



GUIDE PRATIQUE

COMMENT FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT D'UN COMMERCE MULTI-SERVICES DANS VOTRE COMMUNE ?

2019



CCI MAINE-ET-LOIRE

MIS A JOUR EN DÉCEMBRE 2019



Anjou, territoire de services
ici, on vous simplifie la vie



Ce document est édité par la CCI

CCI de Maine-et-Loire
8 boulevard du Roi René
CS 60 626
49006 ANGERS cedex 01



CCI MAINE-ET-LOIRE

SOMMAIRE

INTRODUCTION | PAGE 1

Contexte et enjeux du guide pratique

1. ANALYSE DU TERRITOIRE | PAGE 3

Etude de la situation géographique, socio-démographique, économique et de l'offre commerciale et concurrentiel environnante.

2. ANALYSE DES BESOINS DU TERRITOIRE | PAGE 7

Recensement des besoins auprès de la population, des élus, de l'exploitant et des partenaires.

3. CHOIX DE L'OFFRE À DÉVELOPPER | PAGE 12

Exemples de services pouvant être mis en place au sein du commerce en complément de l'activité commerciale.

4. FINANCEMENTS MOBILISABLES | PAGE 20

Exemples de financements pouvant être mobilisés.

INTRODUCTION

Le commerce multi-services : une solution de revitalisation du centre-bourg

Depuis plusieurs années, les communes rurales voient leur tissu commercial se réduire et leur offre de services publics disparaître. Ce phénomène de désertification isole les habitants des territoires ruraux. Pour pallier ce phénomène, le commerce multi-services permet à la fois d'assurer une desserte de proximité aux habitants, en proposant notamment des produits de première nécessité pour les personnes les moins mobiles et permet également de créer du lien social. Au-delà de ces atouts, la fragilité économique des commerces ruraux peut être compensée par le développement de nouveaux services aux habitants qui garantissent des revenus complémentaires à l'exploitant, favorables à la pérennité de son exploitation.



ENJEUX DU GUIDE PRATIQUE

Ce guide de bonnes pratiques propose aux communes une méthodologie pour la mise en place de services au sein d'un commerce en milieu rural. Il a été conçu à partir d'une expérimentation menée à Villebernier, dans le cadre du Schéma Départemental d'Amélioration de l'Accessibilité des Services au Public visant à développer des services dans les territoires, tout en s'appuyant sur des partenariats privés et publics.

En lien avec l'exploitant, la collectivité et les habitants, la CCI a réalisé une étude permettant de définir les services supplémentaires qui pourraient être développés dans le commerce.

En complément, un accompagnement individuel par un conseiller CCI a permis la mise en oeuvre des services au sein du commerce.

“

L'expérimentation menée au Bistrot Ligérien de Villebernier rencontre un franc succès auprès des habitants et des élus. Aujourd'hui, le commerce multi-services dispose d'une offre de restauration variée comprenant un plat du jour, des produits de snacking, des fouées et des pizzas. L'exploitant propose également divers services marchands comme la vente de journaux, de cigarettes électroniques ou encore de cartes de pêche. Prochainement, des produits locaux rejoindront les étagères du commerce, avec la collaboration de maraîchers du territoire. Grâce à cette initiative locale, les habitants disposent d'une desserte de services de proximité avec la mise en place d'un point argent et d'un point retrait colis. Imaginé avec une décoration contemporaine et chaleureuse et une terrasse extérieure, le Bistrot Ligérien mise sur la convivialité et s'érige comme un lieu de rencontre où les habitants et les associations apprécient s'y retrouver pour boire un verre, jouer, covoiturer ou à l'occasion d'une soirée thématique. L'investissement financier de la commune est aujourd'hui récompensé.

*Madame PELLETIER,
Maire de Villebernier*

”





ANALYSE DU TERRITOIRE

Réaliser un diagnostic territorial pour évaluer les potentialités du territoire.

Il s'agit d'effectuer en amont plusieurs analyses allant de l'étude de la zone géographique à celle de la situation socio-démographique en passant par l'appréhension de l'activité économique de la commune.

1. ANALYSE DU TERRITOIRE

En amont de la création du commerce, il est nécessaire de réaliser une étude de l'historique commercial et du contexte environnemental du territoire d'implantation, afin d'évaluer la faisabilité du projet.

L'emplacement est un choix stratégique et déterminant dans la réussite du commerce !

1.1. SITUATION GÉOGRAPHIQUE

Une étude de la situation géographique du lieu d'implantation du commerce et de la zone de chalandise permet à la fois de comprendre l'environnement économique et concurrentiel mais également d'évaluer la clientèle potentielle.

Action 1 : Analyser l'environnement géographique.

- Les distances kilométriques de l'offre concurrente des communes environnantes
- La nature du territoire : rural, péri-urbain ou urbain
- Les axes de flux routiers traversant la commune et notamment l'axe desservant le commerce avec le nombre de véhicules passant par jour
- Le potentiel lié à la clientèle touristique et de passage



1.2. SITUATION SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE

A partir de l'étude des critères socio-démographiques, il s'agit de repérer les évolutions de la commune en matière de démographie, d'habitat ou encore d'emploi, pour ainsi apprécier les dynamiques locales.

Il faut également considérer les perspectives et projets futurs de la commune. L'enjeu de cette analyse de données est de comprendre les spécificités du territoire afin d'être au plus près des attentes et des besoins de la population.

Action 2 : Analyser les éléments socio-démographiques.

- L'évolution de la population et des naissances
- La répartition de la population par tranche d'âge
- La répartition de la population par secteur d'activité en soulignant la représentation des actifs, le taux de chômage, le nombre d'emplois sur la commune et la part d'habitants travaillant à l'extérieur
- Les modes de déplacement en appréciant la dépendance aux véhicules motorisés de la population locale
- Le nombre d'établissements actifs par secteur d'activité en relevant la densité du maillage économique, leur taille en fonction du nombre de salariés et le secteur d'activité majoritaire
- Les revenus de la population
- Le niveau de diplôme
- Les caractéristiques et évolution de l'habitat en notant le nombre de permis de construire et les projets d'habitat en cours ou à venir



1.3. SITUATION ÉCONOMIQUE

L'étude du tissu économique permet de faire un état des lieux de toutes les structures et actions de la commune pouvant générer de l'activité au commerce. Elle nous renseigne sur l'attractivité du territoire et sur les manquements en termes d'offre commerciale. En complément, un recensement des commerces des communes voisines permettra d'avoir un aperçu de l'environnement concurrentiel et de l'évasion commerciale.

L'interaction et les synergies entre le commerce et les autres activités et équipements favorisent l'attractivité de la commune.

Action 3 : Relever les activités présentes dans la commune via un recensement.

- L'équipement commercial et de services de proximité (à partir des données de l'Observatoire du commerce et de l'hôtellerie-restauration de la CCI 49)
- Les entreprises locales
- L'offre médicale et de services
- Les équipements et activités touristiques (camping, aire de camping-cars, sentier pédestre...)
- Les équipements collectifs (écoles, terrain, bibliothèque, cantine scolaire...)
- Les associations et leurs activités
- Les projets communaux

Action 4 : Relever les activités commerciales présentes dans les communes environnantes.

- Cartographier les activités potentiellement concurrentes dans la zone de chalandise.





ANALYSE DES BESOINS

Mieux comprendre les attentes des parties prenantes, pour formuler la meilleure réponse aux besoins

Après l'analyse des éléments quantitatifs, une étude plus qualitative auprès des habitants, des élus et de l'exploitant permettra de mieux cerner leurs attentes et tenter ensuite de les corrélés.

2. ANALYSE DES BESOINS

2.1. LES ELUS

Action 5 : Recenser les souhaits des élus et du Maire de la commune.

- Mener une réflexion sur l'offre de services et de produits que pourrait proposer le commerce.
- Connaître la vision et la perception de l'équipe municipale sur le projet commercial "idéal".
- S'assurer de la cohérence de l'offre et sa complémentarité, entre les services marchands et non marchands.
- Déterminer la faisabilité de mise en oeuvre.

🔑 CLÉS DE RÉUSSITE

Le respect du principe de réalité

1. Bien que les services publics génèrent des flux supplémentaires au sein du commerce, ils ne permettent pas pour autant de le faire vivre. Il est donc primordial de réfléchir à un modèle économique assurant l'équilibre et la pérennité de l'exploitation et qui puisse concilier à la fois les services marchands et non marchands. La viabilité du commerce repose essentiellement sur une activité commerciale octroyant des revenus suffisants au commerçant pour pérenniser son activité.

2. Il s'agit également de veiller à la complémentarité entre les missions dévolues à une Mairie et à une activité commerciale. On peut envisager pour un commerçant qui assure des missions de services publics, une contrepartie financière ou en nature (loyer modéré, aménagement d'une terrasse...).



2.2. LES HABITANTS

L'idéal est de réaliser une enquête consommateur représentative auprès de la population mais ce type d'étude peut présenter un coût élevé. A défaut, il est possible d'organiser un atelier avec les habitants. Ce dispositif impliquant le collectif, favorise la communication appuyé par une mise en pratique concrète (post-it, images...) et permet de générer un foisonnement d'idées.

Action 6 : Recenser les besoins des habitants à travers l'organisation d'un atelier.

- Sélectionner un panel d'habitants représentatifs volontaires de la commune ou de la zone de chalandise.
- Sonder les atouts et les faiblesses du commerce, tout en relevant les opportunités et les menaces pouvant peser sur le projet.
- Interroger sur la perception du commerce.
- Relever les besoins et attentes des habitants et faire émerger des propositions innovantes et créatives en respectant le principe de réalité.



🔑 CLÉS DE RÉUSSITE

La représentativité du panel et la qualité des échanges

1. Au profit de la pertinence et de la représentativité des résultats, il est préférable d'éviter de convier des habitants déjà investis dans la politique locale. Cela libérera le dialogue et favorisera l'expression de tous, tout en laissant la créativité de chacun s'exprimer à travers la dimension ludique des ateliers.
2. En cas de mauvaise perception du commerce, s'assurer auprès des habitants que les nouvelles activités envisagées les encourageront à s'y rendre.
3. Objectiver les échanges en rappelant les réalités du terrain et la faisabilité de mise en oeuvre de leurs attentes. A travers l'écoute et la prise en compte de leurs souhaits, les habitants deviendront des ambassadeurs du projet.

2.3. L'EXPLOITANT

Action 7 : Réaliser un diagnostic de l'activité de l'exploitant pour l'accompagner dans la mise en place de son offre de services.

- Réaliser un état des lieux de l'offre actuelle proposée par le commerçant et définir la typologie de clientèle.
- Apprécier la surface du local et ses potentialités.
- Recenser les souhaits de l'exploitant en termes d'offre commerciale et de services, relever les freins et proposer des leviers d'actions.
- L'orienter et le conseiller sur les activités compatibles à développer.



🔑 CLÉS DE RÉUSSITE

L'accompagnement de l'exploitant par la CCI

1. Lors du démarrage du projet, l'accompagnement individuel favorise la formalisation du projet. Il peut permettre la prise de conscience des réalités du métier de commerçant et de ses contraintes (financières, horaires, etc.) mais également des possibilités d'actions en lien avec les spécificités du territoire (attentes de la population, environnement concurrentiel et géographique, habitudes de consommation...).
2. Le soutien facilite la définition de la stratégie de développement de l'offre commerciale et de services complémentaires et compatibles à l'offre existante. La décision de déployer cette nouvelle offre dépend de l'exploitant.
3. Le coaching peut permettre de fixer des objectifs et favoriser la mise en place des services. En complément, des conseils et solutions sont proposées au commerçant pour faire face aux difficultés rencontrées (relation avec la clientèle, captation d'une nouvelle cible, etc...) ainsi que des outils (tableaux de bord, outils de mise en oeuvre et d'évaluation des activités,...).
4. L'écoute, l'acceptation des conseils et la mobilisation de l'exploitant facilitent la mise en oeuvre de l'opération.
5. Les qualités professionnelles et personnelles de l'exploitant sont également favorables au développement de l'activité.

2.4. LES PARTENAIRES

Action 8 : Rencontrer les partenaires

- Etudier la faisabilité de mise en place de nouveaux services en allant à la rencontre des partenaires publics et parapublics (l'intercommunalité, services du département, services de l'agglomération, service de transport, la Poste, la CAF...), des partenaires privés (entreprises, producteurs locaux, commerçants...), des associations locales et des habitants.
- Se renseigner sur l'historique de l'offre commerciale et de services de la commune (services n'ayant pas fonctionnés).
- Recueillir les stratégies des partenaires.
- Apprécier les éléments techniques, la réglementation, les conditions administratives, la logistique pour la mise en place des services.
- Envisager d'éventuels partenariats avec les entreprises du territoire.





CHOIX DE L'OFFRE DE SERVICES

Une multiplicité de variables à prendre en compte dans le développement de services au sein d'un commerce.

Le déploiement d'une offre de services dépend de plusieurs conditions : la zone d'implantation, l'emplacement et la surface du local, la compatibilité des services avec les autres activités de l'exploitant, la réglementation, l'offre concurrentielle, la volonté du professionnel de la développer, le potentiel de consommateurs... Ceci n'est qu'une liste non-exhaustive de paramètres à prendre en considération dans le choix de l'offre de services à développer dans un commerce, ces derniers étant en évolution permanente. En amont, il faut donc s'assurer d'un grand nombre de critères pour rendre pérenne la mise en place de services.

3. CHOIX DES SERVICES

Voici quelques exemples des services les plus déployés dans les commerces (cette liste est non-exhaustive).

3.1. LES POINTS ARGENTS

LE COMPTE NICKEL

Services proposés

Le Compte Nickel est un compte sans banque. La souscription est réalisée en autonomie par les clients sur la borne. Aucun frais d'installation ou de commercialisation n'est demandé au commerçant.

✓ CONDITIONS DE MISE EN PLACE

- Etre débitant de tabac.
- Être gérant depuis au moins 2 ans, du tabac actuel ou d'une autre entreprise.
- A défaut, justifier d'une formation en comptabilité/finance (BEP, BAC Pro, BTS, etc.).

Avantages

- Un trafic en magasin augmenté.
- Des commissions versées en temps réel sur un Compte Nickel distributeur :
 - 1€ à la vente du coffret ;
 - 2€ à l'activation de la carte ;
 - 0.75% de la valeur des dépôts cash ;
 - 0.23€ pour un retrait cash ;
 - aucune commission interchange sur les achats effectués avec une carte Nickel MasterCard via le TPE Compte Nickel.
- Un renforcement de la visibilité du commerce : parutions dans la presse nationale, locale et sur internet.



COMMENT ÇA MARCHE ?

Pour demander un agrément et devenir buraliste Nickel, il faut se rendre sur « devenir buraliste Nickel » et compléter le formulaire.

Le buraliste aura besoin de :

- son numéro SIRET (14 chiffres) ;
- son code douanes (N° ADM FISC sur les factures tabac).

Le buraliste reçoit immédiatement le dossier par mail qu'il doit ensuite compléter. Une fois complet, le dossier sera étudié par la Banque de France pendant une durée de 2 mois. Le matériel Nickel sera livré et installé dans le magasin, et un animateur initiera ensuite à son fonctionnement.



LES POINTS VERTS

Services proposés

En échange d'un chèque remis au commerçant adhérent du Service Point Vert ou de sa carte bancaire, le client obtient en espèce l'équivalent de la somme souhaitée.

Il a la possibilité de retirer de 20 à 100€ (par jour et par personne). Ses opérations s'effectuent en toute sécurité et discrétion, le commerçant Service Point Vert ne détenant aucune information sur le compte bancaire du client.

Avantages

- Un trafic en magasin augmenté.
- Un acte d'achat suscité.
- Une attractivité du commerce de proximité renforcée.
- Du lien social créé avec le commerçant.
- Une nouvelle source de revenu : une commission est reversée par le Crédit Agricole (82 centimes par transaction).

✓ CONDITIONS DE MISE EN PLACE

- Etre client du Crédit Agricole.
- Etre sur un lieu de passage (café, supérette, boulangerie...).

Il existe aussi les points bleus proposés par le Crédit Mutuel. Ce service permet aux clients du Crédit Mutuel de retirer des espèces au sein du commerce. Ils peuvent également effectuer des remises de chèques.

COMMENT ÇA MARCHE ?

Dans les zones rurales, le Crédit Agricole a mis en place des Points verts, permettant aux clients de retirer des espèces dans des supérettes, boulangeries, bureaux de tabac...

C'est l'Agence bancaire du commerçant qui donne son accord pour la création du Point Vert au sein du commerce.



WESTERN UNION

Services proposés

Western Union propose des services de transfert d'argent.

Le client se rend dans un point de vente pour envoyer de l'argent vers un compte bancaire, un portefeuille mobile, vers plus de 200 pays ou territoire, ou recevoir de l'argent.

✓ CONDITIONS DE MISE EN PLACE

- Ordinateur
- Connexion à Internet
- Imprimante pour installer un logiciel

LE CASHBACK

Services proposés

Le cashback permet d'obtenir de l'argent liquide chez les commerçants. Il s'agit de payer un peu plus que le montant de ses achats en caisse et de recevoir la différence en espèces. Le consommateur peut retirer jusqu'à 60 euros en espèces dès 1€ d'achat par carte bancaire dans un magasin. Le commerçant définit le plafond pouvant être retiré. Grâce à ce dispositif, l'argent liquide se transforme en opération de carte bleue qui sera directement créditée sur le compte du commerçant.

✓ CONDITIONS DE MISE EN PLACE

- Tous les commerçants sont éligibles pour proposer ce service.

Avantages

- Une activité du commerçant dynamisée.
- Une nouvelle clientèle attirée.
- Un trafic en magasin augmenté.
- Une commission générée sur chaque transfert d'argent envoyé ou reçu depuis le commerce.



Avantages

- Un commerce de proximité dynamisé.
- Du lien social créé et des clients fidélisés.
- Une rémunération plus rapide sur le compte du commerçant.
- Une réduction des prélèvements en cours de journée et des risques liés à la détention de liquidités.

CE QUE DIT LA LOI

Se référer au Décret n° 2018-1224 du 24 décembre 2018 relatif à la fourniture d'espèces dans le cadre d'une opération de paiement pour s'informer sur la législation.

3.2. RELAIS-COLIS

Avantages

- Une opportunité de développer sa clientèle et son chiffre d'affaire.
- Une augmentation de la fréquentation dans le point de vente.
- Une fidélisation de la clientèle.
- De nouveaux clients vivant ou travaillant à proximité captés.
- Des achats immédiats suscités.

Inconvénients

- Une faible rémunération variant selon les réseaux de 0,30 à 0,50 euro par colis.
- Du personnel mobilisé (temps de gestion des colis parfois important).
- Des achats additionnels parfois non occasionnés pour certains commerces (magasin de meubles, garage auto, etc...).

COMMENT ÇA MARCHE ?

Des formulaires pour candidater en ligne sont accessibles sur les sites des réseaux. Une équipe commerciale contacte le gérant pour organiser une rencontre, si le projet est sélectionné. Le commerçant bénéficie d'un accompagnement pour la mise en place du service. L'activité est pilotée par une plateforme informatique et ne demande ni tâches administratives, ni investissements pour le commerçant. Un terminal mobile lui est remis et permet une gestion simple, rapide et automatisée des flux de colis.

✓ CONDITIONS DE MISE EN PLACE

- La localisation : le commerce doit être situé sur un axe de flux, sur l'itinéraire quotidien des clients. L'accès au commerce doit être aisé, aussi bien pour les piétons que les automobilistes avec des possibilités de stationnement en proximité.
- La disponibilité : une large amplitude horaire est préconisée pour répondre aux contraintes de disponibilité des clients.
- La surface et l'agencement intérieur : le point de vente doit disposer d'un espace de stockage suffisant pour l'accueil des colis avec des possibilités de rangements.
- L'existence d'autres points relais colis dans la zone de chalandise sera également examinée dans le traitement de la candidature.



3.3. RELAIS POSTE

Services proposés

- Vente de timbres-poste à usage courant
- Vente d'enveloppes Prêt-à-Poster et d'emballages Colissimo
- Fourniture d'autres produits courrier ou colis sur commande
- Dépôt des objets y compris recommandés
- Retrait des lettres et colis en instance
- Services de proximité (contrat de réexpédition du courrier, garde du courrier...).

Avantages

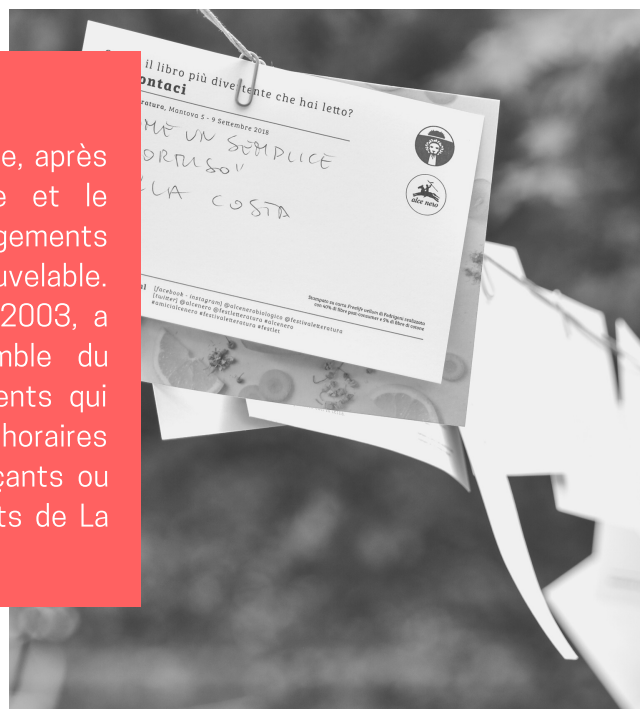
- Un trafic et des flux augmentés au sein du point de vente.
- Une nouvelle source de rémunération : une indemnité est perçue tous les mois accompagnée d'un commissionnement sur les prestations effectivement réalisées.

✓ CONDITIONS DE MISE EN PLACE

- Sélection selon des critères pratiques qui faciliteront la mise en œuvre du projet : horaires, image, situation, agencement, discrétion...
- Présence d'un espace de stockage pour les colis.
- Détermination par le commerçant des jours et horaires d'ouverture à la clientèle pour les activités postales, en fonction de son activité principale.

COMMENT ÇA MARCHE ?

Le partenariat est régi par une convention signée, après concertation avec les élus, entre La Poste et le commerçant ou l'artisan retenu, qui fixe les engagements réciproques pour une durée de trois ans renouvelable. Cette formule de partenariat privé, lancée en 2003, a connu un développement rapide sur l'ensemble du territoire. Elle a été bien accueillie par les clients qui apprécient notamment l'élargissement des horaires d'ouverture, la qualité de l'accueil des commerçants ou des artisans, et l'accès à l'essentiel des produits de La Poste.



3.4. LES DISTRIBUTEURS AUTOMATIQUES DE DENRÉES ALIMENTAIRES

Services proposés

Les distributeurs automatiques permettent de proposer des produits locaux en libre-service, 24/24h (tomates, melons, fromages, pains...).

Avantages

- Des flux créés aux heures d'ouverture du commerce.
- Une activité supplémentaire générée pour l'exploitant.
- Une desserte de services de proximité assurée pour les habitants de la commune.

COMMENT ÇA MARCHE ?

Dans les zones touchées par la désertification commerciale, les distributeurs permettent un approvisionnement en produits frais et locaux pour les habitants (pain, légumes, petite épicerie...). Idéalement situés sur un axe de flux, ils peuvent capter un grand nombre d'automobilistes et ainsi générer une activité supplémentaire pour son exploitant.

CE QUE DIT LA LOI

La mise en place d'un distributeur automatique est réglementée. Dans le cadre d'une implantation sur le domaine public (trottoir...), il est nécessaire d'effectuer une demande d'autorisation d'occupation temporaire (AOT) auprès des services locaux, en amont. Après acceptation, la demande fait l'objet d'une convention entre la commune et l'exploitant du distributeur. Une redevance est fixée par la commune.



QUELQUES EXEMPLES DE BONNES PRATIQUES SUR D'AUTRES TERRITOIRES

LE SAINT ANDRÉ - SAINT-ANDRÉ-DE-NAJAC

Situé au sein d'une commune de 400 habitants ce bar organise des dégustations de fromage et charcuterie du pays. On vient aussi y consommer des vins bio ou des limonades artisanales, bénéficier des animations (concerts, contes, expositions, soirées jeux, diffusion de matchs...) ou encore profiter de l'espace brocante qui le compose.

LE BIGARRÉ - BRISSAC-QUINCÉ

Espace intergénérationnel, de jeux, de détente, et de loisirs, le Bigarré s'adresse aussi bien à des actifs qu'à des retraités ou à des entreprises. Plusieurs salles, un ordinateur en libre accès, un espace de projection vidéo, un billard, un baby-foot et des jeux de société sont mis à disposition. Il est également possible de réserver des espaces de travail. L'entrée est payante. Trois formules sont proposées aux usagers : le ticket d'entrée à la journée, la carte 14 entrées et la carte adhérent pro ou intégral.

LA VIE SAUVAGE - EPPE-SAUVAGE

Petit café implanté dans une commune de 270 habitants, il propose également une petite restauration simple et de qualité. Aussi, le commerce dispose d'une épicerie proposant des produits frais, artisanaux, locaux et de dépannage.

COMPTOIR DE CAMPAGNE - DÉPARTEMENT DE LA LOIRE

C'est un réseau de commerces multi-services composé de boutiques physiques et d'un site de e-commerce. Proposant une épicerie de produits en circuits courts et de produits de dépannage, le commerce dispose en complément de services de proximité tels que La Poste, SNCF, relais colis (casiers extérieurs de retrait), cordonnerie, pressing, relais gaz, retouches, imprimerie, clés, etc et de e-services avec un accès internet et impressions. On peut également y retrouver un bar-restaurant, un espace salon de thé et de petite restauration sur place et à emporter (formules petit-déjeuner, plat du jour, tartines de pays, pizzas, sandwiches, planches, etc.).



FINANCEMENTS

Comment financer un projet de création ou de reprise d'entreprise ?

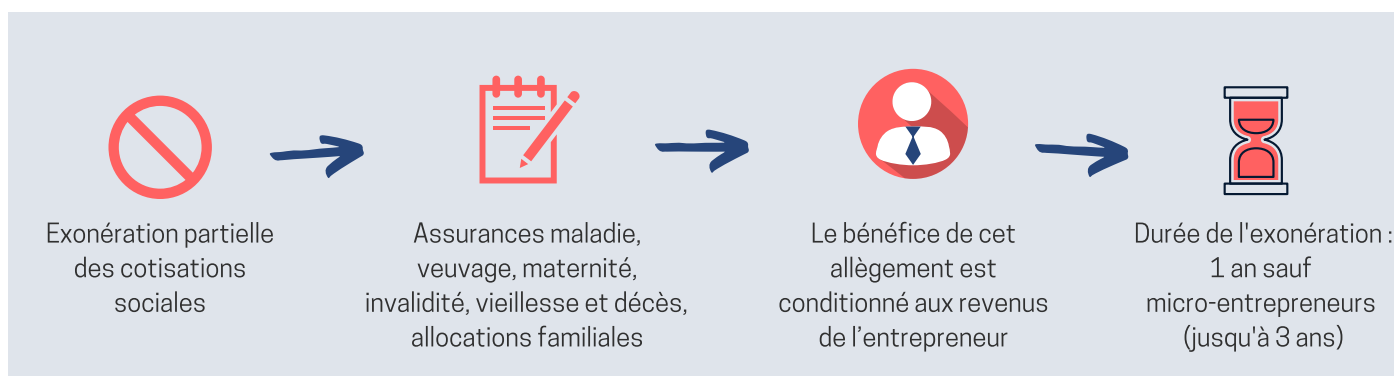
Les aides à la création et à la reprise existent et sont en constante évolution. Elles sont définies par des critères précis à respecter. Elles peuvent notamment être sous forme de subventions, d'exonérations fiscales et de charges sociales, d'allocations, de prêts d'honneurs ou encore de garanties. Des aides régionales et européennes peuvent également être sollicitées par la collectivité.

4. FINANCEMENTS

4.1. EXONÉRATIONS FISCALES ET SOCIALES

ACRE - AIDE AUX CRÉATEURS ET REPRENEURS D'ENTREPRISES

DE QUOI S'AGIT-IL ?



✓ CONDITION D'ELIGIBILITÉ

- Etre entrepreneur qui crée ou reprend une activité professionnelle .
- Etre une personne qui entreprend l'exercice d'une autre profession non salariée, soit à titre indépendant, soit sous la forme d'une société.

EXONÉRATION TOTALE

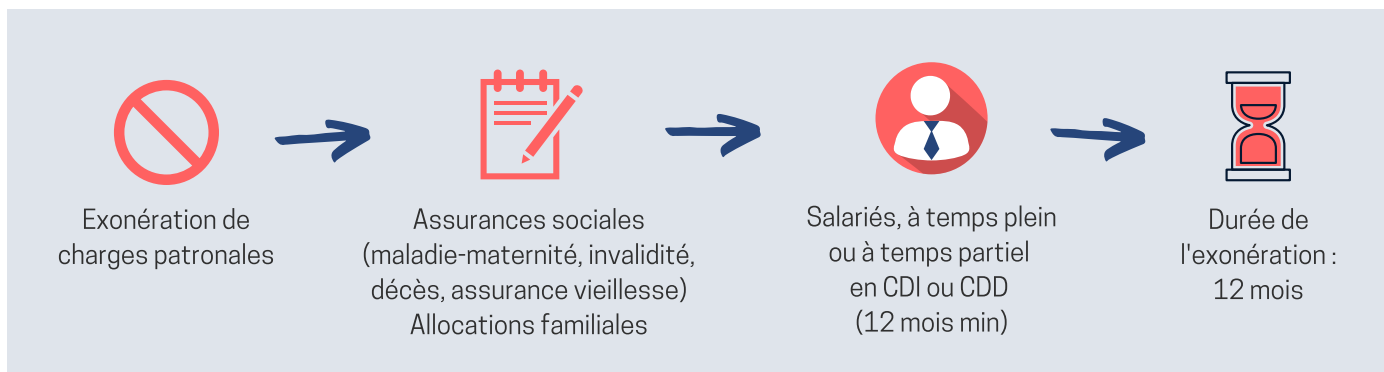
Les revenus ou les rémunérations du bénéficiaire sont inférieurs à 75% du plafond annuel de la Sécurité sociale .

EXONÉRATION DÉGRESSIVE

Les revenus ou les rémunérations sont supérieurs à 75% du plafond annuel. Annulation lorsqu'ils sont égaux ou supérieurs au plafond annuel de la Sécurité sociale.

ZRR — EXONÉRATION DE COTISATIONS SOCIALES EN ZONE RURALE À REVITALISER

DE QUOI S'AGIT-IL ?



✓ CONDITION D'ÉLIBILITÉ

Toute entreprise ou groupement d'employeurs, quels que soient sa forme juridique et son régime fiscal, ayant :

- une activité industrielle, commerciale, artisanale, agricole ou libérale ;
- au moins 1 établissement situé en ZRR ;
- 49 salariés maximum ;
- un capital non détenu à plus de 25% par d'autres entreprises (de plus de 250 salariés et plus de 50 millions d'euros de chiffre d'affaires) ;
- être à jour de ses obligations vis-à-vis de l'Urssaf.

EXONÉRATION TOTALE

Jusqu'à 1,5 fois le SMIC
(soit jusqu'à 2 281,82 € bruts mensuels en 2018)

EXONÉRATION DÉGRESSIVE

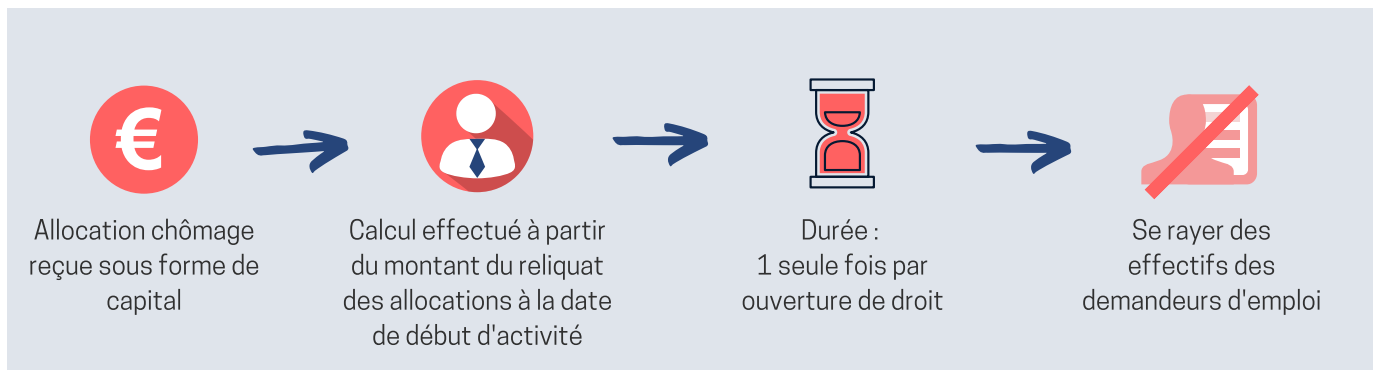
Entre 1,5 et 2,4 SMIC
(soit entre 2 281,82 € et 3 650,92 € bruts mensuels en 2018).

4.2. LES AIDES PÔLE EMPLOI

ARCE - AIDE FORFAITAIRE PÔLE EMPLOI



DE QUOI S'AGIT-IL ?



✓ CONDITION ÉLIGIBILITÉ

- Les bénéficiaires de l'allocation d'aide au retour à l'emploi (ARE) qui créent ou reprennent une entreprise alors qu'ils sont en cours d'indemnisation.
- Le demandeur d'emploi autorisé à bénéficier de l'ARE mais qui ne la perçoit pas au moment du démarrage de son activité.
- La personne licenciée qui commence ses démarches pour créer ou reprendre une entreprise pendant sa période de préavis, de son congé de reclassement ou de son congé de mobilité, et qui est admise au bénéfice de l'ARE.

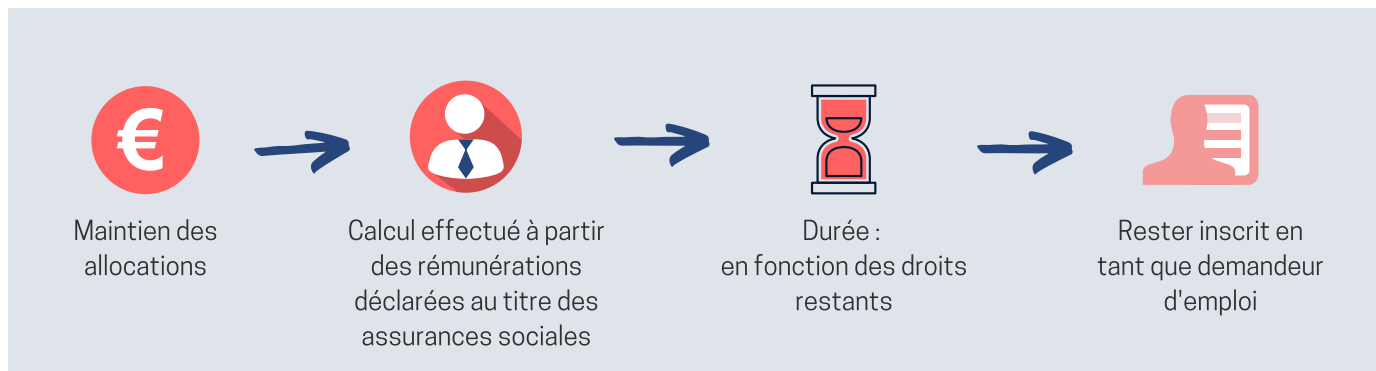
Cette aide correspond à 45% du montant du reliquat des allocations à la date de début de l'activité.

Elle est versée en 2 fois :

- ➊ **Premier versement :**
à la date de début d'activité après application des différés congés payés et spécifique.
- ➋ **Second versement :**
6 mois après le premier versement suite à la demande.

LE MAINTIEN PARTIEL DES ALLOCATIONS

DE QUOI S'AGIT-IL ?



✓ CONDITION ÉLIGIBILITÉ

- Les bénéficiaires de l'allocation d'aide au retour à l'emploi (ARE) qui créent ou reprennent une entreprise alors qu'ils sont en cours d'indemnisation.
- Le demandeur d'emploi autorisé à bénéficier de l'ARE mais qui ne la perçoit pas au moment du démarrage de son activité.
- La personne licenciée qui commence ses démarches pour créer ou reprendre une entreprise pendant sa période de préavis, de son congé de reclassement ou de son congé de mobilité, et qui est admise au bénéfice de l'ARE.



Quand la rémunération est connue, envoyer les justificatifs demandés quant à la nouvelle rémunération.

- Nombre de jours indemnisés = (ARE – 70 % de la rémunération brute du dirigeant) / ARE journalière



Quand la rémunération est inconnue dans l'attente des justificatifs demandés, application d'un forfait .

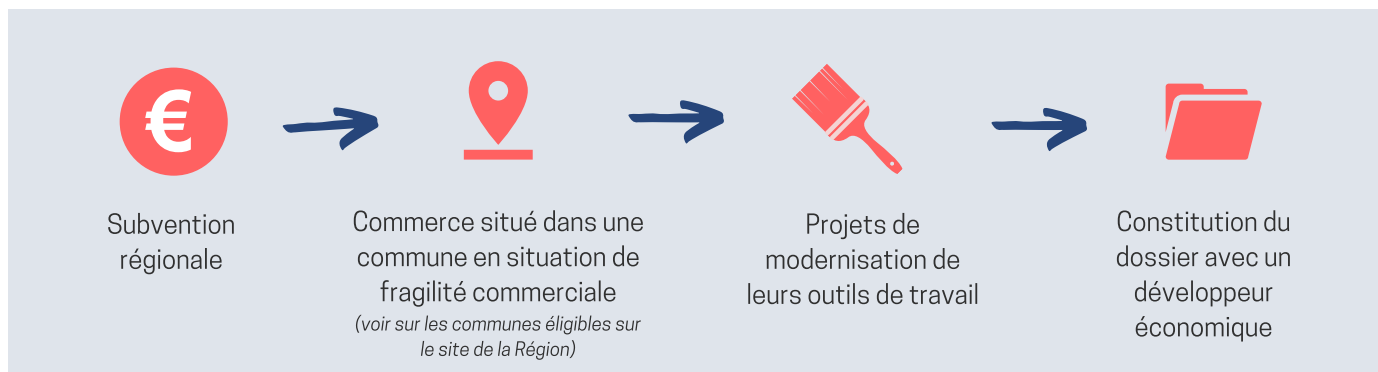
- 1^{ère} année civile : 621,11€ / mois
 - 2^{ème} année civile : 882,63€ / mois
- 

4.3. LES AIDES RÉGIONALES



PLCA - PAYS DE LOIRE COMMERCE ARTISANAT

DE QUOI S'AGIT-IL ?



✓ CONDITION ÉLIGIBILITÉ

Etre artisan ou commerçant participant au dynamisme des communes rurales : alimentation générale, bar - tabac - presse, boucherie - charcuterie, boulangerie - pâtisserie, commerce de boissons, commerce de fruits et légumes, fleuriste, garage automobile, institut de beauté, poissonnerie, restaurant, salon de coiffure, station - service. Etre une entreprise :

- inscrite au Registre du commerce et des sociétés ou au Répertoire des Métiers ;
- TPE réalisant moins d'1 millions de chiffre d'affaires HT ;
- surface de vente inférieure à 400 m² ;
- non détenue à plus de 25% par une autre entreprise ;
- en situation économique et financière saine.

DÉPENSES ÉLIGIBLES

- les travaux d'aménagement intérieur : électricité, peinture, isolation, vitrine, façade, etc ;
- les travaux de mise aux normes (sanitaires, sécuritaires, environnementales) ;
- les travaux d'accessibilité des personnes en situation de handicap et à mobilité réduite ;
- l'acquisition de matériels professionnels neufs ;
- les véhicules de tournée alimentaire et leur aménagement.

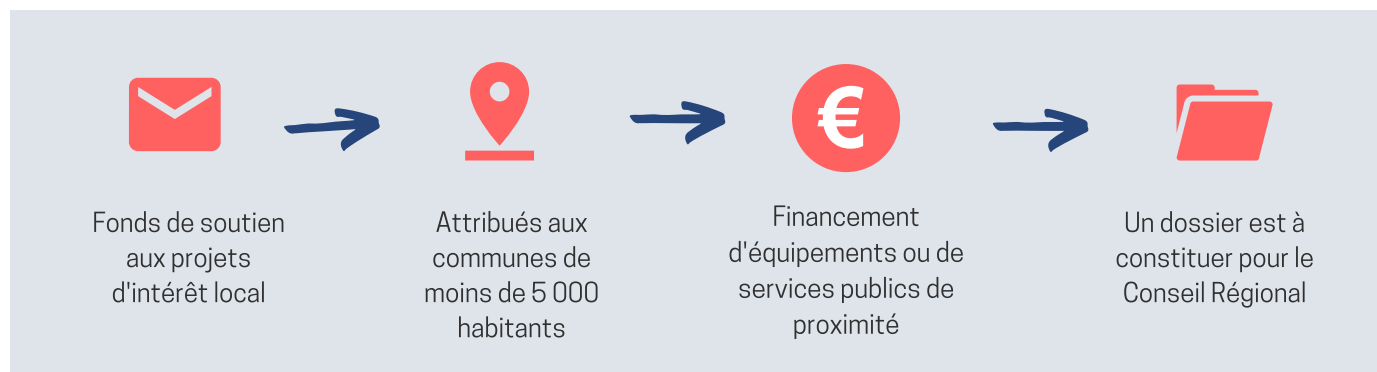
MONTANT

- Plancher des dépenses éligibles : 10 000€ HT.
- Plafond des dépenses éligibles : 75 000€ HT.
- Taux de subvention maximum : 30% du montant HT prévisionnel d'investissement.

FOND RÉGIONAL DE DÉVELOPPEMENT DES COMMUNES



DE QUOI S'AGIT-IL ?



✓ CONDITION ÉLIGIBILITÉ

Les communes des Pays de la Loire de moins de 5 000 habitants*

- Les Communes nouvelles comptabilisant une population supérieure à 5 000 habitants pourront bénéficier de ce fonds à titre transitoire pour soutenir un investissement réalisé dans l'une de leurs communes déléguées, dès lors que celle-ci ne comptait pas plus de 5.000 habitants à la création de la Commune nouvelle.

DÉPENSES ÉLIGIBLES



Les types de projets susceptibles d'être soutenus seront des investissements y compris les études préalables à ces investissements, soit prioritairement :

- équipements et services permettant l'insertion des populations, la petite enfance et la jeunesse, l'emploi, la formation,
- équipements et services favorisant la mobilité et les déplacements,
- équipements de proximité dont une commune serait dépourvue.

MONTANT



Taux indicatif d'intervention, au regard du plan de financement :

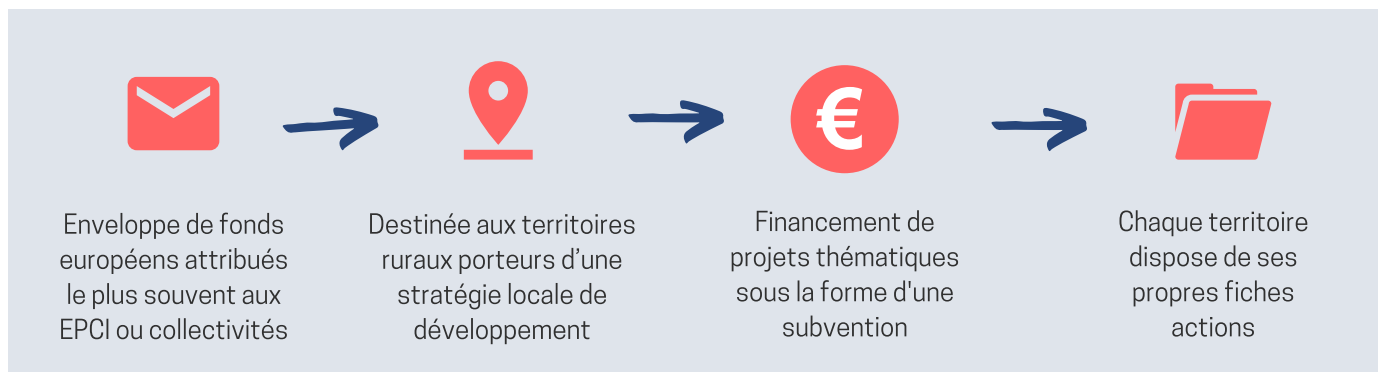
- 10 % du coût* HT ou TTC selon l'éligibilité au FCTVA
- Plafond de subvention par projet : 50 000 €
- Coût total du projet : supérieur à 10 000 € HT ou TTC

Les projets soutenus ne devront ni figurer au sein d'un nouveau contrat régional, ni relever d'une autre ligne sectorielle régionale. Par ailleurs, sont exclus les investissements liés à l'eau, l'assainissement et l'électrification (à l'exception du petit équipement).

4.4. LE PROGRAMME LEADER

LIAISONS ENTRE ACTIONS DE DÉVELOPPEMENT DE L'ÉCONOMIE RURALE

DE QUOI S'AGIT-IL ?



✓ CONDITION ÉLIGIBILITÉ

Certains territoires bénéficient du programme Leader. En fonction de la thématique choisie, la liste des bénéficiaires peut être plus ou moins étendue :

- les établissements publics, associations loi 1901, EPCI, communes, syndicats professionnels, groupements d'agriculteurs, chambres consulaires, groupements d'Intérêt Economique, agriculteurs, TPE et PME, syndicats communaux et intercommunaux, Conseil Départemental.

DÉPENSES ÉLIGIBLES

- Une dépense est éligible si elle correspond aux dépenses éligibles de la fiche action à laquelle le projet se rapporte.

MONTANT

- La subvention est calculée sur la base des cofinancements publics obtenus pour la réalisation du projet :
 - subventions de l'Etat ;
 - subvention de collectivités ou d'organismes qualifiés de droit public ;
 - autofinancement d'un porteur de projet ou qualifié de droit public.

4.5. LES PRÊTS D'HONNEUR

INITIATIVE ANJOU : CRÉATION / REPRISE



	TPE	PME
SECTEUR D'ACTIVITÉ	Toute activité	Entreprise industrielle, Artisanat production, Services entreprises, Végétal spécialisé
MONTANT DU PRÊT	Prêt de 1.000 à 10.000 €	Prêt de 10.000 à 30.000 €
ENGAGEMENT CRÉATION D'EMPLOI	1 y compris celui du chef d'entreprise	5 emplois dans les 3 ans
ANCIENNETÉ ENTREPRISE	Dans les 2 ans	Dans la 1ère année
DURÉE DU REMBOURSEMENT	1 à 5 ans	4 ans
ACCOMPAGNEMENT	Animateur local	Initiative Anjou Maine-et-Loire

FONDS RÉGIONAL PAYS DE LOIRE : PRÊT TRANSMISSION / REPRISE



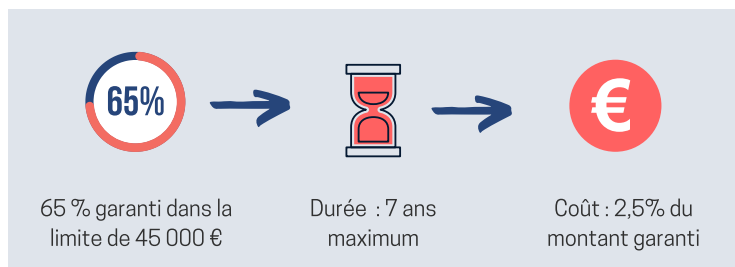
	ENTREPRISE
SECTEUR D'ACTIVITÉ	Toute activité
MONTANT DU PRÊT	Minimum : 6 000 € (cumul prêt honneur Initiative Anjou + prêt honneur régional) - Maximum : 40.000 € si 1 seul repreneur à 60.000 € si plusieurs repreneurs associés
ENGAGEMENT CRÉATION D'EMPLOI	Maintien des emplois à minima
APPORT PERSONNEL	En cohérence avec les montants prêtés
PRÊT BANCAIRE	Même montant minimum à prêts honneur accordés
DURÉE DU REMBOURSEMENT	3 à 5 ans (possibilité de différé)
ACCOMPAGNEMENT	Oui avec une mise en réseau via les clubs et associations et une mise en relation avec les développeurs économiques du territoire concerné par l'entreprise reprise

4.6. LES GARANTIES

FAG - FRANCE ACTIVE GARANTIE

FRANCEACTIVE
Les entrepreneurs engagés

DE QUOI S'AGIT-IL ?



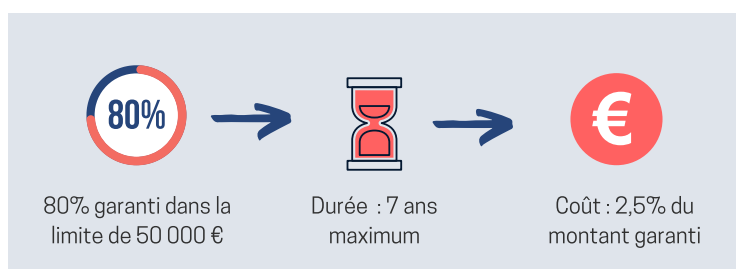
✓ CONDITION ÉLIGIBILITÉ

- Toute entreprise en cours de création ou créée depuis moins de 3 ans par une personne sans emploi ou en situation de précarité économique.

FGIF — FONDS DE GARANTIE À L'INITIATIVE DES FEMMES

FRANCEACTIVE
Les entrepreneurs engagés

DE QUOI S'AGIT-IL ?



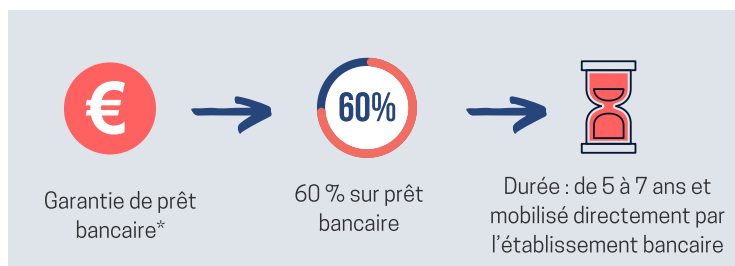
✓ CONDITION ÉLIGIBILITÉ

- Toutes les femmes qui veulent créer, développer ou reprendre une entreprise ; et ce quels que soient le statut de la créatrice (salariée, sans emploi...), la forme juridique de l'entreprise, son secteur d'activité.

BPI - GARANTIE CREATION

bpifrance

DE QUOI S'AGIT-IL ?



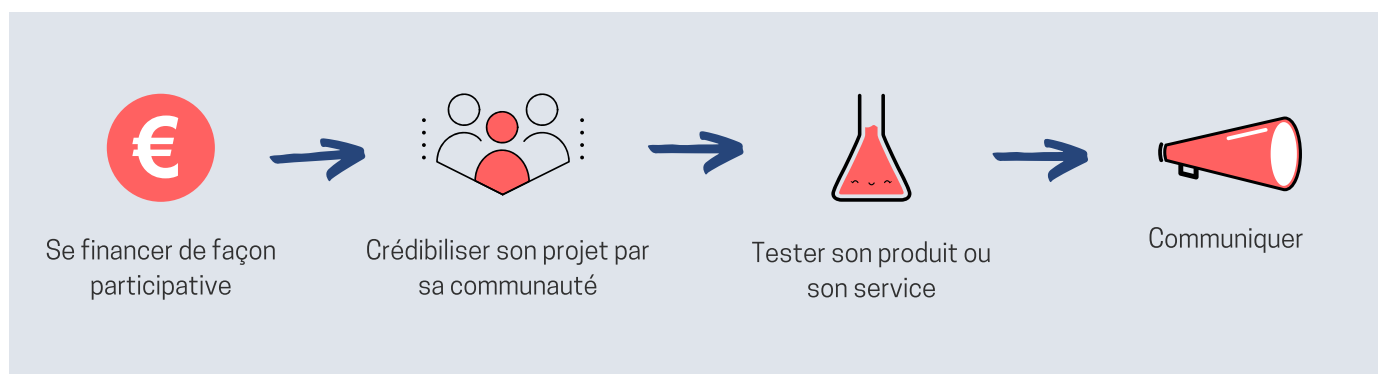
*Financements bancaires couvrant les investissements matériels et immatériels, achat de fonds de commerce, besoin en fonds de roulement, découvert notifié, délivrance de cautions sur marchés France et export.

✓ CONDITION ÉLIGIBILITÉ

- PME créées depuis moins de 3 ans ou dirigeants, personnes physiques s'endettant à titre personnel pour réaliser un apport en fonds propres dans la jeune PME.
- Projet : une création ex nihilo, une première installation par reprise de fonds de commerce, la création de sociétés par des entreprises ou entrepreneurs existants qui développent des activités ou produits nouveaux.

4.7. LE CROWDFUNDING

DE QUOI S'AGIT-IL ?



3 TYPES DE PLATEFORMES :



Don contre don

Les contributeurs sont remerciés par des contreparties en nature (produit ou service).
Exemple : tudigo, mail for good, arizuka.

Capital

Les contributeurs obtiennent une part du capital de l'entreprise soutenue.

Exemples : afexios, paticeep, happy capital, my nex start up, so we fun.

Prêt participatif

Les contributeurs obtiennent un titre de dette remboursable donnant lieu à des intérêts.

Exemples : Hellomerci.com, babyloan.org, lendingclub.

tudigo



**TUDIGO ET ULULE
SONT
PARTENAIRES DE
LA CCI 49**

4.8. L'ACCOMPAGNEMENT



PARCOURS ENTREPRENEUR

Rendez-vous individuels ante création d'entreprise

Formation de 6 semaines, aide au financement avec un prêt d'honneur spécifique, accompagnement sur 3 ans après la création.

ANTE CRÉATION 📍

Pour les demandeurs d'emploi

Interlocuteur : Conseiller CCI 🗨️



DIPOSITIF FSE

Rendez-vous individuels ante et post création d'entreprise.

ANTE CRÉATION 📍

Pour les demandeurs d'emploi, allocataires minima sociaux, personnes au foyer, personnes en congés parental.

POST CRÉATION 📍

Pour les entreprises de moins de 3 ans (1er rendez-vous dans l'année de la création)

Interlocuteur : Conseiller CCI 🗨️



MCTE

Programme d'ateliers gratuits :
URSAFF/SSI, micro-entreprise, numérique, financer son projet...

Inscription sur : lesmcte49.fr 📍

Interlocuteur : MCTE 49 🗨️



FUTURS RESSORTISSANTS CCI

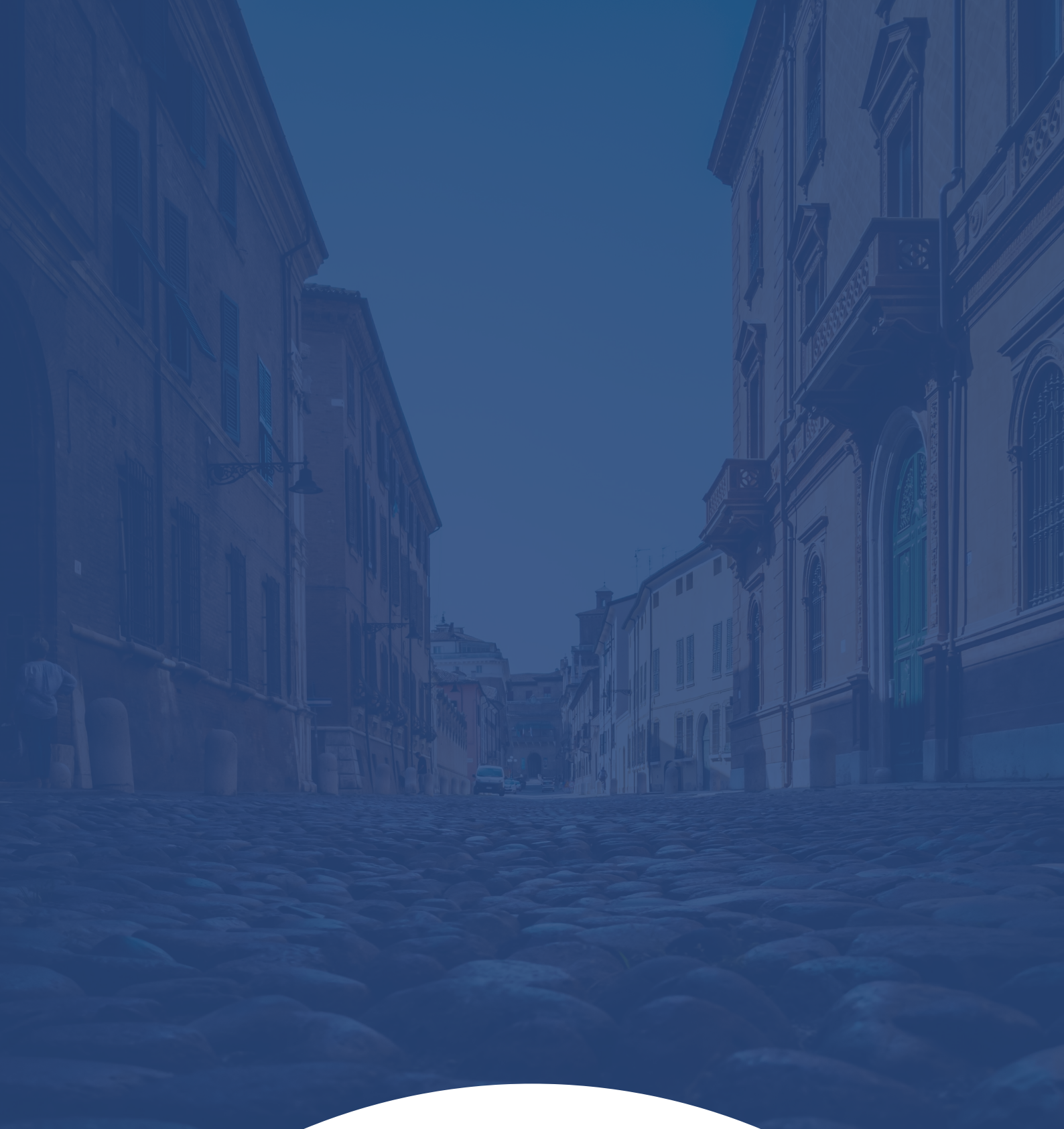
Accompagnement individuel

ANTE CRÉATION 📍

Quelle que soit la situation professionnelle actuelle.

Interlocuteur : Conseiller CCI 🗨️





RÉALISÉ PAR



CCI MAINE-ET-LOIRE

EN PARTENARIAT AVEC

DÉPARTEMENT DE MAINE-ET-LOIRE

anjou



Anjou, territoire de services
ici, on vous simplifie la vie