

Certifié conforme à l'acte transmis au contrôle de légalité



EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS

du Conseil de Communauté de l'agglomération dijonnaise

Séance du jeudi 16 février 2012

Président : M. REBSAMEN

Secrétaires de séances : M. ALMEIDA et Mlle MASLOUHI

Convocation envoyée le 9 février 2012

Publié le 17 février 2012

Nombre de membres du Conseil de Communauté : 82

Nombre de présents participant au vote : 65

Nombre de membres en exercice : 82

Nombre de procurations : 9

Membres présents :

M. François REBSAMEN	M. Didier MARTIN	M. Jean-Yves PIAN
M. Pierre PRIBETICH	M. Jean-Pierre SOUMIER	Mlle Stéphanie MODDE
M. Jean ESMONIN	M. André GERVAIS	M. Philippe CARBONNEL
M. Gilbert MENUT	M. Alain MILLOT	M. Alain LINGER
Mme Colette POPARD	M. Joël MEKHANTAR	M. Louis LAURENT
M. Rémi DETANG	M. Christophe BERTHIER	M. Roland PONSAA
M. Jean-Patrick MASSON	M. Philippe DELVALEE	Mme Christine MASSU
M. José ALMEIDA	M. Mohamed BEKHTAOUI	M. Michel FORQUET
M. François DESEILLE	M. Georges MAGLICA	M. Claude PICARD
M. Laurent GRANDGUILLAUME	Mme Françoise TENENBAUM	M. Gaston FOUCHERES
M. Patrick CHAPUIS	Mme Christine DURNERIN	M. Pierre PETITJEAN
M. Michel JULIEN	Mme Nelly METGE	M. Nicolas BOURNY
Mme Marie-Françoise PETEL	Mme Elizabeth REVEL	M. Philippe GUYARD
M. Gérard DUPIRE	Mlle Christine MARTIN	M. Pierre-Olivier LEFEBVRE
Mme Catherine HERVIEU	Mme Marie-Josèphe DURNET-ARCHEREY	M. Gilles MATHEY
M. François-André ALLAERT	M. Alain MARCHAND	Mme Françoise EHRE
M. Jean-Claude DOUHAIT	M. Mohammed IZIMER	M. Patrick BAUDEMMENT
M. Jean-Paul HESSE	M. Mohammed IZIMER	Mme Geneviève BILLAUT
Mlle Badiaâ MASLOUHI	Mme Hélène ROY	M. Murat BAYAM
M. Yves BERTELOOT	Mme Myriam BERNARD	M. Michel BACHELARD
M. Patrick MOREAU	Mme Jacqueline GARRET-RICHARD	M. Norbert CHEVIGNY
M. Dominique GRIMPRET	Mme Joëlle LEMOUZY	Mme Noëlle CABBILLARD.

Membres absents :

M. Jean-François DODET	M. Jean-François GONDELLIER pouvoir à M. Philippe GUYARD
M. Benoît BORDAT	Mme Anne DILLENSEGER pouvoir à M. Pierre PRIBETICH
Mlle Nathalie KOENDERS	Mme Elisabeth BIOT pouvoir à M. Gérard DUPIRE
M. Lucien BRENOT	M. Franck MELOTTE pouvoir à M. Alain LINGER
M. Michel ROTGER	M. François NOWOTNY pouvoir à Mme Christine MASSU
Mme Claude DARCIAUX	Mme Dominique BEGIN-CLAUDET pouvoir à M. Michel FORQUET
M. Rémi DELATTE	M. Jean-Philippe SCHMITT pouvoir à M. Nicolas BOURNY
M. Gilles TRAHARD	M. Jean-Claude GIRARD pouvoir à Mme Françoise EHRE
	M. Philippe BELLEVILLE pouvoir à M. Norbert CHEVIGNY.

OBJET : DEPLACEMENTS

Tramway - Accompagnement des commerçants et artisans - dépôt de dossier de candidature au FISAC pour la tranche 2

La réalisation de deux lignes de tramway, d'une longueur totale de près de 20 km va constituer pour l'agglomération dijonnaise un formidable moteur de mutations tant sur le plan de l'organisation urbaine que sur celui du fonctionnement économique et commercial.

Le FISAC (Fonds d'intervention pour les Services, l'Artisanat et le Commerce) est un dispositif mis en place par l'Etat pour valoriser et dynamiser le commerce, l'artisanat sur un périmètre déterminé.

C'est pourquoi, le Grand Dijon a décidé de monter un programme d'actions FISAC avec le soutien de partenaires telles que les communes de Dijon, Chenôve et Quetigny, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Côte d'Or, la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Bourgogne section Côte d'Or, la Direction régionale des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi, la Préfecture de Côte-d'Or, les Unions de commerçants de l'agglomération fédérées pour l'occasion dans l'association « Désir de Tram ».

Le FISAC vient ainsi compléter un dispositif cohérent et volontariste mis en place par le Grand Dijon pour accompagner au quotidien les commerçants impactés par les travaux du tramway, avec une équipe de médiateurs commerces, la mise en place d'une commission d'indemnisation à l'amiable, la constitution d'un guichet unique etc...

L'objectif attribué au programme FISAC est de minimiser les retombées négatives sur l'appareil commercial et artisanal dues essentiellement aux nuisances des deux années et demi de travaux et de maximiser les apports positifs du tramway dès sa mise en service prévue à l'automne 2012.

Le Conseil de Communauté du Grand Dijon, par délibération du 17 septembre 2009, a approuvé le lancement d'un plan FISAC et la réalisation d'une étude préalable pour l'élaboration du dossier de candidature, dans le cadre de la réalisation du projet tramway.

A l'occasion du conseil de communauté du 25 mars 2010, les élus de l'agglomération ont approuvé le programme d'actions du dossier FISAC qui a été déposé à la Préfecture de Côte d'Or début mai 2010.

La subvention de l'Etat concernant l'opération urbaine collective liée à la réalisation des deux premières lignes du tramway, à hauteur de 323 781 € a été accordée le 22 décembre 2010, permettant ainsi de mettre en oeuvre la tranche 1 du FISAC qui doit se terminer d'ici juin 2012.

L'ambition donnée à la tranche 1 du programme a été importante, et ce notamment si l'on compare ce projet à d'autres projets FISAC. En effet, le programme tranche 1 intègre vingt-trois actions qui répondent pour l'essentiel à des enjeux à court terme. La mise en oeuvre de la tranche 1 est à ce jour une réelle réussite eu égard au calendrier restreint lié à l'avancée significative des travaux.

Ce programme d'action du FISAC a dû répondre à des enjeux spécifiques :

- **Commercialité globale** (création des aides directes aux entreprises avec un diagnostic technique et environnemental, élaboration et mise en place d'une stratégie de développement et un plan de merchandising sur les axes du tramway, évaluation de l'impact du tramway sur le profil de la clientèle et ses comportements d'achats, mise en place de systèmes de comptage piétons...)

- **Animations économiques** (accompagnement des entreprises par les Chambres Consulaires, création d'un guide pratique en direction des professionnels, mise en place d'un baromètre de suivi de l'activité, anticiper les mutations, suivre les transmissions/reprises, mise en oeuvre des démarches qualités, PDIE de la Toison d'Or...)

- **Accessibilité aux activités, stationnement et livraisons** (mise en place de la signalétique en direction des professionnels et des riverains, création de places de stationnement en direction de la clientèle dont 70% des clients se sont montrés satisfaits et pour les livraisons...)
- **Communication** (réalisation de plaquettes d'information sur le FISAC et les aides directes, réalisation d'un guides des riverains professionnels 83% des professionnels sondés estiment que ce guide leur est utile, voire très utile et 72% sont satisfaits de son contenu, communiqués de presse, ateliers du Tramway, communication sur l'accessibilité des activités nocturnes...)
 - **Fidélisation, services à la clientèle et animations commerciales** (69% des consommateurs enquêtés (176 enquêtés) sont satisfaits, voire très satisfaits des opérations commerciales qui ont été organisées : Amstramgrat' avec 900 000 tickets à gratter qui ont été offerts par les commerçants à leurs clients, Festitram avec plus de 6 000 visiteurs dont 47% qui ont réalisé des achats en même temps, l'opération j'ai le ticket avec mon commerçant avec plus de 100 000 tickets (bus et parking) distribués par les commerçants à leur clientèle...).

Après avoir consommé plus de 80% du budget de la tranche 1, il convient dès à présent de valider le dossier de candidature de la tranche 2 du FISAC, afin que ce dernier puisse être déposé auprès des services de l'Etat en février 2012.

Le but étant que la tranche 2 du FISAC vienne rapidement en relais de la tranche 1 et que cette dernière soit cohérente avec l'avancée significative des travaux du tramway afin de ne pas pénaliser les commerçants et artisans. Il est à noter qu'il n'y aura pas de troisième tranche FISAC et que la tranche 2 va correspondre à la fin des travaux et à la 1ère année de mise en service du tramway.

Au terme d'une consultation, le bureau d'études AID Observatoire a été retenu en novembre 2011 pour réaliser le dossier de candidature de la tranche 2 du FISAC dont le financement a été assuré par le Grand Dijon.

Le programme se décline en actions de fonctionnement par :

- des animations commerciales,
- des animations économiques,
- des actions de communication,
- des études (livraisons au centre ville de Dijon, impact du tramway sur la clientèle...)
- le suivi de la mise en oeuvre du programme d'actions de la tranche 2.

Il se décline également en actions d'investissement au travers de :

- la modernisation durable des entreprises commerciales et artisanales,
- la requalification de l'environnement urbain au contact d'activités commerciales et artisanales.

Il s'agit à présent pour chacun des partenaires d'approuver ce dossier avec son programme d'actions ci-joint en annexe et son plan de financement ci-dessous. Chaque partenaire doit confirmer notamment son engagement financier respectif pour la Tranche 2 (juin 2012 à septembre 2013).

Le Grand Dijon sollicite une subvention FISAC de 684 500 € et contribuera à hauteur de 5 479 079 € HT sur un budget total de 6 667 179 € HT pour la tranche 2 du FISAC.

Les autres financeurs participeront à hauteur de 55 000€ HT pour l'association Désir de Tram, 52 000 € HT pour le Conseil Régional de Bourgogne et l'ADEME, 24 600 € HT pour les chambres consulaires (il s'agit de valorisation du temps de travail de leurs agents) et 371 500 € HT pour les Entreprises.

TRANCHE 2 (mi 2012 à fin 2013)	Co-financeurs					
	CRB/ ADEME	Désir de Tram	Entreprises	CCI/CMA	Grand Dijon	FISAC
Actions de fonctionnement 646 000 € H.T	52 000	55 500	11 500	24 600	217 900	284 500
Actions d'investissement 6 021 179 € H.T	/	/	360 000	/	5 261 179	400 000
Budget Total 6 667 179 H.T	52 000	55 500	371 500	24 600	5 479 079	684 500

Après le dépôt du dossier de candidature de la tranche 2 et une fois que l'Etat aura confirmé son engagement, il conviendra d'établir une convention, comme cela a été fait pour la tranche 1, entre l'ensemble des partenaires pour la mise en oeuvre du programme d'actions.

Vu l'avis du bureau,

LE CONSEIL,
APRÈS EN AVOIR DÉLIBÉRÉ,
DÉCIDE :

- **d'approuver** le programme d'actions FISAC ;
- **de confirmer** l'engagement financier de la Communauté d'agglomération dijonnaise aux côtés de l'ensemble des partenaires publics et privés pour la tranche 2 ;
- **d'autoriser** Monsieur le Président à signer toutes pièces nécessaires à la bonne administration de ce dossier.



Opération urbaine collective liée à la réalisation des 2 premières lignes du tramway

Dossier de candidature FISAC – Tranche 2



1. CONTEXTE, OBJECTIFS ET MODALITES DE MISE EN ŒUVRE DE LA 2EME TRANCHE DU FISAC TRAMWAY	
3	
2. PRESENTATION DU PROGRAMME D’ACTIONS DE LA DEUXIEME TRANCHE	8
PREMIERE PARTIE : LES ACTION DE FONCTIONNEMENT	
9	
4. Les animations commerciales	10
5. L’animation économique	
	17
6. La communication	
22	
7. L’analyse et le suivi de l’impact des travaux et de la mise en service sur la fonction commerciale et artisanale	27
8. Le suivi de la mise en œuvre du programme d’actions de la tranche 2	31
DEUXIEME PARTIE : LES ACTIONS D’INVESTISSEMENT	
35	
TROISIEME PARTIE : BUDGET RECAPITULATIF	
37	

1. Contexte, objectifs et modalités de mise en œuvre de la 2^{ème} tranche du FISAC Tramway



1- Contexte, méthodologie et objectifs du programme d'actions de la deuxième tranche

1- Contexte

La mise en œuvre de la deuxième tranche du programme FISAC tramway intervient dans un contexte particulier.

En effet, après avoir initialement calé les différentes phases du programme FISAC sur le phasage des travaux du tramway, une avance significative des travaux sur le planning initial va conduire à mettre en œuvre une deuxième tranche qui comprendra à la fois la fin des travaux et la mise en service du tramway, prévue pour le deuxième semestre 2012.

De ce fait, le programme d'actions à élaborer pour cette deuxième phase devra être ambitieux et mixer différents types d'actions, le tout sur une période resserrée et comprise entre le deuxième semestre 2012 et le deuxième semestre 2013.

2- Méthodologie d'élaboration du programme

La méthodologie d'élaboration du programme d'actions de la deuxième tranche repose sur deux socles :

- l'évaluation de la première tranche qui a permis de mettre en évidence un certain nombre de besoins à reprendre en deuxième tranche. Par ailleurs, cette évaluation a montré le succès de certaines actions novatrices, notamment en matière d'animations et qui seront reprises et adaptées en deuxième phase

- un travail participatif :

- réunions de travail avec l'équipe technique en charge de la première tranche

- entretiens avec les représentants Elus des partenaires de l'opération

- animation d'ateliers de travail avec les professionnels et la population dans le cadre de la structure de concertation préexistante : les Ateliers du Tram

3- Objectifs de la deuxième tranche

Compte tenu du contexte, la deuxième tranche du programme FISAC doit répondre à plusieurs enjeux :

- maintenir les flux de clientèle durant la fin des travaux et les densifier à l'issue des travaux

- accompagner et soutenir les entreprises lors de la dernière phase de travaux

- accompagner les chefs d'entreprises commerciales et artisanales dans l'évolution de leur stratégie

- accompagner la collectivité dans la requalification des espaces publics au contact des activités commerciales et artisanales

2- Modalités de mise en œuvre du programme d'actions de la deuxième tranche

La mise en œuvre et l'évaluation du programme d'action FISAC sur une opération tramway reposent sur une organisation et un suivi particulier. Le FISAC tramway de Dijon rassemble en effet sur son seul tracé plus de 500 activités commerciales et artisanales sur 20 km.

Les modalités de mise en œuvre du dispositif, issues de l'expérience capitalisée à l'issue de la première tranche, seront développées en 4 points distincts :

- la gouvernance
- le périmètre d'intervention
- le calendrier de mise en œuvre
- l'évaluation

1- La gouvernance

La mise en œuvre de la première tranche a donné lieu à la mise en place d'un partenariat étroit entre les différents acteurs concernés :

- Grand Dijon
- Chambre de Commerce et d'Industrie de Côte d'Or
- Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Bourgogne section Côte d'Or
- Désir de Tram
- les Villes de Dijon, Chenôve, Quétigny
- l'État

Deux instances ont été mobilisés :

- un comité de pilotage
- un comité technique

L'évaluation de la première tranche a montré la pertinence de cette organisation.

Il apparaît donc logique que ces deux instances soient reconduites dans un mode de fonctionnement identique.

Enfin, la maîtrise d'ouvrage globale du programme sera portée par le Grand Dijon. Par contre la maîtrise d'œuvre variera en fonction des actions comme indiqué sur chacune des fiches.

2- Le périmètre d'intervention

La création de deux lignes de tramway sur 20km met en évidence des territoires et des enjeux différents.

La définition du périmètre doit donc prendre en compte les activités commerciales et artisanales présentes sur le tracé ainsi que sur le corridor tramway.

Afin de maximiser les impacts des actions menées dans le cadre du plan d'actions FISAC, 5 périmètres ont été élaborés en fonction des enjeux et des objectifs prédéfinis dans chacune des fiches actions et utilisés dans le cadre de la mise en œuvre de la première tranche :

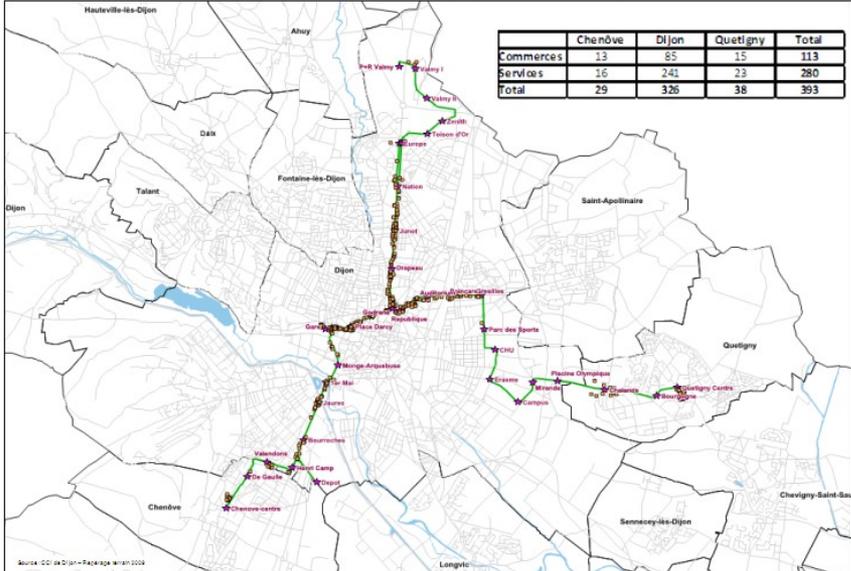
- le tracé (P1). Ce périmètre comprend toutes les activités commerciales et artisanales situées sur le tracé du tramway
- le corridor « resserré » (P2). Ce périmètre est composé de l'ensemble des activités situées sur le tracé ainsi que sur les rues adjacentes
- le périmètre corridor tramway (P3). Il s'agit du P2 élargi à l'ensemble des commerçants et artisans de Désir de Tram
- le périmètre P3 étendu aux zones commerciales de la Toison d'or et de Quétigny (P4)
- l'agglomération dijonnaise (P5)

L'évaluation ayant montré l'intérêt de ce découpage, ces 5 périmètres seront repris dans le cadre de la deuxième tranche.

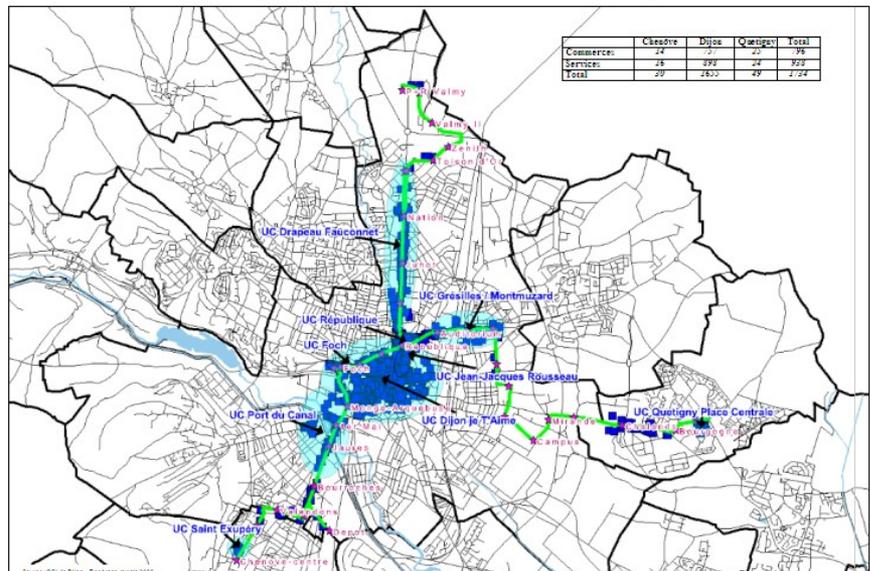
On trouvera sur la page suivante une cartographie de ces différents périmètres.

2- Modalités de mise en œuvre de la deuxième tranche

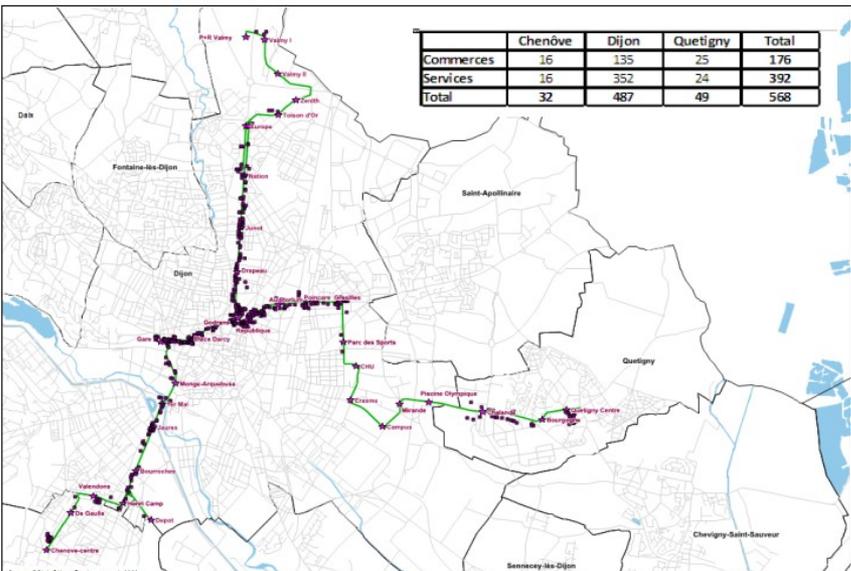
P1 Tracé du Tramway



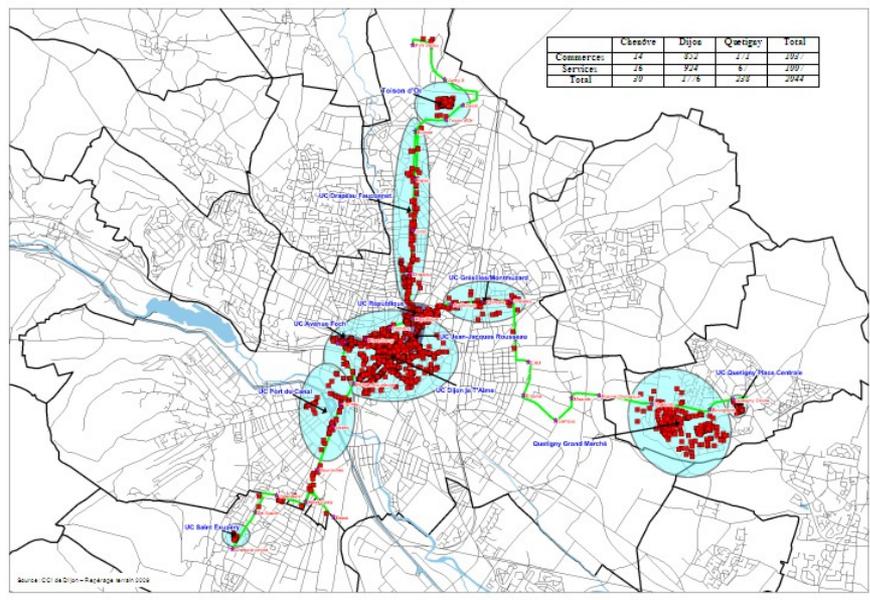
P3 Corridor UC



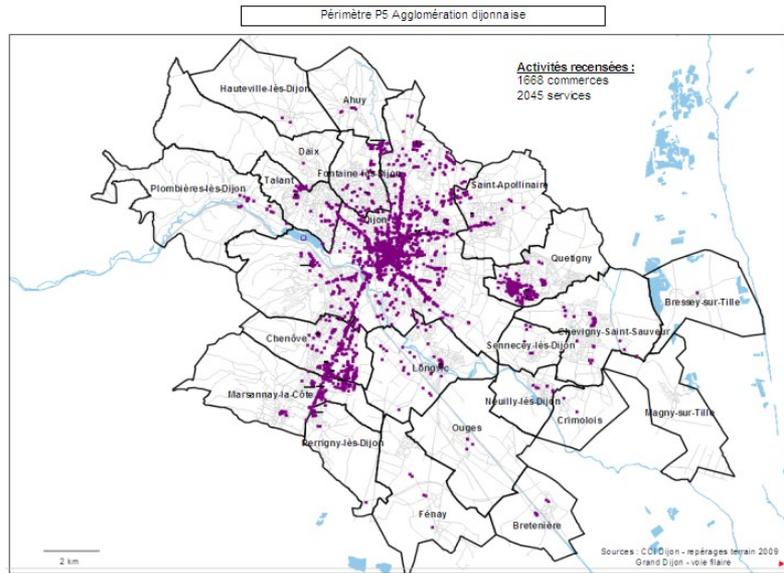
P2 Corridor resserré



P4 Corridor UC + Grand Pôles périphériques (Toison d'Or/ Quetigny Grand Marché)



2- Modalités de mise en œuvre de la deuxième tranche



3- Calendrier de mise en œuvre de la deuxième tranche

La deuxième tranche du programme d'actions démarrera lors du deuxième semestre 2012 (juin) pour s'achever une année après (ou 18 mois), soit au cours du deuxième semestre 2013

4- Évaluation du plan d'action

Conformément aux attendus réglementaires en la matière, une évaluation sera effectuée à l'issue de l'exécution de la deuxième tranche du programme d'actions.

Cette évaluation s'inscrit en continuité de celle effectuée à l'occasion de la mise en œuvre de la première tranche et reprendra des indicateurs et des moyens d'évaluation similaires : enquêtes auprès des professionnels, enquêtes satisfaction clientèle...

2. Présentation du programme d'actions de la deuxième tranche



Présentation globale du programme d'actions

PREMIERE PARTIE : LES ACTIONS DE FONCTIONNEMENT

1- Les animations commerciales et artisanales

- 1.1.1. Mise en œuvre d'une opération de trafic pour la clientèle motorisée et en transport en commun : j'ai le ticket avec mon commerçant
- 1.1.2. Mise en œuvre d'une opération de trafic pour la clientèle de proximité : FestiTram
- 1.1.3. Elaboration et mise en œuvre d'une opération de fidélisation pour tous les types de clientèle : Tram City
- 1.1.4. Elaboration et mise en œuvre d'une animation événementielle et festive génératrice de flux clientèle à l'occasion de l'inauguration du tramway

2- L'animation économique

- 1.2.1. Anticiper les mutations et suivre les transmissions / reprises.
- 1.2.2. Mise en œuvre d'une nouvelle vague de démarches qualité dans le commerce et l'artisanat
- 1.2.3. Elaboration et mise en place un Plan de Déplacement Inter Entreprise pour les salariés des entreprises commerciales et artisanales du centre ville de Dijon
- 1.2.4. Mise en œuvre d'une nouvelle vague de diagnostics techniques et environnementaux des activités commerciales et artisanales

3- La communication

- 1.3.1. Elaboration et mise en œuvre, à la mise en service du tramway, d'une campagne de communication à l'échelle régionale pour le commerce et l'artisanat impacté par le tramway
- 1.3.2. Mise en œuvre d'un nouveau plan de communication à destination des professionnels et concernant les actions du FISAC
- 1.3.3. Mise en œuvre d'un nouveau plan de communication sur l'accessibilité en transport en commun des activités nocturnes
- 1.3.4. Création et diffusion, à la mise en service du tramway, de supports promotionnels pour le commerce et l'artisanat des axes du tramway

4- L'analyse et le suivi de l'impact des travaux et de la mise en service sur la fonction commerciale et artisanale

- 1.4.1. Mise en œuvre d'une nouvelle vague du baromètre de suivi de l'activité commerciale et artisanale
- 1.4.2. Evaluer l'impact du tramway sur le profil de la clientèle et ses comportements d'achats pour accompagner le développement des entreprises
- 1.4.3. Elaboration d'une stratégie durable pour les livraisons de marchandises en centre ville

5- Le suivi de la mise en œuvre du programme d'actions de la tranche 2

- 1.5.1. Reconduction du poste de chef de projet
- 1.5.2. Mise en œuvre de l'évaluation de la deuxième tranche

DEUXIEME PARTIE : LES ACTIONS D'INVESTISSEMENT

- 2.1.1. Requalifier l'environnement urbain au contact des activités commerciales et artisanales
- 2.1.2. Modernisation durable des entreprises commerciales et artisanales

PREMIERE PARTIE : LES ACTIONS DE FONCTIONNEMENT



Axe 1 : les animations commerciales



Contexte

Le dispositif « J'ai le ticket avec mon commerçant », préexistant à l'opération FISAC et piloté par la CCI de Dijon, a été relancé à l'occasion de la mise en œuvre de la première tranche.

Ce dispositif permet aux commerçants de prendre en charge une partie du coût du stationnement pour la clientèle, le reste étant partagé entre différents partenaires institutionnels.

Avec près de 120.000 tickets diffusés, l'évaluation effectuée a montré la pertinence de dispositif auprès de la clientèle motorisée.

Toutefois, pour être pertinente, cette action doit être accompagnée d'une forte campagne de communication.

Objectif

Dynamiser la fréquentation des activités commerciales et artisanales sur les axes concernés par les travaux du tramway pour la clientèle motorisée.

Périmètre d'intervention proposé

Périmètre Désir de Tram (P3)

Mode opératoire

- Analyse des conclusions de l'évaluation effectuée à l'occasion de la première tranche
- Adaptation de la méthodologie de mise en œuvre
- Sensibilisation des professionnels sur les conditions de mise en œuvre
- Reprise et adaptation des supports édités en 2011 : guide du shopping malin,...
- Mise en œuvre d'une campagne de communication à destination de la clientèle

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'œuvre : CCI de Côte d'Or,

Partenaires : Désir de Tram, DIVIA, Ville de Dijon

Financement– Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Communication	30 000	FISAC	15 000
		Grand Dijon	12 000
		Désir de Tram	3 000
Total	30 000		30 000

Pour mémoire, financement hors FISAC (Tranche 1)

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Ticket de transport	75 000	Grand Dijon	18 750
		DIVIA	18 750
		Professionnels	37 500
Ticket de parking	85 000	Ville de Dijon	34 000
		Professionnels	51 000
Total	160 000		160 000

Évaluation – indicateurs

Nombre de tickets distribués: 90% du volume acquis

Contexte

Pour sa première édition, l'animation commerciale «FestiTram» mise en œuvre au mois de juin 2011 a obtenu des résultats particulièrement positifs, et a permis de drainer des flux de clientèle dans les commerces impactés par le tramway.

Il s'agissait de proposer à la clientèle une animation sous la forme d'une fête foraine à proximité des activités commerciales et artisanales dans six localisations distinctes.

FestiTram a bénéficié d'une communication ciblée et d'une forte mobilisation des commerçants et artisans, qui ont permis d'attirer 6.000 participants, parmi lesquels 70% ont été satisfaits de l'animation, conformément aux objectifs fixés en première tranche.

Toutefois, pour être pertinente, cette action doit être accompagnée d'une forte campagne de communication et mise en place à deux reprises durant la période de la tranche 2

Objectif

Dynamiser la fréquentation des activités commerciales et artisanales sur les axes concernés par les travaux du tramway pour la clientèle de proximité

Périmètre d'intervention proposé

Périmètre Désir de Tram (P3)

Mode opératoire

- Analyse des conclusions de l'évaluation effectuée à l'occasion de la première tranche
- Adaptation des modalités de mise en œuvre et notamment du nombre de sites. Passage à 8 sites.
- Sensibilisation des professionnels sur les conditions de mise en œuvre
- Mise en œuvre d'une campagne de communication à destination de la clientèle

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'œuvre : Désir de Tram

Partenaires : Villes, CCI de Côte d'Or, CMA de Bourgogne

Financement– Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Animations	30 000	FISAC	30 000
Communication	30 000	Grand Dijon	20 000
		Désir de Tram	10 000
Total	60 000		60 000

Évaluation - indicateurs

Objectif équivalent à celui de la tranche 1, soit 75% de clients satisfaits

Contexte

Le diagnostic a mis en évidence une clientèle très fidèle sur les périmètres impactés par les travaux du tramway :

- 60% des personnes interrogées fréquentent les commerces depuis plus de 5 ans,
- 65% fréquentent quotidiennement les commerces de leur secteur.

Durant la tranche 2 du FISAC, un dispositif de fidélisation spécifique et complémentaire aux opérations génératrices de trafic sera mis en œuvre pour optimiser les opérations de trafic.

Objectif

Maintenir et dynamiser le niveau de fréquentation dans les activités commerciales et artisanales sur les axes du tracé du Tramway et augmenter la fréquence de venue de la clientèle

Périmètre d'intervention proposé

Périmètre Désir de Tram (P3)

Mode opératoire

- Mise en place d'un groupe de travail spécifique pour identifier des dispositifs potentiels
- Choix du dispositif en comité de pilotage : reconduction de Tram City ?
- Élaboration d'un cahier des charges pour la création des supports
- Consultation de prestataires spécialisés et création des supports de fidélisation
- Sensibilisation des professionnels sur les conditions de mise en œuvre
- Mise en œuvre d'une campagne de communication à destination de la clientèle

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'œuvre : Désir de Tram

Partenaires : Villes, CCI de Côte d'Or, CMA de Bourgogne

Financement – Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Dispositif de fidélisation	25 000	FISAC	17 500
Communication	10 000	Grand Dijon	12 500
		Désir de Tram	5 000
Total	35 000		35 000

Évaluation - indicateurs

Objectif équivalent à celui de la tranche 1, soit 75% de clients satisfaits

Contexte

La mise en service du tramway va constituer un événement majeur à l'échelle de l'agglomération.

Il est probable qu'à cette occasion on constate des flux importants de population et donc de clientèle potentielle sur les différentes lignes.

Il apparaît donc opportun que les activités commerciales et artisanales situées à proximité des lignes puissent travailler ces flux de clientèle à l'occasion de la mise en service.

Objectif

Utiliser l'inauguration de chaque ligne pour mieux faire connaître le commerce et l'artisanat existant à proximité

Périmètre d'intervention proposé

Lignes de tramway dont périmètre (P3) « Désir de Tram » en particulier.

Mode opératoire

- Mise en place d'un groupe de travail spécifique pour identifier des thématiques potentielles d'animation : animations de proximité s'inscrivant dans une stratégie globale et déclinés sur une dizaine de sites
- Choix de la thématique d'animation en comité de pilotage
- Élaboration d'un cahier des charges pour la création de l'animation
- Consultation de prestataires spécialisés
- Sensibilisation des professionnels sur les modalités de mise en œuvre
- Mise en œuvre d'une campagne de communication à destination de la clientèle, à coordonner avec les actions Grand Dijon

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'œuvre : Désir de Tram / Grand Dijon

Partenaires : Villes, CCI de Côte d'Or, CMA de Bourgogne,

Financement – Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Elaboration / Création de l'évènement	60 000	FISAC Grand Dijon Désir de Tram	30 000 20 000 10 000
Total	60 000		60 000

Évaluation – indicateurs

Objectif : 75% de clients satisfaits

Axe 2 : l'animation économique



Contexte

Le contexte des travaux du tram est une période peu propice à la cession de fonds (CA en baisse donc valorisation de fonds compliqué). A l'inverse la période qui s'annonce avec la mise en service du tram devrait être beaucoup plus favorable et encourager les cédants à concrétiser la mise en vente de leur fonds. Au-delà de l'âge des chefs d'entreprise, l'expérience montre que l'arrivée d'un tramway engendre de nécessaires mutations d'activité sur le tracé, un effort spécifique de conseil individuel en amont des cédants et des repreneurs doit permettre d'accompagner cette transition.

Les chambres consulaires (CCI de Côte d'Or /CMA de Bourgogne) gèrent un dispositif d'accompagnement à la transmission/reprise de la TPE: Transcommerce/Transartisanat.

Objectif

Prévenir les situations de dévitalisation potentielle de l'équipement commercial et artisanal sur les axes tramway par une sensibilisation des entreprises sur la possibilité d'accompagnement proposé par les chambres consulaires en matière de transmission.

Périmètre d'intervention proposé

Périmètre corridor tramway (P2)

Mode opératoire

- Diffusion systématique d'un guide de la transmission accompagné d'une plaquette de présentation du dispositif
- Opération de phoning/démarchage auprès de l'ensemble des entreprises du corridor afin d'identifier les problématiques de transmission
- Organisation d'une soirée théâtrale à destination des cédants
- Organisation de rendez-vous experts impliquant les professionnels de la transmission (par exemple : notaires, agents immobiliers, experts comptables...)

- Cette fiche-action sera suivie d'une opération d'accompagnement des créateurs-repreneurs permettant de conforter l'offre commerciale du corridor du tram en fonction des préconisations de l'étude « Plan de merchandising » réalisée sur la tranche 1.

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'oeuvre : CCI de Côte d'Or, CMA de Bourgogne

Partenaires : professionnels

Financement

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Communication	4 500 €	FISAC	8 000 €
Phoning	2 000 €	CCI/CMA	8 000 €
Animation théâtre	6 500 €		
Rv experts	3 000 €		
Total	16 000 €		16 000 €

Évaluation - indicateurs

Maintien du taux de commercialité

Contexte

La qualité de l'agencement des boutiques (présentation des produits, merchandising), le professionnalisme et le niveau de performance globale de l'entreprise participent à l'attractivité commerciale.

Il s'agit d'un aspect particulièrement important pour la clientèle sur lequel les professionnels disposent de leviers d'amélioration.

Dans ce cadre, la CCI de Côte d'Or propose aux commerçants des outils complets sur ces thématiques qu'elle a déjà mis en œuvre lors de la première tranche. Il s'agit donc ici de poursuivre les actions déjà engagées. Dans la suite logique de cette démarche, elle souhaite mettre en place un programme de formations conçu en fonction des attentes identifiées lors de la première tranche.

Objectifs

- Améliorer l'attractivité commerciale en dotant les entreprises d'une véritable stratégie de développement
- Initier une démarche qualité sur le tracé du tramway extensible ultérieurement à l'ensemble de l'agglomération
- Contribuer à la professionnalisation des commerçants et de leurs salariés.

Périmètre d'intervention proposé

Périmètre corridor tramway (P3)

Mode opératoire

- Analyse des conclusions de l'évaluation effectuée à l'issue de la première tranche
- Adaptation de la méthodologie mise en œuvre
- Élaboration d'un cahier des charges pour la réalisation de la prestation
- Consultation de prestataires spécialisés

- Sensibilisation des professionnels sur les démarches qualité
- Mise en œuvre d'une nouvelle vague de démarches qualité avec une trentaine de professionnels
- Elaboration d'un programme de formation, montage des dossiers de financement et mise en œuvre

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'œuvre : CCI de Côte d'Or,

Partenaires : Villes, professionnels, Désir de Tram

Financement- Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Communication, sensibilisation	8 000	FISAC	20 500
		Professionnels	11 500
		CCI	13 000
Clients mystères, entretiens	20 000		
Formation	17 000		
Total	45 000		45 000

Évaluation – indicateurs

Objectif : 30 entreprises labellisées
10 entreprises formées

Contexte

La mise en service du tramway est l'occasion de lancer une politique de sensibilisation et de rationalisation des déplacements liés aux commerces, aux salariés des commerces et aux achats en proposant une offre alternative de transport couplée à des parkings relais en entrée de ville.

Rappelons en effet que le diagnostic a montré que :

- 40% de la clientèle manifeste des intentions de changer son mode de déplacement au profit du tramway
- plus de 70% des commerçants et artisans considèrent que le tramway va engendrer des problèmes d'accessibilité

Un premier PDIE a été élaboré dans le cadre de la première tranche sur la zone de la Toison d'Or. Il s'agit maintenant d'intervenir sur le centre ville de Dijon qui compte environ 1 500 entreprises et 5 000 salariés, et pour lequel les problématiques en la matière s'avèrent complexes.

Objectif

Améliorer l'activité commerciale et artisanale par une meilleure gestion des déplacements de la clientèle, des fournisseurs et des salariés permettant de faciliter le stationnement et l'accessibilité

Périmètre d'intervention proposé

Centre ville de Dijon

Mode opératoire

- Analyse des conclusions de l'évaluation effectuée à l'issue de la première tranche
- Organisation d'une rencontre avec Tendance Presqu'île et la fédération des commerçants Lyon 7eme pour un retour d'expérience
- Adaptation de la méthodologie mise en œuvre
- Élaboration d'un cahier des charges pour la réalisation du PDIE

- Consultation de prestataires spécialisés
- Sensibilisation des professionnels sur la démarche PDIE

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'œuvre : CCI de Côte d'Or, Désir de Tram

Partenaires : Ville de Dijon, ADEME, KEOLIS, Désir de Tram, entreprises

Financement– Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
PDIE (devis)	55 000	FISAC	11 000
		CRB	22 000
		Désir de Tram	11 000
Total	55 000		44 000

Évaluation – indicateurs

Satisfaction professionnels et salariés : 50% de satisfaits

Contexte

Le diagnostic a montré que 29% des commerçants souhaitent s'inscrire dans une démarche de modernisation et de requalification de leurs locaux d'activité.

Or, parallèlement, le projet de loi Grenelle 2 fixe un certain nombre de règles s'agissant de la réalisation ou de la rénovation de bâtiments, notamment commerciaux.

Dans le cadre de la première tranche, des plaquettes d'information expliquant la démarche ont été élaborées et distribuées par les médiateurs commerce à tous les commerçants du tracé et du corridor. Cette plaquette est également disponible sur le site Web du tram.

A ce jour, une quinzaine de diagnostics ont été réalisés.

Objectif

Accompagner les commerçants dans la définition de leur projet de rénovation en cohérence avec les objectifs développés dans le Grenelle 2 et en conformité avec les règlements d'urbanisme et de voirie

Périmètre d'intervention proposé

Périmètre tracé (P1)

Mode opératoire

- Reprise du cahier des charges pour la réalisation des diagnostics
- Consultation de prestataires spécialisés
- Recensement par les médiateurs commerce des professionnels souhaitant réaliser des travaux
- Mobilisation du prestataire sélectionné pour réaliser le diagnostic pré-investissement et concernant les volets énergétique, sécurité, accessibilité et attractivité
- Assistance éventuelle au montage du dossier de travaux (sur demande du commerçant)
- Création de plaquettes explicatives

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'œuvre : CCI de Côte d'Or, CMA de Bourgogne, ADEME, professionnels

Partenaires : Villes, ADEME, DIVIA, VELODI, salariés

Financement – Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Diagnostics	40 000	FISAC	20 000
		Grand Dijon	10 000
		ADEME	10 000
Total	40 000		40 000

Evaluation – indicateurs

Objectif : réalisation a minima d'une trentaine de diagnostics

Axe 3 : la communication



Contexte

Au regard de la nécessité de communiquer et de promouvoir la mise en place du tramway et de l'appareil commercial impacté par celui-ci, la mise en place d'une stratégie de communication à l'échelle régionale est indispensable et constitue ainsi une véritable clé de réussite pour la mise en place du tramway et la dynamisation des commerces du tracé. Il s'agira notamment :

- **d'informer la clientèle** régionale, de passage et touristique des animations et des évènements à venir,
- **de renforcer l'attractivité** du territoire vis-à-vis, des résidents de la zone de chalandise mais également de la clientèle active régionale,
- **d'ancrer le tramway et les commerces du tracé dans les habitudes de déplacement, d'achat et de consommation.**

Objectif

Promouvoir la mise en place du tramway et l'appareil commercial impacté à l'échelle régionale.

Périmètre d'intervention proposé

Régional

Mode opératoire

- Elaboration d'un cahier des charges qui aura pour objectif de sélectionner un prestataire dont les missions seront :

- De proposer des supports pertinents
- D'élaborer un plan de communication calé sur le planning prévisionnel de l'inauguration du tramway et des animations commerciales (ou autre) qui doivent être mise en œuvre.
- De réaliser des support de communication : 4 par 3, spot radio, spot TV régionale, presse régionale, site internet...

- De diagnostiquer le besoin des commerçants et du Grand Dijon en terme de visibilité et d'axes de communication à mettre en place

- Sélection d'un prestataire et mise en œuvre des actions

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'œuvre : Grand Dijon

Partenaires : Villes, Désir de Tram, CCI de Côte d'Or, CMA de Bourgogne,

Financement– Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Campagne de communication Régionale	75 000	FISAC	37 500
		Grand Dijon	27 500
		Désir de Tram	10 000
Total	75 000		75 000

Évaluation – indicateurs

Enquêtes de satisfaction / lectorat des supports / Évolution du chiffre d'affaires, provenance clientèle.

Contexte

Dans le cadre de la mise en œuvre de la première tranche, des « guides du riverain professionnel » ont été élaborés.

La très large diffusion de ces guides a permis d'assurer une très bonne notoriété au dispositif, 71% des professionnels se disant bien informés du programme d'action.

Enfin, 83% des professionnels ont estimé ce guide utile.

Dans le cadre de la deuxième tranche, il est donc proposé de prolonger cette action en l'adaptant aux évolutions du programme.

Objectifs

- Favoriser l'appropriation de l'opération par l'ensemble des acteurs politiques, économiques et financiers (institutions, Élus, banques, commerçants et artisans),
- Informer les professionnels de la poursuite de l'opération et des nouvelles actions mises en œuvre

Périmètre d'intervention proposé

Périmètre corridor tramway (P2)

Mode opératoire

- Analyse des conclusions de l'évaluation effectuée à l'issue de la première tranche
- Adaptation du guide du riverain actuel et tirage
- Diffusion du guide par les médiateurs commerce et l'équipe technique en charge du projet
- Mise en place d'un mailing mensuel sous la forme d'une newsletter (la lettre du FISAC) à l'ensemble des commerçants pour les informer régulièrement
- Communiqués de presse / conférence de presse pour informer les professionnels des actions mises en œuvre

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'œuvre : Grand Dijon

Partenaires : CCI de Côte d'or, CMA de Bourgogne, Désir de Tram

Financement – Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Lettre du FISAC	12 000	FISAC	6 000
Newsletter		Grand Dijon	4 500
		Désir de Tram	1 500
Total	12 000		12 000

Évaluation – indicateurs

Objectif : notoriété du dispositif auprès de 80% des professionnels

Contexte

Durant les travaux, l'accessibilité aux établissements nocturnes situés sur les axes tramway notamment Place de la République et avenue Foch s'est complexifiée. D'autre part, du fait de la mise en service du tramway, ces établissements vont devoir inciter de façon permanente leur clientèle à utiliser d'autres modes de transport que ceux utilisés actuellement.

Dans le cadre de la première phase, une première action de sensibilisation a eu lieu avec une campagne d'affichage et la réalisation d'une carte Harmonuits.

Il s'agit donc d'inscrire cette démarche dans la continuité en persévérant dans la communication grand public et en mettant un place un label de qualité sur ce domaine d'activités.

Objectifs

Maintenir les conditions de fréquentation de ces établissements en incitant les consommateurs à recourir à des modes de transport collectifs afin :

- de faciliter l'accès aux activités nocturnes dijonnaises en les sécurisant
- d'éviter les nuisances sonores en facilitant l'accès aux transports collectifs

Périmètre d'intervention proposé

P5 – agglomération de Dijon.

Mode opératoire

- Analyse des conclusions de l'évaluation effectuée à l'issue de la première tranche
- Mise en œuvre des actions :
- Création d'un spot TV en lien avec les partenaires pour diffusion auprès des établissements et des associations étudiantes
- Mise en place d'un audit avec un cabinet extérieur dans le cadre de la labellisation Harmonuits des établissements

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'œuvre : CCI Côte-d'Or

Partenaires : Préfecture, DDSP, Ville de Dijon, UMIH Côte d'Or, Kéolis, établissements de nuits (restaurants, discothèques, cafés, bars, etc.), étudiants, ESC Dijon, Institut de Sciences Politiques de Dijon

Financement – Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Mise en œuvre de l'action	18 000	FISAC	9 000
		Grand Dijon	5 400
		CCI	3 600
Total	18 000		18 000

Évaluation – indicateurs

Objectif : 70% de professionnels satisfaits

Contexte

La mise en service du tramway va générer de forts flux de clientèle potentielle.
De plus, l'arrivée du tramway favorisera l'augmentation des achats non motorisés ainsi que l'évolution sociologique de la clientèle
Il apparaît donc opportun à ce stade de s'appuyer sur ces forts flux de clientèle et de faire des supports de communication pour le commerce et l'artisanat local.
Pour ce faire, il est donc proposé de travailler sur des supports promotionnels spécifiques apportant une réelle valeur ajoutée pour la clientèle.

Objectif

Communiquer massivement sur le commerce et l'artisanat local

Périmètre d'intervention proposé

Périmètre agglomération

Mode opératoire

- Mise en place d'un groupe de travail spécifique pour identifier les types de supports promotionnels et les modalités de diffusion

Une première approche conduite sur le sujet lors notamment des Ateliers du Tram a permis de faire émerger l'idée des caddies. Le supports Caddies seraient fabriqués aux couleurs du commerce local et du tramway.

- Choix des supports promotionnels en comité de pilotage et des modalités de diffusion
- Élaboration d'un cahier des charges pour la création des supports
- Consultation de prestataires spécialisés

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'œuvre : Grand Dijon

Partenaires : CCI de Côte d'or, CMA de Bourgogne, Désir de Tram, DIVIA

Financement– Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Supports de communication (caddies)	40 000	FISAC	20 000
		Grand Dijon	15 000
		Désir de Tram	5 000
Total	40 000		40 000

Évaluation – indicateurs

Taux de satisfaction clientèle : 75%

Axe 4 : Analyse et suivi de l'impact des travaux et de la mise en service du tramway sur la fonction commerciale et artisanale



Contexte

La réalisation des travaux du tramway a entraîné dans certains cas des évolutions d'activité de nature à susciter des demandes d'indemnisation au titre de la commission amiable d'indemnisation (CIA).

Or, l'évolution de l'activité commerciale sur les axes impactés par le tramway dépend également de l'évolution du contexte économique local qu'il s'agira donc de suivre en parallèle.

Dans le cadre de la première tranche, 200 entreprises ont d'ores et déjà été recrutées pour intégrer le panel de suivi du baromètre, permettant la réalisation de deux enquêtes dont les résultats ont été communiqués aux partenaires et aux commerçants sous forme de newsletter.

Dans la perspective de disposer de séries longues, il s'agit donc ici de prolonger cette action en mettant en œuvre une nouvelle vague d'enquêtes.

Objectif

Disposer d'une base référentielle d'évolution de l'activité marchande à l'échelle de l'ensemble de la ville pour pouvoir apprécier de façon objective l'impact des travaux du tramway.

Périmètre d'intervention proposé

Périmètre agglomération (P5)

Mode opératoire

- Analyse des conclusions de l'évaluation effectuée à l'issue de la première tranche
- Adaptation de la méthodologie du baromètre tramway
- Consultation de prestataires spécialisés
- Réalisation et traitement des enquêtes
- Diffusion des résultats sous la forme d'une newsletter

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon
Maîtrise d'œuvre CCI de Côte d'Or,
Partenaires : CMA de Bourgogne, professionnels, CEGAICO (centre de gestion), Banque de France

Financement– Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Enquête/traitement des données	20 000	FISAC	12 500
Edition newsletter	5 000	Grand Dijon	12 500
Total	25 000		25 000

Évaluation - indicateurs

Objectif : 200 entreprises participantes

Contexte

L'arrivée d'un tramway induit des mutations urbaines mais également des mutations/adaptations de l'appareil commercial aux nouvelles pratiques de consommation et au changement de clientèle.

Les villes ayant mis en place un tramway ont généralement vu la clientèle se transformer : plus de piétons, plus d'actifs, une clientèle plus jeune, plus diversifiée, moins fidèle, etc.

Il est donc important d'évaluer les changements de profil et de pratiques afin de prendre la mesure des adaptations commerciales à réaliser.

Objectif

Disposer d'une bonne connaissance de la clientèle et des pratiques d'achats, pour aider les entreprises à ajuster leur offre produits et services aux nouveaux besoins.

Evaluer, à travers des moyens expérimentaux les pratiques de consommation et les nouveaux modes de vie qui apparaissent avec la mise en place du tram.

Guider la collectivité dans ses choix en matière de commerce.

Périmètre d'intervention proposé

Périmètre corridor tramway (P2)

Mode opératoire

- Analyse des conclusions de l'évaluation effectuée à l'issue de la première tranche
- Adaptation de la méthodologie d'intervention
- Consultation de prestataires spécialisés
- Réalisation et traitement des enquêtes

- Elaboration de préconisations, en collaboration avec le pôle recherche de l'ESC Dijon (utilisation de la méthodologie du Lessac)
- Présentations des préconisations aux professionnels situés sur les axes du tramway

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'œuvre : Grand Dijon

Partenaires : LESSAC, Villes, CCI de Dijon, CMA de Côte d'Or, Désir de Tram

Financement – Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Réalisation de l'étude	15 000	FISAC	12 500
Indemnisation participants études	10 000	Grand Dijon	12 500
Rapport mensuel fréquentation clientèle			
Total	25 000		25 000

Évaluation - indicateurs

Objectif : 70% des professionnels satisfaits

Contexte

La création du tramway dans l'agglomération dijonnaise va induire des modifications significatives en matière de conditions d'accessibilité et de livraison pour les activités commerciales et artisanales. Or, en la matière on constate depuis quelques années, pour le commerce de centre ville, une tendance à la réduction des stocks et à une fréquence de livraison accrue. De plus, la révision du PDU préconise la mise en œuvre d'une action concernant la réorganisation des livraisons de marchandises en centre ville.

Enfin, les objectifs fixés par le Grenelle en matière de réduction d'émission de polluants constitue également un facteur à prendre en compte dans ce cadre.

La conjonction de ces différents éléments nécessite donc de conduire rapidement une étude de faisabilité sur les modalités de réorganisation des flux de marchandises pour les activités commerciales et artisanales.

Objectif

Identifier des pistes d'intervention permettant de mettre en œuvre une démarche d'organisation des livraisons pour le commerce et l'artisanat

Périmètre d'intervention proposé

Périmètre corridor tramway (P3)

Mode opératoire

- Constitution d'un groupe de travail spécifique et élaboration d'un cahier des charges
- Validation du cahier des charges par le comité de pilotage
- Consultation de prestataires spécialisés
- Elaboration d'un plan d'actions, étude de faisabilité d'un dispositif alternatif et durable d'approvisionnement de marchandises
- Présentations de la stratégie aux professionnels situés sur les axes du tramway

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'œuvre : Grand Dijon

Partenaires : Ville de Dijon, CCI Cote d'Or, CMA de Côte d'Or, Désir de Tram, CRB/ADEME, Représentants des transporteurs, DREAL

Financement – Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Réalisation de l'étude	40 000	FISAC	10 000
		Grand Dijon	10 000
		CRB/ADEME	20 000
Total	40 000		40 000

Évaluation - indicateurs

Objectif : 70% des professionnels satisfaits

Axe 5 : suivi de la mise en œuvre du programme d'actions de la tranche 2



Contexte et objectifs

Un chef de projet FISAC à temps plein a été recruté en Février 2011, afin d'assurer la coordination technique des différentes phases relevant de l'opération de dynamisation, de modernisation et d'adaptation du commerce et de l'artisanat à l'arrivée d'un tramway.

Ce poste, qui s'est avéré indispensable au bon fonctionnement de l'opération, nécessite d'être reconduit lors de la deuxième tranche compte tenu notamment de l'ambition portée par le programme d'actions.

Mode opératoire

- Réalisation d'un entretien d'évaluation du chef de projet à l'issue de la première tranche
- Adaptation de la fiche de poste et des tâches prises en charge par le chef de projet dont notamment :
 - la préparation des cahiers des charges pour la mise en œuvre de certaines actions
 - la mise en œuvre les actions opérationnelles en partenariat avec les maîtres d'ouvrage et partenaires de l'opération
 - l'accompagnement de Désir de Tram
 - l'organisation et le pilotage du travail des équipes terrain
 - un reporting hebdomadaire
 - la collecte de données permettant de réaliser l'évaluation fin de tranche

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'œuvre : Grand Dijon

Partenaires : Villes, CCI de Côte d'Or, CMA de Bourgogne,

Financement – Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Chef de projet	50 000	FISAC	15 000
		Grand Dijon	35 000
Total	50 000		50 000

Évaluation - indicateurs

Analyse et compte-rendu annuels des actions entreprises et des résultats obtenus par rapport aux objectifs fixés par le comité de pilotage.

Contexte / Objectifs

La circulaire du 22 juin 2009 relative au FISAC impose une procédure d'évaluation du programme d'actions.

Un bilan doit être communiqué à l'État ainsi qu'une évaluation des opérations financées pour chacune des tranches.

L'objectif final est d'identifier a posteriori les retombées individuelles et collectives du FISAC pour pouvoir mettre en œuvre les tranches suivantes dans les meilleures conditions.

Il s'agit donc dans ce cadre de réaliser une nouvelle phase d'évaluation.

Mode opératoire

- Analyse des conclusions de l'évaluation effectuée à l'issue de la première tranche
- Élaboration d'un cahier des charges pour l'évaluation des actions mises en œuvre, en continuité de l'évaluation de la première tranche mais comportant une phase complémentaire d'enquêtes professionnels et clientèle
- Consultation de prestataires spécialisés
- Présentation de l'évaluation aux professionnels

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'œuvre : Grand Dijon

Partenaires : CCI de Côte d'Or, CMA de Bourgogne, Animateur FISAC

Financement– Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Réalisation de l'évaluation	20 000	FISAC Grand Dijon	10 000
Total	20 000		20 000

Évaluation – indicateurs

Validation par l'État de l'évaluation

DEUXIEME PARTIE : LES ACTIONS D'INVESTISSEMENT



Contexte

- A l'occasion de la création du tramway, plusieurs pôles commerciaux majeurs de l'agglomération vont être concernés par des travaux de plateforme.
- Au contact de ces pôles, l'espace urbain va donc faire l'objet de travaux favorisant l'activité commerciale et artisanale.

Objectifs

- Optimiser les conditions d'exploitation des activités marchande

Mode opératoire**• Place Darcy**

Le parti d'aménagement consiste à reprendre le "tapis de pierres calcaires actuel" et de l'étendre vers le square Darcy, l'avenue Foch et jusqu'en rive de la place, les voies de circulation actuelles étant supprimées. L'ensemble de la place sera ainsi en grande partie piétonne, renforçant l'activité commerciale en offrant des espaces pour les terrasses et autres manifestations commerciales, le tout dans un cadre plus agréable et arborés en lien direct avec le tramway. L'extension de la piétonisation de la place en périphérie et en partie nord consolidera le lien avec les espaces commerciaux de la rue de la Liberté et de l'avenue Foch créant ainsi une certaine unité. Un réseau de fourreaux ceinture la place afin d'alimenter toute activité et manifestation commerciale. Certaines parties de la place seront renforcées afin de permettre l'accès aux véhicules de livraisons.



• **Avenue Foch**

L'avenue est piétonnisée de la gare jusqu'à la Place Darcy. La plate-forme tramway s'insère entre deux lignes d'arbres, des arrêts de bus de tourisme sont possibles au plus près des hôtels avec renforcement des zones de trottoirs. La plate-forme est traitée en béton désactivé. Elle est circulaire pour les dessertes riveraines et les livraisons. L'élargissement des trottoirs permet le développement des activités commerciales. Ils sont revêtus d'un enrobé clair, et continu. Il n'y a pas de différences de niveau notable, Les terrasses actuelles pourront s'ouvrir sur la rue libérée des voitures. Les cyclistes traverseront ces espaces piétons sans contrainte, l'ensemble de la rue est une zone de rencontre. Cette aménagement permettra de relier ce secteur commercial à celui du centre ville.

• **Avenue Garibaldi - Vaillant**

Les circulations considérablement diminuées par la réduction de l'espace chaussées en faveur de l'espace piétons, concerneront en grande partie la desserte locale. Les trottoirs, traités en enrobé beige, sont élargis de part et d'autre de la rue permettant d'accueillir les terrasses des restaurants avoisinants. La création de plus de 100 places de stationnement permet de proposer à l'ensemble des commerces du secteur (Garibaldi, place de la République) une offre en parking en parfaite corrélation avec l'amélioration du cadre urbain.



Place de la République

Après le parking, demain espace de convivialité et centralité du projet tramway, la place de la République est entièrement requalifiée.

En raison de sa grande taille, la place permet de concilier sans difficulté lieu d'échanges (ce site accueillera 45 000 voyageurs par jour) et espace public de qualité favorisant l'activité et l'animation commerciales (terrasses de restaurant, manifestations temporaires).

En son centre, un rectangle de 140m de long et de 65m de large, est formé par une grande esplanade, tapis de pierres dédiée aux échanges de voyageurs des différents modes, aux animations commerciales, terrasses,...

Les deux stations de tramway (à l'Est et à l'Ouest) ainsi que les arrêts de bus (au Nord et au Sud) assurent un flux et une animation permanente sur l'ensemble de la surface.

Les trottoirs en périphérie de la place sont élargis. Traités en enrobé beige, ils permettent l'extension des terrasses actuelles ainsi que la création de nouveaux espaces commerciaux.



Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'œuvre : EGIS Rail, Chenôve, Quetigny, concessionnaire

Partenaires : Ville de Dijon, Concessionnaire

Financement – Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Place Darcy	2 151 823	FISAC Grand Dijon	280 000 5 141 179
Avenue Foch	484 918		
Avenue Garibaldi -Vaillant	344 539		
Place de la République	2 439 899		
Total	5 421 179		5 421 179

Évaluation – indicateurs

Cohérence des aménagements avec les besoins de la fonction marchande

Contexte

L'enquête auprès des professionnels montre que 29% d'entre eux souhaitent s'inscrire dans cette démarche de modernisation - requalification en rénovant leur façade (16%), leur vitrine (16%), leur store et/ou enseignes (22%), en améliorant le niveau de sécurité (6%), l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite (8%) ou encore en procédant à une mise aux normes (10%).

Suite à la réalisation du règlement d'attribution des aides directes, un document d'information relatif au fonctionnement et aux critères permettant d'en bénéficier a été élaboré et diffusé aux professionnels. Une dizaine de demandes de dossiers de subventions ont été déposés lors de la première tranche

Objectifs

- Renforcer l'attractivité des activités situées sur le tracé vis à vis de la clientèle. La démarche pourra être étendue ultérieurement à l'ensemble de l'agglomération.
- Favoriser une adaptation des équipements, outils et locaux des entreprises artisanales afin d'améliorer :
 - leur fonctionnement quotidien,
 - la sécurité et le confort de travail des artisans et de leur personnel
 - l'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite en réponse au décret du 30 Avril 2009
- Moderniser l'aspect extérieur des locaux et homogénéiser l'aspect des linéaires commerciaux ;
- Renforcer l'aspect qualitatif global des commerces

Mode opératoire

- Faire évoluer le règlement afin :
 - de garantir l'accès aux TPE à la subvention
 - de financer des montants de travaux faibles
 - d'exclure certaines activités ayant mobilisé la majeure partie des fonds FSAC en tranche 1

- Travailler à partir des diagnostics environnementaux (cf. fiche action 1.2.4)

Gouvernance

Maître d'ouvrage : Grand Dijon

Maîtrise d'œuvre : Professionnels

Partenaires : CCI de Côte d'Or, CMA de Bourgogne, ADEME, Villes

Financement – Tranche 2

Besoins (€ HT)		Ressources (€ HT)	
Travaux	30x20 000	FISAC	120 000
x		Grand Dijon	120 000*
		Professionnels	360 000
Total	600 000		600 000

* Taux de participation différents en ZUS et ZFU (ex : Grésilles). La collectivité n'a pas à apporter de financement.

Évaluation – indicateurs

Objectif : rénovation a minima de 20 locaux

TROISIEME PARTIE : BUDGET RECAPITULATIF



TRANCHE 2 – FONCTIONNEMENT (EN €)

Actions	Budget total (en € HT)
TOTAL FONCTIONNEMENT	646 000
AXE 1 : Les animations commerciales	185 000
1.1.1.Mise en œuvre d'une opération de trafic pour la clientèle motorisée : « j'ai le ticket avec le commerçant »	30 000
1.1.2.Mise en œuvre d'une opération trafic pour la clientèle de proximité : FestiTram	60 000
1.1.3.Elaboration et mise en œuvre d'une opération de fidélisation pour tous les types de clientèle : Tram City	35 000
1.1.4.Elaboration et mise en œuvre d'une animation événementielle et festive génératrice de flux clientèle à l'occasion de l'inauguration du tramway	60 000
AXE2 : L'animation économique	156 000
1.2.1.Anticipation des mutations et suivi des transmissions reprises	16 000
1.2.2.Mise en œuvre d'une nouvelle vague de démarches qualité dans le commerce et l'artisanat	45 000
1.2.3.Elaboration et mise en place d'un Plan de Déplacement Inter Entreprise pour les salariés des entreprises commerciales et artisanales du centre-ville de Dijon	55 000
1.2.4.Mise en œuvre d'une nouvelle vague de diagnostics techniques et environnementaux des activités commerciales et artisanales	40 000

TRANCHE 2 – FONCTIONNEMENT (EN €)

Actions	Budget total (en € HT)
AXE 3 : La communication	145 000
1.3.1.Elaboration et mise en œuvre, à la mise en service du tramway, d'une campagne de communication à l'échelle régionale pour le commerce et l'artisanat impacté par le tramway	75 000
1.3.2.Mise en œuvre d'un nouveau plan de communication à destination des professionnels et concernant les actions du FISAC	12 000
1.3.3.Mise en œuvre d'un nouveau plan de communication sur l'accessibilité en transport en commun des activités nocturnes	18 000
1.3.4.Création et diffusion, à la mise en service du tramway, de supports promotionnels pour le commerce et l'artisanat des axes du tramway	40 000
AXE 4 : Analyse et suivi de l'impact des travaux et de la mise en service du tramway sur la fonction commerciale et artisanale	90 000
1.4.1.Mise en œuvre d'une nouvelle vague du baromètre de suivi de l'activité commerciale et artisanale	25 000
1.4.2.Evaluer l'impact du tramway sur le profil de la clientèle et ses comportements d'achats pour accompagner le développement des entreprises	25 000
1.4.3.Elaboration d'une stratégie durable pour les livraisons des marchandises en centre-ville	40 000

TRANCHE 2 – FONCTIONNEMENT (EN €)

Actions	Budget total (en € HT)
AXE 5 : Suivi de la mise en œuvre du programme d'actions de la tranche 2	70 000
1.5.1.Reconduction du poste de chef de projet	50 000
1.5.2.Mise en œuvre de l'évaluation de la deuxième tranche	20 000

TRANCHE 2 – INVESTISSEMENT (en €)

Actions	Budget total (en € HT)
TOTAL INVESTISSEMENT	6 021 179
2.1.1.Requalifier l'environnement urbain au contact des activité commerciales et artisanales	5 421 179
2.1.2.Modernisation durable des entreprises commerciales et artisanales	600 000

TRANCHE 2 – RECAPITULATIF BUDGET TOTAL (en €)

Actions	Budget total (en € HT)
FONCTIONNEMENT	646 000
AXE 1 : Les animations commerciales	185 000
AXE2 : L'animation économique	156 000
AXE 3 : La communication	145 000
AXE 4 : Analyse et suivi de l'impact des travaux et de la mise en service du tramway sur la fonction commerciale et artisanale	90 000
AXE 5 : Suivi de la mise en œuvre du programme d'actions de la tranche 2	70 000
INVESTISSEMENT	6 021 179
TOTAL TRANCHE 2	6 667 179

TRANCHE 2 – RECAPITULATIF BUDGET TOTAL (en €)

TRANCHE 2 (mi 2012 à Fin 2013)	Co - financeurs					
	CRB / ADEME	Désir de Tram	Entreprises	CCI / CMA	Grand Dijon	FISAC
Actions de fonctionnement 646 000 € H.T	52 000	55 500	11 500	24 600	217 900	284 500
Action d'investissement 6 021 179€ H.T	/	/	360 000	/	5 261 179	400 000
Budget Total 6 667 179 H.T	52 000	55 500	371 500	24 600	5 479 079	684 500



Opération urbaine collective liée à la réalisation des 2 premières lignes du tramway

Dossier de candidature FISAC – Tranche 2

