



LESTOUX & ASSOCIÉS

ÉTUDE STRATÉGIQUE POUR LA MISE EN PLACE D'UNE ACP

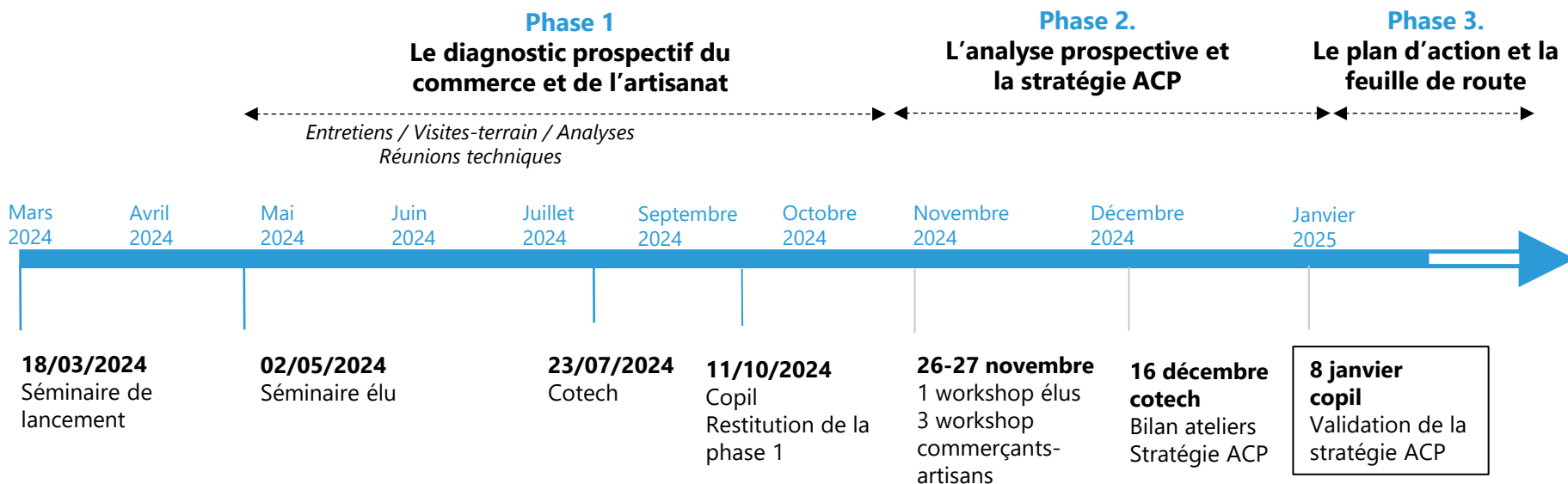
Territoire de la Montagne
Béarnaise

Phase 2 – Bilan de la concertation et orientations stratégiques





La mission et le planning d'intervention





Partie 0

RAPPEL BILAN ET ENJEUX



ENJEUX POUR LES CENTRALITÉS

1
Les centres-villes et centres-bourgs à valoriser

Remettre les centralités au cœur du projet de territoire : freiner la périphérisation des activités, améliorer la qualité de l'espace urbain, théâtraliser

2
Un marketing d'entrée, des commerces à booster

Renforcer l'attractivité des commerces pour freiner la baisse des activités et pour résister au digital qui atteint des parts de marchés très élevées et cultiver une véritable différence

3
Des pôles structurants à consolider

Conforter le caractère rayonnant et affirmer une image plus forte des trois pôles avec la plus forte diversité commerciale : Laruns, Nay, Oloron

4
Valoriser les démarches environnementales

Accompagner les entreprises dans la valorisation de leurs démarches environnementales pour répondre au mieux aux consommateurs

LES FILIÈRES STRATÉGIQUES À TRAVAILLER

5
L'alimentaire pivot de l'attraction commerciale

Cultiver l'excellente résilience des filières alimentaires, conforter le rôle des marchés et améliorer le lien commerce/vente directe de produits du terroir

6
Les CHR filière majeure à conforter

Accompagner la montée en attractivité des CHR, première filière du commerce, en particulier face aux modifications du modèle touristique

7
L'artisanat de production porteur d'opportunité

Capitaliser sur les bonnes dynamiques artisanales et en particulier soutenir la filière production fortement présente

8
Accompagner l'artisanat du bâtiment

Apporter une meilleure visibilité des entreprises et de leurs domaines d'activité pour favoriser le recrutement, les formations et leur promotion



Constats

- Un tissu commercial constitué principalement des filières **de proximité** (alimentaire, hygiène-beauté-CHR) mais une baisse de 22% des commerces alimentaires en 15 ans.
- **La filière CHR** reste la plus importante, représentant jusqu'à un commerce sur deux sur la Vallée d'Ossau. 60% jugent leur local vieillissant.
- **Une bonne dynamique des marchés**, de la vente directe et des tournées alimentaires
- **Une bonne dynamique collective**.
- Des consommateurs sévères sur la **qualité des façades commerciales**.
- Des commerçants en attente d'une meilleure **signalétique**

Enjeux

- **Renforcer l'attractivité des commerces** pour freiner la baisse des activités et pour résister au digital qui atteint des parts de marchés très élevées et cultiver une véritable différence
- **Accompagner les entreprises** dans la valorisation de leurs démarches environnementales pour répondre au mieux aux consommateurs
- Conforter le lien commerce sédentaire et vente directe et **produits du terroir**
- **Accompagner la montée en attractivité des CHR**, première filière du commerce, en particulier face aux modifications du modèle touristique

Propositions

- Soutenir les **CHR** et les **commerces alimentaires** dans les cœurs de villes et de villages
- Orienter les **investissements** vers la rénovation des façades et des enseignes
- Développer des partenariats entre les producteurs locaux et les commerces alimentaires
- Améliorer la visibilité des commerçants sur les plates-formes numériques et de géolocalisation
- Engager les commerçants dans des démarches éco responsables (tri des déchets organiques, inscription à des plates formes anti-gaspillage)
- Favoriser la **décarbonation** des commerçants réalisant des tournées alimentaires (véhicule électrique)
- Travailler collectivement sur des services type conciergerie qui permettent de répondre aux temps des actifs



Constats

- Peu d'artisans en baisse d'activité sur les 3 dernières années
- Présence significative de la **filière production** notamment avec les artisans d'art (création artistique, peintre, sculpteur...).
- Faible mobilisation des artisans dans des **démarches éco-responsables**.
- Des projets de **recrutement** importants avec des attentes fortes en matière d'accompagnement (groupement d'employeurs).
- **Faible niveau d'investissement** ces dernières années

Enjeux

- Capitaliser sur les bonnes dynamiques artisanales et en particulier soutenir **la filière artisanat d'art fortement présente**
- Engager les artisans dans l'exploitation **du marché de l'éco-rénovation** par une meilleure appropriation des labels
- **Apporter une meilleure visibilité des entreprises** et de leurs domaines d'activité pour favoriser le recrutement, les formations et leur promotion

Propositions

- Créer un label "Artisans de la Montagne Béarnaise" pour valoriser les artisans d'art et de production locale (poterie, menuiserie, sculpture)
- Organiser des journées portes ouvertes (circuit des ateliers d'artisans) et capter les touristes
- Promouvoir des programmes de formation sur les labels de l'éco-rénovation (RGE, Eco artisan)
- Faciliter le recrutement et la promotion des métiers (groupement d'employeurs, ambassadeur dans les écoles...)
- Soutenir **l'investissement** dans le **matériel innovant**



Constats

- Une **image banalisée** des communes sur le plan commercial et notamment des centres-villes principaux (Oloron-Sainte-Marie et Nay)
- Des consommateurs **sévères** sur le jugement des terrasses de restaurants, **des espaces publics** et de la place de l'enfant.
- Un développement des activités commerciales en **dehors des cœurs de ville et de village**.
- Une **dilution** des activités de convivialité

Enjeux

- **Remettre les centralités au cœur du projet de territoire** : freiner la périphérisation des activités, améliorer la qualité de l'espace urbain, théâtraliser, réduire l'impact des vitrines vides
- **Conforter le caractère rayonnant** et affirmer une image plus forte des trois pôles : Laruns, Nay, Oloron

Propositions

- Mettre en places des outils mutualisés de suivi et de veille du patrimoine commercial
- Circonscrire les **aides directes** aux commerçants installés en centres-villes et centres-bourgs
- Lancement d'appel à projet pour la reprise de locaux commerciaux stratégiques avec aides au loyer
- S'appuyer sur le réseau d'artisans d'art pour développer des créations capables d'animer les centres-villes et les centres-bourgs
- Transformer certains espaces vacants en boutiques éphémères, lieux d'exposition artisanales
- Mettre en place des parcours thématiques en centre-ville : parcours gourmand, parcours des métiers d'art





Partie 1

BILAN DES ATELIERS DE CONCERTATION



Priorité à l'attractivité des centralités

Ce premier atelier d'élus met prioritairement en avant :

- Le soutien au commerce **alimentaire** et de façon générale à l'ensemble des commerces dans les périmètres de centralité
- L'aide à l'investissement vers les artisans ne semble pas une priorité sans un accompagnement préalable à la **recherche de personnel**
- La stratégie de **suivi des locaux disponibles** mis en place par le Haut Béarn semble une initiative à généraliser aux autres territoires.

Groupe 1 / Priorités et verbatim

Axe 1 / Soutenir le commerce alimentaire (hors CHR)

- La filière restauration semble bien fonctionner malgré des questions qui se posent sur leur organisation en terme de jour et horaire d'ouverture.

Axe 2 / Façade et enseigne

- C'est une réelle priorité pour améliorer l'image et l'attractivité des commerces

Axe 3 / Prioriser l'investissement en centre-ville et centre-bourg

- Cela est en lien avec la stratégie ORT (PVD et Village d'Avenir)
- Cela oblige à définir des périmètres.

Axe 4 / Artisanat d'art et programmation culturelle

- La Vallée d'Ossau propose des résidences d'artistes en contrepartie de production spectacles en centre-ville.

Axe 5 / Observatoire des locaux vides

- Le Haut Béarn a mis en place un logiciel de suivi des commerces : étudier la possibilité de généraliser l'outil sur les 2 autres intercommunalités.

Axe 6 / Géolocalisation des commerces

- Une démarche à généraliser.

Axe 7 / Principale priorité pour l'artisanat : l'accompagnement au recrutement.

Axe 8 / Anticiper la transmission

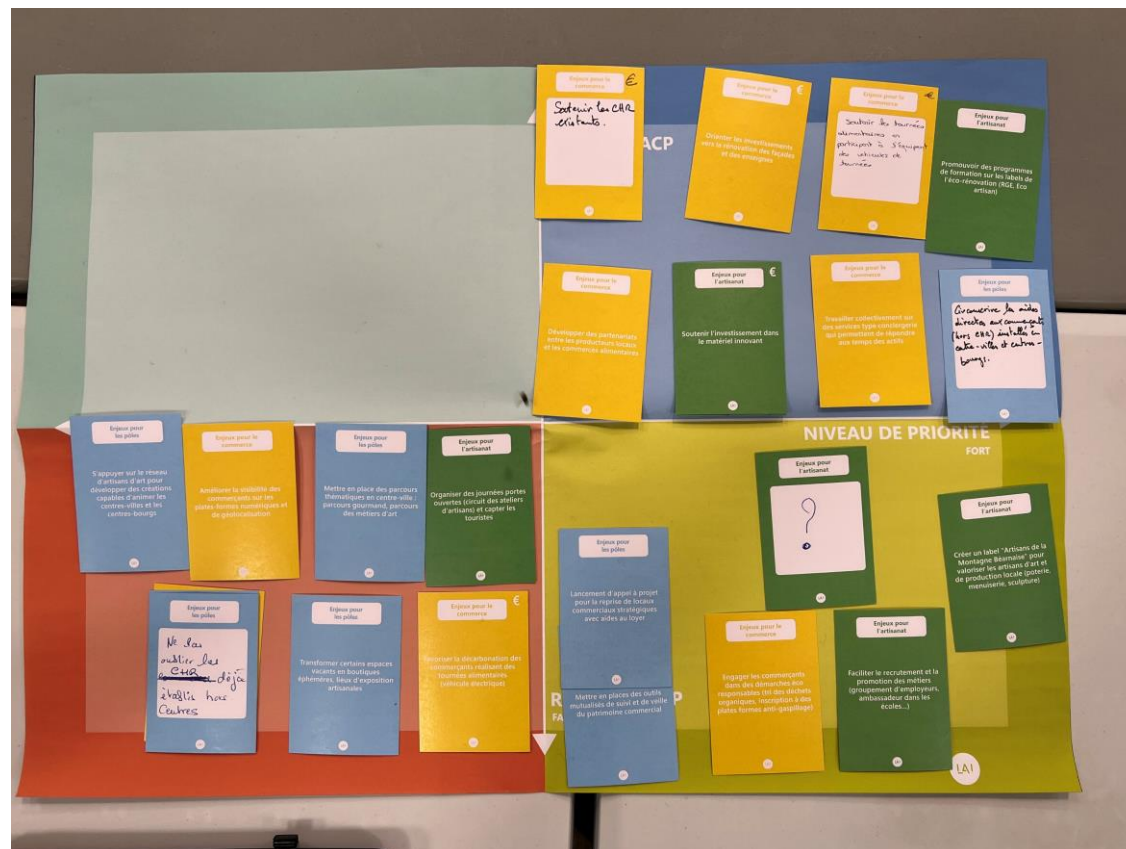
- Soutenir les investissements pour les métiers de bouche pour faciliter la transmission



Groupe 2 / les propositions prioritaires

Groupe 2 : les participants

Ce second groupe se composait des élus et techniciens représentant les trois territoires du Pays de la Montagne Béarnaise



Groupe 2 / Priorités et verbatim

Priorité à l'attractivité des centralités et aux CHR

Ce second atelier d'élus met prioritairement en avant :

- Un soutien privilégié aux commerces implantés en **centralité** et aux CHR de l'ensemble du territoire
- Favoriser le développement de l'offre alternative par de la **conciergerie** et une meilleure relation entre producteurs et commerçants sédentaires
- Accompagner les artisans volontaires dans l'innovation et la recherche de **label**

Axe 1 / Soutenir l'ensemble des activités CHR du territoire

- L'enjeu fort est de soutenir les cafés-restaurants existants même s'ils se trouvent en dehors des centralités

Axe 2 / Priorité des investissements en centralité (hors CHR)

- Privilégier et concentrer les aides sur les centres-villes et centres-bourgs pour pérenniser l'offre au sein des centralités

Axe 3 / Façades et enseignes

- Les activités ont besoin de rénovation et de mise en valeur pour améliorer l'image des bourgs et du territoire

Axe 4 / Développer les partenariats entre producteurs locaux et commerces alimentaires

- Des initiatives sont déjà présentes sur certaines parties du territoire mais à développer sur son entièreté

Axe 5 / Promouvoir les labels de l'éco rénovation

- Labels qui permettraient aux artisans de se faire connaître en plus de mettre en avant leur savoir-faire et de répondre aux nouvelles demandes de la population

Axe 6 / Soutenir l'investissement dans le matériel innovant pour l'artisanat**Axe 7 / Conciergerie avec horaire décalé**

- Système intéressant pour les actifs et apporter une offre additionnelle aux commerçants locaux



La Vallée d'Ossau : les participants

Le groupe de la Vallée d'Ossau était constitué de 3 personnes :

- Un artisan peintre en bâtiment
- Créatrice et couturière
- Responsable d'une boutique cadeau, créateurs

Les actions prioritaires



Soutien au commerce alimentaire et réinventer la dynamique collective

Le groupe des professionnels de la Vallée d'Ossau ont mis l'accent sur 3 priorités :

- Pérenniser les commerces **alimentaires**
- Réinventer la **dynamique collective** en s'interrogeant sur la pertinence de certaines initiatives (association d'Arudy ?). Imaginer de nouvelles formes de dynamique de type office du commerce.
- S'interroger sur les freins au recrutement en travaillant la **marque employeur**

Priorités et verbatim

Axe 1 / Soutenir le commerce alimentaire

- La filière restauration n'a pas de problème.

Axe 2 / Conforter la dynamique collective

- La dynamique collective s'appuie sur Osso Pro avec notamment la création des chèques cadeaux (à généraliser ?)
- Les vitrines de Arudy ont comme projet de créer des affiches à diffuser dans les commerces et présentant les événements portés par les associations (type affiche des séances de cinéma)

Axe 3 / Label « Montagne Béarnaise »

- Peut-être une opportunité pour valoriser les productions des artisans locaux.

Axe 4 / Conciergerie avec horaire décalé

- C'est une idée intéressante à creuser pour vérifier sa faisabilité.

Axe 5 / Soutien au recrutement dans l'artisanat

- Etudier l'opportunité d'un groupement d'employeurs.

Axe 6 / Application anti-gaspillage alimentaire

- Inciter les commerçants à utiliser cette appli.

Axe 7 / Informer les commerçants sur leurs droits à la formation.

- Pallier le manque de connaissance des structures existantes qui proposent un accompagnement

Axe 7 / Conditionner les aides à l'intervention d'entreprises locales



Pays de Nay : les participants

Le groupe du Pays de Nay était composé de 5 personnes

- La responsable d'un hôtel restaurant, épicerie
- Un créateur de site Internet et photographe
- Un artisan aménageur de fourgon
- Une responsable d'épicerie
- Une responsable de deux concepts store l'un dédié à la femme et l'autre à l'homme
- Un responsable d'un concept-store autour de l'habillement pour enfants

Les actions prioritaires



Accompagner des **projets ambitieux** de rénovation des commerces

Le groupe des professionnels du Pays de Nay ont mis l'accent sur 4 priorités :

- Soumettre l'aide aux commerçants ayant des projets de rénovation qui accompagne une véritable **transformation** du concept marchand
- Dans cet esprit, accompagner les projets innovants autour des **concepts hybrides**
- Créer des temps d'échange avec les professionnels pour favoriser la connaissance des soutiens disponibles
- Promouvoir les professionnels sur les réseaux sociaux

Priorités et verbatim

Axe 1 / Soutenir le commerce alimentaire et CHR

- Il y a un réel déficit d'offre en restaurant pour autant cette profession est confrontée à un manque de personnel.

Axe 2 / Rénovation intérieure et extérieure dans le cadre d'un projet global

- Il faut envisager de soutenir un projet global de rénovation des commerces pour qu'il y ait un vrai levier d'attractivité tant intérieur qu'extérieur

Axe 3 / Accompagner le développement de commerce hybride

- Soutenir l'innovation dans le commerce notamment les commerces hybrides (diversification) qui apportent une valeur ajoutée pour le territoire.

Axe 4 / Présence sur le numérique

- 80% des commerces qui ferment n'étaient pas sur Internet : informer sur les aides qui existent en matière d'accompagnement sur le numérique.

Axe 5 / Accompagner à la reprise des cellules vides

- Créer des vitrophanies sur les vitrines vides qui incitent à lancer une activité commerciale en s'appuyant sur un dispositif d'accompagnement (indiquer un numéro de contact).

Axe 6 / Aide pour la reprise des artisans et des commerçants

Axe 7 / Développer les rencontres entre professionnels

- Proposer des temps d'échange et de partage de l'information sur l'ensemble des modalités de soutien et d'aide aux entreprises

Axe 8 / Promouvoir les professionnels sur les réseaux sociaux

- Créer de courtes vidéos sur le savoir-faire des commerçants à diffuser sur les réseaux sociaux.



Faciliter l'installation de nouveaux commerçants

Le groupe des professionnels du Haut Béarn ont mis l'accent sur 3 priorités :

- Privilégier les commerces de **centre-ville**
- Promouvoir les artisans autour d'une **identité locale**
- Accompagner à l'installation de **nouveaux commerces**

Priorités et verbatim

Axe 1 / Soutenir le commerce alimentaire et CHR

- La restauration tend à baisser. Pour autant on peut s'interroger si la filière a de réels besoins. Ils travaillent principalement pour les clients extérieurs et peu pour les locaux.

Axe 2 / Circonscrire les aides aux commerces en centre-ville

- Le problème d'Oloron-Sainte-Marie c'est qu'elle n'a pas de centre-ville.

Axe 3 / Rénovation des façades et des enseignes

- Il y a de fortes contraintes dès que l'on doit intervenir sur les enseignes pour respecter les règles patrimoniales.

Axe 4 / Outil de veille des locaux disponibles

- Lorsque nous avons souhaité nous installer à Oloron, nous n'avions pas la possibilité de connaître les locaux disponibles.

Axe 5 / Créer des boutiques éphémères / à l'essai

- Il y a une seule boutique éphémère sur Oloron (elle est fortement demandée) il en faudrait une seconde.

Axe 6 / Label Montagne Béarnaise

- Cette initiative peut permettre de promouvoir les productions artisanales locales

Axe 7 / Développer des appels à projets pour attirer de nouveaux commerçants





Phase 2

VERS LA STRATÉGIE **ACP**



Une stratégie axée sur l'attractivité des centres-villes et des centres-bourgs, les nouveaux concepts marchands et la communication multicanale

Le bilan des échanges des élus et des professionnels a abouti à choisir une stratégie équilibrée entre les villes et les villages avec un axe prioritaire autour de la reconquête des centralités. Cette stratégie vise à créer un effet levier important pour permettre une véritable transformation des commerces et renforcer l'attractivité commerciale.

En parallèle, la stratégie sur les filières artisanales vise à accompagner leur promotion et à conforter leur identité locale.



Mettre les centralités au coeur du projet

Conforter le commerce de proximité en centre-ville et centre-bourg et les projets qui apportent une véritable valeur ajoutée pour l'attractivité



Engager une transformation des concepts marchands

Accompagner les commerçants à questionner leur concept de vente et à mieux répondre aux attentes de la clientèle



Développer une communication multicanale

Imaginer des nouvelles formes de communication multicanale et questionner le fonctionnement de la dynamique collective



Capitaliser sur la dynamique artisanale

Accompagner les artisans pour conforter leur marque employeur et promouvoir leur savoir faire





DÉTAIL DE L'AXE 1



Axe 1 / Mettre les centralités au coeur du projet

Conforter le commerce de proximité en centre-ville et centre-bourg, et les projets qui apportent une véritable valeur ajoutée pour l'attractivité et l'ambiance d'achat.

● LES OBJECTIFS

Accompagner les stratégies ORT et définir des périmètres de revitalisation

Théâtraliser les cœurs de ville et créer l'événement

Définir une stratégie et des règles de préservation des centres-villes

Améliorer la desserte commerciale dans les villages sans commerce

● LES THÉMATIQUES D' ACTIONS

Définir des périmètres de revitalisation au sein des centres-villes et des centres-bourgs

Engager les artisans d'art du territoire dans des projets artistiques pour animer les centres-villes

S'accorder sur les règles communes pour stopper la création de commerces de proximité sur les axes de flux

Desserte des communes sans commerce : Itinérance et produits locaux





DÉTAIL DE L'AXE 2



Axe 2 / Engager une transformation des concepts marchands

Mixer accompagnement à la transformation des commerces existants et à l'installation de nouveaux concepts

LES OBJECTIFS

Limiter l'impact des vitrines vides au sein du parcours marchand

Faciliter la reprise des commerces disponibles

Assurer la viabilité des projets

Soutenir les concepts innovants et écoresponsables

LES THÉMATIQUES D' ACTIONS

Généraliser un outil de connaissance et de suivi des commerces disponibles (à l'appui de l'expérience du Haut Béarn)

Sur la base de locaux stratégiques, organisation d'appels à projet réguliers pour identifier des porteurs de projet sur des concepts innovants

Mise en place d'un dispositif d'accompagnement des porteurs de projets sur la durée
Proposer un dispositif d'aide au loyer

Coaching des commerçants pour les engager dans la transformation de leur commerce et d'étudier des solutions de diversification et/ou de création de nouveaux services (seconde main, réparation...)
Soutien à l'innovation dans les concepts de restaurants





DÉTAIL DE L'AXE 3



Axe 3 / Développer une communication multicanale

Imaginer des nouvelles formes de communication multicanale et questionner le fonctionnement de la dynamique collective

● LES OBJECTIFS

Passer de cueillette à conquête

Imaginer de nouveaux services pour les navetteurs et les seniors

Exploiter les nouveaux modes de communication

Encourager la création d'écosystèmes collaboratifs

● LES THÉMATIQUES D' ACTIONS

Fédérer les associations existantes à l'échelle de la Montagne Béarnaise

Créer un club des commerces qui se transforment

Capitaliser sur une marque locale « Montagne Béarnaise »

Etudier l'opportunité de créer des conciergeries de récupération de commandes

Travailler l'aspect instagrammable du commerce

Community management

Améliorer la présence des professionnels sur Google my business

Promouvoir les savoir-faire locaux sur les réseaux sociaux

Communiquer sur les efforts environnementaux

Création dans des locaux vacants d'un espace de vivre ensemble et des espaces de coworking





DÉTAIL DE L'AXE 4



Axe 4 / Capitaliser sur la dynamique artisanale

Accompagner les artisans pour conforter leur marque employeur et promouvoir leur savoir faire

● LES OBJECTIFS

Encourager l'innovation pour améliorer les conditions de travail

Faciliter le recrutement en travaillant la marque employeur

Engager les professionnels dans les transitions

Utiliser les artisans d'arts comme un outil de revitalisation des centres-bourgs

● LES PROPOSITIONS D' ACTIONS

Encourager les investissements qui soutiennent le recrutement (condition de travail...)

Améliorer la « marque employeur » du territoire
Management d'organisation au sein des entreprises artisanale (gestion du temps de travail)

Promouvoir l'usages des matériaux sourcés et éco-responsables
Sensibilisation sur les solutions low tech

Développer le nombre de boutiques éphémères





Annexe

LES AIDES DIRECTES DISPONIBLES



Aide	Bénéficiaire	Type d'investissement	Condition
<p>1.2 Aide aux derniers commerces multi-service</p>	<p>Dernier commerce : supérette, restaurant-café, boulangerie, bureau de tabac...</p>	<p>Dépenses liées à l'achat de mobilier, l'aménagement du véhicule de tournée, équipement matériel et immatériel pour l'exercice de l'activité pour la transition (écologique, numérique, diversification...)</p>	<p>Plancher 4000 € Taux maximum 50% en fonction de la vulnérabilité de la commune Aide plafonnée à 15 000 €</p>
<p>1.3 Aide aux commerces et services du quotidien</p>	<p>Alimentaire Non alimentaire Service (coiffeur, institut de beauté, entretien réparation) et artisans d'art</p>	<p>Dépenses liées à l'équipement en matériel ou immatériel (logiciel) pour l'exercice de l'activité pour la transition (écologique, numérique, diversification...)</p>	<p>En centre-ville et centre-bourg Plancher 8000 € Taux maximum 50% en fonction de la vulnérabilité de la commune Aide plafonnée à 15 000 €</p>
<p>4.1 Aide à la l'investissement Reprise d'entreprise</p>	<p>Reprise d'entreprise depuis moins de 2 ans</p>	<p>Actif corporels ou incorporels Dépenses de conseil et de recrutement (50% de la dépense éligible) Matériel d'occasion</p>	<p>Territoires ruraux, AMI régional Plancher 10 000 € Taux maximum 35% Aide plafonnée à 50 000 €</p>



Communes exclues du dispositif régional « commerces et services du quotidien »

Commune	EPCI
Accous	CC du Haut-Béarn
Assat	CC Pays de Nay
Baliros	CC Pays de Nay
Bénéjacq	CC Pays de Nay
Bidos	CC du Haut-Béarn
Boeil-Bezing	CC Pays de Nay
Bordères	CC Pays de Nay
Bordes	CC Pays de Nay
Coarraze	CC Pays de Nay
Estos	CC du Haut-Béarn
Goès	CC du Haut-Béarn
Gurmençon	CC du Haut-Béarn
Igon	CC Pays de Nay
Mirepeix	CC Pays de Nay
Narcastet	CC Pays de Nay
Nay	CC Pays de Nay
Précilhon	CC du Haut-Béarn



Aide	Bénéficiaire	Type d'investissement	Condition
<p>Appel à projet initiés par un collectif d'entrepreneurs porteurs de savoir-faire d'excellence</p>	<p>Filière cuir, luxe textile, métier d'art à titre individuel ou collectif Entreprise disposant du label EPV Associations</p>	<p>Équipement en matériel dans un objectif de mutualisation de moyens productifs afin d'accompagner la dynamique d'entrepreneuriat et/ou le développement des entreprises porteuses d'un savoir-faire d'excellence</p>	<p>Condition : Accompagnement préalable Plafond de l'aide : 70 000 € Appel à projet clôturé le 15/04/2024</p>
<p>Aide à l'investissement aux transitions (économie circulaire, circuits courts, approvisionnement local)</p>	<p>Commerce, services et artisanat (hors hôtellerie, camping et gites).</p>	<p>Investissement dans les actifs corporels ou incorporels ainsi que les dépenses liées au conseil et au recrutement</p>	<p>Plancher 10 000 € Taux maximum 35% Plafond de l'aide : 50 000 €</p>



Aide	Bénéficiaire	Type d'investissement	Condition
<p>Aide aux hébergements : hôtellerie de plein air indépendante</p>	<p>Association, collectivité territoriale, entreprise, établissement public</p>	<p>Travaux de gros œuvre, de second œuvre et d'équipements portant sur les blocs-sanitaire, cheminements, travaux paysager, emplacements nus, bâtiment d'accueil, VRD et aire de camping-car. Investissements « durables » Prestation extérieure de conseil dans le cadre du projet de développement Espace aquatique, Unité locative et logements saisonniers (communes hors littoral)</p>	<p>Plancher : 50 000 € Taux : 15% à 25% Plafond de dépense : 400 000 € (300 000 € pour les communes du littoral)</p>
<p>Aide aux hébergements : hôtellerie indépendante</p>	<p>Association, collectivité territoriale, entreprise, établissement public</p>	<p>Minimum 50% de travaux et équipements des chambres et des espaces communs Travaux complémentaires sur la diversification des prestations et services de l'hôtel Gros œuvre et second œuvre, équipement, matériel et mobilier, prestation extérieure</p>	<p>Plancher : 50 000 € Taux 15% à 25% (modulable en fonction des engagements pris en faveur du tourisme durable) Plafond de dépense : 400 000 € (300 000 € pour les communes du littoral)</p>



Aide	Bénéficiaire	Type d'investissement	Condition
<p>Fonds de transformation des buralistes (attribué par le service des douanes)</p>	<p>Buraliste qui s'engage dans la transformation et la diversification de son point de vente</p>	<p>Rénovation intérieure et extérieure Matériel, mobilier Outils digitaux Enseignes, store, signalétique</p>	<p>Taux maximum : 30% (CA > 500 K€), 50% (CA < 500 K€) Aide plafonnée à 33 000 € Réaliser un audit préalable définissant le projet de transformation (financé à 100% en cas de réalisation des travaux, sinon 50%) Rénover deux éléments de l'extérieur du commerce et deux éléments de l'intérieur du commerce</p>
<p>Aide à la modernisation des diffuseurs de presse</p>	<p>Exploitant de kiosques à journaux Diffuseurs de presse</p>	<p>Rénovation espace vente Informatique</p>	<p>Taux maximum : 40% Aide plafonnée à 5600 € pour la modernisation de l'espace de vente et 4500 € pour la modernisation informatique</p>



Aide	Bénéficiaire	Critère d'éligibilité	Modalité d'intervention
<p>Fonds de Restructuration des Locaux d'Activité</p> <p>Faciliter la réalisation de projets immobiliers structurants pour soutenir la recomposition de la diversité de l'offre commerciale, artisanale et de services, qu'il s'agisse de projets de rénovation, de transformation ou de changement d'usage</p>	<p>Bénéficiaires : Entreprises publiques locales, Foncières de redynamisation, Établissements publics d'aménagement ou d'État, Organismes fonciers solidaires, Entreprises privées, Bailleurs sociaux, Petites collectivités</p> <p>Territoires ciblés : centres des villes moyennes ou petites (ACV, PVD) ou de communes ayant mis en œuvre une ORT, centre-bourg, quartiers fragiles relevant de la politique de la ville</p>	<p>Restructuration immobilière</p> <p>État d'avancement du projet pour bénéficiaire du dispositif : mise en œuvre / réalisation, Dépenses/actions couvertes : dépenses d'investissement</p>	<p>Subvention appliquée au déficit d'opérations (entre 50% et 65%)</p>



Aide	Bénéficiaire	Nature de l'aide	Condition
<p>Fonds commerce rural</p> <p>Financer des projets visant l'installation d'un commerce sédentaire ou non sédentaire multi-services afin de contribuer au maintien dans le territoire des populations fragilisées, au renforcement des liens sociaux, à l'attractivité des territoires, à la réduction des trajets émetteurs de CO2</p>	<p>Porteurs de projet peuvent être des entités publiques ou privées</p> <p>Territoires ciblés : Communes dépourvues de commerce ou dont les dernières activités ne répondent plus aux besoins de première nécessité de la population et dont l'offre commerciale la plus proche est située à plus de dix minutes en voiture</p>	<p>Acquisition des locaux et travaux relatifs à la remise en état du local : prise en charge du déficit d'opération à hauteur de 50%, dans une limite de 50 000€</p> <p>Agencement des locaux et acquisition du matériel professionnel : prise en charge à hauteur de 50% des dépenses d'investissement dans une limite de 20 000€ (bonus de 5 000€ pour les projets exemplaires en matière de développement durable ou d'innovations sociale ou sociétale)</p> <p>Acquisition d'un véhicule professionnel de tournée : subvention fixée à 50% des dépenses d'investissement dans une limite de 20 000€.</p>	<p>Les porteurs de projets privés devront obligatoirement disposer de l'appui de la collectivité territoriale d'implantation du commerce et démontrer leur capacité à mener à bien leur projet d'implantation.</p>





LESTOUX & ASSOCIÉS

Vos contacts

Bruno Ménez

Consultant associé
bmenez@agence-la.com

Quentin Joly

Urbaniste – Chargé d'étude – Data analyst
qjoly@agence-la.com

Pour en savoir plus

www.agence-la.com

