

Convention de partenariat entre Bordeaux Métropole et la CCIBG

Programme d'actions 2022

Le programme d'actions 2022 entre Bordeaux Métropole et la CCIBG pour l'observation, le développement et l'animation du tissu commercial métropolitain est structuré autour de quatre grands axes.

AXE 1. Actualiser et enrichir les données de l'Observatoire du commerce de Bordeaux Métropole

La CCIBG dispose d'outils permettant d'analyser le fonctionnement de l'activité commerciale et la structure de la consommation en Gironde. Elle produit des données larges et précises que Bordeaux Métropole utilise pour concevoir et accompagner sa politique d'urbanisme et de développement commercial. Ces données sont regroupées dans l'Observatoire du commerce de Bordeaux Métropole qui comprend deux volets :

- un observatoire de l'offre permettant de bien connaître l'équipement commercial de la métropole et son évolution par lieu et forme de vente. Cet observatoire croise différentes sources de données, notamment le fichier du Greffe du Tribunal de commerce de Bordeaux, les projets autorisés en Commission départementale d'aménagement commercial (CDAC), les projets commerciaux en cours et des observations de terrain.

Un outil numérique, appelé OOCOM, a été développé par la CCIBG afin de traiter et extraire l'ensemble des données sur l'offre commerciale existante.

- un observatoire de la demande qui repose sur l'analyse des flux de consommation et des comportements d'achat des ménages. Une « enquête ménages » est réalisée tous les 5 ans.

Cet observatoire de la demande permet de :

- identifier les flux de consommation
- connaître les habitudes de consommation des ménages sur un panel de produits,
- estimer les marchés de consommation et leurs transformations,
- définir les zones de chalandise des polarités commerciales,
- mesurer l'emprise et l'évasion commerciale sur un territoire.

Les données combinées des observatoires de l'offre et de la demande permettent d'obtenir :

- une vision globale de la structure commerciale de la métropole et de son évolution
- des données chiffrées précises sur la structure commerciale du territoire
- une bonne connaissance des évolutions des comportements d'achat des habitants
- une « carte d'identité » des lieux de consommation par bassins de population

- des analyses ciblées, utiles pour l'accompagnement des projets d'implantation de nouvelles enseignes

Porté par la CCIBG, cet observatoire fonctionne dans le cadre d'un partenariat associant Bordeaux Métropole, le Département de la Gironde, la Chambre de métiers et de l'artisanat Nouvelle Aquitaine - Gironde (CMANA33), et le Syndicat mixte pour le schéma d'aménagement et d'urbanisme (SYSDAU).

En 2022, l'actualisation des données économiques du commerce dans la métropole par la mise à jour de la base de données OOCOM sera poursuivie.

De même, le bilan des décisions de la CDAC, ainsi que l'étude du déroulement et des retombées économiques des soldes (hiver et été) seront produits.

AXE 2 – Etudes complémentaires

Comme en 2020 et 2021, afin de disposer d'une connaissance fine de l'évolution du tissu commercial et des pratiques des commerçants, des études complémentaires à celles menées dans le cadre de l'Observatoire du commerce seront réalisées par la CCIBG.

Ainsi, deux études spécifiques seront produites.

L'évolution de la clientèle dans le centre-ville de Bordeaux

Dans la continuité de 2020 et 2021, l'étude de la fréquentation de la clientèle sera menée à partir de comptages-piétons sur 15 points des principales rues commerçantes de l'hyper-centre de Bordeaux. Les données ainsi obtenues donneront une bonne vision de l'évolution de la fréquentation du centre-ville en fin de crise sanitaire et permettront d'évaluer l'attractivité et la capacité de résilience de la première polarité commerciale de Nouvelle-Aquitaine.

L'étude de la logistique urbaine sortante.

Cette étude, réalisée par la CCIBG, portera sur la nature et le volume des livraisons sortantes du centre-ville de Bordeaux ainsi que sur les canaux de transport et les prestataires utilisés. Les commerçants seront interrogés pour connaître leurs pratiques de livraisons de proximité et d'expédition à l'échelle nationale voire internationale. L'objectif est de mieux identifier les habitudes et les besoins des commerçants en matière de livraisons auprès de leur clientèle locale et de favoriser le développement d'une logistique décarbonée et éco-responsable, intégrant aussi le ramassage des déchets carton notamment.

Cette étude permettra ainsi d'analyser les activités les plus génératrices de flux (marchandises et déchets) ainsi que l'organisation des flux des différents modes de transports de marchandise sur le territoire. Il s'agira aussi de faire émerger des réponses concrètes aux enjeux de la logistique du dernier kilomètre et d'identifier des emplacements possibles pour la création d'espaces de logistique urbaine. Un benchmark sera aussi réalisé pour identifier des solutions existantes et innovantes mises en place dans d'autres villes.

AXE 3 – Poursuivre les actions de marketing territorial auprès des opérateurs commerciaux

Depuis 2012, la CCIBG pilote des actions de marketing territorial, spécifiques au commerce, qui visent à faire connaître le potentiel de développement de la métropole, à diversifier son tissu commercial et à renforcer son attractivité.

Ces actions, dont Bordeaux Métropole est partenaire depuis le début, consistent à participer à un salon spécialisé, le Salon de l'immobilier et des équipements commerciaux (SIEC - Paris) et à organiser une journée de visite de Bordeaux et de sa périphérie, pour les développeurs

d'enseignes et les opérateurs commerciaux nationaux et internationaux (promoteurs et investisseurs).

- **Le Salon de l'immobilier et des équipements commerciaux (SIEC)**

Organisé sous l'égide du Centre national des centres commerciaux (CNCC), ce salon avait attiré plus de 4000 visiteurs et 150 exposants en 2021. Ce salon présente l'actualité et les projets des grands opérateurs commerciaux et des concepts innovants. Sont également présentées les nouvelles tendances commerciales ainsi que les dernières évolutions réglementaires. De nombreuses métropoles et agglomérations françaises y participent.

52 porteurs de projets avaient été accueillis sur le stand Bordeaux Commerce en 2021. L'édition 2022 aura lieu les 21 et 22 septembre. Un stand sera organisé par la CCIBG en partenariat avec Bordeaux Métropole, la Ville de Bordeaux, la Communauté d'Agglomération du Libournais (CALI) et les opérateurs immobiliers locaux (agences immobilières, investisseurs, promoteurs, Bordeaux Métropole Aménagement).

- **La Journée Bordeaux Visio Commerce (7 octobre)**

Cette manifestation est organisée depuis neuf ans. Elle consiste à accueillir à Bordeaux les enseignes nationales et internationales, les investisseurs et des porteurs de projets indépendants pour leur faire découvrir la métropole et ses potentialités d'implantation. L'édition 2021 avait attiré 82 participants.

Les objectifs de la participation de Bordeaux Métropole sont les suivants :

- contribuer à la diversité commerciale des centres-villes et des centres commerciaux,
- accompagner la structuration commerciale des nouveaux quartiers et des opérations d'aménagement de centre-ville,
- créer une dynamique d'échanges réguliers entre et avec les partenaires de l'immobilier commercial bordelais et nationaux.

AXE 4 – Poursuivre l'animation du réseau MANACOM

Manacom a été créé en 2012 à l'initiative de la Chambre de commerce et d'industrie de Bordeaux. Ce réseau regroupe les élus et les chargés de mission commerce et artisanat d'une cinquantaine de collectivités locales et établissements publics de Nouvelle Aquitaine (dont Bordeaux Métropole et plusieurs communes membres), des offices de commerce et de tourisme, et des partenaires institutionnels (DIRECCTE, Département, DDTM). Les nouveaux membres les plus récents sont l'Office de commerce et d'artisanat d'Arcachon (Arcachon Expansion), la Communauté de communes Castillon Pujols, et le Grand projet des villes de la rive droite.

Ce réseau a pour ambition d'aider les « managers de commerce » dans la pratique de leur métier, grâce à un programme d'actions et de formation : veille réglementaire, visites de territoires, retours d'expériences, conférences...

Les orientations stratégiques du réseau sont déterminées par un comité de pilotage (élus de la Métropole, de la Ville de Bordeaux, du Département, de la CCIBG, de la CMANA33, de la Chambre d'agriculture de la Gironde) et sont mises en œuvre par un comité technique associant les collaborateurs de ces différents partenaires.

Au vu de l'intérêt suscité par ces actions auprès des managers de commerces et des collectivités locales, cette dynamique sera poursuivie en 2022 sur la base du programme suivant :

- 3 séminaires d'expertise sur :
 - la vacance commerciale
 - les actualités de l'urbanisme commercial et les dernières réglementations

- le marketing territorial
 - des visites de terrain (Limoges, Dax, Pau-Orthez, Castillon La Bataille)
 - participation à des événements professionnels (Salon bordeaux Commerce Innov' à la CCIBG, Université d'été de Centre-ville en mouvement, Franchise Expo)
 - diffusion de 3 newsletters
 - production d'un « Cahier Manacom » sur le rôle du manager et les initiatives des territoires en matière de digitalisation des commerçants
 - un « séminaire élus », dans le cadre d'un événement Manacom réunissant élus, managers, commerçants avec la remise d'un trophée Manacom (2ème semestre)
 - déploiement d'une nouvelle identité visuelle du réseau et des nouveaux supports de communication (nouveau site internet et développement de la stratégie de communication sur LinkedIn)

AXE 5 - Engager de nouvelles actions pour élargir l'accompagnement des commerçants et accélérer leur innovation

Deux nouvelles actions fortes sont mise en place cette année par la CCIB pour soutenir la dynamique et l'innovation des commerces :

L'appel à manifestation d'intérêt « Talents des territoires »

Un nouveau grand événement organisé en 2022 par la CCIBG est le concours « Talents des Territoires » qui s'adresse spécifiquement aux associations de commerçants et artisans et aux clubs d'entreprises de la Gironde. Ce concours a pour objectif de soutenir et valoriser les groupements professionnels les plus dynamiques au travers d'actions et d'animations originales.

Un appel à manifestation d'intérêt a été lancé pour mobiliser les associations du département. Un jury composé des partenaires de la manifestation sélectionne les dossiers qui concourent dans différentes catégories : « événement et animation », « développement économique », « développement durable », « économie sociale et solidaire » et « innovation et nouvelles pratiques ». Une dotation totale de 30 000 € est partagée entre les 14 associations et clubs lauréats. La remise des prix est réalisée au cours d'une soirée de gala qui est l'occasion de mettre en avant l'action des différents partenaires de la manifestation devant plus de 400 commerçants et artisans.

Le lancement du salon Bordeaux Commerce Innov'

Initié par la CCIBG, le salon Bordeaux Commerce Innov' a vocation à devenir le nouveau rendez-vous régional dédié à l'innovation et à la digitalisation des commerces. Tous les commerces sont confrontés à une réalité de vente et d'expérience client en pleine évolution, avec une concurrence accrue. Adopter des outils innovants n'est plus une option mais un incontournable pour continuer de se développer et capter une nouvelle clientèle. Le champ des innovations est vaste et concerne tous les aspects du métier : merchandising, e-commerce, communication, expérience client, fichier-clientèle, ressources humaines, gestion des livraisons, outils digitaux, moyens de paiement.... Ce salon, situé dans les locaux de la CCIBG, propose aux commerçants de découvrir de nombreuses solutions numériques adaptées à leurs besoins et d'assister à des ateliers regroupant des professionnels du commerce et du numérique.