



STRATÉGIE DE RELANCE DU COMMERCE  
PLAN D' ACTIONS 2023-2026

# PRÉPARONS AUJOURD'HUI, LE COMMERCE DE DEMAIN



PRIENTOMP HIZIV,  
KENWERZH  
WARC'HOAZH



[www.quimperle-communaute.bzh](http://www.quimperle-communaute.bzh)



Quimperlé  
Communauté  
Kemperle  
Kumuniezh

# ÉDITO

La crise sanitaire en 2020 a engendré des transformations profondes et rapides, impactant le modèle économique de nombreux commerces partout en France.

Durant cette période, diverses solutions de soutien à l'économie ont été mises en place par l'État et les collectivités locales (Prêt Garantie par l'État, report des charges, fonds de Solidarité, fonds Covid-Résistance, ...).



Pour accompagner les entreprises du territoire, Quimperlé Communauté a également initié différentes actions pour faire face à cette crise comme l'exonération de la CFE pour certaines activités, l'adaptation du Pass Commerce et Artisanat, la création du Pass Numérique, la mise en place de l'opération commerciale Soli-Deiz ou encore la création de la plateforme « acheter en pays de Quimperlé ».

Cette crise sanitaire a entraîné des mutations sociétales considérables. L'évolution des comportements des consommateurs et le développement des technologies numériques ont entraîné une remise en cause du commerce traditionnel. Les consommateurs deviennent de plus en plus des « consom-acteurs », ils recherchent plus de proximité, des produits sains et respectueux de l'environnement, une expérience client, des produits personnalisés et ils multiplient les canaux d'achat. Pour fidéliser sa clientèle, augmenter le trafic et renforcer l'expérience client, les commerçants doivent et devront encore plus innover et mettre en œuvre de nouvelles pratiques d'achat.

En parallèle à ces crises, d'autres problématiques se dessinent à l'échelle du territoire : vieillissement de la population des commerçants, question de la reprise-transmission, parc immobilier commercial vieillissant, baisse de l'attractivité de nos centres-villes et centres-bourgs, déficit de maîtrise numérique par les commerçants...

Ces transformations et mutations à l'œuvre, depuis quelques années, poussent les pouvoirs publics à tirer les enseignements et à réfléchir à de nouvelles stratégies. C'est pourquoi, pour aider les commerçants et artisans de son territoire et pour répondre aux nouvelles pratiques de consommation, Quimperlé Communauté a décidé d'élaborer une stratégie de relance du commerce de centralité pour la période 2023-2026.

Ce plan d'actions s'appuie sur les données de deux enquêtes menées fin 2021, par l'AUDELOR et le cabinet Lestoux, respectivement auprès des commerçants et des consommateurs du territoire.

Sous le pilotage de Pascal Bozec, Vice-président notamment chargé du commerce, élaborée et partagée avec les élus, un panel de commerçants et différents partenaires économiques, cette stratégie repose sur cinq axes :

Axe 1 : Soutenir l'implantation et le développement de l'activité commerciale en centralité.

Axe 2 : Accueillir, informer et orienter les entreprises et porteurs de projet.

Axe 3 : Promouvoir l'activité commerciale et favoriser les synergies entre acteurs.

Axe 4 : Structurer l'offre commerciale non sédentaire.

Axe 5 : S'appuyer sur des outils pour conforter le commerce en centralité.

Les actions inscrites dans cette stratégie de relance du commerce sont transversales et s'appuient sur les différentes politiques publiques menées par la collectivité en matière d'aménagement du territoire, de développement et d'animation économique, d'environnement...

**Sébastien MIOSSEC**

Président de Quimperlé Communauté

## Les étapes de la construction de la démarche



2021



- Mai : **Lancement de la démarche** → Création d'un Comité de pilotage commerce.
- Juin-Oct. : **Réunions collaboratives** avec les élus communaux.
- Sept.-Oct. : **Enquête commerçants/artisans** (réalisée par le service Développement Economique de Quimperlé Communauté et l'AUDELOR).
- Oct.-Nov. : **Enquête auprès des consommateurs** (réalisée par le cabinet Lestoux).

2022



- Mars : **Présentation des résultats des enquêtes** aux élus.
- Avril : **Présentation des axes de travail identifiés** par l'AUDELOR et le cabinet Lestoux.
- Juin : Diverses **réunions de projet** -> Concertation d'un panel de commerçants ; Concertation avec les chambres consulaires ; Concertation avec l'office de tourisme ; Concertation avec plusieurs services internes de Quimperlé Communauté.
- Oct. : **Présentation des axes de travail identifiés de la stratégie et des actions qui en découlent** à la Direction Quimperlé Communauté et aux élus.

2023



- Mars : **Présentation du plan d'actions de la stratégie de relance du commerce** à la Direction Quimperlé Communauté et aux élus.
- Avril : **Matinale commerçants.**

# PLAN D' ACTIONS

## AXE 1 : SOUTENIR L'IMPLANTATION ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE EN CENTRALITÉ.

- **ACTION 1.1** Continuité du dispositif PASS Commerce et Artisanat.
- **ACTION 1.2** Continuité du dispositif Fonds de concours commerce.
- **ACTION 1.3** Mener des actions de sensibilisation auprès des propriétaires de locaux commerciaux vacants.
- **ACTION 1.4** Mener une étude pour créer une charte de coloration des façades et des devantures commerciales.
- **ACTION 1.5** Etudier l'opportunité et la faisabilité d'un dispositif d'intervention foncière et immobilière.

## AXE 2 : ACCUEILLIR, INFORMER ET ORIENTER LES ENTREPRISES ET PORTEURS DE PROJET.

- **ACTION 2.1** Accompagner et suivre les entrepreneurs dans leurs projets.
- **ACTION 2.2** Enrichir et actualiser la rubrique développement économique du site Internet de Quimperlé Communauté.
- **ACTION 2.3** Développer des actions de formations et de sensibilisation à destination des commerçants et artisans.

## AXE 3 : PROMOUVOIR L'ACTIVITÉ COMMERCIALE ET FAVORISER LES SYNERGIES ENTRE ACTEURS.

- **ACTION 3.1** Identifier, recenser et communiquer sur les productions alimentaires locales en circuits-courts (PAT).
- **ACTION 3.2** Développer des initiatives locales et créer des synergies entre les professionnels locaux de l'alimentation.
- **ACTION 3.3** Etudier la possibilité de déployer une offre de fidélisation pour favoriser les achats en centralité.
- **ACTION 3.4** Lancer un appel à projet "Soutien aux actions collectives de modernisation et d'animation du commerce en centralité".
- **ACTION 3.5** Développer des actions de promotion de l'offre commerciale et artisanale par le renforcement du partenariat avec l'Office de Tourisme Quimperlé les Rias.
- **ACTION 3.6** Mener une réflexion sur la création d'un office de commerce et de tourisme.
- **ACTION 3.7** Soutenir la monnaie locale, le SEGAL, par des actions de promotion.

## AXE 4 : STRUCTURER L'OFFRE COMMERCIALE NON SÉDENTAIRE.

- **ACTION 4.1** Travailler au recensement de l'offre en food-trucks et commerces ambulants - Accompagner les communes à son développement ou son installation.
- **ACTION 4.2** Participer au développement d'une offre de marchés.

## AXE 5 : S'APPUYER SUR DES OUTILS POUR CONFORTER LE COMMERCE EN CENTRALITÉ.

- **ACTION 5.1** Utiliser les leviers de l'urbanisme réglementaire pour soutenir l'activité commerciale en centralité.
- **ACTION 5.2** Observatoire du commerce.
- **ACTION 5.3** Créer une cartographie du commerce en centralité.

# AXE 1 : SOUTENIR L'IMPLANTATION ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE EN CENTRALITÉ.

<b>Continuité du dispositif PASS Commerce et Artisanat</b>		<b>1.1</b>
Pilote de l'action	Service développement économique de Quimperlé Communauté et la Région Bretagne	
Publics cibles	Commerçants et artisans ( <i>entreprises de - de 7 salariés CDI ETP et dont le CA ne dépasse pas 1 million d'euros HT</i> ) en centralité	
Lien entre les actions	Action 2.3 ; Action 2.2 ; Action 3.5 ; Action 4.1 ; Action 4.2 ; Action 5.2 ; Action 5.3	
<p><b>Situation actuelle et enjeux :</b></p> <p>Le PASS commerce et artisanat (PCA) permet d'apporter une aide financière aux artisans et commerçants en centralité, dans le cadre d'un projet de création/reprise, d'extension ou de modernisation. Il s'inscrit dans la volonté de la Collectivité et de la Région Bretagne de développer une politique forte de soutien aux activités commerciales et artisanales de centralité.</p> <p>Dans cette optique, le Conseil Communautaire en date du 23 mai 2019, a approuvé la mise en place de ce dispositif ainsi que le conventionnement avec la Région. Durant la période COVID, des mesures dérogatoires ont été mises en place (à compter du 17 décembre 2020). En effet, un volet numérique est venu compléter le dispositif (ouverture aux entreprises hors centralité). Ces dispositifs sont effectifs jusqu'au 30 juin 2023.</p> <p>Depuis sa création jusqu'au 31 décembre 2022, 90 entreprises ont été accompagnées pour un montant d'aides versées de 388 243 € (Quote-part QC : 217 294 € / Quote-part Région : 170 949 €) répartis comme suit : 349 529€ pour le PCA socle et 38 714€ pour le PCA numérique.</p> <p>A compter du 1er juillet 2023, une nouvelle version du dispositif sera applicable à l'échelle des centralités et ce, jusqu' au 31 mars 2028.</p>		
<p><b>Objectifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Accompagner les commerçants et artisans à la modernisation du commerce indépendant et de l'artisanat de service en centralité, en soutenant différents investissements (en immobiliers, équipements, matériels de production, embellissements, attractivité, mises aux normes...) ainsi que les investissements immatériels (audit, numérique...) ...</li> <li>• Accompagner les entreprises dans les transitions.</li> <li>• Dynamiser l'activité économique dans les centralités.</li> </ul>		
<p><b>Description des opérations :</b></p> <p><b>1<sup>er</sup> semestre 2023 :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Cartographier</b> et analyser les retombées du dispositif en place avec l'aide de l'AUDELOR.</li> <li>2. Définir les <b>modalités du nouveau dispositif</b>.</li> </ol> <p><b>2<sup>ème</sup> semestre 2023 :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. <b>Mise en place du nouveau dispositif</b> à compter du 01/07/2023 (après validation du Conseil Communautaire et conventionnement avec la Région) jusqu' au 31/03/2028.</li> <li>4. <b>Présentation</b> du dispositif aux partenaires économiques.</li> <li>5. <b>Promotion</b> du dispositif (<i>auprès des commerçants et artisans et auprès des services Urbanisme des 16 communes</i>).</li> <li>6. <b>Mise en valeur des entreprises bénéficiaires</b> du dispositif.</li> </ol>		
<p><b>Indicateurs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de dossiers validés ; Montants versés par Quimperlé Communauté ; Typologie des investissements ; Localisation des bénéficiaires</li> </ul>		
<p><b>Partenaires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Région ; Chambres consulaires (CMA et CCIMBO : montage des dossiers) ; Communes</li> </ul>		
<p><b>Moyens humains</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Temps agent : 1.5 jr/semaine.</li> </ul>		
<p><b>Modalités financières</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Budget prévisionnel par année : 150 000€ (dont 65 000€ prise en charge Région).</li> </ul>		
<p><b>Risques identifiés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacité financière de l'EPCI pour ce dispositif sur du long terme (5 ans).</li> </ul>		

# AXE 1 : SOUTENIR L'IMPLANTATION ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE EN CENTRALITÉ.

<b>Continuité du dispositif Fonds de concours commerce</b>		<b>1.2</b>
Pilote de l'action	Services développement économique et emploi de Quimperlé Communauté	
Publics cibles	Communes	
Lien entre les actions	Action 1.1 ; Action 2.2	
<p><b>Situation actuelle et enjeux :</b></p> <p>Les fonds de concours constituent une participation financière de l'EPCI versée à ses communes membres, pour la réalisation et le fonctionnement d'équipements d'intérêt commun appartenant aux communes. Le montant total d'un fonds de concours ne peut excéder la part du financement assurée, hors subventions, par le bénéficiaire de ce dispositif.</p> <p>Les fonds de concours constituent un élément du pacte financier intercommunal et participent au projet de territoire. Dans ce contexte, Quimperlé Communauté a décidé que l'acquisition, la réhabilitation, la construction, par une commune, d'un local en vue d'y accueillir une activité commerciale ou artisanale, constitue un enjeu de territoire. C'est pourquoi, le Conseil Communautaire en date du 25 février 2016 a approuvé les modalités d'attribution d'un fonds de concours dédié.</p>		
<p><b>Objectifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soutenir financièrement les projets d'acquisition, de réhabilitation ou de construction, d'un local détenu par une commune, en vue de dynamiser ou de relancer une activité commerciale ou artisanale.</li> <li>• Accompagner les communes dans leur démarche.</li> </ul>		
<p><b>Description des opérations :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poursuite du <b>suivi des dossiers</b> en cours.</li> <li>2. <b>Accompagnement des communes</b> dans leur démarche via le service développement économique de Quimperlé Communauté et les partenaires.</li> </ol>		
<p><b>Indicateurs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de dossiers ; Nombre d'installation(s) ; Nombre d'emplois créés ; Typologie de l'activité accueillie en fonction de l'offre commerciale existante</li> </ul>		
<p><b>Partenaires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Communes ; Chambre consulaires.</li> </ul>		
<p><b>Moyens humains :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suivi des dossiers par la Directrice du service développement économique.</li> </ul>		
<p><b>Modalités financières :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le taux d'intervention de Quimperlé Communauté est fixé à 50 % du montant H.T. des dépenses totales (acquisitions, études, travaux), déduction faite des subventions, dans la limite d'un plafond de 75.000 € HT par opération. L'autofinancement de la commune doit être au minimum de 20 %. Le cumul avec d'autres fonds de concours de Quimperlé Communauté est possible, dans la limite de cet autofinancement.</li> </ul>		
<p><b>Risques identifiés :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Point de vigilance juridique</u> : Pour ce type d'opération, il convient de s'assurer de l'équité de traitement et du respect des règles de concurrence entre entreprises.</li> </ul>		

# AXE 1 : SOUTENIR L'IMPLANTATION ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE EN CENTRALITÉ.

## Mener des actions de sensibilisation auprès des propriétaires de locaux commerciaux vacants

# 1.3

**Pilote de l'action** : Service Développement économique

**Publics cibles** : Propriétaires de locaux commerciaux vacants et Porteurs de projets.

**Lien entre les actions** : Action 5.2 ; Action 5.3

### Situation actuelle et enjeux :

L'étude menée par Audélor, en 2021, auprès d'un panel de commerçants de Quimperlé Communauté, révèle que 15 % des commerçants sont insatisfaits de leur local. Le motif le plus fréquent de l'insatisfaction est la vétusté des locaux/hors normes (12 %) essentiellement dans le commerce alimentaire et les garages. Les autres motifs se situent autour de 4 % : loyers, emplacement, superficie inadaptée.

De plus, le service économique est régulièrement contacté par les porteurs de projets ou des entreprises qui recherchent des locaux pour s'installer ou se développer sur le territoire. Néanmoins, le service peine à recenser l'offre.

En effet, les relations entre les propriétaires de biens immobiliers commerciaux et Quimperlé Communauté sont maigres, ce qui compliquent la remise sur le marché de ces locaux vacants.

Quant aux agences immobilières, certaines d'entre-elles, commencent tout juste à prendre contact avec le service développement économique de Quimperlé Communauté.

### Objectifs :

- Créer des conditions favorables pour développer des relations de confiance avec les propriétaires, professionnels et les communes.
- Créer un outil de référencement (Fiche action 5.3) et assurer un état des lieux régulier de l'offre en locaux vacants.
- Assurer une veille sur les loyers commerciaux.

### Description des opérations : Actions à mener après les actions 5.2 et 5.3.

- **Référencer les agences immobilières et les offices notariaux** qui interviennent à l'échelle des 16 communes.
- **Identifier par commune un interlocuteur privilégié** (élu(e) ou agent communal).
- **Réaliser du « porte à porte »** régulièrement pour actualiser les données sur la vacance commerciale en s'appuyant sur les éléments transmis par AUDELOR dans le cadre de l'observatoire.
- **Organiser des temps d'échanges** individuels et collectifs.
- Etablir un **réseau** (propriétaires privés, professionnels de l'immobilier, communes...).

### Indicateurs :

- Taux de la vacance commerciale
- Nombre d'agences immobilières dans le réseau avec le service développement économique.
- Nombre d'offices notariaux dans le réseau avec le service développement économique.

### Partenaires :

- AUDELOR ; Communes ; Chambres Consulaires ; Manageuse de commerce ; Agences immobilières ; Offices notariaux ; propriétaires privés.

### Moyens humains :

- Temps agent de la chargée de mission développement et animation économique (démarchage, organisation des temps de rencontre...)
- Service du Logement et la maison de l'habitat de Quimperlé Communauté.
- Responsable de l'ORT de Quimperlé Communauté.
- Service communication de Quimperlé Communauté.

### Risques identifiés :

- Capacité de mobilisation des acteurs concernés par la démarche.



# AXE 1 : SOUTENIR L'IMPLANTATION ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE EN CENTRALITÉ.

## Mener une étude pour créer une charte de coloration des façades et des devantures commerciales.

# 1.4

Pilote de l'action	Directrice de la Mission Redynamisation des centres-villes et renouvellement urbain
Publics cibles	Maitres d'ouvrages privés ou publics, propriétaires d'immeubles dans les centralités
Lien entre les actions	Action 1.1 ; Action 5.1 ; Action 5.3 Et Volet urbain de l'OPAH en cours de modification, au titre des politiques de l'ANAH.

### Situation actuelle et enjeux :

De nombreux efforts ont été réalisés par les communes pour requalifier l'espace public et redonner de la place aux circulations douces et à la nature ; le renouvellement des friches est également à l'œuvre pour produire de nouveaux logements ou locaux commerciaux et inscrire dans le tissu urbain des services publics. Cependant, alors que le bâti ancien est partie intégrante du paysage urbain, les défauts d'entretien des façades ternissent l'image des centralités. Or, à l'intersection du domaine privé et du domaine public, l'enveloppe du bâti doit être tenue en bon état d'entretien, selon le code de la construction. A ce titre les propriétaires privés ont leur part de responsabilité dans la qualité du cadre de vie des centralités. C'est pourquoi, il est nécessaire de les accompagner en préconisant des ravalements et une « envie de couleur » afin de soigner l'image des centralités et insuffler une nouvelle attractivité.

### Objectifs :

- Valoriser le paysage urbain y compris les entrées de ville des communes.
- Accompagner la requalification des espaces publics des centralités.
- Révéler l'identité architecturale et l'histoire des communes .
- Maintenir le bâti en bon état.
- Redonner des couleurs, du dynamisme et de la modernité aux centralités
- Créer des ambiances chaleureuses et conviviales invitant à la fréquentation des centralités.
- Insuffler un sentiment d'appartenance et de fierté auprès des habitants en les associant à la démarche.
- Inciter les maitres d'ouvrages au ravalement des façades et à leur mise en couleur.

### Description des opérations :

Cette étude comprendra une **analyse de l'identité chromatique de la commune** et une **typologie du bâti** et permettra ainsi d'arrêter une palette de couleurs et d'illustrer par des exemples d'harmonie l'emploi de la couleur dans le cadre d'une **charte des bonnes pratiques**.

Des secteurs à enjeux du point de vue du paysage urbain seront définis prioritairement.

L'étude intégrera également une **dimension patrimoniale** et sera menée dans le cadre d'une démarche participative avec tous les acteurs concernés.

Elle fera l'objet d'une large communication et sera intégrée au PLUI lors d'une modification. Elle donnera lieu à des consultations au titre de conseils d'architecture pour faciliter son application.

### Indicateurs :

- Création d'une charte chromatique à l'échelle du Pays de Quimperlé ou de sous-secteurs géographiques.
- Installation d'une consultation d'architecte à titre de conseils pour animer le dispositif.
- Nombre d'arrêtés municipaux prescrivant des ravalements.
- Nombre de ravalements annuels par commune.

### Partenaires :

- Communes, architectes conseils dont ABF, services de Quimperlé Communauté (habitat, ADS, dev éco).
- Etude devant figurer au volet urbain de l'OPAH (en cours de modification) dans le cadre des politiques de l'ANAH.

### Moyens humains :

- Prestataire externe (architecte/coloriste), mission redynamisation des CV et service patrimoine de Quimperlé Communauté.



**Modalités financières :**

- Etude cofinancée par Quimperlé communauté (50%) et les communes volontaires au prorata du nombre d'habitants.

**Risques identifiés :**

- Coût des ravalements eu égard aux ressources des maitres d'ouvrage empêchant ou retardant leur mise en œuvre.

# AXE 1 : SOUTENIR L'IMPLANTATION ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE EN CENTRALITÉ.

## Etudier l'opportunité et la faisabilité d'un dispositif d'intervention foncière et immobilière.

# 1.5

Pilote de l'action	Directrice de la Mission Redynamisation des centres-villes et renouvellement urbain
Publics cibles	Communes et propriétaires de bâti vacants ou de friches urbaines
Lien entre les actions	Action 5.1 ; Action 5.2 ; Action 5.3 Et Volet urbain de l'OPAH en cours de modification, au titre des politiques de l'ANAH.

### Situation actuelle et enjeux :

De nombreuses opérations de renouvellement sont à l'œuvre dans les centralités afin d'éradiquer les friches urbaines. Ces opérations concourent à l'amélioration du cadre de vie, à la maîtrise de l'étalement urbain et à la redynamisation des centres-villes. Cependant des bâtiments demeurent encore vacants ou sous-utilisés et des friches ne parviennent pas à muter. De même que des tènements font l'objet de rétention foncière bien qu'ils soient profitables au développement urbain de la centralité.

Là où l'investissement privé ou para-public (OPHLM...) fait défaut, les capitaux publics ne permettent pas toujours d'endiguer la vacance structurelle, même dans le cadre d'opérations de portage par l'EPF Bretagne. Cette situation peut pénaliser les stratégies de redynamisation des centres-bourgs / centres-villes quels que soient les objectifs poursuivis (**reconquête** de l'habitat et/ou **du commerce**, création de services publics, renaturation d'espaces...). C'est pourquoi, il y a lieu d'étudier l'opportunité et la faisabilité de recourir à un dispositif d'intervention foncière et immobilière.

### Objectifs :

- Aider les communes dans la conduite d'opérations foncières et immobilières concourant à la redynamisation globale de leur centralité.
- Recycler le foncier et l'immobilier de faible rentabilité, qui fait l'objet de dureté foncière, là où les investisseurs privés font défaut.
- Venir à bout des situations complexes, voire inextricables.
- Intervenir sur tous les maillons de la chaîne immobilière : acquisition, travaux de rénovation, gestion locative ou cession, dans le cadre d'un partenariat public/privé.
- Assurer le cas échéant des opérations de portage là où l'EPF Bretagne ne souhaite pas être présent.

### Description des opérations :

- Mettre à jour la vacance des locaux et le recensement des friches encore existantes.
- Caractériser le potentiel de mutabilité au vu des stratégies de redynamisation des communes (typologie des « actifs » et activités cibles).
- Identifier les contraintes techniques, patrimoniales, financières...
- Mettre le diagnostic en perspective avec les outils coercitifs existants.
- Au vu du diagnostic, définir l'opportunité avec l'appui de sociétés d'aménagement et de construction.
- Au regard de l'opportunité, viser des synergies avec des outils d'intervention foncière et immobilière existants et participer à l'adhésion de QC au montage juridique et financier d'un DIIF.

### Indicateurs :

- Mise à jour de l'inventaire de la vacance et friches ; Vérification de l'opportunité par des partenaires investisseurs

### Partenaires :

- Communes, services de Quimperlé Communauté (SIG, habitat, développement économique).

### Moyens humains :

- Mission Redynamisation des centres-villes et Renouvellement Urbain de QC ; Partenariat institutionnel.

### Modalités financières :

- Inventaire réalisé en interne.

## AXE 2 – ACCUEILLIR, INFORMER ET ORIENTER LES ENTREPRISES ET PORTEURS DE PROJET.

### Accompagner et suivre les entrepreneurs dans leurs projets

# 2.1

**Pilote de l'action** : Service développement économique de Quimperlé Communauté

**Publics cibles** : Commerçants, artisans et porteurs de projets

**Lien entre les actions** : Action 2.3 ; Action 5.2 ; Action 5.3

#### Situation actuelle et enjeux :

La Maison de l'économie est un lieu de ressources pour les créateurs et jeunes entreprises. À travers la mise en place de permanences de conseils avec les partenaires (CCIMBO, CMA, BGE, ADIE...) et par la présence du service économique au cœur de la Maison de l'économie, les créateurs et les jeunes entreprises bénéficient d'un accompagnement de proximité.

La maison de l'économie est également un lieu de formations et d'informations à travers les animations qui y sont proposées : réunions d'informations sur la création/reprise d'entreprises, semaine de la création d'entreprise organisée par Pôle Emploi, (...)

La poursuite de cet accompagnement est essentielle pour permettre aux porteurs de projet d'obtenir les informations nécessaires au développement de leur projet. Lors de ces rendez-vous, des mises en relation sont réalisées vers les opérateurs économiques, les élus ou encore la manageuse du commerce si le projet concerne les communes de Quimperlé et Scaër (communes engagées dans le dispositif Petites Villes de Demain).

#### Objectifs :

- Faciliter l'orientation des porteurs de projet vers les partenaires économiques et/ou organismes financeurs spécialisés sur l'accompagnement à la création, à la transmission et au développement...
- Développer une offre de services locale pour soutenir l'installation et le développement du commerce.
- Renforcer le lien entre Quimperlé Communauté et les communes afin de faciliter le développement du tissu commercial (identification d'un interlocuteur privilégié par commune).

#### Description des opérations :

- Offrir aux porteurs de projet la **meilleure lisibilité** quant aux dispositifs de soutien proposés et au fonctionnement de l'écosystème d'appui.
- Assurer une mise en relation avec un **réseau d'acteurs économiques** adéquats et notamment à travers le développement de permanences de proximité.
- Continuer d'apporter un soutien financier aux opérateurs tels que Cornouaille Initiative, ADIE, Entreprendre au féminin, Chrysalide, Technopole Quimper Cornouaille.  
Formaliser ces engagements réciproques par la **signature de conventions de partenariat**.
- Mettre en place une **veille sur les transmissions-reprises** en renforçant le partenariat avec les chambres consulaires.

#### Indicateurs :

- Nombre de porteurs de projets accompagnés par Quimperlé Communauté ; Nombre de porteurs de projets accompagnés par les opérateurs ; Evolution du nombre d'opérateurs proposant une permanence à la Maison de l'économie ; Evolution du nombre de permanences par opérateur à la Maison de l'économie ; Montant des prêts attribués aux porteurs de projet du territoire par les opérateurs financés par Quimperlé Communauté.

#### Partenaires :

- Réseau d'acteurs économiques ; Communes ; Manageuse de commerce (PVD) ; Région Bretagne

#### Moyens humains :

- Temps agent du service développement économique.

#### Modalités financières :

- Budget : selon les conventionnements avec les partenaires.

## AXE 2 – ACCUEILLIR, INFORMER ET ORIENTER LES ENTREPRISES ET PORTEURS DE PROJET.

<b>Enrichir et actualiser la rubrique "Développement économique" du site Internet de Quimperlé Communauté</b>		<b>2.2</b>
Pilote de l'action	Services Quimperlé Communauté : Développement économique et Tourisme	
Publics cibles	Internautes "Tout public" (porteurs de projets, commerçants, artisans...)	
Lien entre les actions	Action transversale	
<p><b>Situation actuelle et enjeux :</b></p> <p>Le contenu des pages « Travailler/Entreprendre » du site Internet de Quimperlé Communauté a été réalisé en 2018.</p> <p>A ce jour, les informations sur le site ne sont pas toutes actualisées. Une mise à jour régulière permettrait de rendre plus lisible et visible l'offre de services proposé, notamment en termes d'accompagnement des porteurs de projet et des entreprises.</p>		
<p><b>Objectifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faciliter l'accès aux informations pour les commerçants et les porteurs de projet.</li> <li>• Rendre l'offre d'accompagnement proposée à la Maison de l'économie plus visible.</li> </ul>		
<p><b>Description des opérations :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Action 1 (2023) :</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Réunir le service développement économique et le service communication pour <b>travailler sur le contenu du site Internet.</b></li> <li>○ Proposer les mises à jour et nouveautés au service communication de Quimperlé Communauté</li> <li>○ Actualiser régulièrement le site Internet en assurant une veille.</li> </ul> </li> <li>• <u>Action 2 (2024) :</u> Réfléchir à la <b>création d'une newsletter</b> à l'échelle du service développement économique.</li> <li>• <u>Action 3 (2024) :</u> <b>Créer un guide pratique "Commerce"</b> et réaliser une version numérique pour l'intégrer au site Internet de Quimperlé Communauté.            Cette action se fera en lien avec la manageuse de commerce de Quimperlé et Scaër.            Ce guide détaillera les premières formalités (urbanisme, administratives, juridiques...) à réaliser pour l'installation d'un commerce et présentera les différents organismes pouvant accompagner le commerçant dans ses démarches.</li> </ul>		
<p><b>Indicateurs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Augmentation du nombre de mails reçus sur la boîte mails « économie » ; Fréquentation du site ; Orientations réalisées vers notre service et nos actions : augmentation de la fréquentation des permanences par exemple ; Augmentation du nombre de la fréquentation lors des permanences ; Augmentation de la fréquentation lors des matinales d'informations ou des sessions de formation ; Augmentation du nombre de réservations dans les espaces de coworking et au niveau du bureau à la demande.</li> </ul>		
<p><b>Partenaires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tous les partenaires associés au service développement économique ; Manageuse de commerce.</li> </ul>		
<p><b>Moyens humains :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Temps agent.</li> </ul>		
<p><b>Risques identifiés :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualisation des données.</li> </ul>		

## AXE 2 – ACCUEILLIR, INFORMER ET ORIENTER LES ENTREPRISES

### ET PORTEURS DE PROJET.

#### Développer des actions de formations et de sensibilisation à destination des commerçants et artisans

# 2.3

Pilote de l'action

Service développement économique de Quimperlé Communauté

Publics cibles

Commerçants et artisans.

Lien entre les actions

Action 2.1 ; Action 3.4 ; Action 3.5.

Situation actuelle et enjeux :

D'importantes mutations du tissu économique (*transition démographique, numérique, écologique...*) et des modes de vie (*développement des nouveaux modes d'achat, du télétravail, de l'enseignement à distance...*) sont en cours et s'accroissent pour partie par les crises sanitaire, énergétique...

**L'étude menée par l'AUDELOR, en 2021, révèle que 56% des commerçants aimeraient bénéficier d'une formation.** Les chiffres suivants précisent les formations souhaitées : 29 % pour une formation de développement commercial ; 24 % pour fidéliser leur clientèle ; 24 % pour obtenir une formation technique liée à l'évolution de leur marché ; 13 % pour effectuer une formation de gestion et comptabilité ; 13 % sur une formation sur le développement personnel ou encore 8 % pour une formation en ressources humaines. 43% des personnes interrogées ont également exprimé des besoins sur le volet numérique. Il est à noter que : 75 % des commerçants bénéficient d'un site Internet à titre professionnel - 13% seulement des commerçants possèdent un site marchand - 66% sont présents sur les réseaux sociaux et 42% sont visibles sur Google Maps.

Dans ce contexte, Quimperlé Communauté, avec les chambres consulaires, joue un rôle de proximité dans l'adaptation des commerces face à ces nouveaux enjeux. Les permanences des partenaires économiques proposées à la Maison de l'économie permettent au quotidien de sensibiliser et d'accompagner les commerçants et artisans du territoire.

De plus, la Région anime et coordonne, avec le service développement économique de Quimperlé Communauté et différents opérateurs, le Service Public d'Accompagnement des Entreprises. Celui-ci a pour objectif d'accompagner les entreprises locales quel que soit leur stade de développement. Ce réseau permet d'optimiser le repérage des besoins des entreprises et d'adapter l'offre de services.

Objectifs :

- Informer et outiller les commerçants pour développer l'attractivité de leur commerce.
- Favoriser le partage d'expériences et créer des synergies entre professionnels.

Description des opérations :

À partir de 2024 :

1. Créer les conditions pour **asseoir une offre locale de formations**. Pour ce faire :
  - S'inspirer des actions réalisées dans le cadre des programmes Petites Villes de Demain. Exemples : animations via Google Numérique, expérimentation de mise en réseau entre professionnels pour aménager leur point de vente...
  - Proposer des actions de formation répondant aux besoins des commerçants/artisans et aux orientations stratégiques de Quimperlé Communauté : conseils autour du numérique (tester la maturité numérique et accompagnement), conseils sur les Eco-Gestes, RSE (...)
2. **Créer des temps d'échanges** sur les dynamiques commerciales / tendances de consommation (*habitudes de consommation, attentes des consommateurs, freins aux achats...*).
3. Mettre en place des **actions de sensibilisation** auprès des commerçants/artisans **sur les thématiques des transitions** (environnementales, cybersécurité...).

Indicateurs :

- Nombre de formations proposées annuellement ; Nombre de participants aux formations ; Avis des commerçants et artisans via un questionnaire de satisfaction transmis en fin de chaque formation ; Nombre de diagnostics énergétiques réalisés sur le territoire.

Partenaires :

- Lien avec différents services de Quimperlé Communauté : Environnement, Déchets, Numérique et ORT ; Communes ; Manageuse de commerce (PVD) ; Chambres consulaires ; Associations de

commerçants, unions professionnelles et autres associations ; ALOEN ; Technopole Quimper Cornouaille ; AUDELOR (...)
<b>Moyens humains :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Temps agent du service de développement économique.</li></ul>
<b>Modalités financières :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Budget prévisionnel annuel : 3 000 €/an (hors convention chambres consulaires) au budget commerce.</li></ul>
<b>Risques identifiés :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Budget dédié aux animations proposées.</li></ul>

## AXE 3 : PROMOUVOIR L'ACTIVITÉ COMMERCIALE ET FAVORISER LES SYNERGIES ENTRE ACTEURS.

<b>Identifier, recenser et communiquer sur les productions alimentaires locales en circuits courts</b>	<h1>3.1</h1>
Pilote de l'action	Service environnement (PAT)
Publics cibles	Producteurs et artisans locaux alimentaires en circuits courts Grand public
Lien entre les actions	Action inscrite au Projet Alimentaire de Territoire
<p><b>Situation actuelle et enjeux :</b></p> <p>D'après l'étude menée par Audelor-Lestoux en 2021, les <b>attentes des consommateurs</b> du territoire portent principalement sur l'offre en <b>commerces de proximité</b> alimentaires (32% : boucheries-charcuteries, alimentation bio, produits frais, produits locaux...).</p> <p>En parallèle, le mode de commercialisation en <b>circuits courts</b> a augmenté de 40% entre 2010 et 2020. 23% des exploitations agricoles du territoire commercialisent, tout ou partie, leur production en circuits courts, et ce, de façon majoritaire en vente directe. Parmi ces exploitations le maraîchage bio est fortement représenté.</p> <p>Il existe aujourd'hui plusieurs outils de référencement qui ont pour objectif de mettre en relation les producteurs et les consommateurs. Malgré tout, plusieurs <b>limites</b> se font ressentir aujourd'hui :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La <b>multiplication</b> des plateformes de recensement des produits locaux rend l'offre illisible.</li> <li>• Les plateformes de recensement sont bien souvent <b>incomplètes et/ou non actualisées</b>.</li> </ul>	
<p><b>Objectifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Donner une meilleure visibilité de l'offre en produits locaux du territoire.</li> <li>• Faire connaître l'offre locale en développant les relations « <b>Business to Consumer (BtoC)</b> ».</li> </ul>	
<p><b>Description des opérations :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recenser les productions locales de l'alimentation (2023).</li> <li>2. Faire un <b>état des lieux</b> des outils de référencement et de communication existants sur le territoire et interroger les différents administrateurs (2023).</li> <li>3. <b>Accompagner le développement</b> de la solution choisie, assurer sa promotion et veiller à son actualisation (2024).</li> <li>4. <b>Proposer un programme d'animations</b> sur le territoire (2024-2025).</li> </ol>	
<p><b>Indicateurs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de producteurs et artisans locaux sur le territoire ; Part des exploitations qui commercialisent en circuits courts et évolution sur 10 ans ; Part des producteurs locaux en circuits courts qui sont référencés sur un outil ; Nombre d'animations réalisées sur le territoire ; Typologie des productions référencées (...)</li> </ul>	
<p><b>Partenaires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Office de Tourisme Destination Quimperlé les Rias ; AUDELOR ; Chambres consulaires ; Région Bretagne ; Communes ; Manageuse de commerce ; Autres acteurs associatifs</li> </ul>	
<p><b>Moyens humains :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Temps agent du service environnement (PAT)</li> </ul>	
<p><b>Modalités financières :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Financement des animations à prévoir en fonction des solutions choisies.</li> </ul>	
<p><b>Risques identifiés :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nécessité d'une actualisation régulière des données diffusées sur la solution choisie ;</li> <li>• Régularité des actions et budget dédié aux animations proposées</li> </ul>	



## AXE 3 : PROMOUVOIR L'ACTIVITÉ COMMERCIALE ET FAVORISER LES SYNERGIES ENTRE ACTEURS.

<b>Développer des initiatives locales et créer des synergies entre les professionnels locaux de l'alimentation</b>	<h1>3.2</h1>
<b>Pilote de l'action</b>	Service Développement économique et emploi et Service Environnement (économie Circulaire et PAT)
<b>Publics cibles</b>	Producteurs et artisans locaux de l'alimentation ; Professionnels de la restauration ; Commerces de vente alimentaire en centralité
<b>Lien entre les actions</b>	Action en cohérence avec le Projet Alimentaire de Territoire
<b>Situation actuelle et enjeux :</b>	
<p>Le maintien du tissu économique est essentiel pour assurer le dynamisme du territoire et notamment des communes rurales. Le soutien à l'existant et la valorisation économique de l'identité du territoire et de ses ressources sont prioritaires pour permettre le développement et l'attractivité du territoire.</p> <p>Aussi, plusieurs réunions récentes menées par les services du développement économique et de l'environnement de Quimperlé Communauté, ont souligné le manque de synergies entre les professionnels locaux de l'alimentation. Cette lacune s'explique notamment par le manque d'outils généraux permettant la visibilité des professionnels et par l'absence d'opportunité de rencontres entre eux sur le territoire.</p>	
<b>Objectifs :</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Développer des <b>actions de « Business to Business (BtoB) »</b> entre les professionnels locaux de l'alimentation afin de mobiliser les acteurs sur l'achat, la revente locale et/ou l'utilisation de produits locaux dans leur process.</li> </ul> <p>Les <b>synergies</b> permettront d'échanger, de travailler ensemble et de rapprocher leurs compétences ce qui renforcera aussi la qualité du travail rendu. Il s'agit de développer des relations « gagnant-gagnant ».</p>	
<b>Description des opérations :</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Recenser</b> les productions locales de l'alimentation – Cette démarche sera réalisée dans le cadre du PAT de Quimperlé Communauté. (2023 – fiche action 2.1)</li> <li><b>Recenser</b> les restaurateurs et épicerie du territoire. (2024 – fiche action 3.3)</li> <li><b>Mettre en place des réunions d'échanges</b> avec les professionnels et les partenaires ciblés afin de définir les objectifs, d'identifier les attentes des professionnels et de recenser leurs idées d'actions. (2024). Exemples : <ul style="list-style-type: none"> <li>Inviter les producteurs locaux et commerçants-restaurateurs : « Je mets en valeur les produits locaux dans mes assiettes » ;</li> <li>Inviter les artisans, commerçants de proximité, magasins qui bénéficient / ou qui souhaitent développer des corners de « produits locaux » et magasins de producteurs : « Je mets en valeur les produits locaux dans mon magasin ».</li> </ul> </li> <li><b>Faciliter la mise en place d'évènement(s)</b> sur le territoire (logistique, communication...). (2025)</li> </ol>	
<b>Indicateurs :</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre de participants aux réunions d'échanges ; Nombre de participants à un(des) événement(s) organisé(s) via des questionnaires de satisfaction.</li> </ul>	
<b>Partenaires :</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Office du Tourisme Destination Quimperlé Les Rias ; Chambres consulaires ; Réseaux de professionnels locaux et régionaux (ex : RésaAgri, fédération de l'hôtellerie restauration...) ; Manageuse du commerce.</li> </ul>	
<b>Moyens humains</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Temps agents des services développement économique et environnement.</li> </ul>	
<b>Modalités financières</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Indemnité stagiaire (recensement) ; Financement des animations à prévoir en fonction des solutions choisies.</li> </ul>	
<b>Risques identifiés</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Réussir à obtenir une liste exhaustive des coordonnées des restaurants et épicerie du territoire.</li> <li>Temps disponible pour l'actualisation des données après recensement.</li> <li>Volonté des professionnels à participer et à se mobiliser sur cette action.</li> </ul>	

## AXE 3 : PROMOUVOIR L'ACTIVITÉ COMMERCIALE ET FAVORISER LES SYNERGIES ENTRE ACTEURS.

<b>Étudier la possibilité de déployer une offre de fidélisation pour favoriser les achats en centralité</b>		<b>3.3</b>
Pilote de l'action	Service développement économique de Quimperlé Communauté	
Publics cibles	Consommateurs et commerçants/artisans en centralité	
Lien entre les actions	Action 2.2 ; Action 3.5.	
<p><b>Situation actuelle et enjeux :</b></p> <p>En octobre 2020, dans le cadre d'un plan de relance territorial post-Covid, une opération de bons d'achat, destinée à redynamiser les centralités et l'activité des commerces, a été proposée sur le territoire. C'est dans ce contexte que Quimperlé Communauté a fait appel à la société BEEGIFT, plateforme digitale permettant de générer des bons d'achat virtuels abondés par des financements publics. L'objectif de cette opération était d'inciter les consommateurs à acheter dans les commerces de proximité (hors ZAE). L'action, nommée <b>SOLIDEIZ</b>, consistait à offrir un chèque cadeau à chaque particulier achetant un bon d'achat sur la plateforme gérée par le prestataire. Ce chèque cadeau co-financé par Quimperlé Communauté était d'un montant égal au bon d'achat acheté par le particulier et versé à celui-ci, dans la limite d'un plafond fixé à 20 euros. Les chèques étaient dématérialisés, personnalisables et sécables (<i>la somme pouvait être divisée en plusieurs bons pour bénéficier à plusieurs commerces</i>). Quimperlé Communauté a injecté la somme de <b>100 000 euros pour financer ces bons d'achats</b>. Cette action a permis de générer un chiffre d'affaires moyen pour les commerces de l'ordre de <b>400 000 euros</b>. 125 commerces du territoire ont participé à cette opération.</p> <p>A ce jour, aucun dispositif de bons d'achat spécifique n'existe à l'échelle du Pays de Quimperlé.</p> <p>Néanmoins, un dispositif est actif sur le territoire de Cornouaille. Il s'agit de l'offre en <b>chèques cadeau Kdo PASS, portés</b> depuis 12 ans par la <b>CCIMBO de Quimper</b>. Ce dispositif met en circulation 1 650 000 € au profit des commerces adhérents (1 000 commerces partenaires) à l'échelle de la Cornouaille. Quelques entreprises du territoire sont clientes telles que Peny, SWM, Glatfelter (...), mais celui-ci reste méconnu par de nombreuses entreprises. De plus, cette offre ne se limite pas qu'aux centralités.</p> <p>Il paraîtrait judicieux de travailler à la valorisation de ce dispositif auprès des entreprises du territoire (<i>ex : services RH</i>) et des commerçants en centralité afin de favoriser la consommation en centralité et faire (re)découvrir de nouveaux commerces aux consommateurs.</p> <p>En parallèle, il semblerait opportun de réfléchir au déploiement de solution d'une offre de fidélisation (<i>ex : chèques cadeaux avec participation financière des commerçants, carte fidélité...</i>) afin de répondre aux attentes des commerçants en centralité.</p>		
<p><b>Objectifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Augmenter le pouvoir d'achat des habitants pour inciter à consommer dans les commerces de proximité.</li> <li>• Booster le chiffre d'affaires des commerces de centralité.</li> <li>• Accroître la visibilité des commerces.</li> <li>• Favoriser la mise en réseau et les synergies entre entreprises.</li> </ul>		
<p><b>Description des opérations :</b></p> <p><b>Action 1 : Valorisation du dispositif Kdo PASS.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>2<sup>nd</sup> semestre 2023</b> : Réaliser un état des lieux des entreprises/CE/CSE « clientes » de l'offre Kdo PASS (en précisant le % de chèques bleus/client) et les commerces adhérents où les chèques peuvent être consommés.</li> <li>2. <b>Été 2024</b> : Inciter les entreprises déjà « clientes » à commander l'offre Kdo PASS en commerce local de proximité (chèques bleus) et promouvoir le dispositif auprès des autres entreprises du territoire (en partenariat avec la CCIMBO) pour des retombées souhaitées à Noël 2024.</li> </ol> <p>---</p> <p><b>Action 2 : Recherche de solution de fidélisation (2025-2026).</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Réaliser un état des lieux des solutions de fidélisation existantes sur le territoire.</li> <li>2. Réunir un panel de commerçants afin de les sonder sur leurs attentes et leurs moyens (convier des groupements de commerçants d'autres territoires afin qu'ils puissent partager leurs expériences).</li> </ol>		

3. Réaliser une étude prospective afin d'identifier les solutions possibles (benchmark). En fonction des résultats de cette étude et la capacité financière de Quimperlé Communauté, lancer ou non ce type d'opération(s).  
Si validation d'une solution : Réunir à nouveau le panel de commerçants afin d'obtenir leurs avis sur les propositions retenues au vu du déploiement de solution(s).

**Indicateurs :**

- Nombre d'entreprises participantes aux différentes actions ; Chiffre d'affaires généré par ces actions dans les commerces.

**Partenaires :**

- Chambres consulaires (CCIMBO et CMA) ; Communes ; Manageuse du commerce.

**Moyens humains**

- Temps agent du service économique ; Service communication.

**Modalités financières**

- A déterminer en fonction de(s) solution(s) à déployer.

**Risques identifiés**

- Capacité financière de l'EPCI pour le financement de ce type d'opération(s).
- Capacité de mobilisation des entreprises et des commerçants.

## AXE 3 : PROMOUVOIR L'ACTIVITÉ COMMERCIALE ET FAVORISER LES SYNERGIES ENTRE ACTEURS.

<b>Lancer un appel à projet "Soutien aux actions collectives de modernisation et d'animation du commerce en centralité"</b>		<b>3.4</b>
Pilote de l'action	Service développement économique de Quimperlé Communauté	
Publics cibles	Unions commerciales en centralité ; Groupements d'artisans et commerçants en centralité ; Communes.	
Lien entre les actions	Action 2.2 ; Action 2.3 ; Action 3.5.	
<p><b>Situation actuelle et enjeux :</b>          Sur les 157 répondants, seulement 14 % des commerçants interrogés sont adhérents à une <b>union commerciale</b>. Par ailleurs, 60% se disent prêts à s'investir pour dynamiser le commerce local. Néanmoins, la majorité d'entre eux ne souhaite pas s'engager dans cette organisation, car cela leur demanderait une grande disponibilité.          Afin d'encourager les commerçants volontaires à se structurer, Quimperlé Communauté souhaite lancer un <b>appel à projet</b> pour qu'ils puissent réaliser des actions communes, en faveur de la dynamique du commerce en centralité.</p>		
<p><b>Objectifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer l'animation commerciale dans les centralités.</li> <li>• Faciliter la mise en place d'actions au sein des centralités.</li> <li>• Inciter les commerçants volontaires à se mobiliser et à travailler en synergies / redynamiser les unions commerciales en sommeil et favoriser la mise en réseau des professionnels.</li> <li>• Permettre aux communes de renouer le dialogue/ ou de favoriser les échanges avec leurs unions commerciales ou groupements d'artisans et commerçants en centralité.</li> </ul>		
<p><b>Description des opérations :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Action 1 : Outiller les commerçants</b> → Créer un manuel réglementaire "<i>quelles sont les démarches et obligations pour organiser un évènement ?</i>". (1<sup>er</sup> trimestre 2024).</li> <li>• <b>Action 2 : Réaliser un appel à projet</b> (2<sup>ème</sup> trimestre 2024).             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publics éligibles : Unions commerciales ; Groupements d'artisans et commerçants en centralité ; Communes.</li> <li>- Déroulement :                 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Rédaction du cadre de l'appel à projet.</li> <li>○ Promotion de cet appel à projet.</li> </ul> </li> <li>- Procédure : Les volontaires devront déposer leur dossier au Service Développement économique de Quimperlé Communauté. Ce dossier comprendra une lettre sollicitant l'aide financière, une note de présentation de la structure (pour évaluer sa capacité à mettre en œuvre le projet), un plan de financement du projet et un calendrier de réalisation.                  Celui-ci sera ensuite étudié par le Service Développement Economique puis examiné par le Vice-Président en charge du commerce à Quimperlé Communauté. S'en suivra la procédure suivante pour présentation et validation du dossier : Commission "Attractivité", Bureau Communautaire et Conseil Communautaire.</li> <li>- Le service économique demandera au référent de l'appel à projet, un bilan de l'opération pour assurer une évaluation du dispositif.</li> </ul> </li> </ul>		
<p><b>Indicateurs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de projets d'animations réalisés sur le territoire ; Bilan d'activités/opérations ; Création d'union(s) commerciale(s) ou groupements d'artisans et commerçants en centralité.</li> </ul>		
<p><b>Partenaires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chambres consulaires ; Communes ; Manageuse du commerce ; Office de tourisme.</li> </ul>		
<p><b>Moyens humains :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Temps agents des service développement économique et communication.</li> </ul>		
<p><b>Modalités financières :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 10 000€/an au budget commerce.</li> </ul>		
<p><b>Risques identifiés :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacité de mobilisation des entreprises et des commerçants.</li> </ul>		

## AXE 3 : PROMOUVOIR L'ACTIVITÉ COMMERCIALE ET FAVORISER LES SYNERGIES ENTRE ACTEURS.

<b>Développer des actions de promotion de l'offre commerciale et artisanale par le renforcement du partenariat avec l'Office de Tourisme Quimperlé Les Rias</b>		<b>3.5</b>
Pilote de l'action	Office de tourisme Quimperlé Les Rias	
Publics cibles	Commerces et CHR ; Habitants et visiteurs du Pays de Quimperlé	
Lien entre les actions	Action 2.3 ; Action 3.1 ; Action 3.2 ; Action 3.3 ; Action 3.4 ; Action 3.6 ; Action 4.1 ; Action 4.2.	
<p><b>Situation actuelle et enjeux :</b></p> <p>Quimperlé Communauté entretient des relations privilégiées avec l'Office de Tourisme Quimperlé Les Rias. Il s'agit ici de travailler au renforcement de nos accompagnements réciproques auprès des professionnels. Pour ce faire, il semble nécessaire de développer nos synergies/passerelles en proposant de nouvelles pratiques de travail. Celles-ci permettront notamment de valoriser les initiatives portées par les commerçants/professionnels auprès des habitants et des visiteurs et de créer les conditions favorables pour pouvoir expérimenter de nouvelles actions.</p>		
<p><b>Objectifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Favoriser les échanges et les conditions/pratiques de travail pour développer des synergies entre Quimperlé Communauté et l'Office de Tourisme.</li> <li>• Valoriser l'offre commerciale locale et les initiatives.</li> <li>• Travailler à l'étoffement de l'offre commerciale locale.</li> <li>• Inciter les habitants et visiteurs à fréquenter les centralités et à consommer dans les commerces de proximité.</li> <li>• Rendre les centralités plus attractives en proposant une offre adaptée aux habitudes de consommation.</li> </ul>		
<p><b>Description des opérations :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Action 1 : Favoriser le partenariat et les échanges d'informations entre l'Office de Tourisme et Quimperlé Communauté. (Dès 2023)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Relayer les informations de l'offre de services de l'Office de Tourisme utiles à l'animation et au développement économique du territoire auprès des commerçants et artisans du territoire.</li> <li>○ Demander à l'Office de Tourisme d'être le relais des actions de promotion de l'offre commerciale organisées sur le territoire pour sensibiliser les habitants et les visiteurs. <i>(ex : si création d'un carnet de promotion réalisé à l'échelle d'une commune, d'une union commerciale ou par Quimperlé Communauté).</i></li> </ul> <p><b>Moyens humains :</b> Temps agent de la chargée de mission au développement économique.</p> </li> <li>• <b>Action 2 : Expérimenter le déploiement de nouveaux outils de communication pour valoriser les commerçants locaux qui développent des initiatives exemplaires et/ou qui sortent de l'ordinaire (portraits, capsules vidéos...). (Après l'été 2023-2026)</b> <p><b>Pilote de l'action :</b> Office de tourisme en collaboration avec les services de Quimperlé Communauté (développement économique et communication).</p> <p><b>Risques identifiés :</b> Fréquence de diffusion et pérennité de l'action.</p> </li> <li>• <b>Action 3 : Sensibiliser les professionnels du secteur CHR afin d'offrir une offre commerciale adaptée aux besoins des habitants et visiteurs sur le territoire. (Après l'été 2023-2026)</b> <p><b>Pilote de l'action :</b> Office de tourisme.</p> <p><b>Exemple de problématique identifiée :</b> Le manque de coordination des jours/horaires d'ouverture des CHR sur certaines parties de l'année, mais aussi, certains jours de la semaine, peut nuire à l'image du territoire et à son attractivité.</p> <p><b>Risques identifiés :</b> Principe du bon-vouloir des professionnels du CHR : qu'ils soient volontaires et désireux de changer leurs modes de fonctionnement pour participer à l'attractivité du territoire. Moyen humain disponible pour l'animation du réseau des professionnels intéressés.</p> </li> </ul>		

**Indicateurs :**

- Action 1 : Nombre d'adhésions sur le guide pratique de l'Office de Tourisme ; Action 2 : Nombre de portraits de commerçants ; Action 3 : Nombre de professionnels participants aux réunions.

**Partenaires :**

- Manageuse du commerce ; Chambres consulaires et partenaires économiques.

## AXE 3 : PROMOUVOIR L'ACTIVITÉ COMMERCIALE ET FAVORISER LES SYNERGIES ENTRE ACTEURS.

### Mener une réflexion sur la création d'un Office de tourisme, du commerce et de l'artisanat

# 3.6

Pilote de l'action	Services de Quimperlé Communauté : Développement économique et Tourisme et office de tourisme Quimperlé Les Rias
--------------------	--

Publics cibles	Entreprises, habitants, visiteurs, communes
----------------	---

Lien entre les actions	Action 3.5
------------------------	------------

#### Situation actuelle et enjeux :

En France, de nombreux offices du tourisme ont tendance à évoluer en Office de tourisme, du commerce et de l'artisanat. Une tendance qui s'explique :

- d'une part par une volonté politique, celles de collectivités territoriales de créer de nouvelles offres attractives et complémentaires à celles déjà proposées,
- et d'autre part, par le transfert de compétences aux EPCI, élargi par la loi Notre du 7 août 2015 (*Nouvelle Organisation Territoriale de la République*) aux questions du tourisme et à la politique locale du commerce.

Il est aujourd'hui de plus en plus fréquent de voir des collectivités confier l'animation du commerce et de l'artisanat à leur Office de tourisme. L'Office conforte ainsi sa position de développement et d'attractivité pour les territoires. Cette structure devenant ainsi l'interlocuteur privilégié pour les EPCI, les Communes, les Chambres consulaires (...) sur les questions liées aux commerces et l'artisanat.

#### Objectifs :

- **Dynamiser les centres-villes et les marchés locaux** en fédérant et animant l'ensemble des acteurs du commerce local afin de développer les synergies entre professionnels.
- Être le **lien entre les entreprises et les différentes instances et partenaires économiques** en participant aux différents groupes de travail et aux réflexions (DAAC, ORT...)
- **Conseiller les adhérents** sur les démarches administratives, supports de communication et proposer des plans de formation...
- **Gérer différents supports de communication** : site Internet, réseaux sociaux (en faisant appel à de community manager), annuaire, calendrier (...) afin de promouvoir l'activité économique locale.
- Valoriser le potentiel, l'image et la notoriété du tourisme, du commerce et de l'artisanat de façon endogène et exogène.
- **Développer des temps forts commerciaux** tout au long de l'année : animations commerciales, solutions de fidélité (carte de fidélité, chéquiers cadeaux...), plateforme e-commerce, conciergerie...

#### Description des opérations (2024-2026) :

- Action 1 : Réaliser un *Benchmark* pour établir un état de lieux des solutions mobilisables.
- Action 2 : Organiser des visites d'offices du commerce et de tourisme à destination des élus afin d'enrichir la réflexion.
- Action 3 : Selon les conclusions faites après visites et concertation, envisager ou non de travailler sur un modèle de structuration et d'organisation d'un d'office du commerce et du tourisme à l'échelle du territoire.

#### Indicateurs :

- Nombre de structures identifiées ; nombre de réunions organisées

#### Partenaires :

- Manageuse du commerce ; Membres du Conseil d'Administration de l'Office de tourisme Quimperlé Les Rias ; Communes ; Directrice de la mission redynamisation des centres-villes Chambres consulaires ; Associations des commerçants...

#### Moyens humains :

- Services économique et Tourisme ; Office de tourisme Quimperlé Les Rias ; Cabinet extérieur

#### Modalités financières :

- A définir si besoin d'un accompagnement (cf. « action 3 »).

#### Risques identifiés :

- Difficulté à mobiliser les commerçants à l'échelle du territoire
- Difficulté à répartir les missions entre Office et les services de Quimperlé Communauté



- Frein de la part des membres du Conseil d'Administration de l'Office de tourisme à mutualiser de nouveaux services.
- Capacité financière de Quimperlé Communauté et de l'Office à déployer ses nouvelles missions.

## AXE 3 : PROMOUVOIR L'ACTIVITÉ COMMERCIALE ET FAVORISER LES SYNERGIES ENTRE ACTEURS.

### Soutenir la monnaie locale, Le SEGAL, par des actions de promotion

# 3.7

Pilote de l'action	Services de Quimperlé Communauté : Développement économique et Tourisme
Publics cibles	Commerçants, artisans, habitants
Lien entre les actions	Action 2.2 ; Action 2.3.

#### Situation actuelle et enjeux :

Si régler ses achats en euro fait partie de notre quotidien, il existe néanmoins d'autres solutions locales. Il n'est pas rare de voir à l'échelle d'une ville, d'un département ou d'une région le déploiement de monnaies locales qui permettent de soutenir l'économie du territoire. Rien qu'en France, plus de 80 monnaies locales complémentaires existent, mais la plupart du temps celles-ci restent peu utilisées ou méconnues par les professionnels et les consommateurs.

Depuis le 31 juillet 2014, la monnaie locale est une monnaie locale complémentaire (MLC) à l'euro. Alignée à la monnaie officielle d'après la loi, 1 MLC équivaut à 1 euro, elle n'a pas pour objectif de remplacer la devise nationale mais de la compléter.

Sur le territoire, l'association Riec-en-transition porte *Le Ségal*. L'idée d'une Monnaie Locale Complémentaire et Citoyenne (MLCC) a germé en 2014. Celle-ci a été suivie par la création de l'association Blé noir du pays de Lorient en 2015, puis du Segal (seigle en breton), en janvier 2018.

La MLCC ambitionne de replacer l'échange local au cœur de l'économie en créant ainsi plus de liens et de proximité entre les professionnels et les consommateurs. Les objectifs poursuivis sont de :

- Favoriser une économie locale éthique, en harmonie avec l'environnement,
- Faciliter les échanges humains aussi bien qu'économiques,
- Reconsidérer les notions de richesse et d'argent,
- Fédérer consommateurs et entreprises sur ce qu'ils ont en commun,
- Se réappropriier l'outil monétaire en contrôlant la circulation des flux d'argents.

Le 13 avril 2021, Monsieur Philippe Le Tallec de l'association Riec en transition a été reçu par Quimperlé Communauté pour présenter *Le Ségal*. L'association aux moyens humains limités (seulement deux personnes agissent principalement sur le sujet), demande un appui de Quimperlé Communauté. Suite à cette rencontre, plusieurs pistes avaient été identifiées et devaient être réfléchies, pour évaluer les perspectives d'un accompagnement de la part de la collectivité afin d'amplifier le déploiement de cette monnaie au niveau du pays de Quimperlé.

*Le Ségal* circule, à ce jour, jusqu'aux communes de Névez et de Trégunc : Les maraichers de Riec-sur-Bélon et de Moëlan-sur-mer partenaires du Ségal font notamment circuler *Le Ségal* sur les marchés de ces communes.

#### Objectifs (qualitatif et/ou quantitatif) :

- Compléter la monnaie nationale. Utilisée dans un circuit fermé pour maintenir la richesse sur le territoire local, encourager les circuits courts et garder les emplois sur un territoire.

#### Description des opérations :

- Action 1 (2023-2024) : Recenser les adhérents au SEGAL sur le territoire de Quimperlé Communauté.
- Action 2 (2024) : Communiquer.
  - Articles dans le Mag 16 à l'attention des consommateurs et des commerces : présentation et témoignages d'un utilisateur côté consommateur et côté commerce.
  - Capsule vidéo pour promouvoir le dispositif.
  - Réunion de présentation du Segal auprès des commerçants et artisans du territoire.

#### Indicateurs :

- Nombre d'adhérents sur le territoire ; Nombre d'articles parus ; Nombre de réunions organisées / évaluation du nombre de participants.

#### Partenaires :

- Association Riec-en-transition ; Chambres consulaires ; Instances du Pays de Lorient ; Manageuse du commerce.

**Moyens humains :**

- Temps agent de la chargée de mission au développement économique.

**Risques identifiés :**

- Quimperlé Communauté agira uniquement sur le soutien à la promotion de la monnaie locale. Les actions d'animation sur le terrain resteront à la main des ressortissants de l'association "Riec en transition" et/ou des commerçants du territoire.

## AXE 4 – SOUTENIR L’OFFRE COMMERCIALE NON SÉDENTAIRE.

<b>Travailler au recensement de l’offre en food-trucks et commerces ambulants - Accompagner les communes à leur installation ou développement</b>		<b>4.1</b>
Pilote de l'action	Service développement économique Quimperlé Communauté en lien avec le service urbanisme – Communes	
Publics cibles	Commerces ambulants – Porteurs de projet	
Lien entre les actions	Action 2.1 ; Action 3.5 ; Action 4.2 ; Action 5.1	
<p><b>Situation actuelle et enjeux :</b>  L’installation de food-trucks ou de commerces ambulants (<i>ex : poissonnier, fromager, esthéticienne, coiffeur(se)...</i>) sur certaines communes du territoire peut permettre de répondre à une carence de l’offre commerciale et de compléter l’offre commerciale proposée en centralité.  Or, il n’existe pas aujourd’hui un état des lieux exhaustif recensant la présence des commerces ambulants et des food-trucks à l’échelle du territoire.  Ce type de commerce ambulant peut occuper un lieu de manière permanente (<i>toutes les semaines</i>) ou ponctuelle, comme pour une saison par exemple. Si ce lieu fait partie du domaine public, le commerçant ambulant se doit de faire une demande d’autorisation auprès de la Mairie.  A travers les entretiens avec les Maires et les élus communaux, Quimperlé Communauté a noté un manque d’homogénéité des procédures appliquées au sein des communes lorsqu’un food-truck ou un commerce ambulant s’installe et un souhait des élus d’être accompagnés dans ce cadre.</p>		
<p><b>Objectifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Compléter l’offre commerciale ou pallier à une carence de l’offre en centralité (selon les besoins/attentes des communes) en accompagnant l’installation de food-trucks ou commerces ambulants.</li> <li>• Développer l’attractivité, l’animation et renforcer la convivialité des espaces publics en centralité.</li> <li>• Informer les communes sur la réglementation en vigueur dans le cadre de l’installation de food-trucks et de commerces ambulants sur leurs espaces publics / Outiller les communes.</li> </ul>		
<p><b>Description des opérations :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Action 1 (2023) : Recenser l’offre de food-trucks et de commerces ambulants</b> sur le territoire du Pays de Quimperlé.</li> <li>2. <b>Action 2 (2023) État des lieux auprès des communes</b> pour savoir quelle(s) procédure(s) sont mises en place lors d’une demande d’installation d’un professionnel (<i>modalité(s), interlocuteur(s), application d’une redevance d’occupation du domaine public ou pas...</i>).</li> <li>3. <b>Action 3 (2024) Recenser les propositions d’emplacements des communes et les promouvoir</b> (<i>lieu(x), jour(s) et horaires, périodicité, typologie de l’offre attendue...</i>).</li> <li>4. <b>Accompagner les Mairies</b> dans les procédures d’installation de commerces ambulants : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ (2024-2025) : Réaliser un <b>guide pratique</b> « <i>l’installation d’un foodtruck ou commerce ambulant au sein de ma commune</i> » à destination des Mairies (professionnels concernés, conditions à respecter, démarches d’autorisation à réaliser, coût...) et assurer une veille réglementaire en lien avec la CCIMBO.</li> <li>○ (2024-2025) : Rédiger une <b>convention type</b> « <i>occupation du domaine public ou permis de stationnement</i> » pour l’installation d’un food-truck ou d’un commerce ambulant à destination des communes.</li> </ul> </li> </ol>		
<p><b>Indicateurs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre d’installation de foodtruck (état des lieux annuel) ; Nombre de commerces ambulants (état des lieux annuel) ; Nombre d’accompagnement réalisés par le service auprès des communes.</li> </ul>		
<p><b>Partenaires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chambres consulaires ; Communes.</li> </ul>		
<p><b>Moyens humains :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Temps agent du service développement économique.</li> </ul>		
<p><b>Risques identifiés :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualisation des données réglementaires.</li> <li>• Réticences des commerces sédentaires au développement d’une offre en commerces ambulants</li> </ul>		

## AXE 4 – SOUTENIR L’OFFRE COMMERCIALE NON SÉDENTAIRE.

Participer au développement d’une offre de marchés		4.2
Pilote de l'action	Services de Quimperlé Communauté : Développement Economique - PAT - Tourisme et Office de tourisme Quimperlé Les Rias	
Publics cibles	Commerces ambulants – Agriculteurs – Porteurs de projet - Communes	
Lien entre les actions	Action 2.1 ; Action 3.1 ; Action 3.2 ; Action 3.5 ; Action 5.3.	
<p><b>Situation actuelle et enjeux :</b></p> <p>Le cabinet AUDELOR a réalisé une étude auprès de 403 ménages représentatifs (selon 3 secteurs : Quimperlé-Mellac/Littoral / Nord) en 2021. Celle-ci indiquait notamment une bonne fréquentation des marchés : 52% des habitants de Quimperlé Communauté interrogés fréquentent régulièrement les marchés et jusqu'à 64% parmi les habitants du littoral.</p> <p>Le marché de Quimperlé du vendredi matin est le plus fréquenté (40%) devant celui de Moëlan-sur-Mer et celui de Clohars-Carnoët.</p> <p>La fréquentation des marchés est tirée par les habitants du Littoral (64%), les 45-59 ans (58%), les actifs (55%) et notamment les CSP+ ( 66% parmi les cadres et professions intermédiaires) et les résidents secondaires (77%).</p> <p>Parmi les clients, la moitié citent au moins un axe d'amélioration, signe d'une nécessité d'évolution. Ainsi 22% mentionnent un <b>besoin d'évolution de l'offre</b>, 14% une <b>amélioration du confort</b> (espaces publics, environnement paysagers) et 13% une <b>évolution des jours / horaires</b> des marchés.</p> <p>Sur ce dernier point, il est à noter que l'inadaptation des jours / horaires de marché est le premier motif de non fréquentation des marchés (44% des personnes interrogées).</p>		
<p><b>Objectifs (qualitatif et/ou quantitatif) :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rendre visible l'offre de marchés en favorisant les actions de communication et de promotion de l'offre locale.</li> <li>• Accroître la fréquentation des marchés locaux et développer le chiffre d'affaires des commerçants et agriculteurs</li> <li>• Adapter les offres de marchés aux attentes et aux nouveaux modes de vie des consommateurs (ex : développer des marchés nocturnes en période estivale ou des marchés de fin de journée).</li> <li>• Participer à créer un lien social entre agriculteurs, commerçants et habitants/touristes.</li> <li>• Développer l'attractivité, l'animation et renforcer la convivialité des espaces publics en centralité.</li> </ul>		
<p><b>Description des opérations :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>2024 Action transversale PAT + Dév Eco : Recenser l'offre de marchés publics et privés</b> sur le Pays de Quimperlé, leur <b>mode de gestion</b> et <b>identifier l'interlocuteur-informateur</b> par commune. <b>Alimenter une base de données</b> des offres de placements afin de pouvoir les valoriser auprès des porteurs de projets et des commerces ambulants. <b>Risques identifiés :</b> Toutes les mairies ne disposent pas d'un élu référent. Continuité du partage d'informations.</li> <li>• <b>2024 et + :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Apporter aux communes une visibilité de l'offre locale (artisans, commerçants, agriculteurs) par une nouvelle communication.</b> <b>Risque identifié :</b> Temps consacré à l'actualisation des données.</li> <li>• <b>Promouvoir la présence des producteurs locaux sur les marchés avec l'Office du tourisme :</b> Lancer un signe distinctif sur les marchés locaux pour mettre en valeur les producteurs/artisans locaux. Ex : un chapeau « produits en pays de Quimperlé », un macaron « producteur du pays de Quimperlé » (...) <b>Points de vigilance :</b> Prendre le temps de réaliser un benchmark à l'échelle nationale en amont. Penser à intégrer la notion développement durable et accessibilité dans la proposition. <b>Risques identifiés :</b> Action possible après recensement des producteurs locaux sur les marchés. Sélection/définition du savoir-local. Coût du déploiement de la solution choisie.</li> </ul> </li> <li>• <b>Dès Aujourd'hui : Orienter les porteurs de projet</b> désireux de travailler sur les marchés.</li> <li>• <b>Partager les initiatives communales sur ce sujet lors des COPIL Commerce.</b> → Ex : <i>Marché de producteurs locaux en centralité le vendredi de 16h30 à 18h30 à Baye.</i></li> </ul>		
<p><b>Indicateurs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fréquentation des marchés ; Nombre de marchés du « soir ». Nombre d'actions lancées</li> </ul>		

**Partenaires :**

- Communes ; Chambres consulaires ; Communes ; Finistère 360.

**Moyens humains :**

- Temps agents des services développement économique, environnement (PAT) et Office de tourisme Quimperlé Les Rias

**Modalités financières :**

- Temps agents et frais de communication

### Utiliser les leviers de l'urbanisme réglementaire pour soutenir l'activité commerciale en centralité

# 5.1

Pilote de l'action	Services Quimperlé Communauté : Développement économique et Urbanisme
Publics cibles	Mairies ; Porteurs de projets ; Commerçants et artisans
Lien entre les actions	Action transversale

#### Situation actuelle et enjeux :

Le Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT) de Quimperlé Communauté fixe les principes réglementaires de l'urbanisme commercial en intégrant notamment un Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC) au sein de son Document d'Orientations et d'Objectifs (DOO).

Le SCoT est un document intégrateur qui, en termes d'urbanisme commercial, s'adresse en priorité au Plan Local d'Urbanisme intercommunal (PLUi) mais également aux Permis de Construire (PC) valant Autorisation d'Exploitation Commerciale (AEC).

Le SCoT retient les priorités d'aménagement commercial suivantes :

- Revitaliser et densifier les centres-bourgs et centres-villes pour proposer un commerce de proximité attractif ;
- Renforcer l'attractivité du centre-ville de Quimperlé ;
- Éviter les implantations hors des espaces dédiés au commerce.

Pour cela, le SCoT a fixé les centralités commerciales et les espaces commerciaux périphériques du territoire en associant des règles spécifiques à ces localisations commerciales. C'est ensuite le PLUi, approuvé en février 2023, qui est venu préciser les différentes obligations.

#### Objectifs (qualitatif et/ou quantitatif) :

- Préserver la vocation commerciale des bâtiments accueillant des commerces en centralités
- Maintenir et renforcer le commerce existant.
- Anticiper les futurs projets commerciaux à l'échelle du territoire.
- Préserver l'apparition de friches commerciales

#### Description de l'action :

- **Faire connaître le SCoT et le PLUi pour répondre aux interrogations des publics cibles** en matière de soutien à l'activité commerciale en centralité.

#### Outils réglementaires déployés dans le PLUi :

- Mise en place de linaires commerciaux empêchant le changement de destination des commerces sur l'ensemble du territoire
- Création d'une mixité des fonctions spécifique pour l'implantation de toutes tailles de commerces
- Interdiction d'implanter des commerces de moins de 400m<sup>2</sup> dans les espaces commerciaux périphériques
- Interdiction d'implanter des nouveaux commerces en zone 1AU (tous les futurs lotissements) et dans les secteurs résidentiels (secteur de mixité des fonctions sommaires notamment)
- Aucune extension des zones commerciales de périphéries
- Règles de limitation concernant l'extension de tous les commerces
- Pas d'objectifs chiffrés de création de place de stationnement : prévoir uniquement le nombre de places liées et nécessaires aux besoins des projets

#### Autres outils réglementaires déployables :

- À travers la préemption : les collectivités peuvent instituer un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité dans lequel peut s'exercer un droit de préemption « commercial » portant sur certains types de biens
- À travers la fiscalité : Taxe sur les Friches Commerciales : Impôt direct local facultatif, s'additionnant aux autres impôts fonciers, qui concerne certains biens commerciaux inexploités et qui a pour but de redynamiser les territoires en incitant les propriétaires à louer ou exploiter leur bien afin de maintenir une activité économique sur un territoire donné.



- A travers la saisine facultative de la Commission Départementale d'Aménagement Commercial CDAC (L752-4 code commerce) : possibilité offerte aux communes ou la communauté de saisir volontairement la CDAC pour certains projets n'entrant pas de plein droit dans le champ de l'AEC.
- **Réfléchir à l'opportunité de mettre en place des outils fiscaux.**
- **Faire connaître la saisine facultative de la CDAC** auprès des communes.

**Indicateurs :**

- Durée de vacance des commerces protégés par un linéaire commercial (NB : afin de savoir si la protection commerciale est vraiment nécessaire si au bout de 10 ans un commerce protégé reste vacant, est-ce nécessaire de maintenir la protection ?); Taux de vacance commercial, taux d'occupation des espaces commerciaux de périphéries...

**Partenaires :**

- Etat ; Communes ; Chambres consulaires

**Moyens humains et financiers :**

- Temps agents des services urbanisme et développement économique.

## AXE 5 – S'APPUYER SUR DES OUTILS POUR CONFORTER LE COMMERCE EN CENTRALITÉ.

<b>Observatoire du commerce</b>		<b>5.2</b>
Pilote de l'action	Services Quimperlé Communauté : Développement économique et Urbanisme	
Publics cibles	Techniciens Quimperlé Communauté ; Elus ; Partenaires économiques ; Entreprises ; Porteurs de projets	
Lien entre les actions	Action transversale	
<p><b>Situation actuelle et enjeux :</b></p> <p>La dernière étude sur les centralités commerciales a été réalisée par l'AUDELOR sur le territoire en 2019. Depuis cette date, les bases de données n'ont pas été actualisées.</p> <p>Aussi, Quimperlé Communauté souhaite poursuivre le partenariat avec l'AUDELOR et la CCIMBO afin d'assurer la mission d'observatoire du commerce et ainsi obtenir des indicateurs.</p> <p>L'observatoire du commerce est un outil de connaissance et d'aide à la décision qui permet d'identifier, d'analyser les forces et faiblesses d'un territoire et de mettre en évidence les opportunités de développement et les menaces pour agir.</p>		
<p><b>Objectifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualiser les données relatives au développement commercial à l'échelle du territoire.</li> <li>• Avoir un outil d'analyse et d'aide à la décision à destination des élus, des partenaires économiques, des entreprises et des porteurs de projet.</li> </ul>		
<p><b>Description des opérations :</b></p> <p><b>2024 et + :</b> Ces observatoires permettront d'identifier les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un <b>diagnostic de l'offre commerciale</b> à l'échelle du territoire,</li> <li>• Un <b>état des lieux de la vacance commerciale</b> et de <b>l'évasion commerciale</b>.</li> <li>• Un focus sur les <b>initiatives locales en matière de commerce</b> et sur les <b>projets d'aménagement de l'espace public</b>.</li> </ul> <p>Les données issues des différents observatoires permettront de créer et d'alimenter un outil/tableau de bord de suivi et d'appréhender les mutations en cours (mesures de veille).</p>		
<p><b>Indicateurs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Taux de vacance commerciale ; caractérisation du tissu économique commercial ; mesure de la diversité et de son attractivité (...)</li> </ul>		
<p><b>Partenaires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• AUDELOR, CCIMBO, Elus communaux.</li> </ul>		
<p><b>Moyens humains :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Action suivie par le service développement économique.</li> </ul>		
<p><b>Modalités financières :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Au budget général du service développement économique.</li> </ul>		

# AXE 5 – S'APPUYER SUR DES OUTILS POUR CONFORTER LE COMMERCE EN CENTRALITÉ.

<b>Créer une cartographie du commerce en centralité</b>		<b>5.3</b>
Pilote de l'action	Services Quimperlé Communauté : Développement économique et SIG	
Publics cibles	Commerces, porteurs de projets et décideurs politiques.	
Lien entre les actions	Action transversale	
<p><b>Situation actuelle et enjeux :</b></p> <p>La dernière étude sur les centralités commerciales a été réalisée par l'AUDELOR sur le territoire en 2019. Depuis cette date, les bases de données n'ont pas été actualisées.</p> <p>Aussi, Quimperlé Communauté souhaite visualiser l'implantation des commerces et la vacance commerciale sur une carte interactive à l'échelle des 16 communes.</p>		
<p><b>Objectifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recenser et cartographier les commerces existants ainsi que les locaux commerciaux vacants dans les centralités du Pays de Quimperlé.</li> <li>• Alimenter l'observatoire du commerce (fiche action 5.2).</li> <li>• Promouvoir les locaux disponibles auprès des porteurs de projets en créant du lien avec les agences immobilières, les offices notariaux et les élus communaux.</li> <li>• Cartographier les commerces ayant bénéficié d'un Pass Commerce et Artisanat</li> <li>• Présenter les cartographies aux élus communaux comme un outil d'aide à la décision.</li> </ul>		
<p><b>Description des opérations :</b></p> <p><b>2023 : Création et expérimentation de l'outil</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>1<sup>er</sup> semestre 2023 :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Réaliser une <b>étude sur les PASS Commerce et Artisanat</b> par l'AUDELOR</li> </ul> </li> <li>• <b>2<sup>ème</sup> semestre 2023 :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ <b>Construire une base de données</b> commune Quimperlé Communauté – AUDELOR.</li> <li>◦ <b>Développer un outil d'inventaire et de pilotage opérationnel</b> adapté du territoire : GEO COMMERCE → Cartographie des commerces et des locaux vacants.</li> <li>◦ <b>Expérimenter l'outil</b> pour l'ajuster avant déploiement.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>2024 et + : Alimentation et mise à jour de la cartographie.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualiser les données de <b>l'étude sur la vacance commerciale</b> de 2019 (AUDELOR)</li> <li>• <b>Fédérer les différents acteurs</b> autour d'un outil collaboratif en facilitant les échanges. <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Transmettre la cartographie de la centralité à chaque élu au commerce ou Maire concerné afin de vérifier/ajuster les données.</li> <li>◦ S'appuyer sur les données de l'observatoire du commerce de l'AUDELOR pour l'actualisation.</li> <li>◦ S'appuyer sur la mission de terrain de la manageuse du commerce pour la mise à jour des petites villes de demain.</li> </ul> </li> <li>• <b>Prévoir une grande mise à jour sur le terrain</b> par le service développement économique : <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ une fois par an pour les communes de moins de 5 000 habitants, en juin,</li> <li>◦ deux fois par an pour les communes de plus de 5000 habitants et celles du littoral en février et en octobre/novembre.</li> </ul> </li> </ul>		
<p><b>Indicateurs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Taux de la vacance commerciale ; Occupation des locaux commerciaux : Nombre de locaux commerciaux actifs, nombre d'installations de commerces en centralité, Typologie du commerce, coordonnées du propriétaire du local et du commerçant, demande du PASS Commerce et Artisanat réalisé ou non par le commerçants/artisans (...); Nombre de changements de destination de locaux</li> </ul>		
<p><b>Partenaires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• AUDELOR ; Chambres consulaires ; Élus communaux ; Manageuse du commerce.</li> </ul>		
<p><b>Moyens humains :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Temps agents des services développement économique et SIG.</li> </ul>		
<p><b>Modalités financières :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Au budget général service développement économique : Convention AUDELOR.</li> </ul>		



**Quimperlé**  
**Communauté**  
**Kemperle**  
**Kumuniezh**