

DÉSERTIFICATION !

SOUTIEN AUX SOIGNANTS



MédiaChartres soutien, plus que jamais, le monde médical.

L'enquête MédiaChartres:



Les centres-villes meurent les uns après les autres, sur le territoire Français. Les raisons sont multiples (mais étaient prévisibles), depuis les années 70's les Hypers marchés n'ont cessé de réduire l'attractivité du commerce de proximité (centre-ville). La réduction du stationnement de surface et les prix prohibitifs

des parkings, le prix exorbitant des loyers, impôts et taxes, tout ce qui a contribué à l'accélération d'une disparition inéluctable.



Le pouvoir d'achat et l'inflation, ont presque achevé le processus de la désertification des « cœur de ville », que les pouvoirs publics tentent en vain, malgré des sommes exorbitantes

(subventions) de maintenir à flot.



Reconversion difficile, même pour les grands centres commerciaux qui doivent en permanence se réinventer sous peine de disparition. Les drives, le I commerce, les discounteurs, sont autant de difficultés à

surmonter pour maintenir une fréquentation suffisante à la survie.

L'hypermarché est-il fini ?

Capital



De plus en plus vigilants, les consommateurs sont attentifs à : la qualité, l'origine, et bien sûr... aux prix !

Avant de croire ce que dit
la presse, cherchez à
savoir qui paie l'encre.



Dans le centre-ville de Chartres, l'hécatombe s'amplifie et les fermetures s'enchainent à un rythme effréné. Les magazines diffusés par la mairie ou l'agglomération, soutenus par la Presse locale, essaient, à grands renforts de communications, de faire comme si les épisodes du feuilleton « **Plus belle la vie, encore** », étaient tous réalisés à Chartres.

Exemples : *Kookaï, Camaïeu, Go Sport, Armextrem, Burton, Pimki, sur le pouce, Simple temps, Le St Hillaire, Istanbul grill, Au plaisir d'offrir, Minelli, Les voisins, Mirabelle, Esprit gourmand, Fresh burritos, Billie & June, La journée, Défini'tif, Unique & féminine, Jennyfer, (pour n'en citer, que quelques-uns).*



Pour « **faciliter** » (...) l'installation des nouveaux commerces, la mairie subventionne une association et lui a même offert une vitrine, surface commerciale dont le montant du loyer et le bail, restent des secrets bien gardés ?

À charge pour cette « **association** » d'engranger de nouveaux adhérents, en faisant pour cela, des pressions et des promesses de répressions administratives (ou autres) auprès des non-adhérents, à l'exemple de la Pizzeria « **PizzaCossy** » !

D'après des sources, **l'association aurait encaissé des montants publicitaires de commerçants, sans jamais les avoir publiés ?**



Commerce difficile en voie de disparition [...], les boutiques « éphémères » fleurissent partout, le « Turnover » s'amplifie, les galeries marchandes se désertifient, bref... il faut avoir beaucoup de courage, pour ouvrir un commerce aujourd'hui.



Martine Leroy