



La dynamisation du commerce en Wallonie

Partie 2 – Les outils

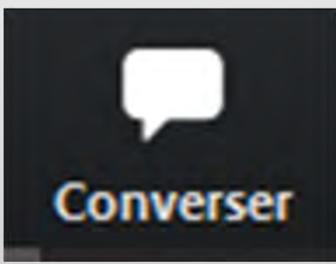
18 juin 2021



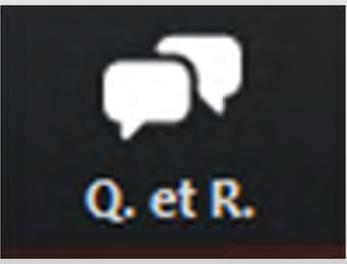
Union des Villes
et Communes
de Wallonie asbl

Quelques consignes pour débiter...

01 **Converser**
Signaler un problème **technique**
➔ Modérateur



02 **Q. Et R.**
Poser une question liée aux **contenus**
➔ Conférenciers



Nos invités

Frank MARCHAL

Responsable
Cellule Attractivité urbaine et Dynamique commerciale - Ville de Namur

Jérémie CRESSON

Directeur du Département Économie et Animation - Ville de Mons

Justine TUSSET

Responsable
ADL - Commune de Wanze

Alexandre PONCHAUT
Conseiller expert
UVCW

Pierre NERI

Attaché
Direction des implantations commerciales - SPW Economie

Thibault CEDER
Conseiller expert
UVCW



Menu de la séance

01

Les communes et la dynamisation de l'offre commerciale

02

Le suivi des demandes de permis d'implantations commerciales : points d'attention pour les communes

03

La gestion des ouvertures de commerces : l'expérience de la ville de Namur

04

L'apport d'une politique pro active : l'exemple du Fonds d'impulsion de la Ville de Mons

05

Les soutiens directs et indirects aux commerçants : la pratique de l'ADL de la commune de Wanze



01

02

03

04

05

Les communes et la dynamisation de l'offre commerciale

Alexandre PONCHAUT

Conseiller expert

UVCW



échange
service
qualité
vitalité
tourisme
animation
flux
attractivité
société
mobilité
mixité
patrimoine
cohésion
interactions



Nécessité d'un plan wallon en faveur du commerce

Soutien régional à
destination des
commerçants

Développement et
renforcement des
outils pour les
pouvoirs locaux
(7 axes)

Politiques
vis-à-vis des
consommateurs
(not. confiance)



Une bonne **connaissance du territoire** est un prérequis nécessaire pour mener des actions concrètes en vue d'atteindre les objectifs politiques communaux. Aucun cadre ou incitant n'existe au niveau communal. La prise de connaissance de l'ouverture ou de la fermeture des « petits » commerces (- 400 m²) est également très difficile.

Propositions

- mettre en place un **socle de diagnostic** du territoire communal en matière commercial
- régulièrement actualisé
- le compléter par les aspects spécifiques à la thématique planifiée ou propres au périmètre concerné (études et analyses).



Toute action sur le commerce au niveau communal, mais également régional, nécessite **d'anticiper les dynamiques** qui pourraient fragiliser le commerce (baisse de la population, des emplois, problème de mobilité, etc.) mais également de **créer ou recréer les conditions d'une attractivité** bénéfique aux commerces en place.

Propositions

Formaliser des outils stratégiques

- Repenser le Schéma communal de développement commercial (SCDC) sous l'angle de *la rapidité, la flexibilité et l'opérationnalité*
- L'accompagner *d'incitants adaptés* mais également d'un soutien administratif et technique de la part de la Direction des implantations commerciales
- Développer les outils supra-locaux
- Confirmer le moratoire sur « la périphérisation » des centres commerciaux
- Evaluer et adapter le SRDC



La question du dynamisme commercial ne se résume pas aux questions commerciales. Repenser le dynamisme commercial emporte de repenser l'attractivité. **Repenser l'attractivité ne peut passer que par la transversalité.**

Propositions

- Meilleure coordination entre les politiques d'aménagement du territoire et commerciale, notamment au niveau régional au travers du SDT et du SRDC (outil unique)
- Adoption de SDC avec un volet commercial
- Porter la réflexion sur l'opportunité de continuer à dispenser de toute autorisation préalable (PIC, PU, etc.), la création des commerces de moins de 300 m². Parfaire en toute hypothèse l'information
- Revoir les seuils (- 400m² et plus de 2.500 m²)



Le maintien d'une offre commerciale dans de nombreux centres reste criant, comme la raréfaction d'une simple offre de base. Il importe **d'assurer ou de rétablir la fourniture d'une offre minimale appropriée** aux besoins des populations et d'adapter les actions et politiques au regard des spécificités, et des forces, de ces territoires.

Propositions

- Développer de partenariats public-privé, les nouvelles formes de services fondées sur la polyvalence ou l'utilisation de nouvelles technologies
- Développer les activités économiques de proximité, comme les activités rurales (valoriser les ressources locales de qualité, soutenir les structures relevant de l'économie sociale, favoriser des formules de services itinérants, etc.)
- Développer les activités touristiques, ainsi que leurs retombées directes et indirectes sur le dynamisme et le développement territorial.



Plusieurs phénomènes sont souvent pointés du doigt comme favorisant les déclinis de l'attractivité de certaines rues, quartiers ou centres. Les causes sont multiples : la spéculation foncière, l'occupation ou l'activation des étages commerciaux, l'inadéquation des loyers, l'augmentation des friches commerciales, etc.

Propositions

- Mise en place d'une réelle politique foncière et des moyens (techniques, financiers et humains) qu'elle implique
- Mieux appréhender les questions financières entourant l'exploitation commerciale : le revenu cadastrale et précompte immobilier, les taxes (spécialement celles relatives à l'inoccupation des immeubles bâtis) et la question des loyers
- S'attaquer aux chancres commerciaux (« *urbanisme circulaire* »)
- Mettre en place une politique forte destinée à soutenir l'amélioration de la qualité des espaces publics.



AXE 6

Le renforcement des **structures locales** au soutien commercial

De nombreuses villes et communes ont mis en place des cellules ou structures spécifiques dédiées au développement de leurs centres urbains, qu'il s'agisse des Gestions centre-ville ou des Agences de développement local. L'intérêt de leurs actions pour le développement des centres urbains n'est plus à démontrer.

Propositions

- Un soutien au développement et renforcement de ces cellules et structures. Cet accompagnement adéquat doit permettre à chaque centre urbain de disposer d'une cellule et/ou de structures locales d'appui au développement commercial
- Une complémentarité, voire une rationalisation, entre celles-ci, notamment en termes de compétences et d'expertise, doit être encouragée.



Le lancement d'un commerce, sa gestion et sa pérennisation peuvent s'avérer complexes à tous les niveaux (financier, administratif, juridique, etc.). Les difficultés et aléas, souvent exogènes, sont nombreux et la crise actuelle exacerbe ces constats. Il est évident qu'un levier important d'aides directes et indirectes doit émaner de la Région. Les villes et communes ont également un rôle à jouer pour soutenir les commerçants.

Propositions

De nombreuses actions pourraient être envisagées ou amplifiées. Citons pour exemples :

- des informations pertinentes sur les espaces commerciaux,
- des informations à destination des commerces,
- des outils d'accompagnement des commerçants,
- une politique adaptée de mobilité et de stationnement,
- une action sur l'événementiel,
- etc.





01

02

03

04

05

Le suivi des demandes de permis d'implantations commerciales : points d'attention pour les communes

Pierre NERI

Attaché

Direction des implantations commerciales - SPW Economie



Les permis d'implantation commerciale

Direction des Implantations Commerciales (SPW-EER-DIC)

RÉGULATION

Décret du 5 février 2015 relatif aux implantations commerciales

Les permis d'implantations commerciales (PIC) et permis intégré (PI)

Le Schéma régional de développement commercial (SRDC)

Les Schémas communaux de développement commercial (SCDC)

SOUTIEN

Créashop

Indemnités compensatoires (Application mobile : WALLINCO)

Prospective urbaine (GCV)



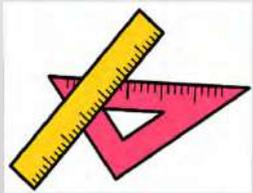
Le décret du 5 février 2015 relatif aux implantations commerciales

Régionalisation de la compétence en matière d'implantations commerciales en date du **01/07/2014**.

Le décret du 5 février 2015 relatif aux implantations commerciales est **entré en vigueur le 01/06/2015**.



« **établissement de commerce de détail** » ou « **établissement** » : *l'unité de distribution dont l'activité consiste à revendre de manière habituelle des marchandises à des consommateurs en nom propre et pour compte propre, sans faire subir à ces marchandises d'autre traitement que les manipulations usuelles dans le commerce.*



« **surface commerciale nette** » : *la surface destinée à la vente et accessible au public y compris les surfaces non couvertes. En cas d'extension, la surface commerciale nette à prendre en considération pour l'application du présent décret est la surface totale après réalisation du projet d'implantation commerciale. Cette surface inclut notamment les zones de caisses, les zones situées à l'arrière des caisses et les halls d'entrée lorsque ceux-ci sont aussi utilisés à des fins d'expositions ou de ventes de marchandises.*



Le décret du 5 février 2015 relatif aux implantations commerciales

Régionalisation de la compétence en matière d'implantations commerciales en date du **01/07/2014**.

Le décret du 5 février 2015 relatif aux implantations commerciales est **entré en vigueur le 01/06/2015**.



Intention du Ministre W. Borsus d'apporter des modifications suite aux divers groupes de travail et au lancement du *Plan Horizon Proximité*.



Évaluation du décret menée en 2018-2019.

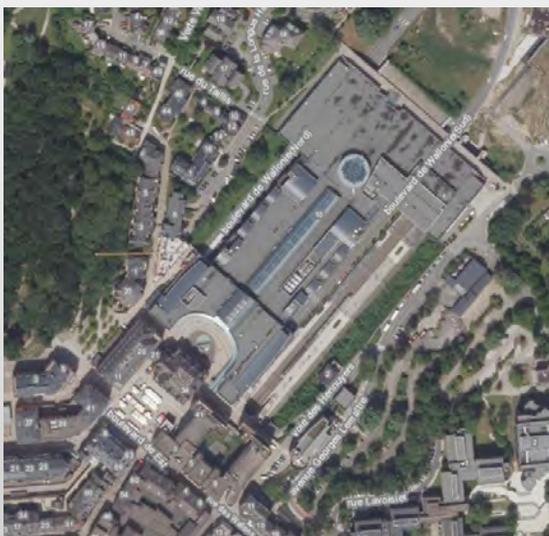


Le permis implantation commerciale (PIC)

Projets d'implantation commerciale soumis à PIC

Sont soumis à un PIC les projets d'implantation commerciale suivants :

- a) un projet de nouvelle construction d'une surface commerciale nette > 400 m² ;
- b) un projet d'« ensemble commercial » d'une surface commerciale > 400 m² ;



Centre commercial
L'Esplanade (LLN)



Retail Park
Hydrion (Arlon)



Parc commercial
Le triangle des 3 Frontières
(Messancy)



Le permis implantation commerciale (PIC)

Projets d'implantation commerciale soumis à PIC

Sont soumis à un PIC les projets d'implantation commerciale suivants :

- a) un projet de nouvelle construction d'une surface commerciale nette $> 400 \text{ m}^2$;
- b) un projet d'« ensemble commercial » d'une surface commerciale $> 400 \text{ m}^2$;
- c) un projet d'extension d'une surface commerciale $> 400 \text{ m}^2$ ou devant l'atteindre ;
- d) un projet d'exploitation d'une surface commerciale $> 400 \text{ m}^2$ dans un immeuble existant non commercial ;
- e) un projet de modification importante de la nature de l'activité commerciale d'un établissement de commerce de détail ou d'un ensemble commercial.



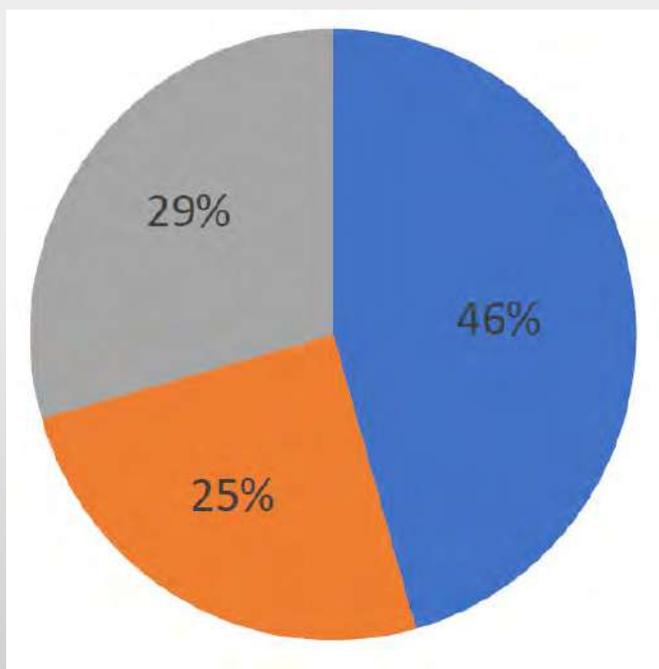
⇒ **Classification des « secteurs » et « sous-secteurs » d'activités commerciales.**
cf. site internet de la DIC (onglet « Ressources »)



Le permis implantation commerciale (PIC)

Projets d'implantation commerciale soumis à PIC

Natures de l'activité commerciale :



Répartition des dépenses des ménages par type d'achats

Source : SPF Economie, Budget des ménages 2018

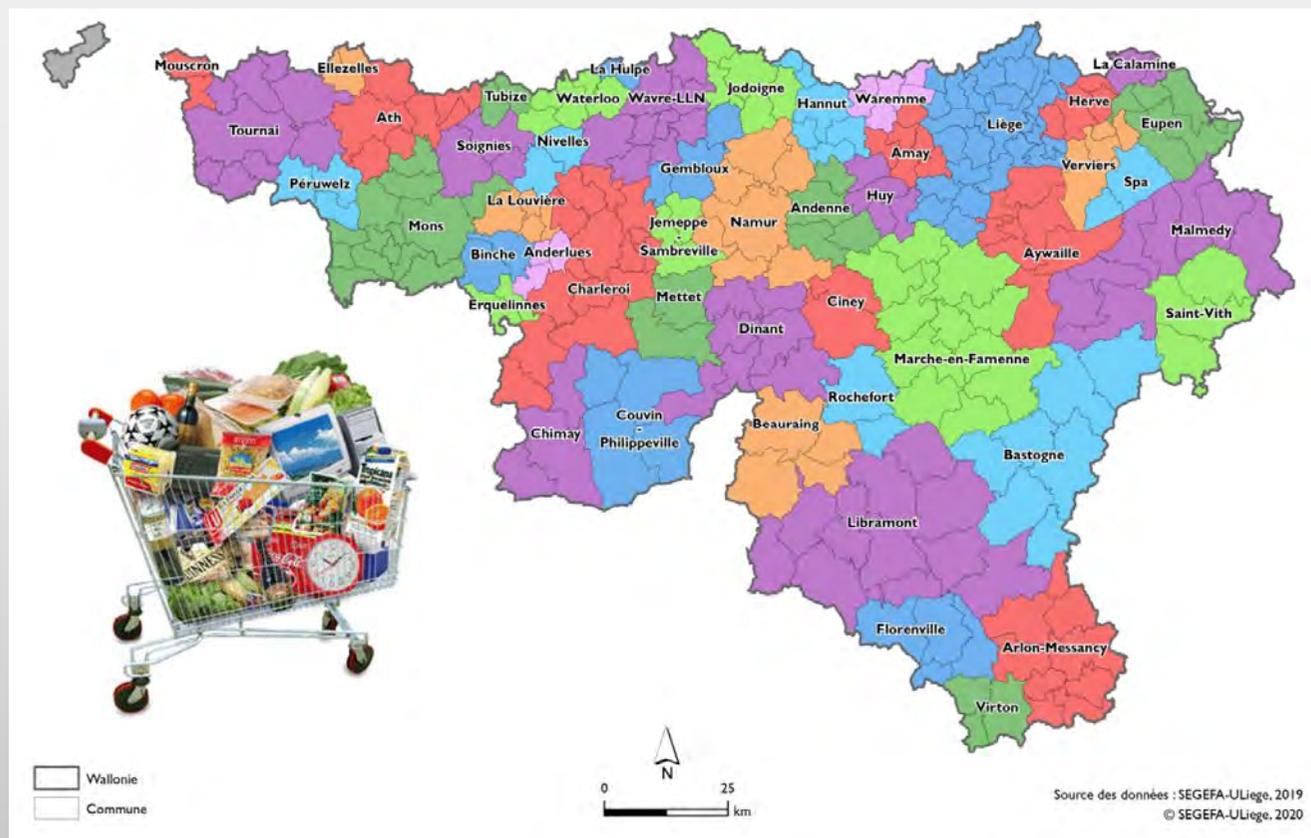
- Achats courants
- Achats semi-courants légers
- Achats semi-courants lourds



Le permis implantation commerciale (PIC)

Projets d'implantation commerciale soumis à PIC

Natures de l'activité commerciale : **les achats courants**



Secteur commercial :

Alimentaire

(grandes surfaces, alimentation généraliste et spécialisée)



Le permis implantation commerciale (PIC)

Projets d'implantation commerciale soumis à PIC

Natures de l'activité commerciale : **les achats semi-courants légers**



Secteur commercial :

Equipement de la personne (vêtements adultes et enfants, chaussures adultes et soins du corps)

Equipement de la maison léger (décoration et articles de ménages)

Equipement de loisir et/ou professionnel léger
(librairie et papeterie, articles de sport et multimédia)



Le permis implantation commerciale (PIC)

La procédure



1. Introduction de la demande de PIC ou PI auprès de la Commune d'implantation
En minimum 3 (PIC) ou 4 (PI) exemplaires papier + une version informatique (USB).
La Commune envoie un exemplaire papier au FIC(+USB), FD et/ou FT.



2. Analyse de la complétude de la demande **20** jours calendriers



3. Réalisation d'une enquête publique et consultation d'instances d'avis



4. Prise de décision **80** **90** **110** **140** jours calendriers



5. Recours possible auprès de la Commission de recours



Le permis d'implantation commercial est accordé **pour une durée indéterminée.**



Le permis implantation commerciale (PIC)

La composition d'une demande de PIC (Cf. Site internet de la DIC – Rubrique « Ressources »)

Projet d'implantation commerciale dont **SCN \leq 400 m²** :

Une simple **notification** à la commune est nécessaire.

La Commune envoie trimestriellement au SPW-DIC un registre des notifications (fic.do6@spw.wallonie.be)

https://economie.wallonie.be/Dvlp_Economique/Implantations_commerciales/Doc/doc2015/formulaire%20d'information.pdf

Projet d'implantation commerciale dont **SCN $>$ 400 m²** :

1. Une **notice d'évaluation des incidences sur l'environnement** (ou étude d'incidences sur l'environnement).

http://economie.wallonie.be/Dvlp_Economique/Implantations_commerciales/Doc/2020/notice-evaluation-juin-2018.pdf

2. Le **formulaire de demande de permis d'implantation commerciale** (remplir la partie B uniquement).

http://economie.wallonie.be/Dvlp_Economique/Implantations_commerciales/Doc/Doc2016/formulaire_demande_pic_edit.pdf

3. Le **formulaire LoGIC** obtenu via la plateforme : www.logic2.be

Projet **d'extension** d'une implantation commerciale : extension de < 300 m² et $< 20\%$ de ce qui est déjà autorisé.

Une simple **déclaration** à la commune ou au FIC (selon la SCN après extension).

https://economie.wallonie.be/Dvlp_Economique/Implantations_commerciales/Doc/doc2015/formulaire%20declarationpic_final.pdf



Le permis implantation commerciale (PIC)

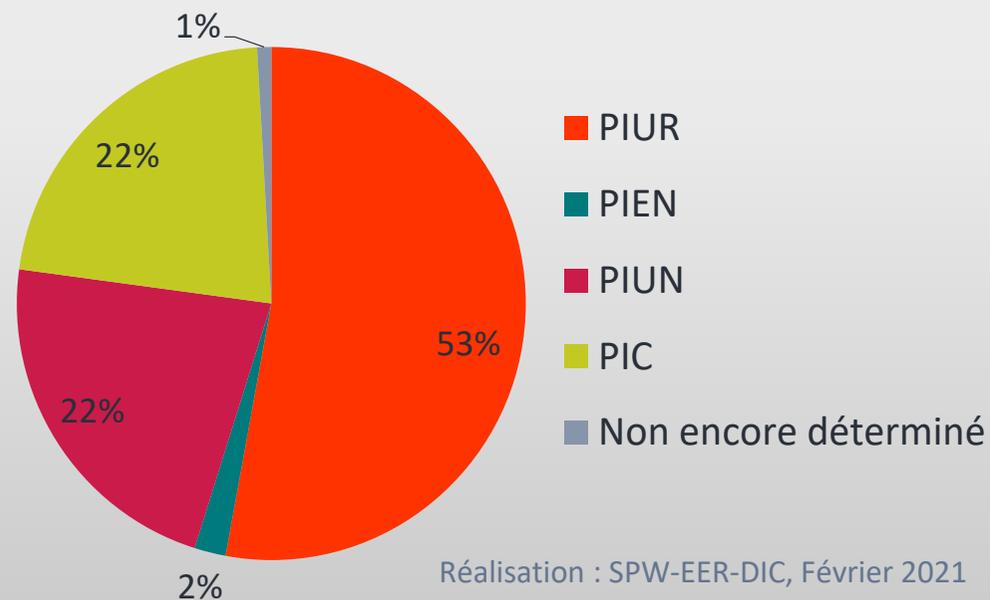
La composition d'une demande de PIC (Cf. Site internet de la DIC – Rubrique « Ressources »)

Les **permis intégrés** = projets pour lesquels il apparaît au moment de l'introduction de la demande de permis que la réalisation requiert :

- a) un PIC + Permis d'Urbanisme (PU)
- b) un PIC + Permis d'Environnement (PE)
- c) un PIC + Permis Unique (PU + PE)



Projets PIC & PI classés selon la procédure détaillée (01/06/2015 - 08/02/2021)



Le permis implantation commerciale (PIC)

Motivation de la décision

Une **régulation publique** est nécessaire et justifiée par des raisons impérieuses d'intérêt général (cf. Directive services). Les **critères et sous-critères** de délivrance de permis sont définis au sein du décret :



- I. Protection du consommateur
 - a) favoriser la mixité commerciale ;
 - b) éviter le risque de rupture d'approvisionnement de proximité.



- II. Protection de l'environnement urbain
 - a) l'absence de rupture d'équilibre entre les différentes fonctions urbaines
 - b) l'insertion de l'implantation commerciale



- III. Objectifs de politique sociale
 - a) la densité de l'emploi ;
 - b) la qualité et la durabilité de l'emploi.



- IV. Contribution à une mobilité plus durable
 - a) la mobilité durable ;
 - b) l'accessibilité sans charge spécifique pour la collectivité.



Le permis implantation commerciale (PIC)

Motivation de la décision

Le développement du territoire

« ... Favoriser la **concentration des commerces** aux centres des villes et des communes rurales... »

« ... Privilégier en matière de commerce les politiques durables de **revitalisation des quartiers commerçants dans les centres urbains...** »

« ... **Encourager la localisation des commerces de proximité** (en particulier les commerces de détail) **dans les centres urbains** à travers une meilleure concertation au sein des bassins de vie et par le **renforcement du schéma régional de développement du commerce...** »

« ... Engager une politique visant à **réduire** au maximum le **développement des centres commerciaux de périphérie...** »

+ Prise en compte des autres outils lors des décisions tels que SCDC, SDC, PCM, Masterplan...etc.





« implantations commerciales Wallonie »

➔ http://economie.wallonie.be/Dvlp_Economique/Implantations_commerciales/presentation.html

@ : implantations.commerciales@spw.wallonie.be

☎ : 081/33.40.00



01

02

03

04

05

La gestion des ouvertures de commerces : l'expérience de la ville de Namur

Frank MARCHAL

Responsable

Cellule Attractivité urbaine et Dynamique commerciale - Ville de Namur



- Avant procédure
- Procédure administrative
- Territoire
- Outils
- Opportunité
- Exemple



Avant procédure

- Négociation/collaboration
- Prise de température
- Avant-projet

« Il vaut toujours mieux rencontrer l'administration avant que de rencontrer des problèmes après »



Procédure administrative

- Décret du 5 février 2015
- Enquête publique
- Demande d'avis
- Délais de rigueur
- LOGIC (à commenter)



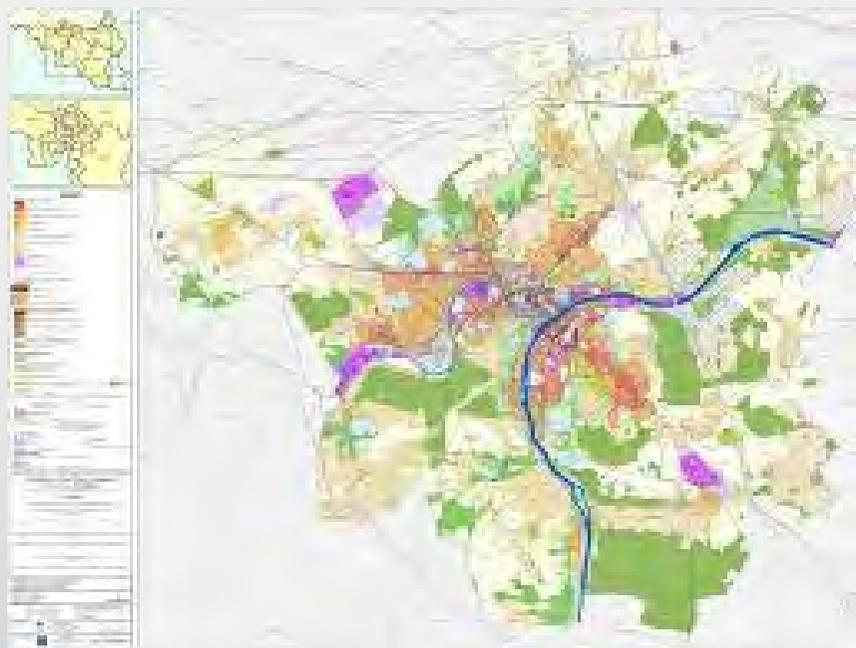
Territoire

- Connaissance de son Territoire
- Vision d'ensemble
- Planification-Objectifs



Outils

- SRDC
- SDC
- SAC



Opportunité

- Les outils vs L'opportunité
- Facteur d'attractivité - % zone chalandise
- Offre



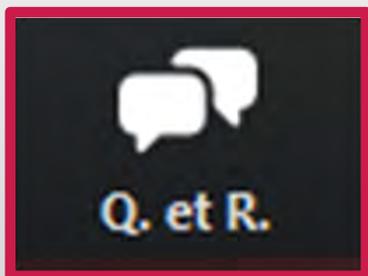
Ex. : The logo for 'BabyKid' features the word 'Baby' in blue and 'Kid' in pink, both in a bold, rounded sans-serif font.

- Implantation en zone d'activité économique industrielle
- Le long de la N4
- Dans un ensemble commercial reconnu sur recours

- REFUS



Nous répondons à vos questions !



01

02

03

04

05

Le Fonds d'impulsion Approche réglementaire et réalisations

Jérémie CRESSON

Directeur du Département Économie et Animation - Ville de Mons



La genèse

- 2016 :
 - Constat d'une augmentation du nombre de cellules vides
 - Enquête auprès des commerçants et des chaland
 - Deux grands enseignements : le Piétonnier et les loyers
- 2017 :
 - Naissance du Fonds d'impulsion (qui a connu deux évolutions depuis)
 - Délégation du Collège communal vers un jury mixte (acteurs privés et publics)



La base du règlement

- Objectifs pour le territoire :
 - Favoriser l'implantation de nouveaux commerces (et donc diminuer le nombre de cellules vides)
 - Contribuer à sa redynamisation commerciale pour accroître son attractivité
 - Améliorer sa mixité commerciale
 - Favoriser la création d'emplois
- Pour qui ?
 - Les indépendants
 - Les commerçants franchisés
 - Les artisans



Trois territoires

- Mons-Centre et Jemappes
 - Une zone d'action prioritaire + une zone d'action secondaire
 - Quatre types de commerces souhaités
 - L'équipement de la personne
 - Le loisir et les divertissements
 - L'équipement de la maison
 - Les produits de bouche
- Les villages du Grand Mons (19 sections)
 - Uniquement une zone d'action secondaire
 - Pour les commerces de proximité (épicerie, boucherie, charcuterie, boulangerie, pâtisserie, fromagerie, poissonnerie, librairie, droguerie, cordonnerie, serrurerie, quincaillerie, pharmacie)



Cas spécifiques

- Le Fonds d'impulsion s'adresse essentiellement et majoritairement aux nouveaux commerces, qui s'installent dans une cellule vide !
- Aussi, les projets ne peuvent porter sur la délocalisation d'un commerce situé ailleurs à Mons, sauf si installation dans l'une des zones d'action reprise par le règlement et si elle est motivée pour au moins l'une des raisons suivantes :
 - une contrainte externe à la volonté du locataire, qui se verrait forcé de quitter son commerce actuel ;
 - une extension de superficie significative.
- Tout projet basé sur la reprise d'un fonds de commerce établi dans l'une des zones d'action est admissible.
- Tout commerce existant, dans ces mêmes zones, souhaitant réinvestir dans son magasin peut bénéficier d'une prime à l'installation (à condition que 25% soient investis par le commerçant).



Le jury

Le jury (qui possède son propre ROI) analyse les dossiers de manière collégiale et est composé de 12 représentants :

- 6 personnes représentant la Ville de Mons :
 - o le Bourgmestre
 - o un représentant du Cabinet du Bourgmestre
 - o un représentant du Département Economie et Animation
 - o un représentant du Service du Développement économique
 - o un représentant de l'asbl Gestion Centre Ville
 - o un consultant désigné par la Ville
- 6 personnes issues d'organismes extérieurs :
 - o un représentant issu d'une université (qui exerce la présidence)
 - o un représentant issu de l'UCM
 - o un représentant issu de l'Invest Mons Borinage Centre
 - o un représentant issu des opérateurs locaux de l'animation économique (Avomarc, Progress)
 - o un représentant issu de l'IDEA
 - o un représentant issu du SNI



Le dossier de candidature

Le candidat doit soumettre un dossier de candidature comprenant:

- une fiche d'identification du candidat-commerçant (voir annexe 1) ;
- une note de présentation du projet de maximum 6 pages (voir annexe 2) ;
- un projet de plan d'aménagement de la surface commerciale ;
- une lettre de motivation, un curriculum vitae et un extrait de casier judiciaire ;
- les diplômes et accès à la profession nécessaires (dont la preuve de ses connaissances en gestion de base nécessaires pour ouvrir un commerce) ;
- un plan financier prévisionnel couvrant une période de 3 ans et démontrant clairement la solidité financière du projet ;
- une attestation sur l'honneur relative aux aides « de minimis » (voir annexe 3) ;
- le règlement daté et signé (voir pièce jointe - Règlement) ;
- les devis estimatifs relatif à l'octroi de la prime à l'installation ;
- un document reprenant une description et le loyer de la cellule choisie ;
- le dernier bilan annuel du commerce (si celui-ci est déjà disponible et dans le cas d'un déménagement) ;
- une clé USB reprenant l'ensemble de ces documents en format informatique.



Critères d'analyse

- **La solidité financière** : évaluer le caractère réaliste du projet proposé
- **Le plan marketing** : évaluer le caractère qualitatif/original/créatif/novateur du projet (produits proposés, décoration, aménagement du magasin, concept commercial, capacité à drainer des chalands, etc.)
- **Le type de magasin** : sur base des desideratas émis par les répondants lors de l'enquête de 2016 et/ou afin de compléter le mix du tissu commercial existant
- **Réponse aux besoins de la zone** : évaluer le caractère complémentaire (non concurrent) du projet par rapport à l'offre existante.



Conditions d'octroi

- Horaires d'ouverture obligatoires : de 10h à 18h30 du lundi au jeudi, de 10h à 19h le vendredi et le samedi
- Dérogation : le jury peut proposer au Collège communal, dans le cas d'un dossier que le porteur de projet doit dûment justifier comme « sortant de l'ordinaire », de donner dérogation au présent règlement et aux présentes conditions d'octroi, afin de ne pas nuire à la bonne réalisation d'un projet.



Dans les faits

Nombre de jurys organisés : 28

Nombre de dossiers déposés : 82

Nombre de dossiers acceptés : 60

Projets effectivement réalisés : 55

Nombre d'échecs : 4 sur 55 (deux faillites, un décès et une réorientation de carrière)

Budget annuel : 750.000 €

Zone d'action prioritaire du Piétonnier :

- 106 cellules commerciales
- 22 Fonds d'impulsion
- 13 cellules vides (= 12,2%)
- 4 Maternités commerciales + 1 point services



01

02

03

04

05

Les soutiens directs et indirects aux commerçants

Justine TUSSET

Responsable
ADL - Commune de Wanze

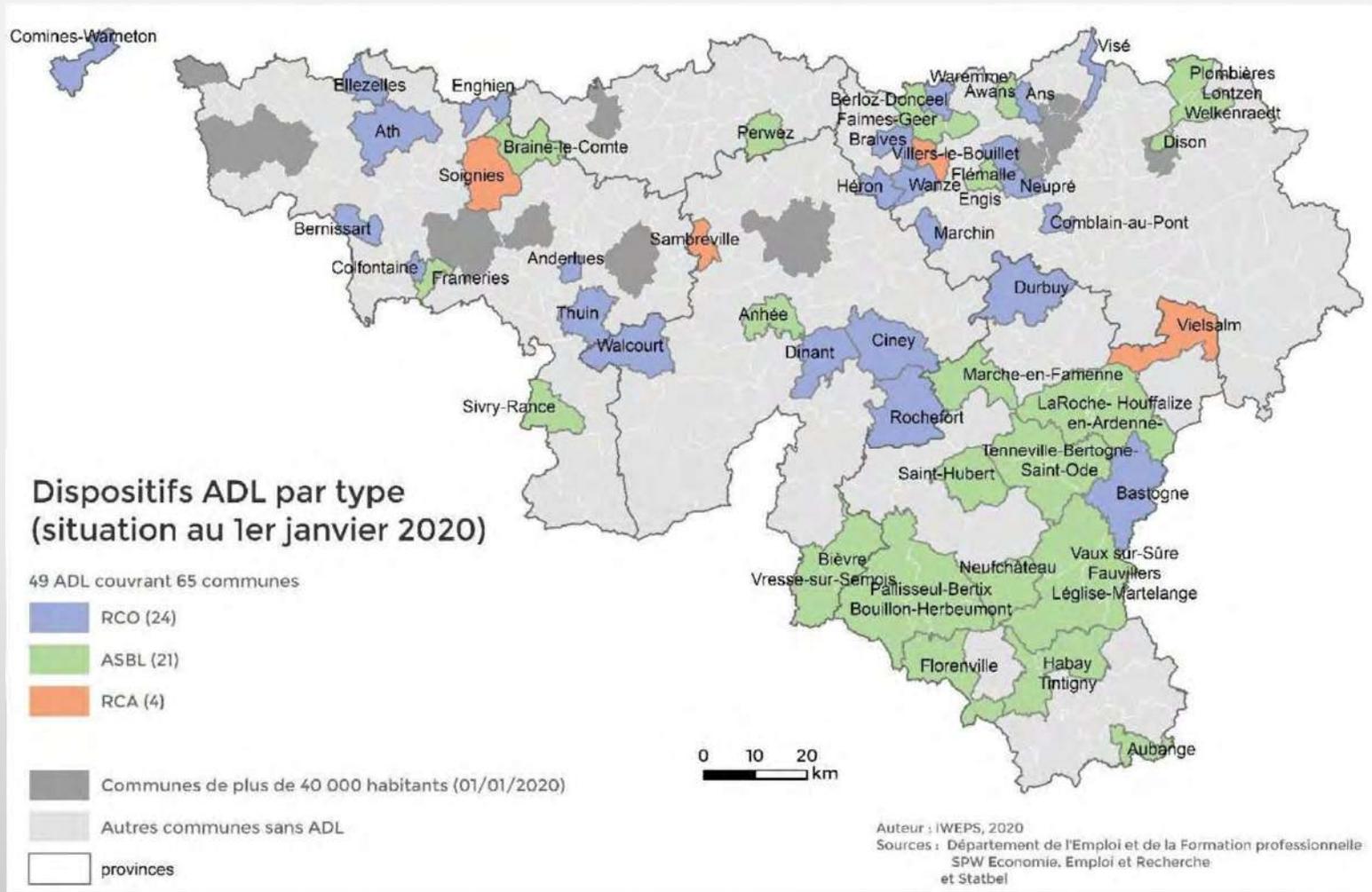


Introduction :

le dispositif ADL en bref

- ADL = **A**gence de **D**éveloppement **L**ocal
- Année de création : 1998 (communes pilotes)
- Pour des communes / villes wallonnes de - de 40.000 habitants
- Forme juridique : RCO (ADL pilotes), RCA ou ASBL
- Financement de base : subvention régionale + subvention communale (= min. 30% de la subvention régionale)
- 2 ETP / ADL
- 49 ADL couvrant 65 communes (ADL mono ou pluri-communales)
- A ce jour : moratoire
- Plus d'infos : <https://emploi.wallonie.be/home/developpement-local/agences-de-developpement-local.html>





Introduction :

les missions d'une ADL en quelques mots

- Base légale : [Décret du 25 mars 2004 relatif à l'agrément et à l'octroi de subventions aux agences de développement local](#)
- *Contribuer au **développement local** dans une perspective de **développement durable** en remplissant des missions de **partenariat**, de **diagnostic** et de **rationalisation** et en **opérationnalisant** le tout au travers d'un **plan stratégique**, mesurable à partir d'**indicateurs de développement durable au niveau local** (Cf. rapport de recherche n°41 de l'Iweps « Evaluation du dispositif ADL » - décembre 2020)*



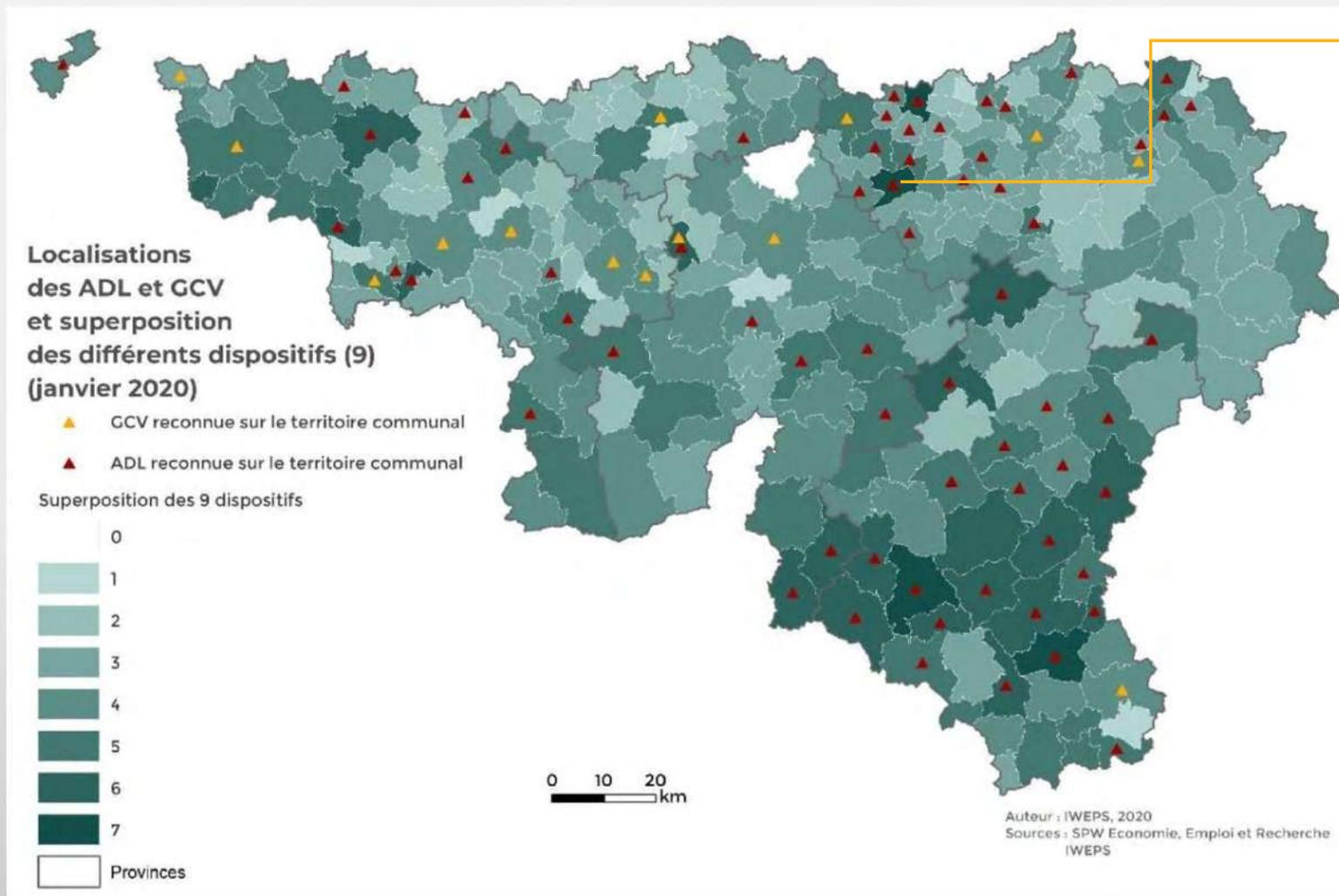
Introduction :

la carte d'identité de la Commune de Wanze

- Province de Liège – Arrondissement de Huy-Waremme
- Commune semi-rurale de +/- 13.800 habitants : centre de Wanze urbain et villages ruraux
- Activité économique très variée (plus de 750 acteurs économiques et plus de 150 acteurs du monde associatif) dont :
 - ✓ Zones commerciales + zone d'activités mixtes
 - ✓ PAE de la SPI (Villers-le-Bouillet / Wanze) : une vingtaine d'entreprises sur la partie Wanze
 - ✓ 5 grandes entreprises de renommée mondiale ou internationale
 - ✓ +/- 230 commerces
 - ✓ +/- 250 professions libérales (secteur des soins de santé et bien-être très représenté)
 - ✓ +/- 120 acteurs de la construction / de l'habitat
 - ✓ Une soixantaine d'acteurs de l'horeca (20 hébergements touristiques + 40 restaurants, snacks, foodtrucks et traiteurs)
 - ✓ Une trentaine d'agriculteurs
 - ✓ Une dizaine de producteurs / artisans de bouche
 - ✓ Un marché local hebdomadaire

⇒ Missions de l'ADL de Wanze multiples et variées + partenariat très riche !





Commune de Wanze :

- ADL
- Parc Naturel Burdinale-Mehaigne (4 communes)
- GAL Burdinale-Mehaigne (4 communes)
- Maison du Tourisme Terres-de-Meuse (27 communes)
- PCDR
- Maison de l'Emploi
- PCS
- ~~Gestion Centre Ville~~
- ~~S.A.A.C.E~~

= 7 dispositifs différents présents à Wanze !

- + Centre culturel de Wanze
- + Meuse-Condroz-Hesbaye : agence de développement économique (Huy-Waremme)
- + Créa-Job : couveuse d'entreprises (siège à Waremme)



Le rôle de l'ADL de Wanze dans le soutien direct et indirect aux commerçants (1)

- Base de travail = **connaissance fine** du territoire et des acteurs :
 - ✓ Gestion d'une base de données (annuaire, appli mobile...)
 - ✓ Contacts de terrain réguliers
 - ✓ Réalisation d'un SCDC
 - ✓ Etat des lieux des espaces libres / cellules vides / zones de développement
 - ✓ Recherche d'alternatives pour l'accueil de nouvelles activités

⇒ **ADL = interlocuteur privilégié dans le cadre de l'accueil de porteurs de projets et du soutien au développement des acteurs locaux existants**



Le rôle de l'ADL de Wanze dans le soutien direct et indirect aux commerçants (2)

- Développement d'une **image de marque fédératrice** - #Wanzelocal :
 - ✓ A laquelle tous les acteurs locaux peuvent s'identifier : identité territoriale
 - ✓ Visuel fort, moderne et dynamique (exit *J'achète à Wanze*)



Le rôle de l'ADL de Wanze dans le soutien direct et indirect aux commerçants (3)

- **Campagne promotionnelle** cohérente, progressive et omnicanale :
 - ✓ Communication sectorielle (COVID), autocollants vitrines, sacs réutilisables...
 - ✓ Capsules vidéo, communication régulière sur la [page Facebook Wanzelocal](#)...



FOCUS : portraits des acteurs économiques wanzois -
[Guide portraits sur Facebook](#)



30/06/21 : 145 portraits réalisés en un an !

Objectifs du projet :

- Retourner sur le terrain / être à l'écoute = importance du rôle de l'ADL
- Mettre en avant la/les personne(s) derrière le nom d'établissement = recréer du lien !
- Encourager la consommation locale
- Attirer l'attention avec des slogans accrocheurs, des photos de qualité et des textes bien écrits qui racontent une histoire
- Susciter des collaborations entre acteurs économiques



30/06/21 : 145 portraits réalisés en un an !

Suites du projet :

- Nouvelle série de portraits au dernier trimestre 2021
- Événement de réseautage en fin d'année : exposition des portraits + portraits offerts aux acteurs économiques pour exposition permanente dans leur établissement
- Poursuite de l'action en fonction des projets et des réalités sectorielles
- Capsules vidéo par secteurs / en fonction des collaborations locales...



30/06/21 : 145 portraits réalisés en un an !

Bilan du projet :

- Plus de 2.800 abonnés à la page Facebook Wanzelocal (uniquement 1.000 avant le lancement des portraits en juin 2020)
- Couverture / portrait : entre 2.500 et 31.000 personnes touchées
- Nombre de clics / portrait : jusqu'à 2.650
- Nombre d'interactions (réaction, commentaire et partage) / portrait : jusqu'à 1.700



Le rôle de l'ADL de Wanze dans le soutien direct et indirect aux commerçants (4)

- Mise en place de **groupes de travail sectoriels** (en fonction des secteurs les plus représentés à Wanze) :
 - ✓ GT commerces via la relance de l'Association des commerçants
 - ✓ GT agriculture
 - ✓ GT construction / habitat
 - ✓ GT soins de santé / bien-être

⇒ **Objectif final = mise en place d'un Groupement d'Entrepreneurs**



Le rôle de l'ADL de Wanze dans le soutien direct et indirect aux commerçants (5)

- Coordination d'événements « vitrines » :
 - ✓ Salon Economique Wanzois – SEW
 - ✓ Rendez-vous champêtre
 - ✓ Fêtes de Wallonie
 - ✓ Village de Noël et Marché des Créateurs
 - ✓ ...



Tour d'horizon en images...





SEW

SALON ÉCONOMIQUE WANZOIS
21 & 22 avril 2018
de 13h00 à 20h00 salle Jacques Brel

Espace Energie

Rencontre avec les professionnels du secteur

Économie Sécurité

Bar La Crapote

Petite restauration par Au petit Bonheur

Bar à vins et salaisons par Albert Premier (salle Entrée)

Troçante Habitat par le collectif Wanzé, Demain (salle J-P Calout)

Animations pour enfants par RECUP'hérans

L'habitat sous toutes ses coutures !

Pour plus d'informations retrouvez-nous sur Facebook!

ADL

www.wanze.be

Salle Jacques Brel - Rue de la Loge - 4210 Wanzé



La dynamisation du commerce – Juin 2021 - UVCW



La dynamisation du commerce – Juin 2021 - UVCW



La dynamisation du commerce – Juin 2021 - UVCW



La dynamisation du commerce – Juin 2021 - UVCW

Le rôle de l'ADL de Wanze dans le soutien directs et indirects aux commerçants (6)

- Mise en place d'actions commerciales promotionnelles omnicanales :
 - ✓ Chèques-commerces
 - ✓ Carnet de bons de réduction
 - ✓ Virtual Shopping Days
 - ✓ ...



Le rôle de l'ADL de Wanze dans le soutien direct et indirect aux commerçants (7)

- Collaboration à des **projets communaux forts** :
 - ✓ Campagne Commune du Commerce équitable
 - ✓ Commune Zéro Déchet (Intradel)
 - ✓ ...



Le rôle de l'ADL de Wanze dans le soutien direct et indirect aux commerçants (8)

- Tenue d'événements de réseautage d'affaires / conférences
- Mise en place de formations spécifiques



Le rôle de l'ADL de Wanze dans le soutien direct et indirect aux commerçants (9)

- **Communication** constante et omnicanal :
 - ✓ Mise en avant de l'existence et de la plus-value de l'ADL
 - ✓ Relais des activités économiques locales
 - ✓ Relais de l'information des partenaires
- ⇒ [Sous-site de l'ADL](#) sur www.wanze.be
- ⇒ [Compte Facebook ADL](#)
- ⇒ [Page Facebook Wanzelocal](#)
- ⇒ [Compte Instagram ADL](#)
- ⇒ Newsletter mensuelle ADL Info (inscription [ici](#))
- ⇒ Brochure papier spécifique à l'ADL avec témoignages d'acteurs économiques (à rééditer)
- ⇒ Rubriques spécifiques dans le bulletin communal [Wanz'Info](#)
- ⇒ ...



Plus d'infos ?

Agence de Développement Local
de Wanze

Chaussée de Wavre, 39

à 4520 Wanze

085/27.35.95

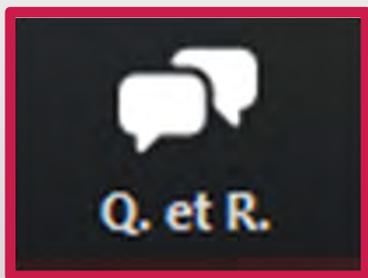
adl@wanze.be



Merci pour votre attention...



Nous répondons à vos questions !



Conclusion





Evaluation

Qu'avez-vous pensé de ce webinaire ?



En conclusion et...



pour aller plus loin



- Espace Aménagement du territoire**
<https://www.uvcw.be/amenagement-territoire/accueil>
- Espace Développement local**
<https://www.uvcw.be/developpement-local/accueil>
- Espace Politique de la ville**
<https://www.uvcw.be/ville/accueil>
- Espace Ruralité**
<https://www.uvcw.be/ruralite/accueil>



- Nos prochaines formations**
<https://www.uvcw.be/formations/>



Merci pour votre participation !

Nous revenons vers vous pour...

- Vous donner accès au support
- Vous donner accès au replay

À bientôt !

