



**AUVERGNE-RHÔNE-ALPES**

# Commerce

---

## Appui aux Entreprises

Mandature 2016-2021



# Table des matières

|  |    |
|--|----|
| Vision générale du Schéma et de la réponse au besoin de l'entreprise   | 5  |
| Le commerce, un rôle majeur dans l'économie régionale  | 5  |
| Ambition et positionnement des CCI dans l'écosystème   | 5  |
| Lien avec le SRDEII du Conseil Régional  | 6  |
| Définition de l'activité   | 8  |
| Les cibles   | 8  |
| Les priorités stratégiques   | 8  |
| Axe 1 : Dynamiser l'attractivité commerciale des territoires   | 8  |
| Axe 2 : Soutenir et professionnaliser les associations de commerçants et les dispositifs de management de centre-ville | 11 |
| Axe 3 : Aider les entreprises à se développer et s'adapter   | 13 |
| Axe 4 : Faciliter l'accès au financement des entreprises   | 15 |
| Axe 5 : Valoriser l'image du commerce et de ses entreprises  | 16 |
| Définition des ressources nécessaires  | 19 |
| Ressources financières   | 19 |
| Moyens humains   | 19 |
| Ressources partenariales   | 20 |
| Outils   | 20 |
| Suivi du schéma  | 21 |
| Indicateurs  | 21 |
| Principes d'actualisation  | 21 |



Le décret du 26 décembre 2016 prescrit l'écriture d'un Schéma de l' « Appui aux entreprises, comprenant notamment les formalités, la création, la transmission et la reprise d'entreprises, le développement international, l'innovation et l'intelligence économique, le développement durable et l'environnement, le développement collectif des entreprises et l'information économique ».

La CCIR Auvergne-Rhône-Alpes a initié un processus d'écriture du Schéma de l'Appui aux entreprises garantissant la couverture de ces sujets. L'élaboration s'est effectuée au travers de Commissions d'élus, réunies autour des principales composantes du Schéma, selon une double approche : sectorielle d'une part, et thématique d'autre part, étant entendu que certaines thématiques dépassent naturellement la cible sectorielle qui lui est plus couramment associée (par exemple Intelligence Economique ou Développement Durable et Industrie). La CCIR a naturellement mis en œuvre en parallèle les coordinations nécessaires à une rationalisation d'ensemble, et notamment à une recherche de transversalité.

L'écriture s'est ainsi effectuée au travers des travaux de Commissions régionales portant sur les périmètres suivants :

- Industrie / Services, Innovation et Intelligence Economique
- Commerce
- Tourisme
- Création Transmission Reprise Formalités
- Développement Durable et Environnement
- Développement International

**La transversalité d'approche a été conçue à plusieurs niveaux, et ce jusqu'au niveau le plus opérationnel.**

Elle se traduira tout d'abord par la mise en place d'ici fin 2017 d'une GRC commune régionale, VITAE, transversale aux métiers du réseau (y compris au-delà de l'Appui aux entreprises, et notamment la Formation). Cette GRC permettra un processus de traitement de la demande unifié, proactif et réceptif, comptable de l'activité des CCI auprès des différentes cibles et sur les différentes thématiques.

Elle se formalisera ensuite par la concrétisation d'une offre de services aux entreprises ouverte chaque fois que possible à toutes les cibles. Il a ainsi, exemple notable, été identifié que le programme collectif « TOP » qui a été élaboré à l'attention des TPE du Tourisme pourrait bénéfiquement s'étendre à la sphère du Commerce, des Services, et même de certaines entreprises industrielles de cette taille. En approche trans-thématique on notera par exemple, plus historiquement, les services déployés dans le cadre du consortium Enterprise Europe Network au titre de l'Innovation, l'Intelligence Economique et le Développement International.

Par ailleurs, des sujets transversaux ont été particulièrement approfondis dans chacun des périmètres du Schéma :

- Les enjeux du numérique pour les entreprises, thème majeur adapté à chaque cible et à chaque thème,
- Le développement collectif des entreprises, l'approche collective constituant à la fois une valeur et un levier d'optimisation de l'action du réseau,
- Les formalités (Création Transmission Reprise et International),
- Enfin, au titre de l'amélioration continue de l'efficacité du réseau, ont été abordées et seront développées les questions de numérisation des services du réseau CCI, de la mutualisation et du renforcement des compétences humaines consulaires.

Enfin, des liens étroits ont été construits :

- Avec l'information économique
- La représentation des entreprises (notamment Commerce et Développement Durable)
- L'Appui aux territoires
- La Formation

# Vision générale du Schéma et de la réponse au besoin de l'entreprise

---

## Le Commerce, un rôle majeur dans l'économie régionale

Le commerce dans toute sa diversité (commerces de proximité, grandes surfaces, marchés, franchises, e-commerçants...) tient un rôle essentiel dans la vie économique et sociale de la région. Avec ses 110 000 établissements et une création d'entreprise sur cinq, c'est un précieux pourvoyeur d'emplois non délocalisables. En Auvergne-Rhône-Alpes, plusieurs centaines de milliers d'emplois salariés et non salariés en dépendent.

Le commerce dans la région, c'est aussi :

- Plus de 90% d'entreprises qui disposent de moins de 10 salariés.
- Près de 3 000 communes en Auvergne-Rhône-Alpes qui comptent au moins 1 commerce (70% des communes de la région).
- 5 701 établissements de plus de 300 m<sup>2</sup> dont 1 607 commerces alimentaires et 4 094 commerces non alimentaires.
- 13 336 commerçants non sédentaires et 1 554 tenues de marchés hebdomadaires.

Au-delà de sa seule activité marchande, le commerce assure également bien d'autres fonctions. Dans une société en perte de repères, il apporte du lien social et du contact humain. Il participe aussi à l'aménagement du territoire et à la qualité de vie, notamment dans les villages et les quartiers.

Néanmoins, le monde du commerce est en constante évolution et l'activité commerciale est aujourd'hui impactée par des mutations touchant à la fois aux circuits de distribution, aux attentes des consommateurs ou encore à la transition numérique.

## Ambition et positionnement des CCI dans l'écosystème

Les CCI disposent incontestablement de nombreux atouts pour accompagner les entreprises commerciales : des relations de proximité, des liens de confiance qu'elles entretiennent avec les entreprises, une connaissance fine du tissu économique local leur permettant d'identifier les besoins des commerçants en constante évolution et de construire une offre de services structurée et adaptée à leurs demandes. Par ailleurs, elles disposent d'un positionnement particulièrement fort en matière d'urbanisme commercial et d'observation du commerce.

Pour toutes ces raisons, la CCIR et les CCI de la région sont positionnées comme les 1<sup>ers</sup> opérateurs de terrain auprès des entreprises commerciales et comme un acteur leader sur la question du commerce à l'échelle régionale et locale.



Il convient de conforter ce positionnement dans le contexte de la montée en puissance des collectivités locales notamment (communes, agglomérations et métropoles, Conseil Régional...) en valorisant encore plus fortement les compétences et les capacités d'intervention du réseau auprès des partenaires et des entreprises. Les CCI d'Auvergne-Rhône-Alpes doivent également conforter leur rôle de représentants des intérêts généraux du commerce en restant des acteurs incontournables sur le terrain ou au sein des instances (commissions d'accessibilité, comités de pilotage, comités d'enseignes, gouvernances locales...), dans les différentes consultations ou via les positions et avis à émettre. Elles doivent aussi conserver leurs fonctions d'interface entre les collectivités locales et les acteurs du commerce.

## **Lien avec le Schéma Régional de Développement Economique, d'Innovation et d'Internationalisation du Conseil Régional**

Le Conseil Régional Auvergne-Rhône-Alpes a voté le 16 décembre 2016 son Schéma Régional de Développement Economique, d'Innovation et d'Internationalisation (SRDEII) qui se présente comme la « feuille de route pour soutenir le développement économique du territoire, dans toute sa diversité » y compris pour les questions du commerce et de l'économie de proximité.

Un véritable programme régional en faveur du commerce a été spécifiquement conçu afin de créer et de maintenir des emplois dans les TPE et PME commerciales, artisanales et de services, ayant un ancrage local fort.

Plus précisément, le Conseil Régional souhaite agir sur les 3 axes suivants dans le cadre de la stratégie fixée par le SRDEII :

- **Volet « Territoires » / Dynamiser les territoires, en priorité les centres-villes et centres-bourgs, pour stimuler l'emploi dans le tissu commercial et artisanal de proximité**
  - Soutien aux investissements des communes et des EPCI : remembrement, pépinières commerciales, dernier commerce...
  - Cellule régionale sur le management de centre-ville.
  - Appel à projets innovants collectifs : numérique, marchés, unions commerciales...
  
- **Volet « Financement des entreprises » / Soutenir directement le financement des entreprises dans leurs projets de création et de développement**
  - Ingénierie financière : dispositifs création, reprise et transmission d'entreprises, prêts d'honneur, garanties sur prêts bancaires...
  - Aides directes à l'investissement des entreprises de l'économie de proximité.

- **Volet « Accompagnement des entreprises » / Accompagner les dirigeants d'entreprise pour améliorer leur performance économique**
  - Appui au conseil individuel.
  - Plan TPE de l'Economie de proximité (appui collectif).

La CCI de région et le réseau des CCI se positionnent pour être des opérateurs du SRDEII pour chacun de ces objectifs dans une relation partenariale, respectueuse de la décision des élus régionaux, réactive, et déclinable dans chaque espace territorial.



# Définition de l'activité

---

## Les cibles

La mise en œuvre du Schéma sectoriel Commerce est guidée par une segmentation fine prenant en compte les cibles suivantes :

1-Les entreprises du commerce de détail sous toutes leurs formes (commerce indépendant, grande distribution, commerce non sédentaire, e-commerçants, commerce organisé et commerce de gros...).

2-Les associations de commerçants.

3-Les collectivités territoriales qui constituent une des particularités fortes du Schéma sectoriel Commerce en lien étroit avec le Schéma Appui aux Territoires.

4-Les entreprises de services à la personne dans le cadre par exemple des problématiques liées à la Silver Economie qui pourront faire l'objet de réflexions et d'actions d'accompagnement expérimentales de la part des CCI intéressées.

## Les priorités stratégiques

Dans le cadre du Schéma sectoriel Commerce, les CCI d'Auvergne-Rhône-Alpes se sont fixées les 5 priorités stratégiques suivantes :

- Dynamiser l'attractivité commerciale des territoires.
- Soutenir et professionnaliser les associations de commerçants et les dispositifs de management de centre-ville.
- Aider les entreprises commerciales à se développer et s'adapter.
- Faciliter l'accès au financement des entreprises.
- Valoriser l'image du commerce et de ses entreprises.

- **Axe 1 : Dynamiser l'attractivité commerciale des territoires**

- **L'urbanisme commercial et l'observation du commerce, une priorité forte**

La CCI de région et les CCI d'Auvergne-Rhône-Alpes ont décidé de poursuivre ou d'engager un ensemble d'actions utiles aux intérêts du commerce. Le premier axe de ce travail porte sur le développement de l'information économique nécessaire à la définition des actions des CCI, utile aux commerçants pour positionner leur activité et leurs résultats ainsi qu'aux responsables publics. C'est ainsi qu'ont été développés des observatoires du commerce et de la consommation permettant d'apprécier finement les évolutions des comportements d'achats des ménages et les mutations de l'appareil commercial. Ces observatoires constituent des outils incontournables pour la définition d'une stratégie d'urbanisme commercial, la contribution à la préparation des documents et l'élaboration d'avis sur les procédures et documents d'urbanisme concernant le commerce (SCOT, PLU, DAAC) évoqués dans le Schéma Appui aux Territoires.



La mise en place d'une démarche régionale autour des enquêtes-ménages fait partie des grandes priorités du Schéma sectoriel Commerce. Les premières vagues d'enquêtes ont déjà été mises en œuvre sur différents territoires de la région (Ain, Beaujolais, Lyon Métropole Saint-Etienne Roanne). Il s'agit maintenant d'amplifier ce mouvement sur les autres départements et de se doter à l'échelle régionale d'une véritable expertise, dotée de moyens humains et financiers dédiés, en lien étroit avec la Direction de l'Information Economique de la CCI de région. La constitution d'un véritable tableau de bord régional est envisagée. Il comprendrait notamment les éléments suivants : commerces de plus de 300 m<sup>2</sup>, décisions des Commissions Départementales et Nationales d'Aménagement Commerce, liste des marchés, emploi... et s'appuierait également, selon des modalités à définir, sur la GRC régionale dénommée VITAE.

Par ailleurs, la constitution d'une offre d'expertises et d'outils communs mutualisés sur ces questions est un des objectifs du Schéma sectoriel Commerce. Il s'agira notamment de développer, dans les CCI de la région, des outils d'analyse de l'offre commerciale des secteurs marchands, de la vacance commerciale, de comptages de flux, d'analyse d'impacts en s'appuyant sur l'expérience des dispositifs déjà existants dans le réseau et ayant fait leurs preuves : Ubibox, Actiscope...

Le développement de ces outils d'expertise permettrait aux CCI d'Auvergne-Rhône-Alpes et à la CCI de région de renforcer leurs collaborations et les perspectives de partenariats avec les collectivités locales, le Conseil régional et les Inter-Scot et de prendre des positions fortes sur les questions d'urbanisme commercial qui apparaissent comme stratégiques.

Il s'agira enfin, dans l'esprit du Schéma Représentation des Entreprises, de veiller à la bonne défense des intérêts des entreprises commerciales par la CCI de région et les CCI, véritables interlocuteurs privilégiés, dans les différents organismes ou commissions et sur le terrain aux côtés des élus locaux, des unions commerciales ou des structures de management de centre-ville.

- **Le soutien au commerce non sédentaire, véritable atout de nos villes et de nos villages**

Les commerçants non sédentaires font vivre tous les jours les marchés de nos villes et villages en entretenant un climat de convivialité et une ambiance chaleureuse. Les producteurs contribuent à tisser un lien social essentiel dans les zones rurales, les villes mais aussi dans les quartiers. Pôles d'animations commerciales incontestables, les marchés sont aussi un vecteur économique majeur. Ils assurent l'approvisionnement de proximité en termes de produits alimentaires et non alimentaires. Il convient de monter en qualité les marchés de la région et d'accompagner les commerçants non sédentaires. Pour ce faire, un véritable programme régional de soutien aux marchés sera mis en œuvre en étroite collaboration avec la Fédération des Marchés de France et l'association M ton Marché / ADPM (développement et promotion des marchés) hébergée dans les locaux de la CCI de région.

Ce programme reposera sur 3 axes :

*1-La conquête de nouvelles clientèles*

Pour de multiples raisons, il apparaît nécessaire de faire redécouvrir les marchés auprès des jeunes, des ménages bi-actifs, des résidents des zones périurbaines et des touristes. Des actions ciblées seront donc à développer en direction de ces publics notamment.

-Une signalétique harmonisée s'appuyant sur la Fédération des Marchés de France (porteur du projet) et le relais des CCI auprès des collectivités locales (financeurs).



-Une valorisation des marchés par le soutien aux initiatives collectives (guides des marchés, dépliants cartographiques, achats d'espaces, sites internet telles que les plateformes mtonmarché et géomarchés...).

-Un appui, au cas par cas, des CCI au développement des animations commerciales sur les marchés (portage M ton Marché / ADPM ou collectivités locales).

### *2- La professionnalisation et la valorisation des acteurs des marchés*

Il s'agira de consolider au plan régional les actions de professionnalisation, d'une part, des commerçants non sédentaires et, d'autre part, des placiers des collectivités locales. L'importance des besoins de qualification fait apparaître l'utilité de mutualiser plus largement ces actions de professionnalisation entre les CCI intéressées et leurs partenaires, de telle sorte que cet appui au renouvellement professionnel bénéficiera à l'ensemble de la région sous la forme suivante :

-Un programme régional de réunions d'informations à destination des placiers organisées et animées par les CCI en étroite collaboration avec M ton Marché / ADPM et la Fédération des Marchés de France. Il sera possible de mutualiser les réunions entre plusieurs CCI.

-Une action de professionnalisation des commerçants non sédentaires avec le développement de réunions de sensibilisation organisées par des CCI intéressées en lien étroit avec leurs partenaires et leurs équipes « Création » et « Formalités » notamment.

-Une volonté de mieux valoriser le commerce non sédentaire via les trophées locaux et le concours national des « Mercure » et « Panonceau d'Or ». Une meilleure identification des candidats devra, par ailleurs, être envisagée en lien avec les syndicats professionnels.

### *3- La modernisation des marchés*

La modernisation des marchés est une question essentielle qu'il conviendra de soutenir à travers les dispositifs d'aides financières à l'investissement ou aux actions innovantes portés par le Conseil régional en lien avec la CCI de région et les CCI.

Une boîte à outils régionale sera constituée avec l'expertise de M ton Marché / ADPM et de la Fédération des Marchés de France pour aider les conseillers des CCI dans leur travail d'accompagnement des commerçants. Cette boîte à outils pourra comprendre la réalisation de guides, de plaquettes d'information, de fiches pratiques et réglementaires communes sous format numérique...

#### **o Le maintien du commerce rural, une fonction sociale et d'aménagement du territoire**

Le commerce de proximité exerce une fonction sociale particulièrement indispensable en zone rurale. Cependant, ces territoires connaissent depuis quelques années des difficultés en matière commerciale. Les commerces multi-services, mais aussi les tournées faites par les commerçants sédentaires ou non sédentaires, peuvent être une solution pertinente pour favoriser la relance commerciale de ces territoires et apporter des revenus complémentaires aux activités en place. De plus en plus souvent, les communes prennent le relais de l'initiative privée afin de préserver un service de proximité à la population. Les CCI d'Auvergne-Rhône-Alpes souhaitent poursuivre l'accompagnement des communes intéressées par l'installation d'un commerce multi-services en vérifiant la viabilité économique des



projets. Elles leur permettent de bénéficier de la réalisation d'études de consommation et d'études de faisabilité commerciale et financière, du montage des dossiers de demandes de subvention auprès des partenaires financiers, de la recherche d'une enseigne, du recrutement de l'exploitant et la coordination entre les différents partenaires (Poste, établissements bancaires pour les points retraits d'espèces...). Les CCI ont également la capacité d'évaluer les projets, de faire le lien entre les services de l'Etat via le FISAC et le Conseil Régional Auvergne-Rhône-Alpes et d'identifier les candidats pour la gestion des commerces multi-services qui peuvent être, en fonction, suivis et accompagnés dans la durée. Les projets de création de pépinières commerces multi-sites, en plein essor, peuvent également faire l'objet d'une expertise pointue de la part des CCI sur demande des collectivités locales.

- **Le développement de la Franchise dans les centres-villes**

La Franchise est un secteur en pleine croissance. Plus de 6 000 nouvelles entreprises de ce type sont créées chaque année à l'échelle nationale s'ajoutant ainsi aux 1 900 réseaux de franchise en activité, aux 70 000 franchisés et à plus de 55 milliards d'euros de chiffre d'affaires. La France est le premier marché européen du secteur avec de véritables opportunités d'affaires pour les commerçants de la région. Le modèle attire surtout dans les secteurs de la restauration rapide, l'alimentaire, les services à la personne et le secteur de la coiffure et de l'esthétique.

D'un point de vue technique, la CCI Lyon Métropole Saint-Etienne Roanne a développé une véritable expertise en la matière qui pourrait être mis à profit des CCI de la région dans le cadre d'expérimentations. Ces expérimentations pourraient se développer autour des cibles suivantes tout en veillant au nécessaire équilibre avec les autres formes de commerces (commerce associé, coopératives de commerçants...) :

-Les porteurs de projet de création/reprise en franchise avec l'organisation de réunions collectives d'informations ou des rendez-vous individuels avec un expert CCI.

-Les enseignes souhaitant se développer dans la région avec divers dispositifs pour les accompagner : « Visio Commerce » qui permet de visiter des sites commerciaux en développement et à potentiels, outils de recensement des locaux vacants, actions de promotion des territoires...

-Les collectivités locales à la recherche d'enseignes souhaitant s'implanter sur leurs territoires.

- **Axe 2 : Soutenir et professionnaliser les associations de commerçants et les dispositifs de management de centre-ville**

- **Les unions commerciales, acteurs du développement des territoires**

Au-delà de leurs missions traditionnelles de participer au développement économique et de représenter les intérêts de leurs adhérents, il est nécessaire que les unions commerciales développent des liens étroits avec les élus locaux. Organiser des plans d'actions en partenariat avec les CCI, renforcer le nombre d'adhérents, agir dans la durée sont autant d'enjeux qui attendent les dirigeants-bénévoles des unions commerciales de la région Auvergne-Rhône-Alpes. Le soutien et l'accompagnement de ces structures constituent une des priorités fortes des CCI. C'est la raison pour laquelle il est souhaité la mise en œuvre d'un programme régional dédié à cette cible qui constitue un véritable relais sur le terrain.

Ce programme régional prévoit 4 axes :

#### 1-La nécessaire professionnalisation des unions commerciales de la région

-Apporter des informations réglementaires, favoriser l'émergence de projets collectifs, développer l'adhésion des commerçants, accompagner en matière de ressources humaines, définir des programmes d'actions...

-Mutualiser des outils communs : guides, fiches pratiques...

-Créer un outil internet régional permettant d'apporter des informations de base aux dirigeants et animateurs de ces structures en complément de l'action de terrain des CCI. Cette action s'inscrirait dans la volonté d'accroître la dématérialisation d'un certain nombre de services.

-Favoriser le développement de solutions de dynamisation commerciale : cartes de fidélité, chèques cadeaux, applications mobiles, réseaux sociaux...

-Aider au financement d'actions innovantes en lien avec le dispositif financier porté par le Conseil régional.

#### 2-Un coaching des unions commerciales d'Auvergne-Rhône-Alpes

-Proposer un accompagnement pointu auprès des unions commerciales à enjeux afin d'en faire de véritables acteurs du développement des territoires (possibilité de conventions CCI/Collectivités).

-Une démarche régionale à constituer autour d'outils existants (par ex. diagnostics « unions commerciales » en ligne).

#### 3- Des échanges de bonnes pratiques entre les unions commerciales à renforcer

-Expérimenter la création d'une plateforme numérique d'échanges inter-unions commerciales.

-Organiser des rencontres locales et régionales.

4- Constituer un véritable « Centre régional de ressources en faveur des Unions commerciales d'Auvergne-Rhône-Alpes » porté par la CCI de région.

- **Le management de centre-ville et de centre-bourg, l'innovation au service de l'économie de proximité**

Le management de centre-ville est une méthode de développement local qui répond à des problématiques d'attractivité et de revitalisation de territoire. Il structure une démarche globale entre acteurs publics et privés (villes, consulaires, commerçants, associations, habitants, propriétaires...) pour favoriser la redynamisation des centres-villes, des centres-bourgs et de leurs activités. Il repose sur plusieurs fondamentaux : le partenariat qui réunit les acteurs publics et privés du centre-ville pour les faire collaborer dans un intérêt mutuel, une vision et une stratégie partagées et l'organisation de la transversalité de façon pérenne impliquant la mise en place de processus de travail.



Plus de dix sites en Auvergne-Rhône-Alpes partagent aujourd'hui cette dynamique avec l'appui et l'expérience des chambres consulaires, des collectivités locales et des services de l'Etat. On dénombre par ailleurs plus de 1 000 démarches similaires en Europe. Dans ce cadre, la CCI de région, le Conseil Régional Auvergne-Rhône-Alpes et la DIRECCTE ont souhaité mettre en œuvre une démarche d'expérimentation de management de centre-ville et de centre-bourg qui s'articule autour de la création du dispositif « MG2T ». Ce dispositif unique en France assure une fonction d'accompagnement opérationnel, de veille et de professionnalisation des projets émergents ou en voie de consolidation.

Le développement de ce management de proximité sur les territoires nécessite un engagement des CCI dans les partenariats locaux. Un territoire organisé avec un tel management est l'occasion pour les CCI de :

- Mener une approche proactive pour l'intégration de leurs prestations et outils dans les stratégies des collectivités locales.

- Bénéficier de relais en local qui amènent de la visibilité aux actions des CCI et facilitent leurs mises en œuvre dans la proximité.

- Apporter une forte valeur ajoutée aux expertises des CCI car intégrées aux stratégies locales à long terme.

La pérennisation des expérimentations locales implique de fait la pérennisation du Centre régional de ressources sur le management de centre-ville. C'est une priorité afin de poursuivre la dynamique engagée sur les territoires d'Auvergne-Rhône-Alpes. Pour ce faire, il convient de :

- Valoriser l'implication des CCI auprès des territoires concernés en mobilisant des moyens humains au profit des partenariats locaux fléchés dans le cadre du dispositif « MG2T » et en positionnant les outils des CCI sur les sites de management de centre-ville afin de contribuer à une meilleure mesure de l'attractivité des territoires engagés.

- Mettre en valeur les acteurs, les pratiques, les démarches qualifiées via des trophées locaux et nationaux, une réflexion autour d'un label de qualité et par l'organisation par la CCI de région et ses partenaires d'un événement de dimension régionale autour du management de centre-ville.

- Développer le travail de pédagogie à destination des élus et des collaborateurs des CCI d'Auvergne-Rhône-Alpes et de leurs partenaires pour une meilleure appréhension du concept (réunions de sensibilisation, visites de sites...).

- Veiller à la bonne mise en valeur des CCI aux côtés des partenaires.

- **Axe 3 : Aider les entreprises commerciales à se développer et s'adapter**

Face aux nouveaux modes de consommation, à l'exigence toujours plus forte de la clientèle, aux principes marketing et aux nouveaux outils de communication, le commerce de proximité doit disposer de conseils, d'accompagnement et d'outils pour valoriser sa spécificité et se développer.

Les CCI d'Auvergne-Rhône-Alpes et ses dizaines de collaborateurs « commerce » proposent aux entreprises commerciales un soutien adapté qui consiste à placer la satisfaction du client au cœur des préoccupations. Elles disposent d'un ensemble d'actions essentielles aux intérêts du commerce : numérique, réglementation, marketing, design et merchandising, techniques de vente...



- **Le déploiement d'actions d'amélioration de la performance des commerces**

Cet accompagnement à la professionnalisation des entreprises commerciales est un enjeu majeur qu'il convient de renforcer de manière transversale avec des actions d'amélioration de leur performance comme celles déjà testées dans le cadre du Schéma Tourisme autour des dispositifs « TOP ».

Conçus pour être particulièrement souples, légers, adaptés aux besoins des entreprises en termes de contenu et de format, de durée d'accompagnement, structurés autour de thématiques reflétant les problématiques les plus fréquemment exprimées par les professionnels, ces dispositifs proposent un réel parcours d'accompagnement pour l'entreprise à travers du conseil individuel et des ateliers collectifs.

- **Le nécessaire accompagnement des commerçants à la révolution numérique sans pour autant oublier les fondamentaux de la profession**

Ce volet s'inscrit dans le prolongement du volet précédent qui pourra comporter un volet numérique. L'activité commerciale est en effet également impactée très fortement par des mutations touchant à la transition numérique. Si l'essor du e-commerce a d'ailleurs longtemps été vécu comme une menace par le commerce traditionnel, la plupart de ses dirigeants est désormais convaincue que la croissance viendra de la collaboration entre ces deux mondes, dont le rapprochement permet d'enrichir la qualité de la relation client.

Dans ce contexte de grands bouleversements, il est primordial pour les commerçants d'Auvergne-Rhône-Alpes d'aller de l'avant. Pour les aider à adapter leurs méthodes de vente et de communication aux exigences de l'époque, les CCI sont à leurs côtés en leur proposant des dispositifs adaptés (par ex. Atouts Numériques) de même que des plateformes de vente en ligne.

La montée en puissance du numérique ne doit pas faire oublier pour autant les qualités indispensables pour attirer les clients dans un commerce : qualité, accueil, choix des produits, développement de services, aménagement et design des points de vente, prise en compte du développement durable et de la réglementation. Ces éléments clés pourront faire l'objet de formations dédiées en lien avec les équipes formations des CCI, d'ateliers collectifs ou encore de rendez-vous avec des experts du réseau.

La question de l'entrée du commerce dans l'ère du développement durable et des économies d'énergie devra être traitée par le biais notamment d'actions collectives de sensibilisation ou la réalisation de guides pédagogiques en partenariat avec des organismes publics tels que l'Ademe et en étroite collaboration avec le Schéma Développement Durable et ses équipes dédiées.

Il conviendra également de se mobiliser sur les questions d'adaptation des entreprises commerciales aux contraintes réglementaires, juridiques et normatives (accessibilité, document unique, logiciels de caisses...) ainsi que celles qui impactent leur environnement.

- **La question essentielle de la sécurité des points de vente**

Pour répondre aux préoccupations des commerçants de proximité face à la recrudescence des actes de délinquance dont ils sont victimes, les CCI de la région, en partenariat avec les services de l'Etat et les forces de l'ordre, réalisent depuis de nombreuses années déjà des actions concrètes de prévention et de sensibilisation.

C'est ainsi qu'un système expérimental baptisé « Alerte Commerces » a été mis en œuvre dans de nombreux départements, à l'initiative des CCI et de la CCI de région. Les commerçants qui le souhaitent peuvent adhérer à un réseau d'alerte par SMS destiné à les informer dans les meilleurs délais, via les services de la Gendarmerie ou de la Police nationale, de certains faits commis. Partant du constat qu'une diffusion rapide et étendue de l'information relative à de tels actes permet de prévenir la répétition d'un certain nombre de méfaits, ce dispositif constitue une véritable chaîne de solidarité permettant aux commerces de prendre les mesures nécessaires dans les meilleurs délais.

Outre « Alerte Commerces » qu'il conviendra de développer sur l'ensemble de la région, il sera nécessaire de poursuivre la diffusion de guides de conseils et de bonnes pratiques mis gratuitement à disposition des commerçants.

Des ateliers « Prévention et traitement des agressions à l'encontre des commerçants », de réunions de sensibilisation et des audits sur sites seront également développés en lien avec les référents sûreté de la Police et de la Gendarmerie ainsi que d'autres actions à envisager.

- **Axe 4 : Faciliter l'accès au financement des entreprises**

Un grand nombre de dispositifs d'aides aux entreprises du commerce ont été mis en œuvre par l'Etat et les collectivités locales. Ces multiples outils financiers d'accompagnement revêtent des formes différentes : aides directes, allègements fiscaux, exonérations, aides à l'emploi...

Or, les sources d'informations disponibles sur ces aides directes et indirectes octroyées aux commerçants sont multiples et très dispersées. Aussi, les CCI d'Auvergne-Rhône-Alpes souhaitent continuer à se mobiliser pour accompagner les entreprises commerciales dans leurs recherches des financements les plus appropriés pour le développement de leur projet. Elles soutiendront également les commerçants dans le montage des demandes de subventions dans le cadre des aides suivantes :

- **Les aides régionales à l'installation des entreprises commerciales et artisanales et de services avec vitrines**

Le Conseil Régional a créé en décembre 2016 une nouvelle aide aux TPE commerciales, artisanales et de service, sous forme de subventions d'investissement. Elle a été mise en œuvre en s'appuyant sur un partenariat étroit avec les chambres consulaires qui ont la charge de la prescrire et de monter les dossiers de demande de subventions avant présentation au vote de la Région.

Selon la définition qui prévaut actuellement dans le cadre de son élaboration, les caractéristiques de cette nouvelle aide régionale sont les suivantes :

- La Région aide prioritairement les projets dans les centres-villes et bourgs-centres.
- Les communes situées dans les Métropoles sont exclues, sauf pour les communes rurales de moins de 2 000 habitants et les quartiers politique de la ville.
- Les petites entreprises de 0 à 50 salariés, en phase de création, de reprise ou de développement.
- Les investissements éligibles sont liés à l'installation du point de vente ou sa restructuration significative.
- Le taux d'aide est de 20%, avec un plancher de subvention de 500 euros et un plafond de 10 000 euros.

- **Des avances remboursables pour accompagner les mutations des entreprises commerciales en Auvergne**

Le fonds de mutation concerne les commerçants et artisans implantés en Auvergne souhaitant réaliser des investissements pour favoriser l'accessibilité des personnes à mobilité réduite, réagir face à des contraintes environnementales, assurer la sécurisation des locaux ou créer un site internet.

Cette aide, portée par la CCI de région Auvergne-Rhône-Alpes, devra faire l'objet d'une étude sur les modalités de continuité du dispositif en lien avec l'Etat.

- **Les aides FISAC**

Les commerçants, artisans et prestataires de services, sédentaires ou ambulants, qui souhaitent créer, maintenir, adapter ou transmettre une entreprise de proximité peuvent demander des aides financières au fonds FISAC. Le montant de ces aides varie selon les types de projets financés. A la suite d'appels à projets, elles prennent la forme de subventions, après montage des dossiers de demande avec l'aide des CCI qui accompagnent également les collectivités locales dans les opérations rurales et urbaines.

L'aide accordée par le FISAC peut être au maximum de 30% pour les dépenses de fonctionnement et de 20% pour les dépenses d'investissements (ou 30% pour les aménagements liés à l'accessibilité des locaux). Les taux peuvent être modulés en fonction notamment de l'impact des opérations sur les activités commerciales, artisanales et de services, de leur caractère répétitif, de leurs risques...

- **Axe 5 : Valoriser l'image du commerce et de ses entreprises**

Dans un contexte où le commerce de proximité souffre de plusieurs facteurs conjoncturels, les opérations de valorisation du secteur d'activité apparaissent comme une nécessité. En effet, la crise économique, la concurrence d'Internet ou encore les changements de comportements des consommateurs interrogent le quotidien de bon nombre de commerçants.

- **La promotion régionale du commerce de centre-ville et de centre-bourg**

C'est ainsi que les CCI d'Auvergne-Rhône-Alpes organisent depuis plusieurs années déjà différentes opérations de promotion du commerce, à l'image de :

-L'opération « à deux pas »

Cette action régionale, portée par la CCI de région, a lieu au mois d'octobre et mobilise plusieurs milliers de commerçants qui invitent les consommateurs à redécouvrir tous les avantages du commerce de proximité. Les commerçants participants disposent, moyennant un engagement aux frais minimes, d'un kit complet d'animation composé de différents outils de promotion aux couleurs de l'évènement. Pilotée au plus proche du terrain par le réseau des CCI et ses conseillers commerce, l'opération bénéficie de la contribution active des collectivités locales et des unions commerciales. Au-delà de ses aspects ludiques, l'initiative est avant tout guidée par la volonté de tous les acteurs impliqués de promouvoir le commerce de proximité, ses spécificités et ses atouts : convivialité, qualité, conseils, économies, gain de temps, respect de l'environnement...





-La Grande Semaine du Commerce

Dans le même esprit que l'opération « à deux pas », la CCI Lyon Métropole Saint-Etienne Roanne et le Groupe Le Progrès organisent chaque année la Grande Semaine du Commerce avec 1 100 000 tickets à gratter distribués chez plus de 4 500 commerçants du territoire.

-La Journée nationale du commerce de proximité, de l'artisanat et du centre-ville (JNCP) est également relayée sur certains territoires de la région avec le soutien des CCI.

Afin de donner plus d'ampleur à la promotion régionale du commerce, il est souhaité que les CCI d'Auvergne-Rhône-Alpes se mobilisent autour d'une seule et même opération de valorisation du commerce, et ce, en lien étroit avec le futur Centre régional de ressources sur les unions commerciales qui pourrait être le moteur de l'évènement. Cette action bénéficierait, a minima, d'une campagne de communication institutionnelle (visuel unique, achats d'espaces...) diffusée à l'échelle régionale et relayée dans les différents territoires par les CCI. Elle s'appuyerait également sur la valorisation des commerçants à travers les différents trophées existants sur le plan local. Les CCI qui le souhaitent pourraient aller plus loin en diffusant des kits d'animation et de décoration des points de vente auprès de leurs commerçants.

Dans le même esprit, il est souhaité que soit étudié le développement de l'opération expérimentale « Mon Achat Crée Mon Emploi » initiée par la CCI Nord Isère afin de favoriser la promotion et la valorisation des produits fabriqués ou usinés en France et les savoir-faire.

- **La mise en avant des meilleurs commerçants et unions commerciales à travers les « Mercure et Panonceau d'Or »**

En résonance avec ces opérations, le Challenge du Commerce et des services, créé par CCI France et le Ministère du commerce, met à l'honneur chaque année les meilleurs commerçants et unions commerciales de France. A travers la remise des prix « Mercure et Panonceau d'Or », il s'agit de valoriser la fonction commerciale et sélectionner les entreprises sur les résultats financiers, l'innovation, la communication ou encore la création d'emplois. Les CCI d'Auvergne-Rhône-Alpes poursuivront leur mobilisation tant sur le plan local que régional de la manière suivante :

- Participation de la CCI de région au jury national des « Mercure et Panonceau d'Or ».
- Organisation par la CCI de région d'une cérémonie annuelle de valorisation des lauréats d'Auvergne-Rhône-Alpes.
- Mobilisation des CCI au montage des dossiers en veillant notamment à la bonne mise en avant des unions commerciales, dispositifs de management de centre-ville et commerçants non sédentaires.
- Accompagnement des lauréats par la CCI de région et les CCI à la cérémonie nationale.
- Présentation de lauréats de trophées locaux au prix « Mercure et Panonceau d'Or ».

- **La valorisation des filières**

La CCI de région, en tant que tête de réseau, apportera son soutien à l'association Auvergne-Rhône-Alpes Gourmand dont les objectifs principaux sont la valorisation de l'excellence des produits portée par de très nombreux signes de qualité (AOC, AOP, IGP, Bio,...) et la richesse des productions et des savoir-faire dans de nombreux secteurs (eaux, vins, viandes, produits laitiers, confiseries...). La mise en place d'actions communes entre CCI et Auvergne-Rhône-Alpes Gourmand sera également recherchée dans le cadre notamment de l'opération « Pas sage Pas de fromage ! », d'une réflexion commune sur la question des marchés ou encore de la promotion régionale du commerce et ce, en lien avec le Schéma Tourisme.



# Définition des ressources nécessaires

---

## Ressources financières

Le budget du Schéma sectoriel Commerce est évalué à plus de 7 millions d'euros dans la définition actuelle. Il dépend à plus de 80 % de la ressource fiscale, l'autre partie relevant des subventions, de partenariats et de la facturation aux collectivités locales ou aux entreprises.

Des partenariats publics et/ou privés, régionaux et/ou locaux ainsi que toute modalité permettant d'optimiser les coûts (mutualisation de certaines actions notamment) seront recherchés.

Il conviendra d'établir une vision sur la répartition des moyens, de suivre l'impact et le retour d'expérience des actions et services déployés (cf. partie traitant des indicateurs) au regard de ces moyens, et ce pour permettre à la Commission de piloter dans le temps l'actualisation de l'offre de services proposée aux cibles sectorielles.

Cette approche nécessitera une réflexion quant au modèle économique des actions en définissant par exemple un premier niveau de services gratuit et en proposant, le cas échéant, une contribution des entreprises pour certaines autres prestations, soit pour compenser les charges externes nécessaires à leur réalisation, soit pour impliquer les entreprises dans le suivi des prestations et affirmer la valeur ajoutée apportée par la CCI aux bénéficiaires.

## Moyens humains

80 collaborateurs sont mobilisés dans les équipes « Commerce » des CCI d'Auvergne-Rhône-Alpes afin d'accompagner, quotidiennement sur le terrain, les entreprises commerciales et leurs associations de commerçants et d'apporter un soutien aux collectivités locales désireuses de développer leurs centres-villes et leurs centres-bourgs.

Cette équipe dédiée vient compléter 300 autres conseillers d'entreprises répartis sur l'ensemble des territoires pour servir les 315 000 établissements ressortissants de la région sur les thématiques allant de la création/reprise/transmission, aux questions liées au développement durable, au tourisme ou bien encore à l'innovation.

Compte tenu des contraintes financières actuelles et afin de tenir compte du Schéma Régional d'Organisation des Missions (SROM) Auvergne-Rhône-Alpes, il conviendra d'optimiser les moyens humains de la manière suivante :

- Rechercher le mieux possible un maintien de la proximité sur le terrain aux côtés des entreprises du commerce et des partenaires des CCI de la région.
- Accroître la dématérialisation et la virtualisation d'un certain nombre de services.
- Renforcer la mutualisation des services.



- Définir un modèle économique afin de permettre à la CCI de région de se doter de moyens sur les questions stratégiques de l'observation du commerce et de l'urbanisme commercial d'une part et dans le cadre de la constitution d'un Centre régional de ressources sur les unions commerciales au service des CCI, d'autre part.
- Développer la formation des équipes « commerce » des CCI et de la CCI de région, notamment sur les sujets suivants : management de centre-ville et de territoire, urbanisme commercial, numérique, aménagement des points de vente, commerce non sédentaire...

## Ressources partenariales (publiques/privées)

Les actions mises en place par les CCI pourraient trouver un relais et une visibilité accrue dans le cadre de partenariats régionaux et locaux renforcés avec les institutionnels du commerce et les syndicats et fédérations professionnelles, affirmant les compétences de chacun et dans un objectif de complémentarité et de mutualisation d'actions. Dans ce cadre, la CCI de région et les CCI d'Auvergne-Rhône-Alpes pourront notamment développer leurs collaborations et leurs partenariats avec les acteurs publics et privés suivants :

-Etat : DIRECCTE, forces de l'ordre, INSEE, ANAH, Caisse des dépôts, Banque de France, BPI...

-Collectivités territoriales : Conseil Régional, agglomérations et métropoles, communes...

-Chambres consulaires : Chambres de Métiers et de l'Artisanat et Chambres d'Agriculture.

-Organisations professionnelles : Fédération du Commerce et de la Distribution, Fédération Française de la Franchise, Fédération Nationale de l'Habillement, Fédération des Marchés de France, syndicats de branches...

-Acteurs associatifs et privés : Fédérations de commerçants, AMCV-Tocema, Poste, établissements bancaires...

## Outils

Dans un objectif d'optimisation des ressources, une boîte à outils commune au niveau régional sera constituée sur la base de cahiers des charges communs. Elle regroupera les notices et fiches pratiques remises aux professionnels, les outils nécessaires à la réalisation des ateliers pratiques, les déroulés et supports des évènementiels collectifs, les modèles de diagnostics et de rapports,...

Des outils numériques pourraient également être nécessaires : ils feront le moment venu l'objet d'une instruction collective en réseau et leur transversalité avec les autres actions sectorielles pourra être étudiée.

# Suivi du schéma

---

## Indicateurs

Des indicateurs de pilotage de l'offre du schéma sont mis en place. Ils ont pour objectif de faire vivre dans le temps les prestations du réseau, à la lumière des résultats et de l'efficacité générale obtenue.

Les indicateurs génériques, applicables à toutes les offres du schéma, sont les suivants :

-Coût complet par action pour les collectifs ou par entreprise bénéficiaire pour les individuels (incluant le temps agent et toutes les charges associées).

-Recettes complètes par action pour les collectifs ou par entreprise bénéficiaire (facturation individuelle, prorata d'une subvention).

-Nombre d'entreprises bénéficiaires.

-Taux de conquête : nombre de nouvelles entreprises touchées.

-Taux de fidélisation : nombre d'entreprises consommant au moins deux prestations CCI.

-Satisfaction de l'entreprise bénéficiaire sur la réponse de la prestation à ses attentes (questionnaire de satisfaction).

En complément, des indicateurs spécifiques, applicables à une offre en particulier, sont mis en place pour en suivre précisément sa valeur ajoutée, son impact, sa performance.

L'ensemble de ces indicateurs permettront une analyse régulière des actions du présent Schéma afin de décider collectivement de leur poursuite, de leur évolution ou de leur arrêt.

## Principes d'actualisation

Le Schéma sectoriel Commerce propose une analyse, des priorités stratégiques et un plan d'actions structurés à un instant « T ». Il sera cependant révisable afin de permettre à la CCI de région et aux CCI d'Auvergne-Rhône-Alpes d'ajuster au mieux leurs actions et leurs moyens en fonction des besoins des entreprises et de leurs partenaires. En outre, les évolutions éventuelles autour des travaux engagés par les services de l'Etat, du Conseil régional et des collectivités locales feront également partie des éléments à prendre en compte.