

Bretagne rurale et urbaine  
pour un développement  
durable

*Breizh ar maeziou ha maezkerel  
evit an diorren padus*



# Soutenir **LE COMMERCE** en **CENTRE-BOURG**

► Retours d'expériences, éléments de démarches  
et clés de réussite



Un réseau de communes et d'intercommunalités  
pour répondre aux enjeux d'aujourd'hui et de demain



# ÉDITORIAL DES CO-PRÉSIDENTES

Dans les territoires ruraux et périurbains, la présence de commerces est souvent décisive pour faire vivre nos centres-bourgs et attirer de nouveaux habitants. Ainsi, nombreux sont les élus qui prennent à bras-le-corps la question du commerce de proximité, en particulier lorsque l'initiative privée est défaillante ou lorsqu'elle a besoin d'être confortée. Certains s'impliqueront pour pérenniser les commerces existants, rechercher un successeur, là où d'autres soutiendront l'émergence d'un nouveau commerce et impulseront une implication des habitants, parfois même en achetant ou en construisant un local commercial.

Analyser l'offre existante et les besoins du territoire, réfléchir aux conditions de succès d'un commerce de centre-bourg s'avèrent deux étapes cruciales avant de s'engager. Mais nous en sommes convaincues, l'approche se doit d'être plus globale : logements et services en cœur de bourg, aménagements visant à sécuriser les piétons et les vélos, chemins reliant le centre aux quartiers, soutien à la dynamique associative, animations culturelles... sont autant de leviers à activer pour renforcer l'attractivité d'un commerce. De nombreux partenaires et experts sont à la disposition des collectivités pour les accompagner dans cette dynamique de cœur de bourg.

À l'évidence, il n'y a pas de démarche unique. Néanmoins, l'analyse de la diversité des retours d'expériences capitalisées au sein du réseau BRUDED, associée au regard des experts, révèle un certain nombre de leviers d'action et des clés de réussite communs. Vous les retrouverez à travers ce document de mutualisation. Nous espérons qu'il vous sera utile pour mener vos projets, et vous souhaitons une bonne lecture !

Sarah Müller et Annie Bras-Denis



## ► 1ÈRE ÉTAPE

ANTICIPER ET DÉFINIR SES OBJECTIFS  
EN MATIÈRE DE COMMERCE / P7

**Fiche 1** Définir la philosophie du projet / p 8-9

**Fiche 2** Utiliser les leviers de l'urbanisme et du foncier / p 10-16

**Fiche 3** Identifier les besoins et le potentiel du territoire,  
réfléchir à la viabilité économique / p 17-20

## ► 2ÈME ÉTAPE

OUVRIR OU FACILITER L'OUVERTURE  
D'UN COMMERCE SUR SON TERRITOIRE / P 21

**Fiche 4** Impulser ou accompagner la structuration d'un collectif citoyen / p 22-24

**Fiche 5** Identifier, acquérir et aménager un foncier ou un bâtiment / p 25-28

**Fiche 6** Rechercher un porteur de projet pour la création ou la reprise  
d'un commerce / p 29-32

**Fiche 7** Soutenir le lancement du commerce / p 33-36

## ► 3ÈME ÉTAPE

PÉRENNISER LE COMMERCE  
SUR SA COMMUNE / P 37

**Fiche 8** Aider à pérenniser les commerces dans le temps / p 38-40

Ce document vise à présenter les principaux leviers à disposition des élus locaux en matière de commerce. Selon le contexte propre à son territoire, chaque collectivité actionnera ceux qui répondent à ses besoins en s'appuyant sur les fiches correspondantes numérotées de 1 à 8 : identifier un lieu pour accueillir le commerce, rechercher un porteur de projet, soutenir le lancement du commerce, consolider le(s) commerce(s) existant(s)...



## LES ACTEURS POUR VOUS ACCOMPAGNER / P 41

Les acteurs institutionnels / p 42-43

Les acteurs du foncier et de l'urbanisme / p 44

Les chambres consulaires / p 45

Les acteurs de l'économie sociale et solidaire / p 46



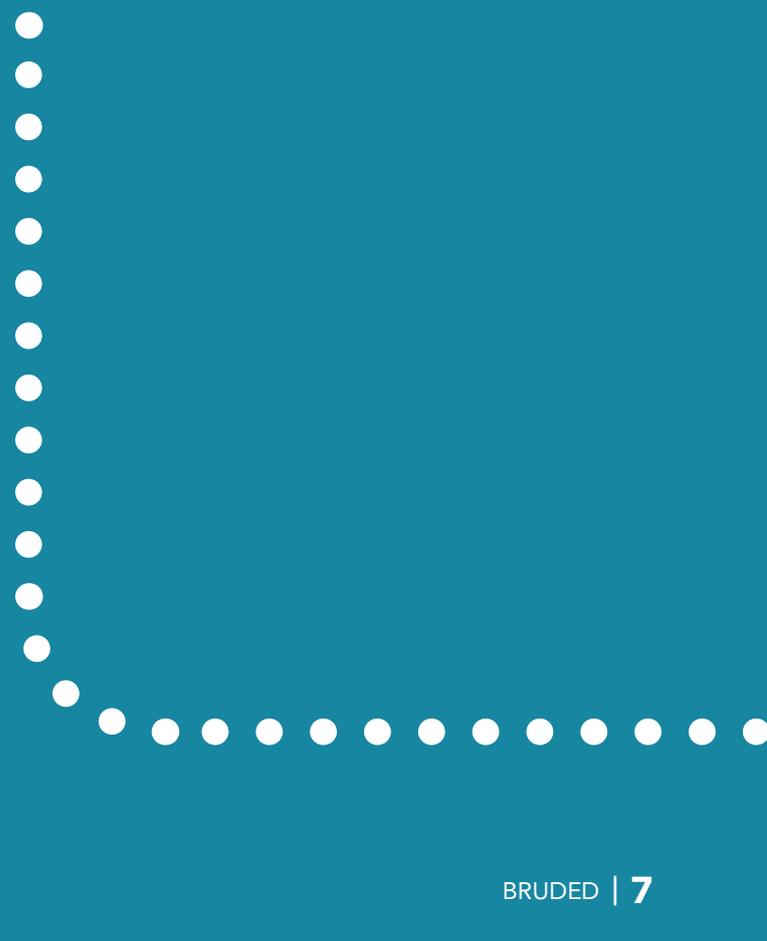
## LES EXPÉRIENCES DES COLLECTIVITÉS / P 47





# ▶ 1<sup>ÈRE</sup> ÉTAPE

ANTICIPER ET DÉFINIR  
SES OBJECTIFS  
EN MATIÈRE DE COMMERCE



# 1 DÉFINIR LA PHILOSOPHIE DU PROJET

## OBJECTIF

Définir et valider en équipe municipale le cadre d'intervention, les objectifs et la démarche de la collectivité.



### À Brécé (35), 2 102 habitants

Après avoir lancé une consultation citoyenne sur le devenir de l'épicerie du centre-bourg, la mairie a recruté pendant neuf semaines un stagiaire d'un master en Économie sociale et solidaire de Rennes pour accompagner la réflexion des élus. Ces retours, ajoutés à ceux de la boîte à idées alimentée par les habitants, ont contribué à construire un appel à projets pour rechercher des porteurs de projets. Un collectif de 8 habitants y a répondu dans l'objectif d'ouvrir une épicerie associative baptisée KreisBrec avec les objectifs suivants :

- proposer à la vente et au prix le plus juste des produits de première nécessité et, dans la mesure du possible, des produits locaux, bio et/ou issus d'une agriculture raisonnée,
- faire de cet espace un lieu de vie chaleureux, accueillant et multigénérationnel au-delà du simple commerce,
- vivre des moments de partage par la mise en place d'animations (de loisirs, culturelles...). Ouverture prévue en 2022.

## ANALYSER LE CADRE D'INTERVENTION

- Quelles sont les **compétences** respectives de la commune et de l'EPCI en matière de commerce ?

/// Voir Fiche 3

- Au sein des documents de planification du territoire, en particulier du PLU/PLUi et éventuellement du SCoT, quelles sont les **dispositions favorables à la vitalité commerciale des centralités** ? Ces documents qui encadrent l'aménagement du territoire, permettent en effet aux collectivités d'exercer une influence déterminante sur les implantations commerciales. /// Voir Fiche 2

- Quelles sont les **dispositions réglementaires et légales** qui s'imposent à la collectivité ? Citons notamment le code de l'urbanisme, le code de la construction et de l'habitation, le code des marchés publics, ou encore le code du commerce.

## DÉFINIR LES OBJECTIFS DU PROJET DE COMMERCE

Ils peuvent être multiples, par exemple :

- **renforcer l'attractivité globale** du centre-bourg et des commerces existants,
- **créer un lieu de convivialité, d'animation**, imaginer des propositions culturelles pour renforcer le vivre-ensemble dans le bourg,
- **proposer des produits de première nécessité en proximité**, notamment pour les personnes

les plus fragiles ou les moins mobiles (jeunes, anciens, personnes en situation de handicap),

- **développer les circuits courts et les produits biologiques et écologiques**, diversifier l'offre existante,
- **associer la population** à tout ou partie du projet,
- **créer un ou plusieurs emplois** ou au contraire **viser une activité sans salariat**, comme c'est le cas pour certains cafés associatifs fonctionnant avec des bénévoles,
- **soutenir le développement touristique** de la commune.

## DÉFINIR LA DÉMARCHE POUR MENER À BIEN LE PROJET

- **Établir les moyens humains que l'on souhaite mobiliser sur le projet:** élu référent, agent, compétences extérieures.
- **Travailler en commission** avant de débattre en conseil municipal: certaines communes associent des citoyens à leurs réflexions en créant des commissions extra-municipales ou commissions ouvertes.
- **Valider les objectifs du projet en conseil municipal.** Ils constitueront le cap à maintenir tout au long de la démarche.
- **Rappeler systématiquement les objectifs fixés** par la commune dans les différents échanges et communications: bulletin municipal, site internet, réunions publiques.
- **Faire de la transversalité:** bien souvent, un projet de commerce est lié à de multiples enjeux pour la commune et concerne donc d'autres élus (en charge de l'urbanisme, des bâtiments, de la culture, du social...), mais aussi les commerçants existants, les habitants, etc.
- **Aller voir d'autres projets pour s'inspirer** et identifier ce que l'on souhaiterait pour sa commune.
- **Associer des partenaires:** EPCI, CAUE ou agences départementales, EPF, CCI, ALEC, pôles ESS, TAg pour faire émerger ou structurer des projets... */// Voir Les acteurs pour vous accompagner, p 41*



**Patrick Tanguy, maire du Juch (29)**

*« Il est important d'associer les habitants, qui font preuve d'une réelle expertise, tout au long de la démarche jusqu'au choix du porteur de projet »*



### CLÉS DE RÉUSSITE ET POINTS DE VIGILANCE

- Définir la posture de la commune et partager les objectifs au sein de l'équipe municipale et avec les partenaires qu'elle souhaite impliquer.
- Donner un cadre clair sur la manière dont seront associés les habitants et les acteurs locaux.
- Expliciter et communiquer sur les objectifs, les échéances, les contraintes et les contours du projet, ce qu'il sera et ne sera pas.

## ASSOCIER LES HABITANTS ET LES ACTEURS LOCAUX

Selon la nature du projet (associatif, coopératif), les habitants, les associations locales et autres acteurs locaux peuvent être associés à différentes étapes notamment pour:

- identifier les **besoins** et définir les **objectifs**,
- imaginer les **activités** et le mode de **fonctionnement** du futur commerce,
- contribuer à l'**animation** du commerce une fois ouvert.

En savoir plus:

[www.bruded.fr/associer-la-population-a-ses-projets/](http://www.bruded.fr/associer-la-population-a-ses-projets/)



### Au Juch (29), 741 habitants

La municipalité a organisé une réunion publique afin de présenter sa volonté d'initier un **commerce - lieu de vie** multidimensionnel, à laquelle 90 personnes ont participé. Les élus, accompagnés par le dispositif révélateur du TAg29, ont ensuite proposé aux habitants de s'inscrire dans une commission « commerces et services ». 22 habitants s'y sont impliqués et ont aidé à réaliser une étude des besoins qui a recueilli 110 réponses (soit 35 % de la population).

# 2 UTILISER LES LEVIERS DE L'URBANISME ET DU FONCIER

## OBJECTIF

Soutenir et/ou développer l'activité commerciale dans les centralités au travers d'actions en matière d'urbanisme et de foncier.



## UTILISER LES DOCUMENTS D'URBANISME POUR SOUTENIR L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

Si le SCoT donne les lignes directrices, le PLU communal ou intercommunal est l'outil qui permet aux collectivités de mettre en œuvre un projet d'aménagement au sein duquel le commerce pourra être encouragé et encadré.

### Maintenir et renforcer le commerce existant

Lorsque les collectivités ont élaboré un plan local d'urbanisme (PLU) communal ou intercommunal, ce document peut :

- **définir un périmètre** à l'échelle du bourg, de quartiers, îlots, voies dans lesquels est préservée la diversité commerciale et où peut être favorisée l'implantation de nouveaux commerces (article L. 151-16 du CU),
- **protéger les linéaires commerciaux** en empêchant le changement de destination sur les secteurs dans lesquels le commerce doit être préservé ou développé - à l'instar de Cléguerec (56), Guéméné-sur-Scorff (56), La Bouexière (35)...
- **interdire l'implantation** de commerces de petite surface en périphérie,

**À La Bouexière (35), 4627 habitants**  
Afin d'inciter les petits commerces à venir s'installer en centre-bourg, le règlement du PLU communal interdit l'installation des commerces de proximité de moins de 300 m<sup>2</sup> de surface de vente, dans les zones commerciales et d'activités. Extrait du PLU : « Le long des voies repérées aux documents graphiques comme " linéaires commerciaux ", le changement de destination des commerces est interdit. Cette disposition s'applique au rez-de-chaussée des constructions ayant une façade sur la voie concernée par le linéaire ».



- prévoir la création d'espaces de stationnement, de chemements vers les commerces...

- proposer de supprimer les règles de stationnement pour les commerces situés dans la centralité commerciale. Cela permet d'éviter qu'une création ou une extension de commerce ne soit bloquée par l'impossibilité de réaliser du stationnement sur la parcelle.

### Limiter voire empêcher le développement des grandes surfaces

À l'échelle du schéma de cohérence territoriale (SCoT) ou via le PLU / PLUI, il est possible de :

- consolider la présence d'un commerce en centralité plutôt que son déplacement à l'extérieur du bourg (article L. 151-16 du code de l'urbanisme),

- interdire la création de nouvelles zones commerciales en périphérie de bourgs.

### Sur le territoire de Montfort Communauté (35), 26 574 habitants

Le SCoT du Pays de Brocéliande et le PLU intercommunal contiennent des règles visant à favoriser l'installation commerciale en centralités et à complexifier l'installation en périphéries :

À l'échelle du SCoT du Pays de Brocéliande approuvé en décembre 2017 :

- localisation préférentielle des commerces en centralité,
- pas de possibilité d'extension des magasins de commerce de détail non spécialisés au-delà de 2 500 m<sup>2</sup>,
- si le Président du Pays de Brocéliande (structure porteuse du SCoT) le demande, les projets peuvent passer en Commission départementale d'aménagement commercial (CDAC) dès lors que leur surface est supérieure à 300 m<sup>2</sup> (alors que le passage en CDAC ne concerne normalement que les projets de plus de 1 000 m<sup>2</sup>),
- obligation d'identification des friches et espaces commerciaux à requalifier,
- interprétation stricte de la notion d'ensemble commercial au sens de l'article L. 752-3 du Code de commerce, permettant par exemple de limiter l'extension des grandes surfaces alimentaires.

À l'échelle du PLUI de Montfort Communauté, approuvé en mars 2021 :

- Interdiction de créer de nouvelles zones d'activité commerciales
- Interdiction des activités d'hôtellerie et restauration en dehors des zones UA et UB sous conditions
- Définition de périmètres de centralité dans toutes les communes, au sein desquels les commerces peuvent bénéficier du Pass Commerce Artisanat (aide cofinancée par la Région Bretagne. [/// Voir Fiche 7 et Les acteurs pour vous accompagner, p 42](#))
- Définition d'axes de flux au niveau desquels les commerces ne peuvent pas s'installer (par exemple : proche d'un rond-point)

### LES OPÉRATIONS

### DE REVITALISATION

### DU TERRITOIRE (ORT),

### UN DISPOSITIF FAVORISANT L'INSTALLATION DE COMMERCE EN CENTRALITÉS

Instaurées par la loi ELAN, les ORT sont un outil permettant de réguler l'offre commerciale.

Elles visent à mettre en œuvre un projet global pour renforcer l'attractivité d'un territoire avec des actions en matière de commerces, de logements et de services dans les centralités.

L'installation de commerces est ainsi facilitée au sein du périmètre de centralité(s), avec une exonération d'autorisation d'exploitation commerciale. À l'inverse, le préfet peut suspendre les autorisations d'exploitation commerciale pour l'installation de nouveaux commerces ou *drive* en périphérie. L'ORT rend également possible pour les collectivités qui l'auraient institué, de **déléguer l'exercice du droit de préemption sur les fonds de commerce** et artisanaux à l'un des opérateurs de l'ORT.

## Anticiper la présence du commerce dans les futurs projets

Plusieurs leviers existent dans les PLU pour favoriser l'implantation commerciale :

- le règlement peut préciser la **destination des constructions autorisées** : notamment les commerces et activités de service,
- les orientations d'aménagement et de programmation (OAP) peuvent **porter sur un secteur géographique ou être thématiques**. Elles peuvent par exemple prévoir qu'un pourcentage d'une opération soit destiné à la réalisation de commerces.

Il est aussi possible de définir des **majorations de volume constructible selon l'usage retenu** (commerce, logement, etc.). Ces règles peuvent être différenciées entre le rez-de-chaussée et les étages supérieurs des constructions.

## CONNAÎTRE LE FONCIER BÂTI ET NON BÂTI DE SA COMMUNE

Afin de pouvoir (ré)installer des commerces, il est important d'avoir une connaissance du foncier bâti et non bâti existant dans le bourg. En cas de sollicitation d'un commerçant pour venir s'installer sur la commune, les élus pourront **répondre plus rapidement à sa demande**. Cette connaissance du foncier contribuera aussi à **consolider les commerces existants**, en permettant aux élus de répondre plus aisément à leurs besoins en termes de locaux (changement de localisation, agrandissement). Plusieurs leviers existent pour connaître et maîtriser le foncier de sa commune :

- **identifier les bâtiments et lieux stratégiques** : référentiel foncier ou étude foncière commerciale intégrée dans une étude globale sur le centre-bourg,

### Et si ma commune est couverte par une carte communale ?

Les communes couvertes par une carte communale ont délimité des secteurs constructibles et non constructibles. Contrairement au PLU, la carte communale ne peut pas réglementer de façon détaillée les modalités d'implantation sur les parcelles, ni encadrer les changements de destination.

À la différence du PLU / PLUI, la carte communale ne peut pas contenir d'orientations d'aménagement.



### RÉFÉRENTIEL FONCIER ET IMMOBILIER :

### CONSULTEZ LA FICHE RESSOURCE DE L'ÉTABLISSEMENT PUBLIC FONCIER DE BRETAGNE !

La méthodologie de référentiel foncier et immobilier vise à aider les collectivités à identifier, au sein du tissu urbain, les biens bâtis et non bâtis, pouvant évoluer et permettre l'accueil de projets et qui constituent en ce sens des « gisements fonciers » : bâtiment vacant pouvant être réhabilité, friche pouvant être recyclée... La méthodologie proposée porte à la fois sur le repérage des gisements, leur qualification (description) mais aussi sur l'identification d'outils et leviers permettant leur mobilisation.

Outre l'enjeu de connaissance du tissu urbain, le référentiel doit aussi garantir la réactivité de la collectivité face aux opportunités et servir la mise en œuvre d'une vraie stratégie volontariste de renouvellement urbain et de densification envisagée sur le long terme.

Pour consulter la fiche ressource de l'EPFB : [www.epfbretagne.fr/-referentiel-foncier--1815.html](http://www.epfbretagne.fr/-referentiel-foncier--1815.html)

## LA BOÎTE À OUTILS RÉGLEMENTAIRES DE L'ÉTABLISSEMENT PUBLIC FONCIER DE BRETAGNE

Conçue pour les élus, elle présente les outils que le législateur met à leur disposition dans le but de maîtriser l'aménagement et le foncier.

Elle fait régulièrement l'objet de mises à jour et est organisée en fiches regroupées par thématiques : maîtrise de l'aménagement, du foncier, outils de protection ou de réflexion, outils d'intervention environnementaux, outils financiers.

Les fiches présentent les objectifs, modalités de mise en œuvre, avantages et inconvénients de chaque outil, ainsi que la jurisprudence. Elles sont volontairement concises et didactiques, et ont pour objectif de porter les outils à la connaissance des élus afin qu'ils aient en main les leviers réglementaires concourant à la réalisation de leur projet de territoire.

Pour découvrir la boîte à outils :

[www.epfbretagne.fr/-boite-a-outils-reglementaire--72.html](http://www.epfbretagne.fr/-boite-a-outils-reglementaire--72.html)



### À Saint-Georges-de-Reintembault (35), 1 513 habitants

La commune a mené une étude globale de revitalisation comprenant un volet commercial. Quatre sites potentiels ont été étudiés pour mesurer l'opportunité de reprise d'un bar/tabac dans le cœur de bourg au regard de plusieurs critères : maîtrise foncière, visibilité, potentiel d'évolutivité et d'extension pour des activités complémentaires, coût des travaux de réhabilitation, qualité de l'espace public lié, proximité avec les autres commerces, proximité de stationnement, etc.

Au final, c'est l'ancien office notarial situé sur la place centrale qui a été choisi pour accueillir « le P'tit Mic ». Ce commerce a ouvert ses portes à l'automne 2019 sous forme d'une location-gérance.

- **mettre en place un droit de préemption urbain (DPU)** sur les zones urbaines et à urbaniser définies dans le PLU. Le DPU ne s'appliquant pas aux fonds de commerce, les communes peuvent le compléter par un **DPU renforcé** par délibération du conseil municipal. Ces DPU présentent deux principaux intérêts :
  - **l'observation** : cela permet d'avoir connaissance des ventes réalisées et des prix pratiqués,
  - **l'acquisition foncière** : la collectivité dispose de 2 mois à compter de la réception de la **déclaration d'intention d'aliéner (DIA)** pour préempter un bien. Elle devra motiver sa décision en justifiant, à la date à laquelle elle exerce le droit de préemption, de la réalité d'un projet d'actions ou d'opérations d'aménagement telles que définies à l'article L. 300-1 du code de l'urbanisme,
- **instaurer une cellule de veille** au sein de l'équipe municipale et/ou des services, pour **connaître le marché et réagir rapidement** en cas de mise en vente de bâtiment ou de foncier présentant un intérêt spécifique,
- **mettre en place un emplacement réservé** pour mener des actions d'intérêt général qui soient favorables au développement du commerce (accès, stationnement, livraisons...),
- **visiter et réaliser un premier diagnostic des bâtiments** (publics et dans la mesure du possible, privés) : surfaces, murs porteurs, état des structures, espaces extérieurs... Cela permet d'imaginer le type de commerce susceptible d'être accueilli et d'**identifier les travaux nécessaires** à une adaptation du bâtiment. Une estimation du montant des travaux à réaliser peut parfois servir à négocier le prix d'achat auprès d'un propriétaire privé,

■ si besoin, **se porter acquéreur d'un bâtiment** qui présente un intérêt stratégique du point de vue commercial : la collectivité peut se porter directement acquéreur, ou **solliciter l'Établissement Public Foncier** de son territoire (Bretagne ou Loire-Atlantique) qui pourra l'aider à négocier, acquérir, porter le foncier, et définir les conditions de réalisation du futur projet */// Voir Fiche 4*. L'EPF ne peut intervenir que si le portage s'accompagne de travaux sur le foncier ou l'immobilier (rénovation, transformation, démolition partielle). Il est à noter que les EPF ne peuvent statutairement porter l'acquisition d'un fonds de commerce ou d'un fonds artisanal.

## ANIMER UNE DÉMARCHE AUPRÈS DES PROPRIÉTAIRES DE LOCAUX COMMERCIAUX VACANTS



### Engager un dialogue

Les communes et/ou EPCI sont nombreux à engager un dialogue avec les propriétaires de locaux commerciaux vacants sur leur territoire. Les objectifs sont multiples :

- permettre la remise sur le marché de certains locaux,
- maîtriser les loyers,
- encourager la rénovation de ces locaux.

#### À Guipel (35), 1 740 habitants

La municipalité a joué un rôle d'interface entre les propriétaires de l'ancienne épicerie et les porteurs de projet d'un bar-épicerie-restaurant qui cherchaient un lieu pour s'installer. Une action décisive qui a permis la création de « Un café des possibles » ouvert depuis 2018.



## Actionner la taxe sur les friches commerciales

En parallèle de ce dialogue, certaines collectivités, à l'instar de Monfort Communauté (35), choisissent d'activer la taxe sur les friches commerciales. Celle-ci peut s'appliquer aux immeubles de bureaux ou utilisés pour une activité commerciale, ainsi qu'aux parkings des centres commerciaux et lieux de dépôt et de stockage, lorsqu'ils ne sont plus exploités depuis au moins 2 ans. Le taux d'impôt est progressif, et peut être majoré par la collectivité. Outre la **remise sur le marché de locaux vacants**, cet outil permet de **mieux connaître le territoire** en matière de commerce et d'**instaurer un dialogue avec les propriétaires**.

Cela étant, sa mise en œuvre peut parfois se révéler délicate : connaissance du terrain, recensement des locaux, difficulté à vérifier que l'inexploitation par le propriétaire est bien involontaire.

### PORTER UN PROJET GLOBAL POUR RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ DU CENTRE-BOURG

La vitalité des commerces est étroitement liée à la politique d'urbanisme mise en œuvre. Les collectivités disposent de nombreux moyens d'actions pour rendre le bourg plus attractif et garantir une clientèle au(x) commerce(s) :

- **initier une réflexion globale et multithématique** en croisant les besoins en matière de logements, de services et d'équipements. Un plan guide, plan de référence ou plan de développement communal permet ainsi de bénéficier d'une **feuille de route à long terme**,
- **renforcer l'offre de logements en centre-bourg** : division de parcelles, aménagement des « dents creuses », résorption de la vacance dans les logements. Ce travail permet d'apporter une clientèle « à portée de main » pour les commerces,
- **développer une continuité commerciale** à l'échelle d'un bourg, d'un quartier, d'une rue : le commerce « appelle » le commerce,
- **proposer des services et équipements « locomotives »** à proximité des commerces : maison de santé, école, ALSH, garderie, espace jeux...

### AMÉNAGER LE CENTRE-BOURG

- **S'assurer des facilités d'accès** : liaisons douces, abri vélo, offre de stationnement voitures, arrêt minute, accès PMR... tout en éloignant le passage des voitures qui créent une nuisance (sonore, olfactive) et un danger, en particulier pour les cafés et restaurants.



#### À La Grignonais (44), 1 732 habitants

La municipalité a engagé plusieurs projets qui ont contribué à faire vivre le centre-bourg et renforcent l'activité des commerces :

- réhabilitation d'un bâtiment en cœur de bourg pour créer des logements sociaux, et lancement d'un projet d'habitat participatif,
  - aménagement concerté d'un jardin partagé sur la place centrale du bourg puis d'une micro-ferme pédagogique communale,
  - renforcement des équipements publics sur un périmètre restreint : écoles, restaurant scolaire, salle polyvalente, mairie...
  - création d'un marché de producteurs locaux.
- Le bar-restaurant communal bénéficie de ces actions qui ont un impact positif sur son activité.

■ **Créer un environnement favorable à la consommation**, une ambiance d'achat:

- **aménager le centre-bourg pour le rendre agréable**: élargissement des trottoirs et places pour faciliter le développement de terrasses,
- **mettre en valeur le patrimoine et l'identité locale**, réaliser des aménagements paysagers: espaces verts et fleuris, mobilier urbain, mise en valeur de façades...

■ **Proposer une signalétique pertinente**: faire connaître l'existence du commerce, l'indiquer dès l'arrivée dans la commune, notamment si le commerce n'est pas facilement visible.

■ **Développer l'attractivité touristique** et les liaisons entre le bourg et les voies vertes, chemins de randonnée...

En complément de ces aménagements, les communes peuvent **organiser des animations** (marché de producteurs, par exemple) et **événements culturels** (expositions, festivals, concerts, spectacles...) qui concourent à soutenir l'attractivité de leur bourg.



## CLÉS DE RÉUSSITE ET POINTS DE VIGILANCE

- Se donner le temps et les moyens d'un choix éclairé avec une réflexion globale et partagée sur la centralité.
- Développer notamment une politique de logements en cœur de bourg et d'aménagements propices aux déplacements doux, à la rencontre et aux commerces.
- Mener une réflexion en amont sur les parcelles et bâtiments stratégiques, qui permettra de réagir rapidement en cas de mise en vente et de motiver une éventuelle préemption.
  - Impliquer les propriétaires de locaux commerciaux vides.
- Sélectionner les lieux susceptibles d'accueillir des commerces en fonction de plusieurs conditions d'attractivité commerciale, particulièrement: l'emplacement, les facilités d'accès, les aménagements extérieurs.

# 3 IDENTIFIER LES BESOINS ET LE POTENTIEL DU TERRITOIRE, RÉFLÉCHIR À LA VIABILITÉ ÉCONOMIQUE

## OBJECTIF

Connaître l'activité existante et les besoins en matière de commerce afin de renforcer et développer l'offre commerciale du territoire.

## AGIR EN COMPLÉMENTARITÉ ENTRE LA COMMUNE ET L'EPCI

La loi NOTRe intègre au sein du bloc de compétences obligatoires des EPCI « les actions de développement économique » comprenant les interventions en matière de « politique locale du commerce et soutien aux activités commerciales d'intérêt communautaire ».

Certaines intercommunalités définissent l'intérêt communautaire commercial a minima pour **permettre aux communes d'agir directement, quand d'autres pilotent une véritable politique commerciale communautaire**: élaboration de stratégies commerciales, location de locaux commerciaux,



**Christophe Martins,**  
**Président de Montfort Communauté (35)**

La Communauté de communes de 26 574 habitants a lancé en 2015 une étude sur le commerce dans les centralités à l'échelle des 8 communes de son territoire :

« L'essentiel est de viser un projet collectif; cela demande du temps, et il ne faut pas perdre le cap. L'étude a été un préalable à de nombreuses actions qui ont permis de fédérer l'ensemble des communes et les acteurs économiques: nous avons regroupé 115 commerçants au sein d'un office commercial intercommunal, et recruté un animateur ».

## LE MANAGER COMMERCE, UN OUTIL INTERCOMMUNAL POUR DÉVELOPPER L'ATTRACTIVITÉ COMMERCIALE

Plusieurs intercommunalités bretonnes ont créé des postes de « manager commerce », parfois en partenariat avec leur ville centre, à l'image de Pontivy Communauté (56) qui a mutualisé le poste avec la ville de Pontivy. Le rôle du manager commerce est de développer l'attractivité commerciale d'un territoire en agissant directement sur les mutations commerciales, la suppression des locaux vacants, les politiques collectives d'animation et de promotion. Pour cela, le manager commerce accompagne les élus locaux, mais aussi les propriétaires de commerces et les commerçants eux-mêmes.

développement de boutiques éphémères, exercice du droit de préemption sur les locaux et les fonds commerciaux, gestion des friches commerciales... Dans tous les cas, il est nécessaire de **définir collectivement le rôle des communes et celui de l'EPCI**, et d'instaurer un dialogue pour s'assurer que les actions menées soient complémentaires.

## IDENTIFIER L'OFFRE ET LE POTENTIEL COMMERCIAL DU TERRITOIRE, POUR AUJOURD'HUI ET POUR DEMAIN

Lorsqu'une commune souhaite soutenir son potentiel commercial existant ou créer un nouveau commerce, il importe qu'elle connaisse le paysage commercial et les besoins de son territoire. Elle peut pour cela mener une **étude sur le potentiel commercial** incluant:

- la réalisation d'une enquête auprès des habitants et associations locales pour identifier leurs besoins et envies,

- **l'organisation des échanges et/ou l'animation d'un groupe de travail** associant élus, acteurs locaux (commerçants, propriétaires de murs commerciaux occupés ou vacants, notaires, agents immobiliers, associations...), communes voisines, EPCI et partenaires,
- **l'analyse du marché**, de la zone de chalandise, de l'environnement concurrentiel,
- **une réflexion sur les enjeux à venir** pour le territoire en matière de prospective démographique, de transitions, de vivre-ensemble, de mobilités, etc.

Selon les objectifs et l'ampleur du projet, ce travail peut être **réalisé en interne ou délégué à un prestataire**. De plus en plus de communes incluent ce type de réflexion dans une **étude globale de dynamisation de centre-bourg/centre-ville** ; dans ce cas, elles intègrent une expertise commerciale aux compétences classiquement demandées (urbanisme, architecture, paysage, sociologie, VRD...). D'autres intercommunalités ou communes choisissent de réaliser une **étude spécifique sur le commerce**.



**Isabelle Joucan, maire de Guipel (35)**

*« Le rôle des élus est d'avoir une vision de long terme, en particulier sur les transitions à engager concrètement pour un avenir plus durable. Il relève de nos missions d'anticiper les besoins de demain : moins de voiture, plus de déplacements doux par exemple. À Guipel, cela s'est traduit par le choix de ne pas limiter les implantations de commerce sur la voie principale qui traverse le bourg, mais aussi de travailler dans l'épaisseur urbaine ».*

## RÉFLÉCHIR À LA VIABILITÉ ÉCONOMIQUE

Les réflexions sur le modèle économique et sur la viabilité du projet sont à mener très en amont. Parmi les points à prendre en compte :

- **diversifier** (bar, épicerie, tabac, restauration, hébergement, librairie, photocopie, livraison) **et différencier l'activité** (horaires complémentaires, produits bio et locaux, activités en lien avec les associations locales, commandes par internet, jeux de type palet breton, jeu de quilles finlandaises, ...) sont deux éléments importants de succès d'un commerce en milieu rural,
- **mesurer ce qui relève de l'intérêt social de ce qui relève de l'intérêt économique** de chaque activité afin de ne pas trop s'éparpiller au risque de s'essouffler,

### CCI ET CMA : UNE EXPERTISE POUR AIDER LES COLLECTIVITÉS À IDENTIFIER LEUR POTENTIEL EN MATIÈRE DE COMMERCE

Les Chambres de commerce et d'industrie et les Chambres de métiers et de l'artisanat peuvent accompagner les collectivités dans leurs démarches via notamment :

- la réalisation de portraits de territoires,
- des études de marché,
- un soutien à la détection des besoins,
- la conduite d'enquêtes locales sur les besoins en matière de commerce,
- des études de faisabilité,
- la définition d'une stratégie de développement,
- une aide à la recherche du commerçant.

Ces dispositifs sont susceptibles de varier localement : rapprochez-vous de la CCI ou de la CMA de votre territoire pour connaître ses modalités d'intervention.

#### Contacts :

[/// Voir la partie « Les acteurs](#)

[pour vous accompagner »,](#)

[p 41](#)

■ **favoriser l'accueil** du nouveau commerce sur le territoire, notamment en complémentarité avec les commerces existants, */// Voir Fiche 8*

■ **créer de l'emploi ou s'appuyer uniquement sur du bénévolat**: l'existence d'un emploi peut permettre de développer le commerce mais constitue une exigence de rentabilité économique à bien mesurer,

■ **seul ou à plusieurs**: plusieurs commerces récents (Augan (56), Guipel (35), Locmélar (29), Saint-Sulpice-la-Forêt (35)...) ont montré une viabilité économique à plusieurs salariés, sous des statuts économiques associatifs ou coopératifs, là où des commerces tenus par un seul salarié, sous statut entrepreneurial classique, avaient échoué. */// Voir Fiche 4*



**À Plouégat-Moysan (29),  
723 habitants**

À la suite de la fermeture de l'épicerie communale en 2009, les élus ont lancé début 2010 une enquête par courrier. Près de 50 % des habitants y ont répondu ; la grande majorité d'entre eux se déclare prête à fréquenter un commerce multiservices, avec des souhaits en matière de qualité des produits, de prix abordables, de qualité d'accueil du commerçant, d'horaires d'ouverture adaptés, d'accès à certains services... La municipalité se rapproche de la CCI qui lance une étude de marché dont les résultats ne sont pas convaincants. Persuadés de la viabilité du projet, les élus insistent, et la CCI les accompagne pour le recrutement de la gérante dans des locaux appartenant à la commune. L'épicerie l'Oasis ouvre ses portes quelques mois plus tard et propose depuis plusieurs services : presse locale, dépôt de pain, de gaz, de tabac.

### AGIR POUR SOUTENIR LE DERNIER COMMERCE

Prévues à l'article L. 2251-3 du code général des collectivités territoriales, les actions s'inscrivant dans le cadre de la sauvegarde du dernier commerce ne relèvent pas de la compétence « politique locale du commerce », mais entrent dans le cadre du maintien d'un service nécessaire à la satisfaction des besoins de la population. Elles relèvent alors d'une mission de service public en cas de carence de l'initiative privée. Ainsi, lorsqu'il s'agit du dernier commerce de sa catégorie sur la commune (boulangerie, épicerie, café, restaurant), et si la compétence n'a pas été confiée à l'EPCI, la municipalité a plus de latitude pour s'investir : recherche et mise à disposition de locaux, soutien à l'installation, etc.

Si un autre commerce du même type existe déjà, des actions sont possibles mais la municipalité doit rester vigilante en termes de concurrence et d'équité de traitement.



**À Saint-Sulpice-la-Forêt (35), 1 423 habitants**

En 2015, après plusieurs tentatives de reprises infructueuses du bar de la commune, la municipalité questionne le modèle d'activité de ce « dernier commerce ». L'objectif est d'aboutir à une offre diversifiée qui réponde aux attentes des habitants en termes de services : à la fois bar mais aussi épicerie, restaurant, lieu d'animations culturelles, générateur de lien social et services de proximité... La municipalité, propriétaire des murs, lance un appel à candidatures pour trouver un repreneur. L'engagement de la commune pour soutenir le projet y était également notifié. Deux candidats individuels et une association ont répondu : c'est cette dernière qui a été retenue par les élus. Elle embauche aujourd'hui près de 4 équivalents temps plein.

## PRÉSERVER LES LICENCES IV

L'acquisition d'une licence IV par une commune fait intervenir celle-ci dans un secteur concurrentiel, économique et commercial. Elle ne peut le faire que dans le cadre de la sauvegarde du dernier commerce, pour assurer le maintien des services nécessaires à la satisfaction des besoins de la population en milieu rural et en cas de carence de l'initiative privée.

En rachetant une licence IV, la commune s'assure de la conserver sur son territoire, et pourra ensuite la mettre à disposition ou la revendre à un débit de boisson qui s'installerait. Pour conserver sa licence, un établissement a l'obligation d'ouvrir 15 jours consécutifs dans l'année.

La loi (n°219-1461 du 27 décembre 2019) permet la création de licence IV pour une période de 3 ans (et donc jusqu'à fin 2022) dans les communes de moins de 3 500 habitants qui n'en disposent pas.

Cette licence ne pourra pas être transférable au-delà de l'intercommunalité.

À noter que certains cafés peuvent se satisfaire d'une simple licence III, qui permet de vendre de l'alcool à l'exception des alcools forts. Pour l'obtenir, les gérants doivent suivre une formation.

▶ À Guipel (35) et La Grignonais (44), la commune s'est portée acquéreur de la licence 4.

▶ À Saint-Connec (22), la commune a embauché une personne pendant 15 jours pour tenir le café associatif et ainsi garder la licence.



## CLÉS DE RÉUSSITE ET POINTS DE VIGILANCE

- Se rapprocher des services de l'EPCI pour connaître son périmètre d'intervention et ses dispositifs de soutien.
- Identifier les pratiques des habitants de la commune et des communes voisines en matière de déplacement et d'achat.
  - Être lucide sur la réalité des besoins exprimés : le souhait d'avoir une épicerie dans le bourg ne vaut pas engagement à y consommer.
  - Veiller à confronter les besoins recensés avec les enjeux de demain : mobilités douces, consommation locale et durable, lien social.
- Réfléchir à la viabilité d'un projet avant de se lancer notamment en cas de création d'emploi : à ce titre, l'expertise des partenaires peut être précieuse pour les collectivités comme pour les porteurs de projets.



# ▶ 2<sup>ÈME</sup> ÉTAPE

OUVRIR OU FACILITER  
L'OUVERTURE  
D'UN COMMERCE  
SUR SON TERRITOIRE

# 4 IMPULSER OU ACCOMPAGNER LA STRUCTURATION D'UN COLLECTIF CITOYEN

## OBJECTIF

Favoriser l'implication de citoyens dans la gestion d'un futur commerce comme gage :

- d'un projet créateur d'initiatives nouvelles répondant aux besoins de la population,
- d'une dynamique pérenne dans le temps.



### À Coësmes (35), 1 490 habitants

Alors qu'un porteur de projet privé s'intéresse à la reprise du café, le maire insiste pour qu'un collectif de citoyens soit associé à son projet afin de proposer des activités socioculturelles. Le privé abandonne finalement son projet tandis que le collectif continue de s'investir et bénéficie du soutien de la municipalité. C'est ainsi que démarre l'ambitieux projet du Bistrot Lab' qui combine bar, petite restauration, espace de coworking, ateliers d'échange (numérique, parentalité, etc.), offres culturelles variées, potager partagé, cabane à dons, « repair café ».

Dans de nombreuses communes, des commerces ont fermé ces dernières années faute d'atteindre une rentabilité économique suffisante ou en raison de l'essoufflement du commerçant. L'implication des habitants dans le projet semble être un **élément de réponse possible pour développer des activités répondant aux besoins de la population et créer une dynamique qui perdure dans le temps**. Deux cas de figure ont été identifiés au sein du réseau BRUDED :

- **en l'absence d'un groupe moteur déjà identifié** : la collectivité peut prendre les devants et favoriser sa constitution,
- **lorsqu'un collectif d'habitants ou de porteurs de projets est déjà constitué** : la collectivité peut se positionner en soutien de leur démarche.

Quel que soit le cas de figure, la municipalité devra bien définir ce qui relève de son rôle et de celui du collectif citoyen ou des porteurs de projets.



## ÉVEILLER L'INTÉRÊT DES CITOYENS ET FAIRE APPEL AUX VOLONTAIRES

Afin d'identifier des citoyens souhaitant s'impliquer dans un futur commerce, les communes peuvent **communiquer sur le projet** - ou aider à communiquer dans le cas d'un groupe déjà constitué - via différents moyens :

- **enquête ou échanges directs avec les habitants** (porte-à-porte, stands...) sur leurs besoins, les activités qu'ils seraient susceptibles de proposer et/ou leur intérêt pour participer à un groupe de travail,
- **réunion publique** d'information puis organisation de **groupes de travail**,
- **appel à manifestation d'intérêt (AMI)** pour susciter des propositions de création d'activités sur un local communal vide à l'instar des communes de Brécé (35), Saint-Sulpice-la-Forêt (35), Le Juch (29)...
- **information via les supports de communication de la mairie** : site internet, bulletin municipal, applications téléphoniques d'information communale, réseaux sociaux, tracts et affichage chez les commerçants, informations dans les boîtes aux lettres...

## DÉFINIR LE RÔLE DE CHACUN

Lorsque le projet mature, il importe que les rôles de la municipalité et des porteurs de projets soient clairement définis, *a fortiori* lorsque le commerce sera accueilli dans un local communal. Les élus doivent notamment :

- **s'assurer que le projet soit compatible avec l'intérêt général**, les exigences réglementaires, techniques, juridiques et le cadre politique qu'ils ont fixé, */// Voir Fiche 1*
- **définir la frontière** entre l'implication de la commune et celle des citoyens/porteurs de projets.

Il est ensuite important de **formaliser ces éléments par écrit**.

### À Monteneuf (56), 775 habitants

En 2015, la mairie propose de racheter le bâtiment à la condition que les habitants se mobilisent pour gérer le futur café. Le maire est allé voir individuellement des habitants pour leur proposer de s'investir dans le projet. Une vingtaine de personnes (citoyens et élus) se mobilise pour travailler sur le projet. La mairie sollicite alors le « Champ commun », une coopérative située sur la commune voisine d'Augan, pour accompagner le collectif à définir et à étudier la faisabilité du projet. Depuis 2016, le café associatif « La Source » contribue au dynamisme de la commune.

## ACCOMPAGNER L'ÉMERGENCE D'IDÉES INNOVANTES ET COLLECTIVES AVEC LE RÉVÉLATEUR TAG

Le dispositif Révéléateur des TAg (et d'Écossolies en Loire-Atlantique) vise à identifier les besoins sociétaux non couverts sur un territoire, et à les propulser en projet d'entreprise collective. Pour cela, le TAg Révéléateur accompagne les acteurs du territoire, et notamment les collectivités, autour d'un projet économique et collectif :

- détection des besoins et validation d'une idée d'entreprise collective,
- réalisation d'une étude d'opportunité avec une approche du marché, du modèle économique, des financements hybrides, de la gouvernance,
- identification et choix du ou des porteurs de projet,
- validation de la faisabilité par le/les porteur(s) de projet et le comité de suivi.

En savoir plus :

[tag.bzh](http://tag.bzh) et [ecossolies.fr](http://ecossolies.fr)



**Anne Bory, maire d'Arzano (29)**

« Quand les citoyens et les élus collaborent, l'équation devient "1 + 1 = 3" : un bel exemple de partenariat collaboratif, si chacun reste à sa place et connaît son rôle. C'est l'objectif de la charte signée au début de l'aventure, qui pourrait être utile un jour si le projet venait à dériver ».



**À Arzano (29), 1 390 habitants**  
En 2014, la nouvelle municipalité accompagne techniquement et soutient moralement un collectif citoyen souhaitant rouvrir une épicerie dans le bourg. Un débat public ouvert à la population et aux partenaires potentiels ainsi qu'une enquête sont menés pour cerner les modes de consommation et les besoins. Le collectif se fédère ensuite en association et ouvre en 2015 l'épicerie « Épissure » dans un local communal. Pour cadrer le projet, la commune et l'association concluent une charte d'objectifs adossée au bail. Aujourd'hui, l'épicerie présente un bilan très positif : trois employées entourées de 30 bénévoles actifs font fonctionner la boutique.



## CLÉS DE RÉUSSITE ET POINTS DE VIGILANCE

- S'assurer de l'adéquation du projet aux valeurs de la municipalité et à l'intérêt général. */// Voir Fiche 1*
- Prendre le temps de la réflexion collective sur les valeurs, objectifs, gouvernance, statuts, modèle économique... dès l'amont du projet, formaliser le rôle de chacun, poser des garde-fous. */// Voir Fiche 1 et Fiche 3*
- Un commerce d'initiative citoyenne ne se décrète pas, il doit répondre aux attentes des habitants, faire l'objet d'une co-construction qui aboutisse à un projet partagé. Les élus doivent veiller à ne pas prendre la direction d'un tel projet, ou le récupérer politiquement et s'en attribuer les bénéfices.
- La mise à disposition d'un local ou bâtiment communal, souvent à loyer modéré ou progressif, facilite grandement l'émergence de projets d'initiative citoyenne. */// Voir Fiche 1*
  - Prendre le temps d'étudier la question du salariat : une création d'emploi présente de multiples avantages et favorise l'animation du lieu dans le temps, mais contraint la structure à devoir réaliser un chiffre d'affaires suffisant pour verser un salaire.
  - La participation citoyenne peut aller jusque dans la mise en œuvre de chantiers participatifs de rénovation ou d'aménagement du lieu : des temps de convivialité et de formation collective qui se révèlent très riches !

# 5 IDENTIFIER, ACQUÉRIR ET AMÉNAGER UN FONCIER OU UN BÂTIMENT

## OBJECTIF

Permettre au futur commerce de s'installer dans des locaux attractifs et adaptés.

### AIDER UN COMMERÇANT DANS LA RECHERCHE D'UN BÂTIMENT POUR S'INSTALLER

Lorsqu'un commerçant cherche à installer son activité sur la commune, la collectivité peut le soutenir, notamment :

- lui apporter son **appui pour l'identification des locaux** (ou des terrains) disponibles, adaptés et attractifs,
- **le mettre en lien avec les propriétaires privés** : interface sur le montant des loyers, les aménagements intérieurs et extérieurs...
- **le mettre en relation avec les voisins** : dialogue sur l'accès et le stationnement, anticipation des nuisances...



**Isabelle Joucan, maire de Guipel (35)**

« En tant qu'élus, nous nous sommes impliqués pour faciliter les échanges entre le propriétaire de l'ancienne épicerie, et les porteurs du projet de coopérative « Un café des possibles », qui mixe épicerie, café et restauration. Initialement, les propriétaires souhaitaient vendre le bâti avec les logements à l'étage mais à la suite des échanges, ils ont accepté que les porteurs de projet louent les lieux et réalisent les travaux intérieurs, ce qui facilitera la revente du commerce »

### BANQUE DES TERRITOIRES : FINANCEMENT DES ÉTUDES PRÉALABLES À L'INTERVENTION D'UNE FONCIÈRE

Afin de soutenir le déploiement de foncières de redynamisation territoriale, la Banque des Territoires propose un financement des études préalables pour les collectivités qui souhaitent proposer un bâtiment à une foncière. Ainsi, jusqu'au 31 décembre 2022, la Banque des Territoires finance à 100 % les études techniques et économiques nécessaires pour préciser le potentiel de transformation d'un bâtiment et de redynamisation commerciale :

- études techniques bâtementaires,
- étude de marché de redynamisation commerciale,
- étude de potentiel de transformation d'un bâtiment (étude capacitaire, esquisse...).

Ce dispositif concerne les communes de moins de 20 000 habitants ou les EPCI dont la ville-centre recense moins de 20 000 habitants, qui souhaitent proposer un bâtiment à l'examen d'une foncière telle que Breizh Cité, foncière régionale visant à renforcer les centralités.

#### En savoir plus :

[www.banquedesterritoires.fr/ingenierie-territoriale-des-foncières-de-redynamisation](http://www.banquedesterritoires.fr/ingenierie-territoriale-des-foncières-de-redynamisation)

## FAIRE L'ACQUISITION D'UN BÂTIMENT

La commune – ou l'intercommunalité quand la compétence lui a été déléguée – peut décider d'acquérir un bâtiment ou un terrain qui présente un intérêt stratégique du point de vue commercial */// Voir Fiche 2*. Pour l'accompagner elle peut **solliciter le portage foncier de l'Établissement Public Foncier de son territoire** lorsque des travaux importants doivent être réalisés */// Voir encadré ci-contre*) ou celui de son EPCI quand celui-ci dispose d'un programme d'action foncière, à l'image de Rennes Métropole.

Avant d'acquérir un bien foncier ou immobilier, il est important pour les élus de :

- **définir collectivement les critères de choix du lieu**, */// Voir encadré en page de droite*
- **identifier les locaux (ou les terrains) disponibles, adaptés et attractifs** en s'appuyant notamment sur les études réalisées sur le centre-bourg : PLU, étude spécifique sur le potentiel commercial ou étude globale sur la dynamique du centre-bourg/centre-ville... */// Voir Fiche 1*
- **visiter le bâtiment, et réaliser un diagnostic technique et architectural**, si possible avant de l'acquérir et à tout le moins avant d'engager des travaux. L'état du bien et ses caractéristiques présentent une incidence sur sa valorisation à prendre en compte dans le cadre d'une négociation,
- **définir le niveau d'intervention de la collectivité** : portera-t-elle l'ensemble des travaux ? Compte-t-elle revendre ou louer le bien ?
- **s'assurer de l'équilibre économique du projet** en définissant un budget incluant les recettes et dépenses (et comprenant une estimation des travaux en plus des coûts d'acquisition).



### À Langan (35), 1 050 habitants

À la suite de la fermeture de la boulangerie et face à l'absence de repreneur, la municipalité a entrepris de racheter les murs et de réaliser une rénovation du commerce et du logement à l'étage. L'objectif est de mettre ces locaux en location et de faciliter l'arrivée d'un repreneur via des loyers attractifs.

## ÉTABLISSEMENT PUBLIC FONCIER DE BRETAGNE : UNE INTERVENTION FONCIÈRE POSSIBLE SUR LE COMMERCE

Depuis 2021, l'EPF Bretagne a renforcé ses capacités d'intervention en matière de développement économique et notamment de commerce. Il peut ainsi apporter un appui aux collectivités pour maintenir et implanter des activités économiques et commerciales dans le tissu urbain, dans un objectif de redynamisation des centralités.

L'intervention de l'EPF a vocation à développer une programmation commerciale totale ou mixte (avec du logement notamment), sous réserve que :

- le projet soit bien situé dans le périmètre de centralité commerciale tel que défini par le document de planification, ou à défaut, par une analyse d'opportunité justifiée, étayée et partagée (commune, EPCI, EPF, CCI-CMA),
- le projet intègre bien des travaux de transformation des locaux (l'EPF n'intervient pas pour de simples portages immobiliers).

### Contact :

[www.epfbretagne.fr](http://www.epfbretagne.fr)



**Daniel Yvanoff, maire de Langan (35)**

*À propos des locaux de la boulangerie: « Nous n'étions pas propriétaires des murs, il y avait énormément de travaux à réaliser avec une charge impossible à financer pour un éventuel repreneur, et la commune n'avait pas de sous! Les aides existent mais réaliser les dossiers de subvention nécessite une connaissance et une expérience que nous avons acquises dans le méandre des réglementations administratives. On a vraiment vu la différence entre l'avant et l'après-ouverture de la boulangerie. La commune s'est remise à vivre »*

## CONSTRUIRE, RÉNOVER OU AMÉNAGER UN BÂTIMENT

Les collectivités sont fréquemment amenées à engager des travaux pour construire un bâtiment, le rénover ou adapter un local existant à la future activité. Lorsque c'est l'EPCI qui se porte propriétaire d'un local commercial, cela facilite la mise en œuvre d'un projet pour une commune qui n'aurait pas, seule, les moyens de mettre en œuvre le projet; celle-ci est en effet libérée de la gestion financière et juridique du bien. Dans ce cas, la commune et l'EPCI travailleront ensemble pour définir le montant des loyers et l'adapter à la capacité financière de futurs commerçants. Dans tous les cas il est important de :

- s'il n'a pas pu être réalisé en préalable à l'acquisition du bien, **réaliser un diagnostic technique et une analyse de l'évolution architecturale du bâti le plus en amont possible des travaux**, afin de limiter les déconvenues en cours de chantier: structure, toiture, murs porteurs, électricité, plomberie, accessibilité PMR...
- **définir les objectifs**, /// Voir encadré ci-contre
- **estimer les travaux à réaliser**: embellir, rénover, réaliser une extension, construire,
- **définir le niveau d'intervention de la collectivité**:
  - réaliser l'ensemble des travaux, y compris l'aménagement et l'équipement des locaux avant de rechercher le commerçant,
  - attendre de recruter le commerçant pour adapter les locaux à son projet: les travaux intérieurs peuvent alors être portés par la collectivité, confiés au commerçant ou mis en œuvre avec des chantiers collectifs.

## CHOISIR L'EMPLACEMENT DU FUTUR COMMERCE ET DÉFINIR LES TRAVAUX À EFFECTUER

Le succès d'un commerce réside dans de nombreux critères dont certains dépendent du choix d'implantation ou peuvent être améliorés lors de travaux :

- **la qualité et la visibilité de la façade**: intégration paysagère et patrimoniale (végétalisation, vitrine, matériaux, couleurs), visibilité depuis les lieux de passage...
- **l'aménagement des abords**: accès et stationnement (piétons, cycles, PMR, voitures) soignés et sécurisés, signalétique, facilités de livraison, gestion des déchets (verre, cartons, etc.),
- **l'accès à un extérieur**: terrasse, jardin, terrain de pétanque... selon le type de commerce,
- **l'aménagement intérieur**: recours à des matériaux écologiques, locaux et sains, prise en compte de l'esthétique, du confort, de la luminosité, décoration intérieure soignée, espaces de stockage pratiques...
- **les performances thermiques et énergétiques**: une isolation, un éclairage et un mode de chauffage performants limiteront les consommations énergétiques, et assureront de facto des revenus supérieurs au commerçant.

- quel que soit le pilotage retenu, il est important, dès la conception du projet, de **s'assurer que le local dédié au commerce soit le plus polyvalent et évolutif possible**, avec des aménagements réversibles pour pouvoir accueillir des activités différentes et s'adapter à l'évolution des besoins,

- **s'assurer de l'équilibre économique du projet** en définissant une durée d'amortissement et un budget incluant les recettes (subvention, loyers) et dépenses (études, travaux, suivi de chantier, assurances).



### À Nostang (56), 1 608 habitants

Face au prix trop élevé de l'ancienne charcuterie au vu des travaux à réaliser, la commune a négocié le prix avec les propriétaires et a fait appel à l'EPF qui a porté l'achat du bâtiment. La commune a ensuite précisé son projet, qui consistait à créer 3 cellules commerciales avec un logement à l'étage. Elle a été sollicitée par des commerçants intéressés avant d'engager les travaux : une Biocoop, une crêperie et une pizzeria. Les élus ont alors décidé d'associer les futurs gérants à la conception et à l'agencement de leur espace de travail. Les commerçants estiment tous que cela a été un atout dans le bon démarrage de leurs trois activités.



#### Jean-Pierre Gourden, maire de Nostang (56)

« On a fait du "sur-mesure", jusqu'à leur demander le positionnement souhaité pour les prises électriques »



#### Une collaboration qui satisfait aussi le gérant de la Biocoop :

« Nous voulions un espace sain : mobilier en bois naturel et aussi une peinture bio sans composés organiques volatiles néfastes pour la santé »



### CLÉS DE RÉUSSITE ET POINTS DE VIGILANCE

- Se donner le temps et les moyens d'un choix éclairé : possibilité de réaliser une étude d'opportunité, de faisabilité, ou comparant plusieurs sites susceptibles d'accueillir le projet, avec une analyse des avantages et inconvénients (notamment financiers) de chacune des options.
- Identifier les travaux d'amélioration à réaliser et impliquer le commerçant dans les choix voire la réalisation des travaux.
- Anticiper d'éventuels changements d'usage ; prévoir si possible un accès dissocié au logement situé à l'étage du local commercial.
- Veiller à adapter le montant des loyers en fonction du type d'activité et de son chiffre d'affaires et vérifier l'équilibre économique pour la commune.

/// Voir encadré « Quel loyer pratiquer ? » en Fiche 7

# 6 RECHERCHER UN PORTEUR DE PROJET POUR LA CRÉATION OU LA REPRISE D'UN COMMERCE

## OBJECTIF

Trouver le ou les commerçant(s) répondant aux attentes de la municipalité et aux besoins des habitants.

Deux cas de figure peuvent se présenter :

- la commune ou l'intercommunalité est propriétaire du local et définit ses critères de recrutement pour trouver le(s) porteur(s) de projet,
- le local est privé et les élus s'impliquent aux côtés d'un commerçant en partance pour la reprise du commerce.



### À Plouguerneau (29), 6770 habitants

Dans cette commune littorale et touristique, la municipalité a acheté le bâtiment qui accueillait l'unique commerce de proximité du bourg de Lilia, qui avait fermé ses portes en 2017. Les élus ont ensuite créé une cellule économique composée notamment d'anciens professionnels du commerce. Cette cellule a été associée à la rédaction d'un cahier des charges pour la réouverture d'un commerce multiservices de proximité. Le document précisait que « L'épicerie devrait être impérativement ouverte entre juin et octobre, qu'elle proposerait des produits de première nécessité, des produits en circuit court, locaux et régionaux, des produits bio, des produits de boulangerie, viennoiserie et biscuiterie et que l'activité devrait être en harmonie avec le marché de Lilia qui a lieu pendant la saison estivale ».

## DÉFINIR LE TYPE D'ACTIVITÉ ET LE PROFIL DU COMMERÇANT

Pour expliciter le profil et les activités recherchés, il importe que les élus définissent un **cahier des charges**. Son contenu peut être travaillé en commission en associant d'autres acteurs (commerçants, partenaires, etc.) avant d'être partagé avec l'ensemble des élus. Il présente :

- **la commune**, ses équipements, commerces et services, ses atouts, le contexte de la reprise ou de la création, la localisation, la complémentarité avec l'offre existante, les motivations et objectifs du conseil municipal, */// Voir Fiche 1*
- **la/les activités projetée(s)** (bar, épicerie, restauration, point poste, activités culturelles...), l'éventuelle implication des habitants et associations locales, la complémentarité avec des activités municipales ou associatives (approvisionnement de la cantine, actions pédagogiques auprès des écoles...),
- **les attentes** en termes de périodes d'ouverture, d'amplitude horaire, de types de produits,
- **le type de portage recherché**: un ou plusieurs gérant(s) privé(s), un collectif sous une forme associative ou coopérative, */// Voir Fiche 4 - (suite p31)*



### Yannig Robin, maire de Plouguerneau (29)

« Après quasiment 2 ans d'activité, c'est un franc succès ; le couple de gérants participe aux animations de la commune et propose même un service de location de vélos ! »

## QUEL MODE DE GESTION ?

Lorsqu'une commune ou une intercommunalité s'investit pour accueillir un commerce dans un bâtiment lui appartenant, elle **passé un contrat avec le gérant. Plusieurs possibilités s'ouvrent à elle :**

■ **Le bail commercial, pour louer le local :** d'une durée de 9 ans renouvelable (ou 3 ans par dérogation), il permet au propriétaire d'un local de l'affecter à une activité commerciale ou artisanale. Si le montant du loyer peut être fixé librement, son augmentation est strictement encadrée.

Réglementairement, un bail commercial s'arrête au bout de 6 mois d'inactivité du commerce.



► À l'image de **Séglien (56)** pour « Le Tavn Seglian » et **Le Cloître-Saint-Thégonnec (29)** pour « Le Capsell »

■ **Le contrat de location-gérance, pour louer à la fois le local et le fonds,** c'est-à-dire le matériel, l'outillage, les marchandises, le nom, l'enseigne, la clientèle. Attention: en location-gérance, le bailleur est responsable solidairement des dettes de son preneur jusqu'à publication du contrat au fichier immobilier (théoriquement fait par le notaire sous 15 jours).

► À l'image de **Saint-Allouestre (56)** pour l'Indigo, à la fois café, tabac, épicerie, dépôt de pain et point presse

À noter que ces deux types de contrats sont également adaptés à une **gestion associative ou coopérative.**

► La commune de **Saint-Senoux (35)** a conclu un bail commercial avec la SCIC Baranoux pour la location d'un bâtiment en face de l'église

■ **La convention de mise à disposition ou convention d'occupation précaire,** pour une durée maximale de 3 ans et donnant lieu à un loyer souvent symbolique. Le caractère précaire doit être lié à un événement indépendant de la volonté des parties (à défaut, il s'agira d'un bail dérogatoire de 3 ans évoqué plus haut). Il est nécessaire d'être vigilant au risque possible de requalification en bail commercial.

► La commune de **Botmeur (29)** loue ainsi un local à une association faisant vivre un café-épicerie. Une simple convention de mise à disposition du local a été conclue entre la commune et l'association, moyennant un loyer mensuel de 300 € mois, charges comprises.

► La commune de **Plouguerneau (29)** met un local de 110 m<sup>2</sup> à disposition d'un couple pour accueillir une épicerie multiservices dans le bourg de Lilia, moyennant un loyer de 350 € HT mensuel. Début 2019, la commune a signé une convention d'occupation précaire d'un an renouvelable deux fois. En octobre 2020, le bâtiment et le matériel ont été revendus aux locataires qui ont également racheté l'ancien bar qui jouxte l'épicerie de Lilia.



■ **La gestion en régie communale**

► Les communes de **Séglien (56)** et **Le Cloître-Saint-Thégonnec (29)**, ont recouru temporairement à la gestion en régie de leur épicerie ou boulangerie en l'attente d'une reprise viable par un privé.

À noter qu'il est également possible de prévoir une **option d'achat** dans le contrat de location des locaux. Le locataire pourra ainsi, à une date donnée, racheter le local et/ou le fonds, déduction faite des loyers déjà versés et des subventions reçues par la commune sur le projet.

► La commune de **Sainte-Anne-sur-Vilaine (35)** a aménagé une extension du bar pour y créer une activité de restauration. Le local est loué à la gérante, avec option d'achat au bout de 6 ans.

- **le statut**: bail commercial, location-gérance, convention d'occupation précaire, voire vente du fonds de commerce,
- **le descriptif des locaux**: aménagement et agencement, matériel, loyer, charges locatives, consommations énergétiques, entretien nécessaire; le logement peut éventuellement être mis à disposition ou loué avec le commerce, */// Voir Fiche 5*
- **des informations sur l'activité existante** en cas de reprise d'un commerce: historique, objectifs, données sur l'exploitation des 3 dernières années,
- **les modalités de suivi par la commune**: désignation d'un élu référent, mise en place d'échanges réguliers,
- **le réseau d'appui mobilisable**: élus, intercommunalité, structures d'accompagnement,
- éventuellement, **les perspectives pour l'exploitant** à court et moyen terme: prolongement du bail, reprise du fonds de commerce, option d'achat,...

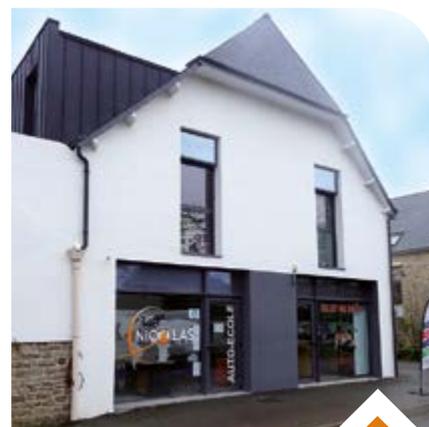
## COMMUNIQUER LARGEMENT SUR LA RECHERCHE

La diffusion de l'annonce est un facteur de réussite pour trouver un commerçant répondant aux besoins identifiés par les élus. L'annonce peut être relayée via différents canaux :

- **articles dans la presse locale** dès la validation d'un projet par le conseil, pour susciter des candidatures spontanées et permettre d'associer le futur commerçant aux travaux d'aménagement,
- **appel à projets** (lorsque le type d'activités souhaité n'est pas précisément défini) **ou appel à candidatures** (dans le cas où le commerce est bien identifié),
- **annonces dans la presse spécialisée et sur les sites des chambres consulaires**, spécialisés dans la cession et reprise de commerces :
  - CCI : [www.reprendre-bretagne.fr/accueil](http://www.reprendre-bretagne.fr/accueil),
  - CMA : [www.entreprendre-artisanat.fr](http://www.entreprendre-artisanat.fr),
- **annonces sur des sites internet de mise en lien entre offre et demande** ou entre porteurs de projets, et collectivités / propriétaires de bâti, à l'image de la plateforme nationale : [commune-opportunité.fr](http://commune-opportunité.fr),
- **recrutement par agences commerciales spécialisées** (garages auto, boulangeries...),
- **communication auprès d'acteurs de l'entrepreneuriat collectif et de l'innovation sociale** susceptibles de relayer l'information

## VENDRE OU NON LES MURS ET LE FONDS DE COMMERCE ?

Lorsque la collectivité en est propriétaire, la question de la vente des murs et du fonds se pose souvent. Deux logiques s'affrontent : impliquer plus fortement le commerçant en lui vendant les locaux et/ou le fonds, ou garder la pleine propriété afin de trouver plus facilement un repreneur en cas de départ.



### À Locqueltas (56), 1 925 habitants

La municipalité a rénové un garage en commerces et logements. Une auto-école et une pizzeria s'y sont installées. La commune a également racheté et rénové la supérette située en cœur de bourg entre la mairie et l'école. « Nous avons eu des difficultés pour trouver un repreneur », indique le maire Michel Guernevé. « Finalement, nous avons fait appel à un spécialiste de la vente de fonds de commerce et d'entreprises. » (Société Gwened Transactions, Vannes). La supérette vient de rénover ses étals ce qui lui permet d'accroître de 25 % la gamme des produits proposés, signe que cette reprise est une réussite.

auprès des porteurs de projets : pôles de développement de l'économie sociale et solidaire et TAG présents sur tous les territoires bretons, /// Voir « Les acteurs pour vous accompagner » p 41

■ **communication télévisée** : certaines communes sont passées dans l'émission de TF1 « SOS Villages », qui a boosté les candidatures. C'est le cas de Plouguerneau et Rosnoën (29).



**Michel Guernevé, maire de Locqueltas (56)**

*« Notre stratégie était d'avoir des cellules commerciales disponibles. Une fois réalisées, il fallait mettre quelque chose dedans ! Nous avons simplement mis une annonce sur le site « leboncoin » et plusieurs personnes nous ont contactés »*

## RÉALISER DES ENTRETIENS AVEC LES CANDIDATS

Il n'est pas toujours aisé de trouver le bon commerçant, et **plusieurs critères sont à considérer** :

- **profil** : disposer des compétences spécifiques voire de l'expérience,
- **philosophie** : répondre aux valeurs du projet, aux objectifs fixés par les élus (animations, circuits courts, services spécifiques, lien avec la vie locale, etc.),
- **viabilité économique** du projet et **connaissances** en commerce et gestion,
- **pérennité** : projet de vie du commerçant, implication sur le territoire,
- **personnalité du commerçant** : qualités humaines, écoute, convivialité,
- **disponibilité et flexibilité** : adaptation des horaires d'ouverture en prenant en compte les animations ponctuelles et régulières, les horaires d'école, événements sportifs et culturels, etc.

Lorsque la commune est propriétaire des locaux, il est fréquent d'organiser des **visites et entretiens** avec les candidats avant de s'engager.

À l'issue de ces entretiens et une fois le porteur de projet sélectionné, certaines collectivités concluent un **précontrat** avant la signature du bail, afin de formaliser l'engagement moral.



## CLÉS DE RÉUSSITE ET POINTS DE VIGILANCE

- Il est important de proposer une offre claire avec un cadre précis, des attentes explicites, de valoriser l'offre de services de la commune pour attirer les repreneurs.
  - La communication doit être large, et en même temps ciblée (géographiquement et en termes d'activité prévue).
  - L'audition est un temps d'échange clé pour mieux comprendre le porteur de projet et ses objectifs.
  - Le nombre de personnes qui portent le commerce est un élément clé :
    - portage par une seule personne : plus facilement viable pour dégager un salaire, mais induit une forme de fragilité (amplitude horaire, diversification de l'offre, etc.),
    - portage par un couple ou collectif : plus de solidité, diversité des compétences, mais suppose une activité plus importante pour rémunérer les personnes.
  - L'accompagnement par des experts et la mise en réseau est un atout pour la solidité du projet.
  - Lorsque la commune propose un logement avec le commerce, il importe d'être vigilant sur la manière de lier l'habitation et l'activité professionnelle dans le bail locatif (notamment en cas de fin d'exploitation de l'activité avec une volonté du commerçant de rester locataire de son logement).

# 7 SOUTENIR LE LANCEMENT DU COMMERCE

## OBJECTIF

Apporter du soutien au commerce afin que celui-ci s'ancre rapidement dans le territoire et devienne viable et pérenne.

## SOUTIEN MORAL, POLITIQUE, RELATIONNEL ET COMMUNICATION

La municipalité peut soutenir l'ancrage du commerçant et le développement du commerce par différents biais :

- **identifier un ou deux élus référents** pour échanger de façon privilégiée avec le commerçant, programmer des rendez-vous réguliers,
- **orienter le commerçant vers les structures d'accompagnement** pour qu'il prenne connaissance des aides financières possibles, bénéficie de conseils, de formations,
- **soutenir moralement le projet** via par exemple une lettre de recommandation ou des rendez-vous communs avec les financeurs, les banques,



### Annie Bras-Denis, maire de Plouaret (22)

« Lorsque j'échange avec les futurs gérants, j'essaie de comprendre comment ils vont financer leur projet, et je les informe des soutiens possibles pour les aider à constituer une part de leurs fonds propres. Pour la reprise du restaurant de Plouaret, dont les murs sont propriété communale, nous avons laissé une part du financement à la charge du repreneur afin qu'il ait un accord de banque. Cette caution bancaire nous paraît être une forme de sécurité pour la collectivité qui partage le risque avec le futur gérant »



### À Kergrist (56), 746 habitants

Lors de l'arrivée des nouveaux gérants de l'un des deux cafés-restaurants de la commune, les élus ont relancé le dialogue entre les deux commerces en adoptant une posture de médiation. Ils ont facilité l'échange sur les horaires et jours d'ouverture dans une logique de complémentarité profitable aux deux structures.

## INFORMER LES PORTEURS DE PROJETS SUR LES AIDES FINANCIÈRES POSSIBLES

Les élus ont tout intérêt à échanger avec les porteurs de projets pour comprendre comment ils prévoient de financer leur projet, et les orienter vers les aides possibles : prêts (par exemple par les plateformes d'initiatives locales), aides financières (par exemple par France Active), financement citoyen (notamment par les clubs d'investisseurs des Cigales). Ces aides sont susceptibles de varier selon le statut du porteur de projet (demandeur d'emploi, projet relevant de l'économie sociale et solidaire, etc).

## DES DISPOSITIFS RÉGIONAUX DE SOUTIEN AU COMMERCE ET À LA CRÉATION D'ENTREPRISES

### Soutien à la création d'entreprises

En Bretagne, les jeunes entreprises peuvent bénéficier d'un accompagnement personnalisé avec des conseils stratégiques, financiers et juridiques tout au long de leur projet et jusqu'au développement de leur activité, via le **Pass Création** porté par la Région et mis en œuvre par la CCI Bretagne, Bretagne Active, Initiative Bretagne, BGE, Adie et la Chambre régionale des métiers.

En Pays de la Loire, la Région propose aux créateurs d'entreprises qui ont préalablement obtenu un prêt d'honneur ou une garantie bancaire, une subvention d'un montant compris entre 5 000 € et 20 000 € pour consolider le plan de financement, via la Prime Création.

### Soutien au commerce

En Bretagne, la Région porte aux côtés des EPCI le **Pass commerce**, un outil qui vise à soutenir les activités commerciales et artisanales en octroyant des subventions aux travaux, équipements, et au numérique.

En Pays de la Loire, la Région accompagne financièrement et directement les commerces en milieu rural, situés dans des communes en situation de fragilité commerciale, dans leurs projets de modernisation de leurs outils de travail.

- **communiquer** sur le projet: bulletins municipaux, site internet, bornes d'information, médias et réseaux locaux,
- **adopter une position de médiation et organiser des échanges** entre le porteur de projet et le voisinage, avec les autres commerçants, les associations de la commune ou toute autre activité pouvant être en lien avec le commerce (producteurs locaux, CCAS),
- **aider aux démarches administratives,**
- **faciliter la recherche de logement,**
- **accueillir les enfants des commerçants de la commune dans les écoles,** même s'ils ne sont pas habitants de la commune.

## AIDE TECHNIQUE OU MATÉRIELLE

Le cadre légal des aides et le type d'intervention peuvent différer selon :

- qu'il s'agisse d'un commerce sous statut d'entreprise privée, coopératif ou associatif,
- que la collectivité soit propriétaire ou non des murs.



Selon les cas de figures, la collectivité peut :

- acheter, donner ou prêter du matériel,
- mettre gratuitement à disposition un local ou des équipements, dans le cas où l'intérêt général est démontré et après vérification du cadre juridique,
- réaliser des travaux d'aménagement des locaux, d'isolation, de chauffage et d'éclairage performants,
- élargir un trottoir pour permettre l'implantation d'une terrasse,
- fermer ponctuellement l'espace public pour des animations, concerts,
- organiser des événements festifs, sportifs et culturels dans le bourg.

La collectivité doit veiller à **sécuriser juridiquement son soutien** et à vérifier avec un professionnel du droit ce qu'il est légalement possible de faire. Son intervention doit également être **encadrée par des délibérations**.

## SOUTIEN FINANCIER AU COMMERÇANT

La commune et/ou l'EPCI peuvent soutenir financièrement le projet de commerce, le cadre pouvant différer selon le statut juridique de la structure porteuse :

- prise de parts sociales dans une SCIC,
  - ▶ à l'instar des communes de Guipel (35) pour le Café des Possibles (5 000 €), et de Saint-Senoux (35) pour le Baranoux (500 €),
- octroi d'une subvention à une association,
  - aide au financement de travaux (isolation, aménagement) et d'investissements (achat de matériel, de mobilier).

L'aide financière peut aussi être indirecte. La collectivité peut ainsi :

- proposer un loyer faible pour une association, ou un loyer progressif pour un commerce privé, /// Voir encadré ci-contre

### ◀ À Hédé-Bazouges (35), 2 301 habitants

La municipalité a prêté un local pour le lancement de l'épicerie associative « Terra Phoenix ». Face au succès du commerce et à son impact en termes d'animation du bourg et de création de lien social, les élus ont mis à disposition une autre partie du local afin de permettre l'agrandissement du lieu de 35 à 85 m<sup>2</sup>. Ils ont également soutenu la mise en place de chantiers participatifs en communiquant auprès de la population, mais également en y participant.

## QUELS LOYERS PRATIQUER ?

Lorsque les communes aménagent un local commercial, elles déterminent souvent un loyer par m<sup>2</sup> de surface mise à disposition. Le montant du loyer doit correspondre aux loyers connus dans le voisinage, afin d'éviter toute distorsion de concurrence. Pour connaître ces loyers, la collectivité peut s'appuyer sur les notaires ou agences immobilières locales.

De leur côté, les acteurs économiques déterminent le montant du loyer selon la fonction commerciale qui sera accueillie. Ils s'appuient pour cela sur un pourcentage du chiffre d'affaires qui varie selon le type d'activité, par exemple\* ;

- 3 % maximum pour les surfaces alimentaires (leur faible rentabilité suppose de plus grandes surfaces de vente)
- 5 à 6 % pour les boulangeries
- 4 à 5 % pour les cafés et bars

Une collectivité ne peut légalement louer un bien à une personne poursuivant des fins d'intérêt privé pour un loyer inférieur à la valeur locative de ce bien, sauf si cette location est justifiée par des motifs d'intérêt général et comporte des contreparties suffisantes.

\*Source : CCI d'Ille-et-Vilaine

- **louer les locaux** en ajoutant une option d'achat au contrat,   
/// Voir Fiche 6

- **orienter le porteur de projet vers des financeurs potentiels.**

## SOUTIEN À L'EXPÉRIMENTATION

Dans des locaux lui appartenant ou en mobilisant les propriétaires de locaux commerciaux, la collectivité peut soutenir le lancement de nouvelles activités susceptibles de préfigurer de futurs commerces :

- **mise en place d'un bail précaire** dans un bâtiment inoccupé du bourg,
- **test d'une activité** à l'occasion d'évènements ponctuels, d'animations : par exemple, ouverture ponctuelle d'un café associatif,
- **soutien au lancement d'un marché de producteurs,**
- **mise en place de boutiques-test.**



Afin de permettre au CAP, le **Café Associatif de Pancé (35), 1 223 habitants**, de voir le jour, la municipalité a signé un bail avec les propriétaires d'une ancienne crêperie fermée depuis neuf ans. Les locaux ont ainsi été mis à disposition de l'association gérant le CAP, via une convention à titre gracieux, afin que celle-ci teste son activité.



**Jean-François Pilard, maire de Pancé (35)**

« La mise à disposition gracieuse de locaux a permis de tester l'activité du café associatif, avant d'aménager un local dédié qui accueille désormais le café et une boulangerie »

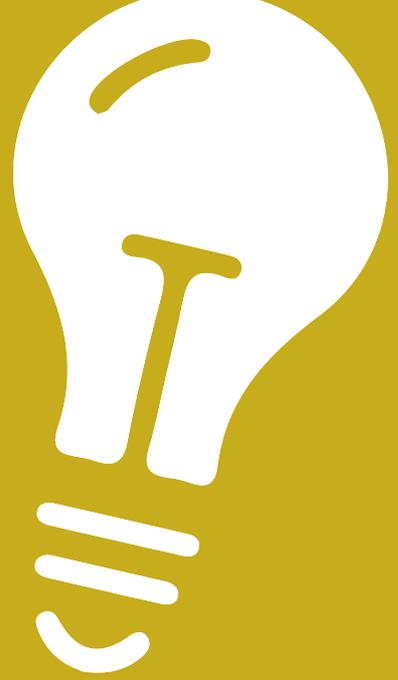


## CLÉS DE RÉUSSITE ET POINTS DE VIGILANCE

- Adopter une posture d'écoute et d'accompagnement.
- S'assurer du cadre juridique qui s'applique en fonction du statut du commerce et de la propriété des murs.
  - Répartir le risque entre la collectivité et le porteur de projet : s'assurer de la viabilité du projet et de l'implication du porteur, tout en apportant son soutien à l'ouverture du commerce.
  - Être vigilant à une forme d'équité de traitement entre les différents commerces de la commune, et être transparent sur les modalités de soutien proposées par la commune.



À **Bouvron (44), 3 113 habitants** Pour aider au lancement d'un magasin paysan en cœur de bourg, la commune a mis en place une convention d'occupation précaire et a accordé un an de loyer gratuit aux producteurs regroupés en GIE (Groupement d'Intérêt Économique) pour les aider à lancer leur activité. À l'issue de cette première année au cours de laquelle le magasin s'est bien développé, le paiement d'un loyer de 450 € mensuels, correspondant aux loyers pratiqués sur la commune, a été convenu.



# ▶ 3<sup>ÈME</sup> ÉTAPE

PÉRENNISER  
LE COMMERCE  
SUR SA COMMUNE

# 8

## AIDER À PÉRENNISER LES COMMERCES DANS LE TEMPS

### OBJECTIF

Soutenir l'activité commerciale locale pour favoriser sa longévité.

### ACHETER LOCAL

Les collectivités peuvent :

- acheter des produits dans les commerces locaux pour les événements qu'elles organisent : vœux du maire, repas des anciens...
- adosser l'approvisionnement de la cantine aux commerces et producteurs locaux : acheter le pain à la boulangerie locale par exemple,
- inciter les associations et acteurs locaux à acheter leurs produits dans les commerces : conditionnalité des subventions aux associations.

Ces actions doivent être menées dans le respect du droit et notamment des règles de la commande publique.

### FAIRE DU LIEN, CONTRIBUER À ANIMER UNE DYNAMIQUE COMMERCIALE

- Établir un dialogue avec les commerçants pour connaître leur situation et leurs besoins éventuels.
- Mettre en lien les commerçants et contribuer à faire émerger une association de commerçants qui pourra ensuite être soutenue par la commune (pour ses actions d'animation commerciale, de soutien aux commerces en difficulté...).



À Saint-Thégonnec Loc-Éguiner (29),  
3 122 habitants

Le restaurant multiservice « Ti Wanik » accueille les 15 enfants de l'école Sainte-Jeanne-d'Arc pour le déjeuner. La municipalité et les restaurateurs ont signé une convention stipulant la garantie du service et la priorité des enfants sur le repas du midi par rapport aux autres clients.



## COMMUNIQUER POUR FAIRE CONNAÎTRE L'ACTIVITÉ

- **Mettre en avant les commerces sur les sites internet** de la commune et de l'EPCI.
- **Contribuer à la visibilité des commerces sur les réseaux sociaux**: relais des offres commerciales sur la page Facebook de la commune par exemple.
- **Relayer les informations sur les commerces** via le bulletin municipal, les applications d'information sur la vie municipale.
- **Faire le lien entre les commerçants et la CCI pour faciliter la digitalisation de leur offre** (horaires et jours d'ouverture, actualités).
- **Proposer une signalétique claire** depuis les principaux axes de circulation et depuis les chemins de randonnée.
- **Valoriser les commerces lors des évènements locaux.**
- **Réaliser des documents de promotion des producteurs et commerçants locaux**: guide, carnet d'adresses...

## ACCOMPAGNER L'ÉVOLUTION DES LOCAUX ET ÉQUIPEMENTS COMMERCIAUX

- **Être attentif à l'évolution des besoins des commerces**: agrandissement, déménagement, création d'un espace extérieur, nouveaux équipements...
- Lorsque le local appartient à la commune, **mener des travaux** d'isolation, d'amélioration de l'éclairage et du système de chauffage. Ils permettront de limiter les factures énergétiques du commerçant. */// Voir Fiche 5*
- Lorsque le local est privé, **soutenir l'embellissement de l'aspect extérieur**: ravalement, peinture attrayante, pour égayer le bourg (par exemple via l'attribution de subventions et/ou de conseils architecturaux).
- **Soutenir la remise en état ou le changement d'outils de production**, par exemple en faisant l'acquisition du matériel puis en proposant une location avec option d'achat: four de boulangerie, réfrigérateurs.

### ◀ À Plessé (44), 5 371 habitants

Chaque dimanche matin, la commune propose un marché sous les halles en centre-bourg. L'été, la municipalité propose une animation supplémentaire avec la venue d'artisans locaux et d'un crieur public. Tous les habitants de Plessé peuvent laisser des messages dans les boîtes mises à disposition à la mairie et à la médiathèque, dans les épicerie ou encore via un formulaire en ligne sur le site internet communal. Les messages sont clamés haut et fort les jours de marché et contribuent à son attractivité.



### ▶ À Loudéac communauté Bretagne Centre (22), 51 230 habitants

La communauté de communes a mené une réflexion main dans la main avec les communes de son territoire, lors de sa prise de compétence en matière de développement économique. Elle a ensuite travaillé avec la commune de Merdrignac à la création de la marque « À deux pas de chez vous » assortie d'un logo, pour inciter la population à fréquenter les commerces locaux. « Si cela fonctionne, elle pourra être déployée sur d'autres communes de l'EPCI » indique Eric Robin, vice-Président. En parallèle, une signalétique permettant d'identifier la galerie commerciale à ciel ouvert a été mise en place: elle comprend de nouvelles affiches représentant les commerçants locaux, installées dans les totems de l'entrée du centre-bourg. Des enseignes drapeaux ont aussi été mises en place pour harmoniser les façades.

- Lors de travaux de réaménagement du bourg, veiller à **prendre en compte les besoins des commerces** : élargissement d'un trottoir, espace pour une terrasse... */// Voir Fiche 2*

## ANIMER LE BOURG POUR RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ COMMERCIALE

- **Développer des animations, une offre culturelle, un festival** qui contribueront à faire vivre le centre-bourg et donc les commerces.
- **Organiser un marché, proposer un local** aux producteurs locaux pour la vente de produits de locaux ou la mise à disposition de paniers.
- **Favoriser une offre de commerces et de services ambulants** qui permette de compléter et consolider les commerces du centre-bourg : épicerie ou restauration ambulante, coiffeur, couturier,...
- **Étudier la pertinence de distributeurs de pain ou de légumes** venant conforter des producteurs locaux.



Jean-Michel Gaudichon, maire de Sainte-Anne-sur-Vilaine (35)

*« Dans nos petites communes, le commerce a besoin du soutien de la municipalité pour vivre et se développer »*



### CLÉS DE RÉUSSITE ET POINTS DE VIGILANCE

- Adopter une posture d'ouverture et d'écoute.
- Bien délimiter le rôle de la commune et notamment les limites et conditions du soutien.
  - Être vigilant à l'équité de prise en compte des besoins des commerçants.
- Favoriser la convivialité (lors des chantiers, des événements...).
  - Valoriser l'action et l'investissement du commerçant pour la commune.
- Ne pas être intrusif par rapport à l'activité du commerçant.
  - S'assurer de respecter le cadre juridique : non-concurrence, commande publique, ...



À Sainte-Anne-sur-Vilaine (35), 1 043 habitants

La gérante du café-tabac installé dans des locaux privés, souhaitait développer une offre de restauration. Les élus ont alors préempté le bâtiment mitoyen du café lors de sa mise en vente, puis porté la rénovation du bâtiment qui a été mis en location auprès de la gérante. La municipalité soutient aussi ses commerçants dans leurs achats d'équipements : *« Quand le four du boulanger est tombé en panne 4 ou 5 ans après son arrivée, nous avons acheté un four électrique que nous lui louons ».*



À Plouaret (22), 2 221 habitants

Les réunions entre l'association des commerçants et la municipalité s'organisent autour de plateaux-repas pour faciliter la gestion des emplois du temps et allier efficacité et convivialité.



# ▶ LES ACTEURS POUR VOUS ACCOMPAGNER

# LES ACTEURS INSTITUTIONNELS

## L'ÉTAT

L'État soutient les collectivités dans leurs démarches de revitalisation de centres-villes et de centres-bourgs qui visent à renforcer l'ensemble de leurs fonctions de centralité : l'habitat, le commerce, les services, l'espace public, le patrimoine, la vie culturelle, etc. Le plan de relance propose de nouveaux outils et renforce certains dispositifs existants : Contrat de relance et de transition écologique (CRTE), augmentation de la Dotation de soutien à l'investissement local (DSIL), fonds pour le recyclage des friches, aide pour la transformation numérique des commerces de proximité...

Les Directions Départementales des Territoires et de la Mer (DDTM) sont les interlocuteurs de proximité des élus qui souhaitent être accompagnés et soutenus dans la mise en œuvre de leurs projets de centralités.



### CONTACTS

#### Côtes d'Armor :

[www.cotes-darmor.gouv.fr](http://www.cotes-darmor.gouv.fr)  
0821 80 30 22  
[ddtm@cotes-darmor.gouv.fr](mailto:ddtm@cotes-darmor.gouv.fr)

#### Ille-et-Vilaine :

[www.ille-et-vilaine.gouv.fr](http://www.ille-et-vilaine.gouv.fr)  
02 90 02 32 00  
[ddtm@ille-et-vilaine.gouv.fr](mailto:ddtm@ille-et-vilaine.gouv.fr)

#### Loire-Atlantique :

[www.loire-atlantique.gouv.fr](http://www.loire-atlantique.gouv.fr)  
02 40 67 26 26  
[ddtm@loire-atlantique.gouv.fr](mailto:ddtm@loire-atlantique.gouv.fr)

#### Finistère :

[www.finistere.gouv.fr](http://www.finistere.gouv.fr)  
02 98 76 52 00  
[ddtm@finistere.gouv.fr](mailto:ddtm@finistere.gouv.fr)

#### Morbihan :

[www.morbihan.gouv.fr](http://www.morbihan.gouv.fr)  
02 97 68 12 00  
[ddtm@morbihan.gouv.fr](mailto:ddtm@morbihan.gouv.fr)

## LA BANQUE DES TERRITOIRES

La Banque des Territoires accompagne les communes de moins de 20 000 habitants, les communes nouvelles et les intercommunalités en mobilisant les experts territoriaux de Territoires Conseils : études financières, recherche de financement européen, appréciation des impacts juridiques, techniques et financiers, conseil et gouvernance en méthodologie de projet. Territoires Conseils propose également un service gratuit de renseignements juridiques et financiers.

En matière de commerce, la Banque des Territoires soutient notamment les communes portant un projet qui a vocation à intégrer une foncière, ainsi que les communes Petites Villes de Demain.



### CONTACTS

#### Banque des Territoires Bretagne :

[www.banquedesterritoires.fr/direction-regionale-votre-contact-en-bretagne](http://www.banquedesterritoires.fr/direction-regionale-votre-contact-en-bretagne)

#### Banque des Territoires en Loire-Atlantique :

[www.banquedesterritoires.fr/direction-regionale-votre-contact-dans-les-pays-de-la-loire](http://www.banquedesterritoires.fr/direction-regionale-votre-contact-dans-les-pays-de-la-loire)

#### Territoires Conseils :

[www.banquedesterritoires.fr/territoires-conseils](http://www.banquedesterritoires.fr/territoires-conseils)

Service gratuit de renseignements juridiques et financiers : 0 970 808 809

## LES RÉGIONS BRETAGNE ET PAYS DE LA LOIRE

La Région Bretagne, au travers de son dispositif de cohésion des territoires **Bien Vivre partout** en Bretagne, accompagne les projets des territoires ayant pour but d'accélérer les transitions écologique, énergétique et climatique. Elle soutient notamment la revitalisation des centres-villes ou centres-bourgs, l'offre de logements adaptée aux territoires et favorisant les parcours résidentiels, ou encore l'amélioration de l'accès de chaque breton aux services à la population. Le commerce relève de ces services, dont la qualité et l'accessibilité sont une des conditions de l'attractivité des territoires. Pour mieux animer les politiques régionales et agir en proximité avec les territoires, la Région a créé 7 espaces territoriaux en 2020.

La Région Pays de la Loire accompagnera les territoires ligériens au travers de sa nouvelle politique territoriale qui sera approuvée en juin 2022. Elle sera fondée sur un dialogue territorial permanent avec les territoires permettant de disposer d'une vision à 360° des enjeux de chaque territoire croisés avec ceux de la Région et sa boîte à outils mise à disposition.



### CONTACTS

Bretagne :  
[www.bretagne.bzh](http://www.bretagne.bzh)

Pays de la Loire :  
[www.paysdelaloire.fr](http://www.paysdelaloire.fr)

## LES DÉPARTEMENTS

Les Départements peuvent accompagner directement ou indirectement des projets de commerce selon leurs dispositifs respectifs. En fonction des besoins des collectivités, l'accompagnement proposé peut consister en un conseil, une assistance opérationnelle sur des dimensions techniques, réglementaires ou financières, mais également un appui méthodologique ou stratégique. Les champs d'intervention varient selon les territoires et peuvent relever aussi bien de l'aménagement et de l'attractivité, que de l'économie sociale et solidaire et de l'offre de services à la population.



### BRUDED : s'inspirer pour avancer

Le réseau BRUDED, riche de plus de 250 collectivités adhérentes, vous aide à avancer concrètement dans la réalisation de votre projet par :

- la diffusion de retours d'expériences des collectivités adhérentes du réseau : fiches, vidéos, publications thématiques,
- l'organisation de visites et rencontres pour échanger avec les élus d'autres collectivités : objectifs, démarche, difficultés rencontrées, partenaires associés...
- le partage de documents techniques : cahiers des charges, baux, conventions...
- un regard sur la démarche envisagée, et l'orientation vers les partenaires adaptés.

À travers ses retours d'expériences, BRUDED aborde la création et le maintien de commerces en centre-bourg en les croisant avec les enjeux de développement local et de transition écologique.

**En savoir plus :** [www.bruDED.fr](http://www.bruDED.fr)



### CONTACTS

Côtes d'Armor :  
[www.cotesdarmor.fr](http://www.cotesdarmor.fr)

Finistère :  
[www.finistere.fr](http://www.finistere.fr)

Morbihan :  
[www.morbihan.fr](http://www.morbihan.fr)

Ille-et-Vilaine :  
[www.ille-et-vilaine.fr](http://www.ille-et-vilaine.fr)

Loire-Atlantique :  
[www.loire-atlantique.fr](http://www.loire-atlantique.fr)

# LES ACTEURS DU FONCIER ET DE L'URBANISME

## ÉTABLISSEMENTS PUBLICS FONCIERS DE BRETAGNE ET DE LOIRE-ATLANTIQUE

Les Établissements Publics Fonciers (EPF) sont des acteurs qui accompagnent les collectivités dans la connaissance et la maîtrise de leur foncier */// Voir Fiche 1 et Fiche 4*

Leurs missions :

- accompagner les collectivités dans la définition de leurs politiques foncières (diagnostics et stratégies foncières, référentiels fonciers, définition des priorités) et la préparation des opérations (accompagnement à la réalisation d'études pré-opérationnelles, expertise juridique, financière et technique),
- négocier le foncier,
- acheter des terrains, bâtis ou non, à la demande et pour le compte des collectivités et en assurer le portage pendant plusieurs années,
- potentiellement, pendant la durée du portage, réaliser des travaux préalables à l'aménagement (déconstruction, curage-désamiantage, réhabilitation des sols) pour préparer sa future utilisation,
- rétrocéder le foncier à la collectivité ou à un opérateur désigné par la collectivité, à l'issue du portage.

Leurs axes d'intervention :

- développement de l'offre de logements, et notamment de logements sociaux,
- redynamisation des centres-villes et bourgs,
- requalification des zones d'activité et résorption des friches,
- protection des espaces agricoles et naturels.



### CONTACTS

**Bretagne :**  
[www.epfbretagne.fr](http://www.epfbretagne.fr)  
 02 99 86 79 90  
[contact@epfbretagne.fr](mailto:contact@epfbretagne.fr)

**Loire-Atlantique :**  
[www.epf.loire-atlantique.fr](http://www.epf.loire-atlantique.fr)  
 02 40 99 57 22  
[epf@loire-atlantique.fr](mailto:epf@loire-atlantique.fr)

## LES CONSEILS EN ARCHITECTURE, URBANISME ET ENVIRONNEMENT (CAUE)

Ayant pour vocation l'aide à la décision, les CAUE bretons et de Loire-Atlantique ainsi que le service de conseil en architecture et urbanisme d'Ille-et-Vilaine apportent un appui méthodologique et technique aux collectivités locales en amont de leur projet d'aménagement ou de construction, avant l'intervention de toute maîtrise d'œuvre. Les architectes, paysagistes et urbanistes conseillers aident la collectivité à :

- caractériser les enjeux et orientations d'aménagement pour l'espace public et les terrains, et déterminer où la collectivité souhaite accueillir des commerces,
- prédéfinir un programme d'intervention,
- retenir une équipe de maîtrise d'œuvre.

Ils peuvent également participer à des groupes de travail ou à un jury, et sensibiliser les acteurs et habitants.



### CONTACTS

**CAUE 22 :**  
[www.caue22.fr](http://www.caue22.fr)  
 02 96 61 51 97

**CAU 35 / Service développement local des agences départementales :**  
[www.ille-et-vilaine.fr/agences](http://www.ille-et-vilaine.fr/agences)

**CAUE 56 :**  
[www.caue56.fr](http://www.caue56.fr)  
 02 97 54 17 35

**CAUE 29 :**  
[www.caue-finistere.fr](http://www.caue-finistere.fr)  
 02 98 98 69 15

**CAUE 44 :**  
[www.caue44.com](http://www.caue44.com)  
 02 40 20 20 44

# LES CHAMBRES CONSULAIRES

## LES CHAMBRES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE (CCI)

Les CCI départementales proposent un accompagnement technique des communes et intercommunalités pour établir des états des lieux et définir des actions en faveur de la dynamisation commerciale des centralités. Selon les besoins identifiés et les spécificités locales, différentes missions peuvent être assurées :

- diagnostic du volet commercial (offre commerciale, flux de consommation, vacance...),
- mise en place d'un observatoire local du commerce et/ou de la vacance commerciale,
- réalisation et analyse d'enquêtes auprès des habitants et commerçants,
- étude de faisabilité économique,
- appel à candidatures pour la recherche d'exploitant.

### CONTACTS

#### CCI Côtes d'Armor :

[www.cotesdarmor.cci.fr](http://www.cotesdarmor.cci.fr)

02 96 78 62 00

[observatoire@cotesdarmor.cci.fr](mailto:observatoire@cotesdarmor.cci.fr)

#### CCI Finistère :

[www.bretagne-ouest.cci.bzh](http://www.bretagne-ouest.cci.bzh)

02 98 00 38 00

[accueil@bretagne-ouest.cci.bzh](mailto:accueil@bretagne-ouest.cci.bzh)

#### CCI Ille-et-Vilaine :

[www.ille-et-vilaine.cci.fr](http://www.ille-et-vilaine.cci.fr)

02 99 33 66 66

[infoplus@ille-et-vilaine.cci.fr](mailto:infoplus@ille-et-vilaine.cci.fr)

#### CCI Loire-Atlantique :

[nantesstnazaire.cci.fr](http://nantesstnazaire.cci.fr)

02 40 44 6000

[info.clients@nantesstnazaire.cci.fr](mailto:info.clients@nantesstnazaire.cci.fr)

#### CCI Morbihan :

[www.morbihan.cci.fr](http://www.morbihan.cci.fr)

02 97 02 40 00

[territoires@morbihan.cci.fr](mailto:territoires@morbihan.cci.fr)



## LES CHAMBRES DE MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT (CMA)

Les CMA accompagnent les collectivités à différents niveaux afin de :

- connaître et développer l'artisanat : portraits de territoires, fichiers d'entreprises, soutien à l'élaboration de stratégies de développement de l'artisanat,
- détecter les difficultés et accompagner les entreprises : détection des besoins et sensibilisation, formations intra-territoire, mise en réseau des artisans ,
- favoriser l'achat local : campagne de communication J'achète local, événements, accompagnement sur les marchés publics, ainsi que sur les études filières ou thématiques,
- stimuler et accompagner la création, reprise ou transmission d'entreprises artisanales : accompagnement à la transmission, aux projets immobiliers, à l'organisation d'événements de mise en lien entre cédants et repreneurs.

### DE NOMBREUSES STRUCTURES POUR ACCOMPAGNER LES PORTEURS DE PROJETS

Différentes structures aident les porteurs de projets tant du point de vue technique que financier.

Les collectivités peuvent orienter les porteurs vers ces partenaires afin de favoriser le lancement et la pérennisation d'un commerce :

- Chambres de commerce et d'industrie,
- Chambre de métiers et de l'artisanat,
- Pôles ESS et dispositifs « idéateur » et « incubateur » portés par les TAgBZH,
- France Active,
- Élan créateur (coopérative d'activité et d'emploi),
- Boutiques de gestion (BGE),
- Fondations,
- Les plateformes « Initiative Bretagne »,
- Associations des Cigales,
- Divers réseaux : clubs de créateurs et repreneurs d'entreprises, Entreprendre au féminin...

*Liste non exhaustive*

### CONTACTS

#### CMA Bretagne :

[www.crma.bzh](http://www.crma.bzh)

02 96 76 26 58

[olivier.guillin@cma-bretagne.fr](mailto:olivier.guillin@cma-bretagne.fr)

#### CMA Loire-Atlantique :

[www.artisanatpaysdelaloire.fr](http://www.artisanatpaysdelaloire.fr)

02 51 13 83 00

[accueil44@artisanatpaysdelaloire.fr](mailto:accueil44@artisanatpaysdelaloire.fr)



# LES ACTEURS DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

## LES PÔLES DE DÉVELOPPEMENT DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

Les dix-neuf pôles de développement de l'économie sociale et solidaire bretons, représentés à l'échelle des Pays, et Écossolies pour la Loire-Atlantique accompagnent les collectivités à différents niveaux sur des enjeux de développement local :

- diagnostic ou étude participative sur l'identification des besoins d'une commune,
- sensibilisation des élus à l'économie sociale et solidaire,
- orientation vers des dispositifs ou acteurs spécifiques.



### CONTACTS

Bretagne :  
[www.ess-bretagne.org](http://www.ess-bretagne.org)

Loire-Atlantique :  
[www.ecossolies.fr](http://www.ecossolies.fr)

## LES TAG BZH, PROPULSEURS D'ENTREPRENARIAT COLLECTIF DANS LES TERRITOIRES

Les quatre TAg BZH et Écossolies en Loire-Atlantique sont des outils qui favorisent l'éclosion d'entreprises locales collectives et innovantes, en réponse aux besoins du territoire. Lorsqu'un besoin est exprimé sur une commune ou un territoire, qu'une idée émerge ou qu'un lieu est potentiellement disponible, TAg, via l'outil Révélateur, accompagne les acteurs du territoire, et notamment les collectivités, dans la définition d'un projet économique et collectif :

- détection des besoins,
- mobilisation du territoire pour faire émerger les idées et les qualifier,
- modélisation du projet,
- identification d'un porteur de projet et accompagnement dans la création d'une entreprise.



### CONTACTS

Bretagne :  
<https://tag.bzh>

Loire-Atlantique :  
[www.ecossolies.fr](http://www.ecossolies.fr)



### LES ASSOCIATIONS DES CIGALES

Ces associations, présentes en Bretagne et Pays de la Loire, fédèrent des clubs d'investisseurs citoyens : les CIGALES. Ils participent au financement de projets liés à l'économie sociale et solidaire et au développement local sur leurs territoires. L'association facilite la mise en relation entre les clubs, les porteurs de projet et les partenaires de l'accompagnement et du financement. C'est en facilitant le pouvoir d'agir des habitants, et donc en favorisant l'émergence de projets grâce au financement des clubs ainsi constitués, que les associations des CIGALES se placent en partenaires des collectivités.

#### Contacts :

Bretagne :  
[www.cigales-bretagne.org](http://www.cigales-bretagne.org)

06 81 16 61 73  
[contact@cigales-bretagne.org](mailto:contact@cigales-bretagne.org)

Pays de la Loire :  
[www.cigales-paysdelaloire.fr](http://www.cigales-paysdelaloire.fr)  
[contact@cigales-paysdelaloire.fr](mailto:contact@cigales-paysdelaloire.fr)



▶ **LES EXPÉRIENCES  
DES COLLECTIVITÉS**

# LES RETOURS D'EXPÉRIENCES CAPITALISÉS PAR BRUDED

Les prochaines pages recensent les expériences capitalisées par le réseau BRUDED en matière de soutien au commerce, que vous retrouverez sur notre site internet. Elles présentent les démarches des élus, les partenaires associés, les éléments financiers, ainsi que les difficultés éventuellement rencontrées et solutions trouvées.

**Cliquez sur les expériences pour retrouver nos fiches explicatives**

<b>Jugon-les-Lacs (22)</b>	Revitalisation en cœur de bourg d'un îlot en état d'abandon urbain
<b>Lanmodez (22)</b>	Le bar épicerie renaît sous forme associative après un an de fermeture
<b>Laurenan (22)</b>	Une petite épicerie et un bar en gestion associative
<b>Loudéac Communauté Bretagne Centre (22)</b>	L'EPCI en soutien aux dynamiques de commerces de centre-bourg
<b>Trémargat (22)</b>	L'épicerie associative donne la priorité aux produits locaux et au lien social
<b>Tréveneuc (22)</b>	Reconstruire et réaménager un îlot du centre-bourg
<b>Arzano (29)</b>	Régal d'Épissure: une épicerie associative qui conforte le dynamisme du bourg
<b>Gourlizon (29)</b>	La requalification globale du centre-bourg pour lui redonner vie
<b>Landudal (29)</b>	Landulmarché: un partenariat avec une grande surface pour une épicerie locale
<b>Le Cloître-Saint-Thégonnec (29)</b>	L'épicerie-dépôt de pain redynamise le cœur de bourg
<b>Le Juch (29)</b>	Un projet de bar-restaurant-tiers-lieu en milieu rural pensé avec la population
<b>Pleyber-Christ (29)</b>	Elocop, l'épicerie locale et collaborative
<b>Plouégat-Moysan (29)</b>	L'Oasis, le bar-épicerie ouvert en 2011
<b>Plouguerneau (29)</b>	Trouver des nouveaux gérants pour l'épicerie
<b>Roscoff (29)</b>	Réduire la circulation automobile en centre-ville pour le plaisir de tous
<b>Saint-Jean-du-Doigt (29)</b>	Dynamisme commercial, espaces publics et biodiversité redonnent vie au bourg
<b>Saint-Thégonnec Loc-Éguiner (29)</b>	Du « tout-en-un » au Ti Wanik
<b>Tréflévénez (29)</b>	Un distributeur de pain accessible 7 jours sur 7, 24 heures sur 24





<b>Brécé (35)</b>	Une implication des habitants pour ré-ouvrir l'épicerie sous une forme associative
<b>Coësmes (35)</b>	Soutien du projet de café associatif et tiers-lieu Bistrot Lab'
<b>Cuguen (35)</b>	Réhabilitation d'une bâtisse en pierre en boulangerie et logement
<b>Guipel (35)</b>	Un café des possibles: un bar-restaurant épicerie qui dynamise le centre-bourg!
<b>La Baussaine (35)</b>	D'un projet d'aménagement à un projet de développement du centre-bourg
<b>Langan (35)</b>	Rénovation et reprise de la boulangerie communale avec son logement
<b>Mordelles (35)</b>	Le développement des commerces et services
<b>Sainte-Anne-sur-Vilaine (35)</b>	Aide à l'installation et au développement du commerce de proximité
<b>Saint-Georges-de-Reintembault (35)</b>	La municipalité accompagne la création d'un bar en cœur de bourg
<b>Saint-Sulpice-la-Forêt (35)</b>	Le Guibra: une taverne agri-culturelle
<b>Saint-Ganton (35)</b>	La restauration scolaire est confiée au restaurant de la commune
<b>Saint-Senoux (35)</b>	Le Baranoux, un café-épicerie culturel et coopératif soutenu par la municipalité





<b>Bouvron (44)</b>	Le magasin paysan « Au fil des saisons » en centre-bourg
<b>La Grigonnais (44)</b>	La commune lance son marché de producteurs locaux
<b>Plessé (44)</b>	La commune soutient le commerce local
<b>Vallons de l'Erdre (44)</b>	Rénovation du presbytère en hôtel-restaurant communal
<b>Allaire (56)</b>	Une épicerie et une maison de santé à la place d'une friche commerciale
<b>Beignon (56)</b>	Soutenir le commerce et les activités économiques pour conforter l'attractivité du bourg
<b>Guémené-sur-Scorff (56)</b>	Une démarche globale et participative de revitalisation du centre-ville
<b>Kergrist (56)</b>	Aide à la reprise de l'épicerie
<b>Locqueltas (56)</b>	De multiples actions pour soutenir le commerce dans le bourg
<b>Monteneuf (56)</b>	La commune impulse et accompagne la création d'un bar associatif
<b>Nostang (56)</b>	Le bourg retrouve des commerces grâce au volontarisme de la municipalité
<b>Saint-Allouestre (56)</b>	La réouverture réussie du dernier commerce crée un nouvel élan dans le bourg
<b>Saint-Aignan (56)</b>	Trouver un repreneur pour l'épicerie-bar-crêperie
<b>Séglien (56)</b>	Sauvetage d'une épicerie en centre-bourg
<b>Silfiac (56)</b>	La nouvelle épicerie-bar « La Belle Époque » redonne du souffle en cœur de bourg





**Rédaction et réalisation:** BRUDED  
**Création graphique:** [www.herbe-folle.fr](http://www.herbe-folle.fr)

**Crédits photos couverture:**  
Marché de La Grigonnais / Commune de La Grigonnais  
Crieuse publique à Plessé / SebO  
Le Baranoux à Saint-Senoux / Margot Carte

**Crédits photos document:**  
P10 Centre-ville de Bédée / Montfort Communauté  
P15 Marché de La Grigonnais / Commune de La Grigonnais  
P19 Restaurant Bar Le Guibra / Commune de Saint-Sulpice-La-Forêt  
P22 Bistrot Lab' à Coësmes / Bistrot Lab'  
P22 Café La Source à Montenauf / Café La Source  
P31 Commerce à Locqueltas / Commune de Locqueltas  
P34 Chantier participatif à Hédé-Bazouges / Commune de Hédé-Bazouges  
P36 Le Café associatif de Pancé / Le CAP  
P38 Crieuse publique à Plessé / SebO  
P40 Déjeuner / Fauxels

**Impression:** mai 2022 sur papier recyclé  
par Imprimerie des Hauts de Vilaine certifiée  
Imprim'vert® et PEFC™

La présence de commerces est souvent décisive pour faire vivre nos centres-bourgs et attirer de nouveaux habitants. De nombreuses collectivités s'attellent ainsi à trouver les meilleures solutions pour ici créer un nouveau commerce, là maintenir un commerce existant ou relever un commerce en déclin. Vous trouverez dans ce document de mutualisation d'expériences les leviers d'actions, clés de réussite et éléments de démarches capitalisés par BRUDED auprès des communes et intercommunalités du réseau.

## **BRUDED : « les élus parlent aux élus »**

BRUDED est un réseau d'échanges d'expériences comptant plus de 250 communes et intercommunalités en Bretagne et Loire-Atlantique. Au sein du réseau, des élus « qui ont fait » témoignent de leurs expériences à des élus « qui veulent faire » pour leur permettre d'avancer plus vite et plus loin dans leurs réalisations. Pour faciliter ces échanges d'expériences, les chargés de développement répartis sur le territoire organisent régulièrement des visites de réalisations, des rencontres et soutiennent les collectivités dans la mise en œuvre de leurs projets.

**BRUDED** - 19 rue des chênes - 35630 Langouët  
Tél : 02 99 69 95 47 / [contact@bruded.fr](mailto:contact@bruded.fr) - [www.bruded.fr](http://www.bruded.fr)



Remerciements :

Ce document a été réalisé dans le cadre d'un partenariat spécifique avec la Banque des Territoires et l'Établissement Public Foncier de Bretagne.

Il a également été enrichi par le regard expert de nombreux partenaires que nous remercions chaleureusement : Région Bretagne, Département d'Ille-et-Vilaine, CCI Bretagne, CMA Bretagne, France Active Bretagne, CRESS, TAG Bzh, association des Cigales, AUDIAR, Pays de Brocéliande, Montfort Communauté.

BRUDED est soutenu par :

