

**PROGRAMME DE FORMATION UC2J  
ROANNE – 16 et 17 octobre 2017**

**« QUEL COMMERCE  
POUR QUELLE DYNAMIQUE DE TERRITOIRE ? »**



**OBJECTIFS DE LA FORMATION**

A Roanne, une stratégie partagée par les acteurs économiques a permis depuis 1996 de mettre en place un programme d'appui au commerce de proximité cohérent et porteur de résultats. Pourtant handicapée par une faible dynamique démographique la ville a su conserver un centre-ville marchand dynamique et rénové, moins affecté que d'autres par le développement de la vacance commerciale et qui conserve ses parts de marché par rapport à la périphérie.

En petit groupe et à partir de cette expérience, il s'agit d'appréhender les facteurs de réussite d'une démarche globale de soutien au commerce qui peut se mettre en œuvre localement en impliquant tous les acteurs économiques.

Le témoignage d'acteurs de terrain impliqués dans la dynamique des unions commerciales et du management de ville, permettra aux participants à se poser les bonnes questions pour leur ville, leur territoire, par exemple,

- Comment élaborer une politique globale de développement durable du commerce ?
- Comment fédérer les commerçants et partenaires publics / privés dans la durée ?
- Comment proposer une offre lisible et professionnelle aux consommateurs ?
- Comment impliquer les enseignes dans la dynamique locale ?
- Management de Ville, Union commerciale, quelle articulation ?
- Comment choisir les outils adaptés ?
- Quel modèle économique ?

*Cette formation déjà éprouvée auprès d'une centaine de participants est ouverte aux élus locaux ou consulaires, responsables d'unions commerciales, conseillers commerces des CCI, animateurs Fisac, managers de villes*



## PROGRAMME

---

### **JOURNEE DU LUNDI 16 OCTOBRE 2017 : POSITIONNEMENT STRATEGIQUE**

#### **MATIN :**

##### **Éléments de stratégie et critères de réussite.**

Acteurs du commerce / collectivités / unions commerciales, un objectif commun d'image et d'attractivité de la ville. La reconquête commerciale des centres ville et quartiers commerçants implique la mobilisation de tous les acteurs pour en construire une image attractive. A partir d'une approche de marketing territorial, comment les entreprises et unions commerciales peuvent se positionner au côté des collectivités locales en acteurs majeurs de cette dynamique ?

- Les bases d'un partenariat local solide et durable en faveur du commerce
- Le mode management de ville ou la cohérence des actions à l'échelle de la Ville
- Le Professionnalisme de la communication
- La Stratégie de marque
- La Performance des outils marketing
- La dynamique d'innovation et de projets
- L'esprit d'ouverture et d'échanges

#### **APRES-MIDI :**

##### **Programme annuel d'animation et de communication**

Pour jouer un rôle moteur de dynamisation de la ville ou du territoire, l'union commerciale doit être crédible. Le programme proposé doit satisfaire à la fois les consommateurs, les adhérents et les partenaires financiers. Il doit aussi s'insérer dans un programme plus large concerté avec les autres acteurs locaux.

- Des fondamentaux du programme...
- ... à la proposition concrète aux acteurs

### **JOURNEE DU MARDI 17 OCTOBRE 2017 : ORGANISATION ET OUTILS MARKETING**

#### **MATIN :**

##### **Professionaliser l'union commerciale**

Fonctionnant à la manière d'une entreprise, l'union commerciale peut devenir le service marketing /communication de l'ensemble de l'espace marchand.

- Organisation interne, moyens matériels et humains
- Fonctionnement de l'Association, communication interne
- Coordination des unions commerciales de quartiers,
- Coopération avec les autres unions commerciales du territoire
- Articulation avec les autres acteurs de la Ville (Tourisme, culture, sport, social, transport...)
- Politique d'adhésion, tarification, développement des partenariats
- Financement, budget

Le contenu de la deuxième partie de la matinée sera adapté en fonction des attentes exprimées à la fin de la première journée.

**Visite du centre-ville pour se rendre compte des actions réalisées.**



## APRES-MIDI :

### Panorama des outils marketing à disposition

#### Les chèques Cad'Oh ! : un outil fédérateur et performant

Les Vitrites de Roanne ont commercialisé en 2016 plus de 700K€ de chèques cadeaux. Facile à mettre en place, nécessitant peu d'investissements et sans risque financier, le chèque Cad'Oh ! peut co-exister avec d'autres produits de fidélisation. Il permet donc d'impliquer les réseaux d'enseignes dans la dynamique locale. Les UC peuvent-elles passer à côté de ce marché en forte croissance ? Comment proposer une offre concurrente à celle des opérateurs nationaux ? Comment développer les ventes et faire en sorte que cet outil devienne une source d'autofinancement pour l'union commerciale ?

#### Une nouvelle approche pour la carte de fidélité

Les cartes de fidélité sont l'outil marketing de fidélisation de référence et leur impact sur les ventes n'est plus à démontrer. Alors que les opérateurs nationaux lancent à grands frais des cartes multi-commerces et des programmes de fidélisation de plus en plus élaborés, quelles solutions déployer localement ? Par ailleurs, longtemps utopique, la carte de fidélité peut aussi devenir une carte de territoire offrant de nouveaux services.

#### Les nouvelles technologies au service du commerce de proximité

La généralisation d'internet et des technologies de la mobilité a un impact fort sur les comportements d'achat. Indispensables à toute stratégie de communication, comment utiliser ces nouveaux outils pour générer du flux chez les adhérents (cross canal), offrir de nouveaux services aux clients, faire mieux connaître l'offre marchande du centre ville ? **Place de marché locale** [www.achetezenroannais.fr](http://www.achetezenroannais.fr), sites web, réseaux sociaux, applications, campagnes sms comment choisir les outils appropriés ?

A la demande des participants, d'autres outils peuvent être évoqués : **Boutique de services, service mutualisé de livraisons, outils règlementaires d'urbanisme commercial (préemption, alignements commerciaux...), articulation commerce urbain/rural, boutiques test ou éphémères, problématique de la vacance commerciale...**

## METHODE PEDAGOGIQUE

---

La formation est assurée par 2 intervenants. A partir d'une présentation des méthodes et outils déployés par les acteurs économiques et commerçants de Roanne, il s'agit de favoriser un échange et une réflexion collective pour que les participants puissent prendre du recul et imaginer des solutions locales dans le but de favoriser la dynamique commerciale du territoire.

## QUELQUES REFERENCES

---

**Réseau des CCI** : Alès, d'Ambert, Pays d'Arles, Bordeaux, Cher, Clermont Ferrand, Corse du Sud, Côte d'Opale, Deux-Sèvres, Doubs, Drôme, Elbeuf, Eure, Guadeloupe, Lyon, Midi Pyrénées, Martinique, Morlaix, Nièvre, Nîmes, Réunion, Rhône-Alpes, Saône-et-Loire, St Etienne/Montbrison, Strasbourg, Tarbes, Toulouse, Villefranche Beaujolais, Valenciennes Grand Hainaut...

**UC, Fédérations, réseaux** : Fédé30, Vitrites de Rouen, Uc de Lamballe, Vitrites de Saône et Loire, Fundació Barcelona Comerç, Fédé UCIA Meuse, Tarbes Shopping, Nouméa Centre-Ville – UC de Besançon, Vitrites d'Europe, Fédé 74, Annecy Vitaville, Centre développement du Tonnerrois, réseau MANACOM, Centre-ville en Mouvement...



**Villes, collectivités :** Ville des Sables d'Olonne, Ville de Bourges, Pays Voironnais, Pays sud Grésivaudan, Charlieu-Belmont Communauté, Ville de Cran Gevrier, Ville de Chalon S/Saône, Ville de Toulouse, Ville de Valenciennes, Pays de Montluçon, Ville de Lyon, Ville de Vierzon.

## INTERVENANTS

---

David CORDEIRO  
CCI Lyon Métropole Saint-Etienne Roanne  
04 77 44 54 17 - 06 78 03 64 74  
[d.cordeiro@lyon-metropole.cci.fr](mailto:d.cordeiro@lyon-metropole.cci.fr)

*Conseil commerce et urbanisme commercial depuis 15 ans  
Chargé de cours Université Jean Monnet / Saint Etienne - marketing de point de vente  
Maîtrise de finances - DEA dynamiques des systèmes économiques  
Adjoint au Maire d'Iguerande (71)  
Vice-Président Économie – Aménagement - Plui - Communauté de Communes Semur en Brionnais (71)*

Magdalena ESLAVA  
Vitrines de Roanne  
04 77 44 54 66 - 06 28 53 11 74  
[contact@vitrinesderoanne.com](mailto:contact@vitrinesderoanne.com)

*Manager des Vitrines de Roanne depuis 10 ans  
Maîtrise de Marketing Ventes – ENISE - Saint Etienne  
Etudes universitaires DEUG langues étrangères appliquées  
Voyages Europe et grand export dans un cadre professionnel pendant 15 ans*

## INFORMATIONS PRATIQUES

---

**DATES : 16 ET 17 OCTOBRE 2017**

**LIEU : Roanne**

**NOMBRE DE STAGIAIRES : 12 maximum**

**COUT DE LA FORMATION : 980€ TTC / éligible formation professionnelle continue  
(remise de 200€ aux adhérents Vitrines de France)**

**Remarque : cette formation peut être décentralisée**

**CONTACT INSCRIPTION**

**Sandra Charrier (CCI Formation)**

**04 77 44 54 69 - [s.charrier@cifor-roanne.com](mailto:s.charrier@cifor-roanne.com)**

