

LES MARCHES DE PLEIN AIR



Plusieurs actions sont développées dans le cadre du PLA 2011-2014 :

1. La communication et le soutien aux animations commerciales sur les marchés :

Deux ambitions majeures sont poursuivies :

■ **La promotion globale des marchés lillois** : par la poursuite de la communication institutionnelle (les planimètres, les plans de marchés, la création d'autres supports de communication...) ; des animations d'initiatives nationales (semaine du goût, fraich' attitude) ou locales (poussettes de marché) ; la création d'un support de communication semestriel (la lettre des marchés) à destination des commerçants non sédentaires; la communication grâce au panneau d'affichage des Halles de Wazemmes (communication municipale et syndicale).

■ **La redynamisation prioritaire de certains marchés** : pour atteindre cet objectif de redynamisation, il est envisagé de faire converger toutes les animations vers une action phare dont le retentissement permettra d'engager une grande campagne de communication et d'animation qui se déclinera sur l'ensemble des marchés et précédera l'événement lui-même.

2. La qualité des marchés :

■ Mener une politique qualitative et de diversification des produits sur les marchés ;

■ Poursuivre l'effort, avec les professionnels concernant la propreté des marchés.

3. « Les marchés : mon métier ! »

Etudier la mise en place d'une formation pour les commerçants non sédentaires dans le but de professionnaliser leurs activités et de leur donner les éléments de réglementation et de respect de l'environnement utiles à une bonne intégration sur les marchés lillois. Les nouveaux commerçants bénéficieront aussi d'un kit de communication après chaque formation dans lequel le commerçant non sédentaire retrouvera les règlements et contacts utiles pour l'exercice de sa profession à Lille.

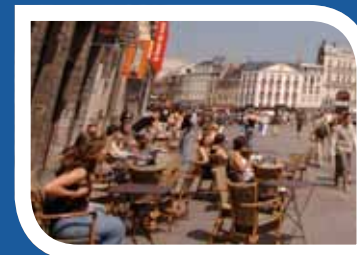
4. Création d'un marché dans le quartier des Bois-Blancs.

A cette plaquette de présentation du programme s'ajoute un KIT de communication à destination des nouveaux commerçants.

A un échelon plus large grâce au site Internet de la Ville de Lille (www.mairie-lille.fr) mais également par la présence de la Ville à certains salons tels que le MAPIC (Marché International de la Promotion Immobilière Commerciale) et PASSION COMMERCE (Devcom), promu par la CCI Grand Lille et qui vise à apporter des solutions performantes et opérationnelles afin de développer les chiffres d'affaires et activités des commerçants.

Direction de l'Action
Economique,
du Commerce
et du Tourisme
CS 30667
59033 Lille cedex
Tél. 03 20 49 50 84
actioneco@mairie-lille.fr
www.mairie-lille.fr

Imp : DB Print - Photos : A.Gadeau -
D.Rapaich/SCIM Ville de Lille - conception :
SCIM/Ville de Lille août 2011



PLA

Le PLAN LOCAL d'ACTION

pour le développement du
Commerce, de l'Artisanat et des Services
2011-2014

Ville de Lille

LE PLAN LOCAL D'ACTION POUR LE DEVELOPPEMENT DU COMMERCE, DE L'ARTISANAT ET DES SERVICES 2011-2014

Comité de pilotage La Ville de Lille

Pierre de Saintignon,
1er Adjoint chargé du
Développement économique.

Jacques Mutez,
Conseiller Municipal délégué au
Commerce, Artisanat, Marchés de
plein air.

Les partenaires Institutionnels

- Conseil Régional du Nord-Pas de Calais,
- Direction Régionale des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation du Travail et de l'Emploi (DIRECCTE).

Les consulaires

- Chambre de Commerce et d'Industrie Grand Lille,
- Chambre de Métiers et de l'Artisanat du Nord.

Les professionnels

- Fédération Lilloise du Commerce, de l'Artisanat et des Services (FLCAS),
- Groupement des Acteurs Economiques de Lille-Centre (GAEL),
- Union des Métiers de l'Industrie Hôtelière (UMIH),
- Syndicat des Commerçants des Marchés de France du Département du Nord,
- Caulier Fives Animation,
- et plus de 30 Unions Commerciales.

Forts de 4 500 entités commerciales et employant près de 20000 personnes, le commerce et l'artisanat constituent des filières de premier plan témoignant du dynamisme économique de la Ville et facteur d'attractivité pour les touristes.

Conscientes de ces enjeux et de l'intérêt d'être présentes sur les linéaires commerciaux lillois, chaque année, de nouvelles enseignes choisissent Lille pour s'implanter - voire pour y développer de nouveaux concepts.

Les enseignes trouvent en effet à Lille, dans les différentes polarités commerciales, l'environnement et la chalandise répondant à leurs objectifs. Ces polarités commerciales constituant des ensembles cohérents par leur environnement ou par la nature de leurs enseignes ou encore par l'offre proposée.

C'est dans ce contexte que la Ville de Lille met en œuvre son quatrième Plan Local d'Action pour le développement du Commerce, de l'Artisanat et des Services 2011-2014 (PLA), élaboré en concertation avec les Chambres Consulaires (CCI Grand Lille et Chambre de Métiers et de l'Artisanat du Nord) et avec les organisations professionnelles du commerce et de l'artisanat lillois (Fédération Lilloise du Commerce, de l'Artisanat et des Services -FLCAS - et Groupement des Acteurs Economiques de Lille centre - GAEL) et avec le soutien de la Région.

Les objectifs poursuivis visent à :

- préserver et renforcer le commerce dans les quartiers,
- développer le cœur de ville comme pôle d'excellence commerce.

Ce nouveau programme s'articule autour de 7 axes thématiques :

- Le salon CREER et le réseau d'aide à la création, l'emploi ;
- La pérennisation des postes des associations commerciales ;
- L'animation et la promotion commerciale, les interactions avec le tourisme ;
- Le développement durable ;
- L'occupation du domaine public ;
- Le stationnement au sein des polarités commerciales, les modes de déplacements urbains, les livraisons ;
- Les marchés de plein air.

VITRINES DE LILLE

Dans le cadre du Fonds d'Intervention pour les Services, l'Artisanat et le Commerce (FISAC), la Ville met en œuvre une opération d'aide à la rénovation des points de vente ayant pour objectif de donner les moyens aux commerces de quartiers classés prioritaires (Blancs, Wazemmes, Lille-Sud, Moulins, Faubourg de Béthune) de pouvoir rénover leur vitrine afin de se mettre à niveau suite aux diverses transformations de ces quartiers et à l'arrivée de nouveaux équipements ou activités.

STATIONNEMENT AU SEIN DES POLARITES COMMERCIALES - MODES DE DEPLACEMENT URBAINS ET LIVRAISONS EN CENTRE-VILLE



Lors de l'écriture de ce nouveau plan d'actions, les partenaires ont convenu de l'utilité de poursuivre les efforts de communication menés lors du précédent programme sur le stationnement.

Cette démarche a abouti à un outil informatique présentant l'offre globale des polarités commerciales mais également les multiples possibilités de transport. Ce nouvel outil est mis en ligne sur le site de la Ville de Lille et dispose d'un lien web vers les partenaires du PLA : www.mairie-lille.fr



LE CENTRE MULTIMODAL DE DISTRIBUTION URBAINE (CMDU) :

Ce projet, initié et porté par Ports de Lille en partenariat avec le PICOM (Pôle de Compétitivité des Industries du Commerce) vise à organiser la livraison des commerces et des points de vente situés en centre-ville de manière mutualisée de façon à réduire les nuisances pour les riverains et à garantir efficacité et fiabilité de livraison pour les commerçants, en intégrant les possibilités de logistique-retour (matières à recycler par exemple).

DEVELOPPEMENT DURABLE

En matière de développement durable plusieurs étapes ont été franchies : la signature de la Charte Locale du commerce et de l'artisanat lillois ; la création d'un livret des bonnes pratiques en matière de développement durable à destination des commerçants et artisans lillois ; l'organisation d'une rencontre entre une entreprise de recyclage des huiles alimentaires et les restaurateurs lillois en avril 2009 et la création d'un KIT de communication à destination des nouveaux commerçants en cartons recyclable.

ENSEIGNES TERRASSES

Ce programme inscrit de nouvelles actions :

- Mise en place de diagnostics énergétiques chez les commerçants effectuant des travaux dans le cadre de l'opération « Vitrites de Lille ».
- Accompagnement du plan lumière mis en place par la Ville de Lille.



Des opérations de communication :

- Capitalisation des résultats des diagnostics énergétiques et des témoignages des Commerçants et réalisation d'un second livret des bonnes pratiques qui sera diffusé à l'ensemble des commerçants.
- Valorisation de l'opération « Vitrites de Lille » lors de l'événement Passion Commerce (Devcom) : présentation d'une exposition Photos et concours de la rénovation la mieux réussie.



LES ENSEIGNES

- Diffuser largement la charte sur les enseignes notamment auprès du réseau d'aide à la création.
- Mener un travail de fond avec les enseignistes.

LES TERRASSES

- Nouveau règlement des terrasses.
- Réalisation d'une charte pour les terrasses.

LE SALON CREER ET LE RESEAU D'AIDE A LA CREATION - L'EMPLOI



LE SALON CREER

Le salon CREER, premier salon européen de la création et de la reprise d'entreprise se déroule depuis 2007 sur trois jours, à Lille Grand Palais.

C'est le rendez-vous annuel des créateurs, repreneurs et des partenaires professionnels et associatifs de la création, du développement et de la transmission d'entreprises en Europe.

Depuis 2007, la Ville de Lille est partenaire du Salon CREER. Elle y tient un stand sur lequel elle valorise les actions du PLA en direction des porteurs de projet. Une communication sur les programmes urbains en cours ou à venir et qui modifient les quartiers de Fives, Bois-Blancs, Wazemmes, Lille-Sud et Moulins, est faite pour contribuer à inciter à la relance économique sur ces territoires.

En effet, si les actions de rénovation urbaine sont largement engagées dans nos quartiers (travaux de voirie, construction de logements, nouveaux équipements, mise en place de dispositifs d'accompagnement spécifiques (opération « Les vitrites de Lille »), présence d'Unions Commerciales...) il apparaît qu'elles restent souvent mal connues des investisseurs, des propriétaires de locaux à usage commercial ou artisanal et des créateurs ou repreneurs potentiels d'affaires dans ces quartiers. Les plaquettes « Entreprendre à Lille » reprennent les cartographies identifiant ces modifications par quartier.

LE RESEAU D'AIDE A LA CREATION

Le développement des activités commerciales et artisanales peut s'appuyer sur un réseau d'acteurs assurant l'émergence, l'accompagnement, le suivi et le financement des projets. Une plaquette d'information présentant la liste des organismes auxquels il est possible de s'adresser lorsque l'on veut créer, développer ou reprendre une entreprise est mise à disposition des créateurs.

L'EMPLOI

Si le soutien à la création transmission d'entreprise peut conforter la création d'auto-emploi par des porteurs de projets qui créent leur emploi en même temps qu'ils créent leur entreprise, ce phénomène ne doit pas faire oublier l'impact du commerce et de l'artisanat en terme de recrutements directs.

Le partenariat mis en œuvre entre les partenaires locaux de l'emploi et de la formation et l'entreprise, vise à apporter les services adaptés aux besoins de celle-ci, il est formalisé dans une fiche qui est systématiquement remise aux interlocuteurs disposant d'un projet de création d'activité à Lille.

La Maison de l'Emploi (MDE) dispose en effet d'une offre de services aux entreprises différenciée selon que le projet concerne des recrutements en nombre (service grandes opérations) ou qu'il vise à effectuer des recrutements ponctuels ou en très petit nombre, dans ce cas c'est le Pas Pour l'Emploi (PPE) qui est sollicité.

PERENNISATION DES POSTES DES ASSOCIATIONS COMMERCIALES

Depuis 1998, la Ville de Lille soutient les postes affectés aux organisations professionnelles du commerce que sont la Fédération Lilloise du Commerce, de l'Artisanat et des Services, le Groupement des Acteurs Economiques de Lille centre et l'association « les Boutiques du Faubourg ».



Ce soutien concerne 9 postes :

- **2 postes de coordination (FLCAS et GAEL)**, dont les principales missions sont de faciliter la mise en œuvre des actions des unions commerciales en lien avec le PLA. Ils doivent également coordonner l'action des agents d'animation et de développement commercial agissant auprès des unions commerciales (pour la FLCAS) et encadrer l'équipe des stewards pour le GAEL. Enfin, ils doivent établir une stratégie de communication et d'animation en renforçant le lien entre le commerce, la culture et le tourisme.
- **4 postes d'agents de développement et d'animation commerciales**, (3 à la FLCAS et 1 aux « Boutiques du Faubourg »), sont au service des unions commerciales qui les sollicitent pour l'organisation des animations commerciales et la gestion administrative des unions commerciales.
- **3 stewards urbains au GAEL** : qui opèrent au sein des kiosques mobiles en hyper centre ville et qui ont pour principale mission d'accueillir et d'informer tout public désireux mieux s'orienter et découvrir les commerces du secteur et ceux situés dans l'ensemble des quartiers. Ils diffusent également des informations culturelles et touristiques sur la Ville auprès des commerçants et du grand public.



ANIMATIONS ET PROMOTION COMMERCIALE INTERACTION AVEC LE TOURISME



LIVELY CITIES Programme Européen



L'enjeu de ce projet européen est de favoriser l'attractivité commerciale par l'amélioration des circuits commerciaux. Ces circuits (boucles à l'intérieur ou entre des polarités commerciales), sont des lieux de déambulation des chalands et des touristes. Ils passent par des places aujourd'hui insuffisamment investies y compris par les riverains.

L'intégration de Lille dans ce projet permettra de bénéficier d'expériences des partenaires et de générer des moyens dédiés aux mesures retenues.

Le place-making peut apporter des réponses en redonnant de la valeur à des sites par la mise en place d'équipements légers favorisant rencontres et animations sur un espace délimité du domaine public.



En s'appuyant sur la notion de polarité commerciale, définie dans le précédent programme, et sur la base d'une étude réalisée dans le cadre du Fonds d'Intervention pour les Services, l'Artisanat et le Commerce (FISAC) pour le renouveau de l'animation commerciale, plusieurs actions ont été définies ou doivent être poursuivies :

- **Promouvoir des actions sur un territoire plus large tout en préservant l'identité des quartiers** et cela en favorisant le regroupement des unions commerciales locales dans le montage d'opérations. Il s'agit donc à la fois de préserver les identités porteuses de dynamisme économique et commercial et de favoriser les regroupements pour accroître l'impact des animations commerciales.
- **L'amélioration de la lisibilité et de l'impact des actions**, par une échelle territoriale plus grande, peut cependant être recherchée au travers d'animations aux supports plus classiques, certaines de ces animations peuvent d'ailleurs devenir de véritables événements contribuant à accroître la fréquentation touristique, comme le montre le marché de Noël aujourd'hui.
- **S'appuyer sur des grands événements** et mettre en place des partenariats gagnants-gagnants avec les acteurs du monde culturel, sportif, et festif lillois (Casino, Office de Tourisme, Palais des Beaux-Arts...).
- **Créer des opérations d'animations commerciales** en prenant en compte la notion de circuit.