

Extrait du Registre des délibérations du Conseil communautaire

Séance du 7 octobre 2021

Conseillers communautaires en exercice : 123

Le Conseil de Communauté, régulièrement convoqué, s'est réuni à la Chambre de commerce et d'industrie du Doubs, 46 avenue Villarceau, 25 000 Besançon sous la présidence de Mme Anne VIGNOT, Présidente de Grand Besançon Métropole.

Ordre de passage des rapports : 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59

La séance est ouverte à 18h38 et levée à 21h53.

Etaient présents :

Audeux : Mme Françoise GALLIOU **Avanne-Aveney :** Mme Marie-Jeanne BERNABEU **Besançon :** Mme Elise AEBISCHER, M. Hasni ALEM, Mme Frédérique BAEHR, M. Guillaume BAILLY, Mme Anne BENEDETTO, M. Kévin BERTAGNOLI (à compter de la question n°9), Mme Pascale BILLEREY (à compter de la question n°9), M. Nicolas BODIN, M. François BOUSSO, Mme Nathalie BOUVET, Mme Fabienne BRAUCHLI, Mme Claudine CAULET (à compter de la question 8), Mme Annaïck CHAUVET, Mme Julie CHETTOUH, M. Sébastien COUDRY, M. Philippe CREMER, M. Laurent CROIZIER, M. Benoît CYPRIANI, Mme Karine DENIS-LAMIT, M. Cyril DEVESA, Mme Marie ETEVENARD, M. Ludovic FAGAUT, Mme Lorine GAGLIOLLO, Mme Sadia GHARET, M. Olivier GRIMAITRE, Mme Valérie HALLER, M. Pierre-Charles HENRY, M. Damien HUGUET, M. Jean-Emmanuel LAFARGE (à compter de la question n°16), M. Aurélien LAROPPE, Mme Myriam LEMERCIER, M. Christophe LIME, Mme Agnès MARTIN, Mme Carine MICHEL, Mme Marie-Thérèse MICHEL, Mme Laurence MULOT, M. Yannick POUJET, M. Anthony POULIN, Mme Françoise PRESSE, M. Jean-Hugues ROUX (jusqu'à la question n°1 incluse), Mme Juliette SORLIN, M. Nathan SOURISSEAU, M. Gilles SPICHER, M. André TERZO, Mme Claude VARET, Mme Anne VIGNOT, Mme Christine WERTHE, Mme Marie ZEHAF **Bonnay :** M. Gilles ORY **Boussières :** Mme Hélène ASTRIC-ANSART **Busy :** M. Philippe SIMONIN, **Byans-sur-Doubs :** M. Didier PAINEAU **Chalezeule :** M. Christian MAGNIN-FEYSOT **Champagny :** M. Michel GABRIEL (suppléant) **Champvans-les-Moulins :** M. Florent BAILLY **Chevroz :** M. Franck BERNARD **Cussey-sur-l'ognon :** M. Jean-François MENESTRIER **Deluz :** M. Fabrice TAILLARD **Devecey :** M. Michel JASSEY **Ecole-Valentin :** M. Yves GUYEN **Fontain :** Mme Martine DONEY **François :** Mme Emile BOURGEOIS **Geneuille :** M. Patrick OUDOT **Gennes :** M. Jean SIMONDON **Grandfontaine :** M. Henri BERMOND **La Vèze :** M. Jean-Pierre JANNIN **Les Auxons :** M. Anthony NAPPEZ **Mazerolles-le-Salin :** M. Daniel PARIS **Miserey-Salines :** M. Marcel FELT **Montfaucou :** M. Pierre CONTOZ **Montferrand-le-Château :** Mme Lucie BERNARD (jusqu'à la question n°15 incluse) **Morre :** M. Jean-Michel CAYUELA **Nancray :** Mme Annette GIRARDCLOS (suppléante) **Noironte :** M. Claude MAIRE **Novillars :** M. Bernard LOUIS **Osselle-Routelle :** Mme Anne OLSZAK **Pelousey :** Mme Catherine BARTHELET **Pirey :** M. Patrick AYACHE **Pouilley-Français :** M. Yves MAURICE **Pouilley-les-Vignes :** M. Jean-Marc BOUSSET **Pugey :** M. Frank LAIDIE **Roche-Léz-Beaupré :** M. Jacques KRIEGER **Roset-Fluans :** M. Jacques ADRIANSEN **Saint-Vit :** Mme Anne BIHR, M. Pascal ROUTHIER **Saône :** M. Benoît VUILLEMIN (jusqu'à la question n°7) **Serre-les-Sapins :** M. Gabriel BAULIEU **Thise :** M. Loïc ALLAIN **Thoraise :** M. Jean-Paul MICHAUD **Velesmes-Essarts :** M. Jean-Marc JOUFFROY **Vieilley :** M. Franck RACLOT **Vorges-les-Pins :** Mme Maryse VIPREY

Etaient absents :

Amagney : M. Thomas JAVAUX **Besançon :** M. Kevin BERTAGNOLI (jusqu'à la question n°8 incluse), Mme Pascale BILLEREY (jusqu'à la question n°8 incluse), Mme Claudine CAULET (jusqu'à la question 7 incluse), Mme Aline CHASSAGNE, M. Abdel GHEZALI, M. Jean-Emmanuel LAFARGE (jusqu'à la question n°15 incluse), Mme Marie LAMBERT, M. Jamal-Eddine LOUHKIAR, M. Maxime PIGNARD, Mme Karima ROCHDI, M. Jean-Hugues ROUX (à compter de la question 2), Mme Sylvie WANLIN **Beure :** M. Philippe CHANEY **Braillans :** M. Alain BLESSEMAILLE **Chalèze :** M. René BLAISON **Champoux :** M. Romain VIENET **Châtillon-le-Duc :** Mme Catherine BOTTERON **Chaucenne :** Mme Valérie DRUGE **Chemaudin et Vaux :** M. Gilbert GAVIGNET **Dannemarie-sur-Crête :** Mme Martine LEOTARD **La Chevillotte :** M. Roger BOROWIK **Larnod :** M. Hugues TRUDET **Le Gratteris :** M. Cédric LINDECKER **Mamirolle :** M. Daniel HUOT **Marchaux-Chaufontaine :** M. Patrick CORNE **Merey-Vieilley :** M. Philippe PERNOT **Montferrand-le-Château :** Mme Lucie BERNARD (à compter de la question n°16) **Palise :** M. Daniel GAUTHEROT **Rancenay :** Mme Nadine DUSSAUCY **Saône :** M. Benoît VUILLEMIN (à compter de la question 7) **Tallenay :** M. Ludovic BARBAROSSA **Torpes :** M. Denis JACQUIN **Vaire :** Mme Valérie MAILLARD **Venise :** M. Jean-Claude CONTINI **Villars-Saint-Georges :** M. Damien LEGAIN

Secrétaire de séance : Mme Françoise PRESSE

Procurations de vote :

M. Kévin BERTAGNOLI à Mme Elise AEBISCHER (jusqu'à la question n°8 incluse), Mme Pascale BILLEREY à M. Olivier GRIMAITRE (jusqu'à la question n°8 incluse), Mme Claudine CAULET à Mme Marie ETEVENARD (jusqu'à la question 7 incluse), Mme Aline CHASSAGNE à M. André TERZO, M. Abdel GHEZALI à M. Nicolas BODIN, M. Jean-Emmanuel LAFARGE à M. Nathan SOURISSEAU (jusqu'à la question n°15 incluse), Mme Marie LAMBERT à Mme Karine DENIS-LAMIT, M. Jamal-Eddine LOUHKIAR à M. Ludovic FAGAUT, M. Maxime PIGNARD à Mme Christine WERTHE, Mme Karima ROCHDI à Mme Agnès MARTIN, M. Jean-Hugues ROUX à Mme Juliette SORLIN (à partir de la question n°2), Mme Sylvie WANLIN à Mme Carine MICHEL, M. Alain BLESSEMAILLE à M. Jacques KRIEGER, M. Romain VIENET à M. Christian MAGNIN-FEYSOT, Mme Catherine BOTTERON à M. Marcel FELT, M. Gilbert GAVIGNET à Mme Marie ZEHAF, M. Daniel HUOT à M. Pierre CONTOZ, M. Patrick CORNE à M. Fabrice TAILLARD, Mme Nadine DUSSAUCY à Mme Hélène ASTRIC-ANSART, M. Benoît VUILLEMIN à M. Laurent CROIZIER (à compter de la question n°7), M. Ludovic BARBAROSSA à M. Yves GUYEN, Mme Valérie MAILLARD à M. Loïc ALLAIN

Délibération n°2021/005798

Rapport n°22 - Opération nationale « Revitalisation et animation des commerces » - Encassement du solde d'une subvention

Opération nationale « Revitalisation et animation des commerces » - Encaissement du solde d'une subvention

Rapporteur : M. Nicolas BODIN, Vice-Président

Commission : Innovation, attractivité, enseignement supérieur, économie, tourisme et numérique

Inscription budgétaire	
BP 2021 et PPIF 2021-2025 « Commerce » Recette de fonctionnement	Montant du budget 2021: 4 000 € Montant de l'opération : 27 248,90 €

Résumé :

Le présent rapport a pour objet de présenter le bilan de l'opération nationale « Redynamisation et animation des commerces » portée par la ville de Besançon et dont Grand Besançon Métropole est partenaire. L'Etat ayant fait part de son retour sur le solde de la subvention à verser, Grand Besançon Métropole, maître d'ouvrage de plusieurs actions du programme, doit encaisser le solde de la subvention.

I. Rappel du contexte

La ville de Besançon a déposé le 29 mars 2019, une demande de soutien au titre de l'opération nationale « Redynamisation et animation des commerces ».

L'Etat a notifié sa décision d'attribution d'une subvention de 212 6224 € (décision 19-0011 du 16 mai 2019)

Le Conseil Municipal du 14 novembre 2019 a autorisé le Maire en exercice à signer les conventions relatives à l'opération nationale « Redynamisation et animation des commerces » à conclure respectivement avec l'Etat, la Ville de Besançon (VB), Grand Besançon Métropole (GBM), l'Union des Commerçants de Besançon (UCB), l'Office de Commerce et de l'Artisanat (OCAB), et la Chambre de Commerce et d'Industrie du Doubs (CCI), cette dernière ayant été modifiée par avenant lors de sa séance du 23 janvier 2020, ainsi que les conventions particulières entre la Ville de Besançon, maître d'ouvrage, et les différents maîtres d'œuvre du programme d'actions.

La subvention globale du Plan d'urgence, notifiée par l'Etat le 16 mai 2019, s'élevait à :
- 212 624 € en fonctionnement dont 50 % ont été versés soit 106 312 €

Les actions ont été mises en œuvre à compter du 1^{er} avril 2019 pour compenser au plus vite les impacts des mouvements sociaux qui ont eu lieu au centre-ville de Besançon.

Une synthèse du bilan technique et financier est proposée en annexe.

Les actions suivantes ont été réalisées par les maîtres d'œuvre indiqués:

- Plan de communication renforcé pour les manifestations et animations commerciales (UCB/OCAB)
- J'aime mon commerce (CCI)
- Plan d'animations commerciales renforcé-Extension des samedis piétons (OCAB)
- Mise en place d'un village Food Truck place de la Révolution (Ville de Besançon)
- Communication pour l'installation de la boutique connectée (CCI)
- Offre accessibilité aux commerces (GBM)
- Actions complémentaires de communication en direction des territoires voisins de Besançon (CCI)
- Création d'un espace de services numériques pour promouvoir le commerce de proximité local(GBM)
- Mise en place d'un numéro vert (Ville de Besançon)

II. Bilan de l'opération

Le tableau ci-après indique de manière synthétique le bilan financier tel qu'il a été présenté par la Ville de Besançon, et en colonne « subvention réelle », les montants de subvention finalement octroyés, au vu des dépenses réalisées et justifiées.

Il en ressort une subvention révisée passant de 212 624 € (décision initiale) à 150 874, 75 €, dont 106 312 € ont déjà été versés.

Le reliquat de la subvention restant à percevoir est de 44 562,75 €.

Action	Objet	Maitre d'œuvre	Dépenses subventionnables	Dépenses réalisées	Subvention accordée	Subvention réelle	Subvention réglée par l'Etat (soit 50%)
1A	Plan de communication animations commerciales	OCAB UCB	120 000	113 178,21	45 000	42 441,83	22 250
1B	J'aime mon commerce	CCI	10 780	10 229	8 624	8 183,20	4 312
2A	Extension de l'opération « samedis piétons »	OCAB	20 000	20 000	16 000	16 000	8 000
2B	Création d'un espace Food Truck	Ville de Besançon	10 000	10 000	6 000	6 000	3 000
2C	Communication sur la boutique connectée	CCI	10 000	9 638,32	2 000	1 927,67	1 000
3A	Offre d'accessibilité aux commerces	GBM	175 000	148 663	52 500	44 498,90	26 250
3Abis	Plan de communication renforcé	CCI	175 000	12 772,56	52 500	3 831,77	26 250
3B	Création d'espace numérique	GBM	30 000	30 000	18 000	18 000	9 000
4A	Mise en place d'un numéro vert	GBM	11 000	8 489,23	8 800	6 791,38	4 400
4B	Digitalisation des commerces de centre-ville	Ville de Besançon	4 000	4 000	3 200	3 200	1 600
		TOTAL	565 780	366 970,32	212 624	150 874,75	106 312

PAIEMENT SOLDE	SUBVENTION REELLE PRORATA DEPENSES REELLES	AU DES	Versement d'une avance par l'Etat	SOLDE
FONCTIONNEMENT	150 874,75		106 312	44 562,75

Le bilan fait apparaitre un solde à percevoir pour la Ville de Besançon, maitre d'ouvrage, de 44 562,75€.

La convention partenariale signée entre la ville de Besançon et Grand Besançon Métropole (20/12/2019) prévoit dans son article 3 « Modalités de paiement », un reversement du solde après service fait, présentations des justificatifs et retour de l'Etat.

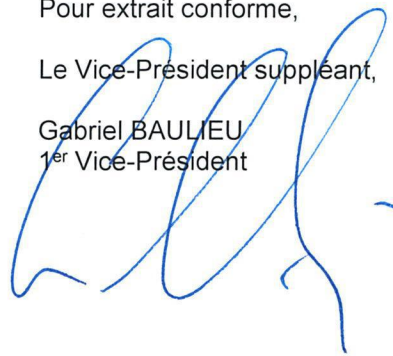
Au vu de la décision de l'Etat du 22 avril 2021, il convient que la ville de Besançon reverse à GBM la somme de 27 248,90 €, déduction faite des sommes dues aux autres partenaires.

A l'unanimité, le Conseil de Communauté se prononce favorablement sur la perception d'une subvention de 27 248,90 € versée par la Ville de Besançon.

Pour extrait conforme,

Le Vice-Président suppléant,

Gabriel BAULIEU
1^{er} Vice-Président



Rapport adopté à l'unanimité :

Pour : 109

Contre : 0

Abstention* : 0

Conseillers intéressés : 0

*Le sens du vote des élus ne prenant pas part au vote est considéré comme une abstention.

BILAN DE L'OPERATION NATIONALE
ANIMATION ET REDYNAMISATION DES COMMERCES

COMPTE RENDU
TECHNIQUE ET FINANCIER



Le plan d'urgence « Animations et revitalisation des commerces » a fait l'objet d'une demande de soutien de la part de la Ville de Besançon, maître d'ouvrage.

La mise en place du plan d'urgence est intervenue afin de soutenir le commerce de centre-ville face au mouvement des « gilets jaunes », qui a pu impacter fortement la fréquentation du centre-ville de Besançon.

Le conseil municipal du 19 septembre a autorisé la signature par la Ville de Besançon de la convention-cadre et les conventions partenariales en application du « Plan d'urgence centre-ville » avec ses partenaires, Grand Besançon Métropole, la CCI du Doubs, l'Office du Commerce et de l'Artisanat, l'Union des Commerçants de Besançon.

L'appui de l'Etat pour mettre en place ce plan dans son ensemble a été notifié le 16 mai 2019 à hauteur de 212 624 euros. (Décision n°19-0011 du 16 mai 2019)

Après signature de la convention-cadre, 50 % de la subvention (soit 106 312 €) a été versée, le versement du reliquat intervenant sur présentation du bilan et justificatifs des 10 actions réalisées en fonctionnement, objet du présent document.

Il est rappelé le contexte très contraignant de la crise sanitaire et du 1^{er} confinement intervenu dès le 17 mars 2020, qui a empêché la réalisation des actions de communication dans l'envergure souhaitée, alors que la convention courrait toujours.

Il a été donc proposé de retenir les actions engagées au-delà du 19 mai 2020 (date de fin de validité de la convention) et tenir compte de ce contexte, les actions de communication ayant été réduites dans l'objectif d'éviter tout impact sur les déplacements des bisontins et grand bisontins.

ACTION 1 : PLAN DE COMMUNICATION (UCB /OCAB)

Action 1-a : renforcement du plan de communication sur les manifestations et animations commerciales des prochains mois en centre-ville

Promotion renforcée des samedis piétons sur le secteur suisse et frontalier, du salon livre dans la boucle, des instants gourmands, animations de Noël, des actions de l'Union des Commerçants (braderies)

Promotion des nouveaux services clients associés

Plan de communication sur les animations de l'Union des Commerçants de Besançon

▪ **Bilan technique**

Renforcement et élargissement du plan de communication des braderies été et automne 2019 (Pays de Montbéliard et Belfort, Haut Doubs et Haute Saône) sur des supports de communication habituels (Est Républicain, Macommune.info)

Utilisation de nouveaux supports médias pour l'occasion (radio France Bleu Besançon)

Plan de communication renforcé grâce à ce plan d'urgence :

- Spots France Bleu Besançon
- Changement d'Une du TV Magazine éditions Besançon/Haut Doubs et Haute Saône (soit environ 100 000 exemplaires)
- Pages intérieures Est Républicain Belfort et Montbéliard

En sus de la communication habituelle : Decaux ville, Macommune.info, flyers, affiches, réseaux sociaux... Gain de 1500 « j'aime » sur l'ensemble de la communication sur réseaux sociaux.

▪ **Effets de cette action sur les entreprises :**

Hausse de la fréquentation notoire lors de la braderie d'automne, augmentation de la notoriété grâce à l'action radio France Bleu Besançon.

Chiffre d'affaires 2019 supérieur à 2018 pour une grande majorité des exposants.

Indicateurs

Notoriété du dispositif auprès des professionnels

80% des commerçants exposants notent un chiffre d'affaires 2019 en hausse par rapport à 2018 (entre +20% et 60% pour certains). Hausse de la fréquentation significative dans les rues le samedi après-midi, essentiellement à l'occasion de la braderie d'automne.

Niveau de satisfaction des professionnels

Après réalisation du CSAT (Customer Satisfaction Score) et de la question « Globalement êtes-vous satisfait de la braderie d'été » et question identique pour la braderie d'automne auprès des commerçants pour mesurer le taux de satisfaction des braderies 2019, il en ressort que 67% des sondés sont satisfaits de la braderie d'été et 78% de la braderie d'automne.

Plan de communication sur les animations de l'Office de Commerce et de l'Artisanat de Besançon

▪ Bilan technique

L'action de renforcement de la communication a pris toute sa signification à l'occasion du programme de Noël, FANTASTIQUE DECEMBRE à BESANCON. Grâce au budget communication constitué, un visuel de grande qualité a pu être réalisé avec en corollaire un programme qui a repris non seulement les animations du programme lui-même (Marché de Noël, Grande Roue, Forêt des Merveilles) mais également toutes les animations de fin d'année réalisées sur le Grand Besançon. Ce programme diffusé à 15000 exemplaires a été appuyé par des campagnes d'affichages (Pontarlier, Morteau, Vesoul...), des panneaux digitaux et de la presse. Une communication très dense sur les réseaux sociaux a également permis de présenter le programme sur des zones ciblées (Dijon et la Bourgogne, la Suisse francophone...). Au total ce sont plus de 30 000€ HT qui ont été engagés pour augmenter l'attractivité du territoire pour cette fin d'année.

▪ Effets de cette action sur les entreprises :

Les efforts consentis en matière de communication et la densité du programme ont eu pour résultat une fréquentation en hausse du cœur de Ville notamment, condition indispensable à une campagne commerciale de fin d'année réussie. L'articulation du programme autour de deux pôles majeurs, place de la Révolution et promenade Granvelle a eu pour conséquence une excellente fréquentation des rues du centre-ville potentiellement porteuse d'une activité commerciale soutenue.

▪ Financement

Base subventionnable	Fisac retenu	%	Subvention versée par l'Etat (50%)	Montant factures jointes
120 000	45 000	37.5	22 250	113 178

Indicateurs

Notoriété du dispositif auprès des professionnels

Niveau de satisfaction des professionnels

Action 1-b : Communication « J'aime mon commerce bisontin » (CCI)

▪ Présentation de l'action

La campagne de communication « J'aime mon commerce » a été initiée par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris. Elle a été reprise et adaptée par la Chambre de Commerce et d'Industrie du Doubs et soutenue par l'Etat, Grand Besançon Métropole dans le cadre du Plan national de revitalisation et d'animation des commerces et la Banque Populaire Bourgogne-Franche-Comté. La campagne de communication « J'aime mon commerce bisontin » avait vocation à valoriser les commerçants et sensibiliser les bisontins à consommer localement.

Mise en place du 18 novembre au 1^{er} décembre 2019, la campagne avait pour objectif de mobiliser et sensibiliser les bisontins, les grand bisontins et les acteurs économiques à l'importance du commerce local dans l'équilibre et la dynamique d'une ville et d'inciter les consommateurs à se déplacer en boutique pour leurs achats.

Supports de communication : affichage 4/3 et 2m2, arrières de bus, affiches A4 et A3, flyers, stickers, stylos, totebags, encart presse, réseaux sociaux.

▪ Bilan technique

Les outils de communication :



Affichage :

- 5 écrans Oxialive (spot vidéo) sur 2 semaines (du 18 novembre au 1^{er} décembre 2019) Centre commercial Chateaufarine, rue de Vesoul, boulevard Kennedy.
- 6 écrans Médiatik Led (spot vidéo) sur 2 semaines (du 18 novembre au 1^{er} décembre 2019) Boulevard Kennedy, rue de Dole, rue de Belfort, Valentin entrant et sortant, Chateaufarine.

Arrières de bus : 1 semaine (du 19 novembre au 26 novembre 2019, réseau de 47 faces)

82% des bisontins couverts en 1 semaine, taux de répétition 10,9

Affiches A4 et A3, flyers, stylos et stickers : distribués aux commerçants

Totebags : 3000 sacs shopping avec marquage 1 face « J'aime mon commerce bisontin »

Sacs distribués aux commerçants et aux consommateurs notamment à Noël

Réseaux sociaux : campagne d'une durée de 1 mois – 5 messages – Messages visualisés 131 745 fois.

Encart presse Est Républicain : page intérieure Est Républicain – Parution le 25 novembre 2019

- **Effets de cette action sur les entreprises :**

Les effets attendus de cette campagne étaient le développement des ventes dans les commerces de Besançon/Grand Besançon aussi bien dans les zones commerciales qu'au centre-ville.

Difficulté à mesurer les effets directs de la campagne de communication sur les entreprises.

- **Financement**

Base subventionnable	Fisac retenu	%	Subvention versée par l'Etat (50%)	Montant factures jointes
10 780	8 624	80	4 312	10229

Indicateurs

Notoriété du dispositif auprès des professionnels

La campagne de communication a été mise en place sur Besançon et le Grand Besançon. La participation des associations de commerçants et des commerçants membres de la commission « Attractivité Stationnement Accessibilité = **ASA** » de la CCI a contribué à faire connaître la campagne de communication. Les commerçants volontaires et/ou leurs associations ont effectué une distribution des supports de communication et une explication de la démarche au cas par cas. La distribution des sacs a été réalisée également aux consommateurs lors des fêtes de Noël 2019, à la boutique de services en Centre-Ville (chalet de Noël)

La large couverture de la campagne d'affichage (centre-ville, bus, grands axes (affichage 4/3) et la publicité sur Facebook ont permis de sensibiliser les bisontins et grands bisontins à travers une stratégie multi-canal. Sur Facebook, la campagne a été visualisée 131 745 fois et a généré 161 clics sur les publications.

Niveau de satisfaction des professionnels

Les professionnels qui ont contribué aux choix et à la mise en place de cette campagne dans le cadre de la commission ASA ont accueilli très positivement la campagne. Ils ont participé à la distribution des sacs notamment auprès des commerçants et ont présenté la campagne. Leur investissement a démontré une parfaite adhésion à la campagne. Les retours commerçants lors de la distribution et présentation de la campagne ont été nombreux et positifs. Les commerçants se sont approprié la campagne en apposant dans leur magasin ou sur leur vitrine et leurs réseaux sociaux, le visuel de la campagne.

ACTION 2 : PLAN D'ANIMATIONS COMMERCIALES RENFORCE (OCAB)

Action 2-a : extension des animations samedis piétons commerciale mensuelle mise en place en 2014 ayant pour but de faire découvrir la diversité commerciale

▪ **Présentation de l'action**

“**Les samedis piétons**” d'un budget annuel de 110 000 euros est une opération du centre-ville de Besançon. Sur la base d'une adhésion, les commerçants participants s'engagent à accepter les chèques cadeaux distribués lors de ces journées par l'office du commerce sur la base d'une grille échelonnée de référence. La communication se fait via divers supports (bus, presse papier, réseaux sociaux, panneaux lumineux). Nous souhaitons étendre et intensifier significativement cette communication dans un rayon de 100 à 200 km, principalement vers la zone frontalière Suisse voir sur le territoire Suisse.

▪ **Bilan technique**

Les Samedis Piétons sont une opération de longue haleine visant à ramener les consommateurs qui l'avaient délaissé au moment des travaux du tram à reprendre des habitudes de consommation au centre-ville. Le principe est simple : les consommateurs sont invité à privilégier les commerçants partenaires de l'opération lors de leurs achats du jour et rejoignent, leurs achats terminés le point Samedi Piéton, place du 8 septembre. En fonction du cumul de leurs achats calculé à partir des preuves d'achat présentés, les consommateurs reçoivent une récompense en chèques cadeau de 10 à 50€ valables chez les commerçants partenaires. La progression de l'opération est très nette. Elle se mesure par le nombre de commerçants partenaires (79 en 2017, 89 en 2019 et plus de 100 en 2020), par le nombre de consommateurs reçus à l'espace Samedi Piéton (1989 en 2017, plus de 3000 en 2019) mais surtout par le chiffre de chèques cadeaux distribués aux consommateurs (3472 chèques de 10€ en 2017, 6102 en 2018 mais pour 8 samedis Piétons et 5689 en 2019 pour 6 samedis piétons seulement). Ces chèques cadeaux représentent des sommes qui ont été nécessairement dépensés chez les commerçants partenaires par la suite. La communication d'abord intense sur Besançon puis le Grand Besançon au fur et à mesure des années a pris une dimension supplémentaire en 2019 avec le recours systématique à la Une du TV MAG de l'Est Républicain édition toute Franche Comté. Le commerce du centre-ville de Besançon est ainsi valorisé désormais sur toute la région.

▪ **Effets de cette action sur les entreprises :**

Le Samedi Piéton est désormais attendu très ardemment par les commerçants partenaires qui mesurent aujourd'hui l'impact de l'opération sur la fréquentation commerciale. Les Galeries Lafayette pour ne citer qu'eux, confirment que les Samedis Piétons permettent au magasin de se trouver en indice au top des magasins du Grand Est lors de chaque édition.

▪ **financement**

Base subventionnable	Fisac retenu	%	Subvention versée par l'Etat (50%)	Montant factures jointes
20 000	16 000	80	8 000	20811

Action 2-b : Mise en place d'un Village de Food trucks tous les jeudis soirs place de la Révolution. (Ville de Besançon)

▪ **Présentation de l'action**

Cette animation a pour but de rassembler des "foods trucks" autour de mobilier mis à disposition par la collectivité permettant le jeudi soir de 17h à 21h aux clients de consommer sur place et, par exemple, de profiter du complexe de cinéma situé à proximité.

▪ **Bilan technique**

La place de la Révolution a accueilli 10 stands de « cuisine de rue » entre le 27 juin et le 3 octobre 2019.

Une offre de restauration rapide à consommer sur place ou à emporter était proposée tous les jeudis soir entre 17h et 21h, elle a rencontré un très fort succès pour la clientèle de centre-ville ou touristique (vente sur place) et les personnes de passage avec de la vente à emporter

▪ **Effets de cette action sur les entreprises :**

Cette action a eu un effet bénéfique autant pour les commerçants des stands que de la place voire du centre-ville.

Les stands étaient tenus par des restaurateurs ambulants installés ou en voie de création d'activité, des commerçants du marché beaux-arts ou du secteur (rue Gustave Courbet)

Cette action a permis de pérenniser leur activité pour certains, ou donné de la visibilité pour d'autres.

Le chiffre d'affaires dégagé même s'il n'est pas communiqué, semble avoir donné de grandes satisfactions aux commerçants engagés dans cette action.

▪ **Financement**

Base subventionnable	Fisac retenu	%	Subvention versée par l'Etat (50%)	Montant factures jointes
10 000	6 000	60	3 000	13350

Indicateurs

Nombre d'entreprises bénéficiaires : 10 directement, plus effet ressenti sur celles de la place et du centre-ville

Niveau de satisfaction des professionnels : très haut

Action 2-C : communication pour l'installation de la Boutique connectée (CCI)

▪ Présentation de l'action

La CCI du Doubs et ses partenaires ont a proposé une boutique ambulante mettant en valeur les nouvelles technologies aux services des commerçants et des clients. La tournée nationale d'un certain nombre de villes françaises a donc fait halte à Besançon du 14 au 16 octobre 2019.

▪ Bilan technique

▪ @ BILAN QUANTITATIF :

Bilan de fréquentation : 248 visiteurs dont 50 entreprises du commerce

Vous êtes ?

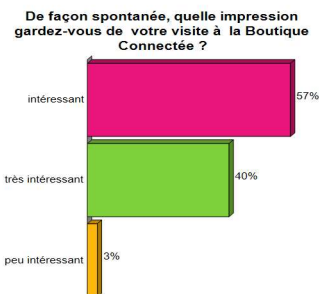
Taux de réponse : **100,0%**

	Nb
Elève/ Etudiant	102
Particulier	53
Entreprise	50
Elu d'une collectivité /d'une association/ d'une organisation professionnelle	17
Technicien / agent de développement	13
Autre	10
Partenaire de l'événement	3
Total	248

Impression générale et implantation

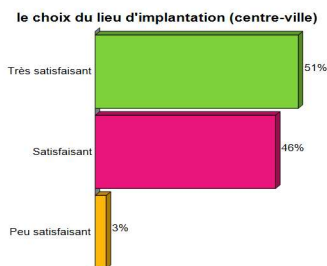
De façon spontanée, quelle impression gardez-vous de votre visite à la Boutique Connectée ?

	Nb	% cit.
intéressant	20	57%
très intéressant	14	40%
peu intéressant	1	3%
pas intéressant	0	0%
Total	35	100%



le choix du lieu d'implantation (centre-ville)

	Nb	% cit.
Très satisfaisant	18	51%
Satisfaisant	16	46%
Peu satisfaisant	1	3%
Pas satisfaisant	0	0%
Total	35	100%



Direction Entrepreneuriat et Développement des Entreprises

▪ **Effets de cette action sur les entreprises :**

- 77% des entreprises visiteuses affirment avoir découvert des solutions utiles à leur métier
- Une dizaine d'entreprises ont déclaré vouloir bénéficier d'un accompagnement numérique.

▪ **Financement**

Base subventionnable	Fisac retenu	%	Subvention versée par l'Etat (50%)	Montant factures jointes
10 000	2 000	20	1 000	9638

Indicateurs

Notoriété du dispositif auprès des professionnels :

Action « visible » en plein cœur du Centre-Ville

Prestation réalisée avec La Poste pour une remise commentée de l'invitation aux commerçants par le facteur (1.000 commerçants ciblés)

Publicités et articles presse dans l'Est Républicain (journal et site internet), MaCommune.info, La Presse Bisontine, BVV, Mégaciné, sur Facebook, relais par les associations de commerçants.

Niveau de satisfaction des professionnels :

97% des personnes interrogées ont trouvé le dispositif « intéressant » ou « très intéressant » et le choix du lieu d'implantation (le centre-ville) « satisfaisant » ou « très satisfaisant »

un événement



En partenariat avec :



La Chambre de Commerce et d'Industrie du Doubs a le plaisir de vous convier à :

L'inauguration de la Boutique Connectée

LUN. 14 OCT. 2019 | 12H > 13H30

Place de la Révolution à Besançon

INVITATION



Un événement connecté pour développer le commerce !

Plus d'informations sur boutiqueconnectee.doubs.cci.fr

Réalité augmentée
Image holographique
Marketing olfactif
Assistants vocaux
Étiquettes intelligentes
et bien d'autres solutions...



La Boutique Connectée :

des solutions digitales pour développer les commerces

La CCI du Doubs lance la Boutique Connectée, un « pop-up store » de 36 m² dans lequel vous pourrez découvrir et tester **30 solutions digitales**.

L'objectif ?

Vous présenter les possibilités de développement pour les commerces, à travers une panoplie d'innovations ludiques et connectées, découvrir leurs usages et leur utilisation concrète en magasin.

La Boutique Connectée s'installe à **Besançon**, Place de la Révolution :

- Lun. 14 Oct. | 10h > 19h
- Mar. 15 Oct. | 10h > 20h
- Mer. 16 Oct. | 10h > 19h

Merci de vous inscrire via le coupon-réponse à retourner avant le 7 octobre 2019 ou via notre formulaire en ligne : <http://swll.to/Boutique2019>



REGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE



Ville de
Besançon



Please

Action 3a –Offre accessibilité aux commerces (VB /GBM)

▪ Présentation de l'action

Pour favoriser le stationnement permettant l'accès aux commerces du cœur de ville suite aux perturbations causées par le mouvement des Gilets Jaunes, la Ville des Besançon a souhaité mettre en place une opération à 1 euro le samedi de 14h à 19h sur tous les parkings en ouvrage de la ville.

▪ Bilan technique

Entre mai 2019 et mars 2020, la Ville de Besançon a organisé 8 éditions des « samedis piétons » manifestation commerciale ayant pour objectif de faire venir les chalands au centre-ville avec une offre de chèque cadeau (les « Bezakdo ») valorisant les achats faits au centre-ville auprès des commerçants partenaires.

L'offre d'accessibilité avec le parking à 1 € de 14h à 19h vient accompagner cette opération de promotion du centre-ville.

Pour calculer la perte de recette liée à la mise en œuvre de cette action, on peut faire la comparaison de recettes des samedis piétons de 2019 par rapport à 2018, on obtient 111 503€ de pertes pour 2019 soit une moyenne de 3 716€/samedi.

En extrapolant à 2020 avec 10 samedis supplémentaires (samedis piétons et braderies) on obtient une perte prévisionnelle de 148 663€ sur les deux années.

A noter que le stationnement a été gratuit sur Besançon du 16 mars au 1^{er} juin en période de confinement.

▪ Effets de cette action sur les entreprises :

Cette action a permis d'identifier le périmètre du centre-ville comme un espace où l'accès est facilité, les parkings Chamars, Petit Chamars, Pasteur, Mairie, Beaux-Arts, Cusenier, Rivotte, Saint-Paul, Arènes et Glacis offrent une capacité de stationnement de proximité adaptée à la clientèle du centre-ville. L'offre à 1€ entre 14h et 19h a drainé une clientèle importante pour le commerce de centre-ville.

▪ Financement

Base subventionnable	Fisac retenu	%	Subvention versée par l'Etat (50%)	Montant factures jointes
175 000	52 500	30	27 500	148663

Action 3a bis - Actions complémentaires de communication en direction des territoires voisins de Besançon (CCI)

Présentation de l'action

Campagne de communication « Ensemble, soutenons nos commerçants »

CCI France a lancé le 14 mai dernier une campagne de communication visant à soutenir les commerçants, très impactés par la crise sanitaire. L'objectif de cette campagne était de faire prendre conscience aux Français qu'ils ont le pouvoir d'agir, à leur échelle, pour relancer l'activité des commerces et l'économie française.

Dans le cadre de la commission ASA, la CCI du Doubs a réuni un groupe de commerçants pour connaître leurs besoins et leur faire part de la proposition de reprendre cette campagne de communication et de la décliner sur Besançon et le Grand Besançon.

Avant la période de confinement, il avait été question de poursuivre et confirmer la campagne « J'aime mon commerce bisontin » mais la crise sanitaire a fait émerger des besoins plus urgents. La campagne « Ensemble, soutenons nos commerçants » a été jugée plus appropriée pour répondre à la situation actuelle et aux difficultés rencontrées par les commerçants.

Le message « Ensemble, soutenons nos commerçants » est un message à valeur d'engagement réaffirmant la nécessité d'un élan commun de soutien des commerces en cette période cruciale de déconfinement. Un état d'esprit qui s'adresse au plus grand nombre : consommateurs, commerçants, CCI, collectivités, médias.

Il a donc été décidé, en concertation avec la commission ASA, de communiquer via plusieurs canaux : affichage, réseaux sociaux, cinémas, et totebag sur une durée de 6 mois (juin-juillet et octobre-novembre) et en alternance avec la campagne de Grand Besançon Métropole.

Bilan technique

Outils de communication :

- Réseau d'affichage JC Decaux 71 faces – Du 24 au 30 juin
- Panneaux Led Médiatik Led – 6 panneaux – Du 13 au 31 juillet 2020 et campagne à venir pour les mois d'octobre et novembre (les dates sont à définir)
- Spots de 12 secondes dans le cinéma de Valentin (de septembre à décembre 2020)
- Publications sponsorisées Facebook
- Totebag (pour la rentrée 2020)



Effets de cette action sur les entreprises :

Les effets attendus de cette campagne sont le développement des ventes dans les commerces de Besançon/Grand Besançon dans le cadre de la relance économique post-Covid19, aussi bien dans les zones commerciales qu'au centre-ville.

▪ **Financement**

Base subventionnable	Fisac retenu	%	Subvention versée par l'Etat (50%)	Montant factures jointes
175 000	52 500	30	27 500	12 772

Indicateurs

Notoriété du dispositif auprès des professionnels

La campagne de communication a été mise en place sur Besançon et le Grand Besançon. La large couverture de la campagne d'affichage (6 panneaux 4/3 et 71 panneaux de 2m2) et la publicité sur Facebook ont permis de sensibiliser les bisontins et grands bisontins du centre-ville et de la périphérie.

Sur Facebook, la campagne a généré plus de 28 000 impressions et a été visualisée par 11 000 personnes à la date du 22 juin 2020.

Niveau de satisfaction des professionnels

Les professionnels ont contribué aux choix et à la mise en place de cette campagne dans le cadre de la commission ASA.

Il est prévu la réalisation de totebag à distribuer aux commerçants et aux consommateurs afin de les sensibiliser à consommer local (opération rentrée 2020).

Action 3B – Création d'un espace de services numériques pour promouvoir le commerce de proximité local (GBM)

▪ **Présentation de l'action**

Le double objectif est de proposer des services aux clients afin de faciliter la découverte de la ville et de ses commerces et de rendre plus lisibles et plus attractives les offres du cœur de ville pour accompagner les animations de fin d'année 2019.

▪ **Bilan technique**

Un espace de services a été mis en place, devant l'hôtel de ville du 24 novembre au 24 décembre 2019.

Les services proposés : prêt de caddies, de parapluies, consignes pour les achats effectués en centre-ville, information sur les commerces du centre-ville, ambassadeurs (lutins) pour accompagner les clients du centre-ville dans leur « parcours client », et primo-accueil touristique.

▪ **Effets de cette action sur les entreprises :**

Cette offre de services a permis de donner une visibilité sur l'offre commerciale du centre-ville et de proposer une « conciergerie » de centre-ville qui a pu répondre à un besoin identifié par ailleurs (étude AID 2017).

▪ **financement**

Base subventionnable	Fisac retenu	%	Subvention versée par l'Etat (50%)	Montant factures jointes
30 000	18 000	60	9 000	30033

Action 4A – Mise en place d'un numéro vert (VB)

- **Présentation de l'action**

Un **numéro vert** est mis en place de façon à répondre aux questions des commerçants et les aiguiller vers le service ad hoc. Il est proposé la création d'un emploi 0,5 équivalent temps complet pris en charge pour partie par la collectivité

- **Bilan technique**

L'ensemble des appels ont été reçus et traités, au sujet du stationnement, des dispositifs de gratuité pendant les manifestations de cœur de ville, et des demandes d'informations concernant le contexte social plus globalement.

- **Effets de cette action sur les entreprises :**

Cette ligne a permis de rassurer les commerçants et d'assurer une présence bienveillante et réactive.

- **financement**

Base subventionnable	Fisac retenu	%	Subvention versée par l'Etat (50%)	Montant factures jointes
11 000	8 800	80	4 400	8489

Action 4b – Digitalisation des commerces de la Ville de Besançon (OCAB)

▪ Présentation de l'action

L'objectif est favoriser les ventes multicanales.

Cette aide peut se matérialiser sous différentes formes via une association de commerçants, libre ensuite aux commerçants de profiter d'une offre promotionnelle sur une plateforme de vente en ligne.

▪ Bilan technique

Depuis début 2020 et plus particulièrement lors de la période de confinement, l'implantation de la solution « Teekers » s'est accélérée. A la fois auprès des professionnels qui ont trouvé là la possibilité de maintenir, voire développer le lien avec les consommateurs, et de donner une véritable dimension multicanal à leur activité.

Les actions engagées (participation à la cellule de veille, communication active...) les initiatives prises (gratuité d'accès durant 6 mois, bons d'achats Boner's, opération Samedi Maison, service Driver's, livraison gratuite J+1..) ont mis en évidence, dans un contexte certes particulier, l'impérieuse obligation d'accompagner commerçants, artisans et prestataires de service dans leur mutation digitale.

▪ Effets de cette action sur les entreprises :

- Auprès des professionnels

Nombre de commerçants engagés : 45 en début d'année, 95 fin juin

Nombre d'offres présentées sur Teekers émanant de commerçants et artisans de Besançon : 2300 début d'année, 5000 fin juin, 10000 fin d'année

Nombre de commandes passées sur TEEKERS : 210

Nombre de produits vendus : 370

Volume de chiffre d'affaires réalisé : 16250 €

- Sur les consommateurs

Nombre de connexions durant la période du confinement : 21000

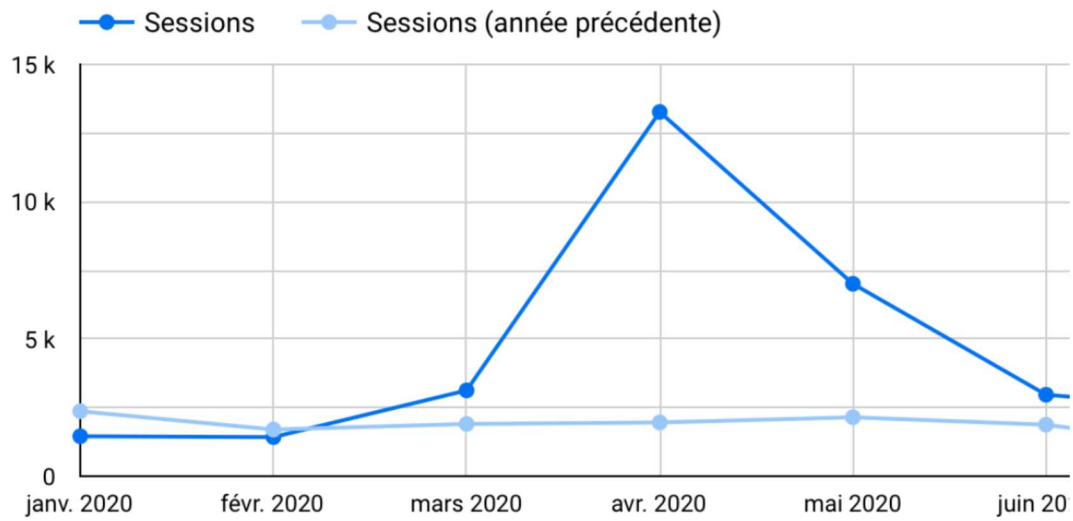
Nombre d'utilisateurs uniques : 12000

Utilisateurs/jour en moyenne sur la période : 100

Nombre de recherches : 1 072 500

Nombre de pages vues : 61 000

Evolution du trafic sur l'année



Financement

Base subventionnable	Fisac retenu	%	Subvention versée par l'Etat (50%)	Montant factures jointes
4 000	3 200	80	1 600	4699