MINISTÈRE
DES PETITES ET MOYENNES
ENTREPRISES, DU COMMERCE,
DE L'ARTISANAT, DU TOURISME
ET DU POUVOIR D'ACHAT

Liberté
Égalité
Fraternité

KIT DE L'ÉLU

Maîtriser le commerce et l'artisanat de proximité

Septembre 2026

Mot des Ministres



Serge Papin
Ministre des Petites
et Moyennes entreprises,
du Commerce, de
l'Artisanat, du Tourisme
et du Pouvoir d'achat



Françoise Gatel
Ministre de
l'Aménagement
du territoire
et de la Décentralisation

Être maire, c'est vouloir faire grandir la valeur de sa commune. Sa valeur économique, bien sûr, mais aussi sa valeur humaine. Car une commune, c'est un lieu de vie où l'on travaille, où l'on consomme, où l'on se rencontre. Quand un commerce ouvre, ce n'est pas seulement un rideau qui se lève, c'est toute une rue qui s'anime, un territoire qui gagne en attractivité, des habitants qui voient leur qualité de vie progresser. Ce sont aussi des recettes supplémentaires pour la commune, qui permettent d'investir davantage dans les services rendus à la population. Tout est lié.

Pourtant, nous mesurons combien la tâche est exigeante. Être maire, c'est en quelque sorte être le dirigeant d'une entreprise collective. Il faut avoir une vision, définir une stratégie, attirer des commerçants et des artisans, préserver les équilibres locaux, répondre aux attentes de ses concitoyens.

Dans cette mission, vous n'êtes pas seuls. Vous pouvez compter sur notre engagement à vos côtés, et sur celui des services de l'Etat. Car les dispositifs d'accompagnement existent : ils sont nombreux, ils sont utiles, ils sont efficaces. Mais ils sont parfois difficiles à identifier, notamment lorsqu'on découvre les responsabilités locales.

C'est tout le sens de ce kit : vous proposer un outil simple, pratique, opérationnel. Un guide pour vous aider à identifier les dispositifs adaptés à votre territoire et à les mobiliser au bon moment. Nous pouvons vous l'assurer : ces outils produisent des résultats.

Nous pensons aux managers de commerce, qui accompagnent les collectivités dans la construction de véritables stratégies de revitalisation commerciale. Dans certains territoires, leur action a permis de réduire de moitié la vacance commerciale.

Nous pensons également au fonds de soutien au commerce rural, qui accompagne l'ouverture et la reprise de commerces multiservices, essentiels à la vie quotidienne des habitants. Derrière chaque dispositif, il y a une ambition simple : maintenir ou recréer de la vie. Car au fond, le commerce n'est pas seulement une activité économique, c'est un facteur de relation sociale et de cohésion.

Le Gouvernement en est convaincu : plus l'économie se dématérialise, plus le besoin de proximité grandit. Certes, aujourd'hui, nous pouvons acheter partout, à toute heure, en quelques clics. Mais nous ressentons aussi un besoin croissant de proximité, le besoin de connaître nos commerçants, de retrouver du lien, de faire vivre nos centres-villes et nos centres-bourgs. A nous, collectivement, de répondre à cette aspiration. A nous de créer les conditions pour que cette économie de proximité continue de vivre, d'innover et de grandir. Car lorsqu'un commerce s'installe, lorsqu'un artisan transmet son savoir-faire, lorsqu'un centre-bourg retrouve de l'activité, ce n'est pas seulement l'économie qui progresse, c'est du lien qui se crée, c'est de la confiance qui renaît, et c'est tout simplement la vie de nos territoires qui continue.

Sommaire

Axe 1 : Structurer une stratégie commerciale locale 5

Le Manager de commerce, chef d'orchestre de la commercialité 5

Établir son diagnostic territorial et définir sa feuille de route 6

Mettre en place la Taxe sur les Friches Commerciales (TFC) 7

Signer sa Charte Ville commerçante 8

En ruralité, mobiliser le Fonds de soutien au commerce rural 9

Tester les commerces à l'essai : « Made in Local » 10

Axe 2 : Installer et pérenniser les commerces de proximité 11

Le droit de préemption urbain, un outil stratégique de maîtrise du foncier commercial 11

Le droit de préemption commercial, un outil au service de la préservation de la diversité commerciale locale 12

Soutenir l'activité économique locale avec « les dimanches du maire » 13

Axe 3 : L'ordre public, la sécurité intérieure et les commerces 14

Le recours aux pouvoirs de police générale pour préserver l'ordre public général 14

La lutte contre le narcotrafic au sein des commerces et dans les lieux publics 15

Axe 4 : Valoriser les savoir-faire d'excellence 16

Offre d'accompagnement à la revitalisation du tissu artisanal par les chambres de métiers et de l'artisanat 16

Le label « Entreprises du patrimoine vivant » 17

Le Titre « Maître-Restaurateur » 18

Axe 5 : Planifier son aménagement commercial 19

Axe 6 : Contrôler les implantations commerciales 20

Axe 7 : Accompagner la modernisation des commerces et des artisans grâce à l'IA 21

Guide sur l'adoption de l'IA à destination des commerçants 21

Guide IA et artisanat 22

Pour aller plus loin 23

Axe 1 : Structurer une stratégie commerciale locale

Le Manager de commerce, chef d'orchestre de la commercialité

PROBLÈME

Face à la perte d'attractivité des centres-villes et centres-bourgs, à la raréfaction des achats en boutique au profit des achats en ligne, et aux difficultés financières de maintenir son activité commerçante, les commerces de votre commune ne trouvent pas toujours les bons interlocuteurs.

SOLUTION

Vous êtes encouragés à engager ou à renouveler un poste de Manager de commerce sur votre territoire. La mutualisation d'un Manager au niveau de l'intercommunalité ou entre plusieurs collectivités dans les zones moins denses et zones rurales est conseillée.

La Banque des Territoires a annoncé une enveloppe de 20 millions d'euros pour créer ou maintenir 500 postes de Manager. Le guichet est actuellement ouvert et la sélection des lauréats est en cours d'instruction. En parallèle, la reconnaissance du métier avance avec la création d'un code métier dédié, créé par France Travail.

Vous êtes invités à contacter la Banque des Territoires pour plus d'informations et pour déposer votre candidature au financement : **managerdecommerce@caissedesdepots.fr**

EFFETS POSITIFS

Les Managers de commerce sont les chefs d'orchestre des relations entre élus, associations de commerçants, chambres consulaires et services de l'État. Leur présence est unanimement plébiscitée sur le terrain. Au contact permanent des commerçants, ils créent des liens entre les professionnels, proposent une vision stratégique de développement commercial, repèrent les dispositifs de l'État et accompagnent les commerçants dans leurs démarches.

Établir son diagnostic territorial et définir sa feuille de route

PROBLÈME

Malgré le constat d'un nombre toujours croissant de locaux commerciaux vacants dans les territoires et l'existence de nombreux outils pour endiguer ce phénomène, les élus mais aussi certains propriétaires expriment un besoin de formation pour maîtriser les outils dont ils disposent et maintenir la vitalité des cellules commerciales.

SOLUTION

Un outil de diagnostic à destination des élus, des Managers de centre-ville et des propriétaires de locaux a été mis en ligne dans sa version test en avril 2026.

Il permet à l'utilisateur, sur la base des renseignements qu'il a fournis, d'être orienté vers des solutions adaptées pour redynamiser la commercialité de son territoire, selon sa situation et son niveau de maturité. Une version 2.0 est d'ores et déjà en préparation, avec pour objectif de renforcer la personnalisation des réponses proposées.

https://www.service-public.gouv.fr/simulateur/calcul/VacanceCommerciale

Les chambres de commerce et d'industrie (CCI) offrent différentes solutions aux collectivités soucieuses de favoriser le développement du commerce sur leur territoire. Développés par le réseau des CCI depuis 1973, les IDC (Indices de Disparité des Dépenses de Consommation) sont des outils d'aide à l'implantation commerciale. Ce dispositif permet aux collectivités et acteurs territoriaux d'analyser le potentiel commercial d'un territoire, d'orienter les politiques d'aménagement et de soutenir les décisions d'implantation ou de développement des commerces.

https://www.cci.fr/ressources/commerce-et-tourisme/trouvez-votre-implantation-commerciale-idc

Vous êtes également invités à contacter votre CCI locale - https://www.cci.fr/contact

EFFETS POSITIFS

Elus, vous bénéficierez d'un outil unique et clair pour composer votre feuille de route commercialité, pour découvrir ou mieux maîtriser les solutions concrètes pour redynamiser le centre-ville ou le centre-bourg.

Vous pourrez partager aux propriétaires publics ou privés, un outil recensant des idées pour rendre plus attractifs les locaux commerciaux, en améliorant les façades et devantures, en créant un réseau de commerçants.

Mettre en place la Taxe sur les Friches Commerciales (TFC)

PROBLÈME

Vous avez des propriétaires de biens commerciaux non investis, des locaux restés vacants depuis plusieurs années voire des locaux abandonnés.

SOLUTION

La taxe sur les friches commerciales (TFC) est un outil utile pour inciter les bailleurs qui ne louent pas leurs locaux commerciaux à le faire.

La TFC peut s'appliquer à des locaux commerciaux laissés vacants depuis au moins deux ans. Elle ne s'applique pas lorsque cette vacance ne dépend pas de la volonté du propriétaire, par exemple lorsqu'il recherche réellement un locataire ou qu'il fait face à des contraintes empêchant l'exploitation du local.

Pour les communes disposant d'une opération de revitalisation de territoire (ORT), la loi de finances pour 2026 a introduit la possibilité d'appliquer la TFC sur le périmètre de l'ORT. Cette mesure permet aux communes de cibler l'action sur le centre-ville et les rues commerçantes.

EFFETS POSITIFS

Les propriétaires de locaux vacants réinvestissent et se remobilisent pour louer leurs locaux afin d'éviter de payer une taxe supplémentaire.

Signer sa Charte Ville commerçante

PROBLÈME

En tant qu'élus, vous avez des difficultés à échanger avec les commerçants de votre ville ou à trouver des solutions pour attirer les consommateurs dans le centre-ville.

Il n'est pas aisé de formuler une feuille de route unique au vu de la diversité des acteurs et des thèmes connexes pour revitaliser la commercialité.

SOLUTION

La Charte permet d'acter un engagement des élus pour le dialogue et la gouvernance commune, composantes clés pour créer une réelle synergie entre les acteurs et créer de l'animation commerciale.

L'objectif est de mieux faire travailler ensemble élus, commerçants et managers de commerce et de pallier un potentiel manque de communication entre ces acteurs en se donnant une trajectoire commune autour de 7 piliers essentiels.

Le 3 avril 2026, la première Charte Ville commerçante a été signée à Lons-le-Saunier (Jura).

Plus de 70 autres collectivités ont montré un intérêt pour cette charte, rejoignez-les !

Plus d'informations sur : https://www.entreprises.gouv.fr/espace-entreprises/appels-a-projets-et-appels-a-manifestation-d-interet/charte-ville-commercante

Point de contact : economie-des-territoires.dge@finances.gouv.fr

EFFETS POSITIFS

La Charte permet de créer une dynamique collective favorable à l'animation et à l'attractivité du centre-ville, au bénéfice des commerçants comme des consommateurs.

Elle favorise également l'émergence de solutions concertées et une meilleure coordination des actions entre les acteurs.

En ruralité, mobiliser le Fonds de soutien au commerce rural

PROBLÈME

Les zones rurales connaissent une désertification commerciale croissante. En 2023, plus de 6 communes sur dix ne disposaient d'aucun commerce de détail, contre seulement 2,5 sur dix en 1980.

Cette disparition progressive des commerces entraîne une dévitalisation économique des territoires et fragilise le lien social.

SOLUTION

Afin de lutter contre le déclin de la commercialité en zone rurale, l'État a lancé en mars 2023 le Fonds de Soutien au Commerce Rural (FSCR). Ce dispositif national vise à favoriser la création de commerces dans des communes rurales qui en sont dépourvues.

Il soutient à la fois l'installation de commerces sédentaires multi-services ainsi que de commerces itinérants permettant de desservir plusieurs communes rurales, avec des aides à l'investissement pouvant aller jusqu'à 80 000 euros par projet.

Plus d'informations sur : Commerce : un programme de reconquête en zone rurale | economie.gouv.fr

EFFETS POSITIFS

Le FSCR a déjà démontré son efficacité : 823 projets ont été financés, touchant plus de 1 million d'habitants ruraux, pour une enveloppe de 19,6 millions d'euros. Par ailleurs, le dispositif génère fréquemment un effet levier en favorisant de nouvelles implantations commerciales dans les communes concernées et avoisinantes.

Tester les commerces à l'essai : « Made in Local »

PROBLÈME

Malgré l'existence de locaux vacants et d'un besoin identifié sur le territoire, certaines collectivités peinent à identifier les outils d'ingénierie mais surtout les partenaires relais nécessaires pour lancer une démarche de commerce à l'essai.

SOLUTION

ACCOMPAGNER les projets de commerce à l'essai

L'expérimentation Made in Local vise à fournir aux élus 3 outils simples et rapidement mobilisables pour initier leur démarche de commerce à l'essai avant d'orienter, lorsque nécessaire, vers des dispositifs ou partenaires plus structurés.

Les communes sélectionnées ont accès à un triple outillage : un kit de supports de communication (flyers et affiches personnalisées) ; un modèle de convention de mise à disposition ; l'organisation d'un match-making entre le local et un porteur de projet grâce à son réseau.

VALORISER les initiatives locales

L'objectif est de valoriser et créer un réseau des communes qui ont fait le choix du commerce à l'essai. L'objectif est d'offrir aux collectivités un espace de partage des bonnes pratiques, de donner de la visibilité aux réussites locales et encourager les autres territoires à se lancer. Les boutiques seront reconnaissables par l'affichage du logo en vitrine.

Plus d'informations sur : https://www.entreprises.gouv.fr/la-dge/actualites/lancement-de-lexperimentation-made-local-pour-lutter-contre-la-vacance

Point de contact : economie-des-territoires.dge@finances.gouv.fr

EFFETS POSITIFS

Cette démarche permet de mettre en valeur les filières artisanales et commerciales locales mais également d'animer les locaux commerciaux vacants et les remettre en état afin d'endiguer le sentiment d'abandon et d'éviter leur insalubrité. Cela permettra aussi de créer des opportunités d'implantation et d'occupation de ces locaux vacants après expérimentation.

Axe 2 : Installer et pérenniser les commerces de proximité

Le droit de préemption urbain, un outil stratégique de maîtrise du foncier commercial

PROBLÈME

Pour permettre un développement équilibré de votre territoire, en tenant compte des besoins de votre population et de mutations des commerces, vous disposez désormais d'outils vous permettant d'acquérir des locaux de toute nature qui seront destinés à l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale.

SOLUTION

Les communes dotées d'un document d'urbanisme peuvent **instituer un droit de préemption urbain** sur certaines zones de leur territoire qui permet au titulaire de ce droit (elles-mêmes ou leur délégataire) **d'acquérir prioritairement des biens immobiliers** (local, immeuble, terrain) ou des biens mobiliers liés à un immeuble (droit indivis ou titres d'une SCI) que leur propriétaire souhaite céder, pour la réalisation **d'opérations d'aménagement** telles que la mise en œuvre d'un projet urbain, l'organisation du maintien, de l'extension ou de l'accueil des activités économiques ou encore la transformation ou la reconversion de surfaces commerciales ou artisanales.

La préemption est une **opération onéreuse** : à défaut d'accord amiable sur le prix d'acquisition du bien, ce prix est fixé par le juge de l'expropriation.

Attention : lorsque le bien préempté n'a pas reçu la destination dans un délai de 5 ans, l'ancien propriétaire peut en demander sa rétrocession.

EFFETS POSITIFS

Le droit de préemption urbain est **un outil simple à mettre en place** pour la commune ou l'établissement public de coopération intercommunal compétent, qui lui permet de bénéficier de **marges de manœuvre foncières** pour ses opérations d'aménagement, en particulier celles en matière de développement économique du territoire. Grâce à une meilleure maîtrise du foncier, la commune concernée peut réaliser les projets qu'elle souhaite véritablement porter.

Le droit de préemption commercial, un outil au service de la préservation de la diversité commerciale locale

PROBLÈME

Les centres-bourgs et les centres-villes font l'objet de mutations (essor des activités servicielles, multiplication des grandes surfaces alimentaires, des franchises de restauration) susceptibles de fragiliser les commerces et l'artisanat de proximité en l'absence de régulation. Face aux fermetures successives des commerces que vous constatez sur votre territoire (commerces alimentaires, habillement, santé), vous disposez désormais d'un instrument de sauvegarde des petits commerces.

SOLUTION

Le droit de préemption commercial offre la possibilité à une commune de délimiter une zone appelée « périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité », à l'intérieur de laquelle elle dispose (ou son délégataire) d'un droit de préemption lui permettant d'acquérir en priorité **un fonds artisanal** ou **un fonds de commerce**, un **bail commercial** ou un **terrain d'implantation** d'un commerce comprenant une surface de vente comprise entre 300 et 1000m² que son propriétaire souhaite céder à titre onéreux. La préemption est une **opération onéreuse** : en cas de désaccord sur le prix ou les conditions de la cession, le juge de l'expropriation est saisi.

Attention : le titulaire du droit de préemption **doit rétrocéder le bien préempté**, après mise en œuvre d'une procédure de publicité, à une entreprise du commerce ou de l'artisanat, dans le délai de 2 ans à compter de la prise d'effet de la cession ou 3 ans en cas de mise en location-gérance d'un fonds de commerce ou artisanal. La rétrocession d'un bail commercial est subordonnée, à l'accord préalable du bailleur.

EFFETS POSITIFS

Le droit de préemption commercial est un outil interventionniste répondant à un objectif de **sauvegarde du tissu commercial** car il permet d'acquérir provisoirement des éléments indispensables à l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale (fonds de commerce, fonds artisanal, bail commercial, terrains) tout **en recherchant un commerçant ou artisan de proximité susceptible de reprendre l'activité délaissée**.

La mise en œuvre de cet outil, dans le cadre de programme dédié à la redynamisation des territoires, offre une approche globale pour l'installation et le maintien des commerces et artisans de proximité. Récemment, ce droit de préemption commercial a été mobilisé dans certaines villes, telles que Bayonne ou Paris, pour la préservation de la diversité commerciale.

Soutenir l'activité économique locale avec « les dimanches du maire »

PROBLÈME

Face aux évolutions des modes de vie, les dispositifs ciblés de droit commun autorisant l'ouverture dominicale des commerces en présence de salariés ne sont pas toujours adaptés. Cette rigidité est parfois synonyme d'insatisfaction, tant auprès de la population locale que des commerces ou artisans désirant ouvrir le dimanche. En conséquence, vous souhaitez offrir à ces commerces une flexibilité supplémentaire dans l'organisation de leur jour d'ouverture et rendre votre territoire plus attractif.

SOLUTION

La mise en place « des dimanches du maire » est une réponse adéquate. En effet, en application des dispositions du code du travail, le maire peut, après avis du conseil municipal et des partenaires sociaux, **déroger au principe de repos hebdomadaire dominical du salarié** pour permettre **l'ouverture des commerces de détail** implantés sur le territoire de sa commune, dans la limite de **douze dimanches par an**. Lorsqu'il envisage d'y déroger pour plus de cinq dimanches, l'avis conforme de l'établissement public de coopération intercommunale à fiscalité propre (EPCI) dont la commune est membre, est requis.

La liste des dimanches concernés est arrêtée avant le 31 décembre de l'année précédant son application. Elle peut être modifiée en cours d'année, au moins deux mois avant le premier dimanche concerné par cette modification.

En cas de recours à ce dispositif, **plusieurs contreparties doivent être accordées aux salariés souhaitant travailler le dimanche** : une rémunération au moins égale au double de la rémunération normalement due pour une durée équivalente et repos compensateur équivalent en temps.

EFFETS POSITIFS

« Les dimanches du maire » est un dispositif concourant directement à l'attractivité et la croissance économique du territoire communal. Il permet **d'augmenter le nombre de dimanches où les commerces sont ouverts à l'aide de salariés volontaires**, compte tenu des besoins de la population locale et des attentes des commerçants et artisans.

Les modalités d'application de ce dispositif offrent une grande flexibilité dans le choix des dimanches concernés. Elles permettent ainsi à chaque maire de concilier l'évolution des modes de consommation avec les spécificités de son territoire, et en particulier les accords construits de longue date, avec les acteurs du commerce et les organisations syndicales en matière de travail dominical.

Le plus souvent, « les dimanches du maire » sont institués autour d'évènements clés tels que les périodes de soldes, les fêtes de fin d'année.

Axe 3 : L'ordre public, la sécurité intérieure et les commerces

Le recours aux pouvoirs de police générale pour préserver l'ordre public général

PROBLÈME

Le maire peut être confronté à des faits, commis par des personnes physiques ou morales, qui portent atteinte :

- à la sécurité publique (ex : accident dans la rue, rassemblement spontané…) ;
- à la tranquillité publique (ex : nuisances sonores diurnes ou nocturnes) ;
- à la salubrité publique (ex : risques sanitaires ou pollutions locales…)

SOLUTION

Pour prévenir ou faire cesser ces troubles à l'ordre public, le maire **peut faire usage de ses pouvoirs de police générale**. Ces missions et attributions sont rappelées au sein du code général des collectivités territoriales. A ce titre, il peut prendre **toutes les mesures nécessaires pour y remédier**, à condition d'être **justifiées** et **proportionnées** par rapport à l'objectif poursuivi. Elles peuvent prendre la forme d'une règlementation voire d'une interdiction ou d'une fermeture administrative.

Attention : ces pouvoirs s'exercent dans le respect des autres polices générales ou spéciales confiées à d'autres autorités publiques (ministre, préfet, organisme spécial etc.).

EFFETS POSITIFS

Grâce à ses pouvoirs de police administrative, chaque maire, peut, au sein de sa commune, faire cesser les troubles à l'ordre public général, y compris ceux générés par les commerces, en choisissant la réponse la plus adaptée. La mobilisation de ces prérogatives contribue à un cadre de vie plus sûr et plus serein, au quotidien, pour les habitants et les entreprises situés sur le territoire communal.

La lutte contre le narcotrafic au sein des commerces et dans les lieux publics

PROBLÈME

L'implantation locale du narcotrafic s'appuie, bien souvent, sur des commerces de façade. La santé, la sécurité et la tranquillité des concitoyens et des commerces de proximité avoisinants s'en trouvent alors affectées.

SOLUTION

Depuis la loi n°2025-532 du 13 juin 2025 dite Narcotrafic, le code de la sécurité intérieure comprend un nouveau dispositif de lutte contre les établissements ou lieux ouverts au public ou utilisés par le public qui concourent au narcotrafic.

Le préfet de département a désormais **le pouvoir de fermer administrativement** pour une durée de 6 mois maximum, ce type d'établissement :

- afin de prévenir la réalisation d'un trafic de stupéfiants, d'un recel de biens, d'un blanchiment, d'une participation à une association de malfaiteurs ou une organisation criminelle ;
- en cas de troubles à l'ordre public résultant de ces infractions, rendus possibles par les conditions d'exploitation ou la fréquentation de l'établissement ou du lieu concerné.

Dans ce cas, **le préfet informe le maire** des fermetures administratives prises.

A l'instar de tout citoyen, **les maires peuvent également signaler un trafic de stupéfiants via la plateforme en ligne simple et sécurisée « masecurite.interieur.gouv.fr »** mise en place par le ministère de l'Intérieur. Cette démarche permet de transmettre des informations aux forces de l'ordre, en renseignant si possible, des éléments précis (lieux, horaires ou véhicules impliqués), de manière anonyme.

EFFETS POSITIFS

En complément de la procédure de signalement des trafics de stupéfiants, le nouveau pouvoir de fermeture des commerces et lieux publics est un instrument supplémentaire dans la lutte contre le narcotrafic, au niveau local. **Il contribuera au démantèlement des commerces de façade qui affectent négativement la vie locale**.

Axe 4 : Valoriser les savoir-faire d'excellence

Offre d'accompagnement à la revitalisation du tissu artisanal par les chambres de métiers et de l'artisanat

PROBLÈME

Les mutations écologiques, numériques et réglementaires impactent fortement les entreprises artisanales. En France, plus de 500 000 dirigeants d'entreprises artisanales ont plus de 55 ans, ce qui nécessite d'anticiper de nombreuses transmissions d'entreprises pour préserver le tissu économique local et les services de proximité. L'enjeu pour les collectivités territoriales est donc de réussir à maintenir les savoir-faire, redynamiser les centres-villes et centres-bourgs, et intégrer efficacement l'artisanat dans leurs documents d'urbanisme et leurs politiques de développement économique.

SOLUTION

Le réseau des chambres de métiers et d'artisanat (CMA) se positionne comme le partenaire stratégique des collectivités pour structurer et déployer leur politique artisanale.

En plus des missions historiques du réseau (animation territoriale, conseil stratégique et planification, pérennisation du tissu artisanal, marketing territorial), les chambres de métiers sont désormais en mesure de proposer, partout en France, un appui à l'ingénierie territoriale qui repose sur une méthode structurée autour de la collecte de données économiques, la cartographie et le diagnostic à l'échelle de la commune et des outils d'aide à la décision pour les élus pour identifier les zones à enjeux et pouvoir y porter des politiques publiques :

- Portraits de territoire et diagnostics des activités de proximité ;
- Etudes d'implantation de nouveaux projets artisanaux et analyses de transmission des entreprises existantes ;
- Enquêtes de consommation.

Contact : 3006 (numéro unique) | territoires@cma-france.fr

EFFETS POSITIFS

L'artisanat constitue un pilier essentiel de l'économie de proximité et un levier direct d'attractivité territoriale. Le déploiement par les CMA partout sur le territoire de solutions innovantes s'appuyant sur la donnée locale constitue une opportunité pour les nouvelles équipes municipales de connaître finement leur tissu artisanal, de pouvoir dresser des diagnostics et prendre les décisions qui en découleront afin de pérenniser et revitaliser ce tissu essentiel à l'activité économique de proximité.

Le label « Entreprises du patrimoine vivant »

PROBLÈME

De nombreuses entreprises locales détiennent des savoir-faire artisanaux ou industriels d'excellence, parfois rares ou anciens, mais restent insuffisamment identifiées et valorisées.

L'enjeu est de mieux les repérer, les accompagner et les faire connaître afin de préserver ce patrimoine vivant et de soutenir le développement économique du territoire.

SOLUTION

L'Etat a créé en 2005 **le label Entreprises du patrimoine vivant (EPV)**, afin de valoriser les entreprises détentrices de savoir-faire artisanaux et industriels d'excellence.

Ce label est décerné par les préfets de la région pour une période de cinq ans après une sélection rigoureuse des candidats. Pour bénéficier du label, les entreprises doivent répondre à différents critères définis par décret. Ces critères sont liés au patrimoine économique, à la maîtrise de techniques traditionnelles ou de haute technicité, et à un ancrage géographique ancien ou d'une grande notoriété.

Les candidatures se font via le site démarche numérique. Chaque entreprise candidate doit s'affranchir d'une redevance qui permet de financer l'instruction du dossier de candidature (voir arrêté du 21 octobre 2022).

Retrouvez la liste des EPV de votre territoire et toutes les informations relatives au label sur le site de la DGE. Pour toute question, vous pouvez nous contacter à l'adresse suivante : label-epv.dge@finances.gouv.fr.

EFFETS POSITIFS

Le label EPV constitue un véritable levier de développement pour les entreprises labellisées. Il leur apporte une **reconnaissance nationale et internationale**, gage de qualité et d'excellence auprès des clients comme des professionnels. Il ouvre également droit à des avantages concrets, notamment une majoration du **crédit d'impôt métiers d'art**, et permet aux entreprises de rejoindre un collectif structuré autour du Réseau Excellence.

Le label renforce aussi leur **visibilité** grâce aux actions de communication menées autour de l'EPV et de son écosystème. Ses effets sont tangibles : **près de la moitié des entreprises labellisées déclarent une hausse de leur chiffre d'affaires**, de nouvelles opportunités à l'export ou de nouveaux partenariats ; la moitié constatent une évolution positive de la perception de leurs clients ; et un tiers estiment que le label contribue à attirer de nouveaux talents.

Le Titre « Maître-Restaurateur »

PROBLÈME

Les restaurateurs indépendants qui proposent une cuisine « faite maison » **peinent parfois à se distinguer auprès des consommateurs** face à une offre de restauration standardisée. Pourtant, les attentes en matière de qualité, de transparence et de produits locaux sont de plus en plus fortes.

Le **titre d'Etat de « Maître-Restaurateur »** a été créé en 2007 mais reste encore insuffisamment connu du grand public et est peu utilisé par les professionnels, notamment en raison de **démarches jugées complexes**.

SOLUTION

L'Etat engage **une refonte** du titre de « Maître-Restaurateur ».

Cette réforme prévoit notamment **la simplification et la dématérialisation des démarches, la modernisation du cahier des charges** (par l'écoresponsabilité, l'accessibilité, la visibilité numérique) **ainsi qu'une meilleure promotion du titre auprès des consommateurs**.

Le titre est attribué par le préfet après audit et **garantit la qualité de la cuisine, du service et la valorisation des circuits courts ainsi que du savoir-faire gastronomique français.**

EFFETS POSITIFS

Le titre de « Maître-Restaurateur » constitue un **levier d'attractivité pour les centres-villes** ainsi que pour les territoires touristiques. Il permet de **soutenir** les restaurateurs indépendants, de **promouvoir** les produits locaux et de renforcer l'image gastronomique des communes.
La réforme engagée par l'Etat **doit permettre d'augmenter significativement le nombre d'établissements labellisés** et de faire du titre **un véritable repère de qualité pour le consommateur.**

Axe 5 : Planifier son aménagement commercial

PROBLÈME

De nombreuses collectivités locales ne disposent pas de stratégie commerciale.

Il peut en résulter une absence de clarté des objectifs d'organisation commerciale sur le territoire, une inadéquation entre la volonté publique et les documents réglementaires de planification, une inadaptation des outils mobilisés par les collectivités.

Les enjeux de l'aménagement commercial doivent nécessairement être appréhendés à une échelle intercommunale correspondant au bassin de vie des habitants du territoire.

SOLUTION

Sur la base d'un **diagnostic territorial** identifiant notamment l'offre commerciale existante, les besoins actuels et futurs, (incluant les projets d'aménagement du territoire), les mobilités… la collectivité peut fixer des **orientations stratégiques** d'aménagement commercial.

Selon les calendriers opérationnels, ces orientations peuvent être traduites dans le document d'aménagement artisanal, commercial et logistique **du schéma de cohérence territorial (Scot)**, dans le **plan local d'urbanisme (intercommunal)** ou dans un document *ad hoc* non opposable tel **qu'une charte ou un schéma directeur d'aménagement commercial**.

De plus, les territoires dotés d'une stratégie d'aménagement commercial peuvent s'engager dans l'expérimentation prévue à l'article 97 de la loi « 3DS » de 2022, prolongée et simplifiée par la loi de simplification de la vie économique.

EFFETS POSITIFS

La définition d'une stratégie d'aménagement commercial, concertée avec les acteurs du territoire, permet de structurer l'action publique. La mise en place d'une **gouvernance spécifique** au commerce réunissant collectivités, acteurs privés, chambres consulaires, personnes qualifiées… permet de décliner cette stratégie opérationnellement.

Les **documents d'urbanisme** (Scot et PLUi) peuvent ensuite fixer les règles d'implantation des commerces afin d'organiser l'armature commerciale du territoire, notamment pour dynamiser le commerce de centre-ville, pour permettre si besoin la réorganisation des zones commerciales périphériques et pour encadrer le développement des commerces dans le diffus (commerces de ronds-points, le long des axes principaux…).

L'expérimentation dite « 3DS » en matière d'aménagement commercial donne la possibilité à l'autorité compétente en matière de permis de construire de délivrer les autorisations d'exploitation commerciale (AEC), sans avoir à consulter la commission départementale d'aménagement commercial (CDAC).

Axe 6 : Contrôler les implantations commerciales

PROBLÈME

La réglementation actuelle confère aux collectivités des pouvoirs d'orientation et d'encadrement des installations commerciales grâce aux **documents de planification**. Cependant, les Scot et PLU(i) n'utilisent pas systématiquement tous les outils prévus par le code de l'urbanisme dédiés à encadrer le développement des commerces.

Les exécutifs locaux peuvent avoir des difficultés à apporter une réponse « en temps réel » aux volontés d'installation d'activités susceptibles de déséquilibrer certains parcours marchands. Les **commissions départementales d'aménagement commercial** (CDAC) délivrent en moyenne 88 % d'avis positifs sur les demandes d'AEC.

SOLUTION

L'autorité compétente en matière de **permis de construire** est le maire ou le président de l'EPCI. Grâce aux demandes d'autorisation d'urbanisme, cette autorité peut connaître les projets de commerces qui s'implantent sur son territoire. Cette compétence permet également de s'assurer que les règles relatives aux commerces définies dans les documents d'urbanisme sont respectées. Un PLU(i) disposant de règles précises en matière de commerce donne ainsi la possibilité de **définir les règles d'implantation des commerces**. A ce titre, les PLU peuvent notamment définir des règles visant à **préserver la diversité commerciale** (L. 151-16 du code de l'urbanisme).

Les CDAC sont composées de 7 élus locaux et 4 personnes qualifiées. Ces instances permettent de refuser, au regard de critères définis dans le code de commerce, les projets commerciaux qui pourraient être contraires au projet de territoire. Il en va de même si le projet n'est pas compatible aux documents d'urbanisme. Elles permettent également d'améliorer les projets qui leur sont soumis.

Le code de commerce (L. 752-4) donne la possibilité **aux maires des communes de moins de 20 000 habitants** ou aux présidents d'EPCI **de saisir la CDAC de projets inférieurs aux seuils réglementaires des AEC (**1 000 m²**).** Ainsi, des projets de 300 m² à 1 000 m² de surface de vente peuvent faire l'objet d'un examen par la CDAC et cette disposition s'applique également aux projets qui artificialisent des sols, pour toutes les communes sans limite de taille.

EFFETS POSITIFS

Grâce à l'attribution des autorisations d'urbanisme, compétence du maire, et aux autorisations d'exploitation commerciale (AEC), attribuées par les CDAC dont le maire et le président d'EPCI font partie, les élus peuvent refuser certains projets commerciaux ou demander leur amélioration.

Ces dispositions peuvent utilement servir à préserver et dynamiser les commerces de centre-ville et être un outil de transformation des zones commerciales périphériques.

La DGE met à disposition un guide pratique de l'**AEC.**

Axe 7 : Accompagner la modernisation des commerces et des artisans grâce à l'IA

Guide sur l'adoption de l'IA à destination des commerçants

PROBLÈME

L'adoption de l'IA est un enjeu majeur de modernisation et de compétitivité pour les commerçants. Elle peut être entravée par plusieurs freins : méconnaissance des solutions disponibles, des cas d'usage de l'IA, appréhension face à une technologie nouvelle, incertitude juridique, etc.

SOLUTION

Le Guide sur l'adoption de l'IA à destination des commerçants, disponible ici, apporte des réponses concrètes et pédagogiques aux interrogations les plus fréquentes adressées par les commerçants.

A travers plusieurs cas d'usage, ce guide permet à la fois de donner des exemples concrets d'application de l'IA dans les commerces, de mettre en valeur des solutions adaptées, et d'exposer les bonnes pratiques juridiques permettant de sécuriser leur implémentation de l'IA.

Le guide permet aussi de démystifier l'IA et de rassurer les professionnels du commerce afin d'aller vers une adoption adaptée aux réalités du terrain.

https://www.entreprises.gouv.fr/la-dge/publications/guide-sur-ladoption-de-lintelligence-artificielle-destination-des-commercants

EFFETS POSITIFS

Les commerçants adoptant des solutions d'IA enregistrent des gains rapides de productivité, leur permettant de gagner en compétitivité.

L'IA permet aux commerçants d'automatiser des tâches répétitives et chronophages, et ainsi d'accorder plus de temps sur leur cœur de métier : relation client, développement de leur activité commerciale, …

Guide IA et artisanat

PROBLÈME

Les entreprises artisanales sont majoritairement des TPE de moins de dix salariés et doivent **gérer de nombreuses tâches administratives et commerciales en plus de leur activité de production** : devis, facturation, relation client, organisation des chantiers, gestion des stocks, etc.

L'intelligence artificielle peut être un levier pour gagner du temps sur certaines tâches chronophages, mais son usage reste limité dans l'artisanat en raison **d'un manque d'information, de visibilité sur les usages et bénéfices concrets**.

SOLUTION

Dans le cadre du plan « Osez l'IA », **un guide pratique dédié à l'adoption de l'intelligence artificielle par les artisans est à votre disposition**. Ce guide a été conçu avec les acteurs du secteur (CMA, fédérations professionnelles, entreprises) et présente **des cas d'usage concrets adaptés aux métiers artisanaux** (exemples : devis, relation client, gestion des stocks, communication).

Il propose aussi **des clés pour un usage réussi de l'IA, des repères juridiques** (RGPD, protection des données) et **des ressources d'accompagnement** via France Num, les CMA et Bpifrance.

EFFETS POSITIFS

L'intelligence artificielle permet déjà aux artisans utilisateurs **de gagner en moyenne près de 2 heures par semaine, soit un gain de productivité estimé entre 5 et 6%.**

Ce guide vise à **démocratiser les usages de l'IA** dans les très petites entreprises artisanales en apportant des solutions qui sont concrètes et adaptées aux réalités du terrain. Cela permet de **pérenniser l'artisanat** dans tous les territoires.

Pour aller plus loin :

Ressources ou actualités utiles sur le secteur du Commerce

- Le Conseil national du Commerce (CNC) est une instance de dialogue réunissant les acteurs du commerce (entreprises, organisations professionnelles, organisations syndicales, associations d'élus, personnalités qualifiées) et les pouvoirs publics. Le CNC permet d'identifier les enjeux majeurs du commerce et de proposer des actions pour y répondre. Son actualité et ses productions sont disponibles sur son site Internet ici. L'adresse générique de l'équipe Economie des territoires de la DGE : economie-des-territoires.dge@finances.gouv.fr .

Ressources utiles sur la transition écologique

- Kit de l'ADEME, disponible ci-après : Élus | Agir pour la transition écologique
- Page Internet de l'ADEME dédiée aux élus locaux pour Aider les entreprises locales à investir dans la transition

Ressources sur l'artisanat

- https://www.artisanat.fr/