

Le Club des Managers de Ville et de Territoire



Le Club des Managers de Ville et de Territoire ?

Christophe BARASTON – Délégué Général du CMCV

Le club des Managers est créé à l'horizon des années 2000, au moment où les collectivités territoriales intègrent la nécessité de disposer d'une compétence indispensable en matière de développement commercial. C'est un club national.

- **Le CMCV est le premier réseau de France de management et développement commercial de nos centres-ville.**
- **Le CMCV est présent sur tous les salons professionnels pour sans cesse innover et redéfinir les outils commerciaux de demain**



Les partenaires



franchises, entreprises commerciales,

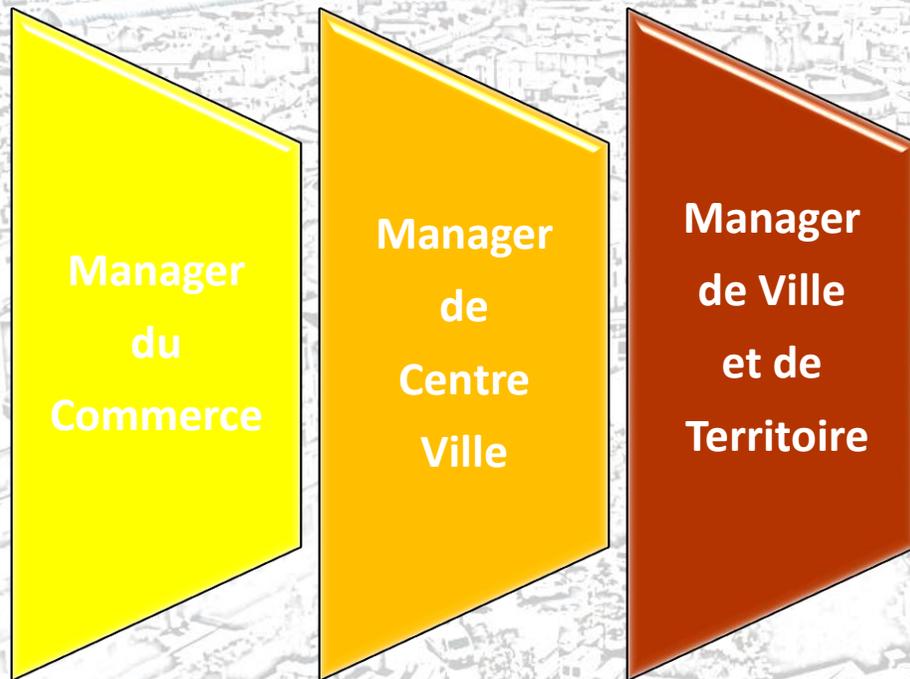
Venez rejoindre le premier réseau de management et développement commercial de nos centres-ville et de nos territoires !





Référentiel des 3 métiers « Managers » du CMCV

Trois métiers pour répondre à vos exigences



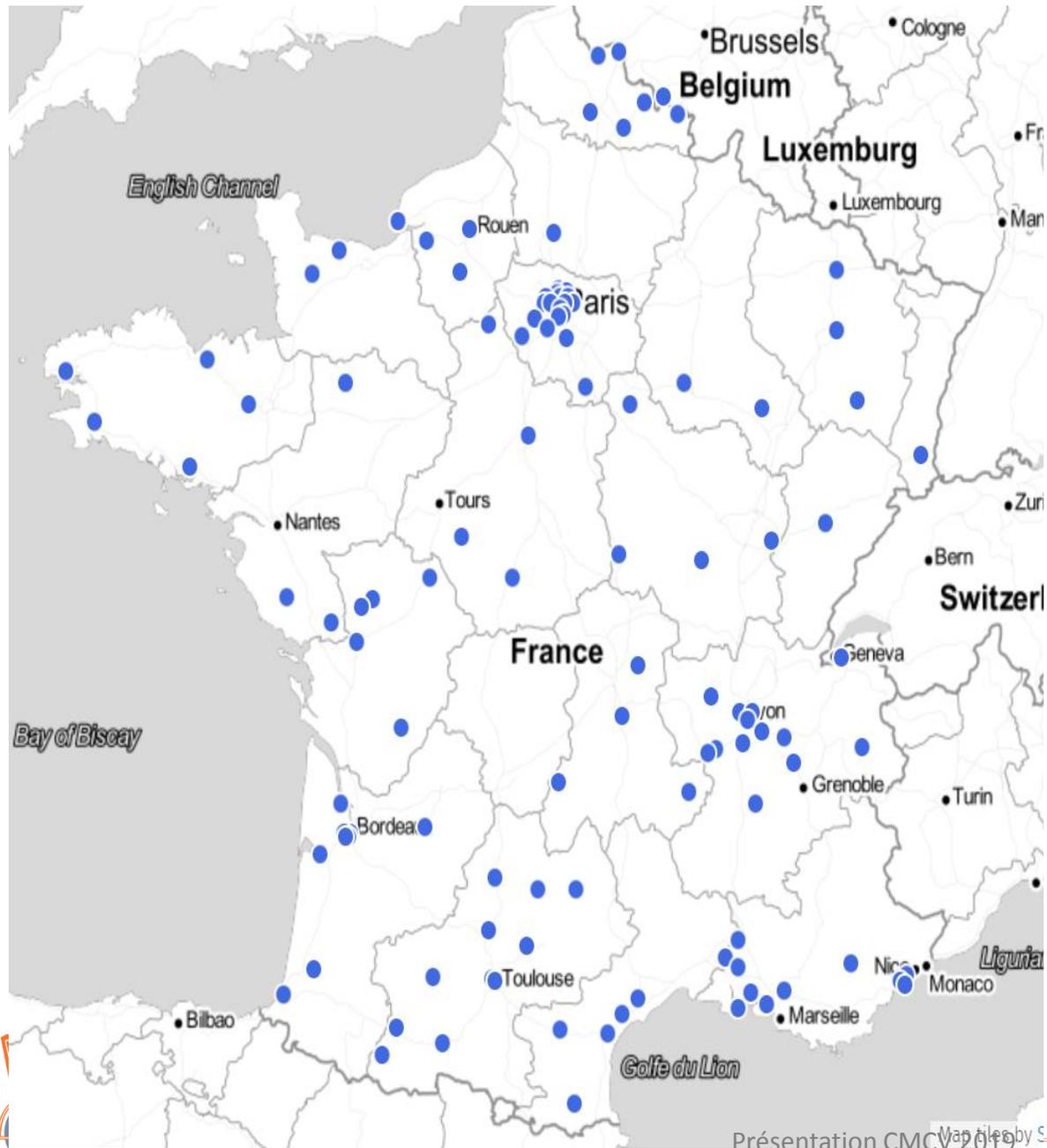
Les missions communes aux 3 métiers

- Etablir le diagnostic de l'appareil commercial du territoire
- Etablir le Plan d'Actions Stratégiques en faveur du développement du commerce dont les objectifs sont:
 - le développement de l'offre commerciale
 - le développement d'enseignes
 - la modernisation du commerce
- Mettre en place les politiques d'animations commerciales et de promotion du territoire
- Développer et gérer les partenariats financiers



Le Baromètre des Managers !

Enquête réalisée avec Anaïs Daniau - Doctorante à l'Université de Toulouse



La méthode

Profil des managers

Expérience

primo-entrants rares : 5 sur 120

expérience moyenne : 4,5 ans

fort taux de turn-over

56% ont une bonne connaissance du territoire avant d'être recrutés

57%



43%

Âge moyen 43 ans
Panel 24 à 70 ans

Les nouveaux managers

Plus jeunes
Profession qui se féminise ?
Plus diplômés

Formation

68% niveau Bac +4 ou plus
18% ont effectué la formation de MCV

Carrières

60%

Dans le secteur privé

40%

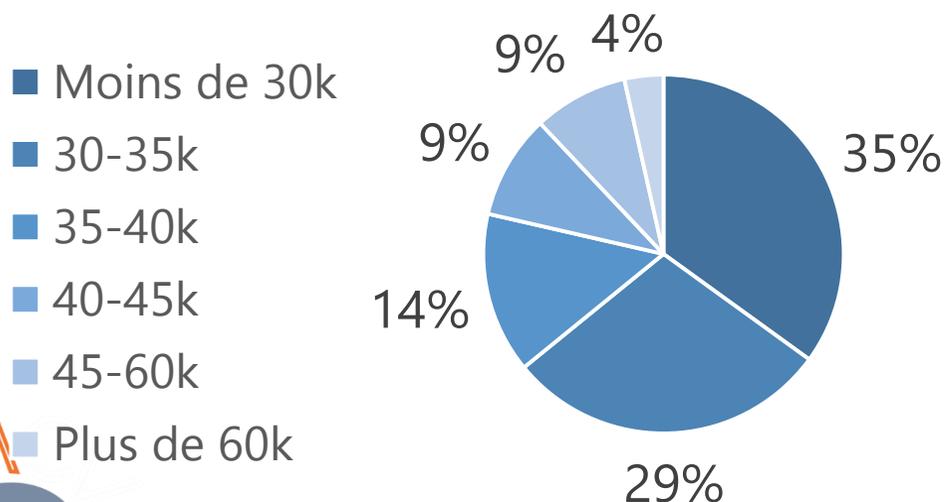
Dans le secteur public

Intitulés nombreux

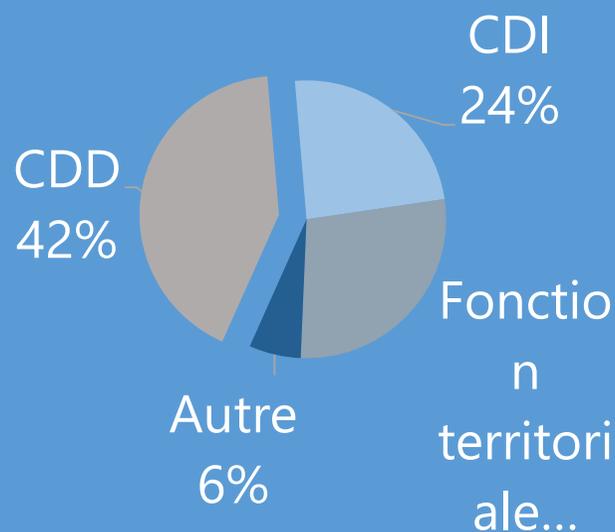
managers de ville, manager commerce, responsables de service, chargés de mission, chefs de projets, conseillers commerce...

+60% de création et recrutement depuis 2014

Salaires



Contrats de travail



Causes du turn-over

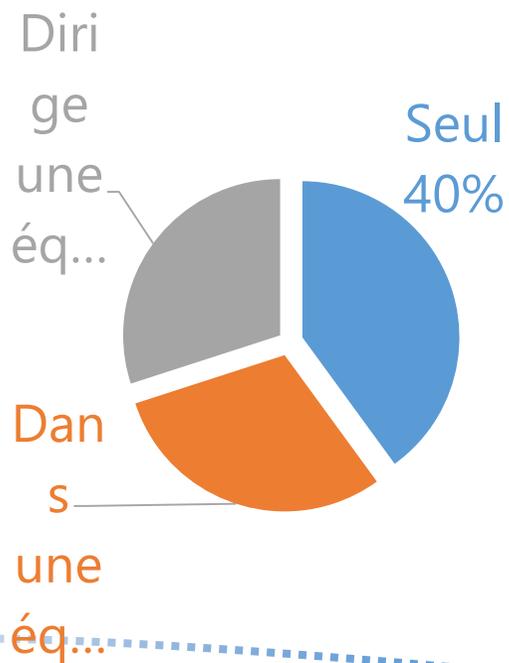
- 4 managers sur 10 en CDD
- Insatisfaction (salariale par ex)
- Financements limités dans le temps
- Fragilité politique

Territoire d'action

 64%
des managers en
villes moyennes

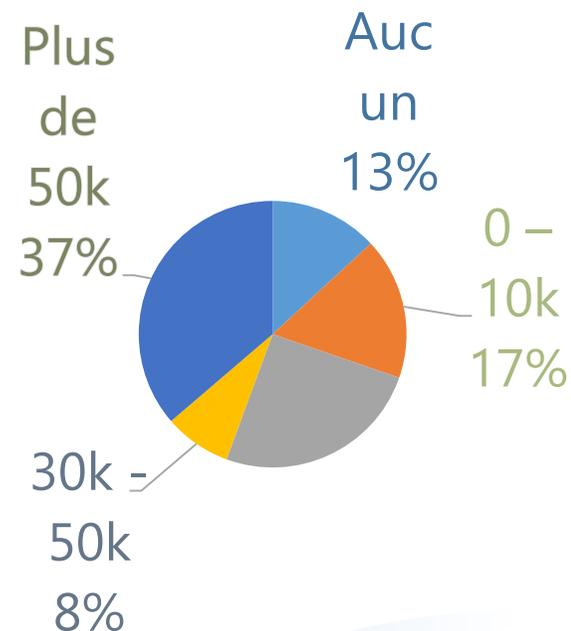
Conditions travail

+ seuls 
responsabilités



Budget

1 manager sur 10 :
aucun budget
Budget moyen : 64000
euros



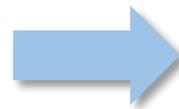
Difficulté majeure	%
Moyens financiers	40
Moyens humains	37
Positionnement du manager	34
Complexité décision	29
Missions floues	27
Diversité des dossiers	27
Leviers pour agir	24
Reconnaissance du manager	22
Précarité	20
Plan action flou	20
Volonté politique	20
Solitude	20
Mobilisation	19
Complexité du commerce	12

Qui sont les plus touchés ?

- Les managers seuls
- Les femmes
- Les nouveaux managers (-2 ans expérience)
- Les managers en association et CCI
- Les managers éloignés des circuits de décision

Principales difficultés

- Manque de moyens financiers et humains : **1 manager sur 10 travaille sans budget**
- Positionnement du manager, missions floues, plan action flou, diversité des dossiers : **manque de cadrage en amont**



Définir en amont les objectifs du recrutement et les missions du manager

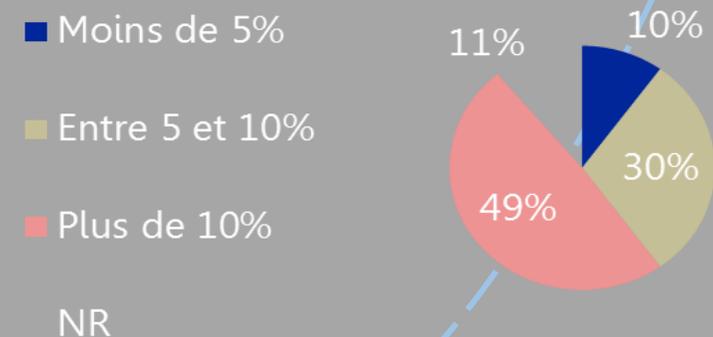
Outils déployés et indicateurs

	OUTILS	%
	Diagnostic commercial	71
	Programme animations commerciales	68
	Périmètre de sauvegarde / préemption	62
	Plan d'action en faveur du commerce	57
	Observatoire du commerce	47
	Mesures commerce dans le PLU	46
	Dispositifs de fidélisation	43
	Plaquette marketing territorial	41
	Bourse aux locaux vacants	40
	Plan de communication	38
	Mesures commerce dans le PLUi/SCoT	34
	Achat de murs commerciaux	26
	Documents de planification commerciale	26
	Stickage des locaux vacants	25
	Comité de pilotage pour le MCV	25
	Taxe sur les friches commerciales	22
	Office du commerce	17
	Marque de territoire	18
	Charte d'immobilier commercial	14
	Mise en place d'une plateforme de e-commerce	14
	Mise en place de bornes/nouvelle signalétique urbaine	14
	Nouveaux services aux consommateurs	9

Croissance démographique



Vacance commerciale



TRONC COMMUN

CONNAISSANCE ET ANALYSE

- Lecture presse spécialisée
- Veille législative
- Recensement des activités
- Collecte d'informations sur le commerce

STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT COM.

- Accueil des porteurs de projets
- Elaboration d'une stratégie collective
- Accompagnement et concertation des commerçants

ANIMATION DE L'ACTION COLLECTIVE

- Conseil aux élus
- Participation aux réunions techniques

PROFILS

Profil développeur commercial

Ville / Agglo

Accueil porteurs de projets
Négociation propriétaires
Suivi préemption et maîtrise foncière
Consultation CDAC

Action
collective

Profil animateur commercial

Consulaire / UC / PPP

Animation des UC
Fidélisation
Réseaux sociaux
Enquêtes consommateurs

OCCASIONNEL

CONNAISSANCE ET ANALYSE

- Comptages piétons
- Enquête consommateurs

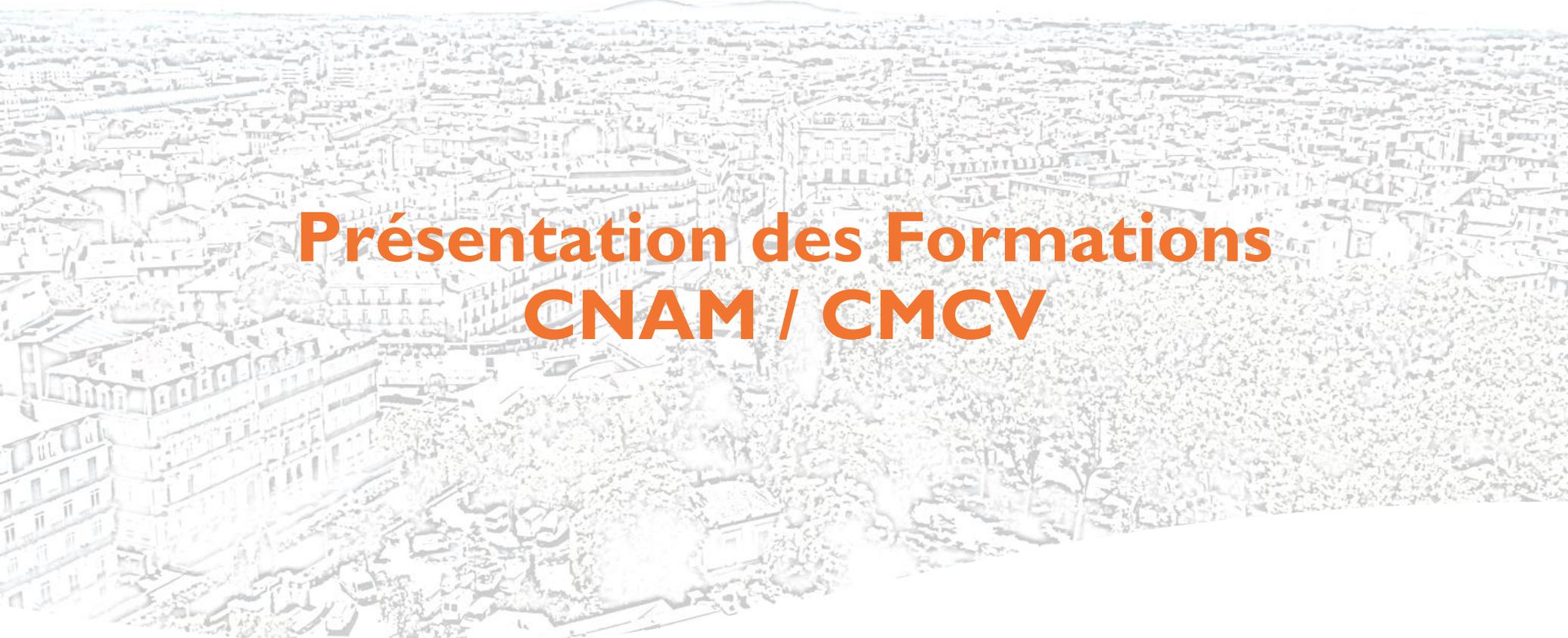
STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT COM.

- Consultation CDAC
- Elaboration documents planif.
- Suivi des marchés
- Fidélisation

ANIMATION DE L'ACTION COLLECTIVE

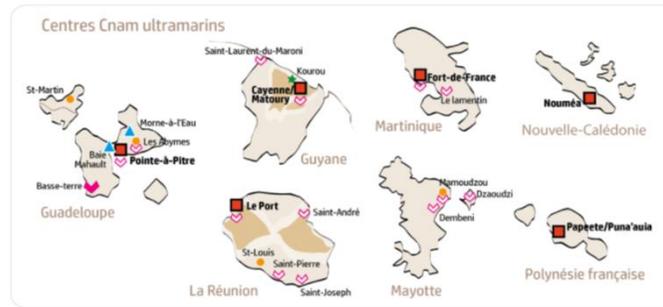
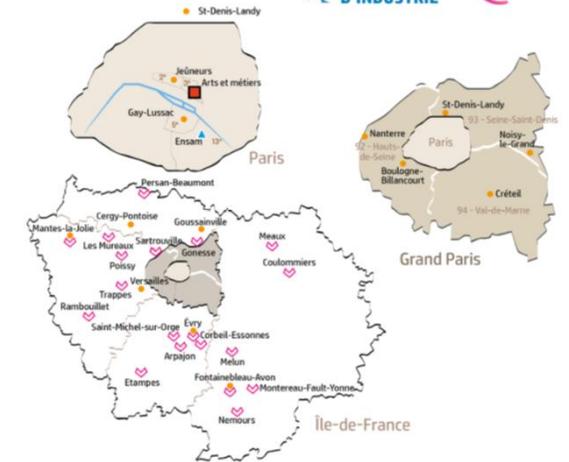
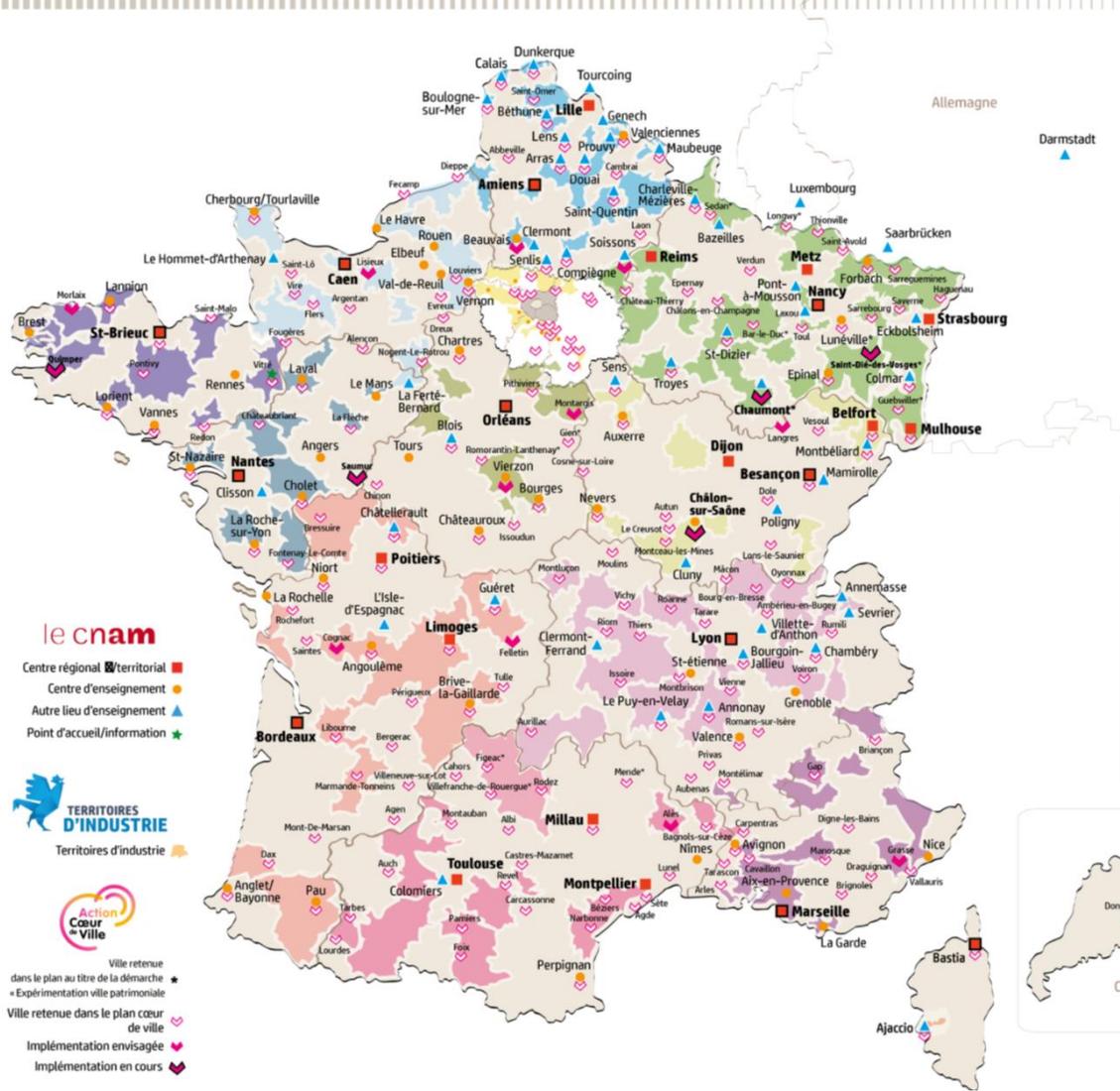
- Recherche de financements pour MCV
- Recherche de partenaires pour MCV
- Concertation habitants





Présentation des Formations CNAM / CMCV

le cnam, au cœur de trois dispositifs



Des formations selon les 3 niveaux du Référentiel Métier CMCV



1

Octobre 2019



2

Février 2020

3

Master Pro Management de Ville et de Territoire - Septembre 2020



Certificat de compétences Manager de Commerce de Centre-Ville

Objectifs de la formation

- Donner aux participants les outils de réflexion stratégique et les outils opérationnels leur permettant dans une vision systémique de leur territoire et des activités commerciales de proposer les actions de développement commercial et de politique de la ville les plus pertinentes.

Compétences finales

- proposer un diagnostic sur la dynamique commerciale d'un territoire,
- identifier les acteurs locaux, publics et privés, pouvant être impliqués dans les actions proposées,
- construire un plan d'action associant une large diversité d'acteurs et de modalités d'action,
- choisir les supports médias, hors médias et numériques les plus pertinents,
- susciter l'intérêt des acteurs impliqués (associations de commerçants, commerçants, associations, services de la ville, etc.),
- bâtir un budget et trouver les financements publics et privés adaptés,
- piloter ce plan d'action et le valoriser auprès des acteurs.

Public

Managers de centre-ville, agents territoriaux, permanents d'une fédération ou association de commerçants, cadres de la distribution ou toute personne en charge d'animer le commerce des centre-villes.

Unités d'enseignements

- Environnement territorial et politique de la ville
- Analyse commerciale et économique
- Animation commerciale
- Gestion de projet
- Droit des libertés et des baux commerciaux



Certificat de compétences Manager de Centralités Commerciales

Objectifs de la formation

- Donner aux participants les outils de réflexion stratégique et les outils opérationnels leur permettant dans une vision systémique de leur territoire et des activités commerciales de proposer les actions d'animation et de promotion du commerce les plus pertinentes.

Compétences finales

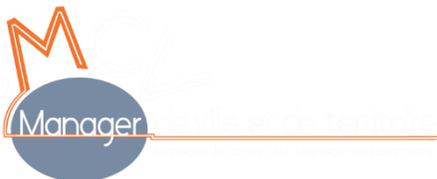
- proposer un diagnostic sur la dynamique de l'offre commerciale d'un territoire,
- estimer l'offre commerciale à consolider et à développer
- construire un plan d'action visant à réduire la vacance commerciale et à favoriser l'introduction de nouveaux points de vente,
- établir un plan merchandising d'un pôle commercial,
- utiliser les outils légaux pour favoriser un plan merchandising,
- évaluer les estimations proposées par les acteurs de l'immobilier,
- accompagner les porteurs de projets.

Unités d'enseignements

- Environnement territorial et politique de la Ville
- Economie et Droit de l'Urbanisme
- Technique de commercialisation
- Gestion de projet
- Sécurité, sûreté des sites et des flux

Public

Manager de centre-ville, agent territorial, cadre de la distribution, futur directeur de centre commercial, futur directeur de SCIC de développement économique.





1er Séminaire CMCV à La Roche sur Yon :

Merci Christophe, Robert et Laurent. Ce séminaire a regroupé tout ce dont j'avais besoin : convivialité, sérénité, outils, ambiance.... Belle initiative de cette rencontre humaine et pro...

Une super idée, et de très bons moments passés ensemble. Au-delà de la bonne ambiance (à renouveler l'an prochain donc !!), on sent bien l'intérêt du réseau et du partage d'expérience pour notre métier si particulier...

Un grand merci à vous pour l'organisation, les intervenants et la bonne ambiance tout cela dans un esprit de découverte approfondie de notre métier.

Des échanges et partages constructifs, une ambiance conviviale et un partage d'expériences riches qui donne envie d'aller plus loin dans mes missions. Merci à tous !

Je signe pour un cdi « séminaire ». plus sérieusement, l'impression de se connaître depuis toujours. Je pense que le lien est créé. Ambiance, décontraction, sérieux l'image d'un manager. Merci le CMCV.

Excellent moment de convivialité et discussions entre collègues. Moment nécessaire pour le développement de nos postes.

C'est vraiment super que tous les managers se rencontrent lors d'un moment dédié. Merci à tous les managers pour la qualité des échanges et leur bonne humeur

Ce premier séminaire a été une aventure humaine et professionnelle enrichissante et reboostante. Le plus : les échanges avec d'autres managers en toute bienveillance. Un moment pour échanger, un moment pour faire le plein d'idées, un moment pour décompresser. Un moment pour découvrir d'autres territoires et promouvoir le notre. Vraiment, une réussite, merci au club.

à l'année prochaine pour les

20 ANS du CMCV

Managers de Ville et de Territoire

