



PROJET DE FINANCEMENT « CONSEILLER DE CENTRE-VILLE » DANS LE CADRE DU PROJET DE DIALOGUE « TRADE 2030 »

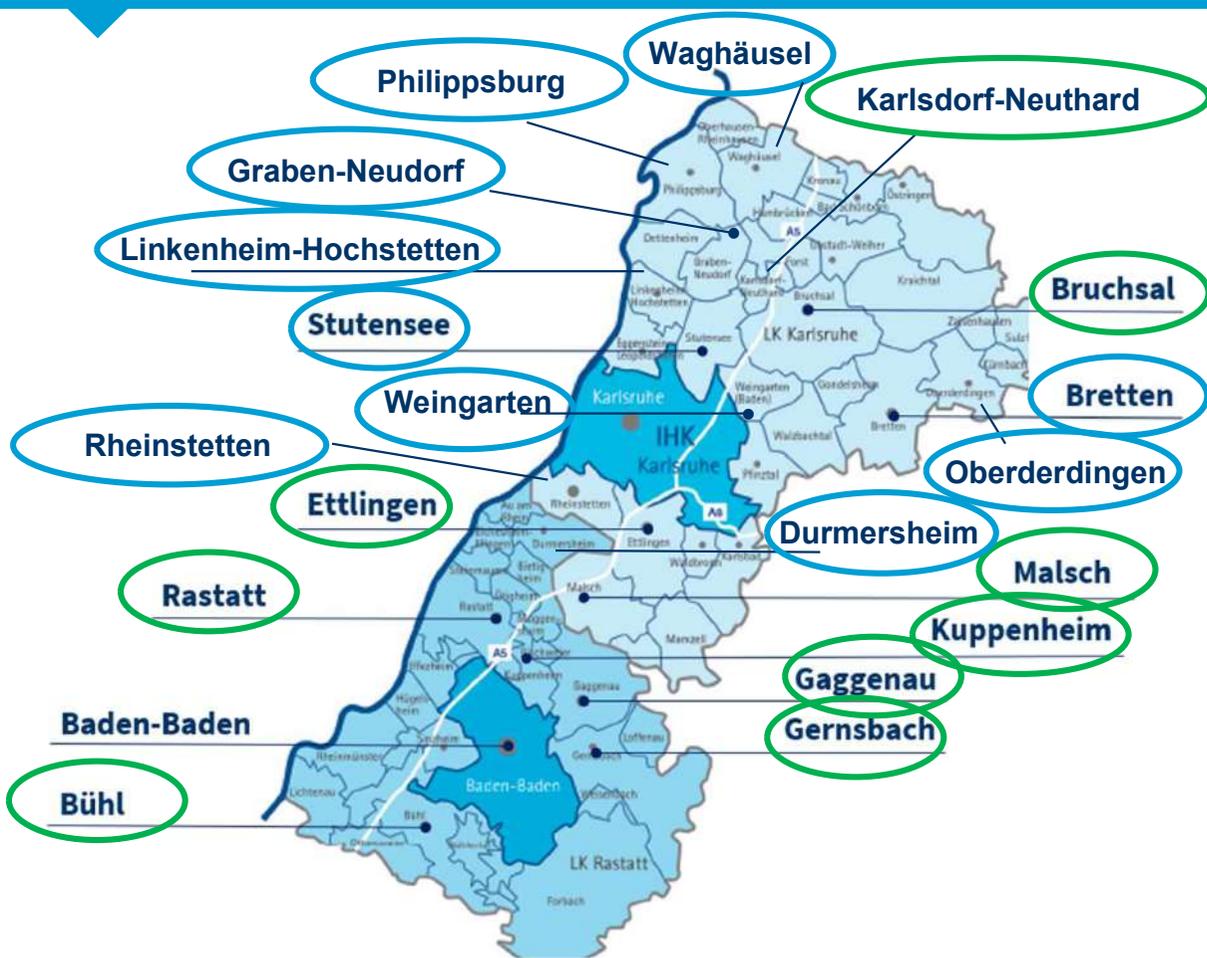
Sem' de Walbourg | Date : 12.10.2024



LE PROJET DE FINANCEMENT

- Les municipalités comptant entre 10 000 et 50 000 habitants sont financées
- Le projet est en cours depuis 2021 et se poursuivra jusqu'en 2026
- Groupe ciblé:
 - Détaillants et restaurateurs
 - Associations commerciales
 - Initiatives municipales et marketing urbain
 - Gestion de la ville et développement économique
 - Urbanisme
 - Les propriétaires (!)

LES COMMUNES EN BREF (EN OCTOBRE 2024)



Communes activées 2021-2024

19



Contrôles en centre-ville effectués

16



Enquêtes auprès des passants

13



Consultations de vitrines

12

en cours | avoir fini

DÉFIS



© Bild generiert mit OpenAI's DALL-E



Influence du commerce en ligne



Transports et changement climatique



Vacance commerciale



Relève & pénurie de main-d'œuvre qualifiée



Démographie & qualité du séjour



Bureaucratie

SERVICES OFFERTS EN 2024 (I)



Chèque centre-ville : avec les partenaires de votre commune



Enquête auprès des passants : sur place dans le centre-ville défini



Enquête en ligne : via les canaux numériques des partenaires de votre commune



Nombre de passants : 6 mois sur place dans le centre-ville défini

SERVICES OFFERTS EN 2024 (II)



Workshop en 2 parties : Digitalisation dans le commerce de détail en coopération avec la municipalité

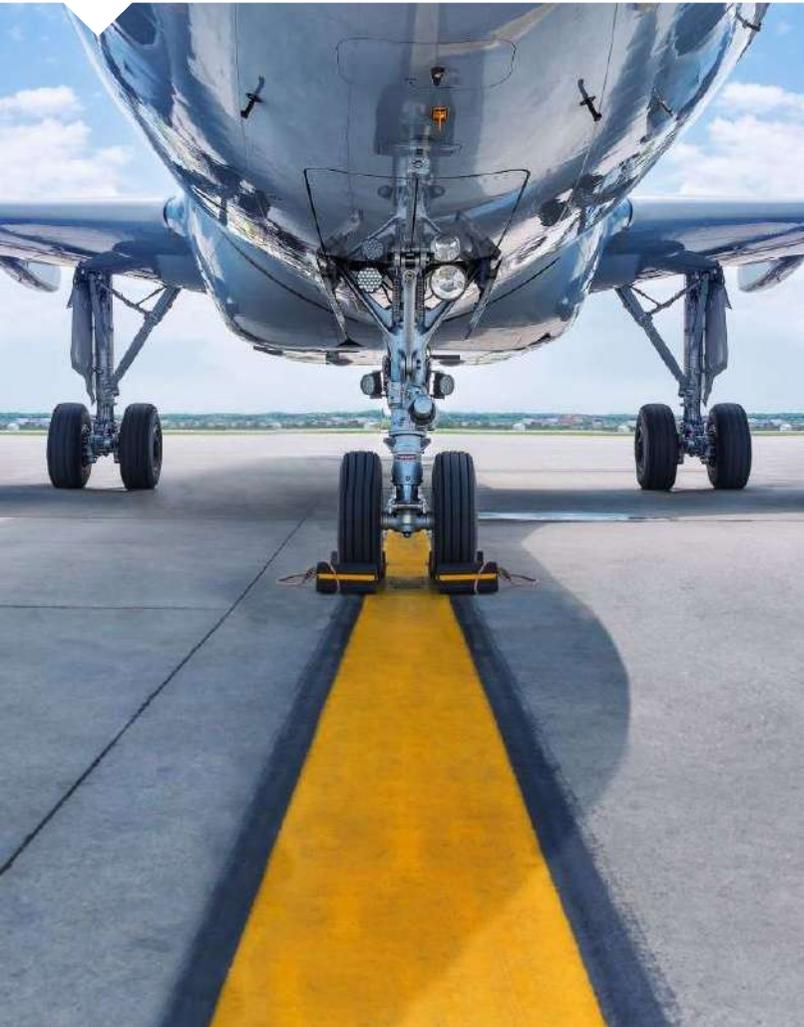
Visibilité numérique via:



Contrôle des vitrines : jusqu'à 7 présentoirs sont analysés professionnellement et individuellement sur place avec les commerçants participants



LES PRÉPARATIFS POUR UN DÉMARRAGE RÉUSSI :



Là où il y a une volonté... Décision de la déclaration d'intention



Toutes les questions ouvertes ont reçu une réponse



Tous les participants concernés sont à bord



Les interlocuteurs responsables sont nommés (échange régulier)



Le centre-ville est clairement et enfin défini



La fin du plan et du projet est fixée dans le temps

POSSIBLE (ÉPROUVÉE)



1.

Contrôle du centre-ville

Communes / commerçants & Chambre de Commerce et d'Industrie effectuent le contrôle ensemble

2.

passants

Aux heures convenues, le comptage et l'enquête seront effectués. Puis enquête numérique avec lien via les réseaux sociaux de la communauté

3.

Vérification de vitrine

7 vitrines mises à l'épreuve par un consultant professionnel

4.

chèque numérique

Un atelier en deux parties vise à permettre aux artisans d'atteindre/augmenter leur visibilité digitale

5.

Résultat

Réunion commune de diffusion des résultats auprès du public (conseil municipal & presse)

SOUTIEN DU LAND DE BADE-WURTEMBERG

Le programme d'encouragement du ministère de l'Économie, du Travail et du Tourisme vise à renforcer le commerce de détail et à revitaliser les centres-villes du Bade-Wurtemberg. Il comprend les lignes de financement suivantes :

- **Magasins éphémères et centres commerciaux** : Les municipalités louent des chambres vacantes et les louent à rabais. Taux de financement : 70% des coûts
- **Événements** : Financement d'événements d'une journée ou de plusieurs jours avec une zone de chalandise régionale. Taux de financement : 70% des coûts
- **City marketing** : Soutien à de nouveaux concepts de marketing pour le centre-ville. Taux de financement : 70% des coûts

EXEMPLE DE SOUTIEN FINANCIER



Objectif : effet magnétique

- Événement réussi sur une période de 6 semaines à Bruchsal. Projet d'encouragement : Magic Sky (parapluie) pour les clubs (gratuit) et les entreprises (tarifs réduits)

5 TENDANCES IMPORTANTES DANS LES CENTRES-VILLES ALLEMANDS (I)

1. Forte augmentation du commerce en ligne et impact sur le commerce physique

- Les centres-villes doivent développer de nouveaux concepts pour attirer les consommateurs dans la ville, par exemple par le biais de modèles hybrides dans lesquels les magasins sont actifs à la fois en ligne et hors ligne. → Omnicanal

2. Revenir aux produits locaux

- Les marchés hebdomadaires et les boutiques spécialisées proposant des produits locaux gagnent en importance. Les centres-villes peuvent en bénéficier en faisant une promotion plus forte de ces prestataires et en les rendant plus visibles. Les marchés hebdomadaires sont considérés comme un bien culturel et connaissent une renaissance !

3. Demande de « Made in Germany » comme caractéristique de qualité

- Les détaillants qui misent sur des produits de haute qualité, fabriqués localement ou nationalement, peuvent utiliser cette tendance pour se démarquer de la concurrence mondiale.
→ Garanti de travailler avec des produits FRANCAIS aussi !

5 TENDANCES IMPORTANTES DANS LES CENTRES-VILLES ALLEMANDS (II)

4. Consommation durable et prise de conscience de la compatibilité environnementale

- Les magasins qui proposent des produits durables et écologiques peuvent se différencier des fournisseurs conventionnels. Les certificats de durabilité et les modèles d'affaires durables pourraient devenir la norme pour les entreprises des centres-villes.

5. Combinaison d'expérience de shopping et d'activités de loisirs

- Les centres-villes qui offrent une expérience complète, par exemple par le biais de restaurants, d'événements, de marchés et de salons sans consommation, peuvent à nouveau attirer les consommateurs.

LES 5 MESURES LES PLUS IMPORTANTES POUR LA TRANSFORMATION (I)

1. Promotion de la qualité de séjour à travers des zones sans consommation et des espaces verts
 - Les villes devraient se concentrer davantage sur la création de zones sans consommation où les gens peuvent rester sans être forcés d'acheter. Des espaces verts et ombragés et des bancs peuvent être rapidement mis en œuvre des mesures qui augmentent considérablement le facteur de bien-être dans le centre-ville. Des places accueillantes assurent un temps de séjour plus long et rendent les centres-villes plus animés.
2. Diversification du commerce de détail grâce à des magasins locaux et spécialisés
 - Les centres-villes devraient promouvoir davantage les commerces de détail et les magasins spécialisés gérés par leurs propriétaires afin de créer une atmosphère commerciale variée et authentique. Cela peut se faire par le biais de prix de location subventionnés pour les petites entreprises et les entreprises locales, ainsi que de campagnes de marketing ciblées qui font la promotion du commerce local.
3. Offrir une expérience d'achat hybride : intégration en ligne et hors ligne
 - Les villes et les détaillants doivent s'appuyer sur des modèles d'affaires hybrides qui combinent le meilleur des deux mondes. Cela permet aux clients de commander facilement en ligne tout en profitant du commerce de détail local.

LES 5 MESURES LES PLUS IMPORTANTES POUR LA TRANSFORMATION (II)

4. Accroître l'accessibilité grâce à des concepts de mobilité durable

- Un concept de mobilité durable qui facilite l'accès au centre-ville pour les piétons, les cyclistes et les usagers des transports en commun est nécessaire. Les services d'autopartage, les stations de location de vélos et l'augmentation du nombre de bornes de recharge pour les véhicules électriques pourraient élargir les options de mobilité tout en réduisant l'impact environnemental.

5. Événements et expériences en tant que générateurs de fréquences

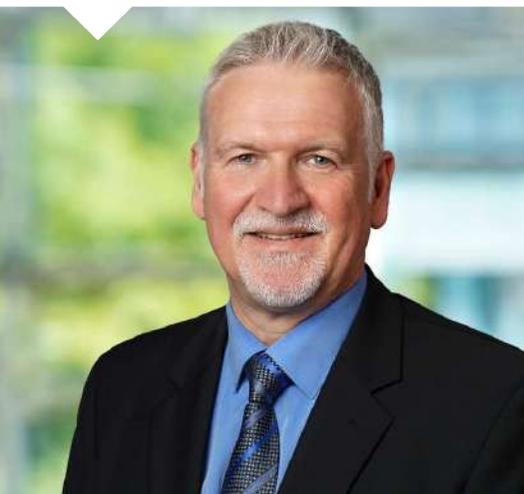
- Les centres-villes devraient de plus en plus se concentrer sur une expérience holistique qui combine le shopping, la culture et les activités de loisirs. Des événements réguliers tels que des festivals de rue, des événements culturels ou des marchés axés sur les produits et les traditions locales peuvent contribuer à renforcer le caractère de la ville et à augmenter le nombre de visiteurs.

CETTE TRANSFORMATION N'EST ...



pas un **sprint**, c'est un **marathon**

VOTRE INTERLOCUTEUR À L'IHK KARLSRUHE



Michael Rausch

Consultant du centre-ville | Commerce 2030



Telefon

0721 174-122



E-Mail

Michael.Rausch@Karlsruhe.IHK.de



Website

www.karlsruhe.ihk.de/

