

# Les Cahiers de MANACOM

2019

EN 2019, C'EST QUOI  
*un manager de commerce ?*





# Sommaire

Introduction .....	p.2
Synthèse .....	p.4
<b>LE MÉTIER DE MANAGER DE COMMERCE AU TRAVERS DE LA MISE EN PLACE D'UNE CIA .....</b>	<b>p.6</b>
• Pessac .....	p.6
• Villenave d'Ornon .....	p.8
• Biganos .....	p.10
<b>MANAGERS DE COMMERCE ET INNOVATION NUMÉRIQUE .....</b>	<b>p.12</b>
• Le Bouscat .....	p.12
• Marmande .....	p.14
<b>L'IMPLICATION DE MANAGERS DE COMMERCE DANS LA RÉNOVATION DE HALLES .....</b>	<b>p.16</b>
• Angoulême .....	p.16
• Bergerac .....	p.18
• Communauté d'Agglomération du Grand Villeneuvois .....	p.20
<b>LE « DERNIER NÉ » DES OFFICES DE COMMERCE ET DE L'ARTISANAT : ARCACHON .....</b>	<b>p.22</b>
Conclusion .....	p.23

# EN 2019, C'EST QUOI

## un manager de commerce ? ?

### Transversalité

C'est le mot qui n'a cessé de revenir lors des différents entretiens avec les managers interviewés pour ces nouveaux Cahiers MANACOM.

Des Cahiers qui recensent depuis 2014 les missions des managers, des missions qui ne cessent d'évoluer, des missions transversales qui s'adaptent aux nouvelles tendances de consommation.

Dans ces Cahiers 2019, nous avons remonté le temps pour se rendre compte de cette **professionnalisation croissante du métier de manager**, au travers de l'interview de la Manager de Commerce de la ville de Pessac, la plus ancienne du réseau, jusqu'aux derniers recrutements de jeunes managers.

Leurs missions sont certes diverses, et se profilent en fonction d'un territoire, de son patrimoine et de ses spécificités... mais on retrouve toujours ce **lien inhérent au métier : le manager est le lien entre les collectivités, les commerces et l'artisanat.**

Ce lien est consolidé par le réseau qui soutient les managers et qui les professionnalise : **MANACOM.**

Son champ d'action, initialement la Gironde, a été étendu à l'Aquitaine en 2014 puis à la Nouvelle-Aquitaine en 2017. Le réseau permet des rencontres sur ce vaste territoire, suscite le dialogue et surtout les retours d'expériences.

Les nouveaux projets des managers sont bien souvent issus de ces échanges organisés lors des temps forts de MANACOM. Des projets de qualité soutenus par les collectivités et qui reflètent une certaine synergie et un savoir-faire « aquitain ».

Un réseau opérationnel, à l'écoute des managers, des collectivités et à la recherche de nouvelles idées, souvent avant-gardistes...



Pour ces Cahiers, nous nous sommes posé cette question :

## **EN 2019, C'EST QUOI UN MANAGER DE COMMERCE ?**

Les appellations sont certes diverses : manager de commerce, manager de centre-ville, responsable du développement local, chargé de mission commerce... la diversité des fonctions correspond à la diversité des missions.

Mais plusieurs constats ont émergé : le manager est plus qu'un animateur et le commerce ne peut pas être pensé de manière « isolée », géré par lui-même et pour lui-même.

Il doit s'insérer dans un projet urbain global. Car le développement économique passe aussi par un habitat attractif, un espace public moderne (mais qui préserve aussi son patrimoine), par la mobilité, par les nouvelles connexions... C'est une vision à 360 degrés qui ne doit pas échapper aux managers.

Ces Cahiers mettront aussi en perspective de nouvelles actions sur les territoires, toujours plus innovantes. De nouveaux projets avec toujours le même objectif : préserver le commerce et l'artisanat de proximité, rendre nos centres-villes plus attractifs, dynamiser les territoires.

Ces Cahiers ont pour objectif de mettre en avant les managers d'aujourd'hui et de demain, et leur implication toujours plus forte.



# Synthèse

Ville	Date création poste manager	Innovation
<b>Pessac</b>	1996	Une action avant-gardiste en 2005 : une ZAC en centre-ville
<b>Villenave d'Ornon</b>	2018	Le « Café de la route » : un lieu dédié au projet urbain et aux habitants
<b>Biganos</b>	2017 comme manager et au développement local (2005 au développement économique)	La ZAC : un outil pour créer un centre-ville
<b>Le Bouscat</b>	2016	Un projet incubateur-pépinière autour du « commerce connecté»
<b>Marmande</b>	2015	Un Marketplace connecté au monde rural
<b>Angoulême</b>	2005	Un plan commerce pour lutter contre la vacance
<b>Bergerac</b>	2016	Marketing territorial pour contribuer au développement du centre-ville
<b>Communauté d'Agglomération du Grand Villeneuvois</b>	2013	Un tiers-lieu pour accompagner la politique numérique en zone rurale
<b>Arcachon</b>	2019	L'Office de Tourisme se dote d'un Office de Commerce et de l'Artisanat

CIA	HALLE	OCA / MAISON DU COMMERCE
✓		
✓		
✓		Prochainement ?
✓		
✓	✓	
	✓	✓
	✓	✓

# LE MÉTIER DE MANAGER DE COMMERCE AU TRAVERS DE LA MISE EN PLACE D'UNE CIA<sup>(1)</sup>



Avec 63 000 habitants, Pessac est la **3<sup>e</sup> ville de la métropole bordelaise**. Elle connaît un fort dynamisme démographique et 1/3 de sa population a moins de 25 ans ce qui en fait la ville la plus jeune de la métropole. En 2017, une étude proposée par le journal « Le Figaro » souligne l'attractivité de Pessac en classant la commune 5<sup>e</sup> ville de France la plus dynamique. La vitalité du campus universitaire, le développement des infrastructures publiques et privées notamment sportives et culturelles, et le tissu économique en plein renouveau sont autant d'atouts qui séduisent chaque année de nombreux Pessacais.

Pessac a la particularité d'être une ville qui s'étire sur plus de 16 km où la vie de quartier est très prégnante, 17 quartiers composant la commune. La structuration du territoire traversé dans sa longueur par un axe routier important et la ligne SNCF est à l'origine d'un développement du commerce le long de l'axe principal et au sein des principaux quartiers.

Anne-Marie Twardo-Lamagnère a été recrutée en 1996 par la ville de Pessac comme chargée de mission pour accompagner les commerçants et artisans, les projets et les opérations de développement du commerce. Poste créé pour développer également la dynamique commerciale, mettre en place des programmes de redynamisation, monter des actions et manifestations.

*« J'ai été recrutée aussi dans le cadre de l'opération de centre ville (FISAC). J'ai été un des premiers managers de commerce de la Gironde. C'était une réelle demande de la collectivité ».*

*« Une fois que les programmes "subventionnés" se terminent, quand il n'y a plus le soutien du FISAC, reste le quotidien, la rencontre de porteurs de projets qui souhaitent s'implanter. Et c'est là que notre rôle se définit comme une véritable courroie de transmission entre les commerçants et les collectivités. Mon poste a évolué vers la partie réglementaire... j'ai beaucoup travaillé sur l'urbanisme commercial, le PLU, le périmètre de préemption mis en place en 2009, outils visant à mettre en place une stratégie commerciale. On définit des stratégies pour permettre aux commerces de se développer sur la commune. C'est ensuite avec les élus que nous mettons le plan d'action, la stratégie d'orientation du commerce ».*

## Une action avant-gardiste en 2005 : la ZAC du centre-ville

Après l'implantation du centre commercial Géant Casino, le centre-ville a été redéfini. La manager était au comité de pilotage de la ZAC centre-ville. Il s'agissait d'une requalification globale avec l'arrivée du tramway et la création de logements. Un partenariat a été établi avec les Chambres de Commerce et de Métiers afin de planifier des enquêtes auprès des consommateurs pessacais et sur la zone de chalandise.

*« Après la récolte des données, qui nous a permis une bonne connaissance de l'existant, nous avons lancé, avec un cabinet, un plan merchandising afin de recruter les commerçants de la nouvelle place du centre-ville. Une méthode très participative en collaboration avec le propriétaire des murs. Dans cet exemple, on voit bien que **le commerce ne se décrète pas ; il y a en amont tout un travail avec de nombreux acteurs**. Après avoir collaboré avec plusieurs services de la ville (espaces publics, service urbanisme), un point information a été mis en place et un phasage des travaux a été établi. En 2005, nous n'avons pas bénéficié de la CIA, car elle a été étendue aux travaux de voirie il y a seulement cinq ans. N'ayant pas d'outils pour soutenir financièrement les commerçants, la ville a pris en charge, par exemple, l'abonnement de parking pendant toute la durée des travaux ».*

<sup>(1)</sup> Commission d'Indemnisation à l'Amiable

## La mise en place d'une CIA en 2017

D'autres travaux importants, le long de l'axe principal – l'avenue Jean-Jaurès, ont été effectués en 2017. « Nous avons travaillé avec le pôle territorial sud de Bordeaux Métropole, dont l'agent a rencontré tous les commerçants. Puis, ceux-ci ont été aidés dans le montage des dossiers pour la CIA ».

Pour les autres quartiers de la ville, « il y a eu un travail de fonds sur la desserte de proximité, avec une volonté politique de garder le commerce de proximité ».

## Le professionnalisme de la manager au travers de la rénovation de centres commerciaux de quartiers

« En 2010, l'association de commerçants du centre commercial Cap de Bos nous a sollicités, notamment sur la sécurité du bâtiment, car l'auvent menaçait de s'écrouler. Nous sommes donc intervenus et avons été **force de proposition**. On s'est fait céder le foncier commun. En devenant propriétaire, la ville a organisé des rencontres avec les propriétaires des murs des commerces et les exploitants commerçants. Nous avons négocié la Ville s'engageait à faire des travaux dans la galerie et les propriétaires devaient également réaliser des travaux liés au bâtiment. Finalement, la galerie commerciale a été refaite à neuf, un espace central a été créé ainsi que des parkings. Des travaux ont été effectués sur les entrées des commerces avec des mises aux normes PMR.

La ville a piloté les études et la réalisation avec une participation de chaque partie. Nous avons procédé au montage juridique avec une participation via le GIE des commerçants. Avec le service Bâtiment de la ville, nous avons monté des réunions de chantier. L'Etat a suivi, nous avons obtenu des aides du FISAC et du FEDER ».

En 2017, l'association de commerçants du quartier du Haut-Livrac constate que le centre commercial est vieillissant et nécessite une grande rénovation. « La ville a piloté le projet de réhabilitation : de nombreux échanges, d'abord avec les propriétaires privés des murs, puis avec l'opérateur immobilier et les commerçants. Une réunion de concertation avec les riverains et les commerçants a également été organisée. **Un bon dialogue a été instauré dès le départ et a été bénéfique à cette grosse opération de réhabilitation** ».

## Un nouveau projet ?

« Nous travaillons sur la création d'un objet fédérateur, un emblème des entreprises et commerçants pessacais, qui serait distribué aux clients. Deux groupes de travail, composés de Pessacais, d'entreprises et de commerces, se réunissent. Chaque groupe aura ensuite un prototype à réaliser tenant compte d'un cahier des charges. Ce produit, pour lequel nous sommes accompagnés par le fablab de l'association Sew&Laine, serait réalisé à partir d'éléments recyclés. **Notre démarche est vraiment innovante** ».



## Pour la «plus ancienne Manager de Gironde», en 2019 quelles sont les qualités indispensables d'un Manager de Commerce ?

« Il faut bien connaître son territoire, c'est la clé ! Il faut connaître et se faire connaître auprès des commerçants, agences immobilières... Effectuer un travail sur le périmètre de préemption. Tenir compte aussi des équilibres commerciaux sur son territoire mais aussi sur les communes limitrophes : Pessac est la 3<sup>e</sup> commune de la métropole bordelaise. Mais en étant proche de Bordeaux, en terme commercial, c'est une petite commune. Et c'est dans ce sens qu'il faut tenir compte des équilibres avec les autres villes. Je me suis toujours appuyée sur l'expertise des Chambres. Aujourd'hui, lorsque je rencontre des porteurs de projets, je les oriente toujours vers mes partenaires, les Chambres consulaires. C'est cela notre rôle également : faire le lien entre les acteurs et partenaires. Mon métier d'animatrice a évolué ces dernières années : je suis devenue une technicienne. Je n'ai plus de dossier de subventions mais on continue à co-construire avec les associations de commerçants. Nous avons monté par exemple le Marché des créateurs ».

## Que pensez-vous de votre métier ?

« Ce qui me plaît c'est qu'aucun jour ne ressemble à un autre. Ce poste n'existait pas, c'est un nouveau métier. On a construit nos postes avec nos cursus, à notre image et au fil des besoins. J'avais un profil de juriste, une maîtrise de Droit et un DESS Gestion des entreprises ».

Anne-Marie Twardo-Lamagnère  
Place de la Ve République, 33600 Pessac  
05 57 93 63 45 – am.twardo@mairie-pessac.fr  
www.pessac.fr



# ●●● Villenave d'Ornon

Porte sud de Bordeaux Métropole, Villenave d'Ornon est la **5<sup>e</sup> commune de la métropole par son nombre d'habitants, environ 33 000**. Dans les dix années à venir : la ville s'attend à recevoir plus de 10 000 habitants. Entre 2014 et 2024 : 7 000 nouveaux logements seront construits.

Le territoire de la Ville est équilibré en plusieurs secteurs résidentiels, autour de plusieurs « centres-villes ». *La ville reste attractive par sa proximité avec Bordeaux et sa qualité de vie « entre ville et campagne »*. La commune a en effet un riche passé agricole, dotée de vastes espaces naturels (plus de 22% de son territoire). La commune est bien dotée en infrastructures (lignes de bus et depuis peu, ligne C du tramway métropolitain mise en service en février 2019) et en équipements publics récents, ainsi qu'en logements neufs abordables. Elle a des zones industrielles et commerciales bien intégrées au tissu urbain, fort recherchées par les nouvelles entreprises. À cela s'ajoutent de nombreux projets créateurs d'activité et d'emploi. On compte **230 vitrines tout type de commerce et entre 500 et 600 commerçants et artisans**.

**Anne-Sophie Desangin est chargée des relations économiques et responsable du service municipal emploi.** Deux activités principales caractérisent son poste : le volet « entreprise » avec des audiences autour de l'emploi et des projets de développement, et un volet « manager de commerce » dans les différents quartiers.

Ses fonctions consistent à coordonner les missions dans les domaines suivants : développement économique, emploi et économie de proximité. Elle assure l'interface entre la ville et les entreprises du territoire : recueil des besoins, résolutions des problématiques relevant de la compétence communale. *« J'accompagne aussi la dynamique commerciale, notamment dans le cadre des projets urbains et j'ai en charge le partenariat avec les acteurs de l'emploi et du développement économique. Nous sommes deux agents dans notre service, dont une personne qui accueille le public. Le service a été créé il y a dix ans, pour recevoir notamment les demandeurs d'emploi. On leur propose une orientation avec un cyber espace. En 2018, on a compté 800 passages, cela représente environ 500 personnes »*.

## **Le « Café de la route » : un lieu dédié au projet urbain et aux habitants du quartier**

Dans le cadre de la 3<sup>ème</sup> phase du tramway, la ligne C rejoint Villenave d'Ornon. Cette extension permet de relier le sud de l'agglomération au centre-ville de Bordeaux (place des Quinconces), via la gare Saint-Jean et le quartier Euratlantique. Elle permet également de franchir la rocade et d'offrir aux usagers venant du sud de l'agglomération, un accès au tramway, grâce à



l'implantation d'un parc relais de 750 places en terminus.

Pour informer les habitants et faire du lien social, le « Café de la route » est né. *« Le Café de la route est un lieu situé route de Toulouse, il a été créé pour informer les riverains de l'avancée des travaux du tramway et de tout le projet urbain de la ZAC. Il est animé par les centres socioculturels de Bègles et Villenave d'Ornon. Dans les locaux, une maquette du projet y est exposée, il sert de « maison du projet » en quelque sorte. Bordeaux Métropole vient y faire ses réunions de suivi des travaux, mais c'est aussi un lieu de lien social au sein duquel de nombreuses actions sont menées (emploi, couture, repair-café, jam-session...) avec les associations et les services des deux villes. Nous envisageons de mobiliser ce lieu pour y réunir également les commerçants du secteur et voir si des actions peuvent émerger »*.



**Cet important chantier a un impact sur l'activité commerciale.** *« Une CIA, mise en place par Bordeaux Métropole, compense, si toutes les conditions sont remplies, le préjudice économique réel ».* Le manager aide les commerçants à compléter les dossiers, *« pour être indemnisé, il faut justifier de beaucoup de choses (bilans, trois dernières années d'activité) mais aussi le nombre de clients... pour certains commerçants il n'y a pas eu d'anticipation comme la prise de photos qui aurait permis de se rendre compte de l'activité, du passage des clients. Deux commerçants ont été particulièrement impactés. Le manager est alors un véritable soutien et le lien avec Bordeaux Métropole ».*

## Des outils innovants pour l'attractivité

**Une carte interactive pour découvrir les travaux** en temps réel a été mise en place sur le site internet de la ville. *« Nous nous lançons dans un projet de référencement de travaux sur OpenStreetMap, nous allons en profiter pour créer des bases d'informations, mettre à jour et tout référencer. L'avantage de cette carte interactive, c'est qu'il s'agit d'un espace de travail collaboratif, chacun peut y contribuer. Pour les commerçants, cet outil en ligne les rendra plus visibles ».*

La ville a également réalisé **«Demain, maintenant»**, un film de promotion territoriale, qui traduit aussi l'engagement de la commune au service des habitants dès leur plus jeune âge jusqu'à leurs vieux jours. Il montre aussi l'évolution du territoire qui s'adapte, se modernise... Ce film exprime aussi une ambition simple : que chacun trouve sa place sur le territoire villenavais.

Autre initiative : la mise en place d'une Newsletter développement économique. *« Malgré les canaux de communication, nous avons remarqué un manque de visibilité sur certaines actions lorsqu'on recherche par exemple des entreprises pour des forums, ou des emplois bien précis ».*



## Comment définissez-vous votre métier ?

*« Mon service est en quelque sorte une porte d'entrée pour les commerces et les chefs d'entreprise. On établit avec les commerçants une relation privilégiée, une relation de confiance. C'est l'enjeu à chaque rencontre : gagner la confiance des interlocuteurs. Pour établir ces liens, il faut rappeler les commerçants lorsqu'ils laissent des messages et répondre rapidement aux demandes des entreprises... Mon job ce n'est pas de tout savoir, mais surtout de ne pas les laisser sans réponse... et dne pas laisser une question de côté. Parfois c'est assez chronophage, voire stressant. Enfin, le découpage de la ville n'est pas simple. Il s'agit de quatre quartiers distincts, autonomes, et l'enjeu est de créer du lien et d'impulser une dynamique commerçant ».*

Anne-Sophie Desangin  
45, avenue du Maréchal Leclerc  
service.eco-emploi@mairie-villenedornon.fr - 05 56 75 39 13  
www.villenedornon.fr



**Biganos, 11 000 habitants, est une ville du Bassin d'Arcachon bien dotée en infrastructures routière et ferroviaire. Facile d'accès depuis la métropole bordelaise, à 2h30 de Paris avec la LGV, sa situation géographique de carrefour a constitué, de tout temps, un atout.**

Biganos se présente comme une ville active, animée toute l'année, bien pourvue en équipements publics et en services. Elle accueille le plus important site industriel et l'une des plus grandes zones commerciales du Bassin d'Arcachon. 500 entreprises y sont recensées (commerces, artisanat, services et industries). La ville connaît une pression immobilière très importante et elle a confié à Aquitanis, l'aménagement d'une ZAC de 14 hectares en centre-ville, comprenant des logements mais également des bureaux près de la gare et des commerces. Les travaux ont commencé en 2018.

### **Chantal Montouroy est la responsable du développement local et manager de commerce.**

Ses missions principales consistent à accueillir et conseiller les entreprises. Elle est en charge des dossiers en lien avec les commerces et les entreprises (occupation du domaine public, commissions de sécurité, demandes d'enseignes, règlement de publicité et TLPE, ...). Enfin, elle propose des animations destinées à mobiliser et renforcer le commerce sédentaire et non sédentaire.

Parmi les projets importants mis en place ces dernières années, la création d'une CIA, la réalisation d'une ZAC en centre-ville.

### **Pourquoi la mise en place d'une CIA pour une commune de la taille de Biganos ?**

La ville de Biganos a décidé de lancer un aménagement du centre dans le cadre d'une Convention d'Aménagement de Bourg en complément de l'aménagement de la ZAC du centre-ville.

Le périmètre de cet aménagement concerne près de 1600 mètres de voiries qui vont être ainsi embellis. Les travaux consistent à la revalorisation du centre-ville, avec la création de liaisons douces pour préserver l'environnement. Un précédent chantier avait gêné une partie des commerçants riverains qui avaient subi des pertes financières.

Pour anticiper une telle situation, le Conseil municipal a décidé la création d'une CIA. « Cette commission a été créée pour étudier les demandes d'indemnisation. Elle est présidée par un ancien Président de tribunal administratif et fait appel à

*des experts techniques et financiers chargés de déterminer avec les élus, la réalité du préjudice subi avant d'en donner une évaluation financière. La commission émet un avis et fait une proposition de montant. ».*

Pour une commune de la taille de Biganos, c'est un fait extrêmement rare. Dans le cadre de sa mise en place, un travail d'expertise a été mené avec la CCI Bordeaux Gironde. « Nous avons déterminé le périmètre concerné et défini les modalités d'intervention. Les dossiers ont été étudiés individuellement. Nous avons aussi travaillé sur une signalétique adaptée, afin que les clients identifient et accèdent aux commerces pendant les travaux ».

Des actions ont été menées également avec les commerçants. « Dans le cadre de la CIA, nous avons initié des jeux avec des opérations dans les vitrines (chasse au trésor avec des lots). La ville a tout pris en charge (les lots, la communication...). Le bilan est positif, les consommateurs ont joué le jeu et les commerçants étaient satisfaits ».

Une véritable stratégie de communication a accompagné les différentes phases de travaux afin d'informer les clients. Cela a débuté avec un panneau positionné à un rond-point stratégique qui mentionnait les places de parking, la zone de chantier, les déviations et la localisation des commerces. Un autre support indiquant l'itinéraire de contournement et situant les commerces et les services a été installé.

## La ZAC : un outil pour créer un centre-ville

« Le pari du projet consiste à passer d'ici 2025 de la gare *Facture*, lieu de passage et berceau d'activités industrielles, à la création d'un centre-ville pour Biganos ». Un des axes forts du programme de la ZAC du centre-ville : renforcer l'animation et l'attractivité du centre-ville, en journée comme en soirée avec de nouveaux services et des commerces adaptés aux modes de vie.

« Dans ce secteur, il y avait une forte pression d'opérateurs sur des terrains cessibles, des terrains communaux à réhabiliter, des friches industrielles ou commerciales, une demande de logements accessibles et la proximité de la gare. Voilà pourquoi la ville a opté pour la zone d'aménagement concertée de 14 hectares située globalement autour de la gare de *Facture-Biganos* ». Ce projet va changer le visage de Biganos puisque sont prévus 2,8 hectares de parcs et 67 000 m<sup>2</sup> de surface bâtie. « Il y aura des logements en locatif ou en accession, des commerces, des services, des bureaux, se partageant en deux volets : la ville-nature, plus résidentielle, et la ville-gare, plus dense et plus active assurant le lien entre la zone commerciale et le bourg ancien ».

Plusieurs îlots seront construits et partagés ainsi : 50 % dédiés aux espaces verts, 50% pour les logements et 30 % de logements sociaux. La concession, donnée à l'office HLM Aquitanis pour cet aménagement, est de dix ans.

## Bientôt un Office de commerce et de l'artisanat ?

Toujours pour renforcer la proximité, développer des actions avec les commerçants et les entreprises, la Ville de Biganos réfléchit à l'opportunité d'ouvrir un

Office de commerce et de l'artisanat dans la ZAC. « Cette zone regroupe des commerces de proximité. La ville a une véritable politique au service du commerce et un tel outil permettrait d'identifier et de concrétiser tout cela. Sa localisation au cœur de la ZAC centre-ville prendrait tout son sens. »

Ville de Biganos  
**CENTRE-VILLE**  
Vos commerçants vous accueillent  
avec le sourire !  
BIGANOS  
Porte du bassin  
www.villedebiganos.fr



## Que représente pour vous votre métier ?

« Mes missions sont diversifiées. La transversalité est très intéressante, on ne s'ennuie pas ».

Chantal Montourouy  
52 avenue de la Libération, 33380 Biganos  
05 57 70 85 94 - cmontourouy@villedebiganos.fr



# MANAGERS DE COMMERCE ET INNOVATION NUMÉRIQUE

## ●●● Le Bouscat

**Le Bouscat, 24 000 habitants, fait partie de la Métropole de Bordeaux.** C'est l'avant dernière plus petite commune de la métropole avec une superficie de 5.28 km<sup>2</sup>, dont 10% sont occupés par L'Hippodrome Bordeaux-Le Bouscat. Elle est la 3ème ville la plus dense, derrière Bordeaux et Talence, avec 4500 habitants au km<sup>2</sup>. Cette ville très résidentielle comprend trois axes entrant/sortant largement traversés qui desservent d'autres communes.

Environ 350 locaux commerciaux sont recensés, dont 1/3 sont concentrés à la Barrière du Médoc, sur le début de l'avenue de la Libération, à l'entrée de Bordeaux. Deux autres zones commerciales ont également été identifiées mais avec une densité moins forte.

Depuis une dizaine d'années le centre-ville connaît un réaménagement urbain important : création de voies de circulation et de zones de stationnement, aménagement d'une place publique, construction d'un nouvel équipement public (Médiathèque « La Source »). La présence de la Mairie et d'un bureau de Poste génèrent également des flux et la diversité commerciale qui s'y est développée est intéressante.

Des commerces de proximité sont aussi présents dans d'autres quartiers. Un taux de vacance de 7% a été constaté sur l'avenue de la Libération, qui connaît d'importants travaux depuis deux ans et demi, liés à l'arrivée du tramway.

La Ville du Bouscat a choisi de faire du développement économique une priorité majeure de la mandature 2014-2020. Cette volonté politique s'est d'abord concrétisée en 2015, par un premier projet, l'espace de travail partagé « Le Patio », ainsi que par l'adoption d'un Schéma de développement économique qui définit les orientations stratégiques dans le domaine économique à l'horizon 2025. En matière de commerce, plusieurs enjeux, locaux et globaux sont pris en compte dans la mise en œuvre de cette politique : impact des travaux de la ligne D du tramway, concurrence des pôles commerciaux de périphérie, révolution numérique et transformation des modes de consommation.

Rémy Belloc est chargé de développement économique depuis 2016. Il travaille principalement sur des projets liés au Schéma de développement économique, dont il a établi le plan d'actions en coordination avec les élus. Plusieurs projets ont ainsi été préalablement identifiés et d'autres projets ont été ensuite initiés chemin faisant.



### Pendant les travaux du tramway : initiatives des commerçants et accompagnement numérique innovant

Pour compenser l'impact des travaux sur l'activité économique, la Métropole met en place une **commission d'indemnisation à l'amiable (CIA)** pour aider les commerçants qui enregistrent des baisses de chiffre d'affaires. « La CIA est indispensable pour certains commerçants. L'impact des travaux est très fort. L'été dernier, on a recensé une importante baisse du chiffre d'affaires de certains commerçants jusqu'à 40% ».

En complément de ce dispositif, la ville est venue en soutien des initiatives individuelles et collectives des commerçants, comme avec l'organisation très réussie et très innovante d'un défilé de mode par l'ensemble des commerçants de l'axe Libération/route du Médoc, avec le concours de leurs clients. « En 2017, 60 commerçants étaient impliqués, en 2019, ils étaient 92 ! Cela participe fortement à cette campagne de soutien des commerçants pendant la période des travaux ». La ville a opéré sur la partie communication et logistique : signalétique spécifique, tickets de parking offerts aux clients, etc.

**En 2017, la ville s'est engagée dans un projet baptisé « Connecte un Commerçant », piloté par le Club Commerce Connecté et réalisé en partenariat avec les collectivités locales et de grands groupes.**

**Ce programme expérimental s'est proposé de soutenir le commerce de proximité, en permettant à une vingtaine de commerçants (11 au Bouscat et 10 à Bordeaux) de bénéficier du parrainage d'un expert du numérique et d'un accompagnement personnalisé dans l'adaptation de leur activité aux technologies digitales** (vente en ligne, e-commerce...). « Cette expérience est intervenue dans le cadre du soutien global pendant la période de travaux du tramway mais aussi pour se projeter dans de nouveaux modes de consommation. Cette expérience est documentée dans un livre blanc financé par la Caisse des dépôts et présenté dans le volet numérique du programme Action Cœur de ville en région ».

### Un projet incubateur-pépinière autour du « commerce connecté »

En cohérence avec la démarche initiée, la ville du Bouscat a affiché la volonté de favoriser la création d'entreprises innovantes, dont les produits et services offrirait des solutions aux commerces et aux habitants, afin de construire le commerce et la smart city de demain. Ces interactions entreprises/commerçants/start-up pourront prendre **la forme d'un living lab sur le territoire de la commune**. Celle-ci est donc en train de créer un incubateur/pépinière d'entreprises autour de la

thématique du « commerce connecté/commerce du futur » dont l'implantation se ferait conjointement à l'extension de l'espace de coworking, dans des locaux communaux pour une surface totale de 710m<sup>2</sup>.

« Cette structure permettra d'engager un accompagnement rapproché du créateur d'entreprise en fonction de ses besoins, ainsi que de proposer des solutions d'occupation de bureaux ou de postes de travail à tarif réduit. L'accompagnement s'articulera autour de compétences clés : des compétences métier « commerce connecté » et des compétences structuration et financement des entreprises. 8 à 10 projets d'entreprises ou entreprises nouvellement créées pourront être accueillis ».

### Une opération dans le cadre du projet métropolitain « AIRE » (Aménager, Innover, Redessiner, Entreprendre)

« Sur la partie foncière, mon rôle consiste à anticiper et accompagner les mutations, dresser une liste exhaustive des fonciers économiques, prendre des contacts avec les propriétaires et les utilisateurs et échanger sur la reprise d'activité ou la vente du foncier. Un rôle clé pour privilégier l'activité économique, et pas immobilière ». Parmi les opérations importantes, la friche de 0,6 hectare de l'ancienne gare de la place Ravezies, propriété de SNCF mobilités et de Bordeaux Métropole, située dans un secteur particulièrement attractif de la métropole. « Le site constitue une opportunité pour réaliser un projet d'entrée de ville du Bouscat. Cette opération se place dans le cadre du projet « AIRE » (Aménager, Innover, Redessiner, Entreprendre) lancé par Bordeaux Métropole et la FAB. Pour la ville du Bouscat, ce projet vise à apporter un souffle neuf grâce à une programmation enrichie de locaux commerciaux et de services au public : établissement d'enseignement supérieur, bureaux et espaces de co-working, commerces de proximité en rez-de-chaussée commercial, restaurant au roof-top... Ce nouveau site marquera l'entrée de la ligne verte, aménagée par la métropole sur l'ancienne voie ferrée à l'arrière du périmètre du projet ».

## Que pensez-vous de votre métier ?

« Pour moi l'intérêt de mon métier, c'est de faire l'interface entre les acteurs du territoire, chefs d'entreprise, propriétaires, commerçants et de travailler en collaboration avec les différents services de la ville : urbanisme, services techniques, accueil du public... Je travaille sur des sujets transversaux avec de nombreux interlocuteurs, ce qui n'est pas forcément facile mais c'est ce qui fait la richesse du métier. Je pourrais faire plus d'actions en faveur des commerçants, mais je suis aussi sur des sujets comme le développement du foncier, et parfois ce sont de longs dossiers... Il faut sans cesse trouver des solutions, renouveler ses idées, être innovant. Je coordonne et j'anime également le Conseil de la vie économique locale composé de chefs d'entreprise, de professions libérales, de commerçants, d'élus, d'habitants qualifiés par quartier. On se regroupe deux à trois fois par an sous forme d'ateliers ou de visites de terrain. Notre prochain objectif : réactualiser le Schéma de développement économique ».

Rémy Belloc  
Place Gambetta, 33110 Le Bouscat  
05 57 22 26 29 – r.belloc@mairie-le-bouscat.fr  
www.bouscat.fr



**Marmande, environ 20 000 habitants, est une ville du Lot-et-Garonne. Elle dispose d'une liaison autoroute et de la 6<sup>ème</sup> gare de la Région Nouvelle-Aquitaine en nombre de voyageurs. Située idéalement entre Bordeaux et Agen, la ville connaît une migration pendulaire et de nombreux Marmandais vont travailler dans ces deux villes.**

D'un point de vue économique, des industries et des entreprises diversifiées sont implantées dans plusieurs zones d'activités artisanales et commerciales. Des pépinières d'entreprises participent au développement économique de la ville. L'activité agricole dominée par la production de tomates s'est organisée autour de coopératives et groupements agricoles. L'activité agro-alimentaire offre une gamme de produits de qualité et s'insère dans un réseau d'entreprises spécialisées en mécanique agricole et agroalimentaire.

En lien avec les deux pôles historiques de l'industrie aéronautique, Toulouse et Bordeaux, Marmande compte plusieurs entreprises de pointe dans ce secteur et des métiers dérivés.

*L'agglomération regroupe 43 communes avec Marmande comme ville-centre. On compte environ 5 000 habitants et 250 commerces dans le centre-ville. La Ville a su conserver en centre-ville ses services administratifs, un hôpital, un EHPAD, une salle de spectacle. Les commerces et services sont bien représentés. La zone de chalandise concerne entre 100 000 et 150 000 habitants et déborde sur la Gironde.*

**Clémence Joya est la manager de commerce et de l'artisanat. Elle a pris ses fonctions en 2015. Un recrutement qui correspond au lancement du projet Centre-Ville, Cœur de Vie.**

Ses missions consistent à aider et définir des plans stratégiques avec l'ensemble des acteurs, à les fédérer autour d'une stratégie commune, à faire le lien entre les commerçants, artisans et acteurs du territoire, et à faciliter les projets de développement commercial. C'est aussi un interlocuteur en capacité d'orienter les commerçants dans toutes leurs démarches et d'étudier avec eux les potentiels de développement, d'innovation, et d'animation.

## **L'opération « Osez Marmande » au cœur du projet urbain**

En 2014, un des enjeux de la campagne électorale était la rénovation du centre-ville. Lancé dès juin 2014, le projet Centre-Ville, Cœur de Vie a connu plusieurs cycles de travail avec notamment des réunions de concertation avec la population et les commerçants. La ville présentait des espaces urbains dégradés, ne répondant plus aux modes de vie et déplacements. « Il fallait retrouver un équilibre entre ces différents modes, la qualité de l'habitat en centre-ville. Après une importante phase de concertation, un plan guide a été élaboré avec un cabinet d'étude. En 2016, le quartier du



*marché a été complètement réhabilité. La place qui accueille tous les marchés a été entièrement refaite ainsi que les rues adjacentes ». Des arrêts minutes ont été créés, les trottoirs élargis, le stationnement conservé, les piétons et vélos sont prioritaires dans cette zone de rencontre.*

*Les commerçants ont été associés au projet passant par une phase de concertation avec les élus et les architectes, des réunions de chantier. Un important plan de communication accompagnait chaque phase de chantier via la signalétique. Il n'y a pas eu de CIA mais d'autres institutions ont été sollicitées, comme l'URSSAF ou un fonds social.*

En 2019, une 2<sup>e</sup> phase de travaux a été lancée :

- En janvier : les travaux de requalification et de modernisation des Halles
- En septembre, la rue commerçante des Boutiques Tremplin sera réhabilitée.

« Ces aménagements urbains sont conçus pour repenser le centre-ville, pour améliorer les fonctionnalités de la ville en offrant une meilleure qualité de vie, d'accueil pour les habitants et les visiteurs ».

En parallèle de ces travaux visant à rénover les espaces publics, **l'opération OSEZ MARMANDE ! ce sont 53 actions concrètes en faveur du centre-ville.** Tous les domaines d'intervention sont traités : la sécurité, la propreté, l'animation, la dynamique commerciale, l'habitat, etc. Dans le cadre de cette opération, la ville a lancé en novembre 2018 le dispositif des Boutiques Tremplin dont les enjeux sont de faciliter l'installation de porteurs de projets, commerçants, artisans ou associations, dans un local commercial du centre-ville. La ville s'engage à faire des travaux si nécessaire et à payer une partie du loyer au propriétaire, qui lui aussi s'engage dans le processus. « Ce dispositif concerne, dans un premier temps, une rue qui a pour particularité d'être dynamique du côté nord et de connaître beaucoup de locaux vacants côté sud. Concrètement, entre autres aides, la mairie s'engage à payer directement au propriétaire un loyer mensuel de 2€/m<sup>2</sup>, l'occupant devant payer la même chose ». Le bail peut aller de trois mois à deux ans. « Cela va refaire vivre cette rue et permettre à des porteurs de projets de tester leur activité avec des conditions plus simples pour s'installer et favoriser les boutiques éphémères ». La ville se laisse deux ans pour faire un bilan de cette opération.

## Que pensez-vous de votre métier ?

« C'est un poste transversal sur toutes les actions et les projets de la mairie. Cela représente parfois une difficulté, mais c'est aussi très plaisant. Travailler avec tous les publics de la ville, les commerçants, les porteurs de projets, j'incarne en quelque sorte le rôle d'une commerciale pour ma ville. La dimension politique est également intéressante : le travail avec les élus, savoir les conseiller et puis faire ensuite le retour aux habitants et aux commerçants, faire le lien... Il y a aussi le volet grand public avec l'animation vecteur indispensable pour faire venir les habitants et consommateurs en centre-ville, il y a donc tout un travail de prospection et de dynamique ».

## Un Marketplace connecté au monde rural

Afin d'accompagner les commerçants vers les nouvelles habitudes des consommateurs, un Marketplace a été mis en place il y a un an. Les commerces de centre-ville vendent sur Internet et livrent en quelques heures en partenariat avec le groupe La Poste. Ce service permet aux commerçants de constituer un complément de revenus aux canaux classiques de vente, et aux internautes de bénéficier d'une livraison à domicile ou d'un retrait en magasin. Les internautes marmandais qui aident les commerçants à présenter leurs produits sur le Marketplace sont récompensés en bons d'achat. « On a réfléchi à proposer un Marketplace connecté au monde rural, avec pour avantage la livraison très rapide. 40 commerçants se sont inscrits. Cela étant, ça reste compliqué pour eux, notamment de mettre les produits en ligne. Il faudrait une personne dédiée pour les aider aux nouvelles technologies ».

## Des produits « made in Marmande »

En décembre 2018, la ville a ouvert une boutique en centre-ville où sont proposés des produits dérivés estampillés du sceau de la ville. Le magasin propose des goodies et objets promotionnels : mugs, tee-shirts, casquettes, tote bags, mettant en avant l'identité de Marmande autour du « m » (représenté par la Garonne dans le logo de la ville), de son blason et du « made in Marmande ». « Cette boutique a pour objectif de contribuer à la vitalité du centre-ville ».

En termes de communication, des éléments de vitrophanie ont été apposés sur les vitrines avec des visuels reprenant des lieux patrimoniaux de la ville ainsi que des sportifs, membres d'associations marmandaises.



Clémence Joya  
Place Clémenceau - 47200 Marmande  
05 53 93 09 50 - [cjoya@mairie-marmande.fr](mailto:cjoya@mairie-marmande.fr)  
[www.mairie-marmande.fr](http://www.mairie-marmande.fr)



# L'IMPLICATION DE MANAGERS DE COMMERCE DANS LA RÉNOVATION DE HALLES

## ●●● Angoulême

**Angoulême est une ville de 45 000 habitants. Elle est située à l'épicentre de la Nouvelle-Aquitaine et d'une agglomération qui demeure parmi les plus industrialisées entre Loire et Garonne.** C'est également une ville commerciale et administrative, dotée de nombreux équipements et d'une vie culturelle particulièrement animée, dominée par le célèbre Festival International de la Bande Dessinée. La mise en service de la ligne à grande vitesse et la proximité nouvelle avec Paris et Bordeaux a relancé l'attractivité économique de l'agglomération d'Angoulême. La ville a par ailleurs su développer des pôles d'excellence, dont le pôle image. Elle est désormais une référence mondiale dans le domaine de l'Image avec 100 entreprises et associations spécialisées, 12 écoles, 40 studios d'animation.

La ville est divisée en quartiers avec un centre-ville linéaire, 1,2 kilomètre, sans boucle commerciale. *Pour redynamiser le centre-ville, différents outils ont été mis en place : un programme Cœur de ville avec l'Etat, un schéma directeur du commerce et de l'artisanat pour rééquilibrer fortement la périphérie et le centre bourg avec l'agglomération, une implantation stratégique en centre-ville. Des révisions du PLUI (Plan Local d'Urbanisme intercommunal) et du RLPI (Règlement Local de Publicité intercommunal) sont en cours.*

**Benoît Attagnant est le responsable du service commerce de la ville d'Angoulême.** Il encadre une équipe de quatre personnes.

### Un plan commerce pour lutter contre la vacance

**Pour accroître l'attractivité du secteur centre-ville, un « plan commerce » a été adopté en février 2018,** lequel s'étend jusqu'en 2020 et se décline en 14 actions prioritaires pour lutter, notamment, contre la vacance des commerces. « Nous avons mené une étude commerciale avec un cabinet d'étude afin de délimiter le secteur commerce. Nous avons fait aussi un benchmark auprès de 56 villes. Et nous avons déterminé un programme spécifique à la ville en fonction de son territoire et de ses contraintes ». Parmi les actions, on retrouve l'aide aux loyers pour les nouvelles enseignes, l'instauration d'une taxe sur les friches commerciales ou encore la mise en place d'une aide pour prendre en charge une partie de la taxe sur le foncier bâti. La ville a souhaité également mettre l'accent sur une meilleure communication et accompagner les associations de commerçants. « Pour accroître l'attractivité du centre-ville, il y a toute une dynamique qui se met en place. Notamment autour de l'habitat avec des aides à la réhabilitation du patrimoine, un soutien à l'accession sociale à la propriété, etc. Mais aussi autour de la mobilité, on va moderniser le réseau de transports

urbains et démultiplier l'intermodalité ». Les itinéraires des bus vont être modifiés et un bus à haut niveau de service devrait être mis en ligne fin 2019.

*Repenser le centre commercial souterrain pour créer des événements culturels.* Une opération de réaménagement de la place du Champ-de-Mars est prévue. Ce réaménagement a pour objectif de recréer du flux sur cette place. « C'est un pôle commercial important. Les grandes enseignes de la ville se situent dans un centre commercial sous la place. Cette place, d'une surface 10 000 m<sup>2</sup>, est très minérale. Nous avons mené un travail important de concertation avec les habitants qui a duré neuf mois ».



L'aménagement va répondre à différents critères et aux besoins des usagers : repenser la place pour créer des événements culturels, privilégier une ouverture sur la Ville, créer des liaisons douces entre la Charente et le centre-ville... « Cet aménagement fait partie d'une revalorisation globale des espaces d'Angoulême. Dans le cadre du programme Action Cœur de Ville, la Ville d'Angoulême, conjointement avec la communauté d'agglomération de Grand Angoulême, les Chambres consulaires et les associations de commerçants, a travaillé à une stratégie pour renforcer l'offre commerciale, artisanale et de service ».



## L'action phare pour dynamiser le centre-ville : la rénovation des Halles

En 2018, une réflexion sur le devenir des Halles a été aussi menée. **Objectif : renforcer ce pôle de convivialité du centre-ville.** « C'est le seul pôle métiers de bouche du centre-ville et dans un lieu chargé d'histoire, car il s'agit d'une structure type pavillon Baltard. Face à la vacance des bancs, on est parti d'un constat en 2017 : le vieillissement des commerçants et une qualité des produits qui n'était pas privilégiée. La Halle a bénéficié du plan commerce. Nous avons tout repris, au niveau réglementaire et au niveau de l'animation commerciale. Ce projet a été porté par les élus et le Maire. Une concertation avec les commerçants a été engagée ». En décembre 2018, la ville a

programmé un grand nettoyage des halles, avec reprise des peintures, remplacement des faïences cassées et changement des installations électriques. « Cette opération menée conjointement avec les commerçants a permis de développer des liens et une dynamique s'est créée autour de nouveaux projets et de nouveaux espaces conviviaux. Et finalement, c'est tout un quartier qui bénéficie de cette dynamique ». Concrétisation de cette nouvelle vitalité : aucune vacance, de nouvelles offres de restauration, de nouvelles animations commerciales et les commerçants des Halles se sont inscrits au concours « Le plus beau marché de Charente ».

« Un référent technique municipal se déplace tous les jours sur les Halles et mon rôle consiste à centraliser toutes ces informations ».



## Comment définissez-vous votre métier ?

« En 2005, je faisais partie du club des managers de Ville. Une des premières thématiques de cette association fut le réferencement de notre métier. On emploie le terme de manager de centre-ville ou de manager de commerce, en fait notre métier se définit par rapport à nos missions. Mon objectif, c'est que le monde du commerce soit réellement intégré au développement de la collectivité, pas plus ou moins que le logement, la mobilité... Au-delà du commerce, il s'agit de trouver une philosophie de la ville, se poser cette question : quel est son devenir ?

Notre métier nous permet de toucher à tout et il évolue. En 2005, j'étais recruté par la SAEML Territoires Charente comme chargé de mission commerce avec un volet animation important. Ensuite un autre volet s'est ajouté : la partie réglementaire, nous avons notamment un gros projet, la création d'un Office du commerce, mais qui n'a pas abouti. J'ai rejoint ensuite les services de la ville d'Angoulême et j'ai appris la réglementation. Mon poste aujourd'hui est lié à ces différentes expériences, ces différents volets, le terrain, la stratégie commerciale, la réglementation... et la collaboration entre les élus et les techniciens. Une autre de mes missions est d'accompagner les porteurs de projets. Mon service est un guichet unique pour eux, on y définit les mises aux normes, l'accessibilité, on cible les enseignes... ».

Benoît Attagnant  
1 place de l'Hôtel de Ville, 16022 Angoulême Cedex  
b.attagnant@mairie-angouleme.fr - 05 45 38 71 92



**Ville moyenne de 29 000 habitants, Bergerac est le pôle urbain du sud-ouest de la Dordogne.** Son aire d'influence s'étend au-delà des limites départementales, sur l'Est de la Gironde et sur le nord du Lot-et-Garonne. Ses différentes fonctions – administration, santé publique, établissements scolaires, commerces et services... – concernent un bassin de population de 120 000 habitants. Les zones de chalandise alimentaires et non alimentaires sont importantes : 66 000 habitants dont 30 000 en zone primaire pour l'alimentaire et 95 000 habitants dont 30 000 en zone primaire pour le non alimentaire. De plus, Bergerac dispose d'un aéroport régional par lequel transitent plus de 300 000 passagers par an, notamment de nombreux touristes anglo-saxons. Le centre-ville de Bergerac est ainsi légitimement le centre-ville de tout le sud Dordogne.

490 commerces se situent dans le centre-ville, avec un taux de vacance élevé (16%). La ville a mis en place une importante politique de redynamisation du centre-ville.

La ville mise aussi sur le renouvellement de la voie ferrée entre Libourne et Bergerac. D'importants travaux sont opérés depuis le mois de janvier jusqu'en septembre 2019, ils ont pour objectif d'assurer la pérennité de cette ligne et de rétablir les performances nominales de la ligne à 120km/h et donc à terme d'attirer des pendulaires et des étudiants dans le cœur de ville.

Par ailleurs, depuis 2018, Bergerac bénéficie du programme étatique *Cœur de ville*, fondé sur la rénovation de l'habitat et la dynamisation du commerce. Intégré au programme *Cœur de ville*, le réaménagement de la halle en sera même la première réalisation.

**Audrey Fauquet est la manager de centre-ville depuis septembre 2016.** Elle est rattachée au service commerce/artisanat de la ville. Sa mission prioritaire est la mise en œuvre d'actions destinées à revitaliser le centre-ville. Son action passe notamment par la lutte contre la vacance commerciale, la recherche d'enseignes et de commerçants indépendants, la mise en réseau des acteurs. *« Je reçois les porteurs de projet et je suis en lien avec les bailleurs privés. Je travaille aussi sur la mise en place du programme Cœur de ville ».* Parmi ses autres missions, le manager impulse et coordonne les animations commerciales et une démarche de marketing territorial est en cours. Elle travaille aussi sur la rénovation de la halle, ses pourtours et les marchés non sédentaires. Une étude est en cours.

## Le réaménagement de la Halle historique

*« Il s'agit d'une halle métallique du 19ème siècle. La structure refaite date des années 1980 et a besoin d'évoluer. L'enjeu de la rénovation de la halle, c'est de l'ouvrirsur l'extérieur et sur la place qui l'entoure ».* Les commerces de la halle fonctionnent bien, il s'agit de commerces de bouche de qualité. *« L'objectif est qu'il y ait un rayonnement plus large et que cela instaure une dynamique commerciale tout autour, dans le cœur de ville ».* Pour définir le projet, une étude menée par

un cabinet d'étude et un architecte est en cours. Elle a commencé par des entretiens individuels avec des commerçants de la halle, des alentours et les marchands non-sédentaires. L'étude sera rendue début septembre et définira le programme économique et commercial. Un marché sera ensuite lancé pour avoir un accompagnement à la maîtrise d'ouvrage. Le chantier est annoncé pour 2020.

Par ailleurs, pour initier cette démarche de rénovation des pourtours de la halle destinés aujourd'hui à du stationnement, la Ville a créé l'été dernier *« le Jardin des estivales »* et l'opération sera reconduite en 2019.





« L'espace a été imaginé comme un lieu de détente et de loisirs et a très vite trouvé son public. Les Bergeracois et les touristes se sont appropriés cet espace, composé de gazon et de mobilier de repos. Cette expérience se révèle très positive, et nous aimerions la voir s'inscrire dans la durée car nous avons besoin de lieux de vie tels que celui-ci dans notre ville ». De nombreuses animations ont été proposées sur place et cette nouvelle configuration a donné une dynamique nouvelle au quartier et à ses commerces. Le petit plus : le wifi gratuit, de nombreux jeunes revenaient sur la place pour ce service.

« Cet aménagement émane du diagnostic du centre-ville qui avait été dressé en 2017. Il

montrait que les places et placettes du centre n'étaient pas assez exploitées ». En plein été, l'agencement de cette place, trait d'union entre la « haute » et la « basse ville », est le bienvenu. « Cela anime ce secteur où, en temps normal, les gens ne font que passer en vitesse. Ils peuvent se poser au cours d'une balade, ce qui est bénéfique à tous les commerçants ».

L'autre idée de l'ouverture de la halle sur l'extérieur et de l'animation de cette place, c'est de créer tout un parcours marchand en centre-ville et sur les différents autres marchés de la ville.

### Une démarche de Marketing territorial

Une étude pour créer une marque territoriale est en cours. « C'est la communauté d'agglomération qui pilote ce dossier mais nous travaillons avec eux afin de créer une marque pour le territoire avec une déclinaison pour le centre-ville ».

L'objectif est de travailler sur l'attractivité du territoire et d'avoir un discours commun avec les partenaires et les entreprises. « L'idée serait que chaque commerce ou entreprise appose sur sa devanture le logo de cette marque accompagné de son slogan ». Une manière de contribuer au développement du centre-ville avec pour ambassadeurs les commerçants.

## Comment définissez-vous votre métier ?

« C'est un métier polyvalent, en perpétuelle évolution qui nécessite d'être à l'écoute des tendances de consommation et des commerçants, en proximité avec eux. Il faut cultiver un sens de l'observation pour détecter en amont les freins et les difficultés auxquelles le centre-ville se confronte. Il faut enfin faire preuve d'ouverture et de créativité pour trouver des idées innovantes ».



Audrey Fauquet  
19 rue Neuve d'Argenson, 24100 Bergerac  
05 53 74 67 20 - afauguet@bergerac.fr  
www.bergerac.fr



# ● ● ● La Communauté d'Agglomération du Grand Villeneuvois

**Située dans le Lot-et-Garonne, la Communauté d'Agglomération du Grand Villeneuvois est composée de 19 communes, et de 50 000 habitants. La zone de chalandise concerne 100 000 habitants. Elle compte 2 300 entreprises sur son territoire, 18 000 emplois et 600 commerces. La population connaît une croissance démographique due à plusieurs facteurs : un environnement rural préservé et un marché de l'immobilier attractif.**



**Alicia Ho est la manager de commerce recrutée par la Communauté d'Agglomération du Grand Villeneuvois en juillet 2013.** Depuis ces dernières années, ses missions n'ont cessé d'évoluer. Aujourd'hui, elle est chargée de mission développement économique et ses responsabilités se sont accrues dans plusieurs domaines.

## *La politique locale du commerce*

La Communauté d'Agglomération du Grand Villeneuvois a délibéré respectivement les 16 décembre 2016 et 4 juillet 2017 pour prendre la compétence de la « *politique locale du commerce et soutien aux activités commerciales d'intérêt communautaire* ». L'enveloppe financière de cette nouvelle compétence était de 40 000 € pour l'année 2017, de 60 000 € pour l'année 2018, et le Président proposera une enveloppe de 70 000 € pour l'année 2019.

A ce titre, la manager gère l'ensemble des actions relevant de cette compétence au niveau de la Communauté d'Agglomération comme :

- La signalétique commerciale et patrimoniale
  - La vitrophanie
  - La signalétique des parkings
  - Le recensement et l'analyse des subventions commerciales
  - Le jalonnement piéton
- Et d'autres dossiers en lien avec le commerce.

*« Pour la ville de Villeneuve-sur-Lot, j'accompagne la réhabilitation de la halle située au cœur de la bastide. J'accompagne aussi les porteurs de projets via la bourse de l'immobilier d'entreprise, qui permet de recenser les locaux vacants, et via l'orientation vers les structures d'accompagnement à la création, développement et reprise d'entreprise ».*

## **Un tiers-lieu pour accompagner la politique numérique en zone rurale**

En plus de la politique locale du commerce, Alicia Ho a en charge la politique numérique de la collectivité notamment à travers : le déploiement du Très Haut Débit via le Syndicat Lot-et-Garonne Numérique ; la coordination des événements numériques en lien avec les acteurs du Département : Campus Numérique 47, Cluster Inoo, In'Tech Sud... ; le projet relatif à la formation au numérique des commerçants, artisans et agriculteurs en partenariat avec l'école In'Tech Sud, permettant aux entreprises de pouvoir s'adapter aux nouvelles évolutions sociétales et technologiques ; le projet relatif à la création d'un tiers-lieu permettant d'accompagner la transition numérique des entreprises du territoire, et de détecter et de mettre en réseau les talents et les initiatives avec les acteurs territoriaux de cet écosystème numérique.

## Une maison du commerce

Ouverte en 2013, la Maison du commerce, qui a évolué, 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. Alicia Ho y assure les permanences deux fois par semaine et y reçoit notamment les porteurs de projets souhaitant s'implanter dans les centres-villes et bourgs.

## Un projet d'envergure en 2019 : la rénovation de la Halle

Depuis quelques années, la halle de Villeneuve-sur-Lot n'exerce une fonction commerciale que le samedi matin avec l'accueil du marché de plein vent. Ce bâtiment est idéalement placé au cœur du quartier prioritaire de Villeneuve Bastide, à cent mètres d'une place emblématique et historique du centre-ville.

Les objectifs de ce projet sont multiples, parmi eux le renforcement de l'attractivité du quartier de la bastide de Villeneuve-sur-Lot (épicerie du quartier prioritaire) en créant un véritable lieu de vie et un carrefour commercial ; renforcer le commerce de proximité en ramenant des flux dans la bastide ; donner à la halle une véritable vocation commerciale en privilégiant l'économie locale et les produits locaux ; développer une nouvelle offre commerciale en centre-ville répondant aux besoins des habitants du quartier. *« Cette initiative s'inscrit parfaitement dans la logique du dispositif Action Cœur de Ville, dont bénéficie Villeneuve-sur-Lot, car elle améliore le cadre de vie et répond aux attentes des habitants et des commerçants du quartier prioritaire de la bastide de Villeneuve-sur-Lot. En outre, elle répond parfaitement à la volonté municipale de vouloir redynamiser le centre-ville et ses commerces en menant une stratégie globale et transversale d'attractivité du centre-ville ».*



Le projet consiste à créer un véritable lieu de vie et de partage dans le centre-ville de Villeneuve-sur-Lot, ouvert 6 jours/7 jours, sous la forme d'une halle gourmande.

La halle gourmande accueillerait plusieurs petits commerces/étals de produits alimentaires locaux, sains et de niveau de qualité premium, une offre de restauration simple et un ensemble de services tels que des cours de cuisine, des animations avec les producteurs locaux, des soirées à thème et un concept afterwork.

Après un appel à projets lancé l'été dernier, l'exploitation commerciale a été confiée à une entreprise, qui effectuera également les investissements relatifs à l'équipement des stands ; la communication et la publicité de la halle gourmande ; le matériel relatif au futur restaurant. La mairie se charge de la réhabilitation du bâtiment en réalisant des travaux d'aménagement de la halle et de ses abords. L'ouverture est prévue pour décembre 2019. Le coût du projet est estimé à 1,2 million d'euros HT (hors d'importants travaux de voirie et réseaux divers).

## Que pensez-vous de votre métier ?

« C'est un métier multi-facettes, où la polyvalence prime et la vision transversale est indispensable. La redynamisation du centre-ville et bourg passe à la fois par le prisme économique, mais doit tenir compte aussi des autres fonctions d'une centralité comme la fonction habitat, avec un état des lieux des logements, l'identité, la fonction service mais également le cadre de vie. En fait, il est primordial d'avoir une bonne connaissance de l'attractivité de son territoire et d'activer les différents leviers en fonction des problématiques ».



Alicia Ho  
35 rue de Penne, 47300 Villeneuve-sur-Lot  
09 65 22 51 69 - aho@grand-villeneuvois.fr  
www.grand-villeneuvois.fr



# LE « DERNIER NÉ » DES OFFICES DE COMMERCE ET DE L'ARTISANAT

## ●●● Arcachon

Arcachon dispose d'une tradition commerciale bien ancrée. Plus de 400 commerces y sont répertoriés (artisans, hôteliers compris). Arcachon compte trois pôles forts d'activités commerciales : le centre-ville, le quartier de l'Aiguillon et le quartier du Mouleau. Son tissu économique varié participe au développement de la Ville. Ces dernières années, la municipalité a réalisé de nouveaux équipements et engagé d'importants travaux de modernisation de l'espace public pour créer des lieux de vie conviviaux pour les habitants et les touristes, très nombreux pendant la saison estivale. Elle s'est investie également dans une politique culturelle et événementielle pour attirer de nouveaux visiteurs. **Aujourd'hui, la ville s'inscrit dans une nouvelle dynamique en créant l'Office de Commerce et de l'Artisanat (OCA).** Cette structure a pour mission de favoriser le développement du commerce et de l'artisanat de proximité, afin de renforcer l'attractivité de la ville et soutenir les commerces arcachonnais.

**Lucie Painchault est la manager de Ville. Elle a pris ses fonctions en janvier 2019 au sein de l'OCA.** « C'est le point central, je vais faire le lien avec tous les services de la mairie et de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux Gironde. J'ai pour mission d'accompagner toutes les demandes administratives, juridiques... ».

### Un jeu de piste de Pâques avec les commerçants

Ses missions consistent aussi à l'animation de la vie locale et commerciale afin de valoriser les commerces et les activités. Pour cela, elle organise des animations commerciales et incite les commerçants à se réunir en association. Depuis fin 2018, la ville engage les commerçants à se regrouper en association par quartier ou par rue. Deux nouvelles associations de commerçants se sont créées il y a peu, rejoignant ainsi trois autres associations historiques. La manager apporte ainsi aux associations de commerçants un soutien technique, un soutien financier et un soutien dans la communication. « Je peux apporter de l'aide dans la logistique et la communication autour d'un projet d'animation commerciale ».

Par exemple, pendant une semaine, les enfants et leurs parents étaient invités à se rendre dans les commerces du centre-ville, de l'Aiguillon et du Mouleau afin de trouver des trésors de Pâques. Pour jouer, les commerces participant étaient reconnaissables grâce au sticker apposé à l'entrée de leur boutique. Ils remettaient aux participants un carton de jeu qui les a guidés dans une chasse aux vignettes. Au programme : chasse aux œufs, animations, jeu de piste, omelette Pascale, atelier et animations en ville et dans les Maisons de quartier... Les commerçants ont largement participé à cette animation.

### L'Office de Commerce et de l'Artisanat : une nouvelle structure pour Arcachon

La ville d'Arcachon a créé un Office de Commerce et de l'Artisanat qui aura pour mission de favoriser le développement du commerce et de l'artisanat de proximité. « Avec l'émergence des géants du e-commerce depuis 10 ans et l'extension continue des zones d'activités commerciales périphériques, les habitudes de consommation se sont radicalement transformées imposant de nouveaux enjeux concurrentiels pour le commerce et l'artisanat local. Afin d'accompagner ces évolutions, l'OCA permet de mettre en place des réponses adaptées et de constituer un socle d'appui pour chaque commerçant arcachonnais ».

L'OCA est rattaché à l'EPIC Arcachon Expansion qui enrichit ainsi son volet de compétences. En plus de promouvoir le tourisme, accueillir des événements professionnels au sein du Palais des Congrès, développer des animations et des temps forts culturels pour la ville, ils concourent ensemble au dynamisme et au rayonnement du territoire. Depuis le mois de janvier, l'OCA est opérationnel et a pour mission d'animer la vie locale des commerçants (soutien et organisation d'animations commerciales) de rassembler les initiatives, de mettre en œuvre des outils de communication innovants, de développer des services spécifiques et accompagner les commerçants et artisans.

*« A l'ouverture de l'OCA, deux actions ont été priorisées : les animations commerciales et le développement des chèques cadeau, pour avoir un effet immédiat sur les activités. Mon rôle est aussi de faire de la veille et du benchmark pour trouver d'autres idées ».*

Pour accompagner l'ouverture de l'OCA, des premières mesures sont entrées en vigueur très rapidement pour faciliter le stationnement avec par exemple la gratuité du stationnement le samedi et le dimanche, ou la gratuité du stationnement pendant la braderie d'hiver et la 1ère semaine des soldes... Les outils de communication sont également développés. « Nous allons créer une page Facebook, et un site Internet, qui seront opérationnels cet été. Le site sera interactif avec la localisation des commerces et il présentera des « fiches commerçants ». Il permettra également un recensement exhaustif des commerces. Il sera rattaché au site arcachon.com qui regroupe le tourisme et la culture. Nous allons développer les chèques cadeau, utilisables chez les commerçants ». Des services plus spécifiques seront aussi développés : des sessions de formation pour les commerçants (exemple : ateliers sur les réseaux sociaux).

Parmi ses autres missions : répondre aux fortes sollicitations des nouveaux commerçants qui viennent de s'installer et des porteurs de projets. Un travail avec les propriétaires de fonds de commerce sera également engagé.

Lucie Painchault  
217 bd de la Plage, 33310 Arcachon  
06 35 04 72 62 - oca@arcachon.com



# Conclusion

Il y a encore une dizaine d'années, au début du réseau MANACOM, les collectivités pouvaient s'interroger sur l'opportunité ou pas du recrutement d'un Manager de Commerce. Aujourd'hui, ce n'est plus une question mais une évidence car les missions des Managers sont indispensables pour mettre en œuvre les politiques de redynamisation de centre-ville.

**Le métier a évolué et s'est professionnalisé.** Si le manager doit principalement développer l'attractivité commerciale, il doit par ailleurs avoir d'autres connaissances et compétences lui permettant d'analyser le territoire et son environnement. Ses missions se sont ainsi diversifiées, devenant plus stratégiques et opérationnelles.

Par ailleurs, **le lien du manager et de l' élu s'est renforcé.** Le manager de commerce accomplit ses missions grâce au soutien des élus, il ne peut agir seul. Les échanges entre élus et managers se sont donc intensifiés. Dans certaines collectivités, les élus n'hésitent pas à déléguer au manager, ou au contraire le binôme élu/manager reste très opérationnel et stratégique.

Cette relation de confiance porte ses fruits et crée une saine émulation au niveau de la collectivité mais aussi dans toute la région Nouvelle-Aquitaine. Pour preuve, les nombreux exemples de projets de qualité, portés par des managers qui redoublent d'effort et d'inventivité pour proposer des actions toujours plus innovantes.

**Favoriser des projets sur des retours d'expériences est un des objectifs de MANACOM, qui s'avère être un véritable lieu d'échanges et de réflexions à destination des managers de commerce et des collectivités.** Via ses actions et rencontres organisées depuis 2012, le réseau MANACOM participe à la professionnalisation des managers de commerce. En lançant de nombreuses pistes de travail et de réflexion, MANACOM participe à l'évolution de ce métier.



# 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](mailto:fduclos@bordeauxgironde.cci.fr)

[BORDEAUXGIRONDE.CCI.FR/MANACOM](http://BORDEAUXGIRONDE.CCI.FR/MANACOM)

