

Les Cahiers de MANACOM

2020

*Managers de commerce:
soudés comme jamais!*



MANACOM

Réseau des **Managers** du Commerce

 CCI BORDEAUX GIRONDE



**BORDEAUX
MÉTROPOLE**





Sommaire

Introduction.....	3
-------------------	---

LES VILLES DE LA MÉTROPOLE BORDELAISE : UNE COORDINATION TERRITORIALE SOUTENUE

Bègles.....	5
Cenon.....	7
Pessac.....	9
Talence.....	11
Villeneuve d'Ornon.....	13

LES COMMUNES ET AGGLOMÉRATIONS RURALES : DES PLANS DE RELANCE INÉDITS

Bergerac.....	15
Grand Villeneuvois.....	17
Guéret.....	19

LES OFFICES DE COMMERCE, D'ARTISANAT ET DU TOURISME : DES PRATIQUES COMMERCIALES INNOVANTES

Arcachon.....	21
Hendaye.....	23
Mont-de-Marsan.....	25
Tableau de synthèse.....	27
Conclusion.....	29

Introduction

En 2019, les Cahiers de MANACOM s'interrogeaient sur le métier de manager de commerce. Manager de commerce, manager de centre-ville, responsable du développement local, chargé de mission commerce... autant d'appellations correspondant à de multiples fonctions, ayant plusieurs points communs : **transversalité, innovation, professionnalisation et lien inhérent avec les collectivités et le commerce.**

Initié par la CCI Bordeaux Gironde en 2008, **le réseau MANACOM et ses partenaires soutiennent et professionnalisent ces managers, dont les missions sont aujourd'hui indispensables à la mise en œuvre des politiques de redynamisation de centre-ville et de centre-bourg au sein des collectivités.**

Et en 2020 ?

L'innovation dans le commerce a été le thème choisi en 2020, afin d'aborder toute la richesse des actions à mettre en place au bénéfice des commerçants et des artisans : faciliter la logistique des commerces de proximité qui vendent des produits en ligne (« conciergeries » créées par des associations de commerçants, collecte des colis...), accompagner les commerçants aux futures règles en matière d'économie circulaire, promouvoir la transparence sur l'origine du produit...

Ce thème est apparu encore plus d'actualité avec la situation déclenchée par la pandémie de Covid-19.

Sur notre territoire, comme partout en France, l'activité économique et l'emploi sont déjà, et seront demain, fortement impactés. Face à cette crise d'une ampleur inédite, l'État, les réseaux consulaires et les collectivités ont choisi de

prendre des mesures concrètes et immédiates de soutien aux commerces et aux entreprises.

Très vite identifié comme l'interlocuteur privilégié par tous les acteurs économiques, de par ses relations au quotidien avec les commerçants et artisans, **le manager a joué et jouera un rôle essentiel. Plaçant l'innovation au cœur de ses actions, il a redoublé d'effort et d'inventivité pour proposer des actions inédites.**

Cette période de confinement a été une épreuve morale et financière pour un grand nombre d'entreprises, qui ont su trouver bien souvent du réconfort auprès des managers, consolidant ainsi les relations de confiance.

Face à ces difficultés, les managers se sont soutenus et encore plus fédérés, et le soutien du réseau MANACOM était essentiel au quotidien.

Accompagnés et soutenus par les managers, certains commerçants ont su rivaliser d'initiatives originales ! Cette période a été aussi un moyen pour les commerces de se remettre en question et d'avoir un peu de temps pour réfléchir à **renouveler leurs pratiques commerciales, lancer de nouveaux projets, ou encore changer de comportement vis-à-vis du numérique...**

Nous avons assisté à un **laboratoire grandeur nature** qui a fait ses preuves, certaines initiatives et nouvelles pratiques auront vocation à perdurer. Pour cela, elles vont continuer à avoir le soutien des réseaux consulaires et doivent continuer également à avoir le soutien des pouvoirs publics.

Un soutien qui va sans nul doute s'amplifier au fil des mois et des années, car **le regard des collectivités a changé sur le commerce et l'artisanat de proximité... ainsi que sur l'importance du métier du manager de commerce !**

Pendant le confinement, la position du commerce a dépassé l'aspect économique, il a permis de maintenir le lien social... Le commerce alimentaire

a dû s'adapter à une forte demande, les consommateurs étant plus que jamais sensibles au « consommer local » et souhaitant pour certains changer leur façon de consommer. Le commerce va certainement **reprendre sa place centrale dans les cœurs de ville et les centre bourgs.**

Cette situation unique a finalement été une **véritable opportunité pour le manager de montrer son savoir-faire et son savoir-être face aux difficultés, ainsi que sa passion à exercer ce métier au quotidien.**

Dans ces Cahiers de Manacom 2020, nous avons choisi de proposer des **interviews « brutes », sans filtre, pour coller au plus près de la réalité du terrain.** Ces managers se confient sur leurs ressentis, leurs expériences, les actions innovantes qu'ils ont pu mettre en place, valorisant ainsi la diversité des métiers et des territoires, ainsi que

LA FORCE DU RÉSEAU MANACOM.

LES VILLES DE LA MÉTROPOLE BORDELAISE : UNE COORDINATION TERRITORIALE SOUTENUE

BÈGLES Un plan d'actions pour le commerce de proximité et les entreprises

La parole à ...

Alexandre Delomier

Responsable du service économique, foncier et patrimoine

Qu'est-ce qui vous a le plus surpris pendant le confinement ?

C'est la détresse sociale des entrepreneurs. J'ai échangé avec une soixantaine d'entrepreneurs, par téléphone ou par mail, qui étaient en grande difficulté. Certains ne généraient aucun revenu malgré les dispositifs d'aide qui, par ailleurs, ne remplacent pas un chiffre d'affaires. Ils avaient besoin de parler, ils étaient dans l'incertitude sur la reprise et se questionnaient : « s'il y a une reprise, dans quelles conditions » ... Au final, un grand nombre d'entre eux se sentaient perdus, donc nous les orientions sur les différentes mesures possibles et être à leur écoute.



Que vous a apporté le réseau MANACOM pendant cette période ?

Grâce au réseau MANACOM, nous nous connaissons entre managers ou responsables de service économique. Nous avons beaucoup échangé et nous

nous sommes ensuite coordonnés avec Bordeaux Métropole, qui a la compétence économie. Cela a permis de mettre en place un réseau et des groupes de travail au niveau du territoire de la métropole. MANACOM a aussi joué un rôle très important au niveau du relais d'information pour l'approvisionnement des masques pour les TPE et PME.

Comment voyez-vous l'évolution de votre métier ?

Je pense qu'il va y avoir une importante problématique économique à venir. Les commerçants ont souvent peu de marge de manœuvre, et certains vont être en grande difficulté. Côté politique, cela va représenter un important enjeu, les élus vont s'intéresser de près aux commerces de proximité. Je pense que le rôle du manager va évoluer et s'intensifier. Il va encore plus faire le lien entre les différents acteurs.

Et celle de MANACOM ?

La réussite du réseau, selon moi, ce sont nos liens. Nous nous connaissons et nous n'hésitons pas à nous contacter pour échanger sur nos actions et voir celles qui sont pertinentes. Le réseau, c'est aussi un important soutien moral, technique et il est professionnalisant. Je prends l'exemple des visites de terrain parfois avec nos élus, les retours d'expériences, les formations... Franchement, c'est très positif. Le réseau, je pense, devrait s'élargir encore plus sur la Région Nouvelle-Aquitaine, certains territoires doivent certainement avoir besoin de managers de commerce. C'est un métier qui, selon moi, est devenu incontournable pour une collectivité.

actions
innovantes

Pouvez-vous citer quelques actions mises en place pendant le confinement ?

Nous nous sommes mobilisés pour accompagner les acteurs économiques fortement impactés. Pour limiter les risques économiques liés à la crise, un plan d'actions pour le commerce de proximité et les entreprises a été mis en œuvre.

Nous avons mis en place un **Drive marchand** le mercredi matin pour les commerçants non-sédentaires présents sur les marchés de Bègles.

Nous avons utilisé de nombreux outils numériques avec la mise en place : d'un **groupe Facebook Solidarité Bègles #COVID-19** où les commerces pouvaient diffuser leurs actions spécifiques à la période de confinement (livraison, drive, autres) ; d'un **site Internet dédié au confinement : Solidarité Bègles Covid19**, qui reprenait la liste des commerces qui proposaient de la livraison ou du drive. En termes de communication, nous avons lancé une campagne d'affichage partout



dans la ville pour inciter les Béglois à consommer local.

Pour les entreprises et les commerces nous avons été un **relais d'informations essentielles**, avec des synthèses sur les aides de l'Etat et de la Région, des propositions de contact pour l'accompagnement par la Chambre de commerce et d'industrie et la Chambre de métiers (relais des informations officielles notamment du réseau CCI France sur les aides ou sur les ventes de masques).

Le service économique a tenu des permanences pour répondre aux besoins et orienter au mieux les entrepreneurs en fonction du besoin (mise en relation pour la production de masques/gel hydroalcoolique, la recherche de fournisseurs sur ces équipements, les problèmes de trésorerie, d'accès à certaines aides).

La Ville a exonéré les commerces de la redevance d'occupation du domaine public et des loyers des locaux municipaux pendant trois mois. Elle a, par ailleurs, autorisé une implantation plus large des terrasses pour aider les restaurateurs et cafetiers.

Chaque commerce a reçu gracieusement deux masques.



Alexandre Delomier

05 56 49 88 70

a.delomier@mairie-begles.fr

www.mairie-begles.fr

CENON La ville parie sur les filières courtes pour relancer l'économie locale

La parole à ...

Sylvain Willemot

Chef du service développement économique et insertion professionnelle

Par rapport à votre métier, qu'est-ce qui vous a le plus surpris pendant le confinement ?

Cette période de confinement a perturbé nos missions. Nous n'étions pas sur place mais en télétravail donc c'était compliqué vis-à-vis des commerçants, qui nous ont beaucoup sollicités. Mais nous avons adapté notre accompagnement. L'avantage pour notre service, c'est que nous avions mis en place, avant le confinement, un portail Internet pour les commerçants et les entreprises sur la base du volontariat. C'est la Ville qui en est l'administrateur. Cela nous a permis de faire du mailing à distance à destination des commerçants. Nous avons pu aussi les mettre en relation avec les chambres consulaires pour les dispositifs d'aide. Il y a eu de nombreuses initiatives de solidarité, dans la restauration notamment. Nous avons contacté les restaurants pour voir lesquels étaient en mesure d'effectuer des livraisons. Au final pendant cette période, toute notre action était centrée sur la gestion d'urgence, et ce qui a été surprenant et rassurant c'est la capacité d'adaptation des agents municipaux.

Que vous a apporté le réseau MANACOM pendant le confinement ?

Le réseau est important, cela nous a permis notamment d'échanger entre communes de la métropole. C'est grâce à MANACOM que nous avons pu nous connaître. Les échanges étaient intéressants et constructifs, permettant de se servir des expériences des uns et des autres. Nous avons aussi bénéficié du réseau de Bordeaux Métropole pour réfléchir à des actions communes (question des loyers commerciaux, droit de terrasse etc.).



Depuis le déconfinement, avez-vous remarqué une évolution des pratiques ?

Nous avons l'impression que l'état d'esprit des commerçants a évolué. A la réouverture des restaurants, lors de la distribution de kits, nous avons pu échanger avec eux. Ils ont un autre regard, ils ont été touchés au-delà de leur activité économique. Des commerçants ont fait des choses qui n'avaient jamais faites auparavant, comme la livraison de repas... et cela a modifié leur approche. Et pour nous, la relation avec eux évolue également. Dans notre service, nous nous sommes interrogés sur les filières courtes, au-delà du commerce, nous menons une réflexion sur l'agriculture urbaine. Nous sommes partis du constat que le commerce local a toute son importance. Les habitants ne pouvaient pas se déplacer et ont pris conscience, eux aussi, de l'importance de leur commerce de proximité et du lien social.

Comment voyez-vous l'évolution du réseau MANACOM ?

Nous avons pris conscience de l'intérêt d'un tel réseau pendant cette crise inédite. C'est indispensable de voir ce qui se fait ailleurs et de constater les autres initiatives, de prendre du recul. Par exemple grâce à nos échanges et réflexions communes, nous sommes plusieurs villes à avoir mis en place le recensement des commerces ouverts. Autre intérêt du réseau : c'est la formation qui est proposée. Les métiers évoluent et il faut se former régulièrement.

actions innovantes

Pouvez-vous citer quelques exemples d'actions innovantes mises en place pendant et après le confinement ?

Nous nous sommes réorganisés autour de services essentiels et d'initiatives solidaires. Nous avons effectué une veille quotidienne. Nous avons commencé par contacter les commerces alimentaires, repérer les plateformes de livraison. Nous avons encouragé les commerçants à nous communiquer toutes leurs informations (ouverture, services proposés, etc.). Pour ceux qui étaient fermés, nous étions dans une démarche d'accompagnement notamment sur les dispositifs d'aide.

Plusieurs mesures d'aides ont été mises en place avec le fonds de soutien de Bordeaux Métropole notamment. 92 entreprises ont pu en bénéficier. Mais beaucoup d'entreprises n'étaient pas éligibles, **donc via le réseau social LAB, nous avons repéré et aidé des entreprises des quartiers Politique de la Ville avec des prêts d'honneur.**

En tant que mairie, nous avons pu contacter les bailleurs sociaux pour suspendre les versements des loyers. Nous avons également suspendu les loyers d'un restaurant qui loue un local municipal. Pour les TPE, il y a eu abattement de 25%.

En termes de communication, **certaines initiatives d'entreprises et de commerces ont été mises en avant dans le journal municipal**

spécial confinement "Hors-Série". Et puis, nos outils web ont relayé et partagé le plus possible toutes les actions menées pendant le confinement. Le Club d'entreprises de Cenon a lancé une campagne d'affichage pour le « consommer local ».



La crise va malheureusement continuer, nous mettrons en place d'autres actions quand il n'y aura plus les aides. On a recensé différents partenaires et nous réfléchissons en novembre avec le Club des entreprises aux différents projets que nous pouvons mener.

Cette crise nous a confortés dans certains projets que nous menions et que nous souhaitons désormais encore plus développer, comme celui de la couveuse restauration Resto'Starter. Nous sommes partis du constat qu'un grand nombre de restaurants ferment faute d'expérience en entrepreneuriat. Les futurs couvés auront ainsi l'opportunité d'intégrer un espace test pour se tester en situation réelle et confirmer ou non leur projet de création.

C'est un projet très innovant, qui rentre aussi dans notre projet de filières courtes.



Sylvain Willemot

05 57 80 35 74

sylvain.willemot@ville-cenon.fr

www.cenon.fr

PESSAC Un plan de communication à grande échelle pour relancer l'économie

La parole à ...

Anne-Marie Twardo Lamagnère

Chargée de Mission Commerce Artisanat

Par rapport à votre métier, qu'est-ce qui vous a le plus surpris pendant le confinement ?

Il a fallu s'adapter au télétravail avec une certaine rapidité, mais au final on s'est vite rendu compte que c'était fluide avec les entreprises qui avaient des adresses mail, cela facilitait la communication et la circulation des informations. D'où la réflexion de sensibiliser les autres entreprises et commerces au numérique. Notre réactivité a été aussi surprenante, le site internet de la ville était remis à jour quotidiennement pour communiquer sur les nouveaux horaires des commerces ouverts, ceux qui proposaient de la livraison ou des retraits en magasin.

Que vous a apporté le réseau MANACOM pendant le confinement ?

MANACOM, c'est d'abord une source d'informations via sa plateforme iCCI mais c'est aussi un réseau où l'on se connaît bien, donc nous avons pu échanger et dialoguer facilement. Je me suis rapprochée en particulier des membres travaillant pour les autres villes de la métropole bordelaise. Nous échangeons sur nos données, nos actions : les villes qui avaient ouvert des drives, celles qui gardaient leurs marchés ouverts, les recensements des sites d'information pour les commerçants... En bref, c'était un retour d'expériences très intéressant qui nous permettait d'agir vite et d'harmoniser nos actions sur notre territoire métropolitain. Nous échangeons également sur toutes les aides mises en place par les chambres consulaires, la Métropole, la Région et l'État.

Est-ce que la pratique de votre métier a évolué depuis le déconfinement ?

Tout juste après le déconfinement, nous avons continué à nous réunir en visio-conférence, ce qui

était complètement nouveau ! Conséquence de cette crise, nous nous sommes beaucoup questionnés. Que peut-on faire en tant que Ville une fois que nous avons dépassé le cadre des aides pour soutenir le commerce ? Nous pensons que cela passe par la communication, c'est de notre ressort. C'est pour cela que nous avons réfléchi avec les différents services de la Ville et les associations de commerçants à un plan de communication à plus long terme. Nos relations avec les commerçants ont évolué, paradoxalement nous avons vu beaucoup de monde, notamment avec distribution de masques ou des kits. Et cela a généré un volume d'échanges plus important.

A plus long terme, comment voyez-vous l'évolution de votre métier ?

Je pense que le métier va évoluer. Quand j'ai démarré mon activité en tant que manager, nous étions peu à exercer ce métier. Il était plus ancré sur de l'animation commerciale, même si nous réalisions des études ou autres, nous mobilisions les commerçants par ce biais-là. Aujourd'hui, avec cette crise, le regard a changé sur le commerce et nos missions. Pendant la pandémie, la France s'est arrêtée, mais il y avait deux « institutions » qui ont continué à garder le lien et qui sont restées ouvertes : les mairies et les commerces. Le commerce a repris son rôle d'approvisionnement au niveau local bien sûr mais aussi son rôle social.

Les futurs managers auront cette « nouvelle » reconnaissance de leurs missions. Tous les autres managers ont dû connaître des difficultés à mobiliser les services, et ont dû se battre pour faire valoir la place du commerce. Aujourd'hui les maires et élus locaux sont très sensibles à la place du commerce et de son rôle central. Le métier devient de plus en plus technique du fait de l'évolution de la réglementation et de la prise en compte du rôle du commerce dans la ville.

Et le réseau MANACOM ?

Le réseau MANACOM a toute sa légitimité et va se renforcer, du fait qu'on reconnaisse sur un plan national que le commerce est un acteur incontournable et important dans les aménagements des centres-villes et des bourgs. Aujourd'hui avec l'évolution de notre métier, il faut que nous montions en compétence au niveau juridique et réglementaire. Je pense qu'il va falloir donc intensifier les échanges et formations, travailler sur ces aspects réglementaires et juridiques. MANACOM, c'est le réseau qui nous permet de nous professionnaliser et vu la nouvelle place du commerce dans notre pays, nous allons avoir besoin de nous former, de travailler en transversalité, le réseau est très important pour nous fédérer et nous apporter un soutien.



Citez quelques actions innovantes

Pendant le confinement, des commerces alimentaires sont restés ouverts. **Nous les avons recensés sur le site internet de la Ville** par catégorie et par quartier en créant une cartographie interactive afin de pouvoir localiser les commerces de proximité ouverts et les différents services qu'ils proposaient : drive, retrait en magasin, livraison... Nous remettons à jour quotidiennement la cartographie.

Autre action complètement inédite, **c'est la distribution dans les commerces de masques chirurgicaux, puis de masques en tissu**. Nous avons sollicité également deux de nos entreprises pour fabriquer du gel hydroalcoolique que nous avons ensuite distribué. Et puis nous avons été à nouveau sur le terrain à la réouverture des commerces pour la distribution des kits de restauration offerts par la CCI Bordeaux Gironde, Bordeaux Métropole et l'UMIH. Il a fallu être réactif et présent sur le terrain.



Nous souhaitons relancer l'économie à travers la mise en avant des commerces de proximité. **Nous travaillons donc sur un plan de communication à grande échelle avec le service communication.** Nous avons déjà créé une affiche de soutien pour les commerçants diffusée sur tous nos supports. C'est une première : un travail commun avec les commerçants et associations de commerçants. La 2^{ème} étape, c'est de travailler sur un plan de communication à long terme. Ce plan prévoit une communication récurrente dans nos journaux municipaux avec des portraits et sur le web des interviews vidéo des commerçants.

En septembre a eu lieu notre marché des créateurs, co-organisé avec l'association des commerçants du centre-ville. Cette année il aura encore plus d'importance pour relancer l'économie locale. Il faudra nous réinventer, car il ne pourra pas avoir la même configuration que les années précédentes.



Ville de
PESSAC

Anne-Marie Twardo Lamagnère
Chargée de Mission Commerce Artisanat

05 57 93 63 45 / 06 11 50 61 10

am.twardo@mairie-pessac.fr / commerce@mairie-pessac.fr

www.pessac.fr

TALENCE La carte cadeau pour favoriser le commerce de proximité

La parole à ...

Franck Aziza

Manager commerce

Par rapport à votre métier, qu'est-ce qui vous a le plus surpris pendant le confinement ?

C'est un nouveau métier que j'exerce depuis septembre 2019, j'étais auparavant consultant en marketing et en communication pour un cabinet privé. J'ai donc eu une phase d'adaptation avant d'être confiné. Ce qui m'a surpris, c'est la façon dont le commerce talençais est attaché à notre service et le soutien qu'on peut lui apporter. Nous sommes vraiment un point d'ancrage et je joue le rôle d'interlocuteur privilégié. J'ai été très vite identifié comme un référent, un point de ressources par les commerçants. Une centaine de commerçants m'ont donc sollicité pour les renseigner et les accompagner. Pendant tout le confinement, nous avons gardé le lien via l'envoi d'emails d'informations et des points téléphoniques réguliers sur les dispositifs d'aides.

Que vous a apporté le réseau MANACOM pendant le confinement ?

C'est un très bon outil en cas de besoin et il m'a apporté de nombreuses réponses pendant cette crise. Lorsque j'avais des doutes sur certains éléments, je consultais la plateforme iCCI et je n'hésitais pas à contacter Françoise Duclos, la responsable du réseau, pour avoir des précisions. Malgré le télétravail et la distance, nous avons eu aussi beaucoup d'échanges entre managers notamment avec quelques visio-conférences pour présenter les initiatives mises en place, récupérer les bonnes idées des uns et des autres. Ces réunions nous permettaient de partager nos expériences ! Grâce au réseau on se sent aussi soutenu.

Depuis le déconfinement, est-ce que la pratique de votre métier a changé ?

La relation de confiance avec les commerçants a évolué. Depuis le déconfinement, les échanges sont



facilités et plus profonds qu'avant. Je me sens plus proche d'eux. Et nous nous apercevons qu'entre les commerçants les échanges sont aussi différents, plus simples. Ils n'hésitent pas à partager leurs bonnes pratiques et leurs bons plans. Une solidarité s'est réellement instaurée.

A plus long terme, comment voyez-vous l'évolution de votre métier ?

Les managers de commerce sont des éléments importants pour le développement économique des collectivités. Pendant le confinement, nous en avons eu la preuve et nos fonctions ont été mieux identifiées. C'est une bonne chose, cela a permis de clarifier notre rôle. Le manager de commerce est un atout pour le développement économique d'une ville. On accompagne et nos actions permettent d'accélérer le développement économique. C'est aussi un métier de contact, nous devons aller plus sur le terrain, être proactif, se réorganiser sur la partie événementielle, ce qui est important c'est de montrer le savoir-faire des commerçants. Les animations sont majeures en cette période ainsi que la diffusion de l'information. Nous devons veiller sur toutes les évolutions du métier et retranscrire nos besoins de manière claire aux acteurs économiques pour les accompagner au mieux.

actions innovantes

Pouvez-vous détailler quelques actions innovantes pendant et après le confinement ?

Afin de soutenir les commerçants habituellement présents sur les marchés de plein air et pour assurer une continuité dans l'offre de produits locaux de qualité, la Ville a mis en place pendant la période de **confinement trois drives fermiers en lieu et place des marchés municipaux**. Cette opération a rencontré un franc succès. Une plateforme sur le site de la Ville a permis de répertorier les commerçants participants ainsi que leurs produits, afin de pouvoir passer commande avant de récupérer son panier dans un endroit adapté et sécurisé par le biais de ces drives fermiers. D'autres commerces alimentaires sont restés ouverts et/ou proposaient des services de livraison. Nous les avons répertoriés sur le site internet de la Ville. Nous avons également incité les grandes surfaces à se fournir chez des producteurs locaux. Talence a mis en place quatre mois de gratuité de loyer pour les commerces ayant une utilisation privative du domaine public à des fins commerciales. Sans oublier la gratuité du stationnement, les achats groupés de gel hydro alcoolique et de masques ou encore la mise en place d'une cellule de soutien aux entreprises en difficultés...



Pour soutenir le commerce de proximité et favoriser la consommation locale, **la carte cadeau offerte par la Ville à ses 900 agents et aux nouveaux habitants sera, cette année, réservée exclusivement à des achats chez les commerçants talençais membres des associations**. Cela va permettre aussi de faire découvrir le commerce de proximité. Pour relancer

la trésorerie des associations de commerçants et de manière plus large l'économie locale, nous travaillons actuellement avec les commerçants pour qu'ils puissent également offrir ou vendre ce type de carte cadeau à leurs clients.

Nous allons également investir dans **l'achat de capteurs de flux piétons**. Ces équipements permettent de mesurer l'attractivité commerciale et d'analyser la fréquentation. Cet outil nous aidera dans notre stratégie de relance de l'économie.

Juste avant le confinement, nous avons créé le **« Club extra des TPE »** avec ce constat que les petites entreprises et les commerces n'avaient pas accès aux mêmes avantages que les grandes entreprises. Nous avons ainsi travaillé avec les présidents de quatre associations de commerçants et d'artisans ainsi que le GET (Groupement des Entrepreneurs Talençais). Cela va permettre de proposer une offre exclusive avec des tarifs plus avantageux pour les membres du club, c'est-à-dire les adhérents des associations de commerçants et d'artisans à jour de cotisation... 70 offres sont ainsi proposées. Nous avons aussi négocié avec TBM pour avoir le même accès aux offres des grands groupes pour le transport. A partir de septembre, une application mobile va être lancée pour permettre de découvrir les tarifs avantageux et localiser les commerces. Cela concernera 400 membres mais ce chiffre va certainement évoluer avec l'adhésion des agents de la commune et, dans un deuxième temps, en intercommunalité... Ce club va contribuer à relancer l'économie circulaire locale.

Talence

Franck A ziza
05 56 84 36 80
f.aziza@talence.fr
www.talence.fr

La parole à ...

Anne-Sophie Desangin

Chargée des relations économiques,
Responsable du Service Economie Emploi

Par rapport à votre métier, qu'est-ce qui vous a le plus surpris pendant le confinement ?

Je dirai l'importance de mon rôle comme interlocuteur privilégié avec les entreprises et la collectivité pour laquelle je travaille. Mon poste est récent au niveau du pôle développement durable, il a été créé il y a deux ans et était un peu en phase test. Pour les élus et services de la Ville, mes missions deviennent indispensables et mes fonctions sont pertinentes sur le territoire. Au niveau des entreprises, mon positionnement pendant la crise a confirmé le lien qu'on avait pu tisser, beaucoup m'ont contactée, j'étais réellement le maillon de transmission entre la collectivité et les entreprises. Au quotidien, je suis en contact avec environ 400 artisans et commerçants et quelques grandes entreprises sur les 2500 implantées sur le territoire.

Que vous a apporté le réseau MANACOM pendant le confinement ?

Nous étions un peu tous isolés chez nous en télétravail, c'était donc très intéressant de pouvoir partager, via la plateforme web iCCI notamment, et poser nos questions. MANACOM servait de relais officiel d'informations à partager. Pendant le confinement, j'ai activé mes réseaux sociaux professionnels, et je me suis servie des informations que je recevais de MANACOM pour les relayer en ligne. Nous n'avons pas hésité à communiquer entre managers, avec cet avantage de se connaître grâce au réseau. Nous obtenions rapidement des informations pertinentes sur les dispositifs d'aide ou les nouvelles plateformes en ligne par exemple pour les masques ... Les échanges ont permis également de prendre connaissance de ce qui se faisait ailleurs : exonération de loyers, de taxes, qui faisait quoi, comment ... nous avons gagné du temps car il fallait être réactif. Les réunions en visio-conférence m'ont également bien aidée, comme le séminaire proposé par la CCI sur les difficultés rencontrées par les

entreprises, cela m'a permis d'avoir du recul.

Depuis le déconfinement, comment pratiquez-vous votre métier de manager ? Peut-on dire qu'il y a un avant/après cette crise ?

Oui on peut dire qu'il y a un avant/après, parce que nous sommes encore à mi-temps en télétravail, et nous avons toujours cette complexité de ne pas pouvoir nous réunir. Nous avons pris de nouveaux réflexes et de nouvelles façons de travailler, on tend vers des outils plus numériques, les mails et réseaux sociaux... On s'en est accommodé et on s'est adapté sans perdre le contact, au cas par cas. Je pense que cette nouvelle façon de travailler va perdurer.

A plus long terme, comment voyez-vous l'évolution de votre métier ?

Nous avons commencé à développer les outils numériques avant le confinement. Par la force des choses, nous avons dû développer en un temps record ces outils. L'évolution du métier, c'est de se doter d'outils web afin de nous permettre d'être réactifs dans ce genre de situation et de pouvoir enclencher des choses si nous devons revivre une situation similaire.

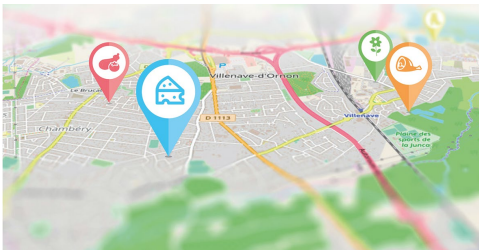
Et du réseau MANACOM ?

Le réseau va se poursuivre, c'est indispensable, peut-être en s'adaptant avec plus de séminaires en visio-conférence. Cette façon de travailler fonctionne et a fait ses preuves, nous nous sommes tous approprié les multiples outils qui permettent de travailler à distance. Eventuellement nous pourrions nous réunir en petits groupes de travail, pour travailler sur certaines thématiques, organiser des petits déjeuners en sous-groupes... Et puis continuer les échanges sur la plateforme iCCI sur les différents thèmes qui nous concernent. Les réunions en visio-conférence et en présentiel peuvent alterner, il faut trouver un juste milieu. Je pense aux personnes de la région qui viennent un peu de loin, à qui cela permettrait de gagner du temps sur les déplacements.

actions innovantes

Citez quelques actions spécifiques mises en place pendant et après la crise sanitaire.

Pour nous, l'action innovante sur laquelle nous avons commencé à travailler avant le confinement, **c'est une cartographie des commerces du territoire : villenavedornon.city**. Il s'agit de faire connaître les commerçants présents sur la commune et plus largement l'ensemble des entreprises implantées sur notre territoire. Celles-ci pourront alors être géolocalisées et classées par secteur d'activité et bénéficier d'une fiche de présentation avec un descriptif (coordonnées, horaires...) renvoyant vers leurs propres outils de communication existants. Pendant le confinement, grâce à cet outil, nous avons pu mettre en avant les commerces ouverts, en recensant les horaires et dispositifs spécifiques. Les commerçants ont bien joué le jeu, 90 activités ont été recensées, telles que des commerces alimentaires ouverts, des services en drive et livraisons. A plus long terme, **cette cartographie géolocalisera tous les commerçants et les entreprises du territoire**.



Nous avons créé une **page spécifique sur notre site internet qui relayait toutes les informations**, notamment sur les dispositifs d'aide. Nous avons relayé cet outil via un format de newsletter que nous n'avions pas auparavant. Nous avons également réalisé une enquête en

ligne pour connaître la situation des entreprises et faire ainsi le relais auprès des chambres consulaires pour qu'elles puissent être accompagnées si nécessaire.

Au niveau de l'emploi, nous n'avons pas pu organiser en avril notre Forum des jobs d'été. Nous avons donc été réactifs et **nous avons proposé un forum en format réduit, en ligne, avec mise en relation des entreprises et des jeunes** qui recherchaient des emplois pour la période estivale. Nous avons eu 45 offres et plus de 200 postes à pourvoir. Nous avons reçu 500 CV et une centaine de contacts de jeunes. Nous les avons ensuite mis en relation et des recrutements ont été effectués. Ce fut une opération très positive.



Anne-Sophie Desangin

05 56 75 39 13

service.eco-emploi@mairie-villenavedornon.fr

desangin.anne-sophie@mairie-villenavedornon.fr

www.villenavedornon.fr

LES COMMUNES ET AGGLOMÉRATIONS RURALES : DES PLANS DE RELANCE INÉDITS

BERGERAC Une ville très solidaire avec ses commerçants

La parole à ...

Audrey Fauguet

Manager de centre-ville

Pendant le confinement comment avez-vous adapté vos missions ?

J'étais en télétravail, j'avais comme mission prioritaire l'accompagnement des commerçants. Pour ceux qui avaient fermé leur commerce, je leur envoyais des notes sur les nouvelles mesures ou les dispositifs d'aide auxquels ils pouvaient prétendre. Pour ceux qui sont restés ouverts, nous les avons recensés puis équipés pour assurer leur protection (visières, plaque de plexiglass). Nous avons maintenu nos marchés et l'ouverture de la halle mais nous avons dû mettre en place tout un protocole sanitaire. Nous avons aussi organisé des drives horticoles.

Est-ce que vous avez consulté le réseau MANACOM ?

Oui j'ai consulté la plateforme web iCCI pour prendre connaissance des derniers échanges, trouver des idées ou des points de précision sur les actions que nous étions en train de mettre en place. Ces données m'ont été utiles.

Aujourd'hui, quelles sont vos priorités ?

Nous sommes très à l'écoute des commerçants. Concernant les restaurateurs, bars etc., nous avons travaillé sur l'extension de leurs terrasses. Je suis beaucoup sur le terrain, dans l'échange et l'accompagnement. Notre objectif principal est de les aider

et de leur apporter notre soutien pour qu'ils maintiennent leur activité et que leurs commerces restent ouverts.

A plus long terme, comment voyez-vous l'évolution de votre métier ?

Suite à cette longue période de crise, notre travail va forcément changer. Nous nous attendons en début d'année prochaine à la fermeture de certains commerces, la crise aura impacté un certain nombre d'entre eux. Dans des périodes creuses, ils se retrouveront sans revenus et avec des prêts à rembourser, si l'été n'a pas été à la hauteur de leurs attentes financières. Notre travail d'organisation de centre-ville va consister à travailler différemment. Nous allons œuvrer pour que les commerces qui sont encore là, ouverts et en place, le restent ! Il va falloir les soutenir et les accompagner pour qu'ils arrivent à vivre correctement.



actions innovantes

Citez quelques actions innovantes mises en place pendant et après le confinement ?

Pendant le confinement, nous avons distribué des visières et des plexiglass. Nous avons accompagné les commerçants, en leur donnant beaucoup d'informations sur les aides possibles. Nous avons accompagné en particulier ceux qui étaient perdus dans les démarches administratives et qui avaient besoin d'aide, en les mettant par exemple en lien avec nos interlocuteurs des chambres consulaires.

Pour éviter que nos horticulteurs locaux perdent leurs marchandises florales, nous avons mis en place un drive horticole à partir du 22 avril tous les mercredis matin.

Pour être solidaires et maintenir une certaine activité économique au niveau local, nous avons sollicité certains commerces locaux pendant le confinement. Par exemple, pour la fabrication des masques, nous avons passé des commandes auprès des merceries, des magasins de tissus, des couturières.... Autre exemple, la cuisine centrale a racheté des produits à des restaurateurs qui ne pouvaient pas ouvrir pendant cette période. Nous avons procédé également à l'exonération des loyers des commerçants de la Halle, que nous avons maintenue ouverte pour les commerces de bouche. Les droits de terrasse sont également exonérés jusqu'à la fin de l'année.

Nous avons mené aussi d'autres actions en réaction au confinement et en faveur du commerce, à savoir : une plateforme interactive, un drive, l'extension des terrasses, des clips promotionnels, des portraits de commerçants et une grande campagne d'affichage et de communication pour inciter les gens à venir en centre-ville (affichage, spots radio...). De plus, le stationnement en centre-ville est gratuit tous les samedis après-midi jusqu'à la fin de l'année et en mai et juin, il y avait également une heure de stationnement gratuite dans deux parkings fermés en surface en cœur de ville.

Pour rendre la ville et ses commerces attractifs, nous avons décoré le centre-ville, à partir de juin, avec des décorations aériennes et nous avons installé des grandes fleurs sur pied dans les rues piétonnes. Ce dispositif a été complété en juillet avec le Jardin des Estivales, lieu de détente, de jeux et d'animations pour tous, sur une grande place du centre-ville. La version de cet été s'est adaptée aux règles sanitaires et nous avons décidé de créer un autre espace sur une placette à destination du jeune public avec des jeux pour enfants et animations.



Avec la Communauté d'Agglomération Bergeracoise, nous avons mis en place une opération spécifique pour soutenir les restaurateurs et viticulteurs, avec une formule partenaire qui lie les deux secteurs. En achetant du vin dans notre maison des vins située au sein de l'Office de Tourisme, les clients peuvent bénéficier de « tickets resto » à consommer dans les restaurants participants de leur choix jusqu'à fin décembre (exemple : pour 40 euros de vin acheté, les clients se voient remettre un ticket d'une valeur de 15 euros).



BERGERAC

Audrey Fauquet

Service Commerce et Artisanat

05 53 74 67 20

afauquet@bergerac.fr

www.bergerac.fr

Un plan de relance de l'économie inédit

La parole à ...

Alicia Ho

Manager de commerce

Par rapport à votre métier, qu'est-ce qui vous a le plus surpris pendant le confinement ?

C'est le fait d'avoir changé radicalement ma méthode de travail en effectuant du télétravail toute la semaine compte tenu de la pandémie. C'était une nouvelle façon de travailler et pendant ces semaines, il a fallu s'adapter et garder malgré tout le lien avec les entreprises du territoire. Notre métier est un métier de contact, de relations humaines. J'ai tout fait pour être présente et nous avons réussi tout de même à garder le lien avec les commerçants grâce aux outils numériques, le téléphone, les échanges par mail... mais la relation du contact quotidien a manqué.

Que vous a apporté le réseau MANACOM pendant le confinement ?

Outre les échanges directs avec l'État et la Région, j'ai beaucoup suivi les échanges du réseau sur ces questions de mise en place d'actions pour rester en contact avec nos commerçants et artisans, pour éviter de couper le lien. Cela a été très utile, tout comme les échanges sur les différents dispositifs d'aide mis en place. Nous avons œuvré très rapidement à mettre en place un plan de relance avec cette idée d'être réactif. Malgré la diversité des territoires, il me semble que les managers du réseau ont adopté plus ou moins les mêmes stratégies pour les plans de relance et les dispositifs d'aide.

Depuis le déconfinement, est-ce que la pratique de votre métier a changé ?

Comme je l'expliquais, pendant le confinement, les relations ont été modifiées et nous nous sommes adaptés rapidement à la situation. Depuis le déconfinement, nous avons repris nos habitudes, en respectant les gestes barrières, comme les permanences à la Maison du commerce ou au siège

de la CAGV, où je reçois des commerçants et des porteurs de projets. Les liens avec les commerçants et les artisans ont été rapidement renoués. Aujourd'hui, nous avons conscience que cette situation a soulevé une problématique très importante : la mise en place d'outils digitaux pour les commerçants et les artisans. Nous avons lancé avec la Fédération des Commerçants et Artisans du Grand Villeneuvois, une plateforme de e-commerce en 2014 qui avait très bien débuté mais qui, in fine, n'a pas eu l'effet escompté auprès des commerces. Nous étions peut-être un peu précurseurs. D'autres outils comme des formations au numérique avait été mis en place par l'agglomération. Après cette pandémie les commerçants et artisans vont peut-être prendre conscience de cette nécessité de mobiliser au mieux les outils numériques pour leur entreprise et leurs clients.



Comment voyez-vous l'évolution de votre métier et du réseau MANACOM ?

C'est un métier qui est en perpétuelle évolution. Au début, ce métier était axé sur les animations commerciales, aujourd'hui nous devons avoir un rôle transversal, prendre en compte les thématiques d'urbanisme, du logement, de la mobilité, du tourisme, de la culture et du numérique... Cela nécessite vraiment que nous puissions travailler avec toutes les directions de la collectivité, pour être

informés et pour informer nos interlocuteurs et impliquer nos commerçants. Suite à cette crise, je pense qu'il va falloir être source de propositions innovantes et créatives pour la redynamisation de nos centres-villes.

Je pense que MANACOM est indispensable pour la mise en relation, car dans nos métiers c'est essentiel d'échanger sur nos expériences et nos pratiques. C'est vraiment un outil fédérateur et formateur. Le réseau mériterait même d'être encore plus élargi sur la Région Nouvelle-Aquitaine. Je pense notamment aux territoires ruraux, parfois je me sens un peu seule sur certaines problématiques liées à ces territoires.



Pouvez-vous citer quelques actions innovantes mises en place ces derniers mois ?

Pendant le confinement, **nous avons accompagné nos commerçants, artisans et entreprises, il s'agissait d'un soutien moral et technique** : relais des informations et dispositifs Etat et Région, envoi d'une plaquette synthétique regroupant tous les dispositifs d'aide, communication et relais des initiatives locales (livraison, plateforme d'e-commerce) sur le site internet et les réseaux sociaux... Ensuite nous avons mis en place un plan de relance avec différentes actions.



Pour soutenir les entreprises en difficulté :

-Participation à hauteur de 2 euros par habitant au fonds de prêts de solidarité et de proximité pour les commerçants, les artisans et les associations, créé par la Région pour épauler les entreprises les plus fragiles durant cette crise.

-Renforcement du fonds de prêts d'honneur déjà créé pour soutenir l'accès au crédit à taux 0 des PME/TPE durant les 2 années qui viennent.

Pour renforcer les dispositifs de soutien actuels :

-Allongement de la durée de validité du FISAC jusqu'en décembre 2020.

-Doublement des subventions aux organismes de micro-crédits (ADIE, CSDL), à la Fédération des commerçants du Grand villeneuvois et aux 3 associations adhérentes.

-Pérennisation des exonérations de CFE pour les quartiers prioritaires de Villeneuve-sur-Lot et de Sainte-Livrade (au total, les 600 entreprises éligibles auront bénéficié d'1 million d'€ d'exonérations fiscales).

Des mesures ponctuelles d'urgence :

-Annulation de loyers pour les entreprises hébergées dans différents sites de la CAGV.

-Exonération de droits de places et de redevance du domaine public pendant un an pour les marchés, les terrasses des restaurants, bars et hôtels... (en lien avec la mairie de Villeneuve-sur-Lot).



Alicia Ho

09 65 22 51 69

aho@grand-villeneuvois.fr

www.grand-villeneuvois.fr

GUÉRET Soutien aux commerces par l'intermédiaire d'une plateforme web

La parole à ...

Ambre Lazaro

Manager de commerce

Par rapport à votre métier, qu'est-ce qui vous a le plus surpris pendant le confinement ?

J'ai pris mes fonctions de manager en janvier 2020, donc le confinement est arrivé très vite après ma prise de poste. Ce qui m'a agréablement surpris, c'est la capacité de rebond de tous les acteurs : les collectivités, les acteurs économiques, les commerçants... Les annonces gouvernementales sur la prolongation de la période de confinement sont revenues à plusieurs reprises, et à chaque fois, j'observais un court moment de flottement de la part des acteurs et puis ils réagissaient très vite. Dans une situation totalement inédite et inconnue, cette mobilisation de tous les acteurs a été surprenante et rassurante.

Que vous a apporté le réseau MANACOM pendant le confinement ?

Ce sont les informations relayées par le réseau qui m'ont apporté beaucoup d'aide. Notamment grâce aux mails réguliers que je recevais sur toutes les nouvelles dispositions. Je pense par exemple aux masques, les indications reçues par les différentes CCI ou les informations d'un point de vue législatif. J'avais des informations d'un premier niveau avec des orientations très intéressantes que je pouvais ensuite relayer aux différents acteurs économiques.

Depuis le déconfinement, comment pratiquez-vous votre métier de manager ?

Je fais plus de terrain et il y a plus de proximité avec les commerçants, déjà parce que nous avons tous besoin de « revenir à l'humain » et d'autant plus dans nos métiers. Les commerçants ont besoin de se sentir soutenus par les collectivités. Pendant le confinement, j'avais établi des relations de suivi avec des appels réguliers, pour savoir comment ils se sentaient, quel était leur état d'esprit, comment ils

imaginaient la reprise d'activité, et d'essayer de consolider quelque chose avec eux pour la reprise. Cela représente une quarantaine de commerçants dans l'hyper centre-ville dans le cadre du programme «Action cœur de ville».

A plus long terme, comment voyez-vous l'évolution de votre métier ?

Mon rôle dans la collectivité, je l'imagine plus sur quelque chose comme de la fédération. On a eu la chance que les commerçants de Guéret se soient retrouvés, réunis et ont effectué des actions communes à la réouverture. Cette volonté de travailler ensemble est nouvelle et mon rôle va être de saisir cette opportunité, de consolider ce travail commun avec les associations de commerçants, les collectivités et les différents partenaires. L'évolution de mon métier, je la vois plus comme une évolution de terrain, de gestion de projets à part entière.



Quelles sont vos attentes concernant le réseau MANACOM ?

Je pense que la force de ce réseau, c'est d'avoir des homologues dans des villes plus ou moins grandes et avec des idées, des nouvelles façons de fonctionner. On s'enrichit de ce retour d'expériences en toute transparence et en toute bienveillance. Le métier de manager de commerce est un métier d'interface mais aussi un métier où nous sommes très seuls, donc le réseau est un certain appui. Ce qui est très intéressant, c'est aussi cette partie de réflexion, de benchmark, d'échanges de bonnes pratiques, essentiels dans ce genre de métier.

actions innovantes

Pouvez-vous citer quelques actions significatives pendant la crise ou mises en place après la période de confinement ?

Nous avons recensé les besoins des commerçants et nous étions conscients de la fragilité de certains établissements, donc **la Ville a apporté son soutien par l'intermédiaire de la plateforme web, « Sauve ton commerce »**. Les commerçants qui le souhaitaient pouvaient s'inscrire sur cette plateforme. Les consommateurs obtenaient sur ce site des bons d'achat. Le commerçant recevait ainsi tout de suite de la trésorerie lui permettant de payer ses charges et de tenir jusqu'à la fin du confinement. Les consommateurs pouvaient ensuite les utiliser dès la réouverture des commerces. La Ville prenait en charge les 4% de frais de gestion du site. La liste des commerces concernés était régulièrement mise à jour sur le site internet de la Ville. Ce système était le plus pertinent dans l'immédiat pour reconstituer un peu les trésoreries et c'était un bon moyen d'être sûr de faire revenir les clients dans le centre-ville après le confinement.

Nous avons annulé aussi les redevances de terrasse pour 2020 et nous avons mis en place la gratuité des parkings en centre-ville. La Ville a mis gracieusement à disposition des restaurateurs des barnums pour étendre leur terrasse.

En échangeant avec les commerçants, nous nous sommes aperçus qu'ils avaient un besoin de communication. Donc nous avons travaillé dans un premier temps avec un groupe de commerçants sur un **plan de communication à destination des consommateurs pour les rassurer et les faire**



revenir dans le centre-ville. Dans un second temps, nous allons travailler sur un plan de communication plus global avec une nouvelle identité visuelle. La Ville a aussi déchargé les commerçants sur l'organisation de la réouverture, nous leur avons envoyé un mail expliquant le protocole à mettre en place, comme par exemple les mesures de distanciation sociale, les gestes barrières.

Pour relancer l'activité des commerces et artisans de Guéret, la Ville a également lancé bien plus tôt que le mois de juillet son opération estivale : la place en Terrasse. Sur le principe, l'opération reste la même que les autres éditions : convertir une place principale en mode estival, avec aménagement paysager, jeux pour les enfants, transats et parasols et inviter les cafés, restaurants et artisans de bouches des alentours à venir étendre leur terrasse. Les restaurateurs portent un intérêt tout particulier cette année à cette opération qui va permettre de relancer leur activité.



Ambre Lazaro

0555514700

ambre.lazaro@ville-gueret.fr

www.ville-gueret.fr

LES OFFICES DE COMMERCE, D'ARTISANAT ET DU TOURISME : DES PRATIQUES COMMERCIALES INNOVANTES

ARCACHON Un pari sur le consommateur local pour relancer l'économie

La parole à ...

Lucie Painchault
Manager de Ville

Qu'est-ce qui vous a le plus surpris pendant le confinement ?

L'Office de Commerce et de l'Artisanat est l'un des premiers interlocuteurs des entreprises et des commerces. Notre ouverture est très récente (en janvier 2019) mais les commerçants et les entrepreneurs ont eu le bon réflexe en nous contactant. Cela représentait une activité intense, nous recevions parfois jusqu'à 50 appels par jour. Ils se sont véritablement appuyés sur l'OCA pour connaître les dispositifs d'aide, les subventions, tout ce qui touchait à l'économie. Au cours de cette période de confinement, les commerçants ont passés par plusieurs phases d'émotion, parfois de l'abattement, parfois un besoin certain de parler et de se confier sur leur situation. Puis, il y a eu des phases productives, surtout avec les dispositifs d'aide et un espoir pour l'avenir. Mais il y a une réelle inquiétude de leur part sur l'avenir, c'est une période difficile. Nous avons beaucoup compté sur la période estivale pour que les commerces puissent rebondir et se maintenir.

Que vous a apporté le réseau MANACOM pendant le confinement ?

Des échanges sur la plateforme riches et très importants ! C'était indispensable de prendre contact avec les autres managers, analyser les actions mises en place, par quels biais et quels moyens. C'était très rassurant d'avoir les retours

d'expériences des uns et des autres. Ce partage de bonnes pratiques m'a permis de piocher des idées.

Aujourd'hui, comment pratiquez-vous votre métier de manager ? Est-ce qu'on peut dire qu'il y a un avant/après de cette crise ?

Je pense qu'il y a un avant et un après de cette crise. Ma pratique du métier a changé à plusieurs niveaux. La relation a évolué avec certains commerçants de manière positive et avec d'autres de manière moins positive. Certains ont peut-être trop attendu de l'OCA et n'ont pas forcément saisi notre rôle. En revanche, pour ceux qui se sont servis de l'OCA comme support, la relation humaine a changé de façon très positive. Aujourd'hui nous rencontrons des problématiques différentes. Avant cette crise, les actions mises en place avaient pour objectif de dynamiser notre centre-ville. Les objectifs ont changé aujourd'hui. Nous sommes dans une démarche du « consommer local » en favorisant le commerce de proximité. Toute notre politique est orientée vers le commerce. Donc nos actions immédiates et futures vont évoluer dans les prochains mois. Cette démarche est d'autant plus forte que les consommateurs ont changé aussi leur regard sur le commerce local, il faut qu'on s'appuie sur ces nouveaux modes de consommation pour rebondir et proposer de nouvelles choses.



Comment voyez-vous l'évolution de votre métier et de MANACOM ?

Les relations ont changé aussi pour les managers. Les élus et les différents services de la Ville se sont aperçus de notre rôle essentiel. Donc une bonne raison de se serrer les coudes dans le réseau MANACOM ! Nous devons continuer à échanger sur nos pratiques, nous faire bénéficier mutuellement de nos expériences. Aujourd'hui, nous devons proposer des projets innovants et être novateurs. Le réseau MANACOM a toute son importance, il doit créer des liens, de la solidarité pour que nous nous sentions moins seuls dans nos difficultés. La fin d'année sera difficile, nous sommes dans une station balnéaire et nous nous attendons à une vague de fermeture de commerces. Mais, justement pendant la saison hivernale, il faudra être inventif, travailler différemment et se servir de MANACOM comme soutien.



Citez des actions innovantes pendant la crise ou mises en place après la période de déconfinement.

Pendant le confinement, **la veille sur tous les dispositifs était ma priorité.** J'étais à la disposition des commerçants pour répondre à leurs questions et les accompagner pour accéder aux dispositifs d'aide exceptionnels. Nous avons mis en ligne tous les documents nécessaires aux commerçants pendant cette période. Nous avons recensé tous les commerces mobilisés (livraison, préparation de commandes...). Le service click & collect a sauvé beaucoup de monde, cela a permis aux restaurateurs de payer quelques factures ou quelques charges. Les Halles ont été maintenues ouvertes pendant le confinement. Pour la réouverture des commerces, notre présence sur le terrain était très importante pour la distribution gratuite des masques et du gel, et informer sur le protocole sanitaire.

Nous avons lancé une **importante opération de communication sur la réouverture et le « consommer local »** avec cette idée de rendre le centre-ville attractif. Nous avons donc organisé dès le samedi de la réouverture une animation musicale avec des déambulations dans les différents quartiers commerçants. Nous avons eu de très bons retours de la part des commerçants et des clients, nous poursuivons donc ces animations jusqu'à la fin de l'année. Pendant l'été, **nous avons créé un parcours avec l'installation de fleurs géantes dans toute la ville devant les commerces.** Il s'agissait d'inciter les commerçants à s'approprier cette action et créer de l'interaction entre visiteurs et commerçants.



D'autres mesures ont également été mises en œuvre :

- Suppression de la perception des taxes d'Occupation du Domaine Public de nos commerces
- Autorisation des travaux des artisans pendant la trêve estivale
- Réorientation des budgets animations pour la mise en œuvre d'actions commerciales en partenariat avec les associations de commerçants
- Création d'une braderie supplémentaire à l'automne
- Piétonisation de zones commerciales le soir en période estivale afin de favoriser les ouvertures tardives
- Promotion des chèques cadeaux et de bons d'achat
- Nomination d'un médiateur dans la relation propriétaire / locataire professionnel



Lucie Painchault

06 35 04 72 62

oca@arcachon.com

www.arcachon.com/commerce

La parole à ...

Benjamin Malaty

Manager de commerce

Par rapport à votre métier, qu'est-ce qui vous a le plus surpris pendant le confinement ?

L'inquiétude grandissante des commerçants du cœur de ville. Nos commerces du centre-ville étaient déjà en souffrance, on s'en aperçoit avec le taux de vacance élevé. Moi aussi j'étais inquiet sur l'aspect économique. J'étais très présent pour essayer de les rassurer, dès que je recevais les informations sur les aides ou dispositifs, je leur communiquais en envoyant des mails ou par téléphone. Il s'agissait de les accompagner au mieux pendant cette période. J'étais en télétravail, il s'agissait aussi pour moi d'une nouvelle adaptation et une nouvelle façon de faire. Dans l'équipe nous nous sommes épaulés, et nous avons été surpris de notre adaptation certaine en mode dégradé.

Que vous a apporté le réseau MANACOM pendant le confinement ?

La force du réseau, c'est son vaste territoire et d'avoir réussi à nous fédérer et nous faire connaître. J'ai échangé du côté des Landes avec notamment Patricia Gauthier de la ville de Cap Breton. Nous avons tissé des liens, échangé des informations, pu prendre connaissance de documents importants qui résumaient la situation.

Depuis le déconfinement, comment pratiquez-vous votre métier de manager ?

On ressent une préoccupation de plus en plus importante de la part des commerçants. Il faut faire plus de lien. Cette période a décelé aussi un problème que nous avions déjà relevé avant le confinement : le numérique. Il y a un travail important à réaliser avec certains commerçants aujourd'hui dans l'accompagnement au numérique. Il y a une réelle fracture, certains manquent de moyens pour communiquer avec leurs clients. Au contraire, avec la mise en place de drive ou de livraison, d'autres commerçants ont pu passer un pallier dans le numérique. La manière de travailler a

changé également notamment avec le télétravail et nous avons parfois créé plus de lien avec certains commerçants, une confiance s'est installée. Comme par exemple avec le phoning, qui a permis de bien les accompagner. La reprise reste très difficile. Certains commerçants se plaignent malgré les actions déployées, ce qui ne rend pas la tâche facile en tant que manager. C'est pourquoi la présence sur le terrain est indispensable dans les mois à venir... Il va falloir revisiter certaines animations, se réinventer afin d'attirer les consommateurs dans le



cœur de ville.

A plus long terme, comment voyez-vous l'évolution de votre métier ?

Avec cette crise la position du manager a évolué et va encore évoluer. Nos actions durant cette période n'ont fait qu'accroître notre crédibilité auprès des élus, du Maire et des commerçants. Notre positionnement prend de l'ampleur. Je pense que les élus vont encore plus nous consulter, nous écouter. La question aujourd'hui, c'est comment maintenir et relancer l'activité cœur de ville ? Il va falloir, je pense, encore plus accompagner, encore plus être sur le terrain pour les entreprises en difficulté. Et amplifier le lien entre les commerces et les autres acteurs.

Et celle de MANACOM ?

Le réseau est important, comme la continuité des échanges avec les managers. Cette période nous a prouvé qu'on pouvait échanger à distance par les visio-conférences. Le territoire est vaste et nous n'avons pas forcément le temps de nous déplacer sur tous les événements proposés par MANACOM. Ce serait intéressant peut-être de développer cette idée de séminaires à distance dans le temps. Selon moi, il faut garder le même cadre, développer, lire

actions innovantes

Pouvez-vous citer quelques actions significatives ?

Dès le début du confinement, nous avons mis en place et à jour un listing des commerces ouverts au public à l'échelle de l'agglomération. Nous avons aussi produit un **guide pratique pour les commerçants souhaitant mettre en place un service de drive ou de livraison à domicile** et plus d'une quarantaine de commerçants sont entrés dans la démarche.

Nous avons créé un drive en lieu et place du traditionnel marché du samedi dès la deuxième semaine de confinement pour permettre aux producteurs locaux et commerçants de pouvoir continuer leur activité de vente et également permettre à la population locale de continuer à se ravitailler par le biais des circuits courts. Comme pour le guide pratique pour le drive ou les livraisons, un plan de communication spécifique a été mis en place pour faire connaître les producteurs participants, pouvoir passer commande et venir la récupérer au point de livraison défini.

Nous avons organisé une **webconférence avec la Banque de France, DDFIP et URSAFF** pour une présentation des différents décrets et dispositifs mis en œuvre pour les entreprises et les commerçants.

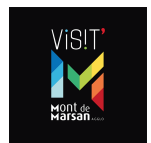
La ville de Mont de Marsan, ne pouvant pas soutenir l'activité économique de son territoire par le biais des opérations événementielles à fortes retombées économiques qu'elle développe l'été (notamment

les fêtes de la Madeleine), a souhaité engager une opération de forte envergure pour soutenir les commerces. L'objectif est de lancer une opération de relance économique ayant un impact rapide et direct sur la trésorerie de ces entreprises de cœur de ville, habituellement bénéficiaires des fêtes de la Madeleine. **La stratégie de développer une plateforme de bons d'achat abondée par des financements publics à hauteur de 300 000 € a été la solution retenue.** C'est dans cette démarche que la ville de Mont de Marsan, en partenariat avec l'Office de Tourisme du Commerce et de l'Artisanat et la société Beegift, a décidé d'initier une action en



faveur du commerce du cœur de ville. L'objectif : consommer local par le biais de ce projet et agir pour la préservation des commerces et des emplois ainsi que pour le pouvoir d'achat des habitants.

Parmi nos autres actions : l'exonération du droit de terrasse pour les cafetiers et restaurateurs pour l'année 2020 et une opération de stationnement de 2h offertes consécutives (1h habituellement) pour favoriser la venue de la clientèle.



Benjamin Malaty

05 58 51 88 88 / 06 72 10 26 77

benjamin.malaty@visitmontdemarsan.fr

www.visitmontdemarsan.fr

HENDAYE Soutenir les professionnels du tourisme

La parole à ...

Jean-Sébastien Halty

Directeur d'Hendaye Tourisme et Commerce

Par rapport à votre métier, qu'est-ce qui vous a le plus surpris pendant le confinement ?

La crise sanitaire que nous avons vécue a donné à la population locale l'envie de revenir à l'essentiel, de consommer local, de favoriser les producteurs locaux... Nous avons eu de nombreuses demandes de la part des consommateurs qui souhaitaient se rapprocher des commerces de proximité.

Après le confinement, vos pratiques de travail ont-elles changé ?

Nous avons repris nos habitudes de travail, en restant le plus réactifs possible. Nous avons fait beaucoup de veille sur toutes les informations et décisions gouvernementales afin de les communiquer aux commerçants et professionnels du tourisme. Nous leur avons porté une grande attention et avons été à leur écoute dans ce contexte difficile pour eux. Nous avons eu des retours positifs de leur part sur les informations que nous leur communiquions, comme les dispositifs d'aide. Dans l'ensemble, comme le confirme l'étude que nous avons menée, ils ont apprécié notre accompagnement.



Comment avez-vous travaillé avec le réseau des Chambres de commerce et d'industrie et les autres directeurs des Offices de tourisme et commerce ?

Nous avons beaucoup échangé entre directeurs sur nos pratiques et les dispositifs que nous mettons en place. Grâce au réseau national des Offices de tourisme, aux outils proposés par nos partenaires, dont MANACOM, nous restons informés. Nous avons initié quelques actions innovantes, comme les commandes groupées de matériel.

actions innovantes

Pouvez-vous nous citer quelques actions innovantes mises en place pendant et après la période de confinement ?

Parmi nos **actions en direction du grand public**, nous avons créé une page Internet faisant mention des commerces ouverts. Nous avons adressé des mails à tous les commerçants pour récupérer leurs informations et nous avons actualisé au quotidien cette page. Nous avons mis également en avant les commerces ouverts sur le site d'Hendaye Tourisme et animé la page Facebook Hendaye Tourisme & Commerce avec une valorisation positive des commerces, au travers de recettes de cuisine de chefs hendayais...

Parmi nos **actions ciblant directement les professionnels**, nous avons créé une page dédiée Covid-19, avec une mise en avant des mesures gouvernementales, des informations utiles, des préconisations sanitaires par secteur d'activité...

Nous avons organisé la commande groupée de matériel de sécurité pour 80 commerçants : gel hydroalcoolique, masques, visières de protection. Nous avons réalisé une étude concernant la situation économique et les besoins des commerces et des acteurs du secteur touristique. Nous avons aussi proposé aux restaurateurs de figurer sur la carte dynamique créée par l'OT Pays Basque.

Pour continuer à rendre la ville attractive, notre équipe chargée des animations et de l'événementiel a proposé une programmation estivale un peu inédite, au regard des nouvelles contraintes sanitaires, afin qu'Hendayais et vacanciers puissent profiter d'un été à peu près normal.

La Ville d'Hendaye a, par ailleurs, décidé l'octroi d'un chèque solidarité en faveur des familles. La Ville a souhaité coupler cela avec une aide au commerce local puisque ce bon d'achat ne peut être consommé que dans les commerces de la commune. Cela concerne 2 000 enfants et un budget de l'ordre de 60 000 euros qui viendra ainsi grossir l'activité locale.

D'autres mesures sont aussi à souligner, comme l'exonération totale de la redevance de la taxe d'Occupation du Domaine Public du 15 mars au 15 juin. La Ville étudiera aussi une prise en charge partielle ou totale des loyers annuels des entreprises qui occupent des locaux communaux, comme des redevances pour les bénéficiaires de l'AOT. Les arbitrages seront notamment effectués au regard de l'évolution des marges et CA de l'année 2020 comparés à la moyenne des années 2019 et 2018. L'exonération pourra atteindre 100% du montant dû.



Jean-Sébastien Halty

05 59 20 00 34

direction-station@hendaye.com

www.hendaye-tourisme.fr

www.hendaye-commerces.com

Tableau de synthèse

Commune / Agglo OCA / OCT	Suivi à distance (mailing / téléphone)	Outils web	Plateforme interactive / Géolocalisation
Bègles	✍	Facebook + site internet	✍
Cenon	✍	Facebook + site internet	✍
Pessac	✍	Facebook + site internet	✍
Talence	✍	Facebook + site internet	✍
Villeneuve d'Ornon	✍	Facebook + site internet	✍
Bergerac	✍	Facebook + site internet	✍
Grand Villeneuvois	✍	Facebook + site internet	✍
Guéret	✍	Facebook + site internet	✍
Arcachon	✍	Facebook + site internet	✍
Mont de Marsan	✍	Facebook + site internet	✍
Hendaye	✍	Facebook + site internet	✍

Exonération Taxes / Loyers	Fonds d'urgence Bordeaux Métropole	Drive	Chèques cadeaux / Bons d'achat
✓	✓	✓	
✓	✓	✓	
✓	✓		
✓	✓	✓	
✓	✓		
✓		✓	Opération tickets resto
✓		✓	
✓		✓	Opération « Sauve ton commerce »
✓			✓
✓		✓	✓
✓		✓	✓

Conclusion

2020

soudés comme jamais !

L'année 2020 a entraîné une véritable **prise de conscience collective** de la part des élus et des consommateurs quant à l'intérêt des centres-villes et de leurs commerces.

A travers ces Cahiers, nous avons pu saisir le **rôle essentiel du manager dans ce contexte exceptionnel, et l'importance de ses missions dans la reprise économique**. Véritable relais opérationnel de la politique d'une collectivité, la profession de manager de commerce est plus que jamais en plein essor.

Repenser les aménagements urbains selon l'espace occupé par le commerce, revoir l'organisation des espaces publics pour que le commerce puisse vivre de façon pérenne, développer toujours plus le «consommer local»... Ces axes constituent un socle déterminant pour la reprise de l'activité économique. Son travail d'analyse devra s'accroître en faisant le constat de la situation économique actuelle. Avec lui, la collectivité devra **fixer des objectifs clairs et bien définir ses missions**.

Il a pu tisser des relations encore plus fortes avec les acteurs économiques, les commerçants et artisans, mais aussi avec tous les membres du réseau MANACOM. C'est dans ce sens-là que le réseau va poursuivre ses actions pour :

- **faciliter les échanges et les retours d'expériences** entre managers
- structurer et **professionnaliser les managers**
- **déclencher des envies et des idées de projets**
- continuer d'**être un laboratoire grandeur nature d'innovations !**

La confiance, l'autonomie et la liberté de manœuvre lui seront indispensables pour pouvoir agir, se renouveler et proposer toujours plus d'actions innovantes, sous l'impulsion politique et le soutien du réseau.

MANACOM s'est affirmé comme **véritable lieu d'échanges, de réflexions, d'émulation, mais aussi de solidarité et d'entraide**. Un réseau innovant par sa façon de fédérer des managers toujours plus passionnés par leur métier, et soudés comme jamais !



mes notes

Handwriting practice lines consisting of 12 horizontal dotted lines.





MANACOM

Réseau des **Managers** du Commerce

 **CCI BORDEAUX GIRONDE**

Vous souhaitez rejoindre le réseau Manacom ?



Contact - Animation du Réseau Manacom

Françoise DUCLOS

Tél. 05 56 79 44 47

fduclos@bordeauxgironde.cci.fr

BORDEAUXGIRONDE.CCI.FR/MANACOM

