



LA DYNAMISATION DU COMMERCE LOCAL



Contexte

Le **tissu commercial du Grand Est** est **disparat**e avec des **pôles commerciaux forts et denses** autour des grandes villes et métropoles, cohabitant avec des **zones rurales dévitalisées** et des quasi « **déserts** », alors que les besoins des populations et des collectivités y sont bien réels. L'enjeu est d'intervenir de façon localisée mais coordonnée sur l'ensemble des bourgs pour équilibrer le maillage commercial de la région et afin d'éviter une évasion commerciale importante vers d'autres territoires (transfrontaliers par exemple).

Les commerçants indépendants sont souvent isolés et livrés à eux-mêmes à l'inverse des commerces organisés. Dans la **période de mutations économiques** que nous vivons, les CCI ont pour rôle d'amener ces entreprises vers de nouvelles opportunités de développement et d'impulser l'innovation.

Les CCI de la région Grand Est ont bien pris la mesure de l'**enjeu de la digitalisation** des entreprises. Elles déploient des conseillers et organisent des actions dédiées à l'économie numérique qui connaissent un grand succès. Ces actions et moyens doivent être renforcés pour pouvoir être proposés à très grande échelle.

En termes de comportements d'achat, les **habitudes de consommation mutent et évoluent** et de **nouveaux besoins** se font sentir. Les postes de dépenses prioritaires ont évolué fortement ces dernières années. Le danger est de ne pouvoir répondre à cette **demande évolutive et flexible**. Les CCI jouent dans ce domaine un **rôle d'alerte**.

Nous assistons aussi à une **évolution de la mobilité des consommateurs** avec une optimisation de leurs déplacements (ex : boom des achats sur le trajet travail-domicile).

Enfin, les **exigences réglementaires accrues** (accessibilité, sécurité, hygiène...) nécessitent une **adaptabilité de l'entreprise** face à son environnement mouvant. Le rôle des CCI est prépondérant dans l'**information réglementaire** de tous leurs ressortissants afin d'éviter l'isolement des zones moins denses et moins structurées.

Nous faisons face à un tissu vieillissant de chefs d'entreprise. **Un tiers des chefs d'entreprises du commerce ont 55 ans et plus**. La pérennisation des commerces est un enjeu majeur pour notre territoire.



Ambition

L'**appui aux entreprises de commerce à toutes les étapes de développement**, aussi bien individuellement que collectivement, relève d'une **mission fondamentale des CCI**.

Les CCI de la région Grand sont les acteurs légitimes pour permettre la **pérennisation et le développement du tissu commercial, le maintien et la création d'emplois**.

Pour cette « catégorie » de ressortissants, les CCI se trouvent face à plusieurs défis et ont défini les grandes orientations qui sont autant de **champ d'actions** dans leurs compétences avérées :

- Les CCI du grand Est proposent de convenir d'un **partenariat avec la région Grand Est qui permettra de mobiliser les moyens (financiers, humains) à la hauteur des enjeux** de notre territoire.
- Le réseau des CCI est bien organisé pour **répondre aux besoins de proximité** et proposer **différents niveaux d'intervention**.
- En ce qui concerne la **proximité territoriale**, les CCI sont bien présentes et identifiées par leurs ressortissants avec une offre de services répondants aux principaux besoins : Centre de Formalités des Entreprises, centres de formation et d'apprentissage, permanences ou antennes... Néanmoins, l'opportunité de contribuer au SRDEII et de « contractualiser » permettra de déployer à plus grande échelle des actions dont ne pourraient pas bénéficier les commerçants seuls.

Les CCI du Grand Est sont en mesure de mobiliser **30 conseillers spécialisés** en faveur du commerce local et du développement territorial.



5 axes d'intervention

AXE 1

Le développement du commerce local

Cela pourrait être formalisé par un accompagnement à la demande de collectivités sur des problématiques territoriales qui se traduirait par la mise en place de management de centre-ville et de pôles commerciaux en conventionnement.

- Identifier des projets rattachés à des territoires via études par observatoires
- Mettre en place une logique collective et partenariale
- Elaborer un projet d'animation collective d'envergure par territoire
- Proposer une A.M.O aux collectivités du territoire pour la création de cellules de management de centre-ville.

AXE 2

La digitalisation des points de vente

Programmes conventionnés en partenariat avec la Région Grand Est :

- Programme en faveur de l'appropriation des usages du numérique par les commerçants : ateliers de formations numériques, conférences, mise en place d'une plateforme pédagogique en ligne.
- Programme d'accompagnement des entreprises avec aide financière pour les investissements et l'équipement des commerces, suite aux préconisations formulées par un conseiller CCI dédié.
- Programme d'accès au haut débit (inégal dans notre région).

AXE 3

L'aménagement des points de vente

L'aménagement de point de vente doit être une action portée sur l'ensemble de la région car elle permettra de moderniser l'outil de vente et d'accroître le chiffre d'affaire et l'attractivité de nos commerces. Cette action doit intégrer les éléments suivants :

- Efficience énergétique (amélioration de la performance)
- Aide à l'investissement (matériel, travaux...)
- Assistance expert (innovation, design.....)

Cette action pourrait faire l'objet d'un financement de la région Grand Est avec une consultation destinée à référencer des agences spécialistes des activités de commerce sur tout le territoire. Il serait aussi intéressant de permettre aux entreprises de bénéficier de financements à taux préférentiels pour leurs investissements.

AXE 4

Le marketing du commerce régional

- Marketing territorial : attractivité du territoire, positionner le commerce comme facteur de développement touristique
- Mise en valeur d'une offre commerciale diversifiée et innovante
- Valorisation des acteurs à travers des labels (de type « qualité tourisme » à adapter aux commerçants)
- Capitaliser sur des événements commerciaux phares (marché de Noël.....)

AXE 5

Le développement des compétences

- Formation continue et apprentissage
- Formation longue
- Formation qualifiante commerciale



Trois cibles

Les commerçants, les associations de commerçants, les collectivités.

➔ CIBLE 1 : les entreprises

1) Observation et identification des besoins

Capacité à qualifier le besoin de chef d'entreprises

Outil : CCIMAP Point de vente à déployer dans l'ensemble des CCI (outil utilisé par les conseillers en amont)

2) Quatre niveaux d'accompagnement

1^{ère} étape : Sensibilisation et stimulation

- Entretiens découvertes
 - auto diagnostics disponibles sur les plateformes internet,
 - réunions collectives,
 - entretiens Individuels sur site.

2^{ème} étape : Diagnostic expert

- **Evaluation de la performance de l'entreprise via audit (visites mystère) et diagnostics (forces faiblesses...)**

Via l'outil challenge accueil qualité + audit numérique ou «CCIMAP point de vente». Equipes CCI dédiées à la mise en œuvre de cette 2^{ème} étape

3^{ème} étape : Plan d'action et proposition de solutions

Cette étape est une incitation à l'action : CCI SOLUTIONS

- **Elaboration des packs performances**
 - Performance du dirigeant
 - Performance commerciale
 - Innovation
 - Numérique
 - Financement
 - Ressources Humaines – GPEC- Formation
 - Règlementation-Sécurité-environnement

Pour chacun de ces packs, création d'une boîte à outils pour accompagner le chef d'entreprises. Le partenariat pourrait être une prise en charge partielle ou totale de cet accompagnement expert nécessaire pour l'entreprise qui doit en bénéficier suite aux préconisations formulées par le conseiller dans le cadre de l'étape 2. L'accompagnement se fait par le conseiller CCI interface entre prestataire et l'entreprise.

4^{ème} étape : Promotion et valorisation des acteurs et du territoire

- **Mise en place de trophées valorisant les innovations et les actions menées par les entreprises dans chacun des packs performance**

Le partenariat pourrait se traduire par un financement des événements récompensant les succès et mettant en avant les partenaires comme la Région Grand Est et les CCI

➔ CIBLE 2 : les associations de commerçants

1) Accompagner à la professionnalisation des réseaux et des associations

- Création d'une offre packagée pour les associations
- Diagnostics d'association évaluation et préconisation
- On signe une convention avec le territoire
- Prestation d'assistance à maîtrise d'ouvrage pour la CCI et partenariat envisagé avec la Région grand Est pour financer tout ou partie des actions territoriales
- Aide à la recherche des sponsors
- Inciter au partenariat territorial

2) Faciliter la création d'associations dans les territoires non pourvus

➔ CIBLE 3 : les territoires

1) Etudes et observatoire de l'activité commerciale

Connaître et maîtriser le tissu commercial pour mieux accompagner les entreprises du commerce et les territoires. Les CCI ont l'expertise reconnue dans ce domaine et le partenariat pourrait se traduire par le financement d'études à forte valeur ajoutée afin d'avoir une lecture la plus précise possible des besoins et des données des entreprises de la région (taux d'équipement numérique, formations, entreprises qui souhaitent investir, où consomme la population, zones de chalandise et état du commerce par territoire...).

- Analyse des besoins des entreprises du commerce (centre-ville, centre-bourg, périphérie, fiches sectorielles)
- Diagnostic territorial et armature commerciale (inventaire commercial, taux de vacance, établissement +300 m²)
- Analyse des flux d'achat des ménages (Grand Est et frontaliers) pour apporter des outils d'aide à la décision dans la rédaction des PLU, PDU, SCOT, Périmètre de sauvegarde...
- Mesure de l'attractivité des territoires via des fiches sectorielles...

2) Conventionnement avec les territoires pour redynamiser leur tissu commercial.

Synthèse

Objectifs <ul style="list-style-type: none">❖ Accompagner les entreprises du commerce dans leur développement sur toutes leurs préoccupations❖ Accompagner les territoires dans le développement de leurs pôles commerciaux❖ Accompagner les associations de commerçants dans leur dynamique collective❖ Elaboration d'un observatoire de l'activité économique avec études et indicateurs clés	Cibles <ul style="list-style-type: none">❖ Entreprises du commerce❖ Collectivités❖ Associations de commerçants
Impacts <ul style="list-style-type: none">❖ Montée en compétences des entreprises du commerce❖ Amélioration de la performance et de la compétitivité❖ Développement de l'activité (emploi, CA, création de Valeur...)❖ Dynamiser le développement commercial des territoires de la Région grand Est❖ Renforcer l'expertise technique, la connaissance des besoins et de la situation commerciale du territoire	Facteurs clés de réussite <ul style="list-style-type: none">❖ Equipe commerce CCI en région Grand Est : 30 collaborateurs❖ Démarche d'accompagnement à la carte❖ Pertinence de la qualification des besoins des entreprises de commerce❖ Financements adaptés et incitatifs aux investissements
Mise en œuvre <ul style="list-style-type: none">❖ Porteur : Chambres de Commerce et d'Industrie (services commerce et observatoire économique)❖ Financeurs : Région Grand Est / Directe/ Collectivités❖ CCI (temps agents)	Partenaires <p>Tout l'environnement autour des entreprises de commerce</p>