



FISAC SOL – 2016 ET 2017
PROGRAMME D' ACTIONS - AVENANT 2015

Programme d'actions - avenant décembre 2015

SOMMAIRE PROGRAMME D' ACTIONS 2016 ET 2017 - AVENANT 2015

AXE 1 : Développement des Outils territoriaux	4
1 / Accompagnement des entreprises: Initier une démarche de progrès pour les entreprises commerciales et artisanales– Démarche Performance Commerce Qualité / CAPEA diagnostic.....	5
2 : Chartes de territoire pour le développement de l'économie locale.....	6
3/ Amélioration de la démarche commerciale des entreprises artisanales	7
Axe 2 : Renforcement des actions d'animations transversales ouest Lyonnais	8
4 / Valorisation des dynamiques locales et développement d'une communication commerce et artisanat adaptée	9
5 / L'outil numérique, web et e-commerce pour renforcer le commerce de proximité et l'artisanat local.....	10
6/ Faire évoluer et pérenniser la fédération Cap à l'Ouest	11
AXE GOUVERNANCE.....	12
Action 7 / Animation et suivi de l'opération.	13
Action 8 / Mise en œuvre d'un plan de communication sur l'opération.....	14
Action 9 / Evaluation des actions menées	15

AXE 1 : Développement des Outils territoriaux

1 / Accompagnement des entreprises: Initier une démarche de progrès pour les entreprises commerciales et artisanales – Démarche Performance Commerce Qualité / CAPEA diagnostic

Objectifs

Engager les commerçants et artisans dans une démarche d'amélioration Qualité et développer les performances des chefs d'entreprises du commerce et de l'artisanat.

Mode opératoire

- S'appuyer sur des consultants spécialisés pour que les commerçants participants puissent créer une nouvelle dynamique dans leur commerce et développer ainsi leur Chiffre d'Affaire.
- La démarche passe par une action de sensibilisation auprès des TPE puis par un diagnostic du fonctionnement de l'entreprise, et enfin un audit avec restitution des résultats. Un suivi des préconisations est également prévu.
- Objectifs : 30 entreprises par tranche :
 - 10 «Performance Commerce Qualité» : Outil adapté aux entreprises commerciales et mis en place par les Chambres de Commerce et d'Industrie. L'engagement d'une dizaine de professionnels est nécessaire pour réaliser l'action dans les meilleures conditions.
 - 20 « CAPEA diagnostic » : Acquérir des outils de gestion et de management et mettre en œuvre des actions prioritaires en étant

accompagné. S'inscrire dans une logique de progrès permanent.
Mise en place par les Chambres de Métiers et de l'Artisanat.

Budget

«Performance Commerce Qualité» : 45 000 € par tranche
« CAPEA diagnostic » : 44 300 € par tranche

Participation FISAC à 17,5 % = 15 628 €
Dont « Performance Commerce Qualité » = 7 845 €
Dont « CAPEA diagnostic » = 7 753 €

Partenariat

Maître d'ouvrage : SOL

Maître d'œuvre : Chambre de Commerce, Chambre de Métiers
Partenaires associés : communes, association de commerçants, comité technique et développeur commercial

Évaluation

Nombre de participants, mise en place des changements.

2 : Chartes de territoire pour le développement de l'économie locale

Constat

Dans le cadre de son projet de territoire commun, décliné depuis plusieurs années dans différents documents (SCOT Ouest lyonnais, Document d'Aménagement Commercial ouest Lyonnais...) mais aussi en actions concrètes avec un partenariat Régional (CDDRA), l'Ouest lyonnais souhaite renforcer cette l'identité de son territoire en impliquant les communes, les commerçants artisans du territoire ainsi que les producteurs.

Objectifs

- Accompagner les communes dans la mise en place de documents cadres qui permettent d'assurer visuellement une identité commune, propre au territoire de l'Ouest Lyonnais.
- Construire une réflexion et un cahier des charges commun qui puisse être décliné sur tout le territoire de l'Ouest Lyonnais, tout en préservant les identités propres à chaque commune.
- Trouver un accord écrit, par la rédaction de 'Chartes'. Ce premier cadre serait à décliner sur deux problématiques :
 - Les devantures.
 - L'identité et les savoir faire ouest lyonnais : Mise en place d'une charte de territoire pour valoriser les savoir-faire et proposer une stratégie commune de communication sur l'économie de proximité

Mode opératoire

- diagnostic de l'existant, identification des spécificités du territoire et des points d'accroches communs sur les devantures.

- Restitution.
- Groupes de réflexion.
- Rédaction des chartes.
- Diffusion à l'ensemble des communes.

Par ailleurs, une réflexion issue de la démarche IMPL 2014 (travail dur l'économie de proximité en partenariat avec Aradel et la Région) : Dans le cadre de la mise en place d'une réflexion « panier de biens Ouest Lyonnais ». Ce travail aurait d'ailleurs l'intérêt de mettre autour de la table les acteurs qui font le territoire, qui composent son patrimoine économique et culturel. Il sera intéressant de travailler sur les complémentarités entre ces produits et savoir-faire locaux spécifiques à l'Ouest Lyonnais : la somme des produits qui composent le « panier de biens » a d'avantage de valeur que l'addition des ses mêmes produits isolés.

Partenariat

Maître d'ouvrage : SOL

Maître d'œuvre : Prestataire extérieur

Partenaires associés : communes, association de commerçants, fédération cap à l'ouest, producteurs locaux, Marque Collective

Budget

34 583 €

Participation FISAC à 19,52 % = 6 752 €

Evaluation

Mise en œuvre des chartes et lancement de la communication sur l'identité du territoire (Produits et savoirs faire ouest Lyonnais)

3/ Amélioration de la démarche commerciale des entreprises artisanales

Constat

Face à un environnement de plus en plus concurrentiel, l'amélioration de la démarche commerciale est devenue un enjeu important pour les entreprises artisanales afin de :

- Faire connaître leurs compétences et leurs savoir-faire.
- Développer leurs ventes et prospecter de nouveaux clients.
- Affirmer leur présence sur le marché.

Or les entreprises de petite taille rencontrent souvent des difficultés à affecter du temps, du personnel et de l'argent dans la mise en place et la conduite de leur démarche commerciale.

Objectifs

- Accompagner les entreprises artisanales dans la conduite d'une démarche commerciale.
- Améliorer leur attractivité et leur compétitivité.
- Impliquer les entreprises artisanales dans la mise en place d'actions collectives.
- Proposer une dimension pédagogique sur les techniques de commercialisation de leurs produits ou services.
- Mettre en avant, sous une bannière commune, les savoir-faire des artisans du territoire.

Mode opératoire

- Aider les entreprises du territoire à affirmer leur présence sur le marché et promouvoir leurs produits ou service en les accompagnants sur l'une des manifestations commerciales du territoire : ex salon de l'artisanat.
- Il s'agira d'accompagner des entreprises artisanales du territoire sur un collectif, au sein duquel chaque participant pourra librement exposer et vendre ses produits ou services sur des stands individuels.
- Au-delà de l'accompagnement sur la manifestation, il s'agit de proposer une dimension pédagogique aux entreprises quant à la préparation à une manifestation commerciale, la tenue des stands et la mise en valeur de leur savoir-faire.

Partenariat

Maître d'ouvrage : SOL

Maître d'œuvre : Association de Commerçants, Communautés de communes

Partenaires associés : Communautés de Communes, artisans du territoire, Unions commerciales, associations

Budget

10 000 €

Participation FISAC à 17,5 % = 1 750 €

Evaluation

Nombres d'événement mis en place, nombre de participants à chaque événement.

Axe 2 : Renforcement des actions d'animations transversales ouest Lyonnais

4 / Valorisation des dynamiques locales et développement d'une communication commerce et artisanat adaptée

Objectifs

Faire connaître les actions mises en place par les UCA et la fédération Cap à l'ouest à l'ensemble des acteurs concernés par les actions.

La mise en place d'une stratégie et d'une communication sur l'intérêt des animations commerciales et des initiatives innovantes proposées

Mode opératoire

En fonction des actualités et des besoins, ces différentes opérations de communication peuvent être déployées indépendamment entre elles :

Vers le grand Public : appuis à la communication des Associations qui s'engage dans une démarche d'animation – autres supports à diffuser (sacs, affiches, stickers : Soutenir les opérations collectives en informant sur les animations, opérations commerciales projetées par les associations de commerçants.

Inter-associative : cap à l'ouest – plaquette / support pour trouver des adhérents : Démarchage des entreprises commerciales et artisanales non-adhérentes afin de valoriser les initiatives mises en place par la fédération, inciter les responsables à s'impliquer dans les actions et à adhérer aux UCA locales

Inter commerçants et artisans : lettre interne

Renforcement du partenariat commerçants-artisans / entreprises / salariés du territoire avec les Chèques Cadeaux Cap à l'Ouest : développement du dispositif Chèques Cadeaux Cap à l'ouest et commercialisation – création / impression / mailing / renforcement de la force de vente/ communication des chèques Cadeaux auprès des entreprises locales

Partenariat

Maître d'ouvrage : SOL

Maître d'œuvre : Fédération Cap à l'ouest, associations de Commerçants Artisans

Partenaires associés : Communautés de Communes, artisans du territoire, Unions commerciales, autres associations

Budget

81 256 €

Participation FISAC à 20,51 % = 16 666 €

Evaluation

Quantité et diversité des supports proposés et produits, retours et affluence lors des initiatives qui ont été communiquées et valorisées.

5 / L'outil numérique, web et e-commerce pour renforcer le commerce de proximité et l'artisanat local

Objectif

Trouver facilement et en un clic des produits locaux / des savoir faire du territoire : c'est presque possible...

Les commerçants artisans de l'ouest lyonnais pourront travailler avec Cap à l'Ouest sur la mise en place d'une application numérique pour Smartphones et tablettes et permettre à l'internaute de connaître les offres de produits à proximité : l'idée étant de mettre en place une solution alternative aux géants de la grande distribution en ligne ... mieux connaître les produits qui sont proposés proche de chez soit.

Mode opératoire

- E-commerce / Application adaptée : mise en place d'une solution portées et proposée par la fédération a moindre cout pour les adhérents : L'objectif de cette solution est de géo-localiser le client et de lui proposer, les produits, les savoir faire et les commençants à proximité qui sauront répondre a ses besoins. Par ailleurs un système de réservation et de question/réponses pourrait être développé

- Évolution web - proposition de solution web moderne et adapté pour la fédération afin de faire connaître cette nouvelle solution e commerce pour les petits
- Communication collective et mutualisées sur les média sociaux, renforcement de la communication numérique

Partenariat

Maître d'ouvrage : SOL

Maître d'œuvre : Fédération Cap à l'ouest

Partenaires associés : Associations de commerçants et d'artisans, les commerçants et artisans

Budget

8 500 €

Participation FISAC à 23,34 % = 1 984 €

Evaluation

Quantité et diversité des supports proposés et produits, retours et affluence sur les initiatives communiquées et valorisées.

6/ Faire évoluer et pérenniser la fédération Cap à l'Ouest

Objectif :

Faire évoluer et remettre en cause le fonctionnement de la fédération – (accompagnement vers le changement organisationnel): En prenant exemple sur une association du territoire ouest lyonnais : « la Marque Collective le Lyonnais mont et Coteau » en 2013, Cap à l'ouest serait accompagné dans le cadre d'une étude sur les aspects suivants

Mode opératoire :

- (re) positionner l'association sur le territoire, avec les Commerçants artisans, avec les élus
- (re) penser le fonctionnement et la gestion interne de la fédération : procédure et organisation interne, d'adhésion, lisibilité et efficacité
- Quelle politique d'adhésion et missions de la fédération
- (re) définir une stratégie pour la Promotion et la communication extérieure

Partenariat

Maître d'ouvrage : SOL

Maître d'œuvre : Fédération Cap à l'ouest / Prestataire extérieur

Partenaires associés : Associations de commerçants, commerçants et artisans

Budget

32 346 €

Participation FISAC à 23,33 % = 7 546 €

Evaluation

Quantité et diversité des supports proposés et produits, retours et affluence sur les initiatives communiquées et valorisées.

AXE GOUVERNANCE

Action 7 / Animation et suivi de l'opération.

Objectifs

La réalisation et le suivi de l'Opération FISAC nécessitent un investissement en temps homme important. Il s'agit ici de répondre à ce besoin.

Mode opératoire

Au sein du SOL, cette personne aurait pour missions :

Définition de la stratégie :

- Réalisation ou pilotage du diagnostic territorial.
- Mobilisation, coordination, médiation, animation du réseau des partenaires.
- Organiser la concertation – assurer la gouvernance.
- Accompagner et impulser la définition de la stratégie et des objectifs.
- Accompagner et impulser la construction du programme d'actions et sa faisabilité technique et financière.

Mise en œuvre de la stratégie :

- Coordonner la réalisation et la conduite des actions.
- Assurer la réalisation des objectifs.
- Assurer la bonne gestion et le suivi administratif et financier.
- Evaluer (reporting,...).

Communiquer :

- Rendre lisible les résultats.
- Partager les résultats avec les partenaires.
- Mettre en valeur les porteurs de projets et les partenaires.
- Assurer la communication régulière des résultats.

De manière transversale :

- Impulser les changements.
- Assurer une veille (interne et externe au territoire).
- Apporter une expertise et une analyse du territoire.

- Assurer la promotion et le marketing du territoire auprès des acteurs économiques et du public.

Partenariats

Maître d'ouvrage : SOL/ communautés de commune

Partenaires : Chambres consulaires

Budget

Coût :

75 000 €

Participation FISAC à 14 % = 10 500 €

Evaluation

Moyens : bilan des actions menées sur l'ensemble di FISAC

Action 8 / Mise en œuvre d'un plan de communication sur l'opération

Objectifs

Communiquer sur les actions menées dans le cadre du FISAC. Cette communication est à destination :

- Des Commerçants artisans et des professionnels en général.
- De la population locale.
- Des chambres consulaires.
- Des élus.

Mode opératoire

- Réalisation et édition d'une plaquette d'information sur les opérations menées dans le cadre du FISAC.
- Réunions d'information : lancement des tranches, bilan des tranches terminées...
- Communication dans les bulletins communaux et intercommunaux.

Partenariats

Maître d'ouvrage : SOL

Partenaires : Chambres consulaires et communautés de communes

Budget

Coût :

12 500 €

Participation FISAC à 35 % = 4 375 €

Evaluation

Moyens : niveau de réussite de l'ensemble des opérations menées dans le cadre du FISAC.

Action 9 / Evaluation des actions menées

Objectifs

Quels sont les retombées positives du FISAC sur le tissu marchand du SOL ?

- apporter des éléments d'évaluation à la DIRECCTE sur les actions financées.
- ajuster au mieux les interventions à programmer sur les tranches suivantes, au vu des actions déjà engagées (éventuellement réorientation, avenant...).

Mode opératoire

Intervention d'un prestataire extérieur selon trois phases :

1. Au démarrage : constitution d'un tableau de bord standardisé à partir duquel l'évaluation des interventions seront menées tout au long du FISAC :
2. Il comprendra une base de données (indicateurs) initialisée au lancement du FISAC.
3. En fin de chaque tranche : une mise à jour des indicateurs du tableau de bord, accompagnée d'une note de synthèse (analyse des informations à retirer des évolutions des indicateurs).
4. Au vu des résultats de l'évaluation, le plan d'actions préconisé initialement pour les tranches 2 et 3 sera retravaillé. Le cabinet d'étude devra proposer un nouveau programme d'actions détaillé pour la tranche suivante.
5. En fin de FISAC, la réalisation d'un rapport d'évaluation du FISAC dans son ensemble, de son impact sur le tissu marchand local (composition, activité, image...).

L'intervention pourra s'appuyer en partie sur les éléments d'évaluation identifiés et notés sur chacune des fiches actions.

Ces éléments nécessiteront la mise en place d'enquêtes auprès des professionnels et des ménages.

Les actions seront évaluées individuellement à travers leurs résultats, leurs effets indirects, mais aussi à travers les moyens mises en œuvre et le mode opératoire.

Partenariats

Maître d'ouvrage : SOL

Maître d'œuvre : Cabinet spécialisé

Partenaires : Chambres consulaires, communautés de communes

Budget

Coût : 6 000 €

Participation FISAC à 35 % = 2 100 €

Evaluation

Moyens : adaptation du programme d'actions après chaque tranche et réussite dans leur réalisation.