




Aix en Provence

VILLE THERMALE ET CLIMATIQUE

Accusé de réception en préfecture
A013-211300017-20110411-15022-DE-1-1_0
Date de signature : 13/04/11
Date de réception : mercredi 13 avril 2011
 <p>POUR CERTIFICATION DU CARACTÈRE EXÉCUTOIRE: - ACTE SIGNÉ ✓ - COMPTE RENDU AFFICHÉ ✓ - ACTE TRANSMIS POUR L'EXERCICE DU CONTRÔLE DE LEGALITÉ ✓</p>

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS  
DU CONSEIL MUNICIPAL DE LA VILLE D'AIX-EN-  
PROVENCE N°2011.403**

Séance publique du

11 avril 2011

Présidence de Madame Maryse JOISSAINS MASINI,  
Maire d'Aix-en-Provence  
Député des Bouches-du-Rhône  
Président de la Communauté du Pays d'Aix

**OBJET : DOSSIER DE CANDIDATURE FISAC AIX-EN-PROVENCE : VOTE DU BUDGET PRÉVISIONNEL TRANCHE 1**

Le 11/04/11 à 18h00, le Conseil Municipal de la Commune d'Aix-en-Provence s'est réuni en session Ordinaire dans la salle de ses délibérations, à l'Hôtel-de-Ville, sur la convocation qui lui a été adressée par Mme Maryse JOISSAINS-MASINI, Maire le 5 Avril 2011, conformément aux articles L 2121-10 et L 2121-12 du Code Général des Collectivités Territoriales.

**Etaient Présents :**

M. Jacques AGOPIAN, Mme Agnès AMIACH ELBEZ, Mlle Odile BARBAT-BLANC, Mme Charlotte BENON, Mme Christine BERNARD, Mme Odile BONTHOUX, M. Helliot BRAMI, M. Gérard BRAMOULLÉ, Mme Danièle BRUNET, M. Maurice CHAZEAU, M. Eric CHEVALIER, M. Jean CHORRO, Mme Chantal DAVENNE, M. François-Xavier DE PERETTI, M. Yannick DECARA, M. Gerard DELOCHE, Mme Brigitte DEVESA, Mme Sylvaine DI CARO, Mme Fatima DRAOUZIA, Mme Michelle EINAUDI, Mme Martine FENESTRAZ, M. Robert FOUQUET, M. Alexandre GALLESE, M. Jacques GARCON, M. Gérard GERACI, M. Jean-Christophe GROSSI, M. Hervé GUERRERA, M. André GUINDE, M. François HAMY, Mme Maryse JOISSAINS MASINI, Mme Michèle JONES, Mme Patricia LARNAUDIE, M. Christian LOUIT, M. Henri MATAS, Mme Reine MERGER, Mme Arlette OLLIVIER, M. Stéphane PAOLI, M. Jean-Marc PERRIN, Mme Liliane PIERRON, Mme Catherine RIVET-JOLIN, Mme Danielle SANTAMARIA, Mme Marie-Pierre SICARD - DESNUELLE, Mme Catherine SILVESTRE, Mme Fleur SKRIVAN, M. Jules SUSINI, M. Francis TAULAN, Mme Françoise TERME, Mme Marie José VALETA

**Excusés avec pouvoir donné conformément aux dispositions de l'article L 2121-20 du Code Général des Collectivités Territoriales:**

M. Lucien AMBROGIANI à Mme Chantal DAVENNE, Mme Sophie JOISSAINS à Mme Maryse JOISSAINS MASINI, M. Alexandre MEDVEDOWSKY à M. Jacques AGOPIAN, Mme Amaria MOHAMMEDI à Mme Catherine SILVESTRE, M. Christian PEREZ à M. Stéphane PAOLI

**Excusés sans pouvoir :**

M. Laurent DILLINGER, M. Victor TONIN

Secrétaire : Yannick DECARA

M. Jean-Christophe GROSSI donne lecture du rapport ci-joint.

**Aix en Provence**

VILLE THERMALE ET CLIMATIQUE

Direction Générale des Services

Direction Générale des Services

**RAPPORT POUR  
LE CONSEIL MUNICIPAL  
DU 11/04/11**

-----

**RAPPORTEUR** : M. Jean-Christophe GROSSI

-

**Politique Publique** : DEVELOPPEMENT DES PARTENARIATS ET DE LA VIE ASSOCIATIVE  
ET COMMERÇANTE**OBJET** : DOSSIER DE CANDIDATURE FISAC AIX-EN-PROVENCE : VOTE DU BUDGET  
PRÉVISIONNEL TRANCHE 1 - Décision du Conseil

Mes chers Collègues,

Ce dossier s'inscrit dans la continuité de la délibération 2009-064 du 06 avril 2009 dont l'objet était une demande d'étude de faisabilité FISAC sur le périmètre de centre historique d'Aix en Provence, à la CPA. Cette étude devait permettre d'évaluer les conditions de réussite d'un tel dispositif.

Après plusieurs mois d'étude, le dossier de candidature FISAC est aujourd'hui finalisé.

L'étude menée par le cabinet AID OBSERVATOIRE montre que l'opération FISAC est axée sur 3 principaux objectifs à partir desquels un certain nombre d'actions a été décliné :

- **Poursuivre les actions déjà mises en œuvre par la commune et ainsi augmenter l'attractivité commerciale du centre historique** (réhabilitation de la rue Mignet, nouvelle gestion d'accès aire piétonne, acquisition d'un dispositif permanent de comptage de flux)
- **Impulser une politique de communication régulière sur le commerce du centre ville** (création d'un site internet, plan de communication à grande échelle, sacs réutilisables). Le commerce de proximité d'Aix en Provence doit, aujourd'hui, avoir une grande lisibilité, une centralité attractive. L'association des commerçants doit trouver toute sa légitimité.
- **Pérenniser le centre ville** comme lieu multifonctionnel, lieu de vie, de loisirs, de culture, de santé et d'éducation dans le quel le commerce doit avoir sa place (Noël des mondes, salon de l'artisanat d'Art).

Ainsi, une programmation pluriannuelle pour le lancement de l'opération a été définie. Des actions de fonctionnement et des actions d'investissement ont été établies (cf Dossier de candidature – page 9). Chacune des fiches actions de la tranche 1 comprend :

- une présentation générale,
- le coût détaillé,
- le plan de financement prévisionnel.

Les fiches actions des autres tranches ne sont pas aussi complètes car les informations financières dépendront soit des actions faites en tranche 1 ou soit les devis sont encore en cours de réalisation. A la fin de la tranche 1, un bilan sera dressé à l'Etat avec une demande de subvention pour la tranche 2.

Le dossier de candidature avec le plan de financement sera envoyé à la DIRECCTE pour examen par le Secrétaire d'Etat aux Petites et Moyennes entreprises, Commerce et Artisanat.

Suite à la notification de l'Etat, une convention formalisant l'engagement financier pour la **première tranche** de chacun des partenaires sera établie.

Le montant des dépenses d'investissement de la Ville pouvant être subventionnés par le FISAC s'élèvera à 639 997 euros HT. La Ville ne percevra aucune participation financière pour les dépenses de fonctionnement.

En conséquence, je vous demande mes chers Collègues, de bien vouloir :

- **APPROUVER** le dossier de candidature FISAC ci-annexé
- **AUTORISER** le budget dont les crédits sont inscrits au Budget Général de la Ville.
- **AUTORISER** Madame le Maire ou l'Elu Délégué à déposer ce dossier pour examen par le Secrétaire d'Etat aux Petites et Moyennes entreprises, Commerce et Artisanat

**2011.403 - DOSSIER DE CANDIDATURE FISAC AIX-EN-PROVENCE : VOTE DU  
BUDGET PRÉVISIONNEL TRANCHE 1**

<b>Présents et représentés</b>	<b>: 53</b>
<b>Présents</b>	<b>: 48</b>
<b>Abstentions</b>	<b>: 0</b>
<b>Non participation</b>	<b>: 0</b>
<b>Suffrages Exprimés</b>	<b>: 53</b>
<b>Pour</b>	<b>: 53</b>
<b>Contre</b>	<b>: 0</b>

**Ont voté contre**

NEANT

**Se sont abstenus**

NEANT

**N'ont pas pris part au vote**

NEANT

**Le Conseil Municipal a Adopté à l'unanimité  
le rapport qui précède.**

**Ont signé Maryse JOISSAINS MASINI, Député Maire  
Président de séance et les membres du conseil présents :**

**Le Conseiller Municipal délégué,  
Arlette OLLIVIER**

**Compte-rendu de la délibération affiché le : 13 Avril 2011  
(articles L 2121-25 et R 2121-11 du C.G.C.T.)**



## **DOSSIER DE CANDIDATURE FISAC OPERATION COLLECTIVE**



**Ville d'AIX EN PROVENCE**  
**Années 2011-2012-2013**

## SOMMAIRE

1.	DONNEES DE CADRAGE .....	3
2.	DIAGNOSTIC GENERAL DU TISSU ECONOMIQUE.....	5
3.	LE PROGRAMME D’ACTIONS RETENU .....	8
4.	TRANCHE 1 : LE PROGRAMME D’ACTIONS RETENU .....	10
	FICHE ACTION 1 : REHABILITATION DE LA RUE MIGNET : PHASE 1 .....	12
	FICHE ACTION 2 : MISE EN PLACE D’UNE NOUVELLE GESTION D’ACCES DE L’AIRE PIETONNE ...	14
	FICHE ACTION 3 : ACQUISITION D’UN DISPOSITIF PERMANENT DE COMPTAGE DES FLUX DE CLIENTELE .....	16
	FICHE ACTION 1 : CREATION D’UN SITE INTERNET ET D’UNE APPLICATION SMARTPHONE.....	18
	FICHE ACTION 2 : PLAN DE COMMUNICATION EXTERNE .....	20
	FICHE ACTION 3 : CREATION ET DISTRIBUTION DE SACS REUTILISABLES .....	21
	FICHE ACTION 4 : NOËL DES MONDES.....	22
	FICHE ACTION 5 : SALON DE L’ARTISANAT D’ART .....	24
	FICHE ACTION 6 : ETUDE SUR LES MARCHES .....	26
	FICHE ACTION 7 : ETUDE SUR LA PERTINENCE ET LA MISE EN PLACE D’UN PERIMETRE DPU (DROIT DE PREEMPTION URBAIN).....	29
	FICHE ACTION 8 : ETUDE SUR L’ACCESSIBILITE AUX PMR .....	31
	FICHE ACTION 9 : ANIMATEUR FISAC.....	32
5.	TRANCHE 2 : LE PROGRAMME D’ACTIONS RETENU .....	34
	ACTIONS D’INVESTISSEMENT .....	36
	FICHE ACTION 1 : REHABILITATION DE LA RUE MIGNET : PHASE 2.....	36
	FICHE ACTION 2 : REHABILITATION MADELEINE PRECHEURS : PHASE 1 .....	37
	FICHE ACTION 3 : CREATION DE LIEUX STRATEGIQUES POUR L’ACTIVITE COMMERCIALE PAR ACQUISITION ET REMEMBREMENTS .....	38
	FICHE ACTION 4 : AIDES DIRECTES POUR ACCESSIBILITE PMR.....	40
	FICHE ACTION 5 : ACQUISITION DE MATERIEL POUR MODERNISATION DES MARCHES .....	41
	ACTIONS FONCTIONNEMENT .....	42
	FICHE ACTION 1 : SEMAINE DE LA MODE.....	42
	FICHE ACTION 2 : PLAN DE COMMUNICATION INTERNE .....	43
	FICHE ACTION 3 : BRADERIE .....	44
	FICHE ACTION 4 : ANIMATEUR FISAC.....	45
6.	TRANCHE 3 : LE PROGRAMME D’ACTIONS RETENU .....	47
	ACTIONS INVESTISSEMENT .....	48
	FICHE ACTION 1 : REHABILITATION MADELEINE PRECHEURS : PHASE 2 .....	48
	ACTIONS FONCTIONNEMENT .....	49
	FICHE ACTION 1 : CREATION D’UN CONCOURS AIX SHOP DESIGN .....	49
	FICHE ACTION 2 : AIX SHOP DRIVE .....	50
	FICHE ACTION 3 : AIX SHOP ART .....	51
	FICHE ACTION 4 : ANIMATEUR FISAC.....	52

# 1. Données de cadrage

La commune d'Aix-en-Provence est située en région Provence Alpes Côte d'Azur dans le département des Bouches-du-Rhône.

La Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix qui compte 34 communes accueille près de 360 000 habitants.

Aix-en-Provence, la ville centre se distingue fortement du reste des communes de l'agglomération :

- ✓ Aix en Provence : 146 690 habitants soit 34 % de la population de l'agglomération,
- ✓ Le centre ville: 13 516 habitants soit 10 % de la population de la ville. Une croissance de population plus importante pour le centre ville (9%) que pour l'ensemble de la commune (6%) entre les deux derniers recensements.

La ville d'Aix-en-Provence constitue le principal pôle d'activités et concentre les fonctions judiciaires, culturelles et universitaires.

Aix accueille la première cour d'appel française après Paris et est considérée comme ville universitaire depuis 1409.

Enfin, la ville est connue pour ses activités thermales ainsi que pour ses différents musées, festivals et autres manifestations culturelles, d'où son appellation de ville d'art et de culture.

La ville d'Aix-en-Provence constitue par ailleurs un pôle commercial et artisanal important au sein de la Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix puisque qu'elle représente également environ 40% des emplois dans le commerce.

Le centre ville compte 64% de l'offre commerciale. On observe toutefois un taux de mutation des enseignes de l'est vers l'ouest du centre ville.

Conscients de la complexité et de la spécificité de la commune et de l'importance du tissu marchand, les Élus ont souhaité soutenir et dynamiser le commerce et l'artisanat.

En 1993, un premier FISAC a lieu sur la commune.

Pour poursuivre le soutien aux commerçants et artisans du centre ville avec un maintien du bien-être des riverains, la municipalité d'Aix en Provence a mis en oeuvre plusieurs actions :

- créations de trois parkings périphériques avec un système de navette,
- la mise en place de diablins qui circulent sur tout le cœur du centre ville,
- la création d'un parking sous terrain à la Rotonde de 1 800 places,
- l'implantation d'un centre commercial à ciel ouvert d'une surface de 10 000 m<sup>2</sup>, « Les Allées Provençales » en plein cœur du centre ville.

Forte de cette évolution positive, la ville d'Aix-en-Provence et la Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix souhaitent continuer et renforcer cette dynamique enclenchée en mettant en place une stratégie de développement pour le commerce du centre ville d'Aix en partenariat avec l'association des commerçants.

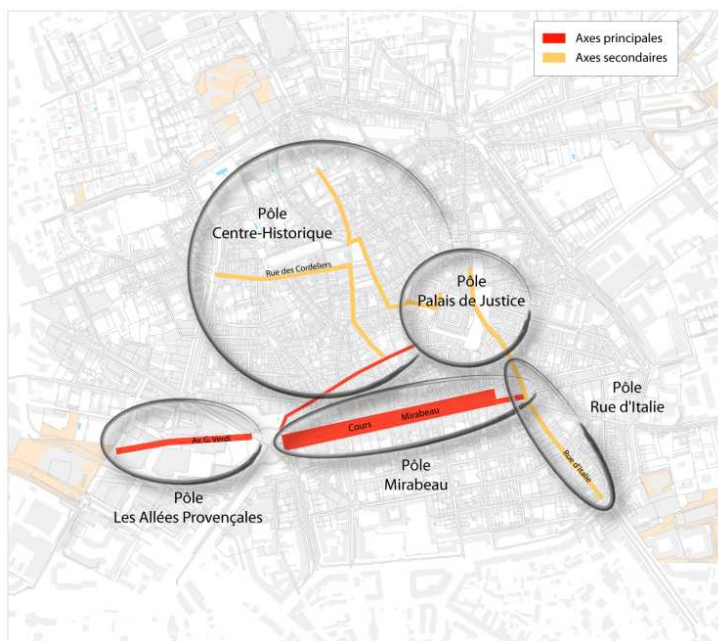
Les Elus de la ville d'Aix-en-Provence ont sollicité la Communauté du Pays d'Aix pour qu'une étude de faisabilité FISAC soit menée en centre historique (cf annexe périmètre de l'étude). Le cabinet AID Observatoire a été missionné pour cette étude et les accompagner dans la mise en place d'un programme d'actions FISAC répondant aux objectifs suivants:

- Prolonger les actions déjà mises en œuvre par la ville et l'association,
- Prendre en compte les problématiques environnementales et les inscrire dans les démarches individuelles et collectives de développement durable,
- Construire un plan d'actions prenant en compte la spécificité et la complexité de la commune, ville centre de la Communauté du Pays d'Aix,
- Proposer des actions en faveur des artisans et des commerçants,
- Organiser une démarche participative avec l'association des commerçants,
- Pérenniser le centre ville comme lieu multifonctionnel, lieu de vie, de loisirs, de culture, de santé et d'éducation dans lequel le commerce doit trouver sa place.



## 2. Diagnostic général du tissu économique

La commune d'Aix-en-Provence compte cinq pôles au sein de son centre ville. :



- Les Allées Provençales comptent 48 locaux d'activités dont la totalité est en activité. 50% de ces activités relèvent du secteur de l'équipement de la personne et une grande surface non spécialisée.
- Le Cours Mirabeau compte 93 locaux d'activités dont la totalité est en activité. Au sein de ce pôle sont fortement représentées les activités de services (32%) et de restauration (26%).
- Le centre historique concentre 50% de l'offre commerciale soit 936 locaux d'activités dont 8% sont vacants. Au sein de ce pôle sont fortement représentées les secteurs d'équipement de la personne (33%) et de restauration (23%).
- La rue d'Italie compte 67 locaux d'activités dont 2% sont vacants. Trois secteurs d'activités sont fortement représentés au sein de ce pôle, l'alimentaire (25%) la restauration (24%) et les services (24%).
- Le Palais de Justice compte 107 locaux d'activités dont 8% sont vacants. Deux secteurs sont fortement représentés au sein de ce pôle, l'équipement de la personne (33%) et les services (31%).

Au total sur l'ensemble du centre ville sont recensés 1 858 locaux dont 8% sont vacants. Ce taux est relativement faible (inférieur à la limite de commercialité qui est de 12%) et permet un renouvellement des activités.

L'analyse du taux de commercialité, soit le rapport entre les activités commerciales et l'ensemble des locaux marchands, permet de constater une **bonne commercialité** avec une part de commerce de 47%, qui se situe dans la moyenne basse comparativement à des territoires similaires, en lien avec le développement des cafés, hôtels, restaurants.

Un taux de cafés, hôtels, restaurants (20%) important lié au positionnement de ville touristique, la moyenne pour les villes de cette taille étant de l'ordre de 15%.

Une part de services de 25% légèrement inférieure à la moyenne de commercialité (30%)

Une part importante d'équipement de la personne, avec un positionnement haut de gamme. (Hermès, Agnès B, Paul Smith)

Avec 17% d'enseignes nationales, on note un taux légèrement en dessous de la moyenne nationale 21%.

Ainsi, l'offre d'Aix-en-Provence est relativement satisfaisante, sur le plan quantitatif à l'exception de l'offre alimentaire qui est en léger déficit (7% sur l'ensemble du centre ville). Elle permet de desservir une zone de chalandise plus importante que la seule population de la commune.

Toutefois, quelques pôles observent un taux de services important. Aussi, il semble important de pouvoir veiller à conserver une répartition équilibrée afin que la ville d'Aix-en-Provence conserve son attractivité.

Par ailleurs, sur le plan qualitatif, l'offre commerciale d'Aix-en-Provence est perfectible. Aussi, les professionnels se doivent de réagir pour conserver le rôle de pôle d'agglomération.

D'autre part, l'offre commerciale d'Aix-en-Provence est complétée par une offre non sédentaire de plein vent. En effet deux marchés sont présents sur la commune, un marché de producteur sur la place Richelme et un marché mixte sur la place des Prêcheurs. Les commerçants non alimentaires ont été pour des raisons de compatibilité de cette offre avec la présence du tribunal déplacés sur le cours Mirabeau. A l'occasion de ce déménagement, un travail remarquable de requalification de l'offre a été effectué. Il semble intéressant de poursuivre sur l'ensemble de l'offre non sédentaire cette requalification.

Concernant le fonctionnement urbain, différents points de dysfonctionnement sont présents au centre ville tels que :

- Des cheminements piétons peu facilités et pas toujours sécurisés notamment pour les personnes à mobilité réduite,
- Une signalétique commerciale peu opérante,
- Manque de liaisons entre les différents pôles.

Ainsi, la fréquentation de l'offre commerciale d'Aix-en-Provence ne s'en trouve pas facilitée.

D'autres éléments peuvent contribuer à un renforcement de la fréquentation, les animations commerciales.

S'il existe une association de commerçants et d'artisans sur la commune d'Aix-en-Provence, l'APACA et que ses dirigeants font des efforts importants pour porter des actions d'envergure, il n'en reste pas moins que cette association manque de moyens pour mettre en œuvre un programme d'actions ambitieux et permettre une pérennisation de l'association.

Les attentes les plus fortes exprimées par les professionnels et la clientèle se concentrent sur des animations innovantes qui permettent de :

- renforcer l'esprit de cohésion au sein de l'association,
- porter un programme d'actions qui accompagnera et renforcera l'image de pôle d'agglomération du centre ville d'Aix-en-Provence.

C'est donc dans un contexte complexe que se situe la ville d'Aix-en-Provence. En effet, c'est une ville fortement touristique, contrainte sur le plan urbain. Sa population importante se divise en diverses typologies de clientèle aux modes de consommation fortement différenciées.

L'enjeu de l'offre commerciale sédentaire et non sédentaire est de répondre à l'ensemble de ces typologies.

L'enjeu pour les collectivités est de faciliter l'accessibilité à cette offre commerciale et à rendre agréable son cadre.

L'enjeu pour l'association de commerçants est de développer la zone de chalandise et de participer à la notoriété de la ville.

Les actions choisies pour répondre aux problèmes soulevés sur le centre historique d'Aix en Provence ont été réparties sur les trois tranches. Il ressort le classement suivant en notant un plus grand nombre d'actions sur le court terme afin d'impulser un démarrage fort du FISAC et ainsi mettre l'association au cœur du commerce Aixois. Les tranches 2 et 3 visent à poursuivre l'élan donné et à conforter le dynamisme de cette première tranche :

Actions	Court terme	Moyen terme	Long terme
	Réhabilitation de la rue Mignet Phase 1		
	Nouvelle gestion d'accès aire piétonne		
	Acquisition d'un dispositif permanent de comptage de flux de clientèle		
	Création d'un site internet et d'une application Smartphone		
	Plan de communication externe		
	Création et distributions de sacs réutilisables		
	Noël des mondes		
	Salon de l'Artisanat d'Art		
	Etude sur les marchés		
	Etude DPU		
	Etude sur l'accessibilité PMR		
		Réhabilitation Madeleine – Prêcheurs Phase 1	
		Réhabilitation de la rue Mignet Phase 2	
		Création de lieux stratégiques	
		Semaine de la mode	
		Aides directes pour accessibilité PMR	
		Acquisition de matériel pour modernisation des marchés	
		Plan de communication interne	
		Braderie	
			Réhabilitation Madeleine – Prêcheurs Phase 2
			Aix Shop Drive
			Aix Shop Art
			Aix Shop Design
			<b>Animateur FISAC sur les 3 tranches</b>

### **3. Le programme d'actions retenu**

Ce programme représente un projet global d'aménagement et de redynamisation de l'armature commerciale et artisanale des pôles d'Aix-en-Provence en s'appuyant sur les constats effectués lors de l'état des lieux et prend en compte les attentes des partenaires en matière de commerce et d'artisanat.

L'ensemble des interventions proposées est présenté sous forme de fiches actions opérationnelles. Il s'agit ici de fournir un mode opératoire précis permettant aux partenaires de mettre en œuvre rapidement différents types d'actions.

Ce mode opératoire se présente donc sous la forme d'un plan d'actions composé de 24 fiches relatives à l'ensemble du programme sur les trois tranches de l'opération. Un bilan sera effectué à l'issue de la première tranche et les actions pré-positionnées en tranche 2 et 3 pourront faire l'objet de modifications au vu du bilan.

Chaque fiche action présente :

- les objectifs de l'action,
- le mode opératoire : il s'agit des différentes étapes détaillées de mise en œuvre de l'action destinées à guider les acteurs dans la réalisation de l'action,
- le partenariat pouvant être mis en place pour réaliser l'action, c'est-à-dire l'indication du maître d'ouvrage concerné et éventuellement les autres acteurs impliqués,
- les éléments d'évaluation à posteriori de l'efficacité de l'action,
- le calendrier de mise en œuvre de l'action.

Trois types d'acteurs peuvent être concernés :

- les acteurs publics : l'Etat, la Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix, la commune d'Aix-en-Provence,.
- les acteurs parapublics, soit essentiellement les Chambres Consulaires : la Chambre de Commerce et d'Industrie et la Chambre de Métiers et de l'Artisanat,
- les acteurs privés : l'association de commerçants, les propriétaires de locaux et fonds de commerce, les exploitants (commerçants et artisans), les agences immobilières,....

Pour chaque action, les acteurs concernés seront mentionnés.

<b>Phases</b>	<b>9 Actions Investissement</b>	<b>Budget prévisionnel</b>
<b>Tranche 1</b>	1. Réhabilitation de la rue Mignet Phase 1	607 910 €
	2. Nouvelle gestion accès aire piétonne	552 083 €
	3. Acquisition d'un dispositif permanent de comptage des flux de clientèle	40 000 €
<b>Tranche 2</b>	1. Réhabilitation rue Mignet : Phase 2	N.D.
	2. Réhabilitation Madeleine – Prêcheurs : Phase 1	
	3. Création de lieux stratégiques pour l'activité commerciale par acquisitions et remboursements	N.D.
	4. Aides directes pour accessibilité PMR	N.D.
	5. Acquisition de matériels pour la modernisation des marchés	
<b>Tranche 3</b>	1. Réhabilitation Madeleine – Prêcheurs : Phase 2	N.D.

<b>Phases</b>	<b>17 Actions Fonctionnement</b>	<b>Budget prévisionnel</b>
<b>Tranche 1</b>	1. Création d'un site Internet et d'une application Smartphone	70.000 €
	2. Plan de communication externe	150.000 €
	3. Création et distribution de sacs réutilisables	95.000 €
	4. Noël des mondes	50.000 €
	5. Salon de l'Artisanat d'Art	100.000 €
	6. Etude sur les marchés	30.000 €
	7. Etude sur la validation et mise en place d'un périmètre DPU	15.000 €
	8. Etude sur l'accessibilité aux PMR	10.000 €
	9. Animateur FISAC	40.000 €
<b>Tranche 2</b>	1. Semaine de la mode	20.000 €
	2. Plan de communication interne	20 000 €
	3. Braderie commerciale	5 000 €
	4. Animateur FISAC	40 000 €
<b>Tranche 3</b>	1. Aix Shop Art	10 000 €
	2. Aix Shop Drive	N.D
	3. Aix Shop Design (concours)	50 000 €
	4. Animateur FISAC	40 000 €

## **4. Tranche 1 : le programme d'actions retenu**

Le programme d'actions de la première tranche répond à cinq objectifs majeurs :

- Renforcer l'identité des commerçants du centre ville aixois à travers l'association,
- Véhiculer une image cohérente, dynamique et moderne de l'offre commerciale locale vis-à-vis de la clientèle actuelle résidant la zone de chalandise et les nouveaux clients,
- Maintenir le commerce de détail en centre ville, spécificité forte d'Aix en Provence,
- Mobiliser l'ensemble des acteurs autour d'un projet global de dynamisation de l'offre commerciale et artisanale,
- Rééquilibrer l'offre commerciale sur la ville.
- Permettre à tous les professionnelles de pouvoir accéder au centre ville pour pouvoir y travailler (artisans).

La ville souhaite maintenir son commerce de centre ville et conserver ainsi l'image que génère déjà le commerce aixois au niveau nationale et même internationale. C'est pourquoi aujourd'hui elle revoit toute sa piétonisation avec la gestion induite afin d'améliorer l'attractivité commerciale, le travail des artisans et prestataires de services en centre ville tout en maintenant un cadre vie agréable pour les riverains. Il a donc été retenu comme actions d'investissement :

- La réhabilitation de la rue Mignet qui est l'une des entrées du centre ville avec une forte proportion de commerçants indépendants. Cette réhabilitation se fera en deux phases (tranche 1 et Tranche 2 du FISAC).
- Une nouvelle gestion d'accès des aires piétonnes.
- L'acquisition d'un dispositif permanent de comptage des flux de clientèle.

Au niveau du fonctionnement, sont retenues comme actions :

- La mise en place de supports de communication dynamiques et modernes :
  - La création d'un site Internet et d'une application Smartphone
  - La création et la distribution de sacs réutilisables
- Réalisation d'actions d'animations et d'événementiels majeurs
  - La mise en place d'une animation pour les fêtes de fin d'année « Noël des mondes »
  - La réalisation d'un Salon de l'Artisanat d'Art
- Réalisation d'études spécifiques visant à moderniser et valoriser l'équipement commercial existant, assurer un suivi de l'évolution de l'offre commerciale et identifier les besoins pour répondre à un objectif de renforcement de l'attractivité commerciale et visuelle de l'offre marchande
  - La réalisation d'une étude portant sur les marchés
  - Etude sur la validation et mise en place d'un périmètre PDU
  - Etude sur l'accessibilité aux PMR

## TABLEAU DE SYNTHESE

<b>Phases</b>	<b>Actions Investissement</b>	<b>Budget prévisionnel</b>
Tranche 1	1. Réhabilitation de la rue Mignet : Phase 1	607 910 €
	2. Nouvelle gestion d'accès de l'aire piétonne	552 083 €
	3. Acquisition d'un dispositif permanent de comptage des flux de clientèle	40 000 €

<b>Phases</b>	<b>Actions Fonctionnement</b>	<b>Budget prévisionnel</b>
Tranche 1	1. Création d'un site Internet et d'une application Smartphone	70.000 €
	2. Plan de communication externe	150.000 €
	3. Création et distribution de sacs réutilisables	95.000 €
	4. Noël des mondes	50.000 €
	5. Salon de l'Artisanat d'Art	100.000 €
	6. Etude sur les marchés	30.000 €
	7. Etude sur la validation et mise en place d'un périmètre DPU	15.000 €
	8. Etude sur l'accessibilité aux PMR	10.000 €
	9. Animateur FISAC	40.000 €

## ACTIONS INVESTISSEMENT

### Fiche action 1 : Réhabilitation de la Rue Mignet : Phase 1

- **Contexte** : La rue Mignet se situe au nord de la ville. Elle part de la place des Prêcheurs pour aller sur le boulevard extérieur. C'est une entrée de centre ville et la liaison directe avec l'un des parkings de la ville (parking Bellegarde). C'est une rue très commerçante avec une majorité d'indépendants. Actuellement les commerçants se situant au nord de la ville connaissent pour la plupart plus de difficultés que ceux se situant au sud. Aussi, la ville d'Aix en Provence souhaite refaire entièrement cette rue qui est très difficile d'accès pour les chalands et faire donc de cette rue une zone piétonne pour améliorer la commercialité. Ces travaux vont se dérouler en deux phases.
  
- **Objectifs** : Permettre aux clients d'accéder et de déambuler librement dans cette rue et ainsi en facilitant le cheminement attirer plus de monde au nord du centre ville (impacts aussi sur les rue commerçantes adjacentes). La piétonisation de cette rue s'inscrit dans une politique globale de réaménagement du centre ville.
  
- **Maître d'ouvrage** : Ville d'Aix en Provence
- **Maître d'œuvre** : Prestataires privés
- **Modalités des actions** : La première phase va être le réaménagement de la rue avec :
  - ↳ Fourniture et pose de pavés
  - ↳ Terrassement chaussée
  - ↳ Création du corps de chaussée
  - ↳ Création de réseaux secs
  - ↳ Création réseaux pluvial
  
- **Echéancier** : tranche 1 - Mai 2011
  
- **Coût détaillé** : Le coût total de cette opération s'élève à 853 400,00 € HT dont 607 910,00 € sont subventionnables.

Postes de dépenses	Coût H.T.
Fourniture et pose de pavés	365 102 €
Terrassement chaussée	122 000 €
Création du corps de chaussée	120 808 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>607 910 €</b>



- **Plan de financement prévisionnel : Budget investissement**

<b>Partenaires</b>	<b>Pourcentage</b>	<b>Montant HT</b>
Commune	40%	243 164 €
Communauté du Pays d'Aix	30%	182 373 €
FISAC	30%	182 373 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>607 910 €</b>

- **Evaluation :**

↳ Enquête satisfaction initiée par les commerçants auprès des consommateurs

## Fiche action 2 : Mise en place d'une nouvelle gestion d'accès de l'aire piétonne

- **Contexte** : Dans le cadre de sa nouvelle piétonisation du cœur de centre ville, la commune d'Aix en Provence souhaite que chaque professionnel puisse travailler librement. Toutefois l'accès au véhicule doit être maîtrisé : la ville va interdire la livraison des commerces après 12h par la montée de bornes. Par contre elle tient à permettre aux artisans et commerçants de fonctionner. En effet, l'artisan doit pouvoir intervenir quand il souhaite en centre ville ou le commerçant vendre des produits volumineux que son client peut récupérer en voiture. C'est pourquoi la ville se fixe comme un des objectifs principaux de moderniser son système de gestion d'accès de l'aire piétonne qui donne une priorité aux commerçants et artisans.
- **Objectifs** : Laisser la place prioritaire aux clients tout en facilitant le travail des commerçants et artisans en centre historique.
- **Maître d'ouvrage** : Ville d'Aix en Provence
- **Maître d'œuvre** : Prestataires privés
- **Modalités des actions** :
  - ↳ Pose de bornes rétractables avec système interphonie et caméra
  - Chaque artisan désirant entrant dans le centre pourra le faire en appui sur un bouton qui permettra de demander en directe l'autorisation.
- **Echéancier** : tranche 1 - Mai 2011
- **Coût détaillé** : Le coût total de cette opération s'élève à 1 150 587,00 € HT dont 152 083,00 € sont subventionnables à 30% et 400 000,00 € à 10%.

Postes de dépenses	Coût H.T.
34 installations PLCA avec interphonie et caméra	552 083 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>552 083 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel pour les 30%: Budget investissement**

Partenaires	Pourcentage	Montant HT
Commune	40%	60 833 €
Communauté du Pays d'Aix	30%	45 625 €
FISAC	30%	45 625 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>152 083 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel pour les 10%: Budget investissement**

<b>Partenaires</b>	<b>Pourcentage</b>	<b>Montant HT</b>
Commune	80%	320 000 €
Communauté du Pays d'Aix	10%	40 000 €
FISAC	10%	40 000 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>400 000 €</b>

- **Evaluation** : enquête satisfaction utilisateurs

### Fiche action 3 : Acquisition d'un dispositif permanent de comptage des flux de clientèle

- **Contexte** : L'offre commerciale du centre ville d'Aix en Provence est concentrée sur cinq principaux axes marchands. Ces cinq axes sont caractérisés par des degrés d'attractivité distincts du fait de leur composition commerciale, du taux de commercialité, de la présence d'enseignes nationales mais aussi de la qualité des aménagements urbains. Visant à un objectif global de renforcement de l'attractivité commerciale sur le centre ville d'Aix en Provence, cet outil de suivi et de mesure de la clientèle permettra d'ajuster la localisation des actions de consolidation ou d'animation sur l'ensemble du linéaire marchand.
- **Objectifs** : Disposer de données quantifiables et instantanées en termes de flux et de fréquentation de la clientèle en centre ville afin de :
  - ↳ Analyser les circuits marchands piétons actuels et futurs en liaisons avec la consolidation marchande sur les sites stratégiques et les futurs aménagements urbains.
  - ↳ Evaluer les retombées des actions d'animation et de communication.
- **Maître d'ouvrage** : Ville d'Aix en Provence
- **Maître d'œuvre** : Prestataire privé
- **Modalités des actions** :
  - ❖ Analyse du circuit piéton sur l'ensemble du linéaire marchand en centre ville.
  - ❖ Analyse sur un plan de la fréquentation réelle du centre ville et par secteur géographique.
  - ❖ Nature du matériel et localisation des outils de mesure.↳ Ces données peuvent :
  - ❖ Constituer des éléments de sensibilisation des professionnels dans le cadre de la rénovation des vitrines / façades commerciales.
  - ❖ Servir de base de travail et de réflexion quant au rôle des espaces publics stratégiques en termes de distribution des flux piétons et les aménagements possibles.
- **Echéancier** : tranche 1 – septembre 2011

- **Coût détaillé** :

Postes de dépenses	Coût H.T.
Rédaction cahier des charges	Néant
Acquisition et mise en place du dispositif	40 000 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>40 000 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget investissement**

<b>Partenaires</b>	<b>Pourcentage</b>	<b>Montant HT</b>
Commune	40%	16 000 €
Communauté du Pays d'Aix	30%	12 000 €
FISAC	30%	12 000 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>40 000 €</b>

- **Evaluation :**

- ↳ Evolution des performances des entreprises sur les trois premières années
- ↳ Evolution régulière de la fréquentation de la clientèle par secteur géographique.

## ACTIONS FONCTIONNEMENT

### **Fiche action 1 : Création d'un site Internet et d'une application Smartphone**

- **Contexte** : la ville d'Aix en Provence bénéficie d'une renommée touristique nationale et internationale. Toutefois, le centre ville et notamment les linéaires marchands ne semblent pas tirer pleinement partie de cette attractivité touristique. Dans ce contexte, le centre ville et notamment les professionnels, se doivent de se doter de nouveaux dispositifs de communication basés sur les nouvelles technologies et adaptés aux nouveaux comportements de consommation de la clientèle locale et extérieure.
  
- **Objectifs** : diversifier les moyens de communication et les adapter aux nouveaux comportements de la clientèle. Renforcer l'image de l'association des commerçants d'Aix en Provence.
  
- **Maître d'ouvrage** : Communauté d'Agglomération d'Aix
- **Maître d'œuvre** : Prestataire Privé
- **Modalités des actions** :
  - ↳ Élaborer un cahier des charges en tenant compte des objectifs souhaités :
    - ❖ Information de la clientèle résidante et touristique des animations commerciales et des événements à venir.
    - ❖ Recensement des activités commerciales, des jours et horaires d'ouverture, des actions de promotions individuelles,...
    - ❖ Mise à disposition d'une carte interactive du centre ville.
    - ❖ Localisation des activités commerciales sédentaires et non sédentaires (nature de l'offre, jours et horaires d'ouverture...).
    - ❖ Localisation des espaces de stationnement et dénombrement instantané des capacités de stationnement.
    - ❖ Propositions d'évolutions possibles de l'outil : actions de fidélisation (enregistrement par les commerçants des achats effectués en magasin, accumulation de points, lecture des points de fidélité en ligne par les clients...), paiement en des services (stationnement...).
    - ❖ Un accès sécurisé par commerçant et artisans afin de réactualisation la promotion d'articles ou des services.

- **Echéancier** : tranche 1 – juin 2011

- **Coût détaillé** :

<b>Postes de dépenses</b>	<b>Coût H.T.</b>
Acquisition et mise en place du dispositif Smartphone	55 000 €
Réalisation du site de l' APACA	15 000 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>70 000 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget fonctionnement**

<b>Partenaires</b>	<b>Pourcentage</b>	<b>Montant HT</b>
APACA	5%	3 500 €
Communauté du Pays d'Aix	45%	31 500 €
FISAC	50%	35 000 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>70 000 €</b>

- **Evaluation** :

- ↳ Nombre de connexions visiteurs mensuelles et évolution
- ↳ Nombre de messages d'informations dynamiques mensuels et évolution
- ↳ Provenance de la clientèle
- ↳ Degré d'appréciation de la clientèle

## Fiche action 2 : Plan de communication externe

- **Contexte** : L'APACA a créé récemment une nouvelle marque visuelle. L'association doit aujourd'hui communiquer sur cette nouvelle identité pour promouvoir le commerce aixois.
- **Objectifs** : Renforcer l'image des commerçants indépendants du centre ville et augmenter ainsi leur zone de chalandise. Inciter les commerçants à se fédérer d'avantage et donner au commerce de centre ville d'Aix en Provence l'image d'un commerce pour tous les types de clientèle. Informer la clientèle locale et touristique des animations et événements à venir.
- **Maître d'ouvrage** : Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix
- **Maître d'œuvre** : Prestataires privés
- **Modalités des actions** :
  - ❖ Identifier les actions de communication et d'information menées par les professionnels auprès de leur clientèle.
  - ❖ Proposer des supports de communication adaptés à chaque type de clientèle (résidente, étudiants, passage, touristes) : panneaux, affichage, plaquettes...
  - ❖ Créer des interactions et complémentarités avec les supports de communication existants : Office de Tourisme, Site Internet et module Smartphone, Mairie.
  - ❖ Définir les localisations préférentielles des supports de communication.
- **Echéancier** : Tranche 1 - juillet 2011 et janvier 2012
- **Coût détaillé** :

Postes de dépenses	Coût H.T.
Elaboration et mise en œuvre du plan de communication – Temps 1	75 000 €
Elaboration et mise en œuvre du plan de communication – Temps 2	75 000 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>150 000 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget fonctionnement**

Partenaires	Pourcentage	Montant
APACA	5%	7 500 €
Communauté du Pays d'Aix	45%	67 500 €
FISAC	50%	75 000 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>150 000 €</b>

- **Evaluation** :
  - ↳ Tenue des deux campagnes de communication par rapport aux objectifs visés
  - ↳ Nombre de remarques sur l'opération et la qualité des supports diffusés



## Fiche action 3 : Création et distribution de sacs réutilisables

- **Contexte** : Créer un nouveau support de communication dans un contexte de la réduction des emballages et de fidélisation de la clientèle.
- **Objectifs** : Créer un objet identitaire du commerce du centre ville d'Aix en Provence en lien avec les préoccupations environnementales et de propreté de la ville visant la suppression à terme des sachets plastiques. Offerts par les commerçants sédentaires ou non et les artisans à leur clientèle, ils constitueront un lien identitaire par le logo floqué de l'association. Il pourra en lien, lors de sa distribution, avec des manifestations commerciales et culturelles. En effet, les sacs réutilisables seront édités en deux temps. Une moitié au mois de juin 2011. Ces sacs seront en relation avec l'exposition Planque au Musée Granet. L'autre moitié au mois de février 2012 qui est un moment plus creux après les soldes. Ces sacs pourraient être en lien avec la Saint-Valentin.
- **Maître d'ouvrage** : Communauté du Pays d'Aix
- **Maître d'œuvre** : Prestataires provés
- **Modalités des actions** :
  - ↳ Recherche d'un prestataire de service (choix du gabarit et de la matière, plutôt naturelle et recyclable, définition des motifs d'impression, ...)
  - ↳ Réalisation et livraison par le prestataire
  - ↳ Réalisation d'une campagne de communication spécifique préalablement à la distribution des sacs.
- **Echéancier** : Tranche 1 – juin 2011 et février 2012
- **Coût détaillé** :

Postes de dépenses	Coût H.T.
Communication : presse, tracts...	5.000 €
Prestataires externes (60 000 sacs à 1,50 €)	90 000 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>95.000 €</b>

### Plan de financement prévisionnel : Budget fonctionnement

Partenaires	Pourcentage	Montant
APACA	5%	4 750 €
Communauté du Pays d'Aix	45%	42 750 €
FISAC	50%	47 500 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>95.000 €</b>

- **Evaluation** :
  - ↳ Nombre de sacs distribués au cours de l'année
  - ↳ Nombre de rééditions nécessaires
  - ↳ Retours de la clientèle auprès des professionnels

## Fiche action 4 : Noël des mondes

- **Contexte** : Dans un contexte économique difficile et une concurrence forte des zones commerciales surtout durant cette période de l'année, pouvoir attirer le grand nombre de clients dans les rues du centre ville.
- **Objectifs** : promouvoir l'activité du commerce aixois et de sa dynamique. Permettre à l'association de communiquer et d'augmenter le nombre de commerçants adhérents à cette animation.
- **Maître d'ouvrage** : Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix
- **Maître d'œuvre** : Prestataires privés
- **Modalités des actions** :
  - ❖ Déterminer le calendrier de mise en œuvre des actions d'animation : 2 week-ends précédents la période des fêtes de fin d'année. Compte tenu du programme d'animations souhaité et mis en œuvre, veiller à lisser leur mise en œuvre sur l'ensemble de l'année civile.
  - ❖ Mettre les pays du monde à l'honneur en veillant à répartir les animations sur l'ensemble du linéaire marchand
  - ❖ Caractériser le périmètre géographique et le pays retenu par rue commerçante : par exemple l'Italie dans la rue d'Italie, l'Espagne dans la rue Mignet, l'Afrique dans la rue Boulegon,...
  - ❖ Evaluer le nombre de professionnels souhaitant participer et la nature de leur activité.
  - ❖ Déterminer les actions d'animation à réaliser compte tenu du pays retenu et de la nature des activités des professionnels intéressés : décoration de vitrines, présence de stands proposant les caractéristiques du pays (distribution de friandise), proposition d'un menu spécifique, petit orchestre (style bandas espagnoles),...
  - ❖ Faire la promotion de l'association caractérisé un petit mobilier au couleur de l'APACA 0 4 ou 5 endroits stratégiques dans la ville.
  - ❖ Définir la campagne de communication appropriée : affichage, presse, tract, site Internet et application Smartphone...
- **Echéancier** : Tranche 1 – décembre 2011

- **Coût détaillé :**

<b>Postes de dépenses</b>	<b>Coût H.T.</b>
Mise en œuvre de l'animation et communication	50.000 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>50.000 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget fonctionnement**

<b>Partenaires</b>	<b>Pourcentage</b>	<b>Montant</b>
APACA	5%	2 500 €
Communauté du Pays d'Aix	45%	22 500 €
FISAC	50%	25 000 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>50 000 €</b>

- **Evaluation :**

- ↳ Nombre de professionnels participants et leur niveau de satisfaction (questionnaire d'évaluation de la manifestation via l'APACA).
- ↳ Niveau de satisfaction de la clientèle (distribution au sein des activités d'un questionnaire d'évaluation)
- ↳ Evaluation du chiffre d'affaires des professionnels

## Fiche action 5 : Salon de l'Artisanat d'Art

- **Contexte** : Les entreprises du secteur d'Artisanat d'Art sont relativement dispersées sur le territoire et de ce fait peu visibles. Elles exposent chacune de manière individuelle, ainsi aucune synergie ou dynamique n'est générée. Or ces activités peuvent constituer un vecteur d'attractivité important pour le territoire. Aussi, il est envisagé d'organiser un salon permettant d'avoir une meilleure connaissance des artisans d'Art présents sur le territoire tout en créant un événement.
- **Objectifs** : générer une fréquentation extérieure exceptionnelle en s'appuyant sur un événementiel mettant en avant la promotion de l'Artisanat d'Art, des artisans et de leur savoir-faire.
- **Maître d'ouvrage** : Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix
- **Maître d'œuvre** : Prestataires privés
- **Modalités des actions** :
  - ❖ Déterminer le calendrier de mise en œuvre des actions d'animation (1 ou 2 journées au mois juin 2012). Cette action clôturera le programme d'actions de la première tranche du FISAC.
  - ❖ Recenser les professionnels susceptibles de participer à ce salon : s'appuyer sur les listes des membres de la CMA 13.
  - ❖ Clôturer la manifestation par un concert classique utilisant les instruments fabriqués par les artisans locaux.
  - ❖ Définir les modalités d'organisation et de participation à ce salon : lieux, organisation, participation financière, nature des stands...
  - ❖ Sensibiliser et informer les professionnels de la tenue de ce salon.
  - ❖ Définir la campagne de communication appropriée : affichage, presse, tract, site Internet et application Smartphone...
- **Echéancier** : Tranche 1 - juin 2012

- **Coût détaillé :**

<b>Postes de dépenses</b>	<b>Coût H.T.</b>
Organisation et création Salon	100 000 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>100 000 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget fonctionnement**

<b>Partenaires</b>	<b>Pourcentage</b>	<b>Montant</b>
APACA	5%	5 000 €
Communauté du Pays d'Aix	45%	45 000 €
FISAC	50%	50 000 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>100 000 €</b>

- **Evaluation :**

- ↳ Nombre de visiteurs et degré d'appréciation : distribution de questionnaires d'évaluation lors de leur visite sur le Salon
- ↳ Nombre de participants (professionnels)
- ↳ Nombre de remarques sur l'opération et la qualité des supports diffusés
- ↳ Analyse de la provenance de la clientèle et des caractéristiques du séjour sur Aix en Provence (durée, lieu d'hébergement....)

## Fiche action 6 : Etude sur les Marchés

- **Contexte** : Les marchés du centre ville d'Aix en Provence représentent un des atouts majeurs de la ville. Ils sont fréquentés par une clientèle locale mais aussi par une clientèle touristique. Cet atout qui renforce la commercialité des commerçants aixois est aujourd'hui fragilisé une diminution de producteurs locaux et un visuel pas assez qualitatif pour l'image de la ville et de ses commerçants.
  
- **Objectifs** : Cette action comprendra 2 volets, les objectifs étant :
  - ❖ Maintenir et renforcer l'image haut gde gamme des marchés aixois.
  - ❖ Renforcer la présence de la production locale sur les marchés.
  - ❖ Renforcer la qualité de la desserte alimentaire du centre ville pour la clientèle résidante et touristique.
  - ❖ Renforcer l'image d'un centre ville commerçant diversifié.
  - ❖ Poursuivre l'amélioration de l'aspect visuel des marchés et l'optimisation de leur fonctionnement en mettant plus particulièrement l'accent sur les marchés alimentaires.
  
- **Maître d'ouvrage** : Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix
- **Maître d'œuvre** : Prestataire privé
- **Modalités des actions** :
  - Volet 1** : Etude préalable à la valorisation et modernisation des marchés existants.
    - ↳ Evaluer les besoins en termes de modernisation et de valorisation des équipements des professionnels.
    - ↳ Optimiser le fonctionnement et l'organisation des marchés et des bancs : implantation des bancs, cheminements piétons, réglementation, valorisation des produits et des bancs, homogénéisation des équipements, formation des professionnels.
    - ↳ Mener une analyse économique de l'offre en fonction des caractéristiques, besoins et attentes de la clientèle résidant la zone de chalandise et touristique : diversification ou thématisation de l'offre, renforcement des produits et des commerçants,...
    - ↳ Développer les outils techniques et mettre en place une gestion adaptée de la gestion des déchets (dépôt et collecte) en donnant aux marchés une image qualitative par la prise en compte des préoccupations environnementales : apport volontaire des déchets par les professionnels, utilisation de sacs réutilisables, mise à disposition de bennes / points de collecte en fonction de la nature des déchets...
  
  - Volet 2** : Etude préalable à la création d'un marché couvert.
    - ↳ Définir le potentiel de développement commercial et économique du marché couvert :
    - ↳ Identifier les besoins et attentes de la clientèle, les comportements d'achat et de consommation.

- ❖ réaliser une étude de marché : chiffre d'affaires prévisionnels, composition commerciale, volume et nature de l'offre (activité, positionnement, gamme de produits) à développer en complémentarité de l'offre actuelle et environnante.
  - ❖ analyser la concurrence environnante.
  - ❖ identifier les professionnels non sédentaires souhaitant s'implanter au sein du marché couvert.
  - ❖ identifier les activités sédentaires ayant capacité à exposer leur produits / service en extérieur.
- ↳ Optimiser l'organisation du marché couvert en fonction des :
- ❖ caractéristiques physiques et urbaines du site d'implantation : accessibilité, visibilité, stationnement clientèle, continuité linéaires marchands...
  - ❖ besoins des professionnels : équipements réfrigérés, longueur des façades, stockage, réapprovisionnement, déballage, emballage, stationnement camions...
  - ❖ contraintes commerciales : taille des bancs, organisation des allées et des cheminements piétons...
  - ❖ contraintes architecturales : éclairage, ventilation, matériaux, entrées / sorties, liaisons piétonnes et visuelles avec l'environnement commercial...
  - ❖ besoins en équipements : électricité, eau potable, eaux usées, bureau placier, collecte et dépôt déchets...
  - ❖ besoins en matière de services à la clientèle : gardiennage, entreposage des courses, services de livraison...
- ↳ Formuler des propositions opérationnelles pour le fonctionnement du marché couvert notamment :
- ❖ les jours et horaires d'ouverture à la clientèle et aux professionnels.
  - ❖ le mode de gestion approprié.
  - ❖ les documents administratifs : le règlement général qui fixe les obligations communes à chaque occupant, le contrat individuel de concession fixant les droits et devoirs des professionnels par rapport à leur emplacement et le cahier des charges techniques.
- ↳ Elaborer des propositions architecturales.

- **Echéancier** : tranche 1 – octobre 2011
- **Coût détaillé** :

<b>Postes de dépenses</b>	<b>Coût H.T.</b>
Réalisation de l'étude préalable comprenant les deux volets	30 000 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>30 000 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget fonctionnement**

<b>Partenaires</b>	<b>Pourcentage</b>	<b>Montant</b>
Communauté du Pays d'Aix	50%	15 000 €
FISAC	50%	15 000 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>30.000 €</b>

- **Evaluation :**

↳ NC



## **Fiche action 7 : Etude sur la pertinence et la mise en place d'un périmètre DPU (droit de préemption urbain)**

- **Contexte** : Des baux commerciaux excessifs qui entraînent de plus en plus l'implantation de grandes enseignes ou de services au détriment du commerce d'indépendants.
- **Objectifs** : Maintenir au maximum le commerce de détail qui est encore aujourd'hui la grande spécificité du commerce aixois. Avoir un observatoire qui permette éventuellement d'intervenir en cas de péril du commerce de proximité du centre ville. Préserver et améliorer l'attractivité globale du centre-ville par le renforcement des accroches commerciales. Adapter les outils d'urbanisme opérationnel à une stratégie commerciale de renforcement et de sauvegarde sur un périmètre géographique défini favorisant un alignement tout commerce.
- **Maître d'ouvrage** : Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix
- **Maître d'œuvre** : Prestataire privé
- **Modalités des actions** :
  - ↳ Informer l'ensemble des acteurs de la mise en place d'un périmètre de préemption sur les fonds commerciaux et artisanaux sur la commune et de ses implications.
  - ↳ Délimiter un périmètre de sauvegarde de l'activité commerciale et artisanale en centre-ville,
  - ↳ Justifier le périmètre sur la base du diagnostic de l'activité économique en centre-ville et de la stratégie retenue.
  - ↳ Mettre en place un outil de suivi des affectations commerciales.
- **Echéancier** : tranche 1 – juillet 2011

- **Coût détaillé :**

<b>Postes de dépenses</b>	<b>Coût H.T.</b>
Etude DPU	15.000 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>15.000 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget fonctionnement**

<b>Partenaires</b>	<b>Pourcentage</b>	<b>Montant</b>
Communauté du Pays d'Aix	50%	7 500 €
FISAC	50%	7 500 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>15 000 €</b>

- **Evaluation :**

- ↳ Suivi terrain des locaux d'activité situés dans le périmètre DPU
- ↳ Suivi des affectations des locaux d'activité sur ce périmètre

## Fiche action 8 : Etude sur l'accessibilité aux PMR

- **Contexte** : L'accessibilité aux PMR dans les commerces, la loi du 11 février 2005 impose une mise aux normes d'ici à 2015.
- **Objectifs** : Définir le nombre d'entreprise du centre ville qui devront se mettre aux normes d'ici 2015 et ainsi établir un nombre prévisionnel d'aides directes aux entreprises dans le cadre du FISAC.
- **Maître d'ouvrage** : Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix
- **Maître d'œuvre** : Prestataire privé
- **Modalités des actions** :
  - ↳ Etablir le nombre d'entreprises du centre ville qui doivent réaliser des travaux.
  - ↳ Définir parmi ces entreprises celles qui auront besoin d'une aide financière pour la mise en conformité avec la loi du 11/02/2005.
- **Echéancier** : tranche 1 – mars 2012
- Coût détaillé

Postes de dépenses	Coût H.T.
Réalisation pré-diagnostic sur le centre ville	10 000 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>10 000 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget fonctionnement**

Partenaires	Pourcentage	Montant
CPA	50%	5 000 €
FISAC	50%	5 000 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>10.000 €</b>

- **Evaluation** :
  - ↳ NC

## Fiche action 9 : Animateur FISAC

- **Contexte** : Il s'agit d'une action transversale au programme FISAC et durera pendant les 3 tranches. Recruter une personne dont le profil est en adéquation avec le poste pour assurer la coordination technique des différentes phases relevant de l'opération et pour servir d'interface entre les professionnels et les acteurs publics.
- **Objectifs** : Faciliter l'appropriation de l'opération par l'ensemble des acteurs institutionnels et économiques et accompagner les démarches de l'association dans la mise en œuvre du FISAC et de ses actions ;
- **Maître d'ouvrage** : Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix

- **Modalités des actions** :

Profil :

- ↳ Niveau Bac+3 ou 4, formation pluridisciplinaire afin de favoriser la transversalité des actions en liaison avec d'autres opérations.
- ↳ Sens du contact et goût pour le travail de terrain.
- ↳ Connaissance et expérience du milieu commercial et du fonctionnement des opérations de redynamisation.
- ↳ Aptitude à l'animation et à la conduite de réunions.
- ↳ Capacité de travail en équipe.
- ↳ Connaissance du fonctionnement des opérations et structures publiques.

Principales missions :

- ↳ Mobilisation des acteurs
- ↳ Assurer la mise en œuvre des actions et leur suivi
- ↳ Faire valider les éléments d'évaluation par le comité de pilotage.
- ↳ Suivre le budget de l'opération.
- ↳ Rencontrer les personnes souhaitant bénéficier des financements liés à l'opération, informer sur les critères et les modalités d'attribution des aides, aider au montage de dossier.

- **Echéancier** : trois tranches et dès le lancement de l'opération en tranche 1

- **Coût détaillé :**

<b>Postes de dépenses</b>	<b>Coût H.T.</b>
Coût salarial de l'animateur pour la première tranche	40 000 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>40 000 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel :**

<b>Partenaires</b>	<b>Pourcentage</b>	<b>Montant</b>
Communauté du Pays d'Aix	62,5%	25 000€
FISAC	37,5%	15 000 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>40 000 €</b>

- **Evaluation :**

- ↳ Implication des acteurs, (nb de rencontres, types de partenariat,...)
- ↳ Délai de mise en œuvre des actions
- ↳ Perception des acteurs

## **5. Tranche 2 : le programme d'actions retenu**

Les actions programmées en première tranche vont donc continuer à donner au centre ville d'Aix en Provence une image commerciale forte et dynamique et vont permettre ainsi de renforcer l'identité de l'association des commerçants (L'APACA).

La deuxième tranche permettra quant à elle de poursuivre la dynamique mise en place en tranche 1 et s'inscrire avec un événement majeur « Marseille Provence 2013 » dans lequel la ville d'Aix en Provence est associée.

Les actions retenues vont donc :

- Renforcer l'armature commerciale par la création d'espaces marchands stratégiques permettant d'unifier la fréquentation de la clientèle sur l'ensemble du périmètre du centre ville. Ces sites stratégiques seront identifier par la mise en place d'un linéaire à destination exclusive d'activités commerciales. Il s'agira donc au final de maîtriser la destination des locaux d'activités.
- Répondre aux besoins identifiés préalablement en terme de modernisation de l'équipement commercial, par la mise en place de dispositifs d'aides financières à destination des professionnels.
  - Aides directes pour favoriser l'accès aux points de vente par les personnes à mobilité réduite.
  - Acquisition de matériels pour la modernisation des marchés.
- Capturer de nouveaux clients avec des animations qualitatives :
  - Semaine de la mode.
  - Braderie commerciale.

## TABLEAU DE SYNTHÈSE

<b>Phases</b>	<b>Actions d'investissement</b>	<b>Budget prévisionnel</b>
Tranche 2	1. Réhabilitation de la rue Mignet : Phase 2	N.D.
	2. Réhabilitation Madeleine – Prêcheurs : Phase 1	2 033 444 €
	3. Création de lieux stratégiques pour l'activité commerciale par acquisitions et remboursements	N.D.
	4. Aides directes pour accessibilité PMR	N.D.
	5. Acquisition de matériels pour la modernisation des marchés	

<b>Phases</b>	<b>Actions de fonctionnement</b>	<b>Budget prévisionnel</b>
Tranche 2	1. Semaine de la mode	20.000 €
	2. Plan de communication interne	20.000 €
	3. Braderie commerciale	5 000 €
	4. Animateur FISAC	40 000 €

## ACTIONS D'INVESTISSEMENT

### Fiche action 1 : Réhabilitation de la Rue Mignet : Phase 2

- **Contexte** : La rue Mignet se situe au nord de la ville. Elle part de la place des Prêcheurs pour aller sur le boulevard extérieur. C'est une entrée de centre ville et la liaison directe avec l'un des parkings de la ville (parking Bellegarde). C'est une rue très commerçante avec une majorité d'indépendants. Actuellement les commerçants se situant au nord de la ville connaissent pour la plupart plus de difficultés que ceux se situant au sud. Aussi, la ville d'Aix en Provence souhaite refaire entièrement cette rue qui est très difficile d'accès pour les chalands et faire donc de cette rue une zone piétonne pour améliorer la commercialité.
- **Objectifs** : Finaliser les travaux initiés en tranche 1 à savoir achever la piétonisation de cette rue.
- **Maître d'ouvrage** : Ville d'Aix en Provence
- **Maître d'œuvre** : Prestataires privés
- **Modalités des actions** :
  - ↳ Finition de la chaussée
  - ↳ Mise en place de bornes
  - ↳ Signalétique
- **Echéancier** : tranche 2
- **Coût détaillé** :

Postes de dépenses	Coût H.T.
	N.D
<b>TOTAL HT</b>	<b>N.D €</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget investissement**

Partenaires	Pourcentage	Montant HT
Commune	40%	
Communauté du Pays d'Aix	30%	
FISAC	30%	
<b>TOTAL HT</b>		

- **Evaluation** :
  - ↳ Enquête satisfaction initiée par les commerçants auprès des consommateurs



## Fiche action 2 : Réhabilitation Madeleine Prêcheurs : Phase 1

- **Contexte** : Toujours dans un souci de rééquilibrer la ville, la commune poursuit sa piétonisation sur ces deux places qui sont le prolongement de la rue Mignet. Ainsi, le réaménagement de ces deux places où sont situés différents commerces mais aussi lieux stratégiques où partent plusieurs rues commerçantes du nord de la ville va permettre l'augmentation de la fréquentation de clients potentiels. Par ailleurs, ces places accueillent le marché alimentaire deux fois par semaine et le marché aux fleurs le dimanche.
- **Objectifs** : Améliorer le flux commercial
- **Maître d'ouvrage** : Ville d'Aix en Provence
- **Maître d'œuvre** : Prestataires privés
- **Modalités des actions** :
  - ↳ Réfectionnement des places
- **Echéancier** : tranche 2
- **Coût détaillé** : Le coût global pour la première tranche de 2 033 000 € HT mais le montant subventionnable ne pourra être calculé qu'en fonction des autres fiches actions investissement.

Postes de dépenses	Coût H.T.
Réhabilitation des places	
<b>TOTAL HT</b>	<b>€</b>

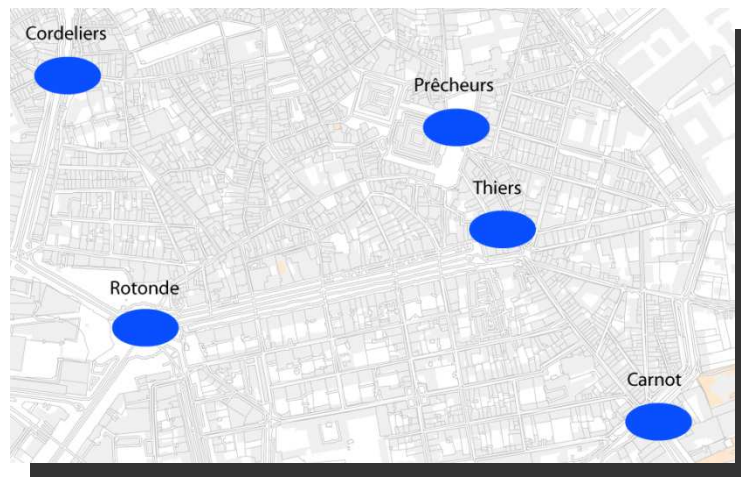
- **Plan de financement prévisionnel : Budget investissement**

Partenaires	Pourcentage	Montant HT
Commune	40%	€
Communauté du Pays d'Aix	30%	€
FISAC	30%	€
<b>TOTAL HT</b>		<b>€</b>

- **Evaluation** :
  - ↳ Enquête satisfaction initiée par les commerçants auprès des consommateurs

### Fiche action 3 : Création de lieux stratégiques pour l'activité commerciale par acquisition et remembrements

- **Contexte** : Suite à la validation et la mise en place d'un périmètre DPU, cette action s'inscrit dans une volonté de renforcer l'offre commerciale du centre ville à moyen et long terme et de thématiser l'offre commerciale sur les espaces marchands. Des sites stratégiques ont été identifiés lors du diagnostic de l'offre commerciale et de son organisation :



- **Objectifs** : Créer une équité commerciale sur l'ensemble du centre ville et favoriser le flux entre les différents lieux stratégiques.
- **Maître d'ouvrage** : Ville d'Aix en Provence
- **Modalités des actions** :
  - ↳ Valider les propositions stratégiques en matière de renforcement et de densification de l'offre commerciale en liaison avec le PSMV.
  - ↳ Identifier et recenser les locaux d'activités vacants et les locaux stratégiques du fait de leur emplacement ou de leur taille : surface globale, surface de vente, coordonnées du propriétaire, type de bail, état du local et du bâti, type de travaux nécessaires...
  - ↳ Contacter individuellement et sensibiliser les propriétaires à une remise sur le marché de leurs locaux d'activités laissés vacants ou ceux nécessitant des travaux d'adaptation et leur proposer un accompagnement ainsi qu'une aide financière pour la réalisation de travaux de remembrement commercial...
  - ↳ Faciliter la mise en relation des propriétaires et des porteurs de projet.
  - ↳ Envisager l'acquisition à l'amiable des locaux d'activités par la collectivité si les relations propriétaires / professionnels bloquent.
- **Echéancier** : tranche 2

- **Coût détaillé** : *Evaluation à réaliser en tranche 1 en fonction des locaux retenus*

<b>Postes de dépenses</b>	<b>Coût H.T.</b>
Concertation, recensement et sensibilisation	Néant
Acquisition des locaux	A définir
Travaux de remembrements	A définir
<b>TOTAL HT</b>	<b>A définir</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget investissement**

<b>Partenaires</b>	<b>Pourcentage</b>	<b>Montant</b>
FISAC	30 %	à définir
Communauté du Pays d'Aix	30 %	à définir
Ville Aix en Provence	40 %	à définir
<b>TOTAL HT</b>		<b>A définir</b>

- **Evaluation :**

- ↳ Évolution du taux de vacance et nombre de locaux rénovés
- ↳ Evolution du taux de commercialité et de diversité commerciale

## Fiche action 4 : Aides directes pour accessibilité PMR

- **Contexte** : Concernant l'accessibilité aux PMR dans les commerces, la loi du 11 février 2005 impose une mise aux normes d'ici à 2015. L'étude faite en tranche 1 définira le nombre d'entreprise qui pourra bénéficier de ce soutien financier.
- **Objectifs** : Permettre aux entreprises de mettre aux normes leur commerce.
- **Maître d'ouvrage** : Ville d'Aix en Provence
- **Modalités des actions** :
  - ↳ Accompagner dans le montage de projet de demande de subvention
- **Echéancier** : tranche 2
- **Coût détaillé** : *A définir à l'issue de l'étude réalisée en tranche 1*

Postes de dépenses	Coût H.T.
En fonction des éléments issus de l'étude diagnostic prévue en tranche 1	ND
<b>TOTAL HT</b>	<b>ND</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget investissement**

Partenaires	Pourcentage	Montant
FISAC	30%	à définir
Communauté du Pays d'Aix	30%	
Entreprises	40%	
<b>TOTAL HT</b>		<b>A définir</b>

- **Evaluation** :
  - ↳ Nombre de points de points de vente rénovés en fonction des éléments issus de l'étude diagnostic prévue en tranche 1

## Fiche action 5 : Acquisition de matériel pour modernisation des marchés

- **Contexte** : Suite à l'étude établie en tranche 1, il pourra être évalué le besoin quant à l'amélioration qualitative et quantitative des marchés aixois.
- **Objectifs** :
  - ❖ poursuivre l'amélioration de l'aspect visuel des marchés et l'optimisation de leur fonctionnement en mettant plus particulièrement l'accent sur les marchés alimentaires.
  - ❖ renforcer la présence de la production locale sur les marchés.
- **Maître d'ouvrage** : Ville d'Aix en Provence
- **Modalités des actions** :  
En fonction des éléments issus de l'étude diagnostic prévue en tranche 1 : estimation des travaux de modernisation des marchés (équipements, aménagements urbains, signalétique, ...).
- **Echéancier** : tranche 2
- **Coût détaillé** : *A définir à l'issue de la tranche 1*

Postes de dépenses	Coût H.T.
En fonction des éléments issus de l'étude diagnostic prévue en tranche 1	ND
<b>TOTAL HT</b>	<b>ND</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget investissement**

Partenaires	Pourcentage	Montant
FISAC	30%	à définir
Communauté du Pays d'Aix	30%	à définir
Ville Aix en Provence	40%	à définir
<b>TOTAL HT</b>		<b>A définir</b>

- **Evaluation** : N.C

## ACTIONS FONCTIONNEMENT

### Fiche action 1 : Semaine de la Mode

- **Contexte** : Le secteur du prêt-à-porter est fortement représenté dans le commerce aixois et ce secteur contribue fortement l'attractivité de la ville.
- **Objectifs** : Une animation haut de gamme autour de l'habillement permettra une activité commerciale forte dans le centre ville.
- **Maître d'ouvrage** : Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix
- **Maître d'œuvre** : Prestataire privé
- **Modalités des actions** :
  - ↳ Définir les modalités d'organisation de cette animation et les différentes animations envisageables : défilé des jeunes créateurs, évènements nocturnes, décoration des vitrines,...
  - ↳ Recenser, sensibiliser et informer les professionnels de la tenue de cette animation. L'objectif étant d'obtenir un taux de participation élevé des professionnels sur l'ensemble du linéaire marchand.
  - ↳ Informer la clientèle de la tenue de cette animation : presse, site Internet, affichage...
- **Echéancier** : tranche 2
- **Coût détaillé** :

Postes de dépenses	Coût H.T.
Organisation Semaine de la Mode	20 000 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>20 000 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget fonctionnement**

Partenaires	Pourcentage	Montant
APACA	5%	1 000 €
Communauté du Pays d'Aix	45%	9 000 €
FISAC	50%	10 000 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>20.000 €</b>

#### **Evaluation :**

- ↳ Nombre de professionnels participants et leur niveau de satisfaction (questionnaire d'évaluation de la manifestation via l'APACA).
- ↳ Niveau de satisfaction de la clientèle (distribution au sein des activités d'un questionnaire d'évaluation)

## Fiche action 2 : Plan de communication interne

- **Contexte** : La mobilisation des acteurs sera d'autant plus forte si ces derniers sont informés de la mise en place de ce programme d'actions, de son avancement, des résultats escomptés et des résultats obtenus.
- **Objectifs** : Inciter les commerçants à se fédérer pour travailler ensemble et non plus individuelle.
- **Maître d'ouvrage** : Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix
- **Maître d'œuvre** : Prestataire privé
- **Modalités des actions** :
  - ❖ Site intranet
  - ❖ Réseaux sociaux (page facebook)
  - ❖ Forum de discussion
  - ❖ Newsletter
  - ❖ Plaquettes
- ↳ Définir les thématiques abordées en intégrant par exemple :
  - ❖ l'avancement du programme FISAC, les objectifs visés, le programme d'actions, les différentes aides et leur mode de sollicitation, les personnes ressources ...
  - ❖ les travaux et leur avancement,
  - ❖ les résultats issus de la mise en place du dispositif de comptage des flux de clientèle (action 8)
  - ❖ le degré de satisfaction de la clientèle (action 4).
- **Echéancier** : Tranche 2
- **Coût détaillé** :

Postes de dépenses	Coût H.T.
Elaboration et mise en œuvre du plan de communication	20.000 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>20.000 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget fonctionnement**

Partenaires	Pourcentage	Montant
APACA	10%	2 000 €
Communauté du Pays d'Aix	40%	8 000 €
FISAC	50%	10.000 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>20.000 €</b>

- **Evaluation** :
  - ↳ Niveau de participation aux réunions d'information et nombre d'adhérents

## Fiche action 3 : Braderie

- **Contexte** : Aujourd'hui le commerce Aixois ne propose pas une braderie digne de son image comme le font d'autres grandes villes en France et qui attirent un nombre de clients considérables.
- **Objectifs** : Créer braderie d'envergure qui aurait une renommée nationale.
- **Maître d'ouvrage** : Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix
- **Maître d'œuvre** : Prestataire privé
- **Modalités des actions** :
  - ↳ Définition des besoins et des habitudes des chalandises résidentes et salariés
  - ↳ Constituer une équipe pour la mise en œuvre de l'action
  - ↳ Définir le jour de tenue de la braderie et le lieu
  - ↳ Négociation avec la ville
  - ↳ Lancer un appel à candidature auprès des professionnels
  - ↳ Réaliser une communication

- **Echéancier** : tranche 2

- **Coût détaillé** :

Postes de dépenses	Coût H.T.
Organisation	Néant
Conception en interne	néant
Communication	5 000 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>5 000 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget fonctionnement**

Partenaires	Pourcentage	Montant
APACA	5%	250 €
Communauté du Pays d'Aix	45%	2 250 €
FISAC	50%	2 500 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>5 000 €</b>

- **Evaluation** :

- ↳ Fréquentation clientèle
- ↳ Nombre de commerçants participants



## Fiche action 4 : Animateur FISAC

- **Contexte** : Il s'agit d'une action transversale au programme FISAC et durera pendant les 3 tranches. Recruter une personne dont le profil est en adéquation avec le poste pour assurer la coordination technique des différentes phases relevant de l'opération et pour servir d'interface entre les professionnels et les acteurs publics.
- **Objectifs** : Faciliter l'appropriation de l'opération par l'ensemble des acteurs institutionnels et économiques et accompagner les démarches de l'association dans la mise en œuvre du FISAC et de ses actions ;
- **Maître d'ouvrage** : Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix

- **Modalités des actions** :

Profil :

- ↳ Niveau Bac+3 ou 4, formation pluridisciplinaire afin de favoriser la transversalité des actions en liaison avec d'autres opérations.
- ↳ Sens du contact et goût pour le travail de terrain.
- ↳ Connaissance et expérience du milieu commercial et du fonctionnement des opérations de redynamisation.
- ↳ Aptitude à l'animation et à la conduite de réunions.
- ↳ Capacité de travail en équipe.
- ↳ Connaissance du fonctionnement des opérations et structures publiques.

Principales missions :

- ↳ Mobilisation des acteurs
- ↳ Assurer la mise en œuvre des actions et leur suivi
- ↳ Faire valider les éléments d'évaluation par le comité de pilotage.
- ↳ Suivre le budget de l'opération.
- ↳ Rencontrer les personnes souhaitant bénéficier des financements liés à l'opération, informer sur les critères et les modalités d'attribution des aides, aider au montage de dossier.

- **Echéancier** : trois tranches et dès le lancement de l'opération en tranche 1

- **Coût détaillé :**

<b>Postes de dépenses</b>	<b>Coût H.T.</b>
Coût salarial de l'animateur pour la première tranche	40 000 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>40 000 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel :**

<b>Partenaires</b>	<b>Pourcentage</b>	<b>Montant</b>
Communauté du Pays d'Aix	62,5%	25 000€
FISAC	37,5%	15 000 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>40 000 €</b>

- **Evaluation :**

- ↳ Implication des acteurs, (nb de rencontres, types de partenariat,...)
- ↳ Délai de mise en œuvre des actions

## 6. Tranche 3 : le programme d'actions retenu

Les actions inscrites dans la troisième tranche visent à pérenniser et conforter les actions réalisées durant les deux tranches et ainsi conserver la dynamique commerciale engagée.

de fond entreprises précédemment par la mise en place de structures et dispositifs novateurs.

Ainsi, la première action est davantage orientée vers la clientèle actuelle. Il s'agira donc d'ancrer leurs habitudes d'achat et de consommation sur le pôle du centre ville d'Aix en Provence par la mise en place de nouveaux services à la clientèle.

Ces nouveaux services permettront également d'assurer la mobilisation collective des acteurs autour d'un projet global d'optimisation et d'amélioration des relations professionnels / clients.

La deuxième action quant à elle, s'adresse davantage à des nouveaux clients par l'initiation de nouvelles complémentarités entre différents acteurs économiques.

### TABLEAU DE SYNTHÈSE

Phases	Actions Investissement	Budget prévisionnel
Tranche 3	Réhabilitation Madeleine Prêcheurs : Phase 2	N.D.

Phases	Actions	Budget prévisionnel
Tranche 3	1. Aix Shop Design (concours)	50 000 €
	2. Aix Shop Drive	N.D
	3. Aix Shop Art	10 000 €
	4. Animateur FISAC	40 000 €

## ACTIONS INVESTISSEMENT

### Fiche action 1 : Réhabilitation Madeleine Prêcheurs : Phase 2

- **Contexte** : Toujours dans un souci de rééquilibrer la ville, la commune poursuit sa piétonisation sur ces deux places qui sont le prolongement de la rue Mignet. Ainsi, le réaménagement de ces deux places où sont situés différents commerces mais aussi lieux stratégiques où partent plusieurs rues commerçantes du nord de la ville va permettre l'augmentation de la fréquentation de clients potentiels. Par ailleurs, ces places accueillent le marché alimentaire deux fois par semaine et le marché aux fleurs le dimanche.
- **Objectifs** : Poursuivre les travaux initiés en tranche 2. Améliorer le flux commercial
- **Maître d'ouvrage** : Ville d'Aix en Provence
- **Maître d'œuvre** : Prestataires privés
- **Modalités des actions** :
  - ↳ Réfectionnement des places
- **Echéancier** : tranche 3
- **Coût détaillé** : Le coût global pour la deuxième tranche est de 2 033 000 € HT mais le montant subventionnable ne pourra être calculé qu'en fonction du montant global subventionnable des trois tranches.

Postes de dépenses	Coût H.T.
Réhabilitation des places	
<b>TOTAL HT</b>	€

- **Plan de financement prévisionnel : Budget investissement**

Partenaires	Pourcentage	Montant HT
Commune	40%	€
Communauté du Pays d'Aix	30%	€
FISAC	30%	€
<b>TOTAL HT</b>		€

- **Evaluation** :

Enquête satisfaction initiée par les commerçants auprès des consommateurs

## ACTIONS FONCTIONNEMENT

### Fiche action 1 : Création d'un concours Aix Shop Design

- **Contexte** : La plupart des commerçants indépendants sont implantés depuis plusieurs années et n'investissent pas dans la rénovation de leur magasin.
- **Objectifs** : Inciter les commerçants à moderniser leur vitrine et ou commerce à travers un concours attractif et ainsi participer à la modernisation commerciale. Susciter des effets d'entraînement au sein des chefs d'entreprises.
- **Maître d'ouvrage** : Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix
- **Maître d'œuvre** : APACA et prestataire privé
- **Modalités des actions** :
  - ↳ Définir l'objet à primer : architecture intérieure, valorisation des produits ou de la vitrine, originalité des produits, savoir faire,...
  - ↳ Rédaction du règlement : calendrier, conditions de participation, mode d'attribution, trophée, composition du jury,...
  - ↳ Informer et sensibiliser les professionnels avant le lancement du concours afin d'accroître leur degré de mobilisation et de participation.
  - ↳ Communication auprès de la clientèle sur la mise en place du concours et lors de la remise des lots : supports visuels, plaquettes, médias locaux, site Internet ;
- **Echéancier** : tranche 3
- **Coût détaillé** :

Postes de dépenses	Coût H.T.
Organisation du concours et communication	50 000 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>50 000 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget fonctionnement**

Partenaires	Pourcentage	Montant
APACA	5%	2 500 €
Communauté du Pays d'Aix	45%	22 500 €
FISAC	50%	25 000 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>50.000 €</b>

- **Evaluation** :
  - ↳ Nombre de participants
  - ↳ Perception des professionnels

## Fiche action 2 : Aix Shop Drive

- **Contexte** : La ville d'Aix en Provence souhaite s'inscrire autant que faire se peut dans une démarche de développement durable. Le centre ville est relativement contraint. rues étroites et fortement fréquentées. Elle a d'ores et déjà mis en place des navettes qui relient les parkings en périphérie au centre ville. Par ailleurs, la thématique des livraisons est de plus en plus prégnante aujourd'hui et les services à la population nécessaires pour conserver et développer la clientèle.
- **Objectifs** : L'APACA souhaite développer de nouveaux services à destination de la clientèle en liaison avec les objectifs de renforcement de l'attractivité commerciale. Il s'agit ici de mettre en place un service de portage des achats jusqu'à une plateforme. Les clients peuvent ainsi venir récupérer leur parquet en voiture.
- **Maître d'ouvrage** : Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix
- **Maître d'œuvre** : Prestataire privé
- **Modalités des actions** :
  - ↳ Définir les attentes et besoins des professionnels et de la clientèle vis-à-vis de ce service
  - ↳ Réaliser une étude de faisabilité technique et financière de ce dispositif qui permettra de définir, la structure porteuse, la localisation de la plateforme, le mode de transport,...
- **Echéancier** : tranche 3
- **Coût détaillé** : *A affiner en fonction des options retenues*

Postes de dépenses	Coût H.T.
Etude préalable (intervention d'un cabinet 800 €/jour)	A définir
Mise en place du dispositif	A définir
<b>TOTAL HT</b>	<b>A définir</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget fonctionnement**

Partenaires	Pourcentage	Montant
APACA	5%	N.D
Communauté du Pays d'Aix	40%	N.D
FISAC	50%	N.D
<b>TOTAL HT</b>		<b>N.D</b>

- **Evaluation** : Enquête de satisfactions des consommateurs / utilisateurs

## Fiche action 3 : Aix Shop Art

- **Contexte** : La ville d'Aix est représentative de la culture avec son notamment son musée Granet. Cette population touristique constitue pour les professionnels un potentiel de clientèle important qu'il s'agit de capter.
- **Objectifs** : Afin d'accompagner cette manifestation, les commerçants et artisans envisagent d'exposer des œuvres dans leur commerce.
- **Maître d'ouvrage** : Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix
- **Maître d'œuvre** : APACA
- **Modalités des actions** :
  - ↳ Constitution d'un groupe de travail
  - ↳ Sélection des œuvres à exposer
  - ↳ Appel à candidature des professionnels exposants
  - ↳ Sélection des boutiques où seront exposées les œuvres
  - ↳ Exposition
  - ↳ Communication
- **Echéancier** : tranche 3

- **Coût détaillé** :

Postes de dépenses	Coût H.T.
Organisation	Néant
Communication (10 000)	10 000 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>10 000 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel : Budget fonctionnement**

Partenaires	Pourcentage	Montant
APACA	5%	500 €
Communauté du Pays d'Aix	45%	4 500 €
FISAC	50%	5 000 €
<b>TOTAL Ht</b>		<b>10 000 €</b>

- **Evaluation** :

- ↳ Enquête satisfaction clientèle
- ↳ Enquête satisfactions professionnelles

## Fiche action 4 : Animateur FISAC

- **Contexte** : Il s'agit d'une action transversale au programme FISAC et durera pendant les 3 tranches. Recruter une personne dont le profil est en adéquation avec le poste pour assurer la coordination technique des différentes phases relevant de l'opération et pour servir d'interface entre les professionnels et les acteurs publics.
- **Objectifs** : Faciliter l'appropriation de l'opération par l'ensemble des acteurs institutionnels et économiques et accompagner les démarches de l'association dans la mise en œuvre du FISAC et de ses actions ;
- **Maître d'ouvrage** : Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix

- **Modalités des actions :**

Profil :

- ↳ Niveau Bac+3 ou 4, formation pluridisciplinaire afin de favoriser la transversalité des actions en liaison avec d'autres opérations.
- ↳ Sens du contact et goût pour le travail de terrain.
- ↳ Connaissance et expérience du milieu commercial et du fonctionnement des opérations de redynamisation.
- ↳ Aptitude à l'animation et à la conduite de réunions.
- ↳ Capacité de travail en équipe.
- ↳ Connaissance du fonctionnement des opérations et structures publiques.

Principales missions :

- ↳ Mobilisation des acteurs
- ↳ Assurer la mise en œuvre des actions et leur suivi
- ↳ Faire valider les éléments d'évaluation par le comité de pilotage.
- ↳ Suivre le budget de l'opération.
- ↳ Rencontrer les personnes souhaitant bénéficier des financements liés à l'opération, informer sur les critères et les modalités d'attribution des aides, aider au montage de dossier.

- **Echéancier** : trois tranches et dès le lancement de l'opération en tranche 1



- **Coût détaillé :**

<b>Postes de dépenses</b>	<b>Coût H.T.</b>
Coût salarial de l'animateur pour la première tranche	40 000 €
<b>TOTAL HT</b>	<b>40 000 €</b>

- **Plan de financement prévisionnel :**

<b>Partenaires</b>	<b>Pourcentage</b>	<b>Montant</b>
Communauté du Pays d'Aix	62,5%	25 000€
FISAC	37,5%	15 000 €
<b>TOTAL HT</b>		<b>40 000 €</b>

- **Evaluation :**

- ↳ Implication des acteurs, (nb de rencontres, types de partenariat,...)
- ↳ Délai de mise en œuvre des actions

**PLAN DE FINANCEMENT PREVISIONNEL TRANCHE 1**

<b>TRANCHE 1</b>		<b>FISAC</b>		<b>CPA</b>		<b>Ville</b>		<b>APACA</b>	
<b>Actions d'investissement</b>	<b>Cout total (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>
Réhabilitation rue Mignet : Phase 1	607 910	30%	182 373	30%	182 373	40%	243 164	0%	0
Nouvelle gestion aire piétonne	152 083	30%	45 625	30%	45 625	40%	60 833	0%	
	400 000	10%	40 000	10%	40 000	80%	320 000	0%	
Dispositif comptage clientèle	40 000	30%	12 000	30%	12 000	40%	16 000	0%	0
<b>Sous total - Tranche 1</b>	<b>1 199 993</b>		<b>279 998</b>		<b>279 998</b>		<b>639 997</b>		<b>0</b>
<b>TRANCHE 1</b>		<b>FISAC</b>		<b>CPA</b>		<b>Ville</b>		<b>APACA</b>	
<b>Actions de fonctionnement</b>	<b>Cout total (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>
Site Internet et application Smartphone	70 000	50%	35 000	45%	31 500	0%	0	5%	3 500
Plan de communication externe	150 000	50%	75 000	45%	67 500	0%	0	5%	7 500
Sacs réutilisables	95 000	50%	47 500	45%	42 750	0%	0	5%	4 750
Noël des Mondes	50 000	50%	25 000	45%	22 500	0%	0	5%	2 500
Salon de l'Artisanat d'Art	100 000	50%	50 000	45%	45 000	0%	0	5%	5 000
Etude sur les marchés	30 000	50%	15 000	50%	15 000	0%	0	0%	0
Etude DPU	15 000	50%	7 500	50%	7 500	0%	0	0%	0
Etude accessibilité PMR	10 000	50%	5 000	50%	5 000	0%	0	0%	0
Animateur FISAC	40 000	38%	15 000	63%	25 000	0%	0	0%	0
<b>Sous total - Tranche 1</b>	<b>560 000</b>		<b>275 000</b>		<b>261 750</b>		<b>0</b>		<b>23 250</b>
<b>TOTAL TRANCHE 1</b>	<b>1 759 993</b>		<b>554 998</b>		<b>541 748</b>		<b>639 997</b>		<b>23 250</b>

**PLAN DE FINANCEMENT PREVISIONNEL TRANCHE 2**

<b>TRANCHE 2</b>		<b>FISAC</b>		<b>CPA</b>		<b>Ville</b>		<b>APACA</b>	
<b>Actions d'investissement</b>	<b>Cout total (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>
Lieux stratégiques : acquisition et remboursements	0	30%		0%	0	0%	0	0%	0
Réhabilitation rue Mignet Phase 2	0	30%	0	0%	0	0%	0	0%	0
Réhabilitation Madeleine Prêcheur Phase 1	0	30%	0	0%	0	0%	0	0%	0
Aides directes PMR	0	30%	0	0%	0	0%	0	0%	0
Acquisition matériels marchés	0	30%	0	0%	0	0%	0	0%	0
<b><i>Sous total - Tranche 2</i></b>	<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>
<b>TRANCHE 2</b>		<b>FISAC</b>		<b>CPA</b>		<b>Ville</b>		<b>APACA</b>	
<b>Actions de fonctionnement</b>	<b>Cout total (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>
Concours Aix Shop Design	50 000	50%	25 000	45%	22 500	0%	0	5%	2 500
Semaine de la Mode	20 000	50%	10 000	45%	9 000	0%	0	5%	1 000
Plan de communication interne	20 000	50%	10 000	40%	8 000	0%	0	5%	1 000
Braderie	5 000	50%	2 500	45%	2 250	0%	0	5%	250
Animateur Fisac	40 000	38%	15 000	63%	25 000	0%	0	0%	0
<b><i>Sous total - Tranche 2</i></b>	<b>135 000</b>		<b>62 500</b>		<b>66 750</b>		<b>0</b>		<b>4 750</b>
<b>TOTAL TRANCHE 2</b>	<b>135 000</b>		<b>62 500</b>		<b>66 750</b>		<b>0</b>		<b>4 750</b>

**PLAN DE FINANCEMENT PREVISIONNEL TRANCHE 3**

<b>TRANCHE 3</b>		<b>FISAC</b>		<b>CPA</b>		<b>Ville</b>		<b>APACA</b>	
<b>Actions d'investissement</b>	<b>Cout total (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>
Réhabilitation Madeleine Prêcheur Phase 2	0	30%	0	0%	0	0%	0	0%	0
<b>Sous total - Tranche 3</b>	<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>
<b>TRANCHE 3</b>		<b>FISAC</b>		<b>CPA</b>		<b>Ville</b>		<b>APACA</b>	
<b>Actions de fonctionnement</b>	<b>Cout total (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>	<b>%</b>	<b>Montant (€)</b>
Aix Shop Art	10 000	50%	5 000	45%	4 500	0%	0	5%	500
Aix Shop Design	50 000	50%	25 000	45%	22 500	0%	0	5%	2 500
Aix Shop Drive		50%	0	40%	0	10%	0	0%	0
Animateur Fisac	40 000	38%	15 000	63%	25 000	0%	0	0%	0
<b>Sous total - Tranche 3</b>	<b>100 000</b>		<b>45 000</b>		<b>52 000</b>		<b>0</b>		<b>3 000</b>
<b>TOTAL TRANCHE 3</b>	<b>100 000</b>		<b>45 000</b>		<b>52 000</b>		<b>0</b>		<b>3 000</b>