



# LA COMMISSION D'ORIENTATION DU COMMERCE DE PROXIMITÉ

dgcis

direction générale de la compétitivité  
de l'industrie et des services

# LA COMPOSITION

- **Les organisations professionnelles représentatives du commerce,**
- **Le Président de l'Association des Maires de France,**
- **Le Président de l'Association des Régions de France,**
- **Le Président de l'Association des Départements de France,**
- **Le président de l'assemblée des chambres de commerce et de l'industrie,**
- **Le Président de l'assemblée des chambres de métier et d'artisanat,**
- **Les enseignes du commerce : Casino et Carrefour.**



# LE FONCTIONNEMENT

- **La Présidence de cette commission est assurée par Mme Aline PEYRONNET, chef de service en charge du commerce, de l'artisanat et des services à la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services.**
- **Le secrétariat est pris en charge par le chef du bureau des activités artisanales et commerciales du service du commerce, de l'artisanat et des services à la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services.**



# LES MISSIONS

- Elle est chargée de mettre en place et d'observer les indicateurs du commerce, d'analyser les évolutions, de les diffuser, d'accompagner l'impulsion des actions collectives et d'encourager les méthodes innovantes qui ont montré leur efficacité.
- Elle est l'instance de concertation technique entre les services de l'Etat, le réseau consulaire (ACFCI et APCM) et les experts et professionnels des secteurs concernés.



# LES MISSIONS

- Elle formule auprès du Conseil Stratégique des recommandations de bonnes pratiques en matière de conception, de réalisation ou d'évaluation de projets (en particulier l'examen des réponses aux quatre appels à projets).
- Elle est composée d'une commission plénière et de commissions thématiques selon les travaux et les études à mener.





# LE CONSEIL STRATEGIQUE DU COMMERCCE DE PROXIMITE

dgcis

direction générale de la compétitivité  
de l'industrie et des services

# LES MEMBRES

- **M Gérard CORNU, sénateur d'Eure-et-Loir a été désigné par le président du Sénat**
- **M. Bernard REYNES, député de la XVème circonscription des Bouches-du-Rhône a été désigné par le président de l'Assemblée nationale**
- **M. Jean-Claude FLORY, maire de Vals-les-Bains (Ardèche)**
- **M. Nicolas FORISSIER, maire de La Châtre (Indre)**  
**ont été désignés par le ministre en charge commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services**



# LES MEMBRES

Ont été nommés par le ministre en charge commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services en qualité de personnalités qualifiées en matière d'activités de proximité:

- **M. Alfredo JULIO**, président de l'association “ la Ronde des quartiers ”
- **M. André MARCON**, président de la chambre de commerce et d'industrie d'auvergne,
- **M. Jacques MARSEILLE**, professeur des Universités, Paris I, Panthéon Sorbonne,
- **M. Michaël POUZENC**, maître de conférence à l'université de Toulouse le Mirail, département “ Géographie et aménagement ”.

Désignée par le Conseil national de la consommation

- **Mme Alicia GIRARDIN**, Indecosa CGT est représentante des associations de consommateurs



# LES MEMBRES

- **Au titre des représentants de l'Etat**
- **M. Pascal MIGNEREY**, conseiller à la délégation interministérielle à l'aménagement et à la compétitivité des territoires siègera au titre du Ministère de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de l'aménagement du territoire
- **M. Guillaume CHANLAIR**, sous-directeur à la délégation interministérielle à la Ville représentera le ministre du travail, des relations sociales, de la famille, de la solidarité et de la ville
- **Mme Dominique BONNANS**, chef de la division " commerce " à la direction générale de l'INSEE siègera au titre du Ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi,
- **Mme Thérèse MARCHAND**, sous-directrice à la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes représentera le ministre chargé de l'industrie et consommation



# LES MEMBRES

**Au titre du Ministre chargé du commerce, artisanat, petites et moyennes entreprises, tourisme et services :**

- **Mme Aline PEYRONNET**, chef de service « service tourisme, commerce, artisanat et services » à la direction générale de la compétitivité et des services
- **M. Alain SCHMITT**, chef de service en charge de la compétitivité des entreprises, petites et moyennes entreprises (PME) à la direction générale de la compétitivité et des services
- **M. Pierre BRUNHES**, sous-directeur en charge du commerce de l'artisanat et des professions libérales à la direction générale de la compétitivité et des services



# LE FONCTIONNEMENT

- **Le secrétariat du Conseil sera assuré par le chef du bureau des activités artisanales et commerciales à la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services.**



# LES MISSIONS

- **Le Conseil émet des avis et des recommandations relatifs aux politiques publiques de soutien en faveur du commerce de proximité, sur la base des travaux réalisés par la Commission d'orientation**
- **Il peut être consulté par le ministre chargé du commerce sur toute mesure propre à soutenir et à promouvoir la création, la transmission et le développement des entreprises de proximité,**



# LES MISSIONS

- **Il prend appui sur les informations qui lui sont fournies par les services de l'Etat, par le réseau consulaire (ACFCI et APCM) et les professionnels du secteur**
- **Le président peut appeler à participer aux travaux du conseil stratégique toute personne dont il juge la présence utile compte tenu de l'ordre du jour.**





# LES APPELS A PROJETS

dgcis

direction générale de la compétitivité  
de l'industrie et des services



# LES APPELS A PROJETS : LANCEMENT DE 4 APPELS NATIONAUX A PROJETS SUR DES PROJETS INNOVANTS ET RASSEMBLEURS



## Les quatre appels à projets:

- **commerce et nouvelles technologies de l'information,**
- **commerce et services connexes,**
- **commerce et environnement,**
- **commerce et accessibilité.**



# LES OBJECTIFS

**Un triple objectif pour l'ensemble des 4 appels à projets :**

- **collecter les bonnes pratiques mises en œuvre,**
- **en faire une liste et une analyse sommaire,**
- **valoriser et diffuser les exemples intéressants.**



# LA PROCEDURE

- **Le dossier de publication (avis et cahier des charges) de l'appel à projet « commerce et nouvelles technologies de l'information » sera prochainement diffusé et sera mis en ligne sur le site [pme.gouv.fr](http://pme.gouv.fr)**
- **Les trois autres appels seront publiés ultérieurement.**



# LA PROCEDURE

- **La procédure en trois temps :**
- **1 - les dossiers de candidatures seront déposés, par une collectivité territoriale, une chambre consulaire ou une entreprise, auprès des chambres consulaires (CRCI et CRM) ou auprès des organisations professionnelles dont la liste figurera sur l'avis : ces organismes vérifieront la conformité des dossiers de candidatures.**



# LA PROCEDURE

- **2 - les projets seront examinés par un organisme de première instruction : soit par un comité régional de sélection composé du DRCA, d'un représentant d'une CRCI et d'une CRM, soit par une organisation professionnelle. Ils émettront un avis sur les projets avant leur transmission à la DGCIS.**



# LA PROCEDURE

- **3 - Examen par la Commission d'orientation du commerce de proximité en deux étapes : analyse et avis en commission thématique puis « labellisation » en séance plénière.**



# LES CRITERES DE SELECTION

- **caractère innovant et reproductible de la bonne pratique,**
- **inscription de cette pratique dans un projet global de développement du commerce,**
- **partenariats mis en œuvre,**
- **résultats obtenus ou attendus et perspective de développement.**



# LES CATEGORIES

- **Les projets présentés peuvent relever des deux catégories suivantes :**
  - ✓ **projets déjà mis en œuvre dont on peut constater les résultats effectifs,**
  - ✓ **projets en cours d'élaboration.**



# LE CALENDRIER

- **lancement du 1er appel à projet sur les TIC : juin 2009**
- **début de la procédure d'instruction : septembre 2009,**
- **analyse et avis de la commission thématique dédiée au sein de la commission d'orientation : décembre 2009**
- **« labellisation » par la commission d'orientation : début 2010**
- **bilan de l'appel à projet : courant 2010**
- **lancement des trois autres appels à projets: du dernier trimestre 2009 au deuxième trimestre 2010**



# LE FINANCEMENT

- **Les projets retenus pourront bénéficier d'un financement spécifique et prioritaire favorisant leur mise en place et leur évaluation, dans le cadre du droit commun régissant les modalités d'intervention du FISAC (inscription dans le cadre d'opérations territoriales, actions éligibles).**
- **Certains des projets labellisés plus particulièrement innovants et encore au stade de la conception pourront bénéficier d'un financement spécifique.**





# LE FONDS D'INTERVENTION POUR LES SERVICES, L'ARTISANAT ET LE COMMERCE (FISAC)

dgcis

direction générale de la compétitivité  
de l'industrie et des services

- **Création le 31 décembre 1989 pour favoriser le maintien des services commerciaux et artisanaux de proximité dans les zones rurales et dans les zones urbaines fragilisées par les évolutions économiques et sociales.**



# FINANCEMENT

- Depuis la loi de finances pour 2003, le produit de la TACA, de la TASCOM depuis la loi de modernisation de l'économie est affecté au budget général de l'Etat.
- La gestion des dotations relatives au FISAC sont déléguées au Régime Social des Indépendants (RSI).



# OPERATIONS TERRITORIALES

- **Versement de subventions aux collectivités territoriales pour des actions de fonctionnement et des actions d'investissement.**
- **Versement de subventions à des entreprises économiquement viables.**
- **Plusieurs partenaires participent à leur financement.**



# OPERATIONS NATIONALES

- **Actions de développement économique des chambres de métiers et de l'artisanat.**
- **Pôles d'innovation de l'artisanat.**
- **Indemnisation des commerçants et artisans sinistrés et aides aux départs.**
- **Financement de l'Etablissement public d'aménagement et de restructuration des espaces commerciaux et artisanaux (EPARECA).**



# LE FISAC de 1992 à 2007

- **11 626 opérations financées et 924 M€ de subventions attribuées.**
- **6 978 opérations rurales pour un montant de 238 M€ et 3 702 opérations urbaines pour un montant de 385 M€**
- **187 M€ pour les actions de développement économique des Chambres de métiers et de l'artisanat.**
- **114 M€ pour des opérations diverses (études, biens culturels, opérations spécifiques nationales).**



# UNE ÉVALUATION PROBANTE

- **Les aides aux entreprises (opérations rurales individuelles) :** taux de survie de 93,4 % 3 ans après les aides et 91 % 5 ans après.
- **Les aides accordées dans le cadre d'opérations collectives :** capacité d'adaptation du FISAC qui est un élément fédérateur, a un effet d'entraînement et contribue à structurer l'organisation commerciale.
- **Le FISAC n'est pas un « outil miracle » mais un outil d'accompagnement et d'impulsion.**



# LOI DE MODERNISATION DE L'ECONOMIE

## Article 100 de la LME - 2 décrets et 1 arrêté.

- **Renforcement de l'action du FISAC en orientant prioritairement ses interventions : milieu rural, halles et marchés, quartiers prioritaires de la politique de la ville.**
- **Possibilité de mobilisation dans le cas de circonstances exceptionnelles.**
- **Eligibilité des commerçants non sédentaires.**
- **Prise en charge d'une partie des intérêts d'emprunts des communes exerçant leur droit de préemption.**
- **Plafond de chiffre d'affaires annuel hors taxes des entreprises éligibles augmenté (de 0,8 M€ à 1 M€).**



# LOI DE MODERNISATION DE L'ECONOMIE

- **Champ des opérations individuelles en zone rurale élargi (de 2 000 à 3 000 habitants).**
- **Taux maximum de financement des investissements et aides directes aux entreprises majorés.**
- **Délai de carence réduit (de 5 à 2 ans).**
- **Un second arrêté met en place un dispositif harmonisé d'aides directes aux entreprises.**
- **Une circulaire d'application après la parution de cet arrêté.**



# CONCLUSION

**Le FISAC permet un meilleur exercice et développement des activités commerciales, artisanales et de services notamment dans les zones prioritaires définies par la loi de modernisation de l'économie.**

**La réforme a été bien reçue par les collectivités territoriales et les entreprises qui se mobilisent.**

**Les crédits du FISAC sont plus fortement sollicités.**



## Commerce de proximité

## Approches statistiques

Division Commerce

Mai 2009





## Le commerce de proximité : des perceptions différentes

- ✓ 43% des Français ont le sentiment qu'autour d'eux il y a moins de commerces de proximité qu'il y a 5 ans
- ✓ Un Français sur quatre a le sentiment d'une augmentation



## Le commerce de proximité : des perceptions différentes

- ✓ 43% des Français ont le sentiment qu'autour d'eux il y a moins de commerces de proximité qu'il y a 5 ans
- ✓ Un Français sur quatre a le sentiment d'une augmentation

Le sentiment qu'il y a une baisse des commerces de proximité varie selon :

- ✓ la localisation : 51% en zone rurale, contre 39% à Paris
- ✓ l'âge : 60% pour les Français de 70 ans et plus, contre 30% pour les moins de 35 ans

# Le commerce de proximité : spontanément, c'est quoi ?

- ✓ des commerces : la boulangerie, l'épicerie, la boucherie, la pharmacie ...
- ✓ et des services : le café-tabac, La Poste, le salon de coiffure, ...

Tout ce qui permet de vivre au quotidien, sans voiture

# Le commerce de proximité : spontanément, c'est quoi ?

## Des notions subjectives

- ✓ des commerces : la boulangerie, l'épicerie, la boucherie, la pharmacie ...
- ✓ et des services : le café-tabac, La Poste, le salon de coiffure, ...
- ✓ une fonction de "ravitaillement minimal" ou de "dépannage"
- ✓ une proximité géographique mais aussi relationnelle
- ✓ la notion implicite d'animation des quartiers

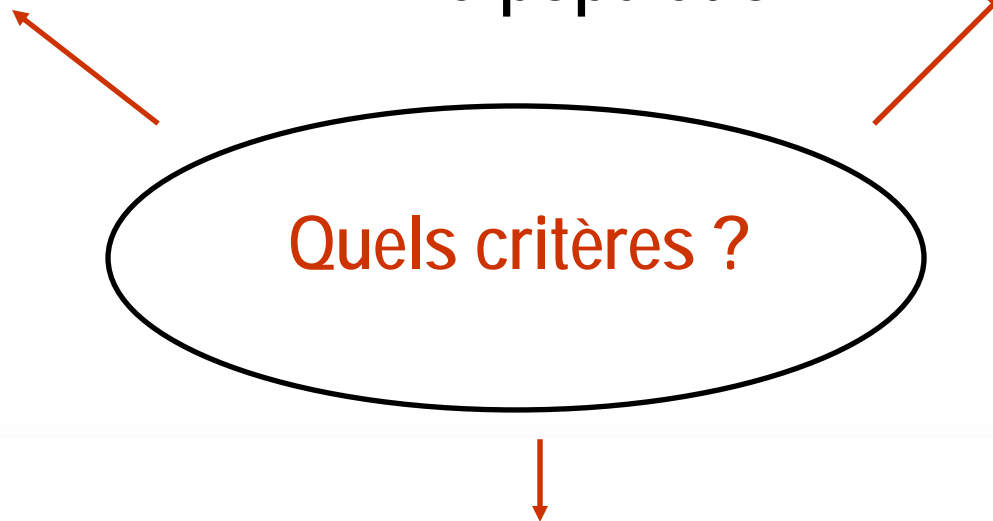
Tout ce qui permet de vivre au quotidien, sans voiture



# Comment définir le commerce de proximité ?

Le secteur d'activité

L'implantation des commerces  
par rapport à la localisation de  
la population



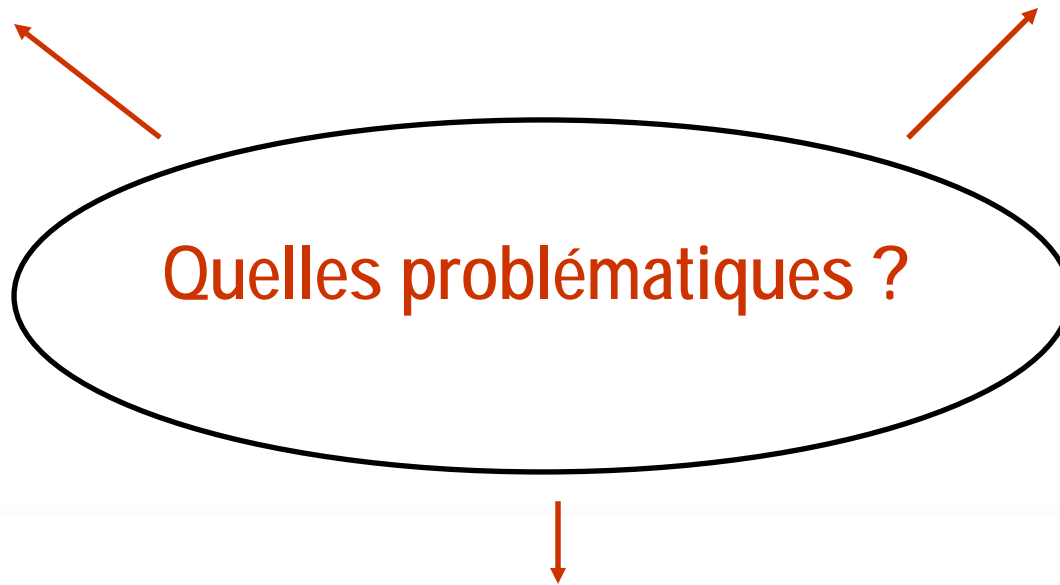
L'implantation d'un commerce par rapport à celle de ses  
concurrents et à la localisation de la population



# Ce que l'on cherche à savoir sur le commerce de proximité

Une photographie

Un film (évolution sur 30 ans ?)



Les dynamiques (le renouvellement des commerces, les performances, ...)



Pour avancer, il faudra nécessairement répondre à ces questions...

En attendant, que nous apprennent les sources disponibles à l'Insee ?



# Le commerce de proximité, pour la statistique, c'est quoi ?

La notion de proximité est absente de la nomenclature d'activités – exemple du commerce de détail

Commerce de détail en magasin non spécialisé	Commerce de détail en magasin spécialisé	Commerce de détail hors magasin
Alimentaire : épiceries ...hypermarchés	Alimentaire : primeurs, poissonneries, ...	VPC, ventes sur éventaires et marchés, ...
Non alimentaire : grands magasins, bazars	Non alimentaire : habillement, meubles, fleurs, ...	



## Une première approche par les secteurs d'activité

### **Les activités susceptibles de définir la proximité**

L'artisanat commercial, les alimentations générales, les supérettes, les commerces alimentaires spécialisés, les magasins populaires, les pharmacies

Les ventes sur éventaires et marchés, la réparation d'articles personnels et domestiques

Certains services ? Des activités du commerce et réparation automobile ?



## Une première approche par les secteurs d'activité

Les activités susceptibles de définir la proximité	Les limites
L'artisanat commercial, les alimentations générales, les supérettes, les commerces alimentaires spécialisés, les magasins populaires, les pharmacies	Toutes les activités peuvent être localisées en centre-ville (proximité pour les habitants du quartier) ou en périurbain (par exemple en centre commercial)
Les ventes sur éventaires et marchés, la réparation d'articles personnels et domestiques	Quid de la VPC ?
Certains services ? Des activités du commerce et réparation automobile ?	



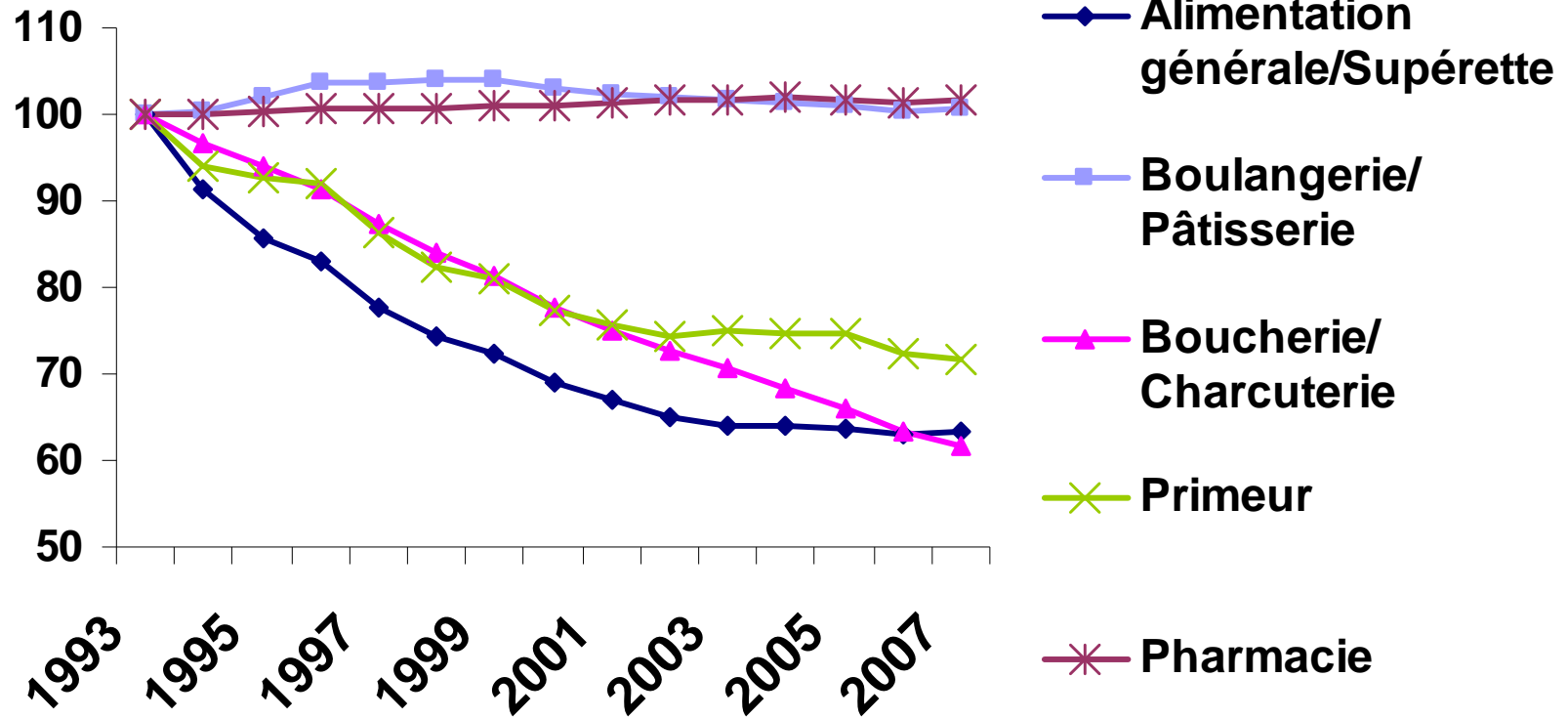
# Moindre baisse récente du nombre d'établissements dans certaines activités

	Nombre en milliers	Évolution annuelle moyenne en %	
	2007	1993-1999	1999-2007
Alimentations générales / supérettes	25,7	- 5,3	- 1,7
Primeurs	5,7	- 3,5	- 1,5
Pharmacies	23,1	+ 0,2	+ 0,1
Boulangeries / pâtisseries	52,0	+ 0,6	- 0,4
Boucheries / charcuteries	24,6	- 3,4	-3,4



# Stabilisation du nombre d'alimentations générales/supérettes et de primeurs depuis 5 ans

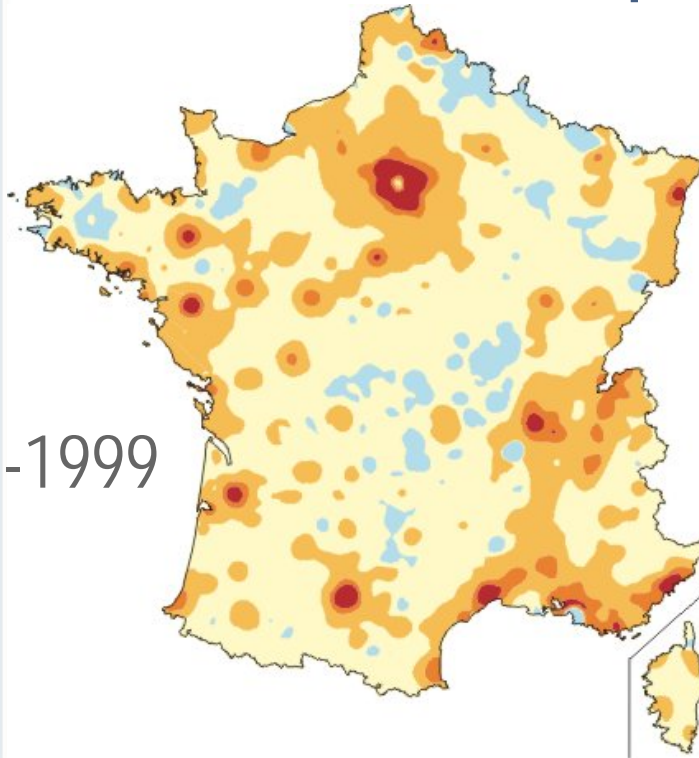
Base 100  
en 1993





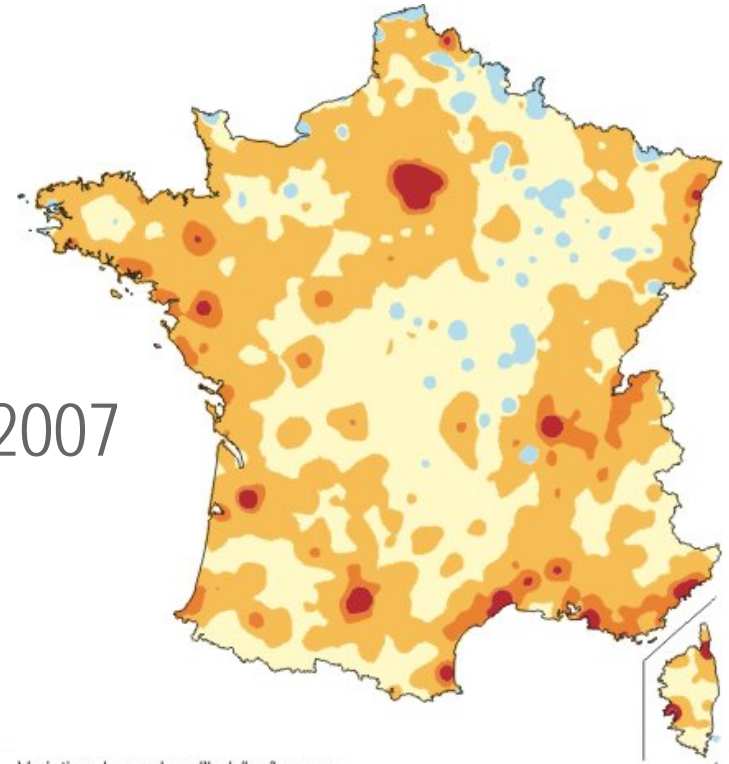
# La nécessité de tenir compte de la localisation de la population

1982-1999



Variation du nombre d'hab/km<sup>2</sup> par an  
■ 5 et plus ■ 2 à 5 ■ 0,2 à 2 ■ -0,2 à 0,2 ■ moins de -0,2

1999-2007



Variation du nombre d'hab/km<sup>2</sup> par an  
■ 5 et plus ■ 2 à 5 ■ 0,2 à 2 ■ -0,2 à 0,2 ■ moins de -0,2

Stagnation de la population  
des espaces ruraux

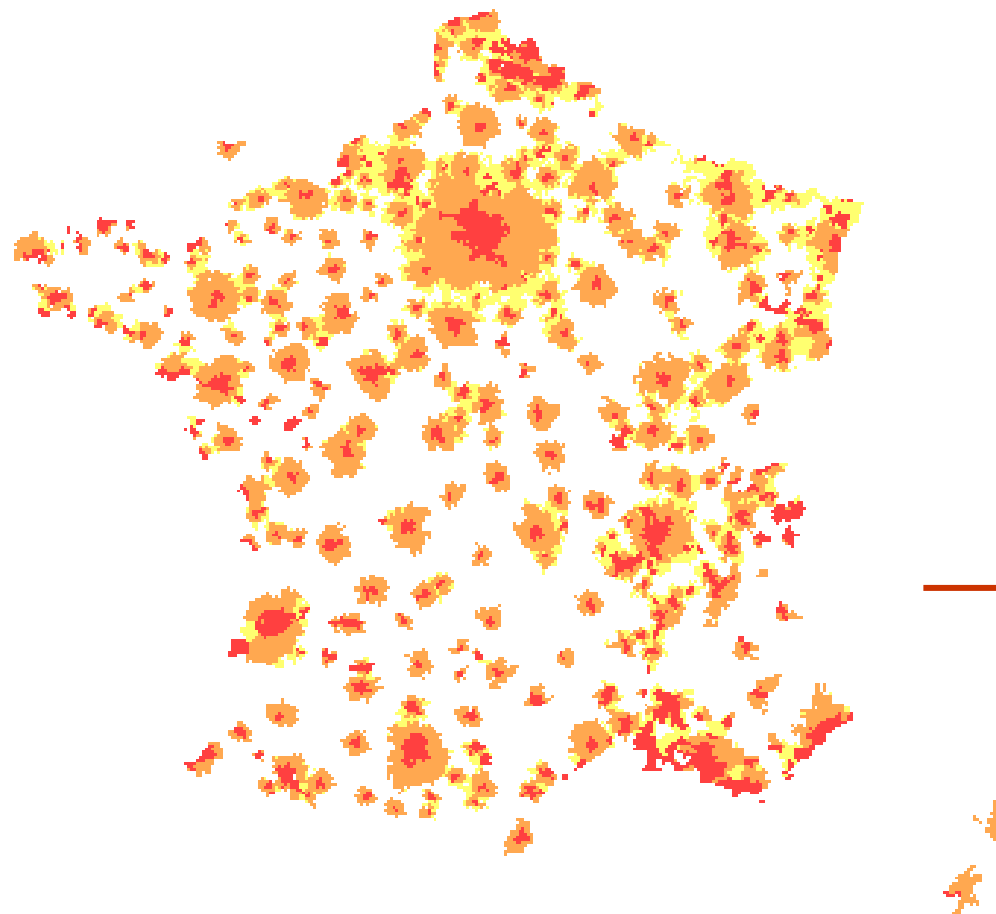
Croissance retrouvée des espaces  
ruraux et des grandes villes





p. 14



# La nécessité de tenir compte de la localisation de la population

Un découpage du territoire selon le zonage en aires urbaines



-  Pôle urbain
-  Commune monopolarisée
-  Commune multipolarisée
-  Commune de l'espace à dominante rurale

urbain

rural

Source : Insee



## Nombre d'établissements par habitant : des écarts entre urbain et rural, variables selon l'activité

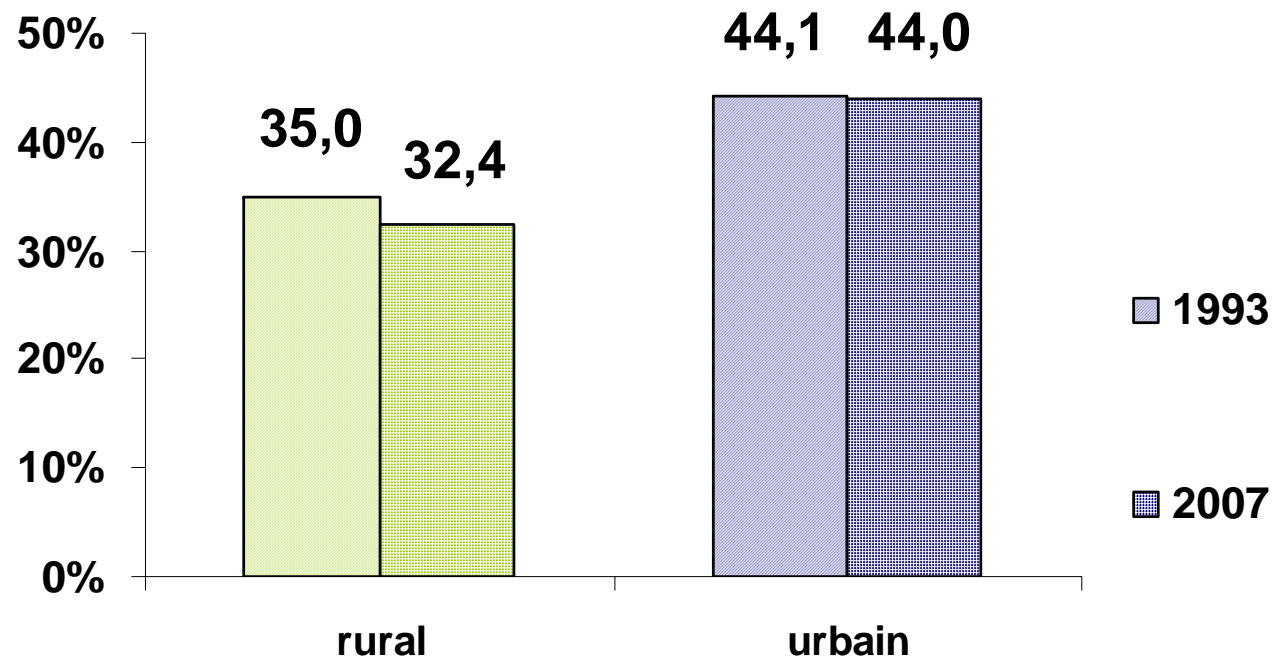
Nombre d'établissements pour 10 000 habitants en 2007	rural	urbain
Boulangeries / pâtisseries	11,9	7,7
Boucheries / charcuteries	5,8	3,6
Alimentations générales / supérettes	5,9	3,8
Pharmacies	4,2	3,7
Commerces de meubles	1,2	2,1
Commerces d'habillement	6,1	10,2



## L'équipement des communes

En 2007, 32,4% des communes rurales et 44,0% des communes urbaines ont une boulangerie/pâtisserie (contre resp. 35,0% et 44,1% en 1993)

Evolution du pourcentage de communes équipées en boulangerie/pâtisserie

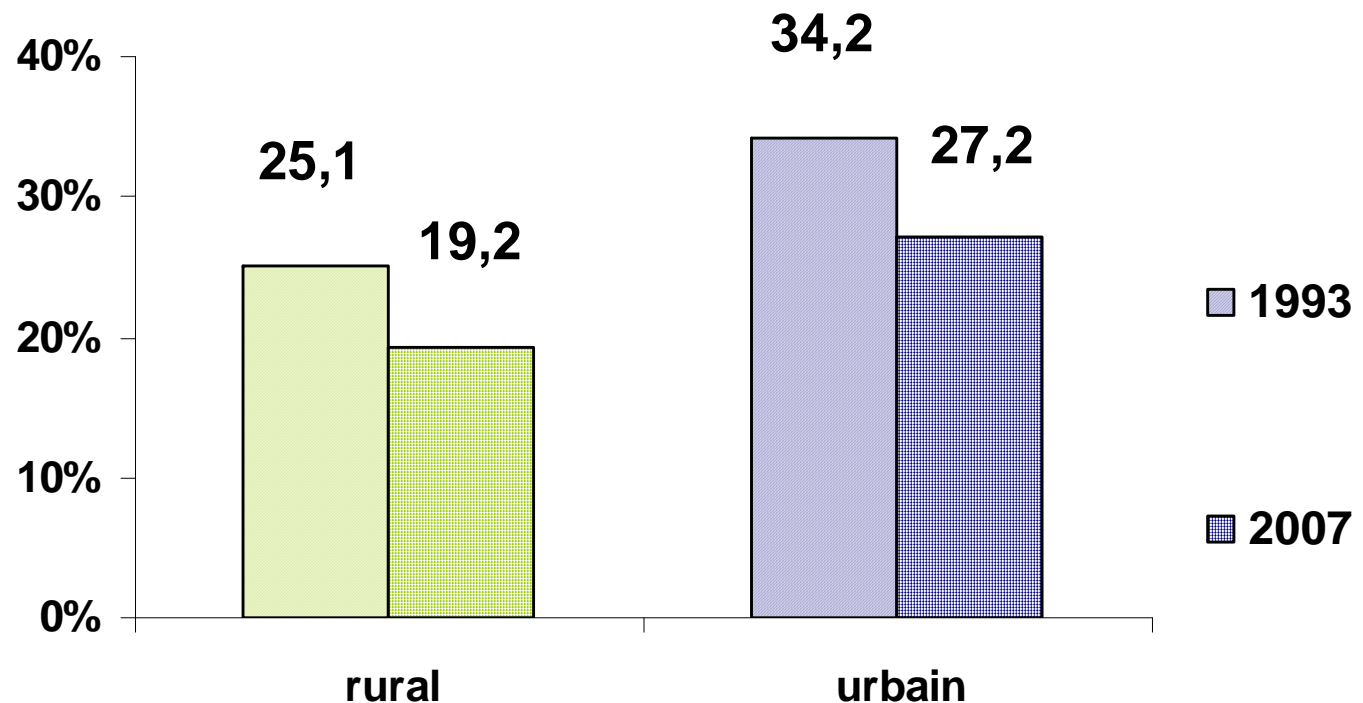




# L'équipement des communes

En 2007, 19,2% des communes rurales et 27,2% des communes urbaines ont une boucherie/charcuterie (contre resp. 25,1% et 34,2% en 1993)

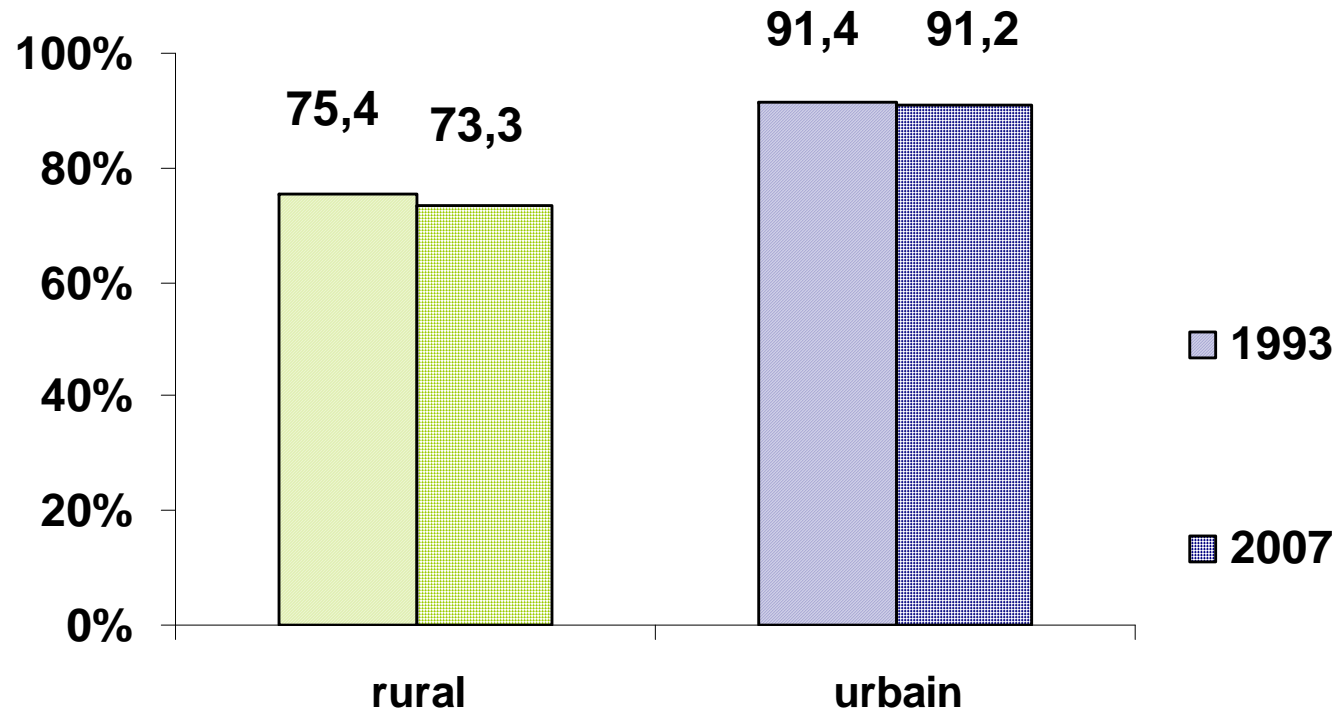
Evolution du pourcentage de communes équipées en boucherie/charcuterie





# La population et l'équipement des communes

En 2007, 73% de la population rurale et 91% de la population urbaine vit dans une commune ayant au moins une boulangerie/pâtisserie

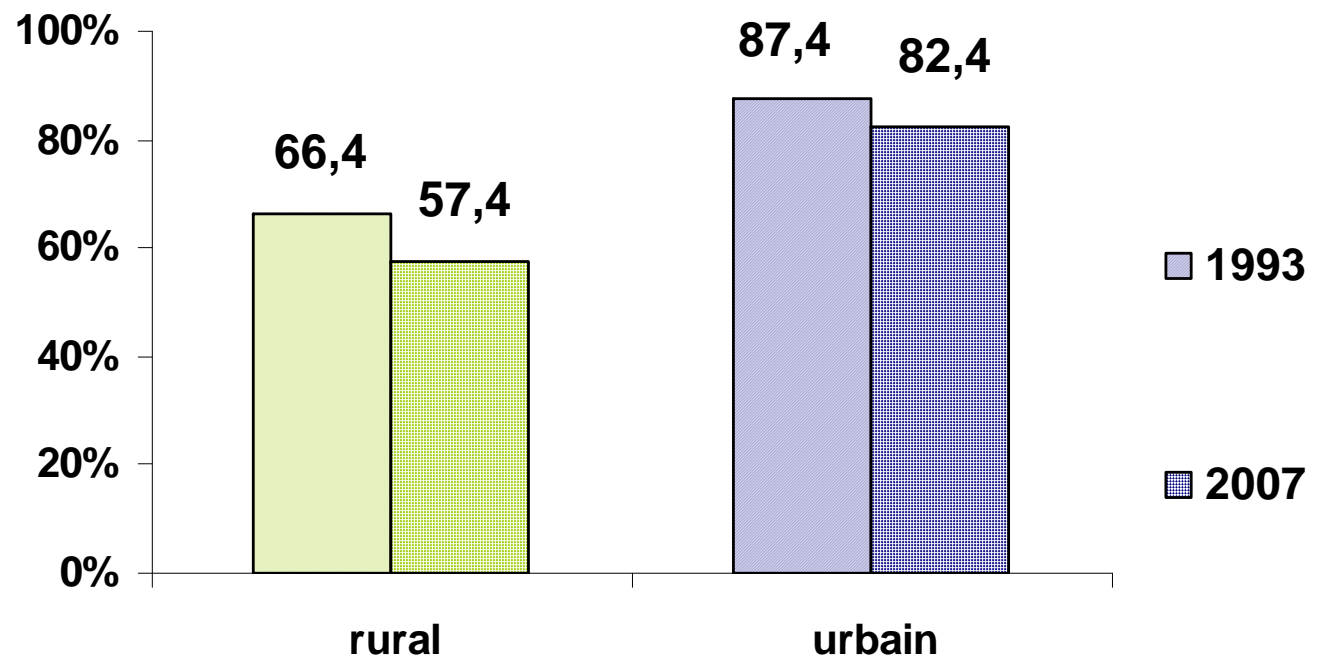


Source : Insee – Sirene 1993, 2007 – RP 1990, 2006



# La population et l'équipement des communes

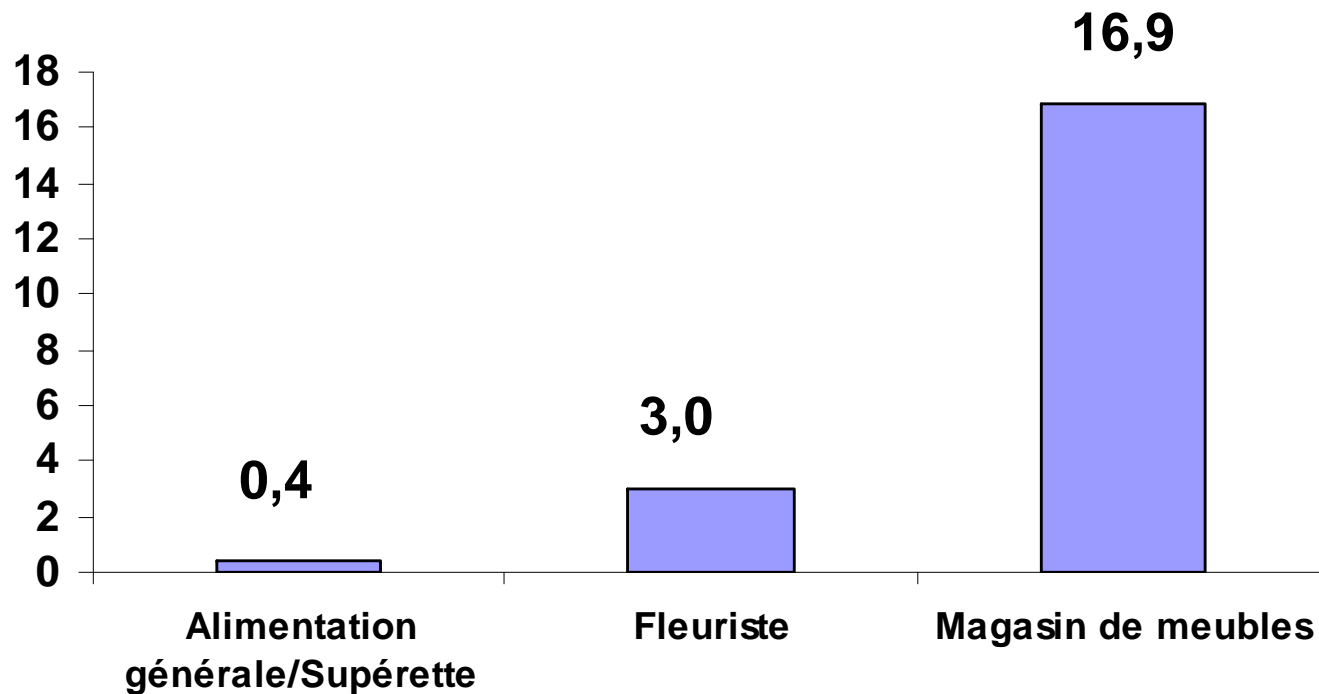
En 2007, 57% de la population rurale et 82% de la population urbaine vit dans une commune ayant au moins une boucherie/charcuterie





# Le temps d'accès aux commerces

En 2007, 0,4% de la population rurale est située à plus de 15 mn d'une épicerie ou d'une supérette ; cette part est de 3,0% pour les fleuristes et de 16,9% pour les magasins de meubles





# Pour conclure

- ✓ Les éléments disponibles pour décrire le tissu commercial...
  - ✓ La localisation des commerces et la population au niveau communal
  - ✓ Le temps d'accès aux commerces
  - ✓ Les caractéristiques de la zone d'implantation (rural, urbain, ...)
- ✓ ... peuvent permettre de définir une notion de commerce de proximité (voire plusieurs ?)
- ✓ ouvrant la voie à des analyses plus approfondies (l'emploi, le renouvellement, les performances)

p. 22

Merci de votre attention

Division Commerce

Mai 2009

