

Les Cahiers de MANACOM

2017

Offices de commerce,
Offices de tourisme et de commerce,
Maisons du commerce...
de quoi parle-t-on ?



LES OFFICES DE COMMERCE

P. 4

- L'OFFICE DE COMMERCE ET DE L'ARTISANAT DE BAYONNE :
UN OFFICE DE COMMERCE HISTORIQUE P. 5
- OFFICE DE COMMERCE, DE L'ARTISANAT ET DE L'AGRICULTURE DU
PAYS BASQUE INTÉRIEUR : PAYS BASQUE AU CŒUR P. 8
- OFFICE DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT - ORTHEZ LA CITADINE P. 12
- OFFICE DE COMMERCE ET DE L'ARTISANAT DU PIÉMONT OLORONNAIS P. 16
- OFFICE DE COMMERCE ET DE L'ARTISANAT BASSIN DE LACQ P. 18

LES OFFICES DE TOURISME ET DE COMMERCE

P. 20

- HENDAYE TOURISME & COMMERCE P. 21
- SAINT-JEAN-DE-LUZ ANIMATIONS ET COMMERCE P. 26
- L'OFFICE DE TOURISME, DE COMMERCE ET DE L'ARTISANAT
DE MONT-DE-MARSAN AGGLOMÉRATION P. 28

LES MAISONS DU COMMERCE

P. 31

- LA MAISON DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT DE LA RÉOLE P. 32
- MAISON DU COMMERCE DE VILLENEUVE-SUR-LOT P. 34
- L'ESPACE INFO « GUÉRET CŒUR DE VILLE » P. 36

Depuis la création inédite, il y a 19 ans, de l'Office de commerce de Bayonne, dont la vocation première est de redynamiser le commerce en centre-ville, de nombreuses autres structures similaires ont été créées dans la région Nouvelle-Aquitaine.

Aujourd'hui, la Nouvelle-Aquitaine est la première région de France pourvue d'Offices de commerce, d'Offices de tourisme et de commerce, de Maisons du commerce et de l'artisanat. Un grand nombre de ces structures ont intégré le réseau MANACOM. Il était donc essentiel pour MANACOM de montrer la diversité de ces structures, parfois associatives, parfois EPIC (**établissement public à caractère industriel et commercial**), parfois communales... Le rôle de MANACOM c'est cela aussi : rechercher sur le terrain de nouvelles expériences pour échanger, découvrir et partager!

En avril dernier, le bus de MANACOM avait pour objectif d'échanger sur les retours d'expériences des Offices de tourisme et du commerce d'Hendaye et de Saint-Jean-de-Luz, et des Offices de commerce de Bayonne et du Pays basque au Cœur. Les cahiers de MANACOM sont le fruit de cette journée et se sont **également** intéressés au fonctionnement et aux avantages de tels modèles sur toute la région. Car, il faut



le souligner, **ces Offices ou Maisons ont su trouver leurs marques, ont su fédérer, ont su s'intégrer dans leurs territoires respectifs... Ce bilan positif s'explique aussi par le rôle des managers du commerce, des professionnels qui connaissent leur métier et qui s'adaptent aux nouveaux modes de consommation.**

Depuis la création de l'Office de commerce de Bayonne, certains Offices de tourisme ont tendance à évoluer en Office du tourisme du commerce et de l'artisanat. Une tendance qui s'explique d'une part par une volonté politique, celle des collectivités territoriales de créer de nouvelles offres attractives et complémentaires. Et d'autre part, par le transfert de compétence aux intercommunalités, élargi depuis la loi NOTRe aux questions de tourisme et à la politique locale du commerce, représentant ainsi une opportunité majeure pour donner encore davantage de consistance et de cohérence à leurs stratégies de développement économique local.

Il est donc de plus en plus fréquent de voir des collectivités confier l'animation du commerce et de l'artisanat à leur Office de tourisme. L'Office conforte ainsi sa position d'outil de développement. La structure devient l'interlocuteur privilégié de la mairie, des associations de commerçants, de la CCI et de la Chambre de métiers pour les questions liées au commerce et à l'artisanat.

À ce jour, en Nouvelle-Aquitaine, dans le réseau MANACOM, trois types de structures ont prouvé leur dynamisme et leur efficacité pour soutenir le commerce et l'artisanat :

▣ des Offices de commerce :

Bayonne, Pays basque intérieur, Orthez, Oloron, Bassin de Lacq,

▣ des Offices de tourisme et du commerce et de l'artisanat :

Hendaye, Saint-Jean-de-Luz, Mont-de-Marsan,

▣ des Maisons du commerce :

La Réole, Villeneuve-sur-Lot, Guéret

LES OFFICES DE COMMERCE



L'OFFICE DE COMMERCE ET DE L'ARTISANAT DE BAYONNE : UN OFFICE DE COMMERCE HISTORIQUE

L'Office de commerce et d'artisanat de Bayonne a été créé en 1998, il s'agit du 1^{er} de France, et a servi de modèle à de nombreux autres Offices de commerce.

Fondé sous le statut *association Loi 1901*, l'Office est financé par la Ville de Bayonne et la Chambre des Métiers. Les partenaires institutionnels sont la Ville de Bayonne, les chambres consulaires et l'Office de tourisme.

Le conseil d'administration est composé de membres des institutions citées au-dessus et d'un groupement des associations de commerçants de Bayonne. Il n'y a pas d'adhérents à l'association.



Deux salariés collaborent à l'Office. **Un poste de manager de centre-ville a été créé en février 2016, pour une mission complémentaire sur la mise en œuvre de la prospection et des outils de communication.**

Le budget de fonctionnement est de 230 000 €, dont 60 % subventionnés par la Ville de Bayonne, la Chambre des métiers alloue également une subvention. Le budget des animations représentant 40 % (les 3 braderies et les chèques-cadeaux).

→ LE RÔLE DES COMMERÇANTS

La spécificité de cet office s'explique par la forte présence historique des commerces. On compte 1550 commerçants sur le territoire de Bayonne, dont 900 commerçants se situent dans le cœur de ville. Ils se sont regroupés en 8 associations de rue, de quartier ou d'intérêt, essentiellement sur le centre-ville. Les associations représentent environ 1 commerçant sur 2.

Les présidents d'associations se réunissent chaque semaine au sein d'un club hébergé à l'Office de Commerce, le Club ACAB. Les échanges hebdomadaires suscitent le dialogue et permettent d'effectuer des « remontées terrain » **et des propositions d'actions. Celles-ci sont validées au fur et à mesure et mises en place ensuite par l'Office de commerce. L'Office de commerce est bien la courroie de transmission entre la ville et les commerçants.**

→ LE MODÈLE ÉCONOMIQUE

L'association est financée pour plus de la moitié par les institutions locales, pour le reste par la vente de produits d'animation et de fidélisation :

- ⊙ Chèques-cadeaux des commerçants bayonnais
100 commerçants y participent. Cela représente 6 % de frais de gestion.
- ⊙ Carte de fidélité multicommerces
Une épargne de 3 % s'opère à chaque achat. 28 commerçants proposent la carte.
7 500 clients sont porteurs de la carte.
11 500 personnes sont abonnées à la Newsletter.

→ EXEMPLES D' ACTIONS SIGNIFICATIVES

L'Office de commerce a orchestré la campagne de communication voulue par les commerçants de Bayonne sur les spécificités de leur commerce. Le financement de cette campagne s'est opéré par du **crowdfunding**. À l'initiative de l'Office de commerce et sur la demande des commerçants, une campagne institutionnelle sur le commerce de Bayonne a vu le jour en mai dernier sur le réseau d'affichage 4x3 des axes d'accès, les arrières de bus et les écrans vidéo du centre commercial BAB2, les clients étaient invités à voir que « le cœur de Bayonne et ses commerçants » pouvaient les séduire. Une campagne décalée et souriante, mettant en avant un univers différent et sympathique.

Cette communication a été financée par une souscription participative sur plateforme de crowdfunding et par don direct à l'Office de commerce.

Cette action était très novatrice dans le domaine associatif commerçant.

Autre opération, pour la deuxième année, l'Office de commerce a organisé un défilé de mode caritatif dans le cadre d'Octobre rose au théâtre de Bayonne.

Des boutiques de prêt-à-porter, salons de coiffure, parfumeries et autres commerces y ont participé.

“

1 QUESTION À GAËLLE DEBUT, MANAGER DE CENTRE-VILLE

Quelles sont vos missions principales ?

Mes missions consistent à la gestion de l'office, la dynamisation du centre-ville, l'organisation d'animations commerciales, la création d'outils de communication (notamment axés sur les réseaux sociaux). Mais pour moi ma mission, mon rôle le plus important, c'est la mise en avant des commerces vers le grand public, afin de faire connaître les spécificités de Bayonne aux consommateurs et futurs clients.

”



CONTACT : Gaëlle Debut

25 Place des Basques, 64100 Bayonne / 05 59 59 78 03 / g.debut@bayonne-commerces.com
<https://www.bayonne-commerces.com/>



La braderie des Fêtes de Bayonne
 Cela concerne 110 magasins, 100 ambulants
 sur 2 jours (3 sur 2017).

LES OFFICES DE COMMERCE



Bayonne voit Rose

20H30
MARDI 17 OCTOBRE

AU PROFIT DE LA LIGUE
CONTRE LE CANCER 64

OCTOBRE ROSE

DEFILE DE MODE
THEATRE DE BAYONNE

INFOS & RESERVATIONS : BAYONNE-COMMERCES.COM

Twitter Instagram Facebook

OCV
Mairie de Bayonne

A poster for a fashion show. The central image shows a pair of red high-heeled shoes on a cobblestone surface. The text is arranged around the shoes, providing details about the event. At the bottom, there are logos for 'OCV' and 'Mairie de Bayonne', along with social media icons for Twitter, Instagram, and Facebook.

OFFICE DE COMMERCE, DE L'ARTISANAT ET DE L'AGRICULTURE DU PAYS BASQUE INTÉRIEUR : PAYS BASQUE AU CŒUR

Pays basque au cœur (PBAC) est une structure fédératrice créée en 2007 par cinq collectivités territoriales.

En 2012, en intégrant dans ses statuts la CCI de Bayonne, la Chambre d'Agriculture et la Chambre de Métiers et de l'Artisanat des Pyrénées Atlantique, la structure est devenue un Office de commerce, de l'artisanat et de l'agriculture du Pays basque intérieur. Il s'agit d'une association Loi 1901.



En 2017, les collectivités territoriales se sont constituées en une intercommunalité la Communauté d'agglomération du Pays basque.

La Communauté d'agglomération du Pays basque a soutenu les 5 unions commerciales (UCA) pour faire de Pays basque au cœur, l'office de commerce du Pays basque intérieur.

Les 5 unions de commerçants qui la composent sont :

- Amikuze Iholdi Oztibarre
- Soule
- Garazi Baigorri
- Pays de Hasparren
- Cambo

→ LES OBJECTIFS

Les objectifs de Pays basque au cœur sont de préserver et dynamiser l'économie locale au Pays basque intérieur, de défendre le commerce de proximité, de lutter contre l'exode économique vers les pôles urbains de la côte Basque, Pau et des zones frontalières en enfin, de développer le commerce en Pays basque intérieur, son image, sa notoriété et ses initiatives collectives.

Le financement de la structure s'effectue ainsi : les unions commerciales sont adhérentes en souscrivant à une adhésion annuelle de 500 € ; 4 pôles territoriaux allouent des subventions qui sont dégressives sur 5 ans pour arriver en fin de cycle à 12 000 € ; 1500 € de la part des chambres consulaires (CCI Pyrénées Atlantique et CMA), et 1500 € de la chambre d'agriculture. Enfin, un partenaire privé, une banque, finance 1500 €.

En 2018, des changements vont s'opérer notamment dans le calcul des adhésions des unions de commerçants. Des subventions seront sollicitées aussi auprès de la Communauté d'agglomération (qui a remplacé les 4 pôles territoriaux) pour des projets d'actions. L'idée est aussi de développer les partenariats privés.

En 2013, une salariée à temps complet a été embauchée au titre d'agent de développement, remplacée en mai dernier par un autre agent de développement.

Les missions du manager s'inscrivent dans le volet commercialisation, mais aussi dans le développement des outils de communication : réseaux sociaux et site Internet. Le site a acquis de nouvelles fonctionnalités, comme le e-marketing pour les commerçants qui peuvent ainsi commercialiser leurs produits sur le site de l'Office.

Ce poste est financé par la part de subventions et par le budget dégagé par la vente des chèques-cadeaux (460 000 pour l'année 2016, 7,9 % HT de cette vente revient à l'Office de commerce).

L'Office est en train, par ailleurs, de développer un partenariat avec Euskalmoneta qui a créé « l'Eusko », la monnaie locale du Pays basque intérieur pour créer un effet de levier chez certains chefs d'entreprises étant impliqué dans cette démarche.

Autres missions : la mise en place d'événementiel et le relationnel avec les socios professionnelles.

→ LES OUTILS

Depuis plusieurs années, l'association développe des chèques-cadeaux, commercialisés et personnalisables, équivalents à ceux du réseau national.

Considérés comme de véritables outils du développement économique local, ils sont valables dans les commerces du Pays basque intérieur adhérents des UCA.

Le chèque-cadeau s'adresse aux particuliers grâce au partenariat que PBAC a tissé avec les Offices de tourisme de Saint-Jean-Pied-de-Port, Saint Palais, Tardets, Mauléon et Hasparren et également aux entreprises, ce qui représente plus de 280 clients professionnels, soucieux de leur implication locale, et qui accordent leur confiance à la structure.

Les avantages du chèque-cadeau sont nombreux. Il s'agit d'une **action positive en faveur de l'économie locale**, d'un support pratique et simple à utiliser pour la personne qui le reçoit. Des retombées économiques sont assurées pour le commerce local, et il représente un outil de défiscalisation pour les entreprises.

EN QUELQUES CHIFFRES :



464 070 € de Chèques émis en 2016

+ de 3 000 000 € réinjectés dans l'économie locale depuis 2007

+ de 250 commerçants, artisans et producteurs partenaires de la démarche

+ de 280 clients pros fidélisés en 10 ans

Parmi les autres outils, **le site Internet vitrine du commerce en Pays basque intérieur** www.paysbasqueaucoeur.com. Ce véritable moteur de recherche présente l'ensemble de l'offre des commerces, services et artisans.

260 commerces sont renseignés avec une géolocalisation, ainsi que le détail des 1450 marques proposées, horaires d'ouvertures, présentation personnalisée.

La page Facebook « Pays basque au Cœur » compte plus de 3200 fans et une portée de publications décuplée. Enfin, 3 newsletters sont diffusées aux commerçants partenaires, aux clients professionnels et aux particuliers.



1 QUESTION À CLAIRE ORABÉ, MANAGER DU COMMERCE

Quels sont les atouts d'une telle structure ?

C'est une structure qui véhicule toutes les valeurs qu'on peut avoir au Pays basque : nous sommes tous liés à notre économie locale et il faut la préserver ! Et c'est donc un véritable travail collaboratif qui s'opère avec ces objectifs communs : relocaliser l'économie en Pays basque intérieur, développer l'image de marque du commerce de proximité et amener les consommateurs à avoir une prise de conscience, être « consomacteur »... Et ce développement local est possible grâce à cet engouement général, avec notamment nos élus qui sont réceptifs à ces valeurs et messages.



CONTACT : Claire Orabé

Pépinière d'entreprise Z.A. Ordokian - Route de Beyrie

64120 SAINT-PALAIS / 06 38 43 28 32

www.paysbasqueaucoeur.com

www.facebook.com/paysbasqueaucoeur

LES OFFICES DE COMMERCE



Membres du bureau de PBAC



OFFICE DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT - ORTHEZ LA CITADINE

L'Office a été créé en 2005 pour développer des actions d'animation et de promotion de l'ensemble du commerce et de l'artisanat orthézien. **Les acteurs institutionnels et privés peuvent ainsi se rencontrer dans une même structure** afin d'avoir une réflexion conjointe sur le développement commercial et économique local.



Il s'agit d'une association *Loi 1901*. Deux animatrices-managers de commerce sont salariées de l'association. 3 associations de commerçants territoriales, centre-ville et périphérique, ainsi que l'association Orthez Plus qui gère les outils de fidélisation (carte privilège et chèques cadeaux) adhèrent à l'Office. Le local, mis à disposition par la Ville d'Orthez, permet aux deux managers d'assurer la gestion courante des associations et de recevoir les entreprises, partenaires et consommateurs.

Le fonctionnement de l'office est financé à 90% par les subventions de la Communauté de communes Lacq Orthez et des chambres consulaires. Les cotisations des associations sont entièrement consacrées aux opérations commerciales et de communication.

→ RÔLE DE L'OFFICE

Intermédiaire privilégié des institutions (Mairie, Communauté de Communes, Chambres Consulaires, etc.), **l'Office du Commerce et de l'Artisanat d'Orthez est un outil de communication et de transmission des informations** (ex. : dates des soldes, dossiers de demandes de subventions, etc.) entre les acteurs privés et publics exerçant sur le territoire. C'est aussi un lieu d'échange afin de recevoir les porteurs de projets pour les transmissions ou créations d'entreprise.

L'Office est également un vecteur d'animation et de communication afin d'attirer davantage de visiteurs donc de clients sur le Canton d'Orthez.

→ LES OBJECTIFS DE L'OFFICE DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT D'ORTHEZ

Développer des actions commerciales simples et percutantes afin de :

- ⊙ dynamiser le commerce orthézien
- ⊙ éviter la fuite des consommateurs
- ⊙ satisfaire et fidéliser
- ⊙ être l'intermédiaire local privilégié envers les institutions.

Les membres de l'office des commerçants et artisans d'Orthez

En plus des partenaires institutionnels (Mairie, CCLO, CCI Pau Béarn, CMA 64, Office de Tourisme Cœur de Béarn), les associations de commerçants et d'artisans d'Orthez siègent au Conseil d'administration de l'Office.

Ainsi, par le biais de son association de quartier, tout commerçant, artisan, prestataire de service ou profession libérale installé sur le territoire du Canton d'Orthez et adhérent de son association de commerçants et d'artisans locale est membre de droit.

→ LES OUTILS POUR LE CONSOMMATEUR

L'office du commerce et de l'artisanat d'Orthez met en place des outils d'animation et de communication pour le consommateur :

- ⊙ Un site internet regroupant toutes les informations des adhérents et leur géolocalisation, des promotions et des actualités
- ⊙ Une application mobile
- ⊙ Une carte de fidélité multicommerces
- ⊙ Des chèques cadeaux multicommerces (vente et paiement sécurisé en ligne sur le site)
- ⊙ Une carte des commerces et artisans adhérents
- ⊙ Des guides d'achat : magazine la citadine et annuaire des artisans et services
- ⊙ Des jeux en magasin
- ⊙ Des animations de rues
- ⊙ Une page Facebook « Oca Orthez » pour suivre toutes les actualités de l'Office, et une page « Orthez la Citadine – Actualités et Bons plans des commerçants et artisans » pour promouvoir les publications des adhérents.



“

1 QUESTION À AUDREY BAYLON, MANAGER DE COMMERCE

Quels sont les avantages d'une telle structure ?

C'est certainement le regroupement de commerçants et artisans, ensemble ils sont plus forts. Et puis la diversité des adhérents, nous avons 162 adhérents, ce sont des artisans, des commerçants, des professions libérales, des commerces indépendants, franchisés, ou encore de la grande distribution... Chaque année nous organisons un séminaire qui permet d'établir le bilan de l'année précédente et de réfléchir aux perspectives de l'année en cours. Ce séminaire est riche en échanges, il collecte des points de vue très différents et cela permet d'avancer ensemble et de tracer la feuille de route de l'année à venir.

”



CONTACT : Audrey Baylon

4 Rue Aristide Briand, 64300 Orthez / 05 59 69 22 59 / audrey@orthez-citadine.fr / <http://www.orthez-citadine.fr/>





OFFICE DE COMMERCE ET DE L'ARTISANAT DU PIÉMONT OLORONNAIS

L'Office du commerce et de l'artisanat du Piémont Oloronais a été officiellement créé le 31 octobre 2014 et est opérationnel depuis le 1^{er} juin 2015. Il s'agit d'une association Loi 1901. Trois structures sont fondatrices de l'Office : l'association des artisans du piémont oloronais (AAPO), l'union des commerçants les Vitrines du O'Béarn (commerçants), et l'association des garagistes oloronais.



L'Office a recruté un manager en 2015 pour coordonner toutes ses initiatives et attirer les commerçants et artisans de l'ensemble du piémont.

L'office étant une association, il nécessite donc de récolter des fonds privés et publics afin de mettre en place toutes les actions. C'est la Communauté de communes du Piémont Oloronais qui soutient essentiellement l'association. **Du fait de l'intercommunalité, le périmètre des champs d'action s'étend sur Oloron et les autres communes.** Les chambres consulaires (CCI Pau Béarn, Chambre des métiers 64) sont aussi partenaires de cet Office. La Ville d'Oloron met à disposition le local.

→ OBJECTIFS DE L'OFFICE

L'idée d'un Office du commerce et de l'artisanat : faire travailler collectivement des associations notamment pour promouvoir plus largement les animations et initiatives qui existaient déjà, et pour en créer de nouvelles.

L'Office vise ainsi à améliorer et développer l'offre économique, valoriser et promouvoir le piémont oloronais et conduire des projets en lien avec les partenaires institutionnels.

Tous les commerces et artisans membres d'une de ces trois associations sont automatiquement membres de l'office et bénéficient de services complémentaires.

→ SES MISSIONS

- ⊙ Accompagner et soutenir les créations et transmissions d'entreprises
- ⊙ **Être le lien entre les porteurs de projets et les différentes instances qui travaillent sur ce créneau (CC Haut-Béarn, Mairie, CCI Pau Béarn, CMA 64)**
- ⊙ Conseiller les adhérents sur les démarches administratives et les supports de communication
- ⊙ Gérer différents supports de communication : site Internet, réseaux sociaux, annuaire, calendrier... afin de promouvoir l'activité économique locale
- ⊙ Valoriser le potentiel et l'image du commerce et de l'artisanat
- ⊙ Mise en place d'**événements afin de fédérer** l'ensemble des acteurs économiques
- ⊙ Représenter les commerçants et les artisans auprès des collectivités territoriales en participant aux différents groupes de travail et comités de pilotage (réorganisation du centre-ville, transition vers le numérique...)

LES OFFICES DE COMMERCE



CONTACT : Place de la Résistance, 64400 Oloron-Sainte-Marie
05 59 10 97 59

page Facebook Office du commerce et de l'artisanat du Piémont Oloronais



OFFICE DE COMMERCE ET DE L'ARTISANAT BASSIN DE LACQ

D'Arthez-de Béarn à Monein, en passant par Artix et Mourenx, l'Office repose sur un territoire composé de 47 communes partageant des spécificités communes : forte activité artisanale, vitrines commerciales variées, paysage économique éclectique : produit du terroir, industrie, commerces de proximité, artisanat d'art...

Pour fédérer ce vaste territoire, et face à une forte volonté politique en faveur du développement des commerces et des services sur le territoire de l'intercommunalité, l'Office a été créé en 2013 sous le statut d'une association loi 1901.



Deux salariés ont été recrutés : **un manager de commerce** et une assistante.

Les entreprises (artisans et commerçants indépendants) peuvent adhérer directement, les commerçants sont représentés par l'association des commerçants de Monein.

L'office est financé par les adhésions et les subventions des collectivités. La Communauté de communes Lacq Orthez alloue une subvention représentant 60 % du budget, les cotisations des adhérents représentent 29 %. D'autres subventions sont allouées par la CCI de Pau et la CMA 64.

→ LES MISSIONS DE L'OFFICE

- ⊙ Le **développement** et l'expansion du commerce et de l'artisanat à l'échelle de 47 communes.
- ⊙ L'**animation** et la **dynamisation** du tissu commercial et artisanal.
- ⊙ La **défense** des intérêts des commerçants et des artisans.
- ⊙ La **réflexion commune** des problématiques locales avec partenaires privés et publics de l'association, notamment la recherche de synergie entre les objectifs économiques des commerçants/artisans et les projets de territoire en vue de maintenir et de développer le tissu commercial et artisanal de proximité comme source d'emplois et d'éléments d'attractivité du territoire.
- ⊙ La **mise en réseau** des acteurs économiques du bassin.
- ⊙ La **promotion** du tissu commercial et artisanal, la valorisation de son image, de sa notoriété.

→ DES ACTIONS COMMUNES

Afin de réaliser son projet, l'association a défini une **véritable stratégie de développement** pour le commerce et l'artisanat et en conséquence met en place à court et à moyen terme les moyens suivants :

- ⊙ Opération de communication en faveur de l'offre commerciale et artisanale locale,
- ⊙ Études, enquêtes, bases de données, permettant de mieux appréhender l'évolution du commerce et de l'artisanat sur le bassin de Lacq et de répondre à ses problématiques,
- ⊙ Mise en commun des informations, d'outils et de services aux entreprises adhérentes dans des domaines variés,
- ⊙ Développement des services aux clients de type site Internet, carte de fidélité, chèques-cadeaux...

- ⊙ Manifestations commerciales et animations susceptibles d'avoir un impact positif sur le développement ou la promotion du commerce et de l'artisanat du bassin.

“

1 QUESTION À ISABELLE TIJON, MANAGER DU COMMERCE

Comment arrive-t-on à fédérer sur un territoire aussi vaste ? Quels sont les outils ?

Ce n'est pas évident d'opérer sur un territoire aussi vaste. Mais nous développons des outils très satisfaisants. À titre d'exemple, les artisans des petites communes sont répertoriés dans un annuaire distribué dans 15 000 boîtes aux lettres. À partir de 2018, cet annuaire sera remis à jour deux fois par an. Nous les représentons également via des stands sur les foires et marchés. En octobre 2017, nous avons proposé un chéquier de bons plans.

En 2018, nous allons développer la communication et la publicité sur les réseaux sociaux et Internet, et mettre en place une recherche de partenariat avec des tarifs préférentiels, sur les panneaux publicitaires au bord des routes.

”



CONTACT : Isabelle Tijon

15 place du Béarn 64150 MOURENX

05 40 03 36 68 / 06 42 44 91 68

ocabassinlacq@sfr.fr / <http://www.oca-bassinlacq.fr>



LES OFFICES DE TOURISME ET DE COMMERCE



HENDAYE TOURISME & COMMERCE

Lors des élections municipales de 2014, la mission commerce a été confiée à Hendaye Tourisme. Le service Hendaye Commerce a donc été créé au sein de l'EPIC Hendaye Tourisme.



Une subvention spécifique de 60 000 € a été attribuée par la ville d'Hendaye et le directeur de la structure a suivi une formation *Manager de centre-ville* au CEFAC, structure de formation basée à Paris. En 2015, une assistante de direction, chargée du commerce a été recrutée.

Outre la subvention de la ville, le financement s'opère partiellement par une participation des commerçants à l'année et par les partenariats ponctuels tels que les encarts publicitaires (20 000 € /an). Soit au total un budget de fonctionnement de 80 000 €, permettant de dégager un plan action de 50 000 €.

→ **MUTUALISER POUR GAGNER EN EFFICACITÉ**

L'intérêt de la fusion Hendaye Tourisme & Commerce s'exprime par **la mutualisation des savoir-faire** : animations, communication, observation économique, mais aussi par les économies d'échelles en termes de ressources humaines, donc de budget (1 directeur, 1 comptable...).

Pour les commerçants et les services de la Ville, l'avantage tient aussi dans le fait **d'avoir un interlocuteur unique**. Enfin, cette mutualisation a pour objectif d'améliorer la coordination et l'efficacité des actions de développement sur la Ville.

→ **HENDAYE COMMERCE : UNE STRATÉGIE OFFENSIVE**

Un plan d'action triennal a été organisé autour de 4 axes :

- ⊙ Observation économique : études de marché, recensement des locaux vacants...
- ⊙ Accompagnement des commerçants : plan de formation, communication, chèques-cadeaux...
- ⊙ Animations : multiplication des temps forts commerciaux tout au long de l'année
- ⊙ Développement : accompagnement des porteurs de projets, rencontres avec les bailleurs, échanges avec les promoteurs, aménagement de l'espace public (food trucks, terrasses, arrêts minute)...

Les plans d'action mis en place sont :

⊙ En 2015, sortie du site Internet www.hendaye-commerces.com

- Plus de 160 000 pages vues (chiffre 8 mars 2017)
- Exhaustivité des commerces/restaurants/bars
- Agenda dédié aux animations proches des commerces + animations organisées par Hendaye Commerce + animations organisées par l'office de tourisme d'Hendaye
- Informations pratiques et documents pour les partenaires
- Référencement en cours

⊙ Opération St-Valentin

- 2015 : **Quinzaine commerciale pour faire gagner des repas chez les restaurants partenaires.**

Grattez, c'est gagné ! Cette opération sera organisée de mi-février à mi-mars 2018. 15 000 cartes à gratter seront distribuées dans les commerces et permettront de gagner des chèques-cadeaux Hendaye Commerce.

⊙ Opération carte de fidélité

- En 2017, plus de 16 000 cartes de fidélité ont été distribuées chez les partenaires.
- 1 tampon pour achat de 15 € minimum. Tirage au sort et 1000 € de chèques-cadeaux en dotation.

⊙ Opération fête des mères 2015 - 2016 – 2017 - 2018

- Plus de 1500 roses ont été distribuées par les commerçants.

⊙ Braderie du centre-ville

- Depuis 2015, plus d'une trentaine d'exposants, cette manifestation devient emblématique dans le cadre des fêtes basques d'Hendaye.

⊙ Braderie de la plage

- Depuis 2016, une belle 1^{re} expérience.

⊙ Hendaye fête le goût

- Depuis 2010, il s'agit d'une animation dédiée aux restaurateurs. Une thématique est mise à l'honneur durant une semaine par les restaurants participants.

LES OFFICES DE **TOURISME ET DE COMMERCE**

Autres actions opérationnelles

Parmi les autres actions significatives, on peut citer la gestion des marchés hebdomadaires de la ville et la mise en place d'animations pour dynamiser les marchés, ainsi que la gestion d'un nouveau marché de producteurs locaux et/ou bio.

Enfin, **la mise en place de chèques-cadeaux Hendaye Commerce** est opérationnelle depuis septembre 2015. Plus de 40 commerçants les acceptent, les points de vente sont situés à l'Office de tourisme à l'année et 4 dépôts-ventes ont été testés entre décembre 2016 et mars 2017. Au total, ce sont 3 510 € de chèques-cadeaux qui ont été vendus (1 550 € opérations commerciales, 500 € en dépôt-vente, 1 460 € vendus à des particuliers).

➔ **DEUX ANS, L'HEURE D'UN PREMIER BILAN**

Des progrès sont à noter :

- ⊙ Une dynamique commerciale, portée notamment par des réunions régulières entre Hendaye Commerce et les commerçants
- ⊙ Des temps forts commerciaux réguliers (en 2014, note consommateurs dans ce domaine 4,22/10 ; une nouvelle étude en 2018 permettra de noter l'évolution consommateurs en 4 ans)
- ⊙ Une présentation globale de l'offre commerçante hendayaise sur Internet et dans les autres supports de communication
- ⊙ Des réussites en front de mer avec l'installation de terrasses et prochainement d'une animation pour les enfants
- ⊙ De nouveaux commerces en centre-ville : téléphonie mobile, primeur, cordonnier...

Certaines difficultés persistent :

- ⊙ Difficulté à mobiliser les commerçants de tous les quartiers
- ⊙ Des « dents creuses » restent visibles, principalement dans l'hyper centre-ville
- ⊙ La diversité de l'offre commerciale n'est toujours pas suffisante

“

1 QUESTION À JEAN-SÉBASTIEN HALTY, DIRECTEUR D'HENDAYE TOURISME & COMMERCE

Quels sont les points positifs et négatifs du statut d'Hendaye Tourisme & Commerce ?

Un des avantages, c'est la rigueur comptable qu'impose un EPIC, donc une rigueur qui se répercute sur le fonctionnement. Cela oblige l'anticipation financière. En revanche, cela engendre des contraintes dans le volet exploitation commerciale et dans la réactivité commerciale.

L'autre point positif tient dans la composition de l'organe décisionnel. En effet, le Comité directeur est composé de socio professionnelle (issus du commerce, de l'hôtellerie, restauration...) et d'élus, ce qui suscite le débat, le dialogue et une collaboration obligée de mise en œuvre.

”

“

1 QUESTION À ALEXANDRA PAPIN, MANAGER DU COMMERCE

Quelles sont vos missions ?

*J'ai en charge le volet animation. L'objectif est de développer tout au long de l'année des temps forts commerciaux. Nous avons par exemple la braderie du centre-ville où de nombreux commerçants prennent part, les fêtes de Noël ou encore l'opération de distribution de roses lors de la fête des Mères. **L'autre mission, c'est l'observation économique, un travail partagé avec le directeur, où nous nous informons de la santé économique des commerçants, nous recensons la vacance commerciale, le prix des loyers.***

”



LES OFFICES DE **TOURISME ET DE COMMERCE**

EN QUELQUES CHIFFRES : LE COMMERCE À HENDAYE



17.300 habitants – 4^e ville du Pays basque et 5^e des Pyrénées atlantiques
200 commerces et **50** restaurants

Une zone de chalandise comprise entre **34 000** à **43 000** habitants

Une offre marchande éclatée

Un taux de vacance commerciale, en 2014, de **15 %**,
avec de fortes disparités selon les quartiers (de 5 % à 23 %)

HEGOALDEA : UNE OPPORTUNITÉ MAJEURE EN CENTRE-VILLE !



800 habitants de plus d'ici 2019

2.600 m² de surface commerciale

200 places de stationnement public



CONTACT : Jean-Sébastien Halty
67 bis, Boulevard de la Mer 64700 HENDAYE
Tél : 05 59 20 00 34
direction-station@hendaye.com
<http://www.hendaye-tourisme.fr>



SAINT-JEAN-DE-LUZ ANIMATIONS ET COMMERCES

Créé en 1972, l'Office de tourisme de Saint-Jean-de-Luz, devenu Office de tourisme, du commerce et de l'artisanat en 2013, était un établissement public industriel et commercial administré par un Comité de direction et par le Maire de Saint-Jean-de-Luz.



En octobre 2016, la compétence tourisme ayant été transférée à la communauté d'agglomération Sud-Pays basque, un Office de tourisme communautaire a été créé. Les activités qui n'ont pas été transférées à la communauté d'agglomération sont désormais exercées par un **nouvel établissement public industriel et commercial municipal dénommé « Saint-Jean-de-Luz Animations et Commerces »**. Son but est de favoriser le développement, la promotion et l'expansion du commerce à l'échelle du territoire communal en valorisant son image et sa notoriété.

L'établissement est administré par un Comité directeur, composé de deux associations de commerçants, de socio professionnelle et d'élus. Son financement se répartit ainsi : 30 % de subventions de la mairie de Saint-Jean-de-Luz et 70 % de ressources privées. Pour les fonds privés, l'établissement se finance par l'organisation du championnat de pelote basque (avec de nombreux partenaires nationaux) et la gestion d'un restaurant, appartenant à la structure, pendant la saison estivale sur le port.

→ LES MISSIONS DE SAINT-JEAN-DE-LUZ ANIMATIONS ET COMMERCES

- ⊙ Coordination des acteurs locaux liés à l'animation, au commerce et à l'artisanat
- ⊙ Structuration, organisation et promotion du commerce et de l'artisanat
- ⊙ Assurer une mission d'animation du commerce
- ⊙ Contribution en liaison avec les institutions publiques et privées à la mise en valeur du potentiel commercial local
- ⊙ Assurer la cohérence des actions conduites en matière commerciale sur la commune
- ⊙ Mise en œuvre de toutes les actions qui contribuent au développement économique de la commune dans les domaines de l'animation, de l'événementiel, du commerce et de l'artisanat.

Une spécificité du territoire est à noter : **les commerces du centre-ville sont ouverts le dimanche toute l'année depuis plus de vingt ans**. Le taux de vacance est encore faible 4,6 %, mais on observe une augmentation depuis 3 ans.

Il y a une réelle problématique des conventions d'occupation de 23 mois.

LES OFFICES DE **TOURISME ET DE COMMERCE**

→ LES ACTIONS MISES EN PLACE

- ⊙ Charte occupation du domaine public
- ⊙ Refonte de la signalétique
- ⊙ Mise en place du droit de préemption
- ⊙ Mise en place de la taxe sur les friches commerciales
- ⊙ Participation à l'observatoire commercial avec la CCI
- ⊙ Mise en place de la plateforme *Achetez à...*
- ⊙ Petit déjeuner accueil des nouveaux commerçants 2 fois par an
- ⊙ Trois braderies
- ⊙ Animations autour de la cuisine aux Halles 1 fois par mois
- ⊙ Communication accrue auprès des commerçants

achetez a
SAINT-JEAN-DE-LUZ.fr



→ LE BILAN

Cette structure dédiée est un point positif, car elle est rapidement perçue par les commerçants comme leur interlocuteur privilégié. L'autre intérêt, de fait de sa composition, c'est le travail collaboratif qui s'opère entre les socios professionnelles et les élus. Une telle structure permet aussi de faire des économies d'échelle.

Pour le point négatif, les deux associations de commerçants rencontrent encore des difficultés pour fédérer les autres commerçants. Du point de vue de la structure, elle a du mal à mobiliser tous les commerçants, même si un progrès est à noter depuis quelques mois.

“

1 QUESTION À JOCELYN CLEVY, MANAGER DU COMMERCE

Comment s'articule votre poste ?

J'ai été recruté en novembre 2016, il s'agit d'une création de poste. J'ai en charge deux missions : l'animation et le commerce. Afin de dégager du temps pour la partie commerce, je suis secondé depuis le mois d'août, et jusqu'au mois de mars, par un jeune en contrat en alternance.

Le poste de manager est un vrai atout pour la structure, cela permet d'avoir un interlocuteur privilégié avec les commerçants. Depuis un an j'avance progressivement notamment sur la partie « mobilisation » et « fédération » des commerces.

”



CONTACT : Jocelyn Clevy

Saint-Jean-de-Luz, Animations et Commerces
20 boulevard Victor Hugo, 64500 Saint-Jean-de-Luz
05 59 51 65 39

jocelyn.clevy@sjdl.fr / <https://www.blog-saintjeandeluz.com/>

L'OFFICE DE TOURISME, DE COMMERCE ET DE L'ARTISANAT DE MONT DE MARSAN AGGLOMÉRATION

Dès 2011 un Office de Tourisme communautaire...

Convaincus du potentiel touristique de Mont de Marsan Agglomération, les élus de la communauté d'agglomération ont décidé de s'emparer de la nouvelle compétence « Tourisme » dès 2010.



La première conséquence de cette décision a été de se doter d'un **Office de Tourisme communautaire**. C'est celui de Mont de Marsan qui a servi de socle au nouvel équipement qui s'est élargi à l'échelle de l'agglomération en avril 2011. Il est devenu un **Établissement Public Industriel et Commercial (EPIC)** au 1^{er} juin 2012. Ce cadre juridique permet de développer une boutique de vente, proposer des produits touristiques et notamment des séjours à thème et gérer de nouveaux équipements.

En 2016, les missions de l'Office de Tourisme se sont élargies.

Pour venir en appui du commerce et de l'artisanat sur Mont de Marsan Agglomération, les élus ont souhaité élargir les missions de l'Office de Tourisme à ces deux importantes activités : le commerce et l'artisanat. Cette structuration inédite dans les Landes a pris effet au printemps 2016, avec pour objectifs de relancer encore plus le tourisme sur l'agglomération, et permettre au commerce et à l'artisanat de se relancer et de se faire valoir.

En 2016, une subvention supplémentaire de Mont de Marsan-Agglomération de 63 000 € a été allouée en plus de la subvention de 475 000 € de l'Office et sera maintenue sur la période 2018 à 2020. Les packs de « services », vendus entre 100 et 225 € HT, participent au financement du pôle commerce. En un an, 60 commerces ont adhéré à ce service, qui consiste notamment à développer les outils numériques de communication des commerçants.

→ LES MISSIONS PRINCIPALES DE L'OFFICE DE COMMERCE ET DE L'ARTISANAT

- Aider les commerçants à faire revenir les clients, en utilisant au mieux les événements existants ou à créer.
- Création d'un observatoire, avec mise en place d'un baromètre de l'activité pour mesurer dans le temps son évolution, les habitudes des clients et le ressenti des commerçants.
- Accompagner les porteurs de projets dans le choix d'une installation sur le cœur d'agglomération.

→ LES SERVICES PROPOSÉS : ACCOMPAGNEMENT ET FORMATION

Le but principal est d'aider à animer le centre-ville d'abord, puis les différents centres-bourgs et commerces multiservices des autres communes de l'Agglomération.

Pour cela, une étude a été lancée en 2017 sur l'état des lieux du commerce montois, en tenant compte des besoins des consommateurs et de leurs attentes, ainsi que des habitudes de fonctionnement des commerçants. Afin d'établir un diagnostic de la situation qui débouchera sur un plan d'action à partir de 2018. Comment peut-on faire profiter le commerce local de l'e-commerce (en progression de 7 à 8 %) ? En permettant aux clients de venir chercher leur commande dans une boutique de la même marque située en ville ? Comment s'adapter aux nouveaux modes de consommation ? En modifiant les horaires ? Y a-t-il des services nouveaux à créer, tourisme d'affaire, conciergerie, drive en centre-ville ? Telles sont les questions qui sont posées. **L'idée est de s'adapter aux nouveaux rythmes et modes de consommation et s'appuyer sur les événements locaux, les grands rendez-vous** (soldes, Fête des mères, Flamenco, Noël, Madeleine, etc...).

LES OFFICES DE **TOURISME ET DE COMMERCE**

Deux ateliers se sont déroulés début octobre à destination des commerçants. Il s'agissait de tables rondes sur des objectifs communs : comment améliorer le centre-ville et participer à sa redynamisation. Le bilan est positif avec la participation d'une cinquantaine de commerçants et artisans. Bientôt le compte-rendu leur sera adressé ainsi que l'analyse d'une enquête consommateur qui a obtenu plus de 1800 réponses sur le mois d'octobre et novembre.

→ **LE RÔLE DU MANAGER DU COMMERCE**

Un chargé de mission du service développement économique de Mont de Marsan-Agglo s'est vu confié la mission de manager de commerce. À 30% sur cette mission (et à 70% sur l'agglo), il a été particulièrement chargé de démarcher les commerces potentiels (nouvelles enseignes, franchisés ou indépendants) et les propriétaires de locaux vacants, en essayant de les mettre en relation pour une meilleure réactivité envers les porteurs de projet. Il assure l'interface entre tous les acteurs locaux, commerces, collectivités et partenaires institutionnels.

Pour la communication, il a développé avec sa collaboratrice la page facebook montdemarsanshopping, qui compte 7 000 abonnés (en une année).. Face à une véritable attente des commerces, il y a un réel accompagnement « communication » qui s'opère avec notamment des formations aux outils numériques.



1 QUESTION À RENAUD DARQUIER

Cela fait un an et demi que vous avez pris vos fonctions de manager de commerce, peut-on faire un petit bilan ?

Depuis un an, mes missions se développent, elles correspondent à une attente de plus en plus réelle des commerces, très demandeurs de nos outils de communication ou de formations aux outils numériques. Occupé ce poste à 30 % reste donc insuffisant. Heureusement, une assistance commerce a été recrutée pour venir en appui à temps plein sur cette mission et sera secondée à partir de décembre 2017 d'une assistante événementielle à 50% pour appuyer le développement des animations en lien avec le commerce sur le cœur de l'agglomération. En un an, nous constatons que notre place est de plus importante auprès des commerçants du centre-ville, rôle qui est conforté en cette fin d'année par la coordination du jeu de Noël 2017 qui est proposé pour la première fois à tous les commerçants du centre-ville montois.



CONTACT : Renaud Darquier

1 place Charles de Gaulle 40000 Mont-de-Marsan

renaud.darquier@montdemarsanshopping.fr

05 58 05 87 87 / www.montdemarsanshopping.fr



Octobre rose 2017 à Mont-de-Marsan

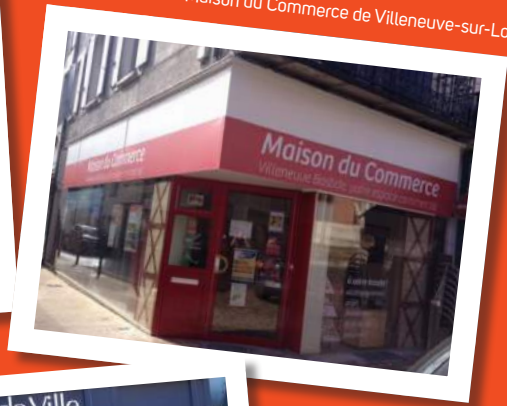
À l'initiative de l'Association des Forces Vives du Marsan (association des commerçants de Mont-de-Marsan), ce sont 420 parapluies qui ont été suspendus dans les rues principales de la ville. Objectif : taper fort visuellement pour inciter la population à s'interroger sur la présence de ces parapluies roses dans le ciel montois. Les commerçants ne souhaitaient pas seulement proposer un ruban rose à apposer sur sa veste, mais marquer les esprits. De même que s'ils décorent les rues, les parapluies sont également en vente chez les commerçants ainsi qu'à l'Office de Tourisme, du Commerce et de l'Artisanat au profit de la ligue contre le cancer.



LES MAISONS DU COMMERCE



Maison du Commerce de La Réole



Maison du Commerce de Villeneuve-sur-Lot



Maison du Commerce de Guéret

LA MAISON DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT DE LA RÉOLE

Soutenue par la Communauté de communes du Réolais en Sud-Gironde et la ville de La Réole, la Maison du commerce et de l'artisanat a été inaugurée en septembre 2017. Ce nouveau lieu au cœur du centre-ville de La Réole traduit la volonté politique des collectivités de soutenir le commerce et l'artisanat du territoire, et de redynamiser l'activité commerciale des centres-bourgs.



→ LES OBJECTIFS DE LA MAISON DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT

Cette Maison va ainsi constituer un nouvel outil pour rendre visible l'action de développement économique menée par la Communauté de communes du Réolais en Sud-Gironde et être plus proche des chefs d'entreprise. Pour cela, **le manager du commerce** tient des permanences pour les professionnels deux fois par semaine.

Le but de la Maison du commerce et de l'artisanat est donc de faciliter l'accueil et les relations avec les entreprises, mais aussi d'offrir un pôle ressources pour les commerçants et artisans en accueillant des permanences de la Maison de l'habitat, de la Chambre des métiers ou encore d'autres associations, qui œuvrent toutes pour l'économie et l'emploi.

L'ouverture de la Maison du commerce et de l'artisanat au sein de l'Office de tourisme est aussi stratégique, car cela permet de relier l'économie de proximité au tourisme. Avec les permanences de la Maison de l'habitat, cela valorise également le projet de ville La Réole 2020.

La Maison du commerce et de l'artisanat n'a pas de statut juridique propre, le local a été privilégié. Les outils prévus sur le long terme ce sont notamment les chèques-cadeaux, mais le modèle économique étant obligatoire (lié à l'intercommunalité), le projet de chèques-cadeaux doit être « raccordé » à une association, il faut donc trouver ou créer une association.

→ LES MISSIONS DU MANAGER

Le manager du commerce a été recruté il y a 3 ans (auparavant, pendant 6 ans, le manager était chargé de mission économie). Ses missions de manager intègrent notamment l'étude du diagnostic de territoire en collaboration avec les chambres consulaires.

Parmi d'autres missions significatives du manager : **la création d'un site Internet « vitrine », outil de communication et d'échanges permettant de valoriser l'offre commerciale et artisanale du territoire intercommunal**; et la mise en place d'un travail partenarial visant la **valorisation des locaux vacants** : recensement via une bourse à l'immobilier numérique et décoration des vitrines vides afin d'assurer une continuité urbaine et visuelle (bâches avec le patrimoine local / Label VAH, campagne de communication sur le territoire en vue du lancement du site Internet).

Le poste de manager du commerce, financé par la ville de La Réole et la Communauté de communes du

Réolais en Sud-Gironde, peut encore évoluer dans les prochaines années. Les missions pourraient être en effet renforcées au niveau de l'intercommunalité (avec notamment plus de présence sur les autres territoires de la Communauté de communes et une prise en charge des dispositifs d'aide).

Le financement du poste de manager de commerce s'opère ainsi : 50 % financé par la ville de La Réole (des fonds ont été alloués pour 6 ans dans le cadre de l'AMI pour la ville de La Réole et d'autres fonds pour l'ingénierie) et 50 % pour la Communauté de communes du Réolais en Sud-Gironde.

“

1 QUESTION À ANNE-SOPHIE DESANGIN, MANAGER DU COMMERCE

Pouvez-vous préciser les atouts d'une telle structure ?

Il s'agit en quelque sorte d'une porte d'entrée sur le territoire de la Communauté de communes pour les artisans et les commerçants. C'est la Maison de commerce et de l'artisanat de la ville de La Réole et de l'intercommunalité, donc cela ouvre des perspectives sur le territoire. En étant à la disposition des professionnels deux fois par semaine dans ce local, je vais être également mieux identifiée par les entreprises.

”



CONTACT : Anne-Sophie Desangin

52 rue André Bénac 33190 LA RÉOLE

Mairie de La Réole : 05 56 61 10 11/ commerces@lareole.fr

Page Facebook : Commerces et Artisanat du Réolais en Sud-Gironde



MAISON DU COMMERCE DE VILLENEUVE-SUR-LOT

Le commerce est une activité motrice sur le territoire de l'agglomération du Grand Villeneuvois, qui compte plus de 600 commerces et une zone de chalandise de 100 000 habitants.

Une démarche a été engagée entre la communauté d'agglomération et les associations des commerçants et artisans pour faire face aux problèmes rencontrés par les centres-villes.

Pour répondre à cette problématique, la volonté des élus locaux et des commerçants fut de travailler ensemble. Ce qui a abouti à la création du comité de centre-ville à la Maison du commerce et à l'embauche d'un manager de commerce en 2013.



→ LES MISSIONS

La Maison du commerce ouverte en juillet 2013, en plein cœur de la bastide villeneuvoise, permet **une meilleure visibilité de l'action menée en faveur du commerce de centre-ville** et d'identifier les différents interlocuteurs.

Elle accueille le bureau de l'Union des Commerçants et Artisans Villeneuvois et des permanences du Grand Villeneuvois afin de fédérer et de coordonner les actions communes.

Son but est aussi de favoriser **l'accueil des porteurs de projets** souhaitant s'implanter en centre-ville. La Maison du commerce est un lieu de cohésion et de synergie entre les acteurs institutionnels et les commerçants.

→ LE RÔLE DU MANAGER DE COMMERCE

Le manager de commerce, recruté en juillet 2013, est ainsi l'interface entre les commerçants et les acteurs publics. Son rôle consiste également à animer et à promouvoir le tissu commercial existant après avoir recensé les attentes et les préoccupations des commerçants.

Sa première mission a consisté à **faire le lien entre les actions mises en place par le Comité** (composé des associations de commerçants, des chambres consulaires, des collectivités locales et de représentants de l'État) **et les commerçants.**

→ PARMIS LES AUTRES ACTIONS MISES EN PLACE :

- ⊙ accompagner les porteurs de projet à la création, reprise ou développement de leurs entreprises,
- ⊙ la création d'une Fédération des commerçants et artisans intercommunale,
- ⊙ **soutenir les unions commerciales et en porter les projets,**
- ⊙ expertiser la situation dans le centre-ville,
- ⊙ **accentuer le pilotage des actions de l'Agglomération**, comme les aides du Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (Fisac), la bourse de l'immobilier d'entreprise, le subventionnement d'organismes qui **accompagnent les entreprises comme la plateforme** des initiatives locales pour les prêts à taux zéro ou encore les protocoles d'accord entre centres et périphéries....

→ LES OUTILS MIS EN PLACE

Pour impulser des projets innovants et s'adapter aux nouveaux modes de consommation, un site Internet a été créé en 2014 pour les commerçants et leurs produits : www.achetezavilleneuve.com. La Communauté d'Agglomération du Grand Villeneuvois, en partenariat avec la Fédération des Commerçants et Artisans et la Banque Populaire Occitane a mis en place cet outil de valorisation économique afin de donner l'opportunité aux acteurs économiques locaux de s'engager dans le e-commerce et d'être visibles parmi toute l'offre commerciale de l'agglomération. Cette marque a donc pour objectif de faire fonctionner les 400 commerces concernés comme une entité, une grande entreprise.

“

1 QUESTION À ALICIA HO, MANAGER DE COMMERCE

Comment ont évolué vos missions ?

En quatre ans mes missions se sont diversifiées. En juillet 2013, j'ai été recrutée en tant que manager de commerce à temps plein. Toute la semaine j'étais à la Maison du commerce, j'orientais notamment les porteurs projets et j'aidais les associations à monter leurs projets d'animation.

Aujourd'hui, mes missions ont évolué, je suis présente deux jours par semaine à la Maison du commerce, et à côté de ces permanences, j'ai en charge le développement numérique, je gère des dossiers plus globaux comme la politique locale du commerce avec la signalétique en centre-ville, les analyses et observations du territoire... C'est la salariée de l'Union des commerçants et artisans, recrutée à temps plein et que j'ai formée, qui a repris le volet animation du centre-ville.

”



CONTACT : Alicia Ho

35 rue de Penne, 47300 Villeneuve-sur-Lot
09 65 22 51 69/ aho@grand-villeneuvois.fr
<http://www.grand-villeneuvois.fr/economie-commerce.php>
www.achetezavilleneuve.com



L'ESPACE INFO « GUÉRET CŒUR DE VILLE »

Faire revenir des commerces dans le centre-ville de Guéret, c'est l'un des principaux objectifs que s'est fixée la municipalité, en engageant notamment un manager de centre-ville il y a près d'un an et en ouvrant un espace d'information dans le centre-ville. Face à la désertification commerciale du centre-ville et à un taux de vacance commercial d'environ 25,7 % en centre-ville (CCI Creuse, 2017) un espace-information a ouvert en mai dernier tout près de la place du marché.



→ LES MISSIONS

« **Guéret Cœur de Ville** », c'est le nom de cet espace, dans lequel le manager de centre-ville y est présent 3 matinées par semaine **pour accueillir et orienter les commerçants et surtout les porteurs de projet, notamment ceux qui envisagent de s'installer dans l'une des boutiques vides de l'hyper centre.**

L'élué délégué au commerce réalise également des permanences tous les mois.

Des partenaires sont présents aussi un après-midi par mois afin d'apporter leur expertise : l'Agglomération du Grand Guéret pour ses Opérations Façades et le lancement de l'OPAH-RU et le CAEU à titre de conseil.

D'autres permanences sont envisagées, par exemple avec Evolis 23, concernant la gestion des déchets pour les professionnels, la plateforme Limousin Actif et Initiative Creuse.

La Ville de Guéret prend en charge la totalité des dépenses liées au local. Actuellement, il n'y a pas de subvention, mais la municipalité a inscrit cette action dans le FISAC 2017 (dans l'axe développer le management de centre-ville).

→ DES NOUVEAUX OUTILS ET ANIMATIONS POUR FÉDÉRER ET REDYNAMISER

À l'image des différents chantiers engagés, des animations portées par la collectivité – Marché de Noël, boutiques éphémères, la Place en Terrasse, la Fête de la bière... – **l'Espace Info Guéret Cœur de Ville vise à fédérer, dans un espace commun, l'ensemble des interlocuteurs liés de près ou de loin à la revitalisation du cœur de ville.**

La stratégie engagée par la municipalité et ses partenaires pour redynamiser le centre-ville comprend aussi 4 associations de commerçants et des partenaires réunis au sein du Conseil d'Orientation Guéret Cœur de Ville, des outils de communication, dont une plaquette sur comment implanter son commerce à Guéret.

La Ville vient de lancer aussi le **dispositif « Ma boutique à l'essai »** pour pallier les **loyers des commerces jugés trop élevés dans le centre-ville.** Il s'agit d'accueillir de nouveaux artisans ou commerçants qui se lancent, en les accompagnants dans leurs démarches et en leur proposant **un loyer réduit.**

En parallèle, la mairie a lancé un **projet urbain, « Guéret 2040 »**, afin de coconstruire le territoire de demain.

L'état des lieux a été réalisé en concertation avec les habitants, les élus et les techniciens. À l'issue de la concertation, cinq axes de travail ont été retenus par les élus : Guéret, une ville aux mobilités apaisées ; Guéret, une ville animée ; Guéret, une ville associative ; Guéret, une ville innovante ; Guéret, une ville verte. La définition de ces axes permet de replacer le centre-ville au cœur des enjeux de territoire. Différentes réunions techniques ont lieu pour réfléchir au réaménagement des espaces publics, dont le square Jorrand, la Grande Rue, la place Bonnyaud. Cette dernière pourrait par exemple devenir semi-piétonne et accueillir un équipement structurant.

“

1 QUESTION À MARINE FOULER, MANAGER DE CENTRE-VILLE.

Comment a été accueilli ce nouveau lieu d'information ?

De manière très positive, toutes les semaines, deux ou trois porteurs de projet viennent me voir. Certains se questionnent encore sur leur projet, je les accompagne et les renvoie vers les interlocuteurs dédiés (consulaires, Communauté d'Agglomération...). D'autres en sont déjà à l'étape finale de la recherche du local. Dans ce cas, je les mets en relation avec les propriétaires de locaux vacants ou les agences immobilières. Cet espace info donne rendez-vous aux acteurs du centre-ville pour toute question ayant trait au commerce, à l'artisanat, à l'habitat, aux animations, ou au cadre de vie. Je reçois aussi régulièrement les associations de commerçants pour faire le point sur les actions menées, leurs difficultés, cette démarche a permis de tisser des liens étroits avec eux et d'instaurer une relation de confiance avec la municipalité.

”



CONTACT : Marine FOULER
Manager de Centre-ville
tel : 05 55 51 47 00 / 07 75 10 34 69
marine.fouler@ville-gueret.fr
7, rue Joseph Ducouret
23000 GUÉRET



STATUT JURIDIQUE/ FINANCEMENT / OUTILS	ASSOCIATION LOI 1901	INTERCOMMUNALITÉ	COMMUNE	
OC BAYONNE	X		SUBVENTIONS	
PAYS BASQUE AU COEUR	X	SUBVENTIONS (2018)	SUBVENTIONS	
OC ORTHEZ	X	SUBVENTIONS	LOCAL MIS À DISPO	
OC OLORON	X	SUBVENTIONS	LOCAL MIS À DISPO	
OC BASSIN DE LACQ	X	SUBVENTIONS		
HENDAYE TOURISME ET COMMERCE			EPIC RATTACHÉ	
ST-JEAN-DE-LUZ ANIMAT. ET COMMERCE			EPIC RATTACHÉ	
OTC MONT-DE-MARSAN		EPIC RATTACHE		
MAISON DU COMMERCE VILLENEUVE/LOT		INTERCO + LOCAL		
MAISON DU COMMERCE LA RÉOLE		INTERCO + SUBVENTIONS	COMMUNE + LOCAL + SUBVENTIONS	
ESPACE INFO «GUÉRET CŒUR DE VILLE»			X	

SYTNHÈSE

	CHAMBRES CONSULAIRES	AUTRES FONDS	CHÈQUES CADEAUX	CARTE FIDÉLITÉ	BRADERIE	E-COMMERCE	ADHÉSIONS COMMERÇANTS
	SUBVENTIONS		X	X	X		
	SUBVENTIONS	X	X			X	X
	SUBVENTIONS	X	X	X	X	X	X
	SUBVENTIONS						X
	SUBVENTIONS		X	X			X
		X	X	X	X		X
		X	X		X	X	
		X					
						X	
	CONVENTION				X		

La loi NOTRe, avec le transfert de compétence aux intercommunalités, est en train de modifier la configuration actuelle des Office de tourisme. Ceux-ci évoluent en Offices de commerce et de l'artisanat, véritables plateformes d'échanges entre acteurs du centre-ville, élus, collectivités et partenaires consulaires.

Évolution, mais aussi nouveautés, toujours dans un souci de redynamiser les centres-villes et d'éviter la désertification commerciale, les collectivités et élus sont amenés à proposer également une nouvelle offre attractive et complémentaire. À cet effet, les collectivités territoriales mettent en place des programmes de revitalisation via de nouveaux lieux d'échange et d'information (Maisons du commerce, Office de commerce et d'artisanat...) gérés par des managers communaux, ou intercommunaux ou par des associations.



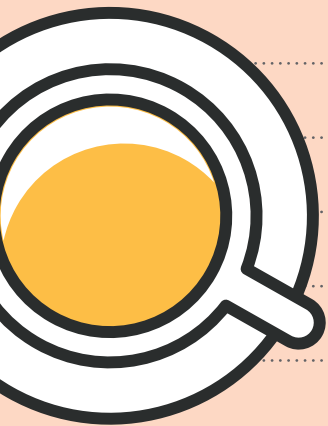
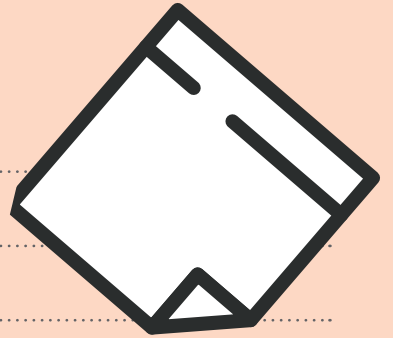
CONCLUSION

Des recrutements de managers du centre-ville et du commerce sont donc nécessaires pour la mise en place de telles structures. Car gérer un centre-ville est un véritable métier, le manager doit disposer de compétences spécifiques, et d'un Office à l'autre les profils sont très différents.

Redoubler d'efforts et d'inventivité pour créer un modèle économique, développer toujours plus les outils de communication, s'adapter aux nouveaux modes de consommation... telles sont les réalités de terrain des managers de la Nouvelle-Aquitaine, professionnels et passionnés, qui via le réseau MANACOM peuvent ainsi témoigner de leurs expériences.

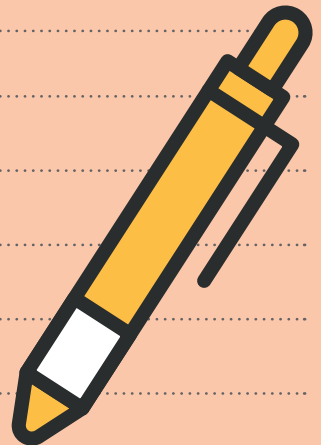
La tendance de la création des Offices ou Maisons de commerce va certainement s'accroître dans les prochaines années et MANACOM s'avère être un véritable lieu d'échanges et de réflexions à destination des managers du commerce et des collectivités.





NOTES

A series of horizontal dotted lines for writing notes, spanning the width of the page.





MANACOM

Réseau des **Managers** du Commerce



CCI BORDEAUX GIRONDE

Vous souhaitez rejoindre le réseau MANACOM



Contact - Animation du réseau

Françoise DUCLOS

Réseau MANACOM

Tél. 05 56 79 44 47

fduclos@bordeauxgironde.cci.fr

BORDEAUXGIRONDE.CCI.FR/MANACOM

