciaux** (centres commerciaux, parcs d'activités commerciales, ensembles commerciaux situés dans des gares, passages couverts et galeries marchandes) sont autant concernés par la vacance que les autres espaces commerciaux.

Annexe : présentation des EPT

Qu'appelle-t-on EPT ? Un EPT – ou établissement public territorial – est un regroupement de communes, dit aussi intercommunalité, au sein de la Métropole du Grand Paris. 12 EPT ont vu le jour en janvier 2016, couvrant toute la Petite Couronne, en substitution des anciennes structures intercommunales existantes. Les EPT sont compétents en matière de développement économique, politique de la ville, eau, assainissement, déchets, plan local d'urbanisme intercommunal et élaboration d'un plan climat-air-énergie, ainsi que d'action sociale et d'équipements culturels, socio-culturels, socioéducatifs et sportifs. Le Val-de-Marne rassemble trois EPT : Paris Est Marne & Bois (EPT 10), Grand Paris Sud Est Avenir (EPT 11) et Grand-Orly Seine Bièvre (EPT 12). Ce dernier s'étend aussi sur 6 communes de l'Essonne.

Fig. 19 : Présentation des EPT val-de-marnais

	Situation	Communes	Habitants	Densité (hab./km ²)
Paris Est Marne & Bois	Nord	13	505 149	8 972
Grand Paris Sud Est Avenir	Est	16	309 423	3 100
Grand-Orly Seine Bièvre	Ouest	24 (dont 6 en Essonne)	686 417 (581 901 sans Essonne)	5 554 (6 546 sans Essonne)

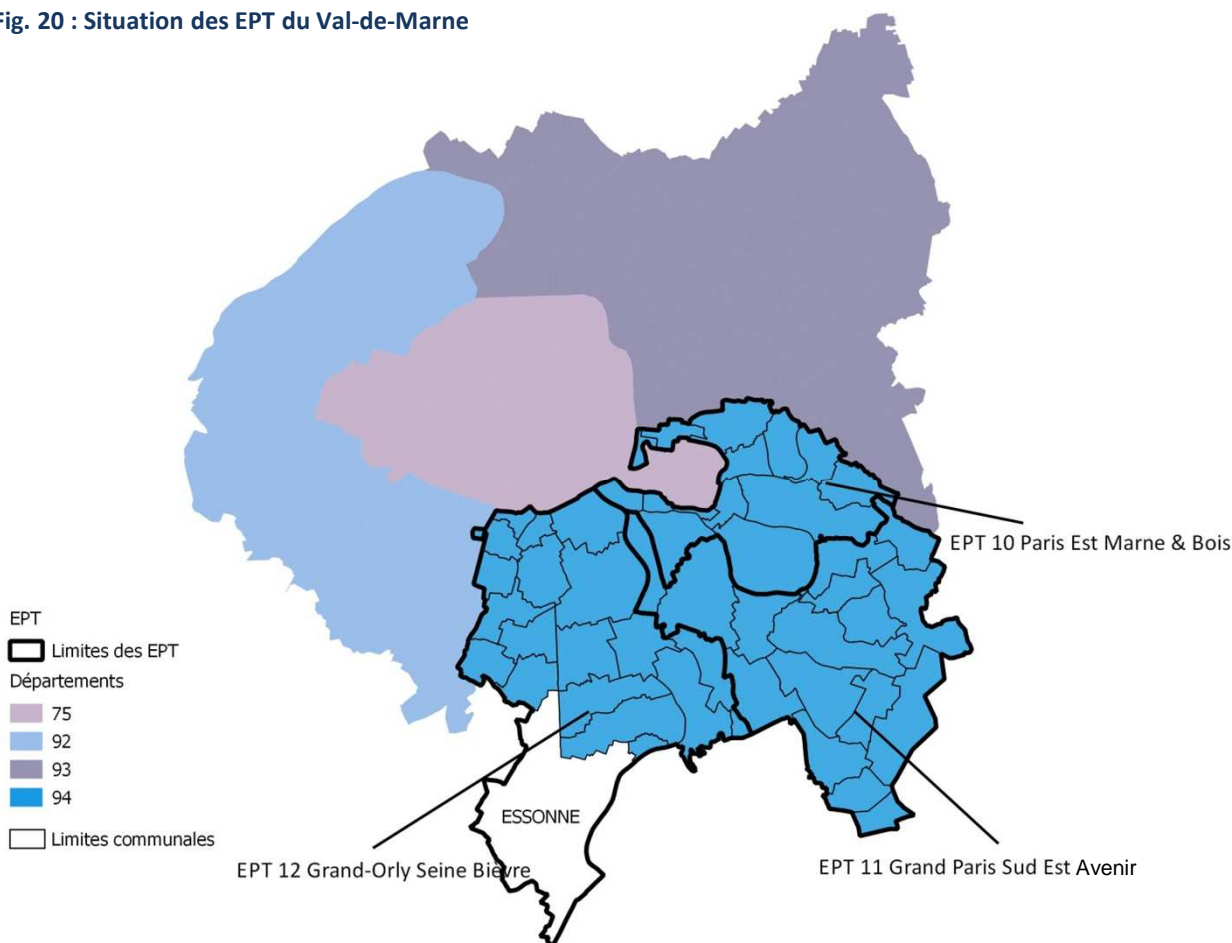
Source : INSEE, 2014

- **Paris Est Marne & Bois** : Bry-sur-Marne, Champigny-sur-Marne, Charenton-le-Pont, Fontenay-sous-Bois, Joinville-le-Pont, Le Perreux-sur-Marne, Maisons-Alfort, Nogent-sur-Marne, Saint-Mandé, Saint-Maur-des-Fossés, Saint-Maurice, Villiers-sur-Marne et Vincennes.
- **Grand Paris Sud Est Avenir** : Alfortville, Boissy-Saint-Léger, Bonneuil-sur-Marne, Chennevières-sur-Marne, Créteil, La Queue-en-Brie, Le Plessis-Tréville, Limeil-Brévannes, Mandres-les-Roses, Marolles-en-Brie, Noisieu, Ormesson-sur-Marne, Périgny, Santeny, Sucy-en-Brie et Villecresnes.
- **Grand-Orly Seine Bièvre** : Ablon-sur-Seine, Arcueil, Cachan, Chevilly-Larue, Choisy-le-Roi, Fresnes, Gentilly, Ivry-sur-Seine, L'Haÿ-les-Roses, Le Kremlin-Bicêtre, Orly, Rungis, Thiais, Valenton, Villejuif, Villeneuve-le-Roi, Villeneuve-Saint-Georges et Vitry-sur-Seine (Essonne : Athis-Mons, Juvisy-sur-Orge, Morangis, Paray-Vieille-Poste, Savigny-sur-Orge et Viry-Châtillon).

Source : <data.gouv.fr>, 2018

Annexe : présentation des EPT (suite)

Fig. 20 : Situation des EPT du Val-de-Marne



Note méthodologique du recensement 2017

La cellule commerciale est un local pouvant accueillir une activité commerciale, situé en rez-de-chaussée et ayant une vitrine et un accès sur la rue.

Le commerce dit hors catégories définit les bureaux, les locaux dédiés au stockage et le médical en boutique.

La cellule/local vacant(e) est un local existant dans lequel aucune activité n'a été constatée. La vacance peut être liée à plusieurs causes : cessation d'activité, situation de transition entre 2 activités, travaux avec fermeture de commerce...

Le taux de vacance est le rapport entre le nombre de cellules vacantes et le nombre total de commerces recensés.

Une mutation/rotation commerciale correspond au type d'évolution d'une cellule commerciale entre deux recensements.

Cellule active = nombre total de cellules – (cellules vacantes + cellules hors catégories)

Contact

Service Études et information territoriale de la CCI 94
etudes-94@cci-paris-idf.fr

©CCI Val-de-Marne
8, place Salvador Allende 94000 CRÉTEIL
SIRET : 130 017 270 00047

La CCI Val-de-Marne est une établissement de la CCI Paris Ile-de-France – Juin 2018

Suivez-nous sur

Twitter



Site internet



Dossier réalisé par Jeanne Fontaine et Alexandra Boulay

Les informations publiées dans cette publication ne sauraient en aucun cas engager la responsabilité de la CCI Val-de-Marne et de la CCI Paris-Ile-de-France. La reproduction de tout ou partie du présent document est autorisée sous l'expresse réserve d'en mentionner la source.