

Nantes, le 17 octobre 2019

Assemblée régionale des 17 et 18 octobre

## La Région accompagne les commerçants et artisans avec un plan Commerce du futur

L'assemblée régionale des Pays de la Loire se réunit en séance plénière les 17 et 18 octobre 2019, pour débattre la décision modificative n°3 ainsi que les principales orientations du futur budget primitif pour 2020 qui sera soumis au vote du Conseil régional en décembre prochain.

**Plusieurs actions nouvelles sont proposées dont le plan régional pour le Commerce du Futur. « Le secteur du commerce de détail doit faire face à de grandes mutations en s'adaptant rapidement à de nouveaux modes de consommation. Nous proposerons au vote de la prochaine assemblée une série de mesures en faveur du commerce du futur auxquelles nous consacrons près de 800 000 euros. Au sein d'une filière de plus en plus pilotée par l'aval où la recherche d'une véritable expérience client est privilégiée au détriment du seul acte d'achat, notre plan Commerce du futur promeut un accompagnement de proximité tourné vers l'innovation et une approche décomplexée du e-commerce, au service du dynamisme économique de nos commerces et de nos territoires. »** déclare Christelle Morançais, présidente de la Région des Pays de la Loire.

### Le commerce : un des premiers secteurs employeurs en Pays de la Loire

Avec 143 700 emplois (13,7% des effectifs salariés) dont les 2/3 dans le commerce de détail, le commerce/distribution constitue un des premiers secteurs employeurs de la région des Pays de la Loire\*. Mais il reste un secteur fortement concurrentiel qui doit aussi faire face à une baisse de l'attractivité des centres-villes et à un changement des modes de consommation, avec notamment l'explosion de la digitalisation du commerce. Au-delà de ces évolutions, le commerce de détail est confronté à de multiples enjeux : défis environnementaux, vieillissement de la population, difficulté à fidéliser les salariés et les dirigeants, paysage commercial plutôt défavorable au commerce de détail et polarisation d'équipements commerciaux sur des zones de chalandise de plus en plus étendues, au détriment de l'offre de proximité qui se rétrécit.

\*source : Observatoire régional de l'emploi des Pays de la Loire – Juin 2019

### Des mesures d'envergure inédite

Aussi la Région a-t-elle décidé de mettre en place un plan consacré aux commerces de proximité avec des mesures d'envergure inédite pour un secteur majeur de l'économie ligérienne, au cœur de la cohésion et de l'équilibre des territoires.

**« Avec le plan commerce du futur, la Région fait le choix d'aider les commerçants à répondre aux nouvelles attentes de leurs clients qui, au-delà de la proximité, expriment le besoin d'un parcours client allégé, moderne et facilité. L'enjeu : fidélisation et conquête clients, par la complémentarité du commerce physique et de l'e-commerce. Nous le faisons en mobilisant sur le terrain l'expertise et le savoir-faire de nos acteurs consulaires de la CMAR et de la CCIR. »** explique Laurent Caillaud, conseiller régional, en charge du commerce de proximité.

Au global, ce plan ambitionne de toucher plus de 600 entreprises autour de 3 leviers :

- **Un accompagnement « individuel » pour consolider la pérennité et la compétitivité des commerces physiques autour de 2 volets : l'adaptation de l'aménagement des points de vente et le soutien à leur transition numérique.** Cet accompagnement comprend notamment un diagnostic, des ateliers de performance et des formations consacrés aux e-services, puis une action en partenariat avec l'École de Design de Nantes Atlantique. Il sera renforcé par **un appel à projets Résolution « Commerce du futur »**, focalisé sur la recherche de solutions à une problématique individuelle susceptible d'être par la suite dupliquée.
- **Le soutien à l'innovation collective pour favoriser l'émergence de nouveaux produits, services, mode de commercialisation... avec le lancement d'un Appel à manifestation d'intérêt (AMI)** adressé notamment aux commerçants et artisans, aux unions commerçantes et artisanales, ainsi qu'aux fédérations professionnelles. Cet AMI s'adosse au Pôle de Compétitivité national sur le commerce (PICOM) pour faire émerger des initiatives innovantes de nature à doper le trafic digital ou physique.
- **Une communication dédiée sur l'ensemble des dispositifs régionaux afin de faciliter leur accessibilité** et leur appropriation par ces acteurs souvent éloignés des dynamiques de réseaux.

### Les défis du commerce du futur

Le commerce du futur est un commerce connecté, qui renforce sa présence sur tous les canaux de vente, physique et en ligne (cross canal), et s'adapte en permanence à l'évolution du comportement du consommateur et du marché. Il devra répondre aux attentes des consommateurs qui souhaitent un parcours simplifié et fluide, en développant des environnements intuitifs en ligne comme en magasin. La proximité, le gain de temps et l'instantanéité sont également recherchés et les commerces qui collent au plus près des flux de consommateurs pour minimiser l'effort du client se développent très fortement : food truck, pop-up store, logistique réinventée : livraison rapide, pickup station, click and collect...

Parallèlement, le consommateur devient de plus en plus responsable et exigeant dans son acte d'achat. Le commerce devra montrer son engagement, sa responsabilité (environnement, implication local et proximité, qualité des produits, authenticité...). Le consommateur devient celui qui conseille sur la base de l'usage et l'expérience produit. Il devient acteur de sa relation avec les marques, les entreprises commerciales. Le commerce du futur devra ainsi sans cesse innover pour maintenir ses parts de marché dans un environnement fortement concurrentiel.

### CONTACT PRESSE

Gwenola Cariou Huet : [gwenola.cariou-huet@paysdelaloire.fr](mailto:gwenola.cariou-huet@paysdelaloire.fr) / 02 28 20 60 65 / 06 82 80 18 92



## Les mesures du plan Commerce du Futur en détails

La Région des Pays de la Loire, la Chambre des métiers et de l'artisanat régional, la Chambre de commerce et de l'industrie, les unions commerçantes, et les territoires mettront en œuvre de concert un arsenal de dispositifs pour soutenir le commerce de détail.

**La Région soutient le plan d'actions de la CCIR à hauteur de 305 679 € pour 300 entreprises.**

### 1. La brique Pérennité

L'objectif est de conforter la compétitivité et la pérennité des commerces et services par le renforcement des fondamentaux de la relation commerciale. Cette brique propose un parcours d'accompagnement à travers : un diagnostic 360° et des ateliers de la performance visant à informer et sensibiliser les entreprises aux enjeux du digital et à intégrer des premières solutions e-services.

- ❖ *Pour chaque département, un atelier sera organisé sur le thème « comment développer son activité grâce aux Marketplaces ».*

**Objectifs : 120 entreprises pour les diagnostics et 150 entreprises pour les ateliers de la performance.**

### 2. La brique Compétitivité

L'objectif ici est de faire progresser la compétitivité des entreprises par un accompagnement sur-mesure. Accompagner la performance globale des entreprises à travers leur structuration, leur développement, leur innovation et leur digitalisation. La brique « Compétitivité » s'articule autour de la prestation *Optima : appui expert*. Cet accompagnement s'adresse aux chefs d'entreprises souhaitant une sensibilisation aux enjeux du pilotage et de la gestion au sein de leur organisation.

- ❖ *Sur la thématique Numérique, sera proposé le volet e-commerce qui comprend l'accompagnement des commerçants au lancement de son activité sur les Marketplaces et les réseaux sociaux.*

**Objectifs : 20 chefs d'entreprise.**

Cette prestation est complémentaire de la formation-action, Cap sur le Digital, financée par l'organisme FORCO, à destination des salariés et qui vise l'accompagnement de 30 entreprises.

### 3. La brique Accélération

L'objectif de l'accélérateur est de faire émerger des pépites du commerce régional, d'accélérer leur développement par une meilleure compétitivité et l'intégration de nouvelles offres ou de nouveaux modèles économiques, d'en faire des « ambassadeurs » du territoire et de permettre aux dirigeants de monter en compétences.

- ❖ Sur la détection des besoins prioritaires des entreprises, les membres du club pourront bénéficier d'un accompagnement dédié à l'utilisation des Marketplaces dans leur projet de développement.
- ❖ Sur la participation à des ateliers-experts, en fonction des besoins et souhaits identifiés par les membres du club, un atelier pourra traiter de l'utilisation des Marketplaces comme levier majeur de développement.

**Objectifs : 20 entreprises régionales.**

#### **4. La brique Veille et prospective**

Les CCIT des Pays de la Loire ont mis en place des observatoires du commerce qui recensent les commerces existants avec la création d'une base de données sur l'offre commerciale. A cet observatoire de l'offre, il est proposé au Conseil Régional des Pays de la Loire de développer un plan d'actions autour d'éléments qualitatifs de prospective sur le commerce de demain, en complémentarité d'autres outils d'observation (CMAR, CRIEP, INSEE...).

- ❖ Une étude sera menée sur le degré de numérisation des commerçants et de leur positionnement sur les places de marché.

**La Région soutient le plan d'action de la CMAR à hauteur de 96 500 € pour 320 entreprises sensibilisées ou accompagnées**

#### **1. Une sensibilisation des professionnels du commerce aux nouvelles tendances de consommation**

L'objectif de cette action est d'engager des échanges avec les professionnels sur leurs problématiques, contraintes ou besoins et de leur faire prendre conscience de la nécessité d'adapter leurs modalités de commercialisation aux nouvelles tendances de consommation. Il est envisagé une animation spécifique en collectif (format innovant, intervention en présentiel et en digital...), sous pilotage consulaire de spécialistes de la question (professionnel / consultant / journaliste spécialisé).

- ❖ Un focus sera fait sur les tendances de consommation émergentes : une opportunité pour les commerces indépendants ? : marketplaces B2C locales et autres plateformes du web, autonomie des clients, liens communautaires....

#### **2. Un accompagnement des professionnels du commerce à l'adaptation de leur offre**

L'objectif est d'acculturer les artisans-commerçants aux nouvelles tendances de consommation et à l'adaptation stratégique de leurs points de vente. Le projet est conduit par l'école de Design de Nantes Atlantique dans le cadre d'un partenariat avec la CMA des Pays de la Loire. Ainsi l'action se déroulera en 2 temps :

- Module collectif de 8 à 10 participants sur le thème de « l'aménagement du point de vente ». Pour les artisans commerçants, il s'agira de connaître les grands principes de l'aménagement d'espace pour mieux exploiter le potentiel de leurs points de vente avec une approche de design.

- Intervention optionnelle en entreprise en complément du 1<sup>er</sup> module par un designer de l'école de design de Nantes Atlantique pour conseiller et accompagner le chef d'entreprise dans son projet d'aménagement du point de vente.

### 3. Des formations décentralisées sur les techniques de commercialisations, innovantes et digitales

L'objectif est de proposer des formations ou ateliers (formats spécifiques) sur les territoires, au plus près des professionnels du commerce afin qu'ils développent de nouvelles modalités de commercialisation, innovantes et digitales, de nouveaux produits/services répondant aux nouvelles tendances de consommation et qu'ils fidélisent la clientèle.

- ❖ Une session sera proposée sur « Vendre sur le web, quelle stratégie adopter ? » (marketplace, menace ou opportunité ?)

### La Région affecte 330 000 € pour le lancement d'un Appel à manifestation d'intérêt

Enjeu : identifier des initiatives innovantes en matière de commerce du futur. L'AMI permettra de mieux faire connaître les bonnes pratiques, de les essayer à l'échelle régionale et de faire effet de levier sur les projets innovants en émergence.

L'objectif est de rendre les commerces plus attractifs et de maintenir une présence commerciale équilibrée et forte sur l'ensemble des territoires de la région.

Bénéficiaires : entreprises artisanales, commerciales ou technologiques, unions commerçantes et artisanales, fédérations professionnelles, collectivités territoriales ou établissements publics.

Les projets éligibles doivent être innovants et répondre à au moins deux des critères suivants :

- avoir une dimension partenariale,
- avoir un impact conséquent sur le territoire de mise en œuvre,
- augmenter le trafic physique ou digital pour les commerçants impliqués dans le projet.

La Région s'appuie sur le PICOM, pôle de compétitivité national sur le commerce, pour l'accompagner dans cet AMI.

### La mise en place d'une communication dédiée

Les entreprises commerciales sont le plus souvent petites et leurs dirigeants assument tous les aspects de la gestion et du développement de l'entreprise. Ils disposent de peu de temps pour s'informer ou s'impliquer dans des réseaux ou clubs d'entreprises. Seule, la mise en place d'une communication offensive permettra la réussite de ce plan : réunions d'informations avec les unions commerçantes, plaquettes et support de communication,...

### CONTACT PRESSE

Gwenola Cariou Huet : [gwenola.cariou-huet@paysdelaloire.fr](mailto:gwenola.cariou-huet@paysdelaloire.fr) / 02 28 20 60 65 / 06 82 80 18 92