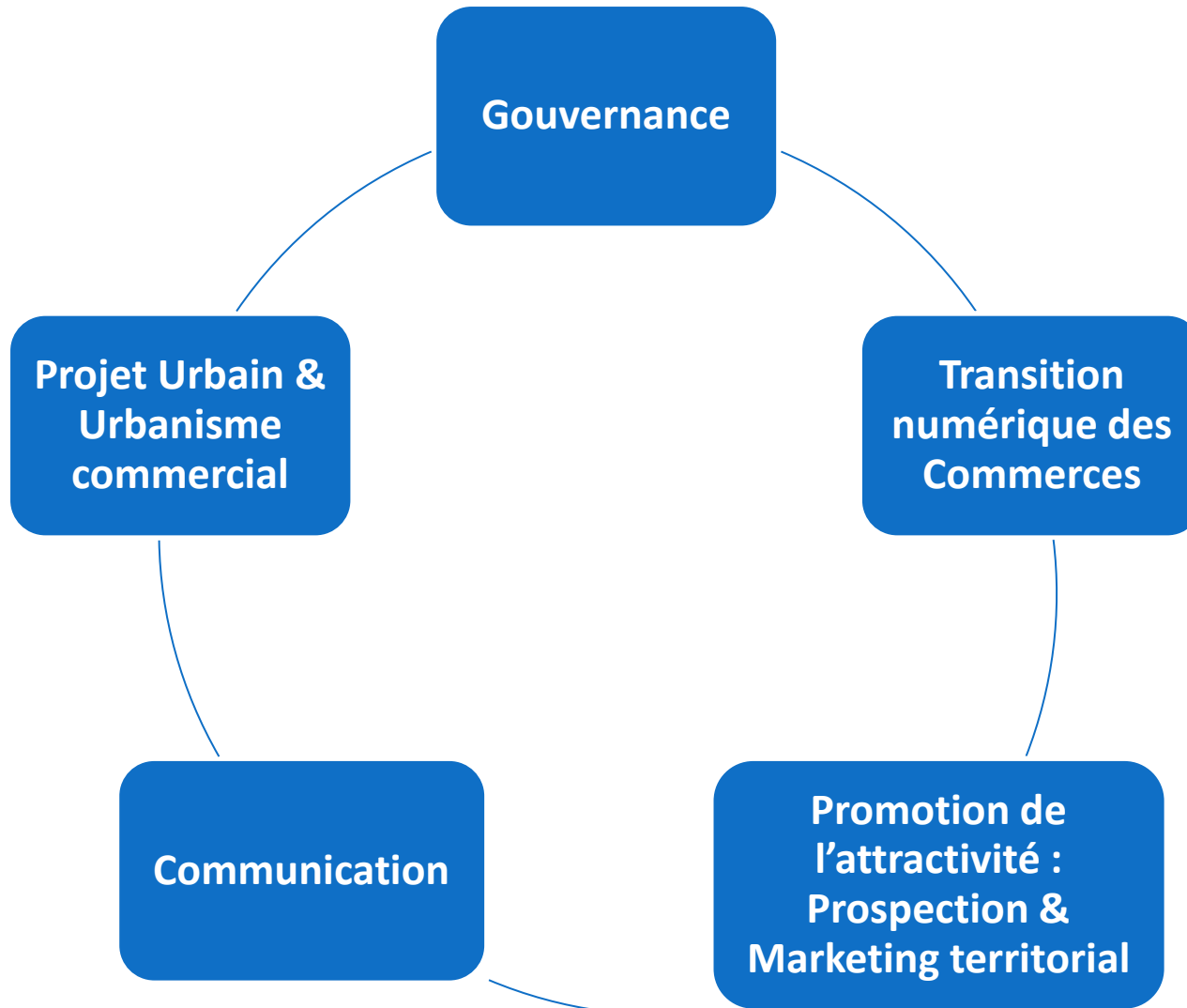


Plan d'actions triennal (2021-2023)

VILLE/CCI/CMA/CSC

(pièce-annexe à la Convention pluriannuelle
d'objectifs et de moyens 2021-2023)

5 axes de travail



Plan d'Actions Ville — & Partenaires CCI/CMA/CSC

- Plan d'actions annuel à décliner chaque année, à partir de ce plan d'actions triennal, en précisant les modes opératoires et l'attribution des implications et responsabilité : portage et/ou contribution de chaque partenaires signataires pour chaque action.

Axe N°1 : Gouvernance

Objectif : Fédérer l'ensemble des commerçants de la Ville

Moyen : Création d'une marque de territoire « **Saint-Chamond Made for You** ».



Axe n°2 : Transition numérique

Objectif : Accompagner les commerces dans la **démarche de transition numérique** amorcée lors de la crise sanitaire :

Moyens envisagés :

- **Mise en place des « RDVs thématiques »** réunion/échanges-démo/retours d'expériences/mise en réseaux : « thème création d'un site internet marchand » (rencontres de prestataires, de commerçants ayant mis en place des sites marchand,..) dans le cadre de la Biennale du Design.
- Déploiement du **dispositif Top Compétitivité** de la CCI
- Mise en place de **formations à l'EPN** dédiées aux commerçants sur la création d'une page Facebook / Instagram et son animation (+ autre programmation prévue)
- **Relais des Aides directes « numérique »** (Région,...)
- Proposer des **services innovants : étude de faisabilité en cours** (Installer des **bornes numériques sur les poches de stationnement.**, **conciergerie numérique de proximité** et des **box de retrait** afin de récupérer les commandes achetées en ligne dans les commerces locaux, Développement d'un **outil cartographique interactif** à destination du grand public et/ou des porteurs de projets sur le Centre-Ville.

Axe n°3 : Promotion de l'Attractivité de — la Ville, Marketing territorial

Objectif N°1: Connaissance exhaustive et stratégique des locaux commerciaux et professionnels de la commune (occupés et vacants)

Moyens: - Développement de l' **Observatoire du Commerce, de l'Artisanat et de l'industrie**

- **Partenariats renforcés** avec les agences immobilières, Habitat Métropole, Négociateur Immobilier des notaires de Saint-Chamond, Cap Métropole, Bailleurs privés,...

Objectif N°2 : Démarcher les porteurs de projets, investisseurs potentiel, Développeurs d'enseigne,...

Moyens : - Evènementiel « **RDV Business : Saint-Chamond Made For You** »

- **Rencontrer les porteurs de projets et investisseurs potentiels locaux et régionaux** (visite et démarchage terrain, prospection,...)
- Participer aux évènements professionnels de promotion de l'attractivité de la Ville : **Franchise Expo Paris** (26 au 29 septembre 2021), **Forum Franchise de Lyon** (21 octobre 2021)

Axe N°4 : Projet urbain & Urbanisme commercial

Objectifs : **Maîtrise foncière sur les secteurs stratégiques & Commercialisation** des locaux commerciaux disponibles (Locaux Ville, Habitat Métropole et Bailleurs Privés)

Moyens :

- Poursuites des **Etudes d'opportunités de Prémption et d'Achat** de locaux commerciaux stratégiques (Murs + Fond)
- **Rénovation et Restructuration des locaux préemptés** (Nouveau Marché Public lancé en février 2021 + Poursuite des travaux en cours + Partenariat avec CAP METROPOLE sur le dispositif des ORI,...)
- **Remember les cellules commerciales** : fusion de cellules commerciales afin d'avoir des cellules plus conséquentes, sous réserve de caractéristiques techniques et de contexte favorable.
- **Mise en valeur des locaux commerciaux préemptés** avant la restructuration : désencombrement, nettoyage, vitrophanie (déclinaison marketing territorial & Biennale Design), clef unique pour tout les locaux commerciaux,...
- **Promotion des cellules commerciales Ville rénovés et disponibles** : via les RDV Business, via la plateforme nationale dédiée, via le démarchage,...

Note : La vacance technique est plus importante que les vacances stratégiques et commerciales réunies.

Axe N°4 : Projet urbain & Urbanisme commercial

Objectif : travailler en transversalité avec le Projet urbain et son développement afin de poursuivre l'amélioration du cadre de vie, des espaces publics et des équipements pouvant bénéficier également aux commerçants et à leurs clientèles

Moyens :

- Mise en place du **jalonement dynamique**, sur quelques zones pour commencer (tests)
- Changement du **mobilier urbain**
- **Etudes stratégiques** : Études CCI sur les DC (Dépenses Commercialisables), Comptage de flux (piétons, naveteurs, ...), Outil « Marketing et Territoire »,...

Axe N°5 : Communication / Marketing territorial

Objectif N°1 : Poursuivre la **campagne de communication de soutien au commerce local et circuits courts** engagée pendant le premier confinement sur les différents supports disponibles.

Moyens :

- **Campagnes d'affichages**
- Rubriques dédiées sur le **site internet de la Ville**
- Communication sur les **réseaux sociaux**
- **Vitrophane des locaux disponibles Ville** (Déclinaison Marketing territorial « Saint-Chamond Made For You ») (en cours d'étude de faisabilité et consultations prestataires)

Objectif N°2 : : communiquer et promouvoir l'offre commerciale sur la zone de chalandise

Moyens :

- Mise en place d'un outil de communication « **Mon Parcours Shopping** » à décliner sur différents supports existants (site internet, application smartphone, affichage, Magazine, Flyer...)
- + Création de nouveaux supports : bornes numériques dans l'espace public (parking ou entrées de zones commerçantes), signalétique, plan cartographié,...)
- Poursuivre les **campagnes de marketing territorial**