

EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE

L'an deux mil douze, le 25 octobre à 18h00, le Conseil Communautaire, légalement convoqué, s'est réuni en la Maison de l'Intercommunalité, sous la présidence de Monsieur Christian RAYOT, Président.

Étaient présents : Monsieur Christian RAYOT, Président, et Mesdames et Messieurs, Denis BANDELIER, Daniel BOUR, Marcel BRUNGARD, Monique DINET, Xavier DOMON, Patrice DUMORTIER, Jean-Jacques DUPREZ, Hubert ECOFFEY, André HELLE, Jean-Claude JACOB, Daniel KUNTZ, Jean LOCATELLI, Thierry MARCJAN, Robert NATALE, Pierre OSER, Jean-Marc PELLETIER, Bernard TENAILLON, Jean-Claude TOURNIER, **membres titulaires et Patrice SCHWARTZENTRUBER, membre suppléant ayant reçu pouvoir d'un membre titulaire.**

Étaient excusés : Mesdames et Messieurs Josette BESSE, Jacques BOUQUENEUR, Laurent BROCHET, Arlette ECABERT, Gérard FESSELET, Claude GIRARD, Bernard LAVAL, Bernard LIAIS, Evelyne MANTEY, Sylvie MANZONI, Françoise PELCAT, Cédric PERRIN, Elghazi ZOUNDARI

Avaient donné pouvoir : Mesdames et Messieurs Josette BESSE à Jean-Jacques DUPREZ, Jacques BOUQUENEUR à Patrice DUMORTIER, Gérard FESSELET à Patrice SCHWARTZENTRUBER, Bernard LIAIS à Jean-Claude TOURNIER, Sylvie MANZONI à Christian RAYOT, Françoise PELCAT à André HELLE, Cédric PERRIN à Jean-Claude JACOB, Elghazi ZOUNDARI à Pierre OSER.

Assistaient à la séance : Messieurs Claude BRUCKERT, Eric GILBERT, Jean-Louis HOTTLET, Maurice NICOU.

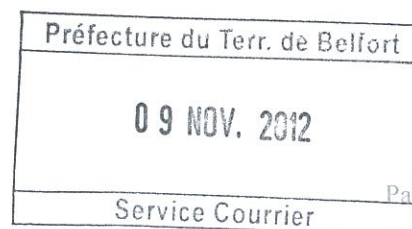
Date de convocation	Date d'affichage	Nombre de conseillers	
18 octobre 2012	18 octobre 2012	En exercice	32
		Présents	20
		Votants	27

Il est vérifié l'existence du quorum pour les décisions et appel est fait des pouvoirs qui sont remis au Président.

Le secrétaire de séance est désigné parmi les membres titulaires présents. Jean-Jacques DUPREZ est désigné.

2012-06-25 – Programme d'actions dans le cadre de l'Opération Collective de Modernisation de l'Artisanat, du Commerce et des Services (OCMAS)

Rapporteur : Pierre OSER



La Communauté de Communes du Sud Territoire a engagé une Opération Collective de Modernisation de l'Artisanat, du Commerce et des Services. L'étude de faisabilité préalable, réalisée par le cabinet d'études H.R.U de Vesoul, a permis de dégager des pistes d'actions collectives et individuelles à mener pour revitaliser l'artisanat, le commerce et les services sur notre territoire à savoir :

- Travailler sur l'industrie comme axe transversal de développement (conciergerie d'entreprise),
- Développer le sentiment d'appartenance et l'unité territoriale en renforçant notamment l'image du territoire (charte graphique et plan de communication par agence de communication, signalétique, marché du terroir..),
- Tirer parti du positionnement du territoire et non subir en terme de captage des flux potentiels de consommation (mise en place d'une conciergerie d'entreprise, animations commerciales etc...),
- Adapter l'appareil commercial et les professionnels aux nouvelles pratiques des consommateurs et à leurs demandes (marchés virtuels, marchés du terroir, etc...).

Ces pistes d'actions ont ensuite été travaillées, en partenariat avec les chambres consulaires, les représentants de professionnels (commerçants et artisans), la DIRECCTE (Direction Régionale des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi) et la CCST. De cette concertation est né un programme de 8 actions pour la première tranche OCMACS d'une durée de 12 mois. Le programme se compose comme suit :

- Action 1 : implantation d'une conciergerie d'entreprise,
- Action 2 : Etude d'un plan de communication commerciale,
- Action 3 : Renforcement de la signalétique (panneaux d'affichage « type sucettes »),
- Action 4 : Valorisation de marchés du terroir,
- Action 5 : Diagnostic préalable à l'investissement des professionnels,
- Action 6 : Aide à la rénovation et à la mise aux normes des locaux professionnels,
- Action 7 : Animation commerciale collective portée par les 3 U.C.A,
- Action 8 : Recrutement d'un animateur économique dédié à l'OCMACS.

Les différentes actions sont détaillées dans le document annexé au présent rapport.

L'Etat est partenaire financier dans cette opération. Il est sollicité pour l'octroi d'aides sous forme de subventions. Le dossier FISAC, présenté en conseil communautaire, est déposé par la collectivité à cet effet. D'autres partenaires financiers tels que les chambres consulaires ont été sollicités également.

Le budget prévisionnel du programme d'actions de la tranche 1 de l'OCMACS se résume de la manière suivante :

DEPENSES		RECETTES	
FONCTIONNEMENT		FONCTIONNEMENT	
Plan de communication, signalétique : entretien et gestion, communication pour marchés du terroir, diagnostic investissement, communication pour animations commerciales, recrutement animateur OCMACS.	101 400 €	Commerçants/artisans et U.C.A	13 900 €
		CCI et CMA	4 500 €
		ETAT (Fisac)	33 500 €
		CCST	49 500 €
Sous total fonctionnement	101 400 €		101 400,00 €
INVESTISSEMENT		INVESTISSEMENT	
Conciergerie d'entreprises, signalétique (panneaux), aide à la mise aux normes et rénovation locaux.	392 000 €	Commerçants/artisans et U.C.A	210 000 €
		CCI et CMA	28 800 €
		ETAT (Fisac)	72 600 €
		CCST	80 600€
Sous total investissement	392 000 €		392 000,00 €
TOTAL OPERATION TRANCHE 1	493 400 €		493 400 €

Le Conseil Communautaire, après en avoir débattu, à l'unanimité des membres présents, décide :

- **de valider le programme d'actions OCMACS de la tranche 1,**
- **de solliciter les subventions du présent plan de financement, en modifier les valeurs en fonction des éventuelles actualisations de l'opération,**

- de compléter les subventions présentées par toutes autres ressources nouvelles ou un autofinancement de la Communauté de Communes.

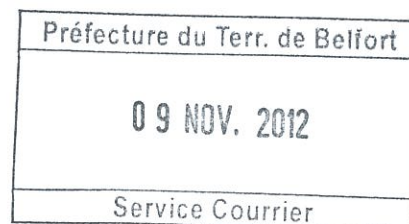
PJ : Dossier programme actions OCMACS.

Le Président soussigné, certifie que la convocation du Conseil Communautaire et le compte rendu de la présente délibération ont été affichés conformément à la législation en vigueur.

**Acte rendu exécutoire après dépôt
en Préfecture le 09 NOV. 2012
Et publication ou notification le 09 NOV. 2012**

Le Président,

Le Président,



PROGRAMME D' ACTIONS DE L'OCMACS COMMUNAUTE DE COMMUNES DU SUD TERRITOIRE

TRANCHE 1

Situation au 14 septembre 2012

Préfecture du Terr. de Bellfort	09 NOV. 2012	Service Courrier
---------------------------------	--------------	------------------

LE PROGRAMME D'ACTION DE TRANCHE 1

- ❖ ACTION 1 : IMPLANTATION D'UNE CONCIERGERIE D'ENTREPRISE
- ❖ ACTION 2 : ETUDE D'UN PLAN DE COMMUNICATION COMMERCIALE
- ❖ ACTION 3 : RENFORCEMENT DE LA SIGNALÉTIQUE
- ❖ ACTION 4 : VALORISATION DE MARCHES DU TERROIR
- ❖ ACTION 5 : DIAGNOSTIC PREALABLE A L'INVESTISSEMENT DES PROFESSIONNELS
- ❖ ACTION 6 : AIDE A LA RENOVATION ET A LA MISE AUX NORMES DES LOCAUX PROFESSIONNELS
- ❖ ACTION 7 : ANIMATION COMMERCIALE COLLECTIVE PORTEE PAR LES 3 UCA
- ❖ ACTION 8 : RECRUTEMENT D'UN ANIMATEUR ECONOMIQUE DEDIE A L'OCMACS

ACTION 1 : IMPLANTATION D'UNE CONCIERGERIE D'ENTREPRISE		<i>investissement</i>
CONSTATS	L'analyse de la consommation réalisée auprès des salariés a montré leur faible consommation sur le territoire. L'un des motifs de non consommation est l'inadéquation entre les horaires de travail et ceux d'ouverture des points de vente. Pour palier ce dysfonctionnement, une réflexion a été menée pour proposer au sein des entreprises les activités commerciales artisanales et de services présentes sur le territoire. L'étude a également fait apparaître un déficit d'information concernant les activités commerciales artisanales et de services qui peuvent être proposées aux salariés et aux entreprises et dans ce cadre, le renforcement de l'information et du partenariat semble nécessaire au développement de l'activité commerciale artisanale et de services et à l'attractivité du territoire. Enfin l'étude a fait apparaître un manque d'utilisation et d'appropriation de l'outil internet par les professionnels, regrettant à cette occasion la faible valorisation de leur activité, ainsi qu'en parallèle une très faible consommation des ménages via internet (4% seulement des dépenses selon les enquêtes consommateurs). A ce stade de la réflexion l'étude de faisabilité complémentaire conduite durant le printemps 2012 a permis de conforter une certain nombre de points validant l'intérêt majeur d'une telle démarche : - Les enquêtes réalisées auprès de 1150 salariés des principales entreprises (1150 sur 2000 emplois industriels environ) ont permis de prendre en compte l'avis de près de 200 salariés (résultats enquêtes jointes dans le dossier annexes) qui, pour environ 1/3 d'entre eux sont intéressés par le service proposé. Les services que les salariés souhaitent utiliser concernent prioritairement la boulangerie et les dépôts de colis ainsi que par ordre décroissant la boulangerie, la petite alimentation ou encore le tabac-presse. - Les entretiens conduits avec les représentants des professionnels également durant le printemps 2012 montrent l'intérêt émis collectivement à la mise en œuvre d'un tel service. - Les partenaires du comité technique, réuni à 6 reprises depuis la fin 2011 ont validé les principaux modes de fonctionnement de la conciergerie allant jusqu'au budget prévisionnel et au portage du projet par une association d'insertion. Outre la poursuite des concertations entre les différents partenaires, la mise en œuvre d'un outil internet permettant la gestion complète du dispositif est rapidement apparue comme un axe prioritaire de la réussite de cette action phare de l'OCMACS. Un cahier des charges des attentes de l'outil informatique a été défini (joint également en annexes) et doit permettre de préciser les attendus techniques d'un tel service. Il est axé sur plus d'une dizaine d'étapes clés, depuis la prise de commande jusqu'à la production d'états mensuels, en passant par la gestion des paiements, des retraits, de l'information des fournisseurs,...	

OBJECTIFS	L'objectif global et collectif de cette action prioritaire de l'OCCMACS consiste à : - Répondre aux attentes des salariés - Capturer de nouveaux consommateurs et limiter l'évasion commerciale - Promouvoir l'offre commerciale artisanale et de services présente sur le territoire - Ouvrir une nouvelle chalandise pour le commerce de proximité - Inciter les professionnels du territoire à adhérer aux UCA et à leurs programmes d'actions - Sensibiliser les professionnels du territoire aux démarches TIC									
CIBLES	Les salariés, les entreprises, la population locale...									
MOYENS / OUTILS	- Création d'une ou de plusieurs conciergerie(s) permettant d'intégrer un point de contact et un référent dans l'entreprise - Portage du projet par un chantier d'insertion déjà pressenti pour l'animation du pôle public de la Gare de Delle - Création d'un site internet dédié mis à disposition de l'association d'insertion. - Paiement par l'entreprise d'un abonnement proportionnel au nombre de salariés - Accès des salariés au site internet de la conciergerie (gestion des commandes, paiements,...) - Communication sur le mode de fonctionnement de la conciergerie (cf action 2) - Organisation de temps d'information des professionnels sur la conciergerie afin de favoriser leur rôle de relais									
INNOVATION	Première expérience de ce type dans le Territoire de Belfort et en Franche Comté Définition partenariale du produit porté par la collectivité au profit de l'activité commerciale et artisanale Complémentarité entre économique et social avec la mobilisation d'une association d'insertion									
MAÎTRE D'OUVRAGE	Communauté de Communes du Sud Territoire (note sur le montage juridique du projet en annexes)									
BUDGET PREVISIONNEL	La subvention sollicitée au titre du FISAC concerne uniquement la création du site internet dédié à la mise en œuvre de la conciergerie. Il est, selon le cahier des charges joint dans le document annexes estimé à un coût de prestation de l'ordre de 17 à 20 000 € HT. Afin d'assurer la pérennité de cet outil, c'est la collectivité qui porte cet investissement. Pour les tranches suivantes le coût de fonctionnement pourrait être équilibré au regard des budgets prévisionnels.									
PLAN DE FINANCEMENT	COUT GLOBAL : 17 à 20 000 € HT (base cahier des charges - sélection du prestataire suite à mise en concurrence) <table><tr><td>FISAC</td><td>30%</td><td>6 000 €</td></tr><tr><td>CC SUD TERRITOIRE</td><td>Reste à charge</td><td>13 000 €</td></tr><tr><td>TOTAL HT</td><td></td><td>20 000 €</td></tr></table>	FISAC	30%	6 000 €	CC SUD TERRITOIRE	Reste à charge	13 000 €	TOTAL HT		20 000 €
FISAC	30%	6 000 €								
CC SUD TERRITOIRE	Reste à charge	13 000 €								
TOTAL HT		20 000 €								
	Conformité de la fréquentation et de l'utilisation du service au regard du budget prévisionnel (budget initial de 4,4 également joint) établi sur la base d'environ 1 client par jour se répartissant sur Grandvillars, Beaucourt et Delle (par jour : 1 consultation, 1 appel au prestataire, 1 déplacement entreprise et livraison).									

OUTILS D'EVALUATION	
COMPLEMENTARITES	Action 2 et 3 concernant la définition et la mise en œuvre du plan de communication qui devra permettre la valorisation du service ainsi proposé au même titre que le renforcement de la signalétique. Action 7 au titre des UCA par la recherche de tarifs favorisant l'adhésion à une UCA.
CALENDRIER	Tranche 1 A adapter en tranches 2 et 3 au titre du fonctionnement, sachant que les prévisions de budget laissent espérer un équilibre financier au titre du fonctionnement L'outil pourrait en outre évoluer à terme vers un site plus large mis à disposition de la population locale

ACTION 2 : ETUDE D'UN PLAN DE COMMUNICATION COMMERCIALE		<i>Fonctionnement</i>
CONSTATS	Les enquêtes de comportement d'achat réalisées auprès de la population locale mais aussi des ménages extérieurs (Suisse, Doubs, Alsace...) indiquent un manque d'information et un déficit d'image flagrant. De plus la Communauté de Communes est un territoire relativement récent, où le sentiment d'appartenance n'est pas encore ancré. C'est pourquoi une communication commerciale ciblée et adaptée pourrait renforcer l'ancrage et l'attractivité des commerçants et artisans du territoire tout en renforçant « sa popularité ». La mise en œuvre d'actions innovantes dans le cadre de l'OCMACS nécessite une communication renforcée et soutenue sur ces nouveaux services proposés, propres à renforcer le dynamisme commercial des professionnels (conciergerie notamment ou encore marchés du terroir). Les bénévoles des associations de commerçants du territoire n'ont pas le temps matériel pour travailler sur des outils et des supports spécifiques de communication et une stratégie de communication commerciale et/ou événementielle doit être un plus pour accentuer l'attractivité commerciale du Sud Territoire.	
OBJECTIFS	Il s'agit globalement de donner envie aux clients potentiels d'aller consommer chez les professionnels du Sud Territoire et de favoriser par l'information et la promotion la fréquentation des commerces, artisans et services. - Valoriser sur le plan commercial le territoire et renforcer l'appartenance territoriale et l'unité des professionnels (commerçants, artisans et prestataires de services) - Captiver de nouveaux consommateurs à la fois sur le Sud Territoire et au-delà - Limiter l'évasion commerciale - Donner de la cohérence à l'ensemble des actions de l'OCMACS grâce à une communication adaptée - Valoriser les actions spécifiques engagées dans le cadre de l'OCMACS et principalement la conciergerie d'entreprises	
CIBLES	La population locale, les salariés, les touristes, les entreprises, les ménages des territoires limitrophes,...	
MOYENS / OUTILS	Lancement d'un appel d'offres pour la sélection d'une agence de communication pour réaliser un plan de communication commerciale axé sur le Sud Territoire, créer les supports visuels correspondant et déterminer la déclinaison commerciale de ces outils afin de faire connaître le Sud Territoire en intervenant sur la proposition : - D'un logo ou d'un identifiant décliné sur le plan commercial, sur la base du logo actuel de la CCST - D'une charte graphique - Définition et création de support de communication de type affiches selon différents modèles, flyers et dépliants selon des modalités identiques aux affiches, adhésifs extérieurs/intérieurs pour les vitrines,... - Valorisation des outils mis à disposition sur le territoire et notamment la création de la conciergerie. - Proposition d'actions événementielles axées sur le volet commercial et réutilisables par les UCA	

INNOVATION	L'association d'une image du Sud Territoire avec une déclinaison pour son équipement commercial, artisanal et de service									
MAITRE D'OUVRAGE	Communauté de Communes du Sud Territoire L'ensemble des associations de commerçants seront étroitement liées à cette action									
BUDGET PREVISIONNEL	Budget d'environ 15 000 € HT selon cahier des charges									
PLAN DE FINANCEMENT	COUT GLOBAL : 15 000 € HT <table><tr><td>FISAC</td><td>40%</td><td>6 000 €</td></tr><tr><td>CC SUD TERRITOIRE</td><td>Reste à charge</td><td>9 000 €</td></tr><tr><td>TOTAL HT</td><td></td><td>15 000 €</td></tr></table>	FISAC	40%	6 000 €	CC SUD TERRITOIRE	Reste à charge	9 000 €	TOTAL HT		15 000 €
FISAC	40%	6 000 €								
CC SUD TERRITOIRE	Reste à charge	9 000 €								
TOTAL HT		15 000 €								
OUTILS D'EVALUATION	La fréquentation des commerces du territoire d'une manière générale et lors d'événements touristiques, culturels et commerciaux. L'évolution de la zone de chalandise et notamment son extension vers les zones limitrophes repérées comme peu présentes au moment de l'étude. L'arrivée de nouvelles enseignes ou le renouvellement de celles qui arrêtent leur activité									
COMPLEMENTARITES	Cette action est transversale et complémentaire à l'ensemble du programme de l'OCMACS et principalement aux actions de valorisation des animations commerciales, de développement de l'activité conciergerie ou encore de valorisation des marchés du terroir.									
CALENDRIER	Tranche 1 pour la mise en œuvre de la prestation Tranche 2 et 3 pour la déclinaison opérationnelle notamment au titre des UCA									

ACTION 3 : RENFORCEMENT DE LA SIGNALÉTIQUE		Investissement
CONSTAT	La signalétique apparaît à travers l'étude comme l'un des points sur lesquels des efforts sont attendus. Ce sentiment étant partagé par les consommateurs et les professionnels. La signalétique doit ici être complémentaire avec les autres actions de promotion de l'offre commerciale artisanale et de services et de valorisation du territoire.	
OBJECTIFS	- Valoriser le territoire et renforcer l'appartenance territoriale - Captier de nouveaux consommateurs - Promouvoir l'offre commerciale artisanale et de services La mise en œuvre de cette communication doit permettre, outre le renforcement du message commercial grâce à l'effet de cumul et de répétition, de donner une cohérence commerciale territoriale grâce à la mise à disposition d'espaces pour les chambres consulaires, les UCA ou individuellement pour les professionnels. Cette action permettra d'obtenir un réel effet de levier au service de l'OCMACS et du développement économique de notre territoire. Il s'agit ici de développer la communication comme facteur d'attractivité économique.	
CIBLES	La population locale (plus de 20 000 habitants), les professionnels, les salariés, les touristes, les entreprises, les personnes de passage... Mission confiée à un prestataire qui sera chargé : - Pour les communes de DELLE et GRANDVILLARS et BEAUCOURT (en seconde tranche?), de réaliser 3 panneaux d'affichage à double face (type « sucettes ») à situer aux endroits stratégiques (voir plan). - Ainsi qu'un panneau dans chaque commune de la communauté de communes, dont la localisation serait définie en partenariat avec les collectivités sur les lieux de passage ou de centralité (voir plans proposés). Cette localisation des sucettes est actuellement en cours de validation au sein des conseils municipaux. Toutes les collectivités accueillent très favorablement cette initiative.	
MOYENS / OUTILS	Le principe retenu serait d'utiliser sur l'une des faces, une partie réservée à l'union des commerçants et sur l'autre face une partie réservée à la promotion individuelle des professionnels. Les 1ers contacts réalisés durant l'été 2012 montrent l'intérêt exprimé par les professionnels d'utilisation de cet outil. Un planning annuel serait réalisé chaque début d'année par la CCST afin de gérer les différentes campagnes à engager. Ce principe repose sur la mise à disposition d'espaces publicitaires aux professionnels et ne peut en aucun cas être assimilé à une vente d'espaces publicitaires. 24 panneaux au total sont prévus dans le cadre de cette action, l'implication de la CCST, qui gardera la propriété des sucettes, devant être le gage de pérennité de cet outil et du bon entretien de ces équipements.	
INNOVATION	Signalétique commune et partagée par l'ensemble des collectivités	
MAITRE	Association d'un message économique des collectivités, des unions commerciales et des chambres consulaires	

D'OUVRAGE																																					
BUDGET PREVISIONNEL	Estimation de 3000 € HT par panneau intégrant les frais de conception, de réalisation et de pose : soit pour la 1 ^{ère} tranche un total pour 24 panneaux de 72 000 € HT. Il convient de rajouter à ce coût d'investissement la valorisation du temps d'intervention des UCA pour la création et l'actualisation de leur message de communication ainsi que le coût de production des affiches publicitaires à la charge des professionnels.																																				
PLAN DE FINANCEMENT	COUT GLOBAL : 83 400 € soit : 72 000 € HT pour l'investissement (fabrication et pose des panneaux) et 11 400 € pour le fonctionnement (comprenant la valorisation du temps d'intervention des UCA dans le cadre de la préparation du message et de son actualisation ; Montant estimé : 1 400 € (20 à 25 campagnes de publicité à raison de 4 heures par campagne soit environ 100 heures de travail. Une heure de smic chargée = 14 € X 100 h soit 1400 € et l'achat des affiches publicitaires à la charge des professionnels (estimation 10 000 €). <table><tr><th colspan="2">DEPENSES</th><th colspan="2">RECETTES</th></tr><tr><th colspan="2">FONCTIONNEMENT</th><th colspan="2">FONCTIONNEMENT</th></tr><tr><td>ENTRETIEN + GESTION DU DISPOSITIF</td><td>11 400.00 €</td><td>COMMERCANTS/ARTISANS (achat des affiches publicité) GESTION COMMUNICATION PAR UCA</td><td>10 000.00 €</td></tr><tr><td>INVESTISSEMENT</td><td></td><td>INVESTISSEMENT</td><td>1 400.00 €</td></tr><tr><td>24 PANNEAUX D'AFFICHAGE (pose incluse)</td><td>72 000.00 €</td><td>CCST (30 %)</td><td>21 600.00 €</td></tr><tr><td></td><td></td><td>ETAT (30 %)</td><td>21 600.00 €</td></tr><tr><td></td><td></td><td>CCI (20 %)</td><td>14 400.00 €</td></tr><tr><td></td><td></td><td>CMA (20 %)</td><td>14 400.00 €</td></tr><tr><td>MONTANT TOTAL</td><td>83 400.00 €</td><td>MONTANT TOTAL</td><td>83 400.00 €</td></tr></table> (*) 30% de l'investissement (**) Les chambres consulaires ont été sollicitées officiellement par la CCST le 17 août 2012 (base 20% de l'investissement) (***) Affiches à la charge des professionnels et gestion de la communication par UCA (coût de fonctionnement)	DEPENSES		RECETTES		FONCTIONNEMENT		FONCTIONNEMENT		ENTRETIEN + GESTION DU DISPOSITIF	11 400.00 €	COMMERCANTS/ARTISANS (achat des affiches publicité) GESTION COMMUNICATION PAR UCA	10 000.00 €	INVESTISSEMENT		INVESTISSEMENT	1 400.00 €	24 PANNEAUX D'AFFICHAGE (pose incluse)	72 000.00 €	CCST (30 %)	21 600.00 €			ETAT (30 %)	21 600.00 €			CCI (20 %)	14 400.00 €			CMA (20 %)	14 400.00 €	MONTANT TOTAL	83 400.00 €	MONTANT TOTAL	83 400.00 €
DEPENSES		RECETTES																																			
FONCTIONNEMENT		FONCTIONNEMENT																																			
ENTRETIEN + GESTION DU DISPOSITIF	11 400.00 €	COMMERCANTS/ARTISANS (achat des affiches publicité) GESTION COMMUNICATION PAR UCA	10 000.00 €																																		
INVESTISSEMENT		INVESTISSEMENT	1 400.00 €																																		
24 PANNEAUX D'AFFICHAGE (pose incluse)	72 000.00 €	CCST (30 %)	21 600.00 €																																		
		ETAT (30 %)	21 600.00 €																																		
		CCI (20 %)	14 400.00 €																																		
		CMA (20 %)	14 400.00 €																																		
MONTANT TOTAL	83 400.00 €	MONTANT TOTAL	83 400.00 €																																		
OUTILS D'EVALUATION	Appréciation portée par les collectivités et les UCA Fréquentation commerciale Origine géographique des nouveaux clients et évolution																																				

COMPLEMENTARITES D'ACTIONS	Il s'agira de décliner le plan de communication commerciale (action 2)
CALENDRIER	Tranche 1 Avec adaptation éventuelle en tranche 2 et 3 en fonction des résultats

ACTION 4 : VALORISATION DE MARCHES DU TERROIR		Fonctionnement
CONSTAT	Plusieurs indicateurs laissent à croire à l'opportunité d'engager des marchés du terroir itinérant : - La faiblesse de l'offre commerciale et artisanale dans certaines communes - Le maintien des tournées aujourd'hui en danger - La nécessité de maintenir des prestations afin de garantir le lien social - Le besoin exprimé d'engager de nouvelles animations - Le renouvellement du marché - La valorisation des produits du terroir - Le partenariat à renforcer entre les professionnels	
OBJECTIFS	- Proposer une offre alternative sur les marchés - Desservir des territoires actuellement dépourvus d'activité commerciale artisanale et de services - Valoriser le territoire et renforcer l'appartenance territoriale - Captiver de nouveaux consommateurs	
CIBLES	La population locale, les touristes, les professionnels	
MOYENS / OUTILS	- Mobilisation des professionnels (en annexe, une 1^{ère} liste de professionnels pressentis pour participer à ces marchés) - Communication relative à l'organisation des marchés sur 3 lieux : Le Plateau, St Dizier L'Evêque, Le Sundgau : Suarce et Rechésy.	
INNOVATION	Une nouvelle offre non sédentaire sur le territoire	
MAÎTRE D'OUVRAGE	Communauté de Communes du Sud Territoire	
BUDGET PREVISIONNEL	Budget comprenant l'acquisition d'encarts publicitaires dans la presse locale annonçant les différents marchés organisés sur la base de 1 marché par semaine les 2 mois d'été et 2 marchés par mois les autres mois : prévision d'une trentaine de d'encarts presse, ainsi que la réalisation d'affiches et de flyers à diffuser auprès des ménages. Bases du budget prévisionnel : - 30 encarts presse à environ 400 € HT l'unité soit un total de 12 000 € HT - 10 000 flyers 210 X 200 mm, recto verso couleur soit 2 000 € HT - 200 affiches A2 couleur soit un total de 300 € HT	

		COUT GLOBAL : 15 000 € HT	
		FISAC	50%
		AUTRES	Reste à charge
		FINANCEURS	7 500 €
		TOTAL HT	15 000 €
Outils d'évaluation	Fréquentation des marchés et évolution de cette fréquentation, Nombre d'exposants, Satisfactions des professionnels et clients		
Complémentarités d'actions	Action complémentaire au plan de communication et à la signalétique (utilisation des supports)		
Calendrier	Tranche 1 A renouveler le cas échéant en tranche 2 et 3		

ACTION 5 : DIAGNOSTIC PREALABLE A L'INVESTISSEMENT DES PROFESSIONNELS				Fonctionnement
CONSTAT	Tout dossier individuel de modernisation doit s'accompagner d'un diagnostic réalisé en amont du projet et faisant des préconisations sur les actions à engager pour développer l'activité de chaque professionnel. Ce dernier devra s'accompagner de préconisations pour la « mise aux normes d'accessibilité et de sécurité ». En effet, la réglementation concernant les travaux d'accessibilité des locaux recevant du public impose la prise en compte de différents critères tant en terme de normes à respecter que de conseils nécessaires en vue de la réalisation de travaux optimum. La qualité des conseils en amont du projet et au regard de la solution envisagée peuvent avoir des conséquences fortes sur la décision de réalisation ou non du projet par le professionnel.			
OBJECTIFS	- Valider les projets d'investissement du chef d'entreprise tout en lui apportant d'autres pistes d'amélioration éventuelles. - Permettre la réalisation de l'accessibilité des locaux professionnels dans les meilleures conditions - Veiller à la cohérence entre les préconisations faites lors du pré-diagnostic, les devis présentés au comité d'attribution et les factures après travaux. - Soumettre en amont aux membres du comité d'attribution (notamment les financeurs) une fiche de synthèse du pré diagnostic. - Mettre en place une évaluation des pré-diagnostic par rapport à ce qui a été préconisé et à la nature des travaux et réaliser cette évaluation après le commentaire en entreprise à réaliser par les chambres consulaires.			
CIBLES	Les professionnels, la population locale, les salariés, les touristes, les entreprises			
MOYENS / OUTILS	Réalisation par les Chambres consulaires d'un diagnostic préalable à la modernisation des points de vente intégrant également un avis sur les préconisations de mise aux normes d'accessibilité, et selon le cahier des charge validé par la DIRECCTE avec : - Réalisation d'un diagnostic commenté en entreprise, - Rédaction d'une synthèse adressée aux membres du comité de pilotage - Présentation des constatations au comité de pilotage statuant sur les demandes et avis sur la conformité du projet aux préconisations du diagnostic. - Préconisations pour la mise aux normes d'accessibilité et de sécurité. Le projet de règlement d'application joint précise les priorités fixées pour la 1^{ère} tranche de cette opération ainsi que les taux de subvention correspondants reflétant ce niveau de priorité : accessibilité des locaux professionnels, traitement des façades commerciales, aménagement intérieur des locaux et véhicules de tournées, outil de production.			
INNOVATION	Systématiser la prise en compte d'un avis sur les conditions de mise en accessibilité et de sécurité des locaux concernés par une demande de subvention. Lier le niveau de l'intervention financière sur l'ensemble des travaux au respect de l'avis sur le thème de la mise aux norm			13

	de l'accessibilité des locaux professionnels Opter pour des matériaux et des techniques innovants.																	
MAITRE D'OUVRAGE	Entreprises à titre individuel																	
BUDGET PREVISIONNEL	10 000 € HT correspondant à 20 diagnostics préalables à la modernisation																	
PLAN DE FINANCEMENT	COUT GLOBAL : 10 000 € HT <table><tr><td>FISAC</td><td>25%</td><td>2 500 €</td></tr><tr><td>CCI / CMA</td><td>25%</td><td>2 500 €</td></tr><tr><td>CCST</td><td>25%</td><td>2 500 €</td></tr><tr><td>Professionnel</td><td>Reste à charge</td><td>2 500 €</td></tr><tr><td>TOTAL HT</td><td></td><td>10 000 €</td></tr></table>			FISAC	25%	2 500 €	CCI / CMA	25%	2 500 €	CCST	25%	2 500 €	Professionnel	Reste à charge	2 500 €	TOTAL HT		10 000 €
FISAC	25%	2 500 €																
CCI / CMA	25%	2 500 €																
CCST	25%	2 500 €																
Professionnel	Reste à charge	2 500 €																
TOTAL HT		10 000 €																
OUTILS D'EVALUATION	Nombre de locaux professionnels ayant bénéficié du diagnostic. Satisfaction des professionnels sur la qualité des conseils en amont. Satisfaction des services de l'Etat sur la qualité des réalisations. Fréquentation des commerces. Satisfaction des consommateurs.																	
COMPLEMENTARITES D'ACTIONS	Démarche préalable indispensable en amont de la modernisation des points de vente Le suivi de l'avis formulé par le diagnostic conditionnera le taux de subvention retenu en faveur du projet																	
CALENDRIER	Tranche 1 Renouvelable et le cas échéant adaptable en tranches 2 et 3																	

ACTION 6 : AIDE A LA MISE AUX NORMES ET A LA RENOVATION DES LOCAUX PROFESSIONNELS		<i>Investissement</i>
CONSTATS	En 2015 les points de vente devront être accessibles aux personnes handicapées. Dans ce cadre les professionnels devront engager des travaux de mise aux normes de leurs locaux d'activité. De plus le renforcement de l'attractivité du territoire devra également s'accompagner par un embellissement des vitrines et des façades. Compte tenu du volontariat, il serait également prévu de prendre en compte l'aménagement de locaux et l'amélioration de l'outil de travail des entreprises.	
OBJECTIFS	- Faciliter et poursuivre la mise aux normes et la modernisation des entreprises commerciales artisanales et de services en place. - Renforcer de manière significative l'attractivité externe et interne points de vente.	
CIBLES	Les professionnels, la clientèle potentiellement concernée	
MOYENS / OUTILS	◆ Mise en place de moyens financiers incitatifs basés sur la participation financière du FISAC et des autres partenaires financiers potentiels (Communauté de Communes). ◆ Le diagnostic préalable devra préciser la liste des préconisations de travaux nécessaires à la mise aux normes d'accessibilité et de sécurité des locaux professionnels. Afin d'inciter à une mise en œuvre totale d'accessibilité des locaux, enjeu important de l'opération, un taux majoré de subvention sera appliqué pour atteindre 40%. ◆ Durant la 1^{ère} tranche seraient pris en compte l'ensemble des professionnels à l'exception des auto entrepreneurs créés il y a moins d'un an (cf projet de règlement intérieur). ◆ animateur pour assurer les prestations et les missions suivantes : - publicité et réunions d'informations sur l'OCMACS. - Prise de contact auprès des entreprises éligibles à l'OCMACS. - Lancement des procédures d'audit préalables (chambres consulaires). - Montage du dossier de demande de subvention. - Animation du groupe de pilotage de l'OCMACS. - Suivi des projets et des financements accordés	
INNOVATION	◆ Un taux de subvention selon les priorités rappelées dans le règlement d'application de tranche 1	

MAITRE D'OUVRAGE	Entreprises à titre individuel															
BUDGET PREVISIONNEL	300 000 € HT environ de travaux éligibles pour environ 15 entreprises concernées (sur la base d'une durée de tranche 1 de 12 mois et d'un périmètre opérationnel validé au moment du dépôt du dossier) 20 000 € HT de travaux en moyenne par projet Le projet de règlement d'application joint précise les priorités fixées pour la 1^{ère} tranche de cette opération ainsi que les taux de subvention correspondants reflétant ce niveau de priorité : accessibilité des locaux professionnels (40%), traitement des façades commerciales (30%), aménagement intérieur des locaux et véhicules de tournées (30%), outil de production (20%).															
PLAN DE FINANCEMENT	COUT GLOBAL : 300 000 € HT <table><tr><td>FISAC</td><td>10 à 20% (1)</td><td>45 000 €</td></tr><tr><td>CCST</td><td>10 à 20% (1)</td><td>45 000 €</td></tr><tr><td>Professionnel</td><td>Reste à charge</td><td>210 000 €</td></tr><tr><td>TOTAL</td><td></td><td>300 000 € HT</td></tr><tr><td></td><td colspan="2">Cf (1) projet règlement</td></tr></table>	FISAC	10 à 20% (1)	45 000 €	CCST	10 à 20% (1)	45 000 €	Professionnel	Reste à charge	210 000 €	TOTAL		300 000 € HT		Cf (1) projet règlement	
FISAC	10 à 20% (1)	45 000 €														
CCST	10 à 20% (1)	45 000 €														
Professionnel	Reste à charge	210 000 €														
TOTAL		300 000 € HT														
	Cf (1) projet règlement															
OUTILS D'EVALUATION	Satisfaction des professionnels et des clients Fréquentation des locaux															
COMPLEMENTARITES D'ACTIONS	Diagnostic préalable à la modernisation des entreprises intégrant les préconisations « mise aux normes d'accessibilité ».															
CALENDRIER	Tranche 1 Renouvelable et le cas échéant adaptable en tranches 2 et 3															

ACTION 7 : ANIMATION COMMERCIALE COLLECTIVE PORTEE PAR LES 3 UCA		Fonctionnement
CONSTAT	Actuellement l'association Delle Joncherey organise régulièrement des animations. L'association de Beaucourt est également active. A l'inverse, faute de reprenneur pour la présidence, l'association de Grandvillars était depuis quelques années en sommeil et commence seulement à se remobiliser. Il faut noter que ces structures ont déjà eu l'occasion de travailler ensemble pour l'organisation de manifestations telles que le défilé de mode. De plus certains professionnels installés notamment dans des petites communes ne se sont pas fédérés. Ces derniers souhaiteraient pourtant participer à des animations et adhérer à une structure associative.	
OBJECTIFS	- Remobiliser les professionnels et élargir aux professionnels notamment des autres communes, - Redéfinir le travail des UCA, favoriser le dialogue et renforcer la collaboration entre les associations entre elles et les autres partenaires - Proposer des actions d'animations innovantes et répondant aux attentes des consommateurs.	
CIBLES	Les professionnels, La population locale, les touristes,	
MOYENS / OUTILS	- Mobilisation des professionnels des 3 UCA sur une animation commerciale réalisée sur une même période, - Plan de communication commun conduit à l'échelle des 3 UCA et valorisant ce temps fort d'animation et de communication commerciale - Recherche d'un titre commun et fédérateur du type « fête commerciale du printemps au Sud Territoire » ou « Le Sud Territoire fête Noël ».	
INNOVATION	Une manifestation conjointe des 3 UCA, sur un même thème, à un même moment et à l'échelle de l'ensemble de l'intercommunalité	
MAÎTRE D'OUVRAGE	Chaque UCA sera maître d'ouvrage de l'animation sur son territoire	
BUDGET PREVISIONNEL	<i>La communication (à la fois sur le territoire CCST et en dehors – suisses, alsaciens notamment) sur ces deux animations collectives sera la base de cette action : achat d'encarts presse, réalisation d'affiches, achat d'espaces radio</i> <i>Un budget de l'ordre de 5 000 € HT à répartir entre les 3 UCA, chaque UCA restant maître d'ouvrage de l'animation réalisée sur son territoire et du paiement de sa quote-part de la communication.</i>	

PLAN DE FINANCEMENT	COUT GLOBAL : 5 000 € HT				
	FISAC	50%		2 500 €	
	Chaque UCA	40%		2 000 €	
	CCST	10%		500 €	
	TOTAL			5 000 €	
OUTILS D'EVALUATION	Satisfaction des bureaux des UCA sur ce travail concerté Fréquentation des manifestations par rapport aux animations « traditionnelles »				
COMPLEMENTARITES D' ACTIONS	Afin de renforcer l'adhésion des professionnels aux UCA, il sera recherché une complémentarité avec l'action 1 « conciergerie » en proposant par exemple des tarifs différents suivant l'adhésion éventuelle à une UCA. Le cahier des charges de l'action 2 plan de communication commerciale, intégrera le souhait qu'une réflexion soit portée pour la définition d'une action innovante en tranche 2				
CALENDRIER	Tranche 1 pour une première animation portée à l'échelle du territoire intercommunal A adapter en tranches 2 et 3				

ACTION 8 : RECRUTEMENT D'UN ANIMATEUR ECONOMIQUE DEDIE A L'OCMACS		Fonctionnement
CONSTAT	Le bon déroulement et la réussite du dispositif résultera de son animation. Il semble don incontournable à la Communauté de Communes du Sud Territoire au vu du programme ambitieux de recruter un animateur. Ce dernier sera chargé de coordonner les actions et le suivi de l'opération et d'impulser la dynamique nécessaire à la bonne marche de l'opération.	
OBJECTIFS	L'animateur chargé de la mise en œuvre et du suivi de l'opération doit permettre de poursuivre la mobilisation liée à l'opération dans les meilleures conditions avec pour objectifs : - Animer et coordonner les actions lancées dans le cadre de l'opération et dans le respect des objectifs fixés dans le programme d'actions, - Rechercher et suivre les financements et la réalisation des budgets programmés, - Animer et assurer la préparation, l'animation et le suivi des différents groupes de pilotage mis en place (groupe de pilotage, comité d'attribution, groupe de travail thématiques), - Mobiliser les acteurs de l'opération sur des objectifs à la fois ambitieux et réalistes, - Mutualiser les expériences, - Impulser une dynamique notamment au niveau de la mobilisation collective et de l'UCIA. - Assurer l'information des professionnels et le montage des demandes de financement pour les professionnels et assister le maître d'ouvrage et les associations de commerçants. Il sera en outre recherché le renforcement des partenariats avec l'ensemble des intervenants.	
CIBLES	Les professionnels, les partenaires et les financeurs,	
MOYENS / OUTILS	Recrutement d'un animateur économique chargé du bon déroulement de l'OCMACS sur la base d'un temps plein	
INNOVATION	Mise à disposition collective et individuelle d'un interlocuteur pour les commerçants, artisans et prestataires de services	
MAITRE D'OUVRAGE	Communauté de Communes du Sud Territoire	
BUDGET PREVISIONNEL	Sur la base d'un temps plein durant une année, une dépense de l'ordre de 45 000 €	
PLAN DE FINANCEMENT	COUT GLOBAL : 45 000 € comprenant salaire et charges sur 1 an	
	FISAC	forfait
	CC SUD TERRITOIRE	Reste à charge
	TOTAL	45 000 €

19

17

OUTILS D'EVALUATION	Taux et délais de réalisation des fiches actions FISAC. Satisfaction de l'ensemble des partenaires.
COMPLEMENTARITES D' ACTIONS	L'implication de l'animateur FISAC doit se faire au titre de l'ensemble des actions conduites tant dans le cadre des actions financées par l'OCMACS que des actions hors FISAC. C'est le gage de la transversalité du dossier FISAC.
CALENDRIER	Tranche 1 Renouvelable tranches 2 et 3