

Opération collective de modernisation de l'artisanat et du commerce en milieu rural

Axes stratégiques – Décembre 2009



Pays Val d'Adour

PREMIERE PARTIE :

RAPPEL DES CONSTATS ET ENJEUX

Évolution démographique

- Progression démographique modérée et part des actifs plus élevée

Infrastructures routières

- Autoroute et contournement des villes : de nouvelles opportunités économiques et des modifications dans les flux de clientèle

Armature de l'équipement commercial et artisanal du Pays

- 11 pôles commerciaux de taille et de vocation différente : 2 pôles principaux, 6 pôles relais, 3 pôles de proximité
- Complémentarité et diversité de l'offre : commerces – Grandes surfaces (essentiellement alimentaires et bricolage/jardinage) – marché - commerces non sédentaires
- Densification actuelle et à venir de l'offre en commerces de plus de 300 m² souvent accompagnée d'un éloignement du centre ville

Démographie des entreprises

- Plus de 700 activités marchandes recensées
- Une majorité de très petites unités commerciales mais 50% des surfaces sont des commerces de plus de 300 m²
- 40% des chefs d'entreprise ont plus de 50 ans

Dynamique collective et mobilisation des professionnels

- Dynamique et mobilisation à créer mais potentielle à l'échelle de chaque pôle

Attractivité et évasion

- Zone de chalandise de chaque pôle contrainte : limitée par l'attractivité des pôles extérieurs et par l'offre interne au Pays
- Attractivité inégale de chaque pôle eu égard à leurs aménagements urbains, à la vacance de locaux, à l'image des commerces
- 57% d'évasion de la dépense commercialisable du Pays
- 1^{er} pôle extérieur destination de l'évasion : agglomération tarbaise

ENJEUX

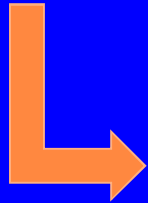
*Maintenir la diversité des activités artisanales et commerciales,
Conforter l'attractivité commerciale de l'ensemble du Val d'Adour
Contenir l'évasion*

- **Au niveau du Pays** en préservant l'équilibre entre les différents pôles, en développant les coopérations et les complémentarités, en évitant les concurrences
- **Au niveau de chaque pôle** en veillant au maintien des activités, à l'équilibre entre les différentes formes de distribution et aux liens entre centre ville et périphérie
- **Au niveau des entreprises** en préparant les professionnels aux évolutions de leur environnement et en les aidant individuellement et collectivement à moderniser leur outil de travail et développer leur action commerciale

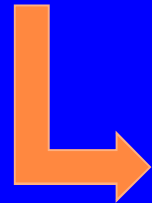
DEUXIEME PARTIE :

PROPOSITION DE DEMARCHE STRATEGIQUE

5
AXES
STRATEGIQUES



16
OBJECTIFS
OPERATIONNELS



ACTIONS A 3 NIVEAUX

- Pays
- Communautés de Communes et pôles
- Entreprises

Axe 1 - Promouvoir l'équipement commercial et artisanal du Pays

Axe 2 - Maintenir le niveau d'équipement et la diversité de l'Offre commerciale et artisanale

Axe 3 - Renforcer l'attractivité des pôles commerciaux

Axe 4 - Accompagner les entreprises pour s'adapter aux évolutions de leur environnement et / ou à de nouvelles exigences réglementaires

Axe 5 - Faciliter l'émergence des initiatives locales et coordonner l'action au niveau du Pays

Axe 1 - Promouvoir l'équipement commercial et artisanal du Pays

- Fidéliser la clientèle actuelle
- Attirer la clientèle jeune et les nouveaux habitants
- Capter la clientèle touristique et de passage

Axe 2 - Maintenir le niveau d'équipement et la diversité de l'Offre commerciale et artisanale

- Veiller à la pérennité des activités
- Maintenir et développer les filières et les savoir-faire artisanaux
- Faciliter la transmission reprise des entreprises
- Attirer de nouveaux chefs d'entreprise
- Promouvoir l'artisanat auprès des jeunes

Axe 3 - Renforcer l'attractivité des pôles commerciaux

- Compléter, moderniser l'offre commerciale
- Aménager les pôles, réduire les dysfonctionnements

Axe 4 - Accompagner les entreprises pour s'adapter aux évolutions de leur environnement et / ou à de nouvelles exigences réglementaires

- Anticiper les modifications des flux de clientèle
- Intégrer la dimension développement durable dans l'organisation et la stratégie des entreprises
- Utiliser les NTIC comme vecteur de développement

Axe 5 - Faciliter l'émergence des initiatives locales et coordonner l'action au niveau du Pays

- Mettre en cohérence l'ensemble des actions
- Accompagner la mise en œuvre du programme
- Évaluer l'impact des opérations

Axe 1

Promouvoir l'équipement commercial et artisanal du Pays

Fidéliser la clientèle actuelle

Attirer la clientèle jeune et les nouveaux habitants

Capter la clientèle touristique et de passage

Actions à mener et coordonner au niveau du Pays

- Un plan de communication harmonisée pour le commerce et l'artisanat
- L'amélioration de la visibilité et de l'accessibilité aux pôles et aux activités par la mise en place de plans signalétique
- La valorisation des marchés hebdomadaires pour en faire un des éléments moteurs de l'attractivité commerciale des centres bourgs et un lieu de vie, d'animation et d'échange.

Actions à mener au niveau de chaque Communauté de Communes

- La mobilisation des professionnels par l'émergence d'associations représentatives des commerçants et des artisans.
- La mise en place de programmes annuels d'actions collectives d'animation, de communication et de promotion.

Axe 2 Maintenir le niveau d'équipement et la diversité de l'offre commerciale et artisanale	Veiller à la pérennité des activités
	Maintenir et développer les filières et les savoir-faire artisanaux
	Faciliter la transmission reprise des entreprises
	Attirer de nouveaux chefs d'entreprise
	Promouvoir l'artisanat auprès des jeunes

Actions à mener et coordonner au niveau du Pays

- Un plan de communication et l'organisation d'évènements pour attirer de nouveaux chefs d'entreprise et promouvoir l'artisanat auprès de la clientèle et des jeunes

Actions à mener au niveau de chaque Communauté de Communes

- Le renforcement de l'accompagnement individuel des entreprises pour l'identification et l'anticipation d'éventuelles difficultés liées à l'âge élevé du dirigeant, à des projets de cessation d'activités ou à une situation économique fragile, la mise en place d'opérations Qualité.
- La mobilisation des professionnels pour les impliquer dans les opérations de promotion de l'artisanat

AXES STRATÉGIQUES – OBJECTIFS - ACTIONS

Axe 2 Maintenir le niveau d'équipement et la diversité de l'offre commerciale et artisanale	Veiller à la pérennité des activités
	Maintenir et développer les filières et les savoir-faire artisanaux
	Faciliter la transmission reprise des entreprises
	Attirer de nouveaux chefs d'entreprise
	Promouvoir l'artisanat auprès des jeunes

Actions à mener à l'échelon des entreprises de tout le territoire

- Des réponses aux besoins d'investissement des entreprises pour maintenir ou améliorer leur niveau d'équipement
- Un accompagnement aux projets de cessation, transmission – reprise d'entreprises
- Un accompagnement aux projets de développement et/ou création de nouvelle activité

Axe 3

Renforcer l'attractivité des pôles commerciaux

Compléter, moderniser l'offre commerciale

Aménager les pôles, réduire les dysfonctionnements

Actions à mener et coordonner au niveau du Pays

- Organiser la concertation pour accompagner les projets de renforcement et de modernisation de l'équipement commercial
- Harmonisation des plans signalétique (cf axe 1)

Actions à mener au niveau de chaque Communauté de Communes

- Programme d'aménagements urbains pour les villes et bourgs-centres

Selon l'état d'avancement des projets par commune, le temps du programme sera mis à profit pour réaliser les investissements ou pour en étudier la faisabilité.

Actions à mener à l'échelon des entreprises de tout le territoire

- Des réponses aux besoins d'investissement des entreprises pour moderniser leur outil de travail

AXES STRATÉGIQUES – OBJECTIFS - ACTIONS

Axe 4

Accompagner les entreprises pour s'adapter aux évolutions de leur environnement et / ou à de nouvelles exigences réglementaires

Anticiper les modifications des flux de clientèle

Intégrer la dimension développement durable dans l'organisation et la stratégie des entreprises

Utiliser les NTIC comme vecteur de développement

Actions à mener et coordonner au niveau du Pays

- Adaptation du plan signalétique et communication aux futures modifications des flux routiers et de clientèle
- Intégration des NTIC dans le plan de communication globale et mise en cohérence avec les outils de communication du Pays

Actions à mener au niveau de chaque Communauté de Communes

- Déclinaison des actions Agenda 21 au niveau des activités commerciales et artisanales
- Intégration des NTIC dans les actions collectives d'animation et de communication

AXES STRATÉGIQUES – OBJECTIFS - ACTIONS

Axe 4

Accompagner les entreprises pour s'adapter aux évolutions de leur environnement et / ou à de nouvelles exigences réglementaires

Anticiper les modifications des flux de clientèle
Intégrer la dimension développement durable dans l'organisation et la stratégie des entreprises
Utiliser les NTIC comme vecteur de développement

Actions à mener à l'échelon des entreprises

- Sensibilisation et formation des chefs d'entreprise aux pratiques respectueuses de l'environnement, aux matériaux adaptés et mise en œuvre dans leurs projets de modernisation
- Sensibilisation, formation et équipement des entreprises aux NTIC

AXES STRATÉGIQUES – OBJECTIFS - ACTIONS

Axe 5 **Faciliter l'émergence des initiatives locales et coordonner l'action au niveau du Pays**

Mettre en cohérence l'ensemble des actions

Accompagner la mise en œuvre du programme

Evaluer l'impact des opérations

Le comité de suivi : Destiné à valider, hiérarchiser et piloter les actions, il doit participer à l'évaluation de ses réalisations

L'accompagnement : La mise en œuvre du programme doit être accompagné à 3 niveaux

- **Pays** : l'animation du programme, sa gestion financière, la réalisation des actions ou opérations « Pays », la coordination des actions locales.
- **Thématiques communes à tout le territoire** : marchés, transmission reprise, promotion de l'artisanat, développement durable.
- **Communautés de communes** : l'animation et la gestion des opérations urbaines doivent être assurée localement

L'évaluation : Elle devra se faire à deux rythmes (régulière, et finale au terme de chaque tranche) et à partir de critères définis à la conception des actions.