

Les actions du service TPE Commerce Tourisme en faveur de l'attractivité des centres - villes et quartiers

La Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) de la Drôme est convaincue de la nécessité de maintenir des centres - villes attractifs aux yeux de la population résidente, première cliente du commerce de centre-ville et des quartiers. Certes une ville ne se résume pas à son centre, mais pour les habitants comme pour les visiteurs, l'état du centre est un indicateur de la vitalité de la commune.

La CCI propose plusieurs accompagnements techniques :

- ➔ aux collectivités locales,
- ➔ aux unions commerciales
- ➔ et aux commerçants

dans le but de repositionner le centre-ville ou le quartier dans le parcours d'achat de la clientèle de proximité et d'une clientèle extérieure, au même titre que l'usage d'Internet et la fréquentation des zones commerciales périphériques.

Cible d'intervention : centres villes et quartiers

1- Attractivité des centres villes - analyse & action

Les facteurs de l'attractivité d'un centre-ville ou d'un quartier sont multiples et interagissent de manière complexe. L'intervention de la CCI de la Drôme porte sur une approche globale du centre-ville ou de quartier qui se décline en 3 volets :

- réaliser un diagnostic des facteurs d'attractivité,
- proposer des moyens d'actions concrets pour renforcer cette attractivité ; moyens d'actions qui relèvent des différents acteurs impliqués (commune, commerçants, services au public, union commerciale, office de tourisme, acteurs du tourisme, Etat, etc.)
- accompagner la collectivité locale dans la durée pendant la mise en œuvre de ces actions.

2- Attractivité des marchés de plein air

Les marchés de plein air constituent un facteur particulier de l'attractivité des centres villes. Ils sont également une source d'approvisionnement conséquente des ménages drômois.

La CCI de la Drôme propose aux collectivités locales de la Drôme de travailler spécifiquement sur l'attractivité de ces marchés en mettant en place une approche marketing du marché :

- réaliser un diagnostic des critères d'attractivité du (ou des) marché(s),
- proposer un plan d'actions concret pour en renforcer l'attractivité,
- définir un plan marketing pour le (ou les) marchés concernés.

Cible d'intervention : commune rurale

3- Etudes de faisabilité pôles commerciaux en milieu rural

Des communes rurales envisagent de renforcer l'attractivité du cœur de village en investissant dans la création de locaux commerciaux ou la rénovation, le déplacement ou l'agrandissement de locaux commerciaux existants. Ces locaux sont destinés à être loués à un ou plusieurs commerçants.

Avant de s'engager dans ces projets, ces communes peuvent solliciter la CCI pour en vérifier la faisabilité. Son but est de fournir à la commune des éléments objectifs d'aide à la décision.

Cible d'intervention : les entreprises

4- Accompagnement des unions commerciales

Les unions commerciales pâtissent toutes du manque de temps de leurs membres et de moyens (humains et financiers) pour mettre en œuvre leurs activités. Or ces activités sont essentielles au maintien et / ou au développement des pôles commerciaux : promotion de l'offre commerciale et partenariat avec les collectivités locales.

Les conseillers de la CCI accompagnent les unions commerciales dans l'amélioration de l'efficacité de leurs actions et de leur fonctionnement.

5- Appui technique et individuel aux commerces et aux professionnels du tourisme

Les conseillers CCI proposent une intervention directe en entreprise sur :

- ➔ **Le diagnostic communication** : un regard extérieur et professionnel pour une analyse pragmatique des actions de communication et en renforcer l'efficacité,
- ➔ **Le diagnostic agencement** : dans le but de renforcer l'attractivité extérieure, de repenser l'agencement et le merchandising pour augmenter l'efficacité de la vente.
- ➔ **Le diagnostic numérique** : une analyse pragmatique de l'utilisation des outils informatiques par l'entreprise, de sa présence sur Internet.

La CCI s'appuie sur :

- Des compétences et une expérience solides,
- Sa connaissance fine du territoire, des acteurs locaux et de l'offre commerciale (Source : Observatoire du commerce CCI de la Drôme)
- L'analyse des données socio démographique (source INSEE - Baseco) et des modes de consommation des ménages (Source : Observatoire du commerce CCI de la Drôme)

Contact :

Service TPE commerce - tourisme

Tel 04 75 00 44 73

Commerce-tourisme@drome.cci.fr