



## Extrait du registre des délibérations du Conseil métropolitain

## Séance du 18 décembre 2015

**OBJET :** ARTISANAT, COMMERCE, PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES - Délibération cadre de soutien aux secteurs du commerce de l'artisanat et des services.

Délibération n° 3

Rapporteur : Guy JULLIEN

Le dix-huit décembre deux mille quinze à 10 heures 00, le Conseil métropolitain de Grenoble-Alpes Métropole s'est réuni sur la convocation et sous la présidence de Monsieur Christophe FERRARI, Maire de Pont de Claix, Président de la Métropole.

Nombre de conseillers métropolitains en exercice au jour de la séance : **124**

Nombre de conseillers métropolitains votants (présents et représentés) : **123** de la n°1 à la n°2, **124** de la n° 3 à la n°56, **122** de la n° 57 à la n°103.

**Présents :**

**Brié et Angonnes :** BOULEBSOL, CHARVET de la n°1 à la n°85, pouvoir à BOULEBSOL de la n°86 à la n°103 – **Champ sur Drac :** NIVON, MANTONNIER – **Champagnier :** CLOTEAU – **Claix :** OCTRU de la n°1 à la n°26, pouvoir à STRECKER de la n°27 à la n°103, STRECKER – **Corenc :** MERMILLOD-BLONDIN, QUAIX – **Domène :** LONGO de la n°8 à la n°103, pouvoir à SAVIN de la n°1 à la n°7, SAVIN de la n°1 à la n°57, pouvoir à LONGO de la n°58 à la n°103 – **Echirolles :** JOLLY de la n°1 à la n°56, LABRIET, LEGRAND, MONEL, PESQUET de la n°1 à la n°95, pouvoir à DURAND de la n°96 à la n°103, SULLI de la n°3 à la n°103, pouvoir à LEGRAND de la n°1 à la n°2 – **Eybens :** MEGEVAND – **Fontaine :** DUTRONCY, THOVISTE de la n°1 à la n°31, pouvoir à SPINDLER de la n°32 à la n° 103, TROVERO – **Gières :** DESSARTS de la n°9 à la n°103, pouvoir à VERRI de la n°1 à la n°8, VERRI de la n°1 à la n°8 et de la n°12 à la n°103, pouvoir à OLLIVIER de la n°9 à la n°11 – **Grenoble :** D'ORNANO de la n°1 à la n°56, SALAT, BURBA de la n°1 à la n°7 et de la n°13 à la n°103, pouvoir à JORDANOV de la n°8 à la n°12, JORDANOV, BERANGER de la n°3 à la n°11, pouvoir à CAZENAVE de la n°12 à la n°103, CAZENAVE, PIOLLE, de la n°1 à la n°56, pouvoir à DENOYELLE de la n°57 à la n°103, SABRI, CAPDEPON de la n°12 à la n°103, pouvoir à RAKOSE de la n°1 à la n°11, MACRET, BOUZAIENE de la n°1 à la n°58, pouvoir à HABFAST de la n°59 à la n°103 KIRKYACHARIAN, CLOUAIRE, FRISTOT, BERTRAND, HABFAST, DATHE, JACTAT de la n°10 à la n° 103, pouvoir à C.GARNIER de la n°1 à la n°9, BOUILLON, DENOYELLE, BERNARD de la n°8 à la n° 103 pouvoir à FRISTOT de la n° 1 à la n°7, RAKOSE, C.GARNIER, JULLIAN, CHAMUSSY, – **Jarrie :** GUERRERO, BALESTRIERI – **Herbeys :** CAUSSE – **La Tronche :** SPINDLER, WOLF de la n°1 à la n°11 et de la n°32 à la n°103 pouvoir à SABRI de la n°12 à la n°31 – **Le Fontanil-Cornillon :** DE SAINT LEGER, POIRIER, de la n°3 à la n°103, pouvoir à DE SAINT LEGER de la n°1 à la n°2- **Le Gua :** MAYOUSSIER – **Meylan :** CARDIN, PEYRIN – **Miribel Lanchâtre :** Michel GAUTHIER – **Montchaboud :** FASOLA – **Murianette :** GRILLO de la n°8 à la n°103, pouvoir à QUAIX de la n°1 à la n°7 – **Notre Dame de Mesage :** TOÏA – **Noyarey :** ROUX, SUCHEL de la n°12 à la n°103, pouvoir à ROUX de la n°1 à la n°11 – **Poisat :** BURGUN, BUSTOS – **Le Pont de Claix :** BEYAT-GRAND, FERRARI, DURAND – **Proveysieux :** RAFFIN – **Quaix en Chartreuse :** POULET – **Saint Barthélémy de Séchillienne :** STRAPPAZZON – **Saint Egrève :** BOISSET, HADDAD – **Saint Georges de Commiers :** GRIMOUD – **Saint Martin d'Hères :** GAFSI, CUPANI de la n°12 à la n°103 pouvoir à PERINEL de la n°1 à la n° 11, ZITOUNI de la n°3 à la n°103, pouvoir à STRAPPAZZON de la n°1 à la n°2, OUDJAOUDI, QUEIROS de la n°1 à la n°3, et de la

n°30 à la n°73, pouvoir à LEGRAND de la n°4 à la n°29 à SULLI de la n°74 à la n°103, VEYRET de la n°1 à la n°8 et de la n°12 à la n°103, pouvoir à RUBES de la n°9 à la n°11, RUBES de la n°8 à la n°73, pouvoir à VEYRET de la n°1 à la n°7, et de la n°74 à la n°113 – **Saint Martin Le Vinoux** : OLLIVIER de la n°1 à la n°30, pouvoir à PERINEL de la n°31 à la n°103, PERINEL – **Saint Paul de Varcès** : CURTET, RICHARD – **Saint Pierre de Mésage** : MASNADA – **Sarcenas** : LOVERA de la n°1 à la n°85, pouvoir à RICHARD de la n°85 à la n°103 – **Le Sappey en Chartreuse** : ESCARON – **Sassenage** : COIGNE n°3 et de la n°12 à la n°23, pouvoir à MERMILLOD-BLONDIN de la n°1 à la n°2 et de la n°4 à la n°11 à BRITES de la n°24 à la n°103, BELLE, BRITES de la n°8 à la n°103, pouvoir à VIAL de la n°1 à la n°7 – **Séchilienne** : PLENET – **Seyssinet Pariset** : LISSY, GUIGUI, REPELLIN de la n°1 à la n°56, pouvoir à GUIGUI de la n°57 à la n°103 – **Seyssins** : HUGELE, MOROTE – **Varces Allières et Risset** : BEJUY, CORBET – **Vaulnaveys-le-bas** : JM GAUTHIER – **Vaulnaveys Le Haut** : A. GARNIER, RAVET – **Venon** : GERBIER – **Veurey-Voroize** : JULLIEN de la n°1 à la n°78, pouvoir à JM GAUTHIER de la n°79 à la n°103 – **Vif** : GENET, VIAL – **Vizille** : AUDINOS, BIZEC

**Excusés ayant donné pouvoir sur toute la séance :**

– **Bresson** : REBUFFET à NIVON- **Echirolles** : MARCHE à BOUZAÏENE de la n°1 à la n°58 puis à SABRI de la n°59 à la n°103- **Eybens** : BEJAJI à MEGEVAND **Grenoble** : SAFAR à SALAT, CONFESSON à DUTRONCY, MARTIN à OUDJAUDI, MONGABURU à PIOLLE de la n°1 à la n°56, puis à C.GARNIER de la n°57 à la n°103, LHEUREUX à DATHE, PELLAT-FINET à CHAMUSSY-**Fontaine** : BALDACCHINO à TROVERO- **Meylan** : TARDY à PEYRIN – **Mont Sain Martin** : VILLOUD à POULET- **Notre Dame de Commiers** : MARRON à MASNADA- **Saint Egrève** : KAMOWSKI à BOISSET

Madame Elisabeth LEGRAND a été nommée secrétaire de séance.

Mesdames, Messieurs,

Le commerce, l'artisanat et les services sont une composante importante de l'économie de l'agglomération grenobloise. Ce sont des activités économiques génératrices de richesse et d'emplois non délocalisables. A l'échelle de la Métropole, le secteur du commerce regroupe près de 6 900 établissements pour 29 000 emplois, auxquels il faut rajouter les services non marchands (1050 établissements pour 7200 emplois) et les activités de santé/secteur médical (4000 établissements pour 7150 emplois).

Le commerce, l'artisanat et les services favorisent également la qualité du cadre de vie, participent à l'animation d'un territoire et créent du lien social entre les habitants. Ils concourent au « bien vivre ensemble ». 250 pôles commerciaux sont recensés à l'échelle du territoire, du dernier commerce en milieu rural à la zone commerciale.

L'agglomération dispose d'une offre commerciale diversifiée où les grandes surfaces dominent le paysage avec plus de 450 000 m<sup>2</sup> pour une zone de chalandise de plus de 700 000 habitants. L'agglomération accueille par ailleurs de nombreux marchés non sédentaires (plus de 120 tenues de marchés chaque semaine) et autres formes de distributions alternatives (circuits courts, magasins de producteurs,...).

Le e-commerce, et plus globalement la vente par correspondance, y sont également très présents, avec des acteurs leaders sur leurs segments respectifs (Photoweb, Spartoo, Made in design). Le cœur d'agglomération reste le pôle commercial où le chiffre d'affaires est le plus important (environ 500 millions d'euros). En comparaison, les chiffres d'affaires de la zone de Comboire et de Grand Place sont respectivement de 306 millions d'euros et 307 millions d'euros (chiffre étude PROCOS 2013).

Les activités commerciales, artisanales et de service s'exercent dans une société en mutation. Les attentes des consommateurs évoluent, les rythmes de vie des villes se transforment. La mobilité est au cœur de ces changements : les populations fréquentent aujourd'hui de nombreux territoires. Les nouvelles technologies modifient les modes de vie et de nouveaux équilibres sont à construire.

Plus spécifiquement, le commerce sur l'agglomération grenobloise souffre de coûts de loyers élevés en cœur d'agglomération (même si une baisse a été observée en 2014), de zones commerciales vieillissantes peu ou mal entretenues, d'une image négative dans les quartiers prioritaires, enfin d'un accès peu aisé au cœur d'agglomération.

Les conséquences se font de plus en plus visibles avec la fermeture de commerces, une vacance des locaux commerciaux qui augmente, une baisse généralisée des chiffres d'affaires.

Compte-tenu des enjeux économiques et sociaux du secteur du commerce, de l'artisanat et des services et dans un contexte économique difficile, la Métropole s'engage comme chef de file de la stratégie en matière d'accompagnement de ce secteur et souhaite mettre en place un plan d'actions.

La délibération du 7 novembre 2014 précise que la Métropole ~~pilote les stratégies de~~ dynamisation et de revitalisation en matière de commerce et d'artisanat et la politique de promotion et de soutien aux marchés de détail, en lien avec les communes. La responsabilité de l'animation locale, l'organisation des marchés de détail et foires, restent de la responsabilité des communes. L'accueil de premier niveau des entreprises artisanales et commerciales est assuré par les communes mais elles bénéficient de l'appui des services de la Métropole.

La stratégie commerciale et artisanale doit s'appuyer sur une vision globale du territoire mais également sur ses spécificités territoriales : cœur d'agglomération, quartiers prioritaires, zones commerciales périphériques, communes rurales. Indissociable des autres politiques métropolitaines (mobilité, attractivité du territoire, politique de la ville, économie sociale et solidaire...). Elle vient compléter la vision d'ensemble que la Métropole doit poser sur son territoire. A cet égard, et dans le cadre du plan d'action défini par cette délibération, une attention particulière sera portée à l'implantation et au maintien des acteurs médico-sociaux sur le territoire, dont on connaît les impacts sur le reste du tissu économique et commercial de proximité, notamment en zone rurale et dans les quartiers périphériques.

Cette délibération est issue d'un travail de concertation et de construction avec les communes, la Chambre de Commerce et de l'Industrie de Grenoble et la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de l'Isère qui se sont réunis au sein d'un groupe de travail dès mars 2015. L'Etablissement Public du SCOT et les unions commerciales ont également été associés.

L'objectif de la Métropole est d'accompagner ce secteur de l'économie dans le cadre d'une politique spécifique globale. Cette délibération propose donc une feuille de route qui permettra de déployer, dès 2016, un plan d'actions en matière commerciale, artisanale et de services.

Il est proposé de construire la politique métropolitaine en faveur du commerce et de l'artisanat autour de deux axes :

**1. Veiller à l'équilibre de l'offre commerciale, artisanale et de service à l'échelle de l'agglomération, en organisant la cohérence territoriale en matière d'accueil et de développement des commerces**

Grenoble-Alpes Métropole propose d'adopter une politique volontariste en matière d'aménagement du territoire afin de déployer un environnement propice à l'installation et au développement des entreprises commerciales et artisanales en mobilisant les outils liés à la planification et à l'urbanisme commercial et en développant une offre en locaux adaptés aux besoins des entreprises.

**2. Assurer, aux côtés des communes, un accompagnement de proximité des entreprises**

Grenoble-Alpes Métropole propose d'accompagner le commerce et l'artisanat en contribuant à offrir des conditions favorables d'implantation des entreprises et en accompagnant leur développement.

➤ Les propositions inscrites dans l'axe 1 (veiller à l'équilibre de l'offre commerciale à l'échelle de l'agglomération) sont les suivantes :

➤

## 1. Mobiliser le PLUI

Le territoire de Grenoble-Alpes Métropole est intégré à l'un des dix SCOT de la région Rhône-Alpes. Il dispose d'un Document d'Aménagement Commercial (DAC).

Le Document d'Aménagement Commercial du SCOT de la région grenobloise s'appuie sur trois thèmes :

- la nature des commerces, à travers la définition d'une typologie de commerce dits de « proximité », « occasionnels » et « exceptionnels,
- la surface des commerces, pour contribuer à une organisation plus équilibrée et plus autonome des territoires, en définissant des périmètres d'influence recherchés pour les différents types de pôles urbains et des surfaces de vente maximales pour les commerces,
- la localisation des commerces dans des Zones d'Aménagement Commercial (ZACOM) préférentielles et leurs règles d'aménagement spécifiques.

La DAC propose trois axes majeurs qui visent à :

- identifier les pôles commerciaux périphériques dédiés à l'activité économique,
- maintenir et développer le commerce au sein des centralités et du tissu urbain,
- réguler les activités commerciales localisées en dehors des zones d'aménagement commercial (ZACOM) et des centralités.

Le DAC ne suffit pas à mettre en œuvre une stratégie de développement commercial sur un territoire. Ses orientations doivent être déclinées à l'échelle intercommunale à travers le PLUI en cours d'élaboration. La loi de modernisation de l'économie a introduit des notions de diversités commerciales et de préservation des commerces de proximité (possibilité d'interdiction de commerces au sein de zones d'activités, exceptés ceux liés au fonctionnement de la zone, interdiction en milieu pavillonnaire,...)

La Métropole exercera une vigilance accrue dans la prise en compte du commerce et de l'artisanat dans l'élaboration de son PLUI afin de pouvoir inscrire des règles qui permettront d'assurer l'équilibre entre les différentes formes de commerce à l'échelle du territoire.

## 2. Examiner l'opportunité de mobiliser les outils liés à l'urbanisme commercial

Pour assurer le maintien du dynamisme commercial et la diversité sur les différentes communes, Grenoble-Alpes Métropole examinera l'opportunité de mobiliser les trois outils réglementaires du code de l'urbanisme dès 2016 :

- Les linéaires et les zonages : cela permet de limiter les pôles commerciaux et de protéger ou de conforter les linéaires commerciaux. Il sera proposé dans le cadre du PLUI de prendre en compte ce dispositif afin d'encadrer géographiquement les unités commerciales.
- Le droit de préemption commercial, issu de l'article 58 de la loi du 2 août 2005 en faveur des PME et de l'article 101 de la loi sur la modernisation de l'économie permet à une collectivité de se substituer à l'acquéreur lors de la vente d'un local commercial. La mobilisation de cet outil permet de préserver du commerce dans les centres villes et les quartiers. Plusieurs communes de l'agglomération l'ont mis en place sur l'agglomération dans le cadre d'une démarche uniquement de veille. Il sera proposé de prendre en compte ce dispositif afin de préserver des locaux à destination commerciale, artisanale et de services.

- La taxe sur les locaux commerciaux vacants (TFC) est également un outil de programmation urbaine en matière commerciale. Elle s'applique sur les biens commerciaux assujettis à la taxe foncière qui ne sont plus affectés à une activité soumise à la CFE depuis au moins deux ans. C'est une taxe soumise à des taux évolutifs. Il sera proposé de prendre en compte ce dispositif visant à lutter contre la vacance commerciale.

### 3. Organiser une instruction partagée des CDAC à l'échelle de la Métropole (Commission Départementale d'Aménagement Commercial)

Les critères pris en compte par la CDAC ont évolué afin de prendre en compte les éléments relatifs à l'aménagement du territoire, au développement durable et à la protection des consommateurs. Deux projets commerciaux en 2014 et 10 projets en 2015 ont été instruits en CDAC. Il est proposé qu'en amont de la CDAC, l'instruction soit partagée entre les élus concernés par le dossier et l'élu métropolitain en charge du commerce.

### 4. Mettre en place des outils d'analyse de suivi de l'activité commerciale

L'objectif est de s'appuyer sur une connaissance fine de la situation commerciale et artisanale en réalisant un état des lieux des pôles commerciaux de l'agglomération afin de permettre aux élus d'appréhender au mieux le fonctionnement marchand actuel et ses enjeux (pôles commerciaux dynamiques ou en perte de vitesse, équilibres et déséquilibres entre bassins de consommation, sur/sous représentation de formes de vente...). Ce travail, est d'ores et déjà engagé avec l'AURG.

Parallèlement, les pratiques de consommation des habitants de l'agglomération seront analysées en s'appuyant sur l'enquête consommateur de la CCI de Grenoble et sur une veille sur les nouveaux modes de consommation. Enfin, seront analysés les potentiels de développement du commerce au sein de l'agglomération prenant en compte les besoins à couvrir et les projets programmés pour les prochaines années.

### 5. Accompagner les communes dans les projets urbains qui intègrent le développement du commerce et de l'artisanat.

L'objectif est de pouvoir intégrer les projets commerciaux dans les projets urbains suffisamment en amont afin d'assurer leur bonne intégration. Il s'agit également d'apporter une analyse d'opportunité et/ou de faisabilité en matière de création, requalification, ou transferts de commerce. A titre d'exemple, une étude sur la redynamisation du commerce sur Vizille a été engagée.

### 6. Commercialiser les locaux commerciaux de la Métropole

A ce jour, la Métropole est propriétaire de 13 locaux commerciaux, 8 kiosques et 5 locaux de services situés sur Grenoble (Zone des Peupliers, place des Géants et Village Olympique), Vizille (centre-ville), Quaix-en-Chartreuse et Le Sappey-en-Chartreuse. Il est proposé d'accompagner les activités en place et de requalifier les locaux vacants afin de leur redonner de la commercialité (travaux de réhabilitation, de modernisation et de mises aux normes).

#### 7. Mettre en place une politique d'acquisition de locaux commerciaux maîtrisée

Au sein des quartiers prioritaires, dans le cadre de projets de renouvellement urbain ou dans les centres bourgs ruraux, en proie à une désertification commerciale (ex : locaux de la place des Géants sur Villeneuve/Grenoble ou local du tabac-presse au Sappey-en-Chartreuse), il est proposé d'étudier l'opportunité d'acquérir des locaux commerciaux afin de maintenir ou de renforcer l'offre commerciale dans ces secteurs.

#### 8. Développer le partenariat avec les bailleurs et les agences immobilières sur les locaux privés pour accompagner les porteurs de projets en recherche de locaux.

Le développement des liens avec les bailleurs sociaux est proposé afin de contrer la vacance commerciale devenue préoccupante. Il est proposé de mettre en œuvre une aide à la commercialisation du patrimoine commercial des bailleurs. A titre d'exemple, le travail mené en partenariat avec ACTIS sur les locaux des rues Très-Cloître/Saint-Laurent/Chenoise a permis de mettre à la location plusieurs locaux. Ces actions devront être élargies vers les agences immobilières afin de mettre en œuvre une intervention en direction du patrimoine privé.

#### 9. Définir une politique sur l'implantation des commerces ambulants (pour les communes ayant transférées les pouvoirs de police du Maire).

On observe que les demandes d'installation des commerces itinérants (ex : food trucks) sont en forte augmentation. Il est proposé que Grenoble-Alpes Métropole mette en place des règles de fonctionnement partagées avec les 9 communes qui ont transféré leurs pouvoirs de police relatif à l'utilisation du domaine public et de définir des modes de collaboration avec les 41 communes qui les ont conservés.

#### 10. Accompagner les porteurs de projets commerciaux dans le cadre de la pépinière multisite

La pépinière multisite permet d'accueillir des créateurs issus des quartiers prioritaires au titre de la politique de la ville ou les créateurs qui souhaitent s'installer dans ces quartiers. Ce dispositif permet de proposer des locaux commerciaux ou artisanaux appartenant aux communes, aux bailleurs et depuis peu aux propriétaires privés. Les jeunes entreprises bénéficient d'un loyer progressif de 23 mois, d'un accompagnement individuel et d'une aide sous forme d'une avance remboursable pour le financement de dépôt de caution lors de la signature du bail. Une aide à l'aménagement des locaux est également mobilisable.

- Les propositions inscrites dans l'axe 2 (assurer, aux côtés des communes, un accompagnement de proximité des entreprises) sont les suivantes :

##### 1. Développer l'animation territoriale afin de permettre l'émergence de projets et les accompagner dans leur mise en œuvre

Au sein de la direction du développement économique, le service commerce-artisanat, assure les relations de proximité avec les communes et les entreprises en déployant les dix agents du service sur les secteurs géographiques de la Métropole.

Ce service assure le relais des communes sur des missions de proximité :

- appui quotidien aux commerçants, artisans et services en lien avec les services concernés (voirie, déplacements, déchets, propreté, animation, démarches réglementaires.....) de la Métropole et des communes,
- gestion des dispositifs d'accompagnement : aides directes à l'investissement, aides aux unions commerciales, études commerciales, gestion et commercialisation des locaux économiques, ...

## 2. Mettre en place un dispositif métropolitain d'aides directes à l'investissement des commerçants

Ce nouveau dispositif sera présenté au Conseil métropolitain de début 2016 et fera l'objet d'une délibération. Jusqu'alors, la Métropole n'octroyait pas d'aides directes aux entreprises. Les communes, dans le cadre des Fonds d'Intervention pour les Services, l'Artisanat et le Commerce (FISAC), étaient maîtres d'ouvrage des aides directes FISAC proposées aux entreprises. La ville de Grenoble mobilisait un dispositif (FAARE : Fonds d'Actions pour l'Accessibilité, la Rénovation et l'Embellissement) complémentaire du FISAC pour accompagner les commerces. La Communauté de communes du Sud Grenoblois cofinancéait les commerces dans le cadre du FISAC.

Depuis début 2015, les conventions de gestion passées entre les communes et la Métropole permettent de maintenir ces dispositifs. Il est proposé qu'à compter de début 2016, la Métropole se dote de son propre dispositif.

La mise en place d'un dispositif d'aides directes porté par la Métropole permettra d'inciter et d'accompagner les commerçants et artisans dans la modernisation de leurs établissements. Un règlement des aides sera élaboré et présenté en Conseil métropolitain afin de préciser les critères de recevabilité et d'éligibilité des dossiers et de prendre en compte les problématiques liées aux différents territoires (quartiers sensibles en déprise commerciale, centre-bourg à faible densité commerciale,...).

## 3. Mobiliser les partenaires autour de l'accompagnement des entreprises

- Accompagner les projets des Unions Commerciales : les entreprises commerciales, artisanales et de service ont besoin d'un environnement dynamique et de qualité pour développer leurs affaires. Les associations de commerçants/artisans/services sont des outils fédérateurs des différentes énergies qui permettent d'influer sur l'environnement urbain, économique et commercial. Elles sont aussi un interlocuteur privilégié pour la collectivité. Une quarantaine d'unions commerciales est recensée sur l'agglomération mais avec des niveaux de dynamisme différent. Un état des lieux permettra de mieux les connaître pour mieux les accompagner dans leurs projets.
- Enrichir les partenariats avec la Chambre du Commerce de l'Industrie de Grenoble (CCIG) et la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de l'Isère (CMAI). En complément des aides directes, la Métropole s'appuiera sur les compétences et savoir-faire des Chambres consulaires pour accompagner les entreprises sur les thématiques suivantes : qualité (démarche de progrès), accessibilité, réductions de consommation des énergies (cf. plan air climat), internet et le e-commerce (avec une attention particulière portée à l'offre des hébergeurs), approvisionnement local, logistique urbaine.



#### 4. Promouvoir le développement des marchés de détails

Il s'agit de renforcer la dynamique engagée dans le cadre du FISAC marchés non sédentaires autour de quatre grands axes que sont :

- l'animation et la promotion des marchés,
- la professionnalisation des commerçants,
- l'accompagnement des communes dans leur projet de création ou de modernisation de leurs marchés,
- la poursuite du réseau de collaboration mis en place entre les placiers.

#### 5. Promouvoir les circuits de proximité en lien étroit avec le développement du Marché d'Intérêt National

Il s'agit de soutenir le projet de commercialisation des produits issus des circuits de proximité sein du MIN de Grenoble autour des trois axes suivants :

- redynamiser le MIN à travers la livraison mutualisée en centre-ville, la création d'un box de producteurs sous forme coopérative (soutenue par la nouvelle programmation européenne) et la mise en place d'un centre de tri des déchets au sein du MIN à destination des professionnels du MIN et des marchés de détails,
- définir des modalités de contrôle sur la désignation « producteur » et sur les moyens de mieux les identifier sur les marchés.
- soutenir et accompagner les producteurs pour l'achat en commun de matériels ou l'embauche d'un salarié au sein d'un groupement de producteurs qui aurait pour mission de commercialiser les produits des membres du groupement, (accompagnement par la Chambre d'Agriculture ou la Fédération des CUMA).
- Enfin, et suite aux nouvelles dispositions de la « loi Macron » concernant les ouvertures dominicales, et en cohérence avec le positionnement des acteurs économiques, consulaires et syndicaux consultés à ce sujet lors de l'élaboration de cette délibération cadre, il n'est pas jugé opportun d'autoriser des ouvertures supplémentaires au-delà des 5 dimanches restant la prérogative des Maires. Si elle venait à être saisie, il sera ainsi proposé que la Métropole délibère en ce sens.

Afin de conduire la mise en place de ce plan d'actions et d'assurer son évaluation, il est proposé de mettre en place un comité de suivi constitué des membres du groupe de travail mis en place en mars 2015 pour conduire le processus de concertation et de consultation qui a conduit à la présente délibération. Constitué d'élus métropolitains, communaux et des représentants des chambres consulaires, Ce groupe est représentatif de la diversité du commerce, de l'artisanat et des services que l'on rencontre sur le territoire de l'agglomération (cœur d'agglomération, bourgs-centres, villes périphériques, communes rurales, zones commerciales).

Il est proposé d'associer à ce comité de suivi, selon les sujets portés à l'ordre du jour, les Unions de commerçants et d'artisans, les représentants de l'Etat (DIRECCTE) et les élus des communes concernées par un dossier....

Après examen de la Commission Développement et Attractivité du 27 novembre 2015, et après en avoir délibéré, le Conseil métropolitain:

- d'approuver la définition de la stratégie métropolitaine en matière commerciale et artisanale et les principes du plan d'actions à mettre en œuvre.

Vote sur amendement n°1 :

Conclusions adoptées à l'unanimité.

Vote sur amendement n°2 :

Conclusions adoptées à l'unanimité.

Sur la délibération ainsi amendée :

Contre 2 : FN

Pour : 122

Conclusions adoptées.

Pour extrait conforme,

Le Président,

Christophe FERRARI

Le compte rendu succinct de la présente délibération a été affiché le 31 décembre 2015.

1DL15866

7. 4. 4.