

**MINISTERE DE L'ECONOMIE, DE L'INDUSTRIE ET DE L'EMPLOI  
SECRETARIAT D'ETAT CHARGE DU COMMERCE, DE L'ARTISANAT, DES  
PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES, DU TOURISME ET DES SERVICES**

**PLAN DE DEVELOPPEMENT DU COMMERCE DE PROXIMITE**

**APPEL A PROJETS**

**Conditions de présentation des candidatures**

Les dossiers de candidature sont à déposer auprès des organismes suivants, qui en vérifieront leur conformité:

- Chambre régionale du commerce et d'industrie ou chambre régionale des métiers du siège de votre entreprise ( ou située dans la région dont fait partie la collectivité locale) ;
- Organisation professionnelle du secteur d'activité de votre entreprise, dont la liste figure en annexe.

Date d'envoi du présent avis : vendredi 5 juin 2009

Date limite de réception des dossiers : vendredi 25 septembre 2009

Les dossiers complets doivent être remis en 2 exemplaires.

Tout dossier doit être déposé complet pour être instruit dans le cadre de cette consultation.

Tout dossier s'avérant incomplet sera renvoyé.

Il est vivement conseillé de transmettre son dossier le plus tôt possible sans attendre la date limite de réception afin de pouvoir être assuré par accusé de réception qu'il est complet et pourra être instruit.

Qui peut déposer un dossier de candidature ?

- Une collectivité territoriale ;
- Une chambre consulaire ;
- Une entreprise

**Le dossier est téléchargeable sur le site [pme.gouv.fr](http://pme.gouv.fr)**

**Le dossier de candidature doit comporter les pièces suivantes :**

- l'identité et l'adresse du candidat,
- la présentation du projet (maximum 10 pages) : contexte, enjeux, objectifs stratégiques, calendrier de mise en œuvre et plan d'actions, plus-values sociales et environnementales attendues, partenariats engagés, financements associés au projet dont aides publiques éventuellement reçues.
- les renseignements sur les moyens et références du candidat.
- la fiche synthétique du projet (cf annexe)

*Au surplus, les dossiers présentés par des entreprises devront comporter les pièces complémentaires suivantes :*

- présentation de l'entreprise : activités, effectifs, établissements, répartition du capital, situation financière,
- extrait K bis de moins de trois mois,

### **Critères de recevabilité, d'éligibilité et de sélection.**

#### **Les critères de recevabilité :**

Les dossiers sont recevables (feront l'objet d'un examen) lorsqu'ils sont complets à la date limite de clôture de l'appel à projets.

#### **Les candidats éligibles sont :**

- Les collectivités territoriales ;
- Les chambres consulaires ;
- Les entreprises, quelle que soit leur forme sociale.

#### **Nature des dossiers :**

Les dossiers présentés peuvent relever des deux catégories suivants :

- les projets déjà mis en œuvre dont on peut constater les résultats effectifs ;
- les projets en cours d'élaboration.

#### **Les critères de sélection :**

Il appartient au porteur du projet de démontrer dans son dossier :

- Le caractère innovant de sa bonne pratique  
Ce caractère sera apprécié au regard des principes reconnus internationalement par le manuel d'Oslo de l'OCDE : « Une innovation est la mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures ».
- Le caractère reproductible et/ou mutualisable de la bonne pratique.
- L'inscription de la bonne pratique dans un projet global de développement du commerce.
- Le calendrier de réalisation et les principales étapes de la bonne pratique.
- La nature et l'organisation du partenariat.
- Les résultats obtenus, les indicateurs de performance, l'évaluation.

- Les perspectives de développement.

### **La procédure de sélection :**

Dans un premier temps, le dossier sera examiné, par un organisme de première instruction soit :

- un comité régional de sélection composé du délégué régional du commerce et de l'artisanat, d'un représentant d'une chambre régionale du commerce et d'industrie et d'un représentant d'une chambre régionale des métiers du siège de l'entreprise,

soit :

- une organisation professionnelle du secteur d'activité de votre entreprise, dont la liste est jointe au présent cahier des charges.

qui procéderont au contrôle formel du dossier et émettront un avis sur sa conformité aux critères énumérés ci-dessus.

Le dossier sera ensuite adressé, en deux exemplaires, par l'organisme de première instruction au secrétariat de la Commission d'orientation du commerce de proximité, Ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi, Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services, Sous direction du commerce, de l'artisanat et des professions libérales, Bureau du développement du commerce et de l'artisanat, télédéc 122, 61, boulevard Vincent Auriol, 75013 Paris .

L'organisme de première instruction indiquera, lors de la transmission de la bonne pratique à la DGCIS, les coordonnées d'un référent (nom, adresse, téléphone, mail).

Le projet sera, ensuite, analysé et pourra être labellisé par la Commission d'orientation du commerce de proximité. Dans un premier temps, une commission thématique dédiée au sein de la Commission d'orientation du commerce de proximité analysera le dossier et formulera un avis. Au vu de ces analyses et avis, la Commission d'orientation, réunie en séance plénière, décidera de la délivrance du label.

La mise en réseau des projets labellisés, mais également des acteurs de ces projets (collectivités locales, chambres consulaires, entreprises) est un vecteur de réussite, d'efficacité et de diffusion que les nouvelles technologies de l'information permettent de favoriser.

## **CAHIER DES CHARGES APPEL A PROJET TIC PREAMBULE**

Dans le cadre des actions en faveur du développement du commerce de proximité ayant pour objectif de réformer les outils de soutien aux projets innovants, fédérateurs et porteurs de croissance pour le commerce de proximité, quatre appels nationaux à projets sur des projets innovants et rassembleurs sont lancés. Ils consistent à recueillir les bonnes pratiques sur 4 thèmes spécifiques.

### **THEMATIQUE**

Quatre appels à projets successifs seront lancés sur les thèmes suivants :

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

Ce premier appel à projet porte uniquement sur le thème : commerce et technologies de l'information. Les autres thèmes feront l'objet d'autres appels à projet.

### **CALENDRIER**

Le calendrier de mise en œuvre est le suivant:

- Lancement de l'appel à projet : juin 2009 ;
- Collecte des dossiers de candidature et examen de première instruction : septembre 2009;
- Analyse des dossiers par la DGCIS : octobre 2009;
- Réunion de la commission thématique dédiée au sein de la Commission d'orientation du commerce de proximité : décembre 2009
- Réunion de la Commission d'orientation du commerce et de proximité en séance plénière : début 2010
- Courant 2010 : bilan des appels à projets.

Les projets labellisés dans le cadre de cet appel à projet pourront bénéficier d'un financement spécifique et prioritaire favorisant leur mise en place et leur évaluation, dans le cadre du droit commun des aides prévues par le décret n°2008-1475 du 30 décembre 2008 relatif au FISAC.

En outre, dans une seconde étape, certains de ces projets labellisés plus particulièrement innovants et encore au stade de la conception, pourront bénéficier d'un financement spécifique.

Enfin, certains projets existants pourront faire l'objet d'actions de communication et de valorisation spécifiques.

## DESCRIPTIF DU THEME « COMMERCE ET TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION »

### 1. Optimisation des processus d'entreprise

#### Contexte :

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication représentent un enjeu majeur de productivité, de réactivité et de compétitivité pour les entreprises. Les gains de productivité liés à l'usage des TIC sont considérés comme le principal vecteur de croissance dans les économies développées. Or, les entreprises françaises et en particulier les PME souffrent d'un retard certain dans ce domaine par rapport à nos compétiteurs.

Ce thème concerne **l'amélioration des échanges de l'entreprise avec ses fournisseurs** par les NTIC mais aussi **l'optimisation de ses processus internes**.

#### Exemples de projets sur ce thème :

Plusieurs projets visant **les échanges avec les fournisseurs** ont été soutenus par le passé, dont **Netlingerie** (portail d'échange d'informations commerciales entre détaillants et fabricants, suite logicielle de gestion de boutique et des flux commerciaux) et **Edilectre** (plate-forme de catalogues de livres et service de commande en ligne pour les libraires : accès aux milliers de mises à jour quotidiennes des éditeurs, gains de productivité dans le processus de commande).

D'autres projets de ce type, accompagnant les filières ou les organisations consulaires ou de commerçants dans la mise en place de projets de dématérialisation de leurs échanges et d'amélioration de leur productivité, pourront être présentés.

### 2. Amélioration de la relation client et mobilité

#### Contexte :

Aujourd'hui, les trois quarts des français sont des internautes et 2/3 des Français achètent régulièrement en ligne. Cette généralisation de l'utilisation d'Internet pour le commerce entraîne une évolution profonde du processus de consommation : évolution de l'acte d'achat lui-même, mais aussi de l'avant-vente (recherche d'un établissement, d'informations, de conseils) et de l'après-vente (retour d'expérience, service au client, recommandations aux autres clients).

Les pratiques favorisant l'appropriation des nouvelles utilisations du Web dans la relation client par les commerces et artisans de proximité pourront être présentées :

- **La vente en ligne** qui pourrait opportunément compléter la vente directe ; les secteurs d'activité naturellement concernés, mais non exclusifs, sont ceux de l'artisanat, de la vente de produits régionaux spécifiques, etc... Ces commerces possèdent des offres spécifiques et différenciantes et leur diffusion plus large permettrait donc d'en augmenter la compétitivité.
- **L'utilisation du Web comme moyen d'information et de communication auprès des consommateurs** (avant et après vente). Il convient notamment de prendre en compte la pratique croissante de recherche d'informations et d'adresses sur Internet et l'importance croissante des recommandations d'utilisateurs lors de l'achat.
- **L'utilisation du téléphone mobile pour fournir des services innovants et personnalisés**, notamment à partir des technologies de géolocalisation ou des

technologies sans contact (NFC). Par exemple, l'utilisation du mobile lors d'une expérience touristique (lecture de bornes d'information, audio-guide, etc.) peut se poursuivre a posteriori via une reconstitution du circuit de visite suivi et l'ouverture à la vente des produits régionaux correspondants.

Exemples de projets sur ce thème :

- **Projets de développement de sites Internet d'information ou de communication ;**
- **Projets autour de l'augmentation de la visibilité des commerçants sur Internet ou sur mobile ;**
- **Projets de développement de services de vente en ligne ;**
- **Projets d'innovations technologiques**, par exemple concernant le développement de services mobiles et géo-localisés, de services basés sur la technologie NFC, la personnalisation, les moteurs de recommandations, le marketing mobile.
- **Autres thématiques d'aide à l'acte d'achat tels que** les guides interactifs pour assister les clients en magasin, notamment les déficients visuels, le paiement par geste simple, les actions de fidélisation des clients, etc .

### **3 - Nouveaux univers marchands et nouvelle expérience du client**

Contexte :

Le développement des nouveaux univers marchands vise à compléter les canaux de ventes existants : il s'agit de nouveaux dispositifs et interfaces sur les lieux de vente physiques tirant profit des TIC, la création d'espaces de vente intelligents, etc.

Les pratiques pour favoriser le développement de ces nouveaux espaces pourrait notamment porter sur :

- **L'amélioration de l'expérience d'achat**, avec le développement d'interfaces simulant la sensation du toucher pour des tissus et des matières dans le cadre de la vente en ligne (de nombreux achats ne se concrétisent pas faute de pouvoir toucher les étoffes). Un lien étroit existe avec l'amélioration du taux de transformation de ce type de vente.
- **De nouveaux espaces de vente innovants**, adossés à de nombreuses technologies : 3D, hologrammes, écrans en relief, miroir interactif, image flottante, consignes automatisées pilotées à distance, etc.

### **4 - Les actions de formations des commerçants aux techniques du commerce électronique.**

**LISTE DES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES AUPRES DESQUELLES  
PEUVENT ETRE DEPOSES LES DOSSIERS D'APPEL A CANDIDATURE**

Union des professions artisanales (UPA)  
Fédération du commerce et de la distribution (FCD)  
Fédération des enseignes du commerce associé (FCA)  
Union Nationale des Syndicats de détaillants en fruits, légumes et primeurs  
Fédération française des Associations de Commerçants (FFAC)  
Conseil national des professions de l'automobile (CNPA)  
Fédération nationale des détaillants en chaussures de France  
Fédération professionnelle des entreprises du sport et des loisirs (FPS)  
Confédération générale de l'alimentation en détail (CGAD)  
Fédération des enseignes de l'habillement (FEH)

Union des métiers et des industries de l'hôtellerie (UMIH)  
Syndicat National des Hôteliers Restaurateurs Cafetiers Traiteurs (SYNORCAT)  
Fédération des syndicats pharmaceutiques de France  
Fédération des entreprises de vente à distance (FEVAD e-commerce)  
Conseil du commerce de France (CCdF)  
Fédération Nationale des Chambres Syndicales des Horlogers, Bijoutiers, Joailliers, Orfèvres,  
Détaillants et Artisans de France  
Syndicat Saint-Eloi  
Union du Commerce de l'Horlogerie, Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie et Accessoires (HBJO)  
Syndicat des Opticiens sous Enseignes  
Confédération des buralistes de France  
Conseil National des Centres Commerciaux (CNCC)  
Fédération des magasins de bricolage (FMB),  
Confédération générale des petites et moyennes entreprises (CGPME)  
Union du grand commerce de centre-ville (UCV)  
Association les centres villes en mouvement  
Fédération Nationale des centres villes (FNCV)  
Fédération française du négoce de l'ameublement et de l'équipement de la maison (FNAEM)  
Fédération nationale des syndicats des commerçants des marchés de France (FNSCM)  
Fédération française de la franchise (FFF)

## APPELS A PROJETS

### PLAN DE REDYNAMISATION DU COMMERCE DE PROXIMITE

#### FICHE SYNTHETIQUE DU PROJET

##### **Partie réservée à l'administration**

Numéro : Dossier reçu le  
Instructeur :  
Services associés :

##### **Intitulé du projet**

Organisme porteur du projet :  
Et adresse :

Nom et prénom du représentant  
Du porteur du projet :

Email : téléphone : télécopie :

##### **Descriptif synthétique du projet (maximum 2 pages) :**

- Le caractère innovant de la bonne pratique
- Le caractère reproductible de la bonne pratique.
- L' inscription de la bonne pratique dans un projet global de développement du commerce.
- Le calendrier de réalisation et les principales étapes de la bonne pratique.
- La nature et l'organisation du partenariat.
- Les résultats obtenus, les indicateurs de performance, l'évaluation.
- Les perspectives de développement.

##### **Avis de l'organisme de première instruction : comité régional ou organisation professionnelle :**