ÉTUDE SUR LES LIEUX MULTI-SERVICES EN MILIEU RURAL POUR LA RÉALISATION D'UN GUIDE D'ACCOMPAGNEMENT À DESTINATION DES COMMUNES

DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE ET RÉFÉRENTIEL DES LIEUX MULTI-SERVICES

DOCUMENT LIVRABLE DE LA PHASE 1

SOMMAIRE

Méthodologie proposée et calendrier de l'étude 3-4

L'écosystème des lieux multi-services
Contexte, objectifs, définition 5-6

PARTIE 1 : Diagnostic territorial
État des lieux et traits de caractère des lieux multi-services existants ou en cours de création 8-38

PARTIE 2 : Référentiel national **des types de lieux multi-services sur des communes similaires** 39-56

Les possibilités de mécénat 56

1ère étape de la mission :

DIAGNOSTIC ET RÉALISATION DU RÉFÉRENTIEL DE MODÈLES DE LIEUX MULTI-SERVICES

> Séquence A : diagnostic des deux territoires et état des lieux des projets existants ou en cours de réalisation

L'objectif est ici de porter un regard global sur l'offre disponible sur les deux territoires (localisation des projets, offre de services proposés, forces et faiblesses des modèles rencontrés).

Nous analyserons les opportunités de projets potentiels, les conditions de réussite ou d'échec, notamment à l'aide de 10 entretiens auprès de porteurs de projets ou élus, sur site.

> Séquence B : réalisation du référentiel de modèles de lieux multi-services à l'échelle nationale sur des communes de moins de 5 000 habitants

Il s'agit ici d'étudier les différents types de lieux ou d'activités (benchmark), d'évaluer les modalités de fonctionnement de ces lieux, de sérier les parcours typiques et enfin de produire une première analyse des conditions optimales de réalisation des projets. Seront menés une dizaine d'entretiens auprès de porteurs de projets, élus, partenaires.

2nde étape de la mission :

RÉDACTION, CONCEPTION DU GUIDE PRATIQUE ET DES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES, RESTITUTIONS FINALES

> Séquence A : rendre les modèles accessibles et compréhensibles par tous

C'est l'étape d'élaboration des fiches dédiées à chaque modèle de lieux multi-services rencontrés. L'objectif sera de préciser, dans un langage clair, la nature des actions engagées, les modalités opérationnelles choisies, les partenaires associés, les résultats obtenus. Les hypothèses proposées tiendront compte des caractérisques et moyens de chaque commune.

> Séquence B : approfondir les modèles et leurs analyses pour élaborer le guide pratique

La phase finale de rédaction et de mise en forme. Une charte graphique sera définie en début de séquence pour proposer la forme esthétique du guide (qui facilitera l'envie donnée de le lire). Le guide sera à visée opérationnelle, « clés en main » et détaillera à quel type de territoire s'adressent les différents modèles.

Le principe : 1 modèle = une fiche-référence A4.

CALENDRIER DE L'ÉTUDE

17/02/2023
Réunion de lancement

15 et 16 juin
Visites des lieux multi-services identifiés sur les deux territoires

Fin août/début septembre
Comité de pilotage de validation du diagnostic et du référentiel

FEVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE

Fin juin/début juillet
Rédaction du diagnostic et réalisation des entretiens dans le cadre du référentiel

Fin septembre
Comité de pilotage de validation du guide pratique et restitution finale devant les deux territoires

Éléments de contexte et rappel des objectifs

CONTEXTE : « ÉTUDE SUR LES LIEUX MULTI-SERVICES EN MILIEU RURAL POUR LA RÉALISATION D'UN GUIDE D'ACCOMPAGNEMENT À DESTINATION DES COMMUNES »

Le **PETR du Pays du Cambrésis et le PNR Oise – Pays de France** ont souhaité conduire **une étude sur les lieux multi-services présents dans les communes rurales** (de moins de 5 000 habitants) qui maillent les deux territoires, avec pour objectif final de produire **un guide pratique à destination des élus** pour favoriser le développement et l'implantation de ce type de lieux dans une logique de revitalisation de leurs territoires respectifs. Cette étude est fondée sur **l'engagement des deux territoires dans un projet de coopération dans le cadre du programme LEADER** (Liaison entre Actions de Développement de l'Économie Rurale), conçu comme une démarche d'appui à des stratégies multi-sectorielles, développées et administrées par les territoires. **Ce programme est l'incarnation de l'Europe dans les territoires ruraux.**

L'approche retenue, à la fois prospective mais aussi empirique, permettra d'éclairer les choix stratégiques des élus du territoire, en particulier des maires en intégrant notamment des exemples de projets opérants et inopérants (sur les deux territoires d'étude) mais aussi des retours d'expériences issus d'entretiens auprès de porteurs de projet, élus, partenaires à l'échelle nationale.

Il s'agit donc de produire **un outil au service du développement des deux territoires** – à travers une démarche qui prend en **compte leurs traits de caractère propres mais aussi leurs spécificités socio-démographiques, géographiques et socio-économiques**. Les problématiques que ce diagnostic se propose d'analyser permettront de poser **les bases nécessaires à l'anticipation et à l'adaptation à un certain nombre de changements qui affectent les deux territoires** : vieillissement des populations, déclin démographique de certaines parties des deux territoires, l'apparition de nouveaux modes de consommation, les phénomènes de résidentialisation de certaines communes en particulier à proximité de pôles d'emplois ou encore (et surtout dans le cadre de cette étude) la fermeture des derniers commerces en milieux ruraux.

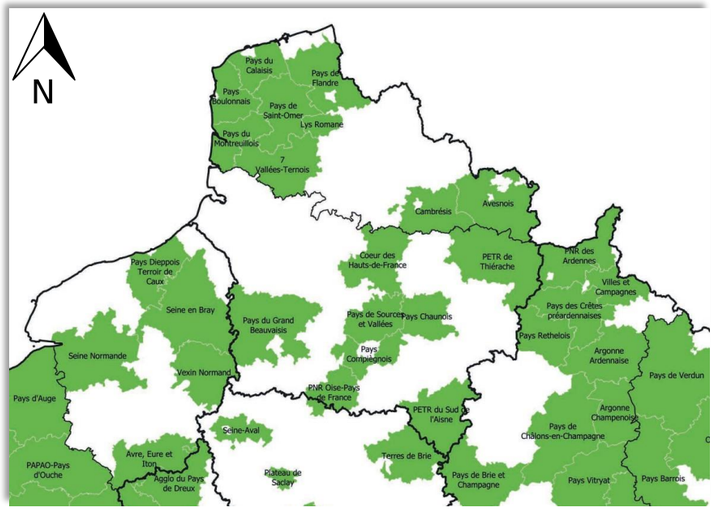
Certains de ces phénomènes correspondent à des projections réalisées par l'INSEE, d'autres sont des états de fait déjà à l'œuvre. **Le traitement des données statistiques de base** sur les thématiques de la sociologie, démographie, des dynamiques de construction ou encore des mobilités sur les deux territoires d'études permettra d'enrichir **les travaux plus empiriques menés au premier desquels les visites de lieux multi-services réalisées et les entretiens téléphoniques menés**.

OBJECTIFS DE LA MISSION :

La motivation première d'une telle étude consiste donc à accompagner les communes qui souhaiteraient **favoriser le développement de lieux offrant une diversité de produits et/ou services aux habitants**, à améliorer leur résilience, à comprendre les justes équilibres des différents modèles existants, bref à pérenniser **des leviers porteurs de lien social, de vie au village et de redynamisation**.

Au-delà de ce premier travail de diagnostic, de mise en récit de l'écosystème de lieux multi-services et de référentiel (ou benchmark) des modèles existants, l'objectif final tient à **la réalisation d'un guide pratique qui comprendra une fiche par modèle de lieu multi-services avec pour chacun ses apports et ses limites.**

Ce guide, synthétique et à la mise en page claire et attrayante contiendra des retours d'expériences (issus des deux territoires et en dehors), des citations de porteurs de projets, les causes identifiées de l'échec de certains projets, etc. Sa diffusion, à la charge et au souhait des deux maîtres d'ouvrage, se fera auprès d'un public cible prioritaire que seront les mairies des communes des deux territoires mais aussi des structures accompagnatrices des projets (chambres consulaires, services des Régions, Départements, etc.).



Ci-dessus : carte des GAL (Groupes d'Action Locale) dans les Hauts-de-France

L'ÉCOSYSTÈME DES LIEUX MULTI-SERVICES

Définition de l'objet d'étude et acception utilisée

DÉFINITION INITIALE TELLE QU'INSCRITE AU CAHIER DES CHARGES :

« *Par lieu multi-services nous entendons tout type de lieu qui a pour objectifs de fournir aux habitants un ensemble de produits et/ou services complémentaires et de contribuer à la création et au renforcement du lien social. Ces lieux multi-services doivent être de préférence fixes et leurs actions doivent être localisées majoritairement dans des communes de moins de 5 000 habitants. Ils peuvent être portés et animés par des acteurs publics ou privés (entreprises, associations…), mais ont pour finalité de tisser toutes formes de partenariats avec des acteurs du territoire.*

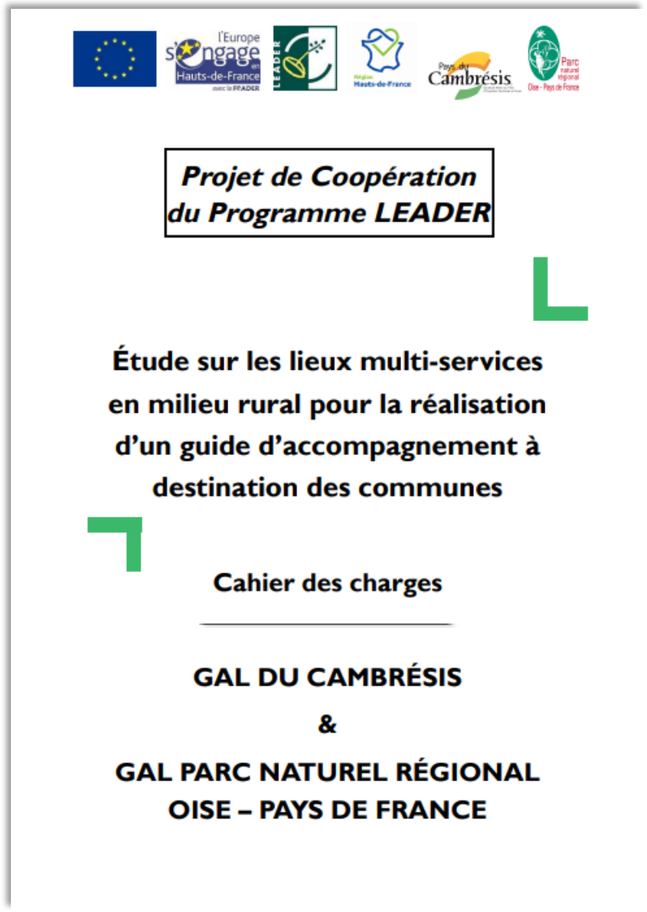
Le lieu multi-services peut ainsi proposer de nombreuses activités (pas uniquement économiques) et offrir des produits ou des services divers et variés, comme par exemple : épicerie, tabac/jeux, retrait d'argent, lieu de dépôt de paniers alimentaires ou floraux, relais colis, café, salon de thé, restaurant, bibliothèque, activité sportive, jeux, mise à disposition pour évènements ou associations, repair café, accès internet et matériel informatique, conciergerie, dépannage… » **CCTP de la présente étude**.

ACCEPTION UTILISÉE DANS LE CADRE DU DIAGNOSTIC :

La réunion de lancement de la présente étude, en date du 17 février 2023, a permis de **préciser la première définition issue du cahier des charges**. Il a été ainsi décidé **d'élargir la notion économique à celle de services, lien social, vie dans les villages et de ne pas y intégrer les projets / activités uniquement commerciaux**. Les projets retenus comme étant des « lieux multi-services » devront donc présenter un **certain équilibre entre services marchands proposés et services non-marchands rendus**.

L'importance est portée sur **l'animation du lieu** (composante essentielle). Une formule qui résume l'objet d'étude : « **des lieux de vie et des lieux qui vivent** » a émergé lors de la réunion de lancement. Quant à l'offre de produits / services proposées, est entendu que celle-ci se doit d'être multiple. Concernant les projets qui touchent au secteur de l'alimentation, est décidé de privilégier les projets autour de **produits de qualité, de produits frais, de circuits-courts**.

Notre nouvelle acception exclue donc des services purement commerciaux et / ou ne contribuant pas suffisamment à l'animation du village, au tissage de liens sociaux entre les habitants / usagers de la commune, etc. De même, de purs « tiers-lieux » comme des espaces de coworking, ne proposant pas de services complémentaires sont exclus de notre définition. Enfin, **est validé le principe d'exclure de notre définition / de l'étude les lieux multi-services présents en communes de plus de 5 000 habitants**, leurs modèles ne pouvant être calqués dans des bourgs ruraux, du fait de la bien plus faible densité démographique.


Projet de Coopération du Programme LEADER

Étude sur les lieux multi-services en milieu rural pour la réalisation d'un guide d'accompagnement à destination des communes

Cahier des charges

GAL DU CAMBRÉSIS
&
GAL PARC NATUREL RÉGIONAL OISE – PAYS DE FRANCE

« Des projets présentant un équilibre entre services marchands proposés et services non-marchands rendus »

« Des lieux de vie et des lieux qui vivent »

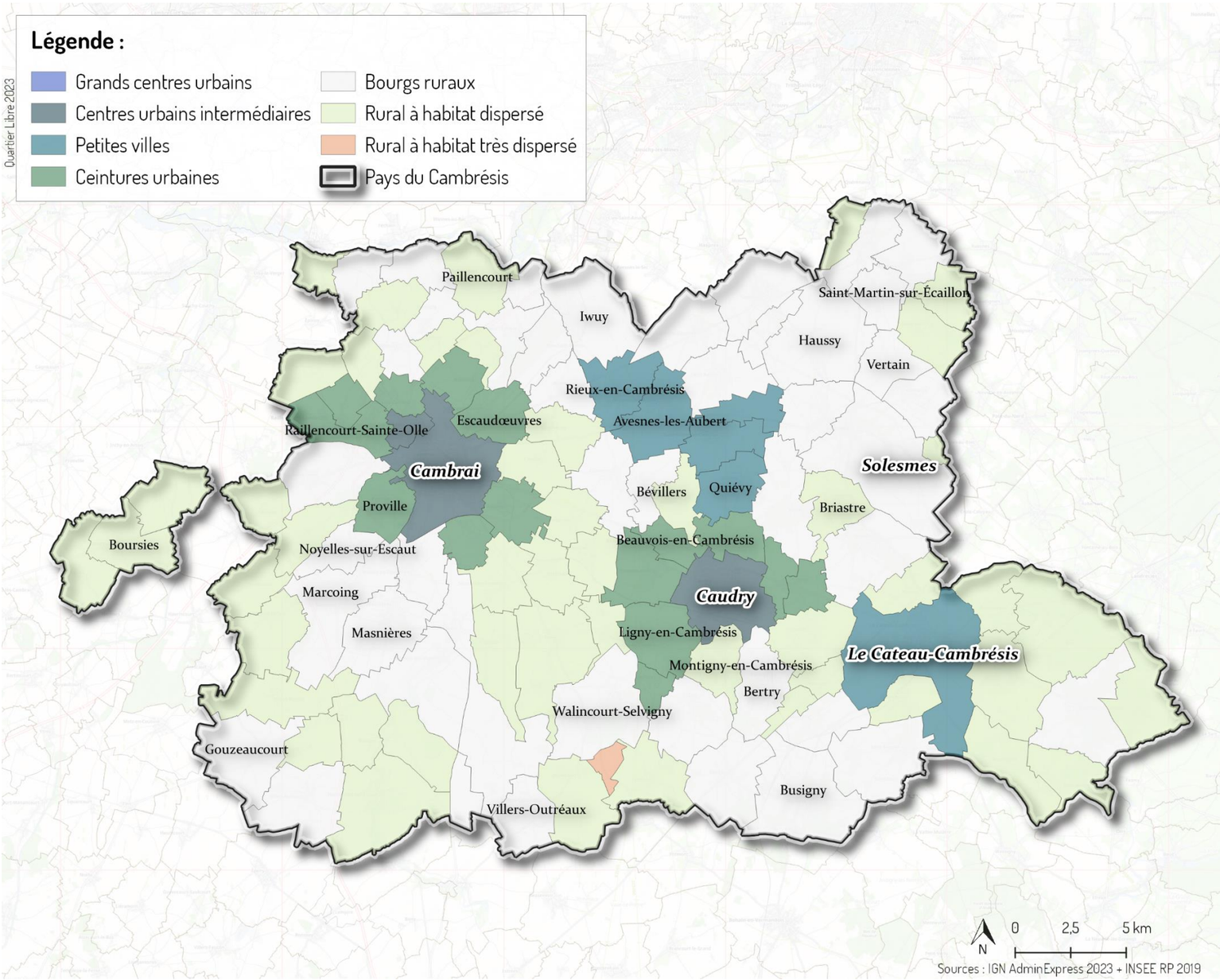
PARTIE 1 : Diagnostic territorial

État des lieux et traits de caractère des lieux multi-services existants ou en cours de création

Crédit photo : Quartier Libre

Le Pays du Cambrésis : un territoire à dominante rurale

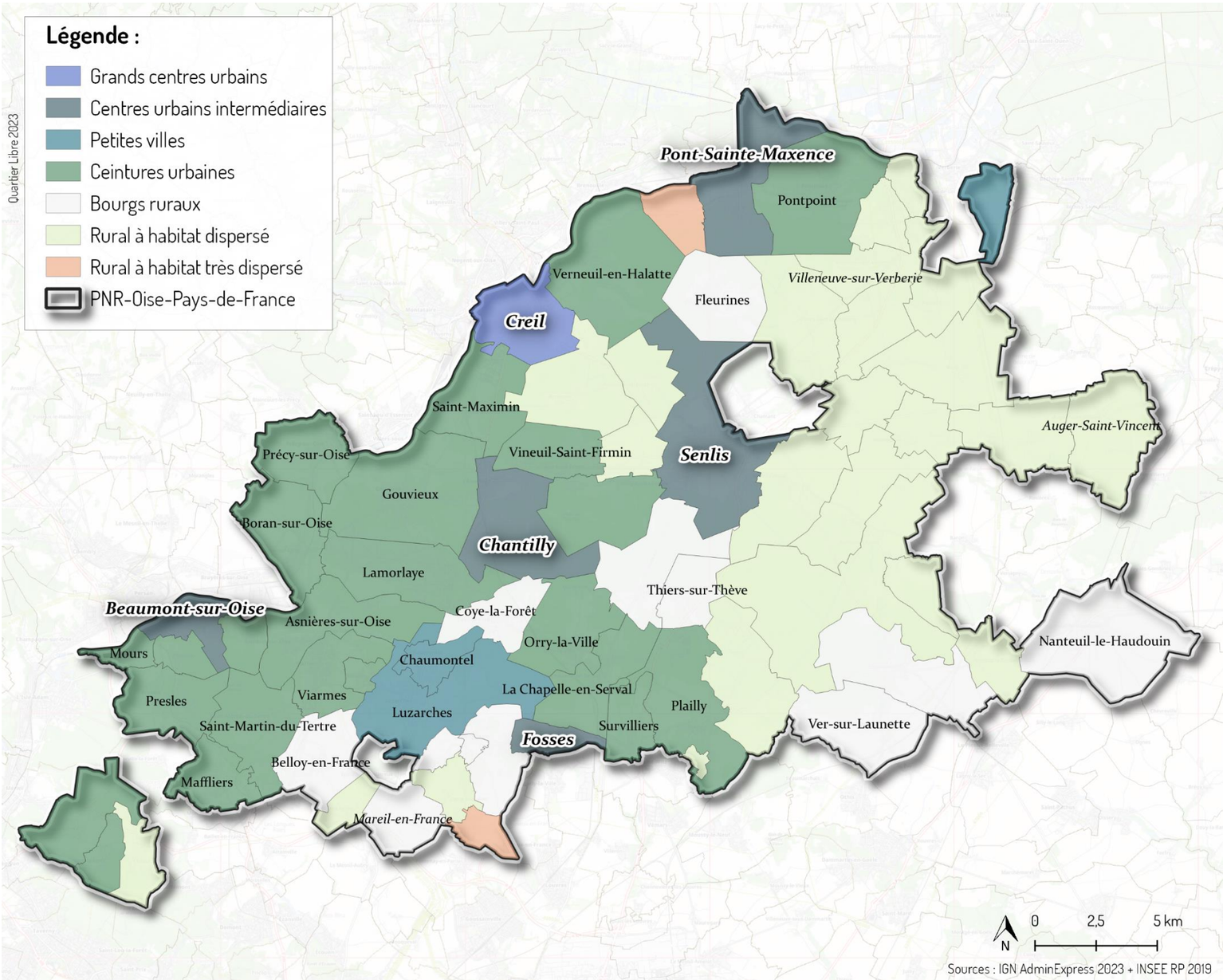
Grille communale de densité en 7 niveaux



Le Pays du Cambrésis est un territoire à dominante rurale. **L'INSEE définit la ruralité en se basant sur la grille communale de densité. Sont rurales les communes peu denses ou très peu denses. Dans la grille de densité détaillée, à 7 niveaux (issue des travaux d'Eurostat), les communes rurales sont désormais réparties entre les bourgs ruraux, le rural à habitat dispersé et le rural à habitat très dispersé. La méthodologie de construction de cette grille de densité est basée sur l'agrégation de carreaux de 1 km² de densité (permettant d'identifier des taches ou clusters). Elle permet une lecture fine du territoire mais ne suffit pas à elle seule pour comprendre les spécificités territoriales et notamment les phénomènes de périurbanisation et le rapport entre pôles et couronnes.** Sur le Pays du Cambrésis, les villes de Cambrai et de Caudry constituent des centres urbains intermédiaires. Autour d'elles des ceintures urbaines se sont formées. Le Cateau-Cambrésis à l'Est et Rieux-en-Cambrésis, Avesnes-les-Aubert, Saint-Vaast-en-Cambrésis, Saint-Hilaire-lez-Cambrai et Quiévy au nord de Caudry sont considérées comme étant des petites villes. Le reste du territoire, en particulier au-delà des ceintures urbaines est majoritairement constitué de bourgs ruraux. Enfin, aux limites ouest du territoire, au sud-est de Cambrai et autour de Le Cateau-Cambrésis, nous retrouvons des communes rurales à habitat dispersé (qui avec les bourgs ruraux, forment le cœur du territoire).

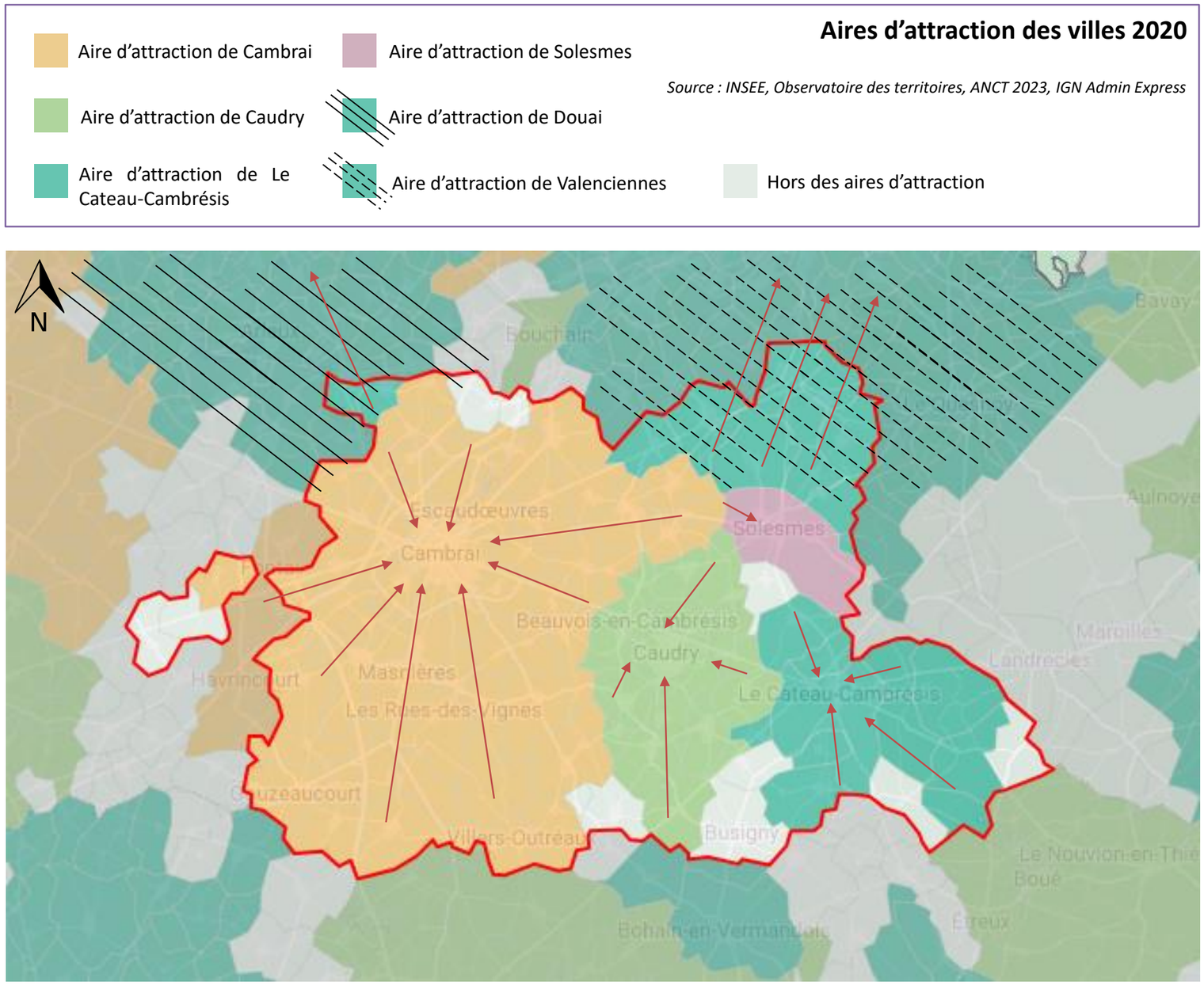
Le PNR Oise – Pays de France : un territoire partagé entre ruralités et ceintures urbaines

Grille communale de densité en 7 niveaux



Le territoire du PNR Oise – Pays de France se compose d'un équilibre entre communes urbaines et communes rurales. D'abord, Creil fait office de grand centre urbain autour duquel est formée une première ceinture urbaine. Les villes de Pont-Sainte-Maxence, Senlis, Chantilly, Beaumont-sur-Oise et de Fosses sont des centres urbains intermédiaires, autour desquelles gravitent aussi des ceintures urbaines. Enfin, concernant les petites villes (trop denses pour être du périurbain mais pas assez pour être de véritables centres urbains), nous retrouvons d'abord au nord-est du territoire Saint-Vaast-de-Longmont puis les communes de Chaumontel et Luzarches au sud-ouest. Le reste du territoire, en particulier dans sa partie à l'est d'une diagonale tracée entre Pont-Sainte-Maxence et Chantilly est composé de quelques bourgs ruraux d'abord (Fleurines, Pontarmé, Thiers-sur-Thève, Coye-la-Forêt, Belloy-en-France, etc.) puis d'un ensemble presque homogène de communes classées dans la catégorie du rural à habitat dispersé. Cet ensemble se matérialise sur toute la partie à l'est de Senlis et ressemble, dans ses caractéristiques, aux communes rurales que nous pouvons retrouver dans le Pays du Cambrésis bien que des différences soient à noter, notamment en termes de pression foncière, très forte sur les communes rurales du PNR Oise – Pays de France. La proximité, au sud du PNR Oise – Pays de France de la région parisienne, semble fortement influencer le territoire et contribue sensiblement aux différences de profils socio-économiques tant des habitants que des acteurs locaux de nos deux syndicats mixtes formant notre périmètre d'étude.

Le Pays du Cambrésis : un territoire sous influences multiples



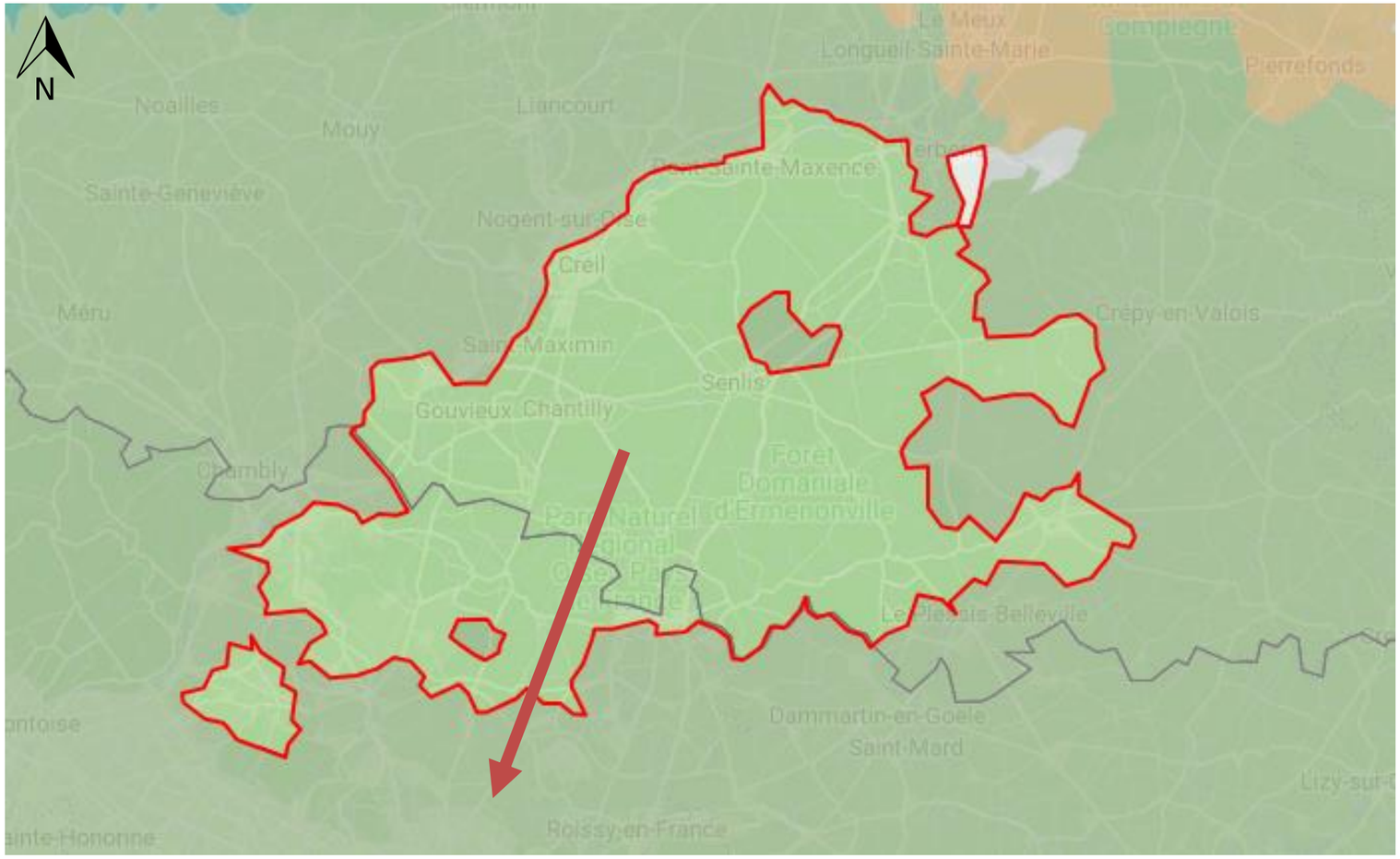
Les aires d'attraction des villes de 2020 sont un zonage définit par l'INSEE comme étant « un ensemble de communes, d'un seul tenant et sans enclave, qui définit l'étendue de l'influence d'un pôle de population et d'emploi sur les communes environnantes, cette influence étant mesurée par l'intensité des déplacements domicile-travail ». Une aire se compose d'un pôle (défini par des critères de densité et de poids de population) et d'une couronne (communes qui envoient au moins 15% de leurs actifs travailler dans le pôle). Sur le Pays du Cambrésis, une multitude de pôles étendent leurs aires d'attraction. D'abord, Cambrai possède l'aire d'attraction la plus prégnante qui recouvre l'ensemble de la partie ouest du territoire ainsi que les communes limitrophes de sa frontière ouest. Au centre, Caudry possède une aire d'influence qui touche 16 communes faisant parties de sa couronne. Au sud-est se trouve l'aire d'attraction de Le Cateau-Cambrésis qui étend son influence sur des communes peu denses et au-delà desquelles se trouvent des communes hors des aires d'attraction. Solesmes pour sa part possède une toute petite aire d'influence qui touche la commune de Saint-Python, encerclée entre les aires de Caudry, Le Cateau-Cambrésis et à son nord celle de Valenciennes qui recouvre le nord-est du territoire. Enfin, les deux communes de Fressies et de Aubencheul-au-Bac à l'extrême nord-ouest du territoire sont sous l'influence de Douai.

Le PNR Oise – Pays de France : un territoire partagé entre ruralités et ceintures urbaines

Aires d'attraction des villes 2020

Source : INSEE, Observatoire des territoires, ANCT 2023, IGN Admin Express

- Aire d'attraction de Paris
- Aire d'attraction de Compiègne
- Hors des aires d'attraction

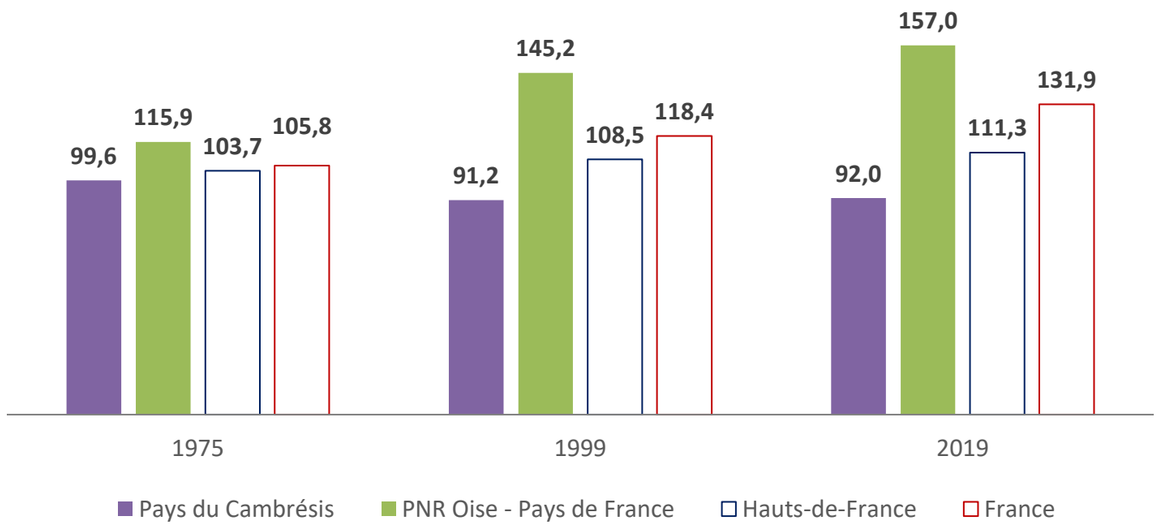


Le PNR Oise – Pays de France connaît une mono-influence exercée par l'aire d'attraction de Paris. Cela signifie que les actifs du territoire sont en majorité tournés vers Paris pour leurs déplacements domicile-travail. Seule la commune de Saint-Vaast-de-Longmont, isolée au nord-est du territoire est hors des aires d'attraction des villes. L'aire d'attraction de Paris s'étend bien au-delà du seul territoire du PNR Oise – Pays de France puisqu'elle remonte jusque Saint-Just-en-Chaussée (Communauté de communes du Plateau Picard) au nord, Gisors (Communauté de communes du Vexin Normand) au nord-ouest et Villers-Cotterêts (Communauté de communes Retz-en-Valois) au nord-est. L'aire d'attraction de Paris possède un statut à part dans la classification française puisqu'elle se distingue des 13 autres aires de plus de 700 000 habitants. Elle en comptait 13 024 518 en 2017 soit près de 19,5% de la population nationale et regroupait 1 929 communes françaises (*source : En France, neuf personnes sur dix vivent dans l'aire d'attraction d'une ville, INSEE Focus, De Bellefon, Eusebio, Forest, Pégaz-Blanc et Warnod, paru le 21/10/2020*). Appartenir à l'aire d'attraction de Paris c'est déjà en soit synonyme de certaines tendances démographiques puisque c'est la seule aire d'attraction en France à avoir un solde migratoire (différence entre les entrées et les sorties du territoire, à titre résidentiel) négatif. Ce solde migratoire négatif étant fortement compensé par le solde naturel (différence entre le nombre de naissances et le nombre de décès) puisque l'agglomération parisienne connaît une forte natalité.

DEUX TERRITOIRES : DEUX ÉVOLUTIONS DÉMOGRAPHIQUES PARFAITEMENT ANTAGONISTES

Le Pays du Cambrésis connaît une lente baisse démographique là où le PNR Oise – Pays de France profite d'un fort élan

Evolution de la population en historique
(Base 100 = 1968)



Source : INSEE, Séries historiques du RP, traitements quartier libre 2023

L'attractivité démographique de nos deux territoires d'étude apparaît diamétralement opposée. **Si le Pays du Cambrésis connaît une baisse de population depuis les années 1960, le territoire du PNR Oise – Pays de France est quant à lui fortement dynamique et enregistre un gain de 57% de population sur la période 1968-2019.** Lorsque ces dynamiques sont comparées d'une part avec la région des Hauts-de-France et d'autre part avec la France métropolitaine, on s'aperçoit que là où le PNR Oise – Pays de France fait mieux que nos deux territoires de comparaison, le Pays du Cambrésis lui est le seul territoire en perte démographique. Ainsi, selon les dernières données disponibles de l'INSEE, le Pays du Cambrésis compte 160 208 habitants au 1er janvier 2019 contre 174 172 en 1968 et le PNR Oise – Pays de France compte 200 764 habitants au 1er janvier 2019 contre 127 914 en 1968.

Différents facteurs peuvent expliquer ces tendances, le premier desquels étant la désindustrialisation du Pays du Cambrésis, autrefois marqué par la présence d'une forte industrie du textile. Le second tient aux nouvelles règles de concurrence internationale, marquant un changement profond du tissu économique local.

Enfin, la proximité du PNR Oise – Pays de France avec la région parisienne et son desserrement dans les années 1970 ont fortement contribué à la croissance démographique de ce territoire (ce qui est toujours le cas comme le montrent notamment les migrations résidentielles).

<u>Ce qu'il faut retenir :</u>

→ Deux tendances démographiques très marquées et bien distinctes sur nos deux territoires d'étude.

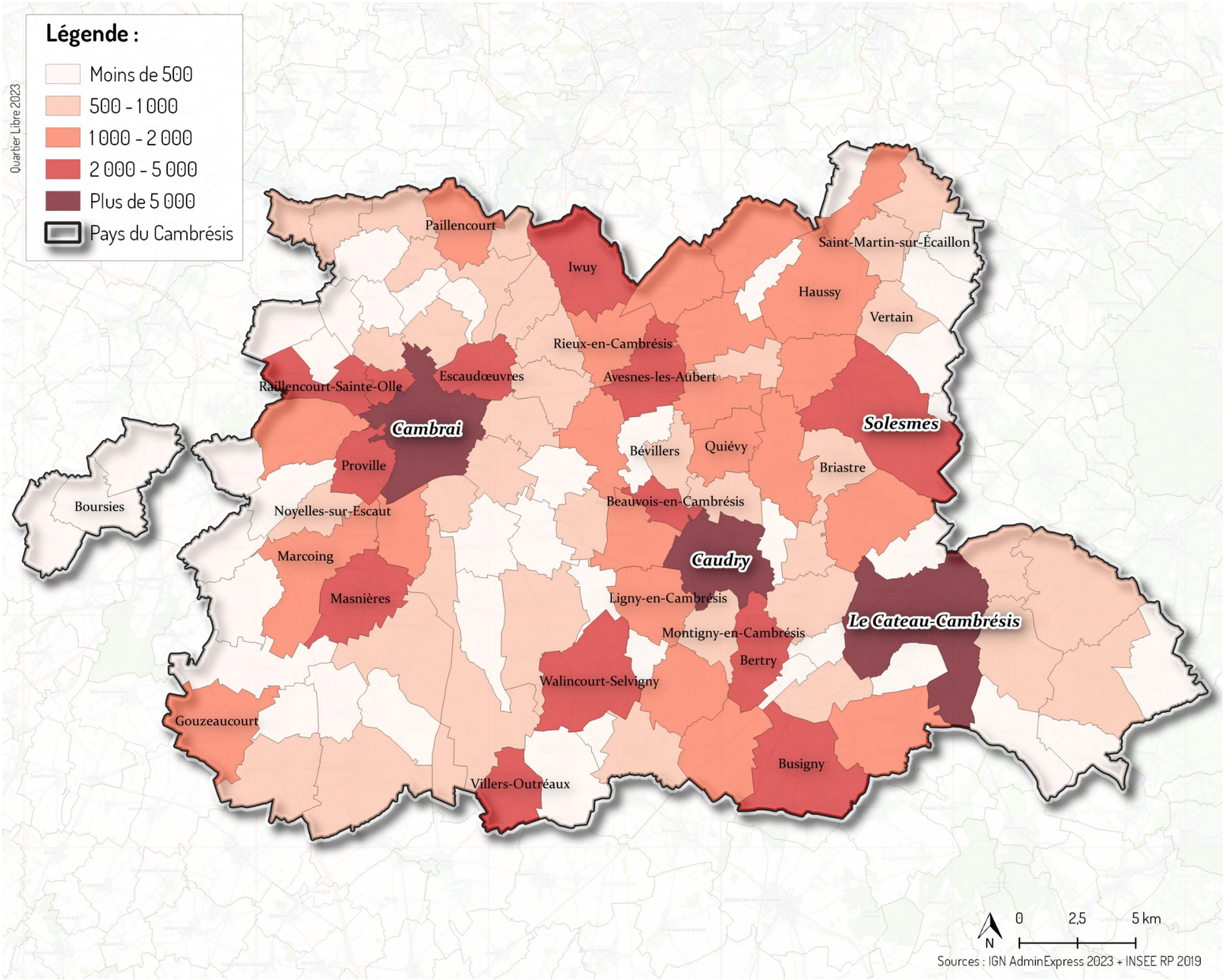
→ Finalement une relative stabilité dans le Pays du Cambrésis depuis les années 1990, autour de 160 000 habitants et une croissance plus mesurée de population dans le PNR Oise – Pays de France depuis les années 2000.

→ Des forces positives pour la démographie du PNR Oise – Pays de France (desserrement de la région parisienne et proximité immédiate de la capitale) et négatives pour le Pays du Cambrésis (passé industriel fort mais nouvelles règles de concurrence internationale qui ont fortement sinistré l'emplois sur le territoire). Des perspectives toutefois intéressantes à moyen et plus long terme : Canal Seine-Nord Europe, E-valley et son parc logistique sur l'ancienne base aérienne de Cambrai, le dynamisme des projets d'énergies renouvelables sur le territoire, etc.

Ces tendances affectent les types de lieux multi-services à développer : le territoire du PNR Oise – Pays de France, attractif d'un point de vue démographique accueille cependant un nombre élevé d'actifs travaillant en région parisienne. Ces actifs sont plus susceptibles de fréquenter des lieux multi-services le week-end (dédiés par exemple à la détente et à la convivialité) plutôt que de fréquenter des commerces du quotidien sur leur lieu de résidence (ils auront plutôt tendance à réaliser leurs achats du quotidien sur leur lieu de travail). A l'inverse, le Pays du Cambrésis a une population stable sur les vingt dernières années mais connaît comme nous l'analyserons plus tard dans ce document, un vieillissement démographique important et peut envisager de développer davantage de lieux multi-services dédiés à répondre aux besoins de personnes âgées peu mobiles, habitant en milieu rural).

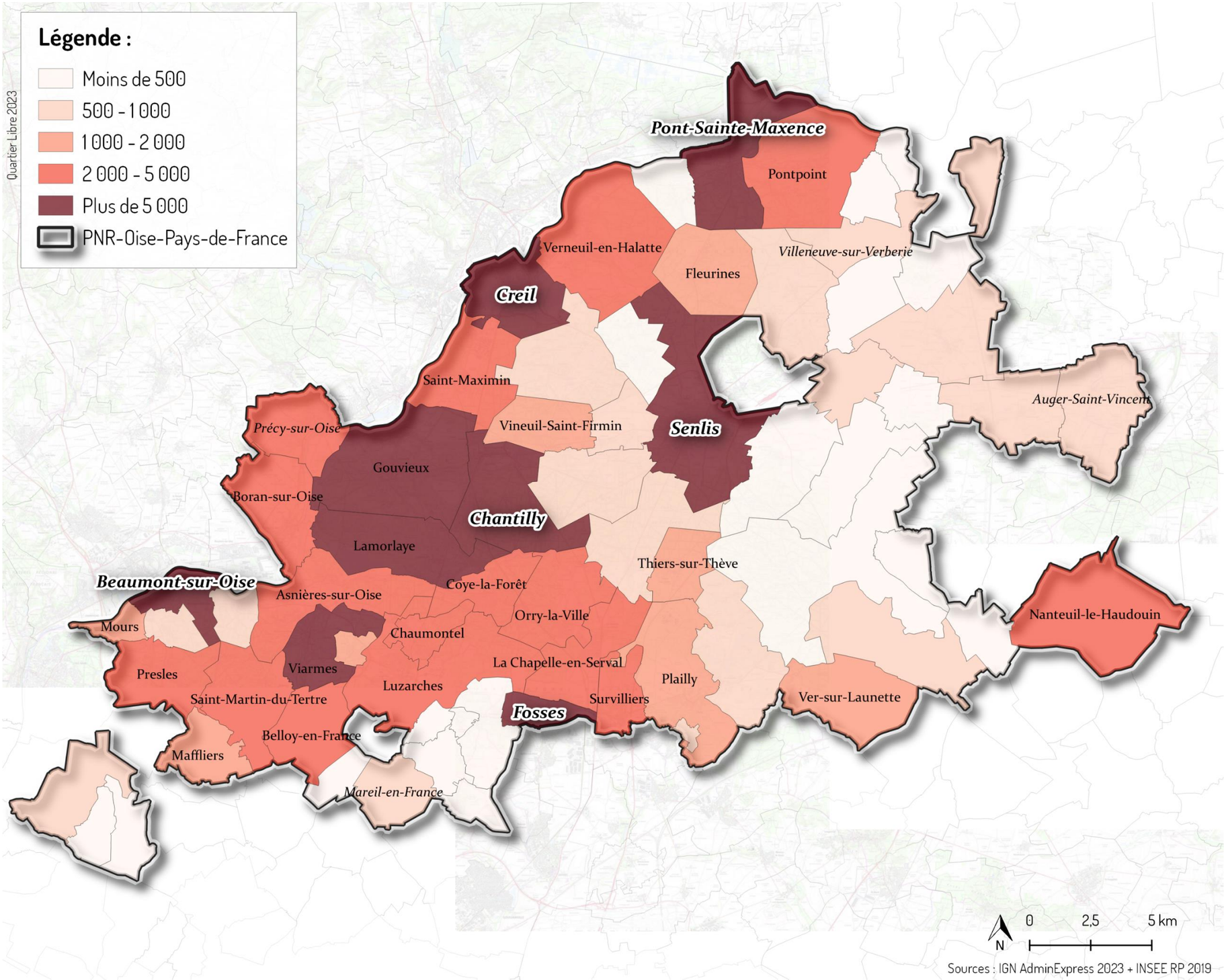
UNE FORTE DENSITÉ DE POPULATION ESSENTIELLEMENT AUTOUR DES VILLES PÔLES

Communes du Pays du Cambrésis selon leur population (en 2019)



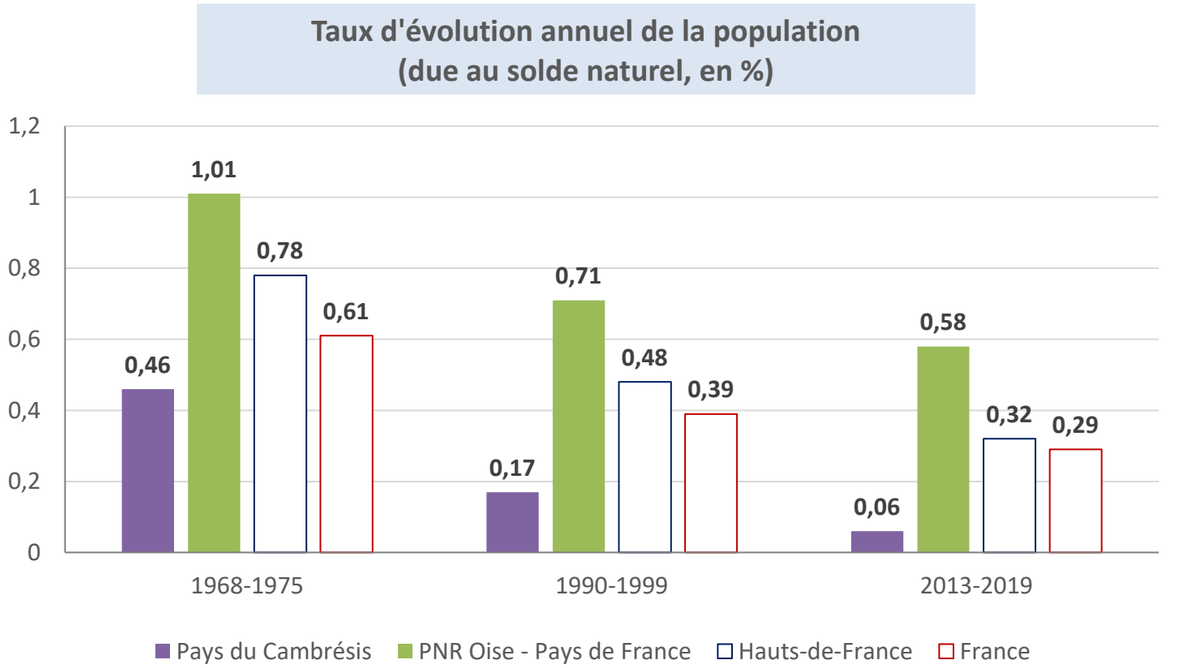
UNE DENSITÉ DE POPULATION DISPARATE DANS UN MÊME TERRITOIRE

Communes du PNR Oise – Pays de France selon leur population (en 2019)



DEUX TERRITOIRES : DEUX ÉVOLUTIONS DÉMOGRAPHIQUES PARFAITEMENT ANTAGONISTES

La croissance démographique du PNR Oise – Pays de France est tirée par les naissances



Source : INSEE, Séries historiques du RP, traitements quartier libre 2023

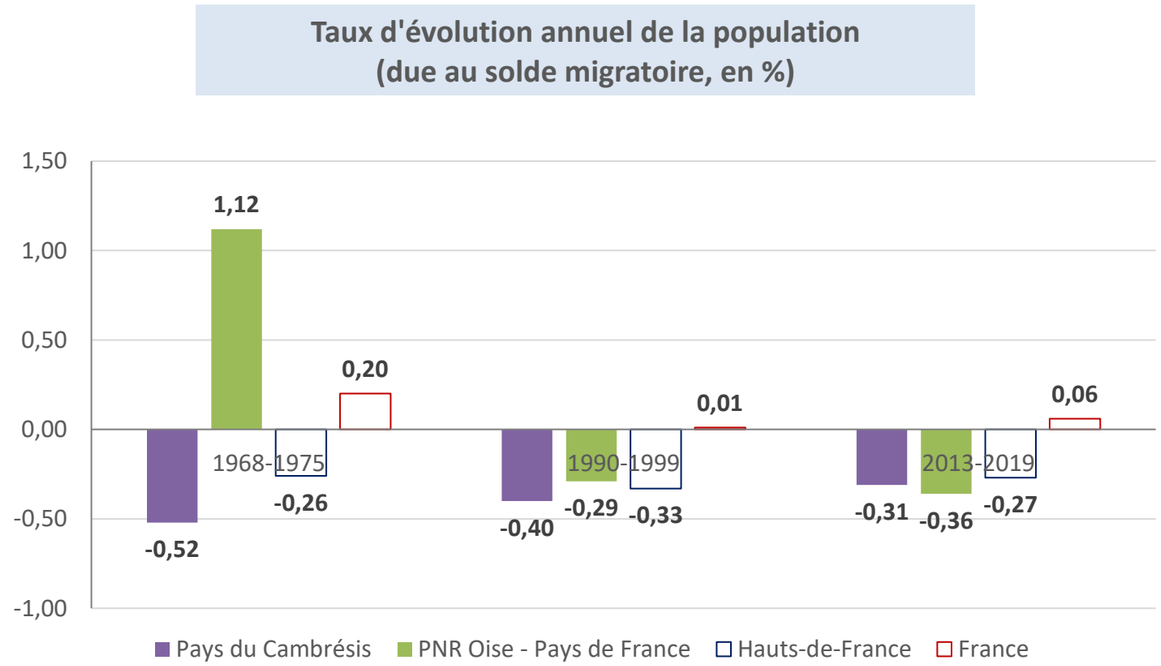
Ce qu'il faut retenir :

→ Une croissance démographique poussée dans le PNR Oise – Pays de France par un solde naturel fortement positif qui compense la faiblesse actuelle de son solde migratoire (autrefois très positif pendant le desserrement de la région parisienne).

→ Les migrations résidentielles, principale faiblesse du Pays du Cambrésis puisque le territoire a malgré tout une dynamique de naissances qui reste positive (et atténue quelque peu le solde migratoire négatif).

→ A court terme : la population du Pays du Cambrésis pourrait de nouveau chuter puisque le solde naturel est très proche de zéro ; celle du PNR Oise – Pays de France devrait rester stable, le solde naturel compensant encore la faiblesse du solde migratoire depuis une vingtaine d'années.

L'ensemble de nos territoires d'étude et de comparaison gagnent de la population du fait d'un solde naturel supérieur à zéro. Cela signifie que chaque année, sur ces territoires, sont enregistrées davantage de naissances que de décès. C'est tout particulièrement le cas au sein du PNR Oise – Pays de France, qui présente un taux de variation annuel de population due au solde naturel particulièrement élevé sur la période 1968-2019. Pour sa part, le Pays du Cambrésis a aussi un solde naturel positif mais il s'agit du plus faible parmi les 4 territoires analysés. Il était à peine positif sur la période 2013-2019 (0,06% de croissance annuelle moyenne) contre 0,29% en France métropolitaine. Du côté du solde migratoire (différence entre les entrées et les sorties du territoire), on observe d'une part un très fort taux pour le PNR Oise – Pays de France entre 1968 et 1982 (desserrement de la région parisienne) et d'autre part un taux fortement négatif pour le Pays du Cambrésis entre 1968 et 1999 (lié à la perte d'emplois industriels). **Sur la période la plus récente, nos deux territoires d'étude connaissent des soldes migratoires négatifs**, que l'on retrouve aussi en région Hauts-de-France (mais pas à l'échelle nationale). Il est intéressant de noter que si le solde migratoire a pu fortement contribuer à la croissance démographique du PNR Oise – Pays de France jusque dans les années 1980, il est depuis négatif (ou nul, 0,04% entre 1982-1990), ce qui recompose fortement les dynamiques territoriales et permet d'expliquer le ralentissement de la croissance démographique du territoire.

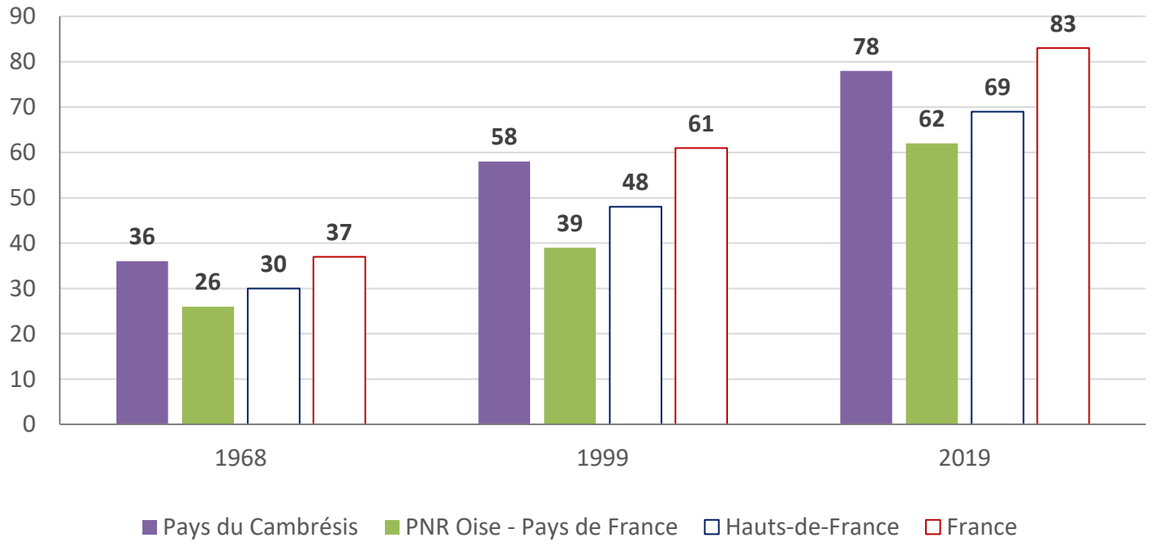


Source : INSEE, Séries historiques du RP, traitements quartier libre 2023

UNE STRUCTURE DE POPULATION EN RECOMPOSITION : LE VIEILLISSEMENT EST GÉNÉRALISÉ

Observable à toutes les échelles, le vieillissement de population touche aussi nos territoires d'études

Evolution de l'indice de vieillissement (>=65 ans pour 100 jeunes <20 ans)



Source : INSEE, Séries historiques du RP, traitements quartier libre 2023

L'INED (Institut National d'Etudes Démographiques) avance que le vieillissement peut avoir deux causes : « **augmentation du nombre de personnes âgées aussi appelée vieillissement par le sommet de la pyramide** » : conséquence d'une baisse de la mortalité et de l'allongement de la durée de vie moyenne ou « **vieillissement par la base, c'est-à-dire un déficit de jeunes lié à une baisse de la natalité** ». Le vieillissement de population est la conséquence du phénomène de « **transition démographique** » qui jusqu'à présent a beaucoup impacté les pays dits du Nord (baisse de la fécondité et de la mortalité) mais qui commence aussi à toucher les pays dits du Sud « un des grands changements sociaux de l'humanité au cours du XXIème siècle ». Nos deux territoires d'études connaissent un vieillissement de population : d'une part les classes d'âges en dessous de 30 ans sont en baisse, celles au-dessus de 45 ans sont en hausse et d'autre part l'indice de vieillissement qui mesure le nombre de personnes de 65 ans et plus pour 100 jeunes de moins de 20 ans synthétise bien **le constat d'un vieillissement généralisé**. Inférieur à 100, cet indicateur signale que la situation reste raisonnable et que la structure actuelle de la population permet son renouvellement mais sa tendance haussière doit nous interroger.

Ce qu'il faut retenir :

→ Une diminution de la part des moins de 15 ans et des 15-29 ans, une stabilisation des 30-44 ans et une augmentation de toutes les classes d'âges au-delà de 45 ans, marquée en particulier pour les plus de 75 ans.

→ Un phénomène de vieillissement qui touche l'ensemble du territoire national.

→ Pour causes : baisse de la natalité et de la mortalité et allongement de la durée de vie moyenne.

→ Le vieillissement de population et l'évolution des comportements de cohabitation ont pour conséquence une taille de ménages qui est de plus en plus réduite.

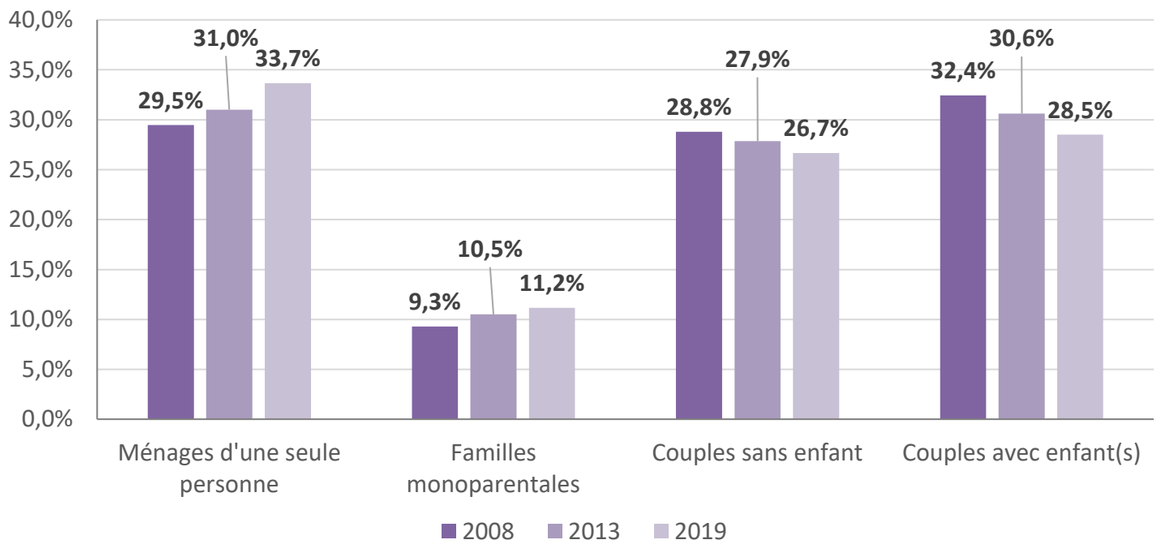
→ L'indice de vieillissement montre que la situation reste soutenable au sein de nos territoires d'étude (renouvellement des générations encore assuré).

Toutefois ces deux phénomènes ne sont pas neutres sur « la vie des villages » des territoires de notre étude : fermetures de classes dues à des baisses d'effectifs, commerces qui mettent la clef sous la porte, isolement de personnes âgées vieillissantes, perte d'équipements et de services publics. C'est tout l'intérêt de la démarche qui s'est engagée pour identifier les « possibilités » d'émergence de lieux multi-services (en réponse à ces problématiques) : retrouver une offre commerciale de proximité, créer de nouvelles sociabilités dans les bourgs ruraux, faire vivre de nouveau certains territoires, consommer différemment et faire travailler les producteurs locaux.

DES MÉNAGES QUI SE RECOMPOSENT : PERSONNES SEULES ET MONOPARENTALITÉ EN HAUSSE

En France & sur nos territoires d'étude, la décohabitation progresse et recompose les ménages

Evolution des ménages selon le type (Pays du Cambrésis, en %)



Source : INSEE, RP2008, RP2013 et RP2019, traitements quartier libre 2023

Sur la période allant de 2008 à 2019, les ménages tant du Pays du Cambrésis que du PNR Oise – Pays de France ont connu des changements importants. Le premier d'entre eux se matérialise sur les deux territoires **: la part des ménages d'une seule personne est en hausse autour d'un tiers des ménages sur les deux territoires** (cette évolution entraîne une augmentation du besoin en logements adaptés pour les petits ménages comme des appartements de petites tailles et la nécessité de développer des espaces de vie sociale facteur d'inclusion). De même, **les familles monoparentales progressent autour de 11% des ménages** (ce qui pose des défis en termes de logement, d'emploi, de garde d'enfants et de soutien social). Cette recomposition des ménages se reflète aussi sur les deux territoires dans la proportion de couples sans enfant qui connaît une légère baisse, mais surtout dans **la proportion de couples avec enfant(s) qui diminue fortement (3,9 pts. de moins dans le Cambrésis et 3,7 pts. de moins dans le PNR Oise – Pays de France).** Cette baisse peut affecter la demande de services éducatifs, de loisirs et de transports adaptés aux familles.

Ces tendances sont identiques à ce que l'on peut constater à l'échelle des Hauts-de-France et de la France métropolitaine. Elles n'indiquent donc pas une spécificité de nos deux territoires d'étude mais plutôt une tendance de fond.

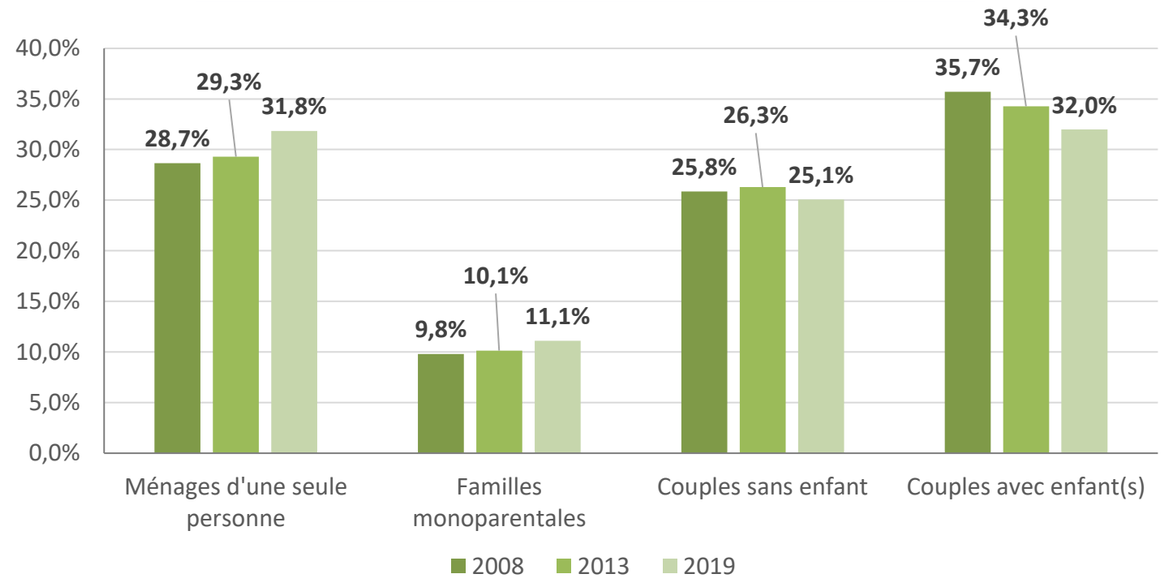
Ce qu'il faut retenir :

→ Des tendances de fond qui touche la France entière comme le desserrement des ménages (2,3 occupants en moyenne par ménage dans le Pays du Cambrésis en 2019 contre 3,1 dans les années 60 et 2,4 dans le PNR Oise – Pays de France contre 3,2 dans les années 60).

→ **La recomposition des ménages et le vieillissement impactent/impacteront nécessairement la densité d'équipements/commerces/services des communes des deux territoires d'étude.**

→ Les raisons principales de ces phénomènes socio-démographiques sont l'évolution des relations familiales (augmentation du taux de divorce, augmentation des naissances hors mariage), l'évolution des modes de vie (départ plus précoce des jeunes du foyer parental, augmentation de l'individualisme), les pressions économiques (coûts croissants de l'éducation des enfants, opportunités d'emploi dans de grandes villes ce qui peut pousser à s'y installer seul) mais aussi le vieillissement de population (vieillissement par le sommet de la pyramide des âges).

Evolution des ménages selon le type (PNR Oise – Pays de France , en %)

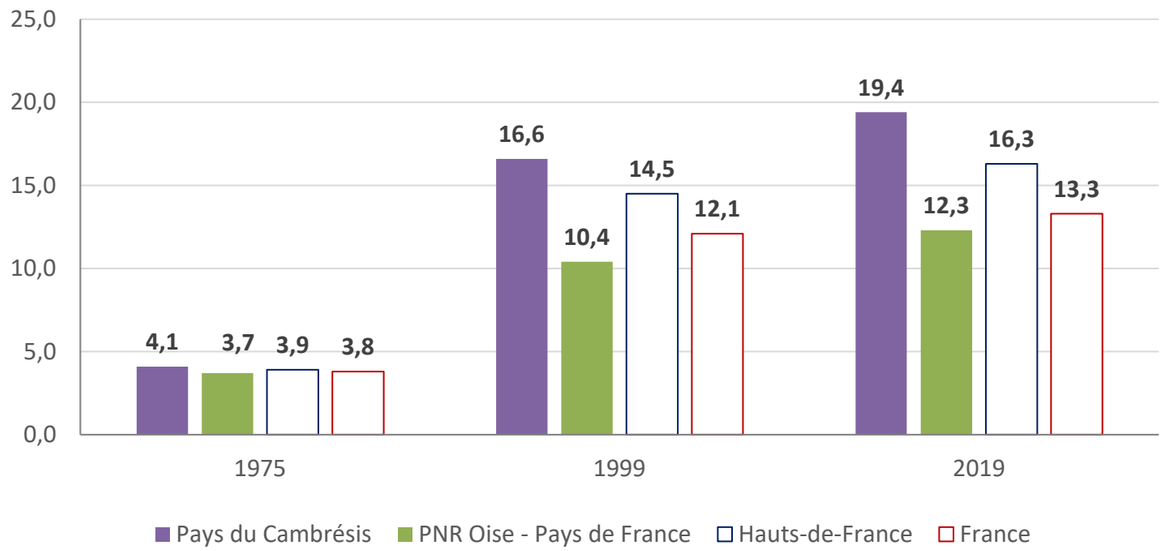


Source : INSEE, RP2008, RP2013 et RP2019, traitements quartier libre 2023

DES TERRITOIRES FORTEMENT IMPACTÉS PAR UNE BAISSE DU NOMBRE D'EMPLOIS

Mais des conséquences qui ne sont pas de même ampleur sur le front du chômage

Evolution du taux de chômage des 15 ans et + (au sens de l'INSEE, en %)



Source : INSEE, Séries historiques du RP, traitements quartier libre 2023

Un indicateur socio-économique important pour prendre le pouls de la vitalité des deux territoires est le taux de chômage des 15-64 ans en âge de travailler (et non en études). Celui-ci est à 19,4% dans le Pays du Cambrésis (un niveau problématique, qui est supérieur aux moyennes régionale et nationale), celui du PNR Oise – Pays de France se situe à 12,3% et témoigne d'un meilleur contexte socio-économique.

La décennie entre 2008-2019 a toutefois était compliquée sur le front de l'emploi pour nos deux territoires : ils perdent tous les deux un peu plus de 8 pts. d'emplois depuis 2008 (en base 100), là où la région connaît une baisse de 2,7 pts. et où le territoire national est plutôt dans une dynamique d'augmentation, certes modérée, du nombre total d'emplois.

Pour faire face à ces conséquences, plusieurs pistes de travail qui relèvent des politiques publiques existent : politique publique de formation professionnelle et de reconversion, subventions à l'emploi et dispositifs fiscaux incitatifs, promotion de l'entreprenariat, développement des secteurs économiques porteurs de croissance (pôles d'innovation, clusters industriels, etc.), coopération entre entreprises et partenaires locaux (partenariats public-privé, groupes de travail, etc.).

Ce qu'il faut retenir :

→ Un taux de chômage en forte progression sur le temps long et qui est particulièrement élevé dans le Pays du Cambrésis. Cette augmentation peut avoir de nombreux impacts : impact économique local (diminution du pouvoir d'achat des ménages donc baisse de la demande de biens et services) ; augmentation des difficultés financières (difficulté pour payer ses factures, son loyer, etc.) ; pression sur les services sociaux ; impact sur le bien-être social (problèmes de santé, stress, stigmatisation sociale) ; augmentation de la mobilité résidentielle (les individus peuvent être contraints de déménager pour trouver de nouvelles opportunités d'emplois, ce qui fait pression à la baisse sur la démographie de certains villages ou de certaines villes et ce qui peut impacter à son tour la demande en logements, l'économie résidentielle, l'offre de services, etc.).

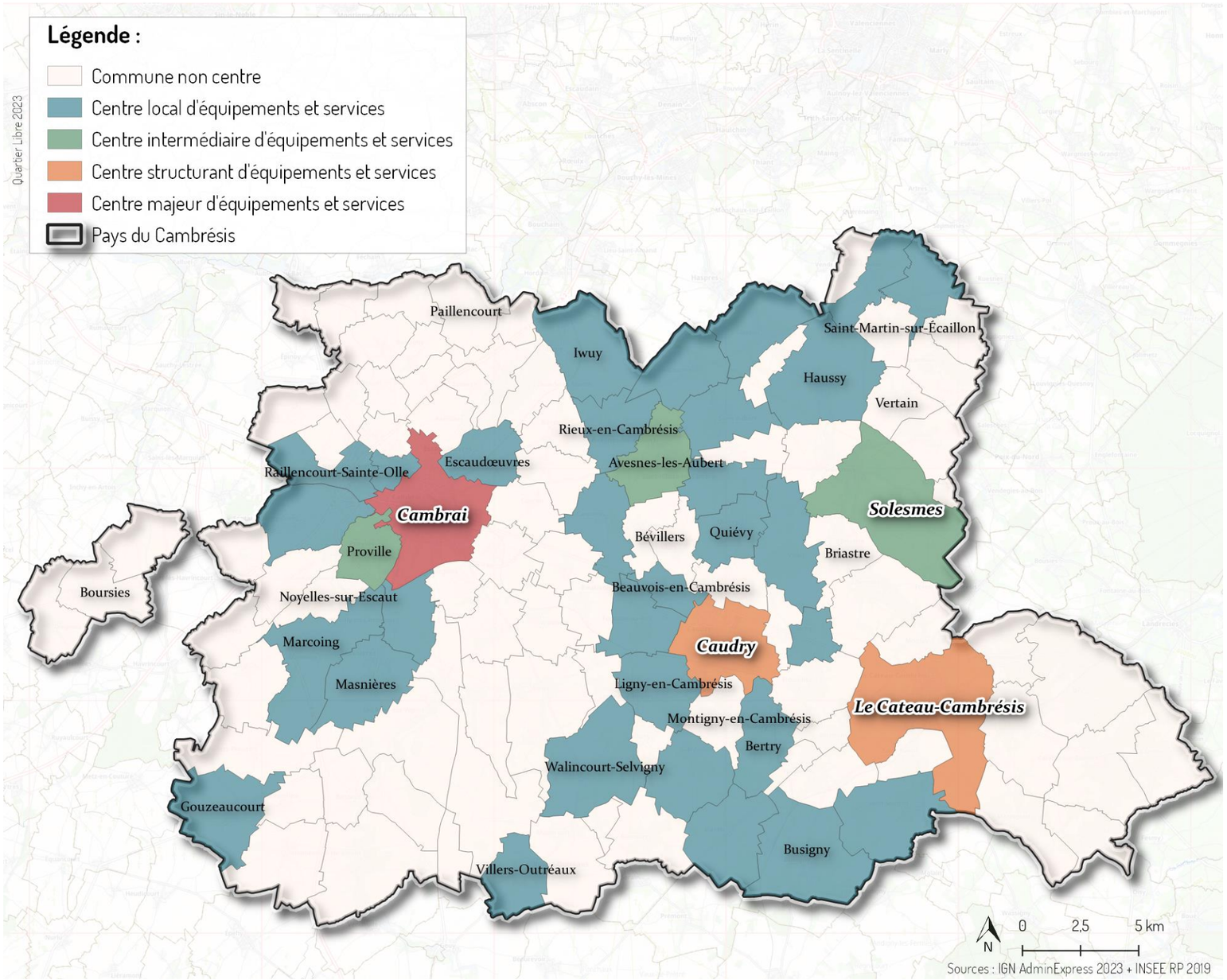
→ Une évolution plus défavorable de l'emplois sur nos deux territoires qu'ailleurs en région Hauts-de-France et qui contraste avec la dynamique résiliente de l'emploi à l'échelle nationale.

Pour autant, ces données peuvent avoir l'effet de mettre en lumière une réelle opportunité de développement de lieux multi-services autour des thématiques de l'économie sociale et solidaire, du développement durable, de l'inclusion des publics exclus du marché de l'emploi. Le modèle du tiers-lieu ou encore du projet sous forme de Société coopérative d'intérêt collectif peut être pertinent.

LES ÉQUIPEMENTS ET SERVICES DU PAYS DU CAMBRÉSIS

Un centre majeur et deux centres intermédiaires qui structurent l'offre d'équipements et services

Niveau de centres d'équipements et de services



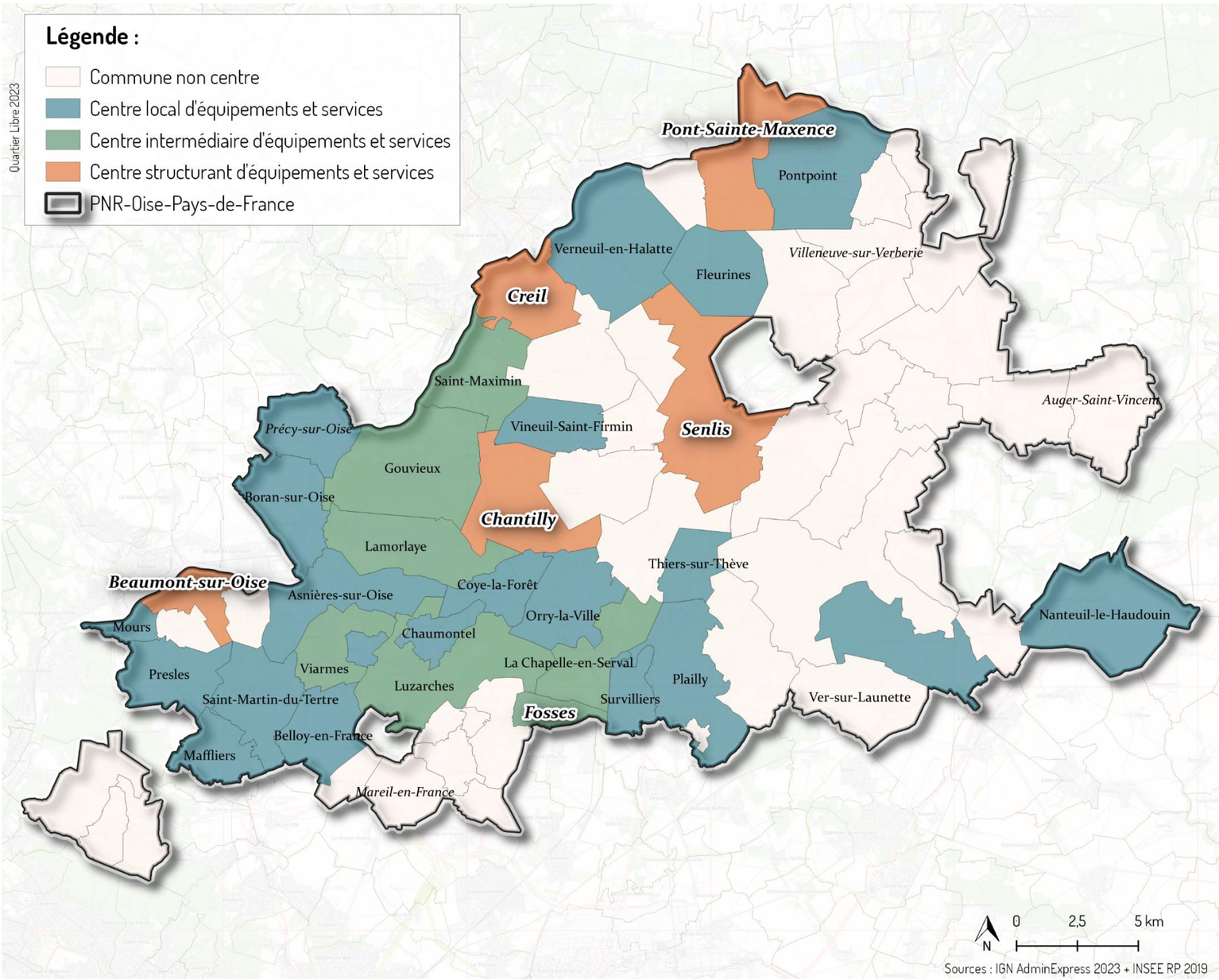
Le niveau de centres d'équipements et de services est un indicateur réalisé par l'INRAE-CESAER (Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement associé à l'unité de recherche en sciences sociales à Dijon) en partenariat avec l'ANCT (Agence nationale de la cohésion des territoires). Cet indicateur est basé sur les données de la Base permanente des équipements (BPE) de l'INSEE pour l'année 2020 et permet de distinguer plusieurs niveaux de centralités en regroupant les communes dont l'offre d'équipements et de services sont comparables.

On distingue ainsi **5 niveaux différents de centres d'équipements et de services** :

- Les communes dites « non-centres » : qui ne disposent pas suffisamment de commerces et services pour être identifiées comme telles ;
- Les centres locaux : leur offre est restreinte autour d'une douzaine d'équipements et services du quotidien / de proximité (coiffeur, école élémentaire, restaurant, boulangerie, artisans du bâtiment) ;
- Les centres intermédiaires : qui disposent d'une offre enrichie d'une trentaine de commerces / services, ce sont des centres d'activités du quotidien (offre de soin de premier recours complète, activité commerciale renforcée, etc.) ;
- Les centres structurants : ils proposent une quarantaine d'équipements supplémentaires mais dont le recours n'est pas forcément quotidien (équipements commerciaux plus spécialisés : librairie, épicerie, magasin de chaussures, de sports, d'électroménager ou d'ameublement), hôtels, agences de travail temporaire). Ces centralités comptent aussi des services de santé spécialisés (laboratoire d'analyse, ophtalmologie, cardiologie, gynécologie) ;
- Les centres majeurs : ils offrent des services plus rares comme des spécialités médicales hospitalières, des services de l'aide sociale aux personnes fragiles, des tribunaux, des établissements universitaires, de grands équipements sportifs et culturels et la grande distribution.

Un territoire marqué par une forte dichotomie en termes d'offre d'équipements et de services

Niveau de centres d'équipements et de services



Si le territoire du Pays du Cambrésis présenté sur la cartographie précédente montre un territoire parsemé de centres d'équipements et de services dans l'entièreté de sa géographie, et structuré autour de 3 principaux pôles (Cambrai, Caudry et Le Cateau-Cambrésis), la répartition dans le PNR Oise – Pays de France est bien différente.

Le territoire compte 5 centres structurants concentrant le plus important niveau d'équipements et de services du territoire. Le reste de la frange ouest du territoire se compose de centres intermédiaires et de centres locaux qui correspondent à un tissu de ceintures urbaines.

De l'autre côté sur la partie est, le territoire est composé de bourgs ruraux qui ne sont pas centres d'équipements et de services (ce qui reflète la vocation d'accueil de ces territoires, accueillant un nombre élevé d'habitants travaillant et consommant dans d'autres grandes villes du département de l'Oise et ou du nord de l'agglomération de Paris).

SYNTHÈSE DU PORTRAIT DES DEUX TERRITOIRES

PAYS DU CAMBRÉSIS	PNR OISE – PAYS DE FRANCE	THÉMATIQUES
Composé de centres urbains autour desquels gravitent des ceintures urbaines. Le reste du territoire est à dominante rurale. Les lieux multi-services sont un modèle qui pourrait se développer en particulier sur les territoires ruraux, en réponse à un manque de commerces/services du quotidien.	Un territoire fragmenté entre l'est composé de centres urbains et leurs ceintures et l'ouest à dominante de bourgs ruraux. La spécificité des bourgs ruraux du PNR Oise – Pays de France, c'est le regard porté par les actifs vers l'agglomération parisienne. Les services à développer relèvent donc moins du quotidien que des activités à proposer à des résidents présents le week-end.	**TYPOLOGIE DU TERRITOIRE**
Un phénomène de rabattement des actifs vers les principaux pôles d'emplois du territoire : Cambrai, Caudry, Le Cateau-Cambrésis et Solesmes. Une partie du nord-ouest est tournée vers Douai quand une autre du nord-est regarde vers Valenciennes. Ces déplacements domicile-travail sont susceptibles de favoriser le développement de casiers au bord des routes (produits locaux).	Un territoire dont les actifs sont en majorité tournés vers l'agglomération parisienne et ses emplois bien qu'un certain nombre de pôles d'emplois existent et influencent fortement leurs ceintures (Creil, Senlis, Chantilly). La frange ouest du territoire est particulièrement touchée par le phénomène de « villes dortoirs » (on y réside mais on n'y travaille pas et n'y consomme que très peu).	**DÉPLACEMENTS DES ACTIFS**
Une population en baisse mais qui demeure stable sur les dernières années.	Une population en hausse constante sur le temps long, le territoire fait notamment face à une importante pression foncière liée à la proximité de Paris. Les prix du foncier étant particulièrement élevés à proximité de Paris, les personnes souhaitant devenir propriétaires se tournent vers les départements voisins. A titre d'exemple, les ventes de terrains dans le département de l'Oise ont augmenté de 13% en 2021 par rapport à 2019 dont 18% concernant le marché de l'urbanisation ou résidentiel.	**ÉVOLUTION DÉMOGRAPHIQUE DE LONG TERME**
Des habitants concentrés dans les centres urbains et leurs couronnes.	Des habitants concentrés dans la frange est du territoire.	**DISTRIBUTION SPATIALE DE LA POPULATION**
Un solde naturel positif mais relativement faible ce qui questionne. Un solde migratoire fortement négatif, qui fait pression sur la démographie du territoire.	Un solde naturel fortement positif qui tire la population du territoire à la hausse. Un solde migratoire historiquement fortement positif qui est désormais passé négatif.	**SOLDES NATUREL ET MIGRATOIRE**
Hausse assez marquée du vieillissement : la part des personnes âgées de 75 ans ou plus est passée de 4,5% en 1968 à 8,9% en 2019. L'indice de vieillissement indique cependant qu'en l'état actuel le renouvellement des générations est assuré. Ce qui nous interroge, c'est la tendance de hausse.	Idem, une hausse marquée du vieillissement : la part des personnes âgées de 75 ans ou plus est passée de 3,6% en 1968 à 7,4% en 2019. Tout comme pour le Pays du Cambrésis, le renouvellement des générations est assuré mais la tendance à la hausse de l'indice de vieillissement interroge.	**VIEILLISSEMENT DE LA POPULATION**
Hausse des ménages composés d'une seule personne, hausse des familles monoparentales et baisse des couples avec enfant(s).	Hausse des ménages composés d'une seule personne, hausse des familles monoparentales et baisse des couples avec enfant(s).	**ÉVOLUTION DES MÉNAGES**
Forte augmentation du chômage sur le temps long. 23,5% de jeunes non insérés en 2019 (ni en emploi, ni scolarisés), soit une légère amélioration par rapport à 2013 (25,1%) mais des données qui témoignent d'un contexte de l'emploi difficile.	Augmentation du taux de chômage mais absence de facteurs aggravants sur le territoire du PNR Oise – Pays de France (hausse similaire à la moyenne de la France métropolitaine). 16,4% de jeunes non insérés en 2019, là encore une donnée similaire à la moyenne nationale (16,3%) et un contexte moins problématique que dans le Pays du Cambrésis.	**CHÔMAGE ET CONTEXTE DU MARCHÉ DE L'EMPLOI**
La partie est du territoire est plutôt tournée vers Cambrai et son fort niveau d'équipements et de services. Les communes de l'ouest sont globalement mieux dotées (présence de nombreux centres locaux d'équipements et de services).	Toujours une dichotomie entre l'est et l'ouest. De nombreux centres d'équipements et services d'une part (est) et une concentration de communes non-centres et peu dotées à l'est.	**ÉQUIPEMENTS ET SERVICES**

LES TENDANCES ACTUELLES DE CONSOMMATION DES FRANÇAIS

Des marqueurs forts : livraison à domicile, recherche des meilleurs prix, santé et environnement

Etude de Kantar sur les tendances de consommation des Français : « 2022 en 10 chiffres clés ».

Une inflation alimentaire galopante qui a poussé les consommateurs à modifier leurs comportements d'achat. **Les Français gèrent davantage leur budget au jour le jour et réalisent des sessions de courses plus nombreuses mais avec de plus petits paniers.**

La livraison à domicile a enregistré une hausse de 49% : les Français sont en recherche de gain de temps, ce qui se retrouve aussi dans la **hausse de 7% de fréquentation des enseignes de proximité**.

Lorsque les consommateurs expliquent les raisons qui les poussent à choisir un produit plutôt qu'un autre**, 3/4 expliquent arbitrer en faveur des produits les moins chers**. Une baisse en gamme est constatée (1 français sur trois s'est tourné vers des marques de distributeurs). **Les friperies ont enregistré +24% de fréquentation, les enseignes discount gagnent des parts de marché.**

Une tendance qui se démarque aussi **: les offres dites « de transition alimentaire » qui ont collecté 22,3% des dépenses**. Il s'agit des **produits qui répondent aux préoccupations des Français concernant leur santé et l'environnement**. Ils font cependant des arbitrages et achètent moins de produits Bio (- 5,4%).

Les Français ont fait le choix **de moins consommer des produits frais** (baisse de 5,6% dans les caddies) et surtout de poissons (-13,7%) et de viandes (-7%). Les plats cuisinés enregistrent en parallèle une hausse de 3,5%.

Les actions anti-gaspi, le réemploi, le recommerce sont des tendances actuelles. La 1ère intention des consommateurs est de **limiter le gaspillage alimentaire pour 48%** des Français. Des thématiques qui peuvent influencer le développement de lieux-multiservices sur ces concepts.

RETOUR SUR LES VISITES DE TERRAIN

Méthodologie

PROCESSUS DE SÉLECTION DES PROJETS À VISITER :

Le processus de sélection a d'abord consisté en l'élaboration d'une base de données, recensant des lieux multi-services ou supposés, trouvés sur nos deux territoires d'études **à partir de recherches sur internet**. Concrètement : une base de données listant toutes les communes des deux territoires a été constituée, puis commune après commune les mêmes **recherches par mots clés** ont été effectuées (Nom de la commune + (café / tiers-lieux / épicerie / multiservices / commerce / AMAP)).

Ces recherches ont permis d'identifier une première liste de projets intéressants pour toutes les communes (si existants). Des **recherches complémentaires ont été effectuées dans différents journaux et médias en ligne** (relayant souvent l'actualité des villages, les nouvelles ouvertures de commerces, les projets innovants) – notamment, ont été utilisés : Localtis, La Voix du Nord, Le Parisien, Courrier Picard, Actu.fr, Observatoire des CAUE, Oise Agricole, Europe en France, France TV Info, Ma Ville Engagée. **Ces différents médias ont aussi été utilisés pour identifier des projets à l'échelle nationale afin de constituer le référentiel global.**

Une fois ces recherches effectuées, une base consolidée de projets potentiellement intéressants et / ou exemplaires à visiter a été réalisée. Celle-ci comprenait les informations suivantes : **Nom de la commune, Nom du projet, Typologie de lieu multi-services, Raisons qui font que le projet est intéressant, Site internet du projet et / ou articles de presse.**

Un tri réalisé ensuite avec la maîtrise d'ouvrage a permis de sélectionner les projets à contacter afin de proposer une visite et un entretien sur site. **Un certain nombre de projets identifiés dans la base initiale se sont révélés soit fermés / abandonnés, pour d'autres la nature de l'activité s'est révélée purement commerciale et pas accès sur l'offre de services, ils ont donc été retirés.** La base de projets à contacter contenait donc une fois ces tris réalisés, un ensemble de 16 projets dont certains étant du même type (tous n'étaient donc pas à visiter). **Les porteurs de projets ont été contactés par téléphone et / ou courriel si absence de numéro de téléphone et / ou en cas de non-réponse aux appels téléphoniques.** Certains n'ont jamais répondu et ont été retirés de la liste, d'autres ont refusé le principe de la visite et / ou de l'échange.

Au global : 5 projets visités ont donné lieu à une fiche-diagnostic et 5 autres projets visités ont donné lieu à des échanges mais ne feront pas l'objet de fiche-diagnostic (projet pas suffisamment avancé, absence du gérant, projet trop accès commerce et pas assez de services).

ORGANISATION DES VISITES DE TERRAIN ET CONDUITE DES ENTRETIENS :

Les visites se sont déroulées sur deux jours : les 14 et 15 juin 2023. La journée du 14 était consacrée aux projets sur le territoire du PNR Oise – Pays de France, celle du 15 aux projets du Pays du Cambrésis. Nous nous sommes rendus sur site en un groupe de deux personnes (analyste territorial + géomaticien-cartographe de l'équipe quartier libre) aux horaires prévus lors des prises de rendez-vous. **Nous avions pour mener les échanges, établi une grille d'entretien comprenant 3 catégories : identification de la structure, du gérant et de son parcours ; fonctionnement de l'activité, clientèle, perspectives financières, atouts et faiblesses, risques ; financements et besoins**.

Cette grille a permis d'initier les échanges et de disposer d'une trame contenant un certain nombre d'items à explorer durant les visites afin d'obtenir les informations suffisantes pour répondre aux besoins de l'étude. **Les entretiens se sont donc effectués sur le modèle dit « semi-directif », c'est-à-dire un dialogue orienté par les questionnements posés, moment d'écoute, de partage, donnant lieu à une prise de notes manuscrites durant l'échange** (base des fiches réalisées ensuite). Chaque entretien a duré entre 45 minutes et 2 heures sur place pour les plus longs.

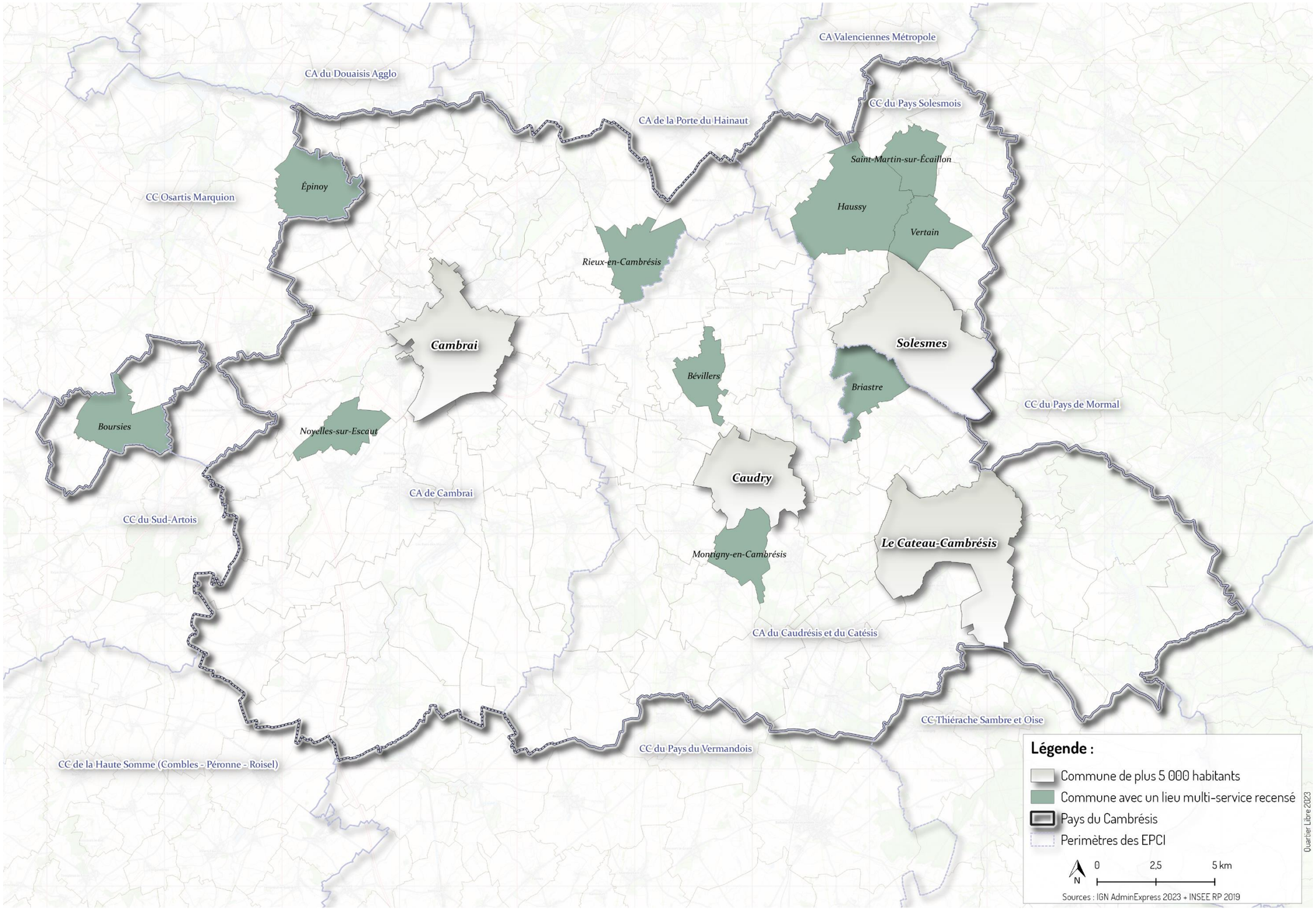
Enfin, nous avions fait le choix de nous rendre sur les lieux identifiés comme potentiellement intéressants mais pour lesquels nous n'avions pas eu de réponse de la part des porteurs de projet. Si ces visites ont permis d'observer le fonctionnement de ces lieux, elles n'ont pas donné lieu à entretien (absence des gérants ou présence d'un employé pas disposé à répondre à nos questions).

Grille d'entretien pour les visites
Niveau de qualification du gérant + parcours professionnel antérieur
Présentation de la structure (effectif, historique, activité)
Clientèle
Perspectives de CA et évolutions depuis le lancement de l'activité
Impact de l'activité sur l'économie locale
Association des habitants au projet ? Recueil des besoins / attentes ?
Conditions de réussite du point de vue du gérant
Difficultés rencontrées, points de blocage + solution pour les surmonter ?
Atouts, faiblesses et risques de l'activité
Conseils du gérant à un novice qui se lance dans une activité similaire
Besoins de financements / trésorerie + raisons
Subventions et aides financières sollicitées + auprès de qui ?
Accompagnement lors du lancement de l'activité + par qui ?
Besoins particuliers en matériels ou locaux ?

Ci-dessus : extrait de la grille d'entretien utilisée lors des visites.

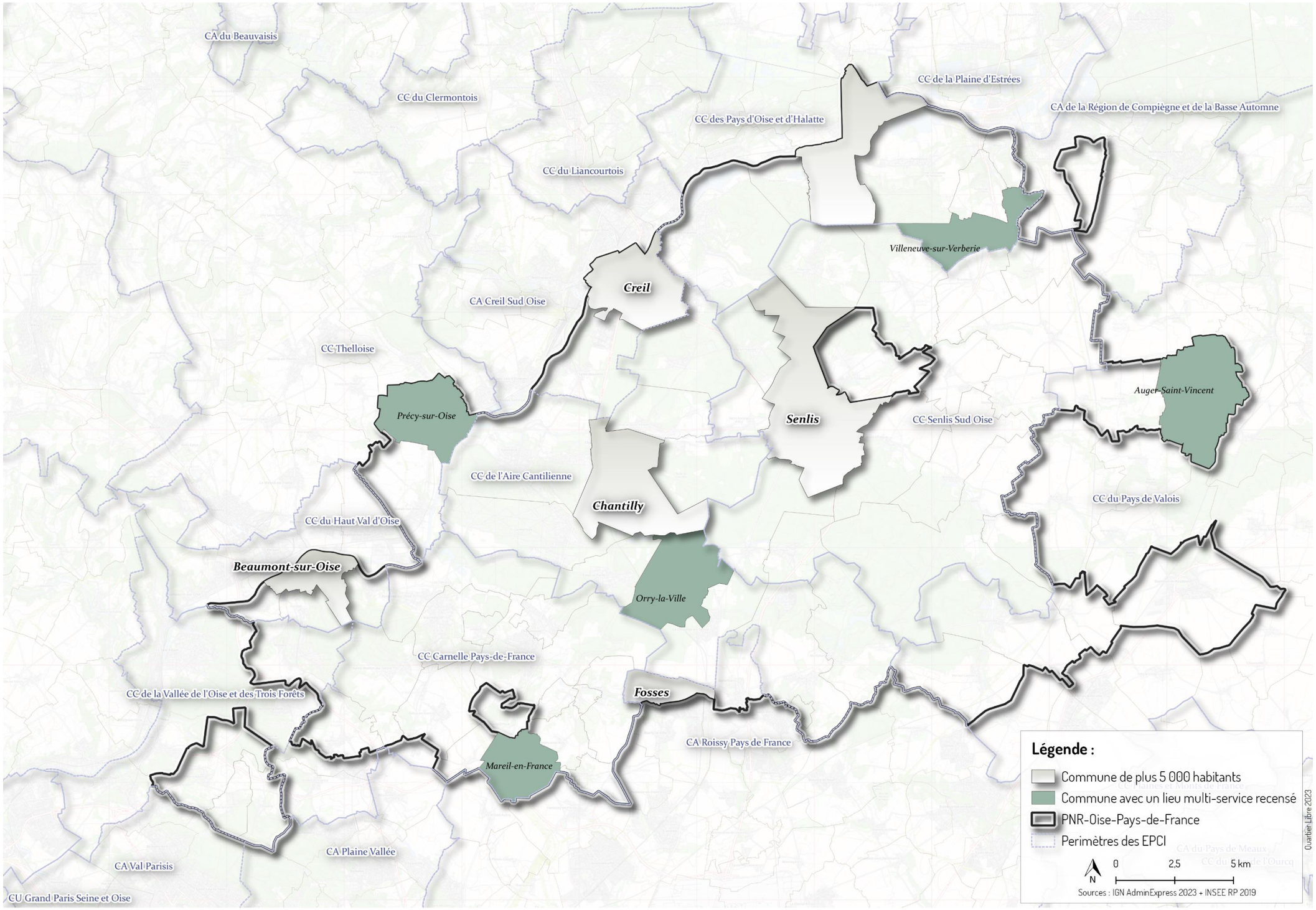
RETOUR SUR LES VISITES DE TERRAIN

Cartographie des lieux multi-services identifiés dans le Pays du Cambrésis

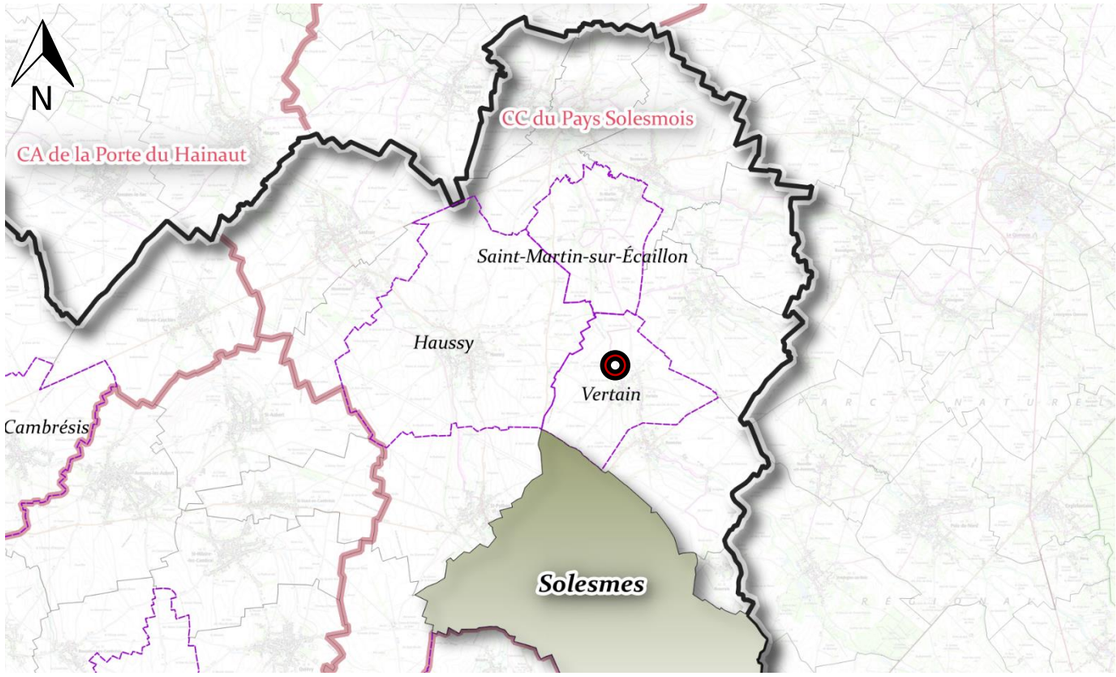


RETOUR SUR LES VISITES DE TERRAIN

Cartographie des lieux multi-services identifiés dans le PNR Oise – Pays de France



LA LOCALISATION DANS LE GRAND TERRITOIRE



LE LIEU EN QUESTION (PHOTOS DE TERRAIN)

Crédit photo : Quartier Libre

> Café multi-services
Le café de la place « Chez Betty » à Vertain (59)

LE PROJET EN QUELQUES LIGNES :

- Activités : café, tabac, presse, petite restauration, compte bancaire Nickel
- Le village : 508 habitants au 1er janvier 2020
- Ouverture : 1984
- Perspectives : départ en retraite de la gérante et reprise par un couple (cuisinier/boucher)

CAFÉ MULTI-SERVICES

LE CAFÉ DE LA PLACE « CHEZ BETTY » À VERTAIN (59)

ACTIVITÉ(S)

- Débit de boissons (Licence IV)
- Débit de tabac
- Presse
- Loto
- Petite restauration (sandwichs, tartes, etc.)
- Labellisé « Café-rando » par le Département du Nord

ATOUTS / FAIBLESSES IDENTIFIÉS

- Large amplitude des horaires (ouvert jusqu'à 21h00 le soir même le week-end)
- Lieu de rencontres entre « toutes classes sociales »
- Une gérante dynamique et chaleureuse
- Une terrasse aménagée à l'extérieur
- Le logement de la gérante (propriétaire) à l'étage du commerce, avec un accès indépendant
- Une activité qui demande un fort investissement en temps (notamment après la fermeture : 1h30 de nettoyage et 30 minutes pour faire la caisse)
- Une rentabilité suffisante pour faire vivre une personne mais qui ne peut pas supporter de salarié supplémentaire

CLIENTÈLE

- Habitants de la commune et des villages aux alentours (20 km)
- Clientèle de passage qui emprunte la route départementale 109 (professionnels, clients des gites à proximité)
- Randonneurs qui s'y arrêtent le temps d'une étape
- Clientèle étrangère de passage (principalement en provenance de Belgique)
- Groupes de personnes âgées qui visitent la chèvrerie de l'Écaillon (Vendegies-sur-Écaillon)

DEMANDE(S) DES CLIENTS

- Faire de la restauration (plats du jour à manger sur place ou à emporter)
- Organiser à nouveau des événements comme par le passé (soirées à thème, karaokés)

SUBVENTION(S) / ACCOMPAGNEMENT(S) OBTENU(S)

- Communauté de communes du Pays Solesmois : Réfection du bar et de son ergonomie, réfection des sols, aménagements PMR

PERSPECTIVES FINANCIÈRES ET/OU DE L'ACTIVITÉ DANS LES MOIS À VENIR

- Importance du réinvestissement continu pour conserver un lieu chaleureux et propre, la gérante ne dégage pas suffisamment de bénéfices pour envisager de créer un emploi mais elle indique constamment réinvestir dans l'activité.
- Cette impossibilité de recruter du personnel empêche de réaliser des animations comme dans le passé car trop lourd à supporter pour une seule personne (karaoké, etc.).
- La gérante étant en retraite dans les trois prochains mois, il y a un projet de reprise du commerce par un couple (boucher et cuisinier). Leur projet serait de développer l'activité de restauration sur place en proposant des plats du jour. En effet, une forte demande existe.

GOUVERNANCE / GÉRANCE

- Activité personnelle commerçante
- Propriétaire des murs et du fond de commerce / propriétaire du logement à l'étage du commerce

CONSEIL(S) RECUEILLI(S)

- **Importance de la propreté** de l'établissement : un établissement sale ne fera pas revenir les clients.
- **Importance de l'accueil** de la personne qui tient l'établissement : elle doit réussir à faire en sorte que tout le monde se sent bien.
- Le gérant doit bien **séparer vie professionnelle et vie privée** (il ne faut pas boire avec les clients, il ne faut pas accepter les invitations des clients, garder ses distances).
- Pour une grande majorité de la clientèle il s'agit d'habitués « c'est leur deuxième maison », le gérant doit donc se faire un peu « psychologue » parfois, **être à l'écoute** et ne jamais répéter ce que peuvent lui raconter les clients.
- Ne pas compter ses heures, surtout lorsque l'activité est tenue par une seule personne.
- Savoir calmer les gens aigris ou les personnes trop alcoolisées, il faut « un sacré tempérament et ne pas se laisser faire ».
- Cultiver le lien social avec sa clientèle.
- Disposer de connaissances en matière de gestion : ça ne s'improvise pas. Il faut notamment gérer des flux importants d'espèces (dont une infime partie dans le cadre de la vente de tabac par exemple sera du profit pour le commerce). Il faut savoir calculer sa marge et connaître les coefficients à appliquer sur les produits vendus (en moyenne 3,85 fois le prix de revient). Être aidé par un comptable est judicieux.
- Ne pas se lancer dans de la restauration « si ce qu'on cuisine n'est pas parfait », autrement c'est prendre le risque de perdre de la clientèle.
- **En résumé : les 3 règles de Betty pour une activité qui fonctionne – Gestion, Propreté, Amabilité.**

PARCOURS DU/DE LA GÉRANT(E)

- Formation : Brevet, BEP et CAP Agent Administratif
- Carrière : presque toute sa carrière à s'occuper du café (39 ans)

PARTENAIRES POTENTIELLEMENT MOBILISABLES

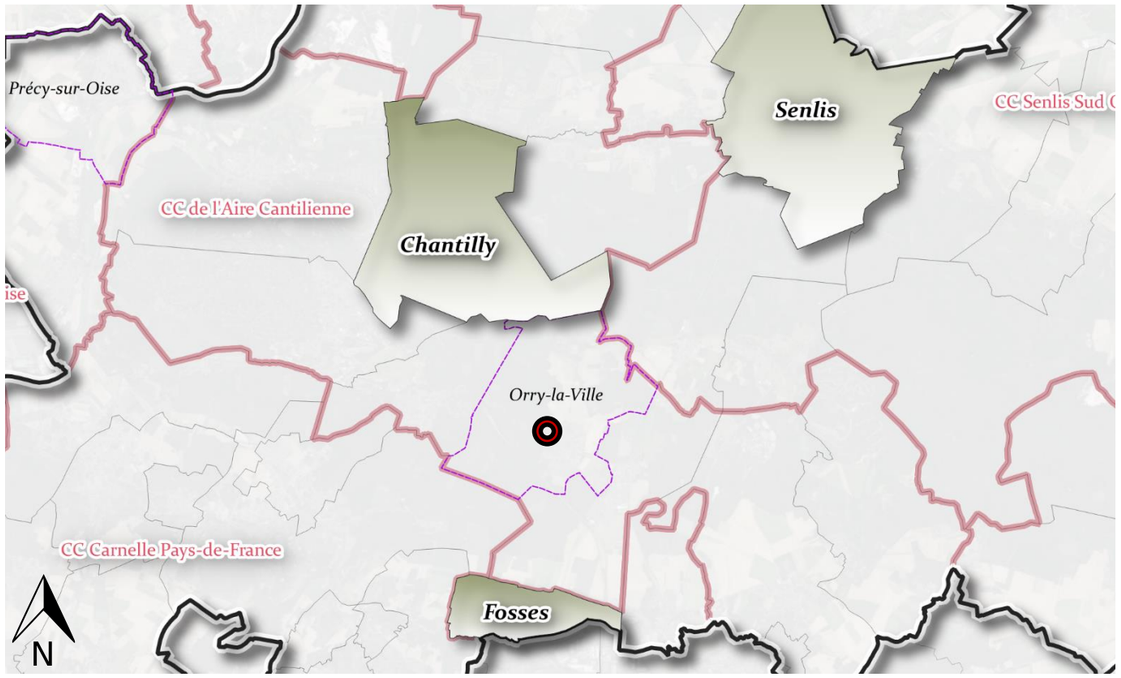
- **Communauté de communes du Pays Solesmois** : le service développement économique propose un accompagnement (1/ étude de marché, 2/ recherche de subventions, 3/ immobilier d'entreprise et 4/ mise en relation avec différents partenaires comme CMA, CCI, BGE, Région HDF, Banque de France) ; enfin il existe aussi des aides directes qu'il est possible de solliciter.
- **Région des Hauts-de-France** (notamment via une subvention sur les travaux d'embellissement du commerce), dossier de subvention à monter avec la Communauté de communes.
- **Gestionnaire du programme LEADER**
- Prêts d'honneur d'**Initiative Cambrésis**

« Il faut mettre à l'aise les clients. On est un peu psychologue, les gens se confient. On crée du lien social. »

« Quand un client vient ici, je dis toujours que mon but c'est qu'il revienne. »

« Je confectionne 500 briquets collectors pour les offrir à ma clientèle chaque année. Ils partent tous ! Certains les collectionnent même ! »

LA LOCALISATION DANS LE GRAND TERRITOIRE



LE LIEU EN QUESTION (PHOTOS DE TERRAIN)

> Bar/Restaurant/Épicerie Le café de la Mairie « L'âme véritable » à Orry-la-Ville (60)

2

LE PROJET EN QUELQUES LIGNES :

- Activités : restauration, épicerie fine, cave à vins, bar
- Le village : 3 385 habitants au 1er janvier 2020
- Ouverture : fin 2020
- Perspectives : poursuivre le développement de l'activité pour réussir à se dégager un salaire

BAR/RESTAURANT/ÉPICERIE

LE CAFÉ DE LA MAIRIE « L'ÂME VÉRITABLE » À ORRY-LA-VILLE (60)

ACTIVITÉ(S)

- Débit de boissons (Licence IV)
- Restaurant sur place
- Restauration à emporter (pendant la crise sanitaire, plus d'actualité)
- Epicerie fine
- Cave à vins
- Vente de timbres (pendant la crise sanitaire, plus d'actualité)
- Format brunch / jeux de société le dimanche ; animations musicales (de façon ponctuelle)

ATOUTS / FAIBLESSES IDENTIFIÉS

- Un positionnement commercial (plutôt haut de gamme) qui répond à la demande locale
- La localisation géographique qui permet de profiter des flux liés à Roissy et l'aéroport Charles de Gaulle
- Une gérante dynamique et chaleureuse (importance des rapports humains)
- Une terrasse aménagée à l'extérieur, notamment avec des essences végétales locales (cadre agréable)
- Le logement de la gérante à l'étage du commerce (location), avec un accès indépendant
- Le mélange des générations, notamment autour d'activités comme les jeux de société (sociabilités)
- Une activité qui demande un fort investissement en capital temps
- Une rentabilité qui n'est pas encore suffisante pour se dégager un salaire
- Un manque de surfaces, notamment pour la partie épicerie
- 3,5 ETP mais un fort turnover et des difficultés de recrutement (métier en tension)

CLIENTÈLE

- Clientèle de passage en majorité : parisiens ou personnes qui travaillent sur Roissy
- Il s'agit donc d'une clientèle qui a les moyens et qui apprécient les produits locaux (manger mieux)
- Une fréquentation variable : en moyenne 50 couverts par jour avec une fréquentation au plus faible d'une dizaine de couverts et au plus fort un restaurant complet (souvent les vendredis) ; 40 couverts à l'intérieur, 20 à l'extérieur (le tout, complet à 90% du temps)

DEMANDE(S) DES CLIENTS

- Une cuisine simple, qui a du goût et qui valorise les produits locaux (et donc positionnement du restaurant sur ce créneau commercial)

SUBVENTION(S) / ACCOMPAGNEMENT(S) OBTENU(S)

- Subventions de la Région Hauts-de-France : 20% sur le montant total de travaux d'aménagement intérieur

PERSPECTIVES FINANCIÈRES ET/OU DE L'ACTIVITÉ DANS LES MOIS À VENIR

- Tous les exercices de l'établissement ont été positifs mais ne permettent pas à la gérante de se dégager un salaire. Les bénéfices sont réinvestis chaque année dans l'activité. Belle augmentation des volumes qui se traduit par un résultat en hausse : 8K€ la première année, 14K€ la deuxième année et entre 22-25K€ selon les projections pour l'année en cours. En plus des investissements, une partie du résultat est affecté à la trésorerie pour envisager de futurs achats dans le futur.
- Des risques qui tiennent à la hausse des prix de l'énergie et de l'alimentaire, si ceux-ci devaient continuer d'augmenter dans les mois à venir.
- La principale difficulté : le recrutement de personnels stables et compétents (très dur de trouver des serveurs de métier), il faut donc constamment former le nouveau personnel. Turn-over très élevé car métier difficile qui attire souvent des étudiants ou des personnes en reconversion professionnelle.
- **Projet : Mise aux normes PMR (10K€ de travaux mais impossible à envisager pour le moment)**

GOUVERNANCE / GÉRANCE

- **SARL à associé unique**, aussi appelée EURL pour Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée (soumise de plein droit à l'impôt sur le revenu avec possibilité de basculer à l'impôt sur les sociétés avant la fin du troisième mois de l'exercice en cours mais ce changement est ensuite irrévocable)
- Achat du fond de commerce et de la licence IV ; **locataire des murs en bail commercial** (propriété de la mairie)

CONSEIL(S) RECUEILLI(S)

- Il faut beaucoup agir lorsqu'on installe ce type d'activité pour **obtenir le soutien de sa mairie et/ou de l'intercommunalité**. (exemples : que la mairie communique sur votre projet, vous fait travailler, recevoir la visite officielle d'élus locaux en présence de la presse, etc.). Il faut ensuite faire beaucoup de promotion : « installer des affiches pour expliquer son projet, raconter son histoire, ses valeurs, etc. ».
- **Être vigilant quant à la concurrence à proximité** (ne pas faire d'ombre à d'autres commerçants, être sur un positionnement différent). Exemple : une pizzéria est installée juste à côté mais absence de concurrence car pas du tout la même clientèle.
- Essentiel d'avoir de la famille ou des proches sur place pour pouvoir avoir de l'aide (avec les enfants notamment en cas de famille monoparentale).
- S'associer avec d'autres habitants aux alentours pour par exemple organiser des soirées cocktails (et trouver un musicien local), faire marcher le bouche-à-oreille pour organiser des événements entre professionnels locaux, travailler avec des associations dans la préparation de repas , livrer des paniers aux écoles, etc. **« Nouer un réseau ».**
- Être prêt à **adapter ses horaires** selon les demandes de la clientèle (notamment ouvrir si nécessaire le dimanche), ne pas compter ses heures « on est tout le temps sous l'eau ».

PARCOURS DU/DE LA GÉRANT(E)

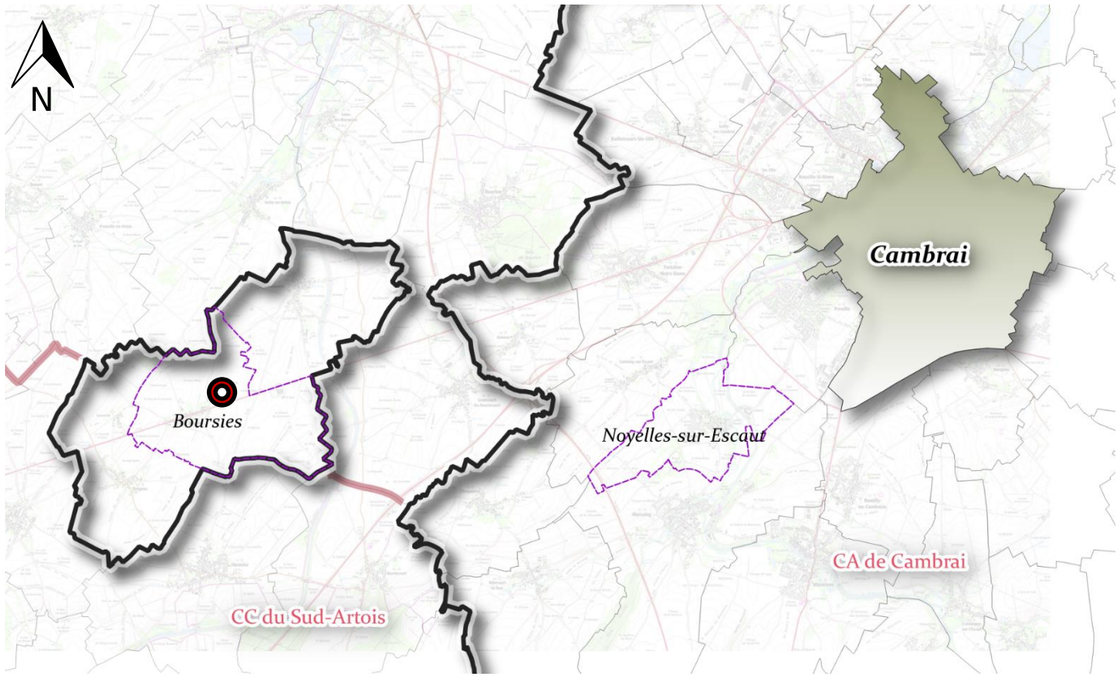
- Formation : diplômée d'un Master d'une école de commerce (formation initiale) puis d'un Master en gestion d'entreprise (MBA, en formation continue)
- Carrière : d'abord dans la gestion de projet à l'international sur le développement des Pays du Sud pour une ONG en Haïti ; puis reconversion professionnelle et retour en France (ville d'enfance, proximité de la famille, expérience dans la restauration lors de jobs étudiants)

PARTENAIRES POTENTIELLEMENT MOBILISABLES

- **Communauté de communes de l'Aire Cantilienne** : accompagnement des porteurs de projets dans la création, reprise ou développement de leur entreprise (recherches de locaux, information sur les spécificités du territoire, conseil sur les structures juridiques, obtention d'aides financières notamment d'un prêt d'honneur à taux 0% de 8K€ à 15K€ en partenariat avec Initiative Oise Sud) et abondement possible de la Communauté de communes.
- La **Communauté de communes de l'Aire Cantilienne** propose aussi **une aide à la création d'emplois** (Fonds de Revitalisation) : 5K€ par emploi créé en CDI, minimum de 3 emplois à créer et à maintenir au minimum deux ans.
- **Région des Hauts-de-France** (notamment via une subvention sur les travaux d'embellissement du commerce), dossier de subvention à monter avec la Communauté de communes.
- **Gestionnaire du programme LEADER**

« Assurer un service plus que commercial, avoir de la vie dans le lieu. »

LA LOCALISATION DANS LE GRAND TERRITOIRE



LE LIEU EN QUESTION (PHOTOS DE TERRAIN)

Crédit photo : Quartier Libre

> Drive Fermier du Douaisis et ses distributeurs : l'étape fermière à Boursies (59)

3

LE PROJET EN QUELQUES LIGNES :

- Activités : vente de produits fermiers et locaux, gestion de gîtes et ferme
- Le village : 408 habitants au 1er janvier 2020
- Ouverture : avril 2023
- Perspectives : développement de l'activité (le drive a été racheté très récemment)

DRIVE FERMIER DU DOUAISIS ET SES DISTRIBUTEURS

L'ÉTAPE FERMIÈRE À BOURSIES (59)

ACTIVITÉ(S)

- Distributeur de produits fermiers et locaux (fruits, légumes, pains, viandes, produits laitiers, etc.)
- En parallèle les gérants s'occupent d'un gîte de 6 chambres (pouvant accueillir jusqu'à 14 personnes) et d'une ferme (animaux et champs)

ATOUTS / FAIBLESSES IDENTIFIÉS

- Apporte une offre commerciale dans un village qui n'a plus de commerce (offre de proximité et de dépannage)
- Accessibilité 24/7 ce qui permet aux routiers et autres personnes de passage d'en profiter
- Offre une débouchée supplémentaire pour les produits des producteurs locaux (30 KM à la ronde)
- Une complémentarité à l'activité initiale de gîtes (les clients du gîtes y trouvent de quoi manger)
- Consommation électrique des distributeurs (surtout à la lumière des hausses des tarifs de l'énergie)
- Une activité chronophage de mise en réseaux puis de réassort quotidien des distributeurs (chronophage)

CLIENTÈLE

- Habitants de la commune et des villages aux alentours (un rayon de 30 KM)
- Clientèle de passage qui emprunte la route nationale 29, qui relie la Normandie à la Belgique
- Ouvriers qui travaillent sur le Canal Seine Nord Europe, les projets éoliens dans la Région, etc. (surtout pour la partie gîtes)

DEMANDE(S) DES CLIENTS

- Constamment renouveler la gamme de produits, tester de nouveaux produits.

SUBVENTION(S) / ACCOMPAGNEMENT(S) OBTENU(S)

- Aucun mais accord et soutien de la mairie en faveur de la démarche (effort de communication essentiellement).

PERSPECTIVES FINANCIÈRES ET/OU DE L'ACTIVITÉ DANS LES MOIS À VENIR

- Développement de l'activité. En effet les casiers ont été rachetés qu'il y a quelques mois. L'activité à ce stade fonctionne bien et permet de faire une marge raisonnable. L'ajout de communication, notamment sur les réseaux sociaux a permis de lancer une bonne dynamique.

GOUVERNANCE / GÉRANCE

- Société à responsabilité limitée (SARL)
- Propriétaires du distributeur et du terrain sur lequel il est implanté
- Propriétaires des gîtes

« Tout est partie d'une boutade entre amis. On s'est dit que ça fonctionnait à Douai, alors pourquoi pas ici ? Et notre ami a développé le drive, que nous avons racheté par la suite. »

CONSEIL(S) RECUEILLI(S)

- La première étape consiste à **développer un réseau de producteurs locaux** à qui acheter les produits qui sont ensuite proposés, avec une marge dans les casiers. C'est assez chronophage au départ « puis le bouche à oreille permet de faire de nouvelles connaissances et finalement de nouer assez vite un réseau ».
- Une **activité qui demande du temps** : comptez tout de même 0,5 ETP pour faire fonctionner un drive : se fournir en produit, faire les réapprovisionnements quotidiens, communiquer autour des produits proposés, etc.
- La **communication est cruciale** : réalisation de flyers, communication sur les réseaux sociaux, création d'un site internet, le tout pour faire la promotion du drive (« si on ne le connaît pas, on n'y vient pas sauf à le découvrir par hasard »).
- Le produit phare reste le pain (surtout pour la clientèle locale), **avoir un partenariat avec un boulanger est important**.
- Être réactif, **proposer de nouveaux produits régionaux constamment**, développer des nouveautés.

PARCOURS DU/DE LA GÉRANT(E)

- Formation des gérants : BTSA grandes cultures / Maitrise de biologie
- Carrière : expérience de 15 à la ferme pédagogique de Courrière, puis reprise de l'exploitation familiale (80 hectares de blé, betteraves, maïs, escourgeon).

PARTENAIRES POTENTIELLEMENT MOBILISABLES

- **Gestionnaire du programme LEADER**
- Prêts d'honneur d'**Initiative Cambrésis**

Coupure de presse « On veut faire vivre le village » (Terres et territoires)

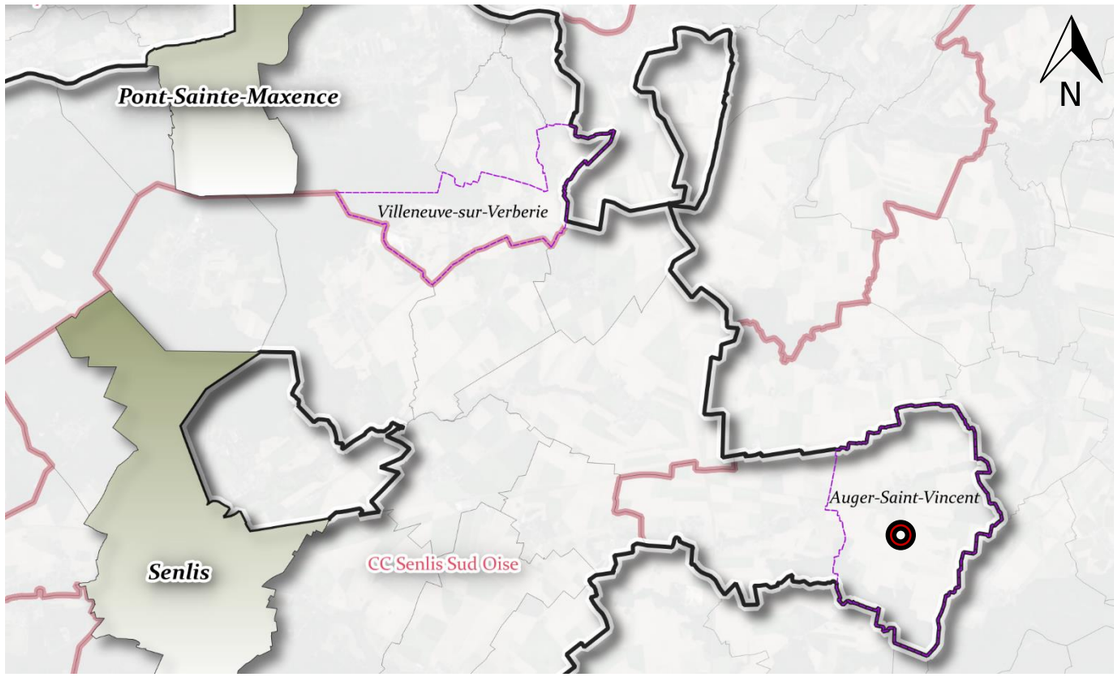
https://terres-et-territoires.com/bien-dans-ses-bottes/tourisme-on-veut-faire-vivre-le-village

MENU TERRES et Territoires C'EST TOUT FRAIS TERRE À TERRE BIEN DANS SES BOTTES #TRACETONSILLON

29-06-2023 ACTUALITÉ **Bien dans ses bottes**

Boursies est un petit village traversé par une nationale, où "les gens passent et ne s'arrêtent jamais". Pour y remédier (et diversifier leurs sources de revenus), les Gorguet multiplient les projets.

LA LOCALISATION DANS LE GRAND TERRITOIRE



LE LIEU EN QUESTION (PHOTOS DE TERRAIN)

Crédit photo : Quartier Libre

> Tiers-lieu
Le café-citoyen à Auger-Saint-Vincent (60)

4

LE PROJET EN QUELQUES LIGNES :

- Activités : café avec animations (musicales, théâtre, débats, culturelles), food-trucks, épicerie de proximité (produits locaux et de dépannage, pain) et gîte rural
- Le village : 532 habitants au 1er janvier 2020
- Ouverture : 2021
- Perspectives : monsieur le maire se retirera bientôt de la présidence de l'association ; projet de création de loges pour les spectacles ; développement des activités culturelles

TIERS-LIEUX

LE CAFÉ-CITOYEN À AUGER-SAINT-VINCENT (60)

ACTIVITÉ(S)

- Débit de boissons (Licence IV)
- Epicerie de produits locaux (et de dépannage), vente de pain
- Restauration une à deux fois par semaine (food-trucks)
- Animations culturelles (théâtre, musique, débats, animations autour des arts, etc.)
- Hébergement touristique (gîte rural)

ATOUTS / FAIBLESSES IDENTIFIÉS

- Animation du village (qui de plus devient un véritable lieu de destination)
- Retour d'un commerce de proximité (là où le dernier café a fermé il y a 28 ans)
- Un projet global en lien avec la stratégie de territoire développée par la commune
- Un tissu local de bénévoles nombreux (cultivé depuis de nombreuses années)
- Un positionnement géographique attractif et recherché
- Une activité déjà rentable « qui créée du patrimoine pour la commune »
- Renouvellement du bénévolat à surveiller (mais une nouvelle génération de bénévoles semble émerger)

CLIENTÈLE

- 1/3 d'habitants et 2/3 de personnes venant de l'extérieur

DEMANDE(S) DES CLIENTS

- Forte demande pour l'organisation de séminaires d'entreprises (activité qui sera développée l'an prochain)
- « Les gens font part de leurs besoins en venant au café et on adapte constamment le projet et les animations. »

SUBVENTION(S) / ACCOMPAGNEMENT(S) OBTENU(S)

- **Portage de l'acquisition de l'ancien presbytère par l'Etablissement Public Foncier de l'Oise** (EPFLO)
- **Montant total de l'investissement : 392 020€ HT dont 250 000€ HT d'acquisition**
- Financement :
- **Département** de l'Oise : 117 133€ HT
- Dotation de soutien à l'investissement local (DSIL) Ruralité 2020 : 115 570€ HT
- **Commune** d'Auger-Saint-Vincent : 75 867€ HT
- **Région des Hauts-de-France** : 48 000€ HT
- **Communauté de communes du Pays de Valois** : 30 000€ HT
- Participation citoyenne sur Ulule : 5 450€ HT

PERSPECTIVES FINANCIÈRES ET/OU DE L'ACTIVITÉ DANS LES MOIS À VENIR

- Projet de relancer le magazine « la rurale » pour raconter ce qui se passe dans les territoires ruraux (approche militante en faveur de l'innovation dans la ruralité).
- Positionnement courant 2024 sur une plateforme spécialisée en location de salles pour l'organisation de séminaires (idée d'une formule lit + séminaire).
- Pas de risque financier : l'EPFLO permet à la commune de rembourser une avance de fonds sur 10 ans ; l'activité de gîtes génère 20K€ de CA pour 15K€ de bénéfices, la partie café génère 37K€ de CA pour 7,5K€ de bénéfices. **L'activité est donc rentable et tout le bénéfice est réinvesti dans la programmation du café**, etc.

GOUVERNANCE / GÉRANCE

- **Le café est associatif et le gîte est géré en régie**. 2 jeunes en service civique tiennent le café (coût d'une centaine d'euros par mois pour la collectivité, qui met à disposition de l'association les deux jeunes).
- Convention d'objectifs et de moyens passée entre la collectivité et l'association pour donner un cadre, fixer le loyer du café, mettre à disposition les jeunes en services civiques, etc.
- Au sein de la collectivité : création d'un CCAC (centre communal d'action citoyenne) et d'une commission de préfiguration pour toutes les actions liées à la citoyenneté.

CONSEIL(S) RECUEILLI(S)

- Bien penser sa clientèle pour éviter les erreurs d'investissement.
- **Ne pas compter uniquement sur le bénévolat des habitants** (d'où le recours à des jeunes en service civique).
- Coupler l'activité du café et les animations avec des activités liées à l'ESS (Economie Sociale et Solidaire) : par exemple organisation de journées dédiées aux aidants (des professionnels de santé viennent prendre soin d'eux pour inverser les rôles), organisation tous les mercredis d'ateliers de médiation numérique (pour favoriser l'usage du numérique par et pour tous), etc.
- Mettre l'accent sur la **qualité des animations** (gros travail de programmation de saison culturelle, avec des professionnels). Cela permet d'ancrer les attentes et l'image du café puis le bouche-à-oreille fait que ça marche.
- Organiser des journées citoyennes où les habitants proposent leurs compétences et rendent des services le temps d'une journée : économie financière non négligeable et création d'un premier terreau de bénévoles.
- Du côté des horaires : **le café est ouvert tous les jours ; important pour la création de lien social**.
- **Mutualiser les animations**. Exemple : organisation d'un festival « l'art en chemin » qui invite les participants à découvrir plusieurs petits villages dans une logique de promotion culturelle, d'accès aux droits et à la culture pour tous. « **Un projet de qualité ce n'est pas que du commerce mais plutôt une hybridation entre les notions de tiers-lieu, de commun et de création de lien social** ».
- La commune a pensé le projet dans le cadre de son projet de territoire communal « un véritable projet de développement de la commune à 10-15 ans » ; « il faut travailler la vitalité du territoire sur le long terme », ce qui permet « d'obtenir des labels et de montrer aux habitants que ça marche ! En retour les habitants s'engagent. ».

PARCOURS DU/DE LA GÉRANT(E)

- Formation : Maîtrise d'histoire (formation initiale) puis école de journalisme. M2 de management territorial à Sciences Po Aix-en-Provence (formation continue).
- Carrière : d'abord journaliste de profession pendant 20 ans puis consultant associé dans un bureau d'études spécialisé dans l'attractivité des territoires ruraux.

PARTENAIRES POTENTIELLEMENT MOBILISABLES

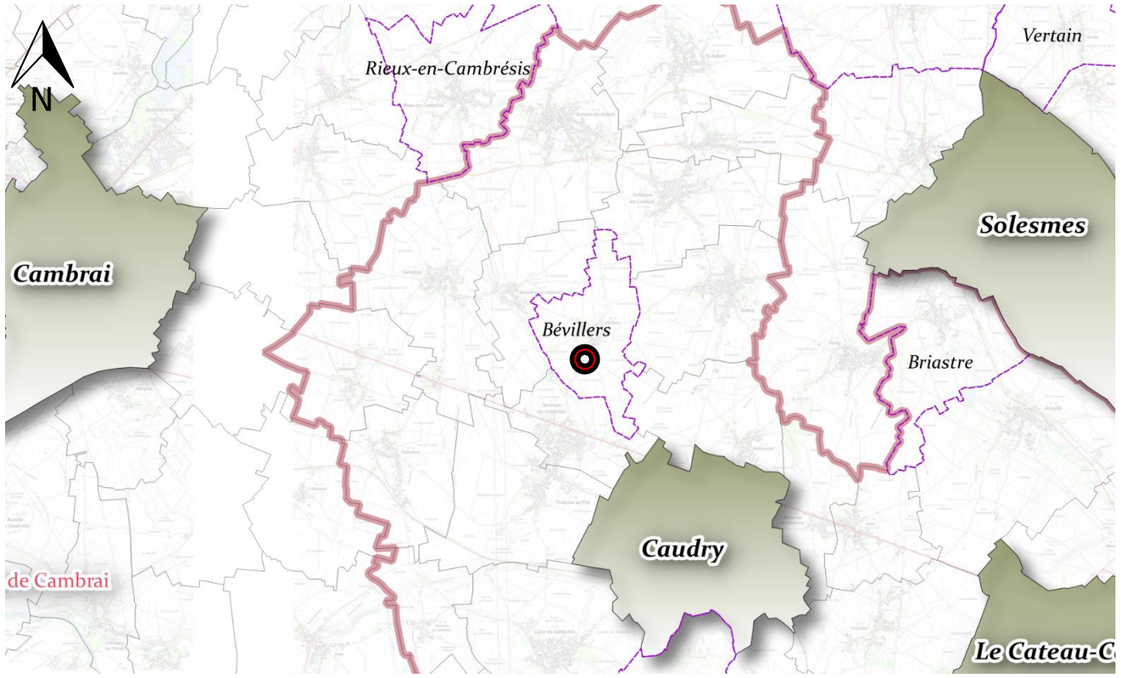
- **Cf. subventions obtenues.**

« Le projet détermine le bassin de vie et vice-et-versa. »

« Il faut déconstruire l'investissement à réaliser et montrer que ça va bénéficier à tous et pas qu'à sa commune. »

« On a une approche basée sur la qualité. On ne veut pas du cousin qui touche un peu à la guitare mais uniquement des professionnels. »

LA LOCALISATION DANS LE GRAND TERRITOIRE



LE LIEU EN QUESTION (PHOTOS DE TERRAIN)

Crédit : Quartier Libre

> Épicerie multi-services « Au panier de Vany » à Bévillers (59)

5

LE PROJET EN QUELQUES LIGNES :

- Activités : épicerie multi-services (épicerie, charcuterie à la coupe, vente de boissons et bières locales, dépôt de pain, distribution dans les villages à 20 KM aux alentours, FDJ, relais colis UPS, vente et dépôt de bouteille de gaz, presse)
- Le village : 560 habitants au 1er janvier 2020
- Ouverture : janvier 2022
- Perspectives : potentiellement développer une activité de rôtisserie et relancer une campagne de communication pour promouvoir l'activité

ÉPICERIE MULTI-SERVICES

« AU PANIER DE VANY » À BÉVILLERS (59)

ACTIVITÉ(S)

- Épicerie (produits alimentaires de base, charcuterie à la coupe en partenariat avec un boucher local, vente de boissons et de bières locales, dépôt de pain en partenariat avec un boulanger local)
- Livraison à domicile sous forme de tournées dans les villages des 20 KM aux alentours.
- FDJ
- Relais colis UPS
- Presse
- Vente et dépôt de bouteilles de gaz

ATOUTS / FAIBLESSES IDENTIFIÉS

- Reprise de l'épicerie du village via SOS village, un soulagement pour les habitants
- Des horaires élargies (09:00-12:30, 16:00-19:00 du mardi-samedi et 09:00-12:00 le dimanche)
- Les livraisons de Richard dans les villages aux alentours qui permettent à un public de personnes âgées, isolées, ou à mobilité réduite de pouvoir faire quelques achats du quotidien
- Un important vecteur de lien social pour le village
- La philosophie des gérants « rendre service avant tout »
- Logement des gérants à l'étage du commerce (locataires).
- Une surface commerciale qui pourrait faire l'objet de rénovations (mise au goût du jour)
- Quelques soucis avec le camion de livraison (des frais à prévoir prochainement)
- La concurrence du commerce en ligne (notamment des livraisons proposées de plus en plus par les grandes surfaces commerciales, une des tendances de consommation identifiées dans l'étude Kantar mobilisée dans la partie diagnostic du territoire)

CLIENTÈLE

- Habitants de la commune (clientèle d'habitués)
- Gens de passage qui s'arrêtent pour quelques achats d'appoint
- Habitants des villages aux alentours qui passent commande pour les livraisons
- Une clientèle majoritairement composée de personnes âgées vieillissantes (lien avec les évolutions démographiques du territoire)

DEMANDE(S) DES CLIENTS

- Demande pour de la rôtisserie, projet en cours de réflexion.

SUBVENTION(S) / ACCOMPAGNEMENT(S) OBTENU(S)

- BGE et CCI d'Amiens : accompagnement à la création du business plan
- Subvention de la CA2C : achat de matériel et de l'enseigne
- Prêt d'honneur d'Initiative Cambrésis
- Participation au programme SOS Village, plateforme d'aide à la relance des commerces dans les villages en zone rurale avec le JT de 13h de TF1
- Accompagnement d'un expert-comptable lors du lancement de l'activité

PERSPECTIVES FINANCIÈRES ET/OU DE L'ACTIVITÉ DANS LES MOIS À VENIR

- Recherche de financements pour un projet de rôtisserie et de travaux afin d'aménager une salle de préparation. **Poursuite du développement de l'activité et recherche de relais de croissance en lançant une enquête sur les besoins des habitants du village et des communes aux alentours**.
- Un peu de trésorerie de côté, pour anticiper d'éventuelles coups durs.

GOUVERNANCE / GÉRANCE

- Société à responsabilité limitée (SARL) avec deux associés (le couple de gérants)
- Propriétaires du fond de commerce, locataires des murs, locataires du logement à l'étage

CONSEIL(S) RECUEILLI(S)

- **Travailler avec sa commune** (paniers des aînés, boissons pour les soirées, repas lors des brocantes) **et avec des partenaires locaux** comme les EHPADs pour la fourniture de colis.
- **S'accompagner d'un comptable** pour réaliser des prévisions et suivre l'évolution de l'activité.
- **S'entourer de fournisseurs locaux** pour proposer des produits de qualité.
- Ne pas compter ses heures, c'est un métier chronophage, **un « métier passion »** autrement ça ne peut pas fonctionner.
- **Diversifier les services proposés pour se démarquer des offres des concurrents notamment de la grande distribution**.

PARCOURS DU/DE LA GÉRANT(E)

- Carrière dans le secteur des transports pour l'un, professeure pour l'autre. Tous les deux ont décidé de se reconvertir lors de l'après-covid avec **l'idée de rendre service et maintenir le lien social au village, leur philosophie.**

PARTENAIRES POTENTIELLEMENT MOBILISABLES

- **Gestionnaire du programme LEADER**
- Prêts d'honneur d'**Initiative Cambrésis**
- **Région des Hauts-de-France** (notamment via une subvention sur les travaux d'embellissement du commerce), dossier de subvention à monter avec la Communauté de communes.
- **Communauté de communes Caudrésis-Catésis** : subvention possible notamment sur les volets aide à la création/reprise d'entreprises (subvention entre 1 250€ et 5 000€), aide au développement des très petites entreprises (jusqu'à 3 000€ en abondement de LEADER) et l'aide à l'immobilier d'entreprises (en fonction des types de projets de constructions : les unes dites classiques, les autres dites labélisées).

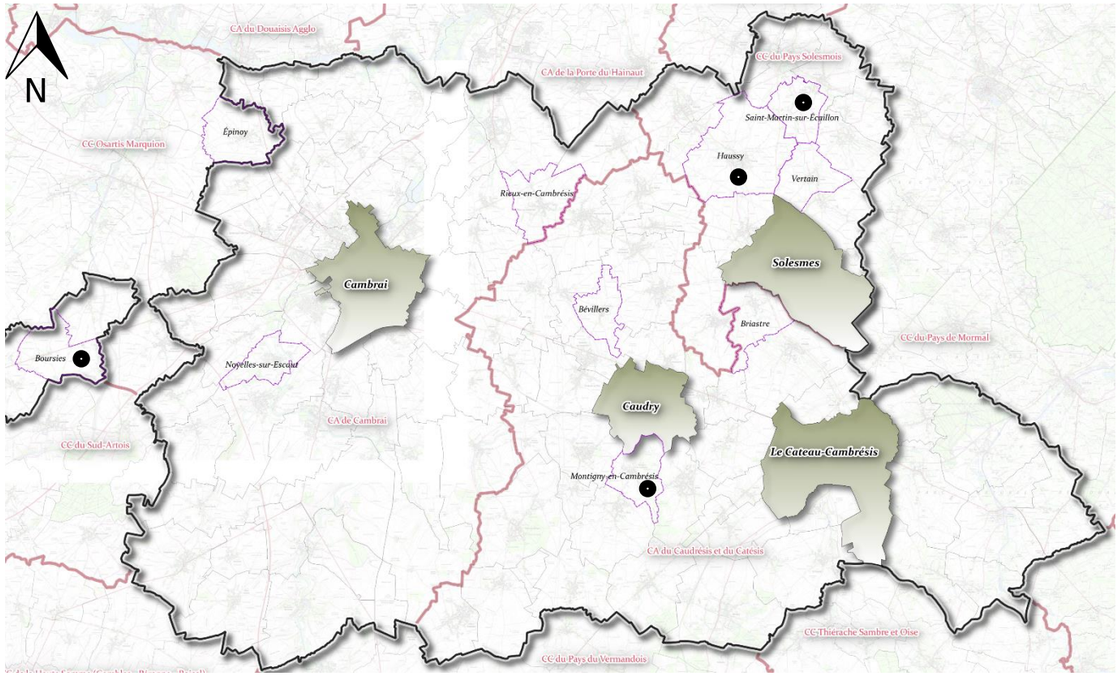
Coupure de presse (La Voix du Nord)

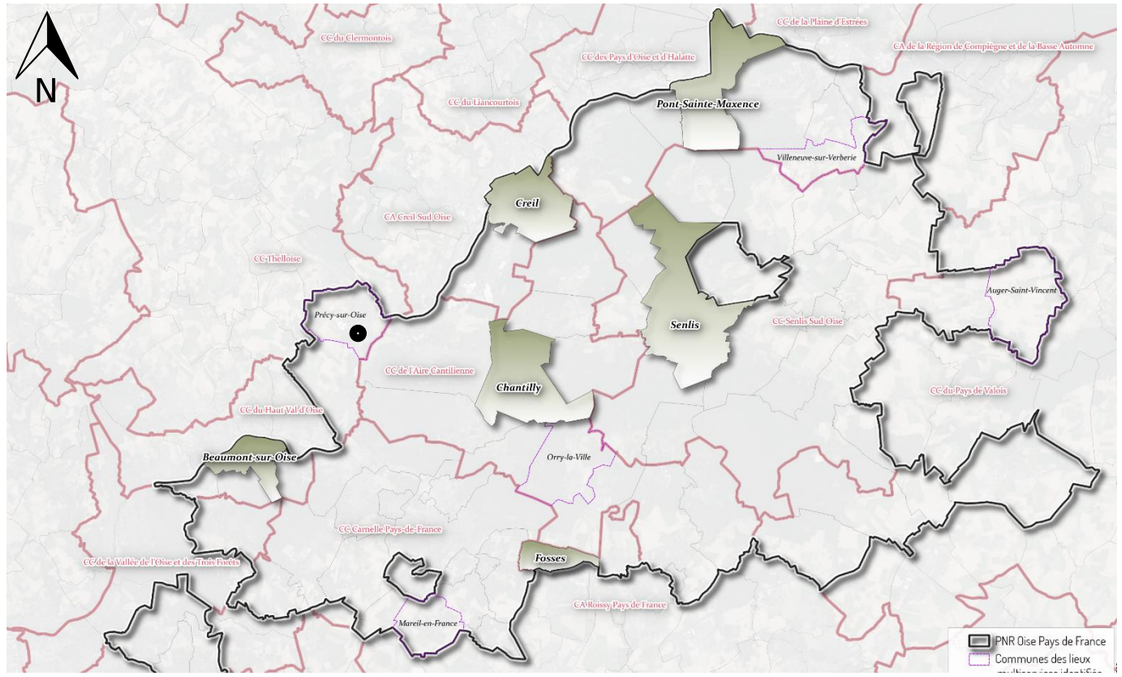
https://www.lavoixdunord.fr/1137628/article/2022-02-08/bevillers-grace-sos-villages-au-panier-de-marie-devient-au-panier-de-vany

Bévillers: grâce à SOS Villages, Au panier de Marie devient Au panier de Vany

Les habitants du village et des alentours, desservis antérieurement par le camion de la supérette, ont poussé un « Ouf ! » de soulagement quand ils ont appris qu'un couple reprenait le commerce local, si prisé au village.

LA LOCALISATION DANS LE GRAND TERRITOIRE





RÉSUMÉ :

- Discussion autour du projet de café-épicerie de Saint-Martin-sur-Écaillon ;
- Visite du café-épicerie multi-services Dhalci Bar à Haussy ;
- Entretien avec M. Rahem, maire de Boursies sur son projet de café multi-services ;
- Visite de terrain à la cueillette du Tronquoy ;
- Entretien avec M. PINSSON, trésorier du repair-café de Précy-sur-Oise.

> Expériences complémentaires

6

EXPÉRIENCES COMPLÉMENTAIRES

Dhalci Bar à Haussy (59)

Cueillette du Tronquoy à Montigny-en-Cambrésis (59)

Projet de café-épicerie à Saint-Martin-sur-Écaillon (59)

Repair-café de Précy-sur-Oise (60)

Projet de café multi-services à Boursies (59)

Le Dhalci Bar, dans une démarche initialement commerciale, a su diversifier son activité en introduisant une gamme de produits alimentaires de base. Ce qui n'était au départ qu'une offre limitée s'est progressivement étoffée pour s'apparenter aujourd'hui à une véritable épicerie. Cette initiative trouve un écho particulièrement favorable auprès des personnes âgées du village, des jeunes non motorisés et des visiteurs de passage. Il s'agit là d'un exemple éloquent de diversification d'activité qui, tout en stimulant l'économie locale, favorise le lien social et rend service à la communauté.

Par ailleurs, la commune de Saint-Martin-sur-Écaillon, dans le département du Nord, envisage de créer un café-épicerie dans le cadre du programme "1000 cafés", suite à l'acquisition de la licence IV du dernier café du village. Le projet, d'un coût estimé à 435 000 euros, prévoit également l'ouverture d'une médiathèque et la construction de logements sur une superficie généreuse de 600 m². L'ambition est de créer un espace animé, propice à des animations ponctuelles, qui insufflera une nouvelle vie au village. Ce lieu contribuera à la revitalisation du centre-bourg et à la création de lien social.

Dans le même département, la commune de Boursies envisage d'ouvrir un café multi-services, en réponse à la disparition des commerces locaux (le dernier café du village étant en vente sur le site SOS Village). Ce projet, partagé avec les villages de Doignies et Mœuvres, vise à recréer un lieu de vie permettant aux habitants de se retrouver et d'effectuer leurs achats quotidiens. Le café multi-services sera adossé à une nouvelle salle polyvalente, créant ainsi un espace de vie sociale, le tout dans un projet global.

La cueillette du Tronquoy est un espace dédié à la production, à la vente et à la cueillette de fruits, légumes et fleurs. Il propose également une sélection de produits locaux dans son rayon d'épicerie. Cet espace, plus qu'un simple lieu d'achat, est un véritable lieu de vie, comme en témoigne l'affluence constante de véhicules lors de notre visite. Il offre un cadre idéal pour une promenade en famille tout en faisant des achats de produits alimentaires de qualité et locaux (encore une thématique de consommation plébiscitée par les Français).

Enfin, le repair-café de Précy-sur-Oise propose des activités de réparation et de formation à l'auto-réparation sur le format d'un rendez-vous par mois le samedi (dans une salle municipale mise à disposition gratuitement). L'inscription préalable est demandée et se réalise sur le Facebook de l'association et / ou à partir de formulaires (disponibles chez les commerçants locaux). Cette activité répond à une des tendances nationales pointées par l'étude Kantar de 2022 : le goût des Français pour le non-gaspillage, le réemploi. C'est aussi un lieu générateur de lien social où les participants se retrouvent pour échanger, partager une boisson, un moment convivial et permet de rompre l'isolement de certaines personnes âgées.

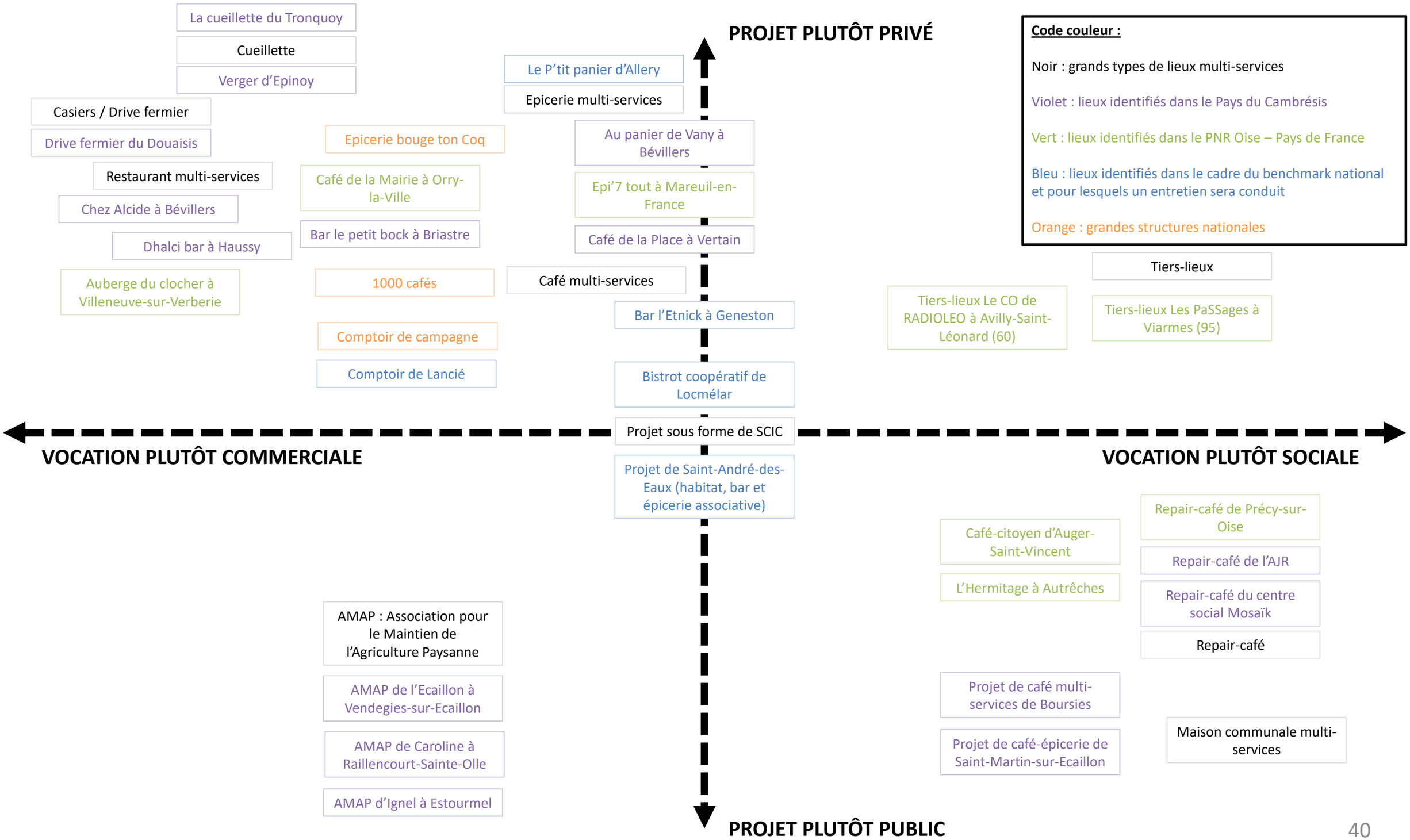
PARTIE 2 : Référentiel national

Des types de lieux multi-services sur des communes similaires

Crédit photo : Quartier Libre

RÉFÉRENTIEL NATIONAL DES LIEUX MULTI-SERVICES SUR DES COMMUNES SIMILAIRES

Cartographie des différents modèles identifiés (V1)



RÉFÉRENTIEL NATIONAL DES LIEUX MULTI-SERVICES SUR DES COMMUNES SIMILAIRES

Identification des acteurs à interroger dans le cadre des entretiens à mener

Partenaires :

- CCI Grand Hainaut : Monsieur AUDEGON, responsable du pôle création d'entreprises – entretien programmé début septembre.
- CCI Oise : en attente de transmission de coordonnées de la part de la CCI de l'Oise.
- Banque des territoires : accompagnement proposé aux collectivités territoriales pour la redynamisation des centres-villes – identifier un contact

Projets benchmark sur d'autres territoires :

- P'tit Panier d'Allery, épicerie multi-services en situation d'échec – en attente de transmission de coordonnées (mél / tél inactif) + contacter la commune sur le projet de reprise
- Bar à initiatives locales : l'Etnick à Geneston (bar + spectacles / concerts + jeux) lancé avec financement participatif (https://kengo.bzh/projet/3771/bar-culturel-letnick + https://actu.fr/pays-de-la-loire/geneston_44223/ce-bar-du-vignoble-nantais-ouvre-une-salle-de-spectacle_59407522.html) - 07 87 75 01 93 / contact@letnick.fr – contact initié, en attente de réponse
- Comptoir de campagne de la commune de Lancié, 1021 habitants (https://www.banquedesterritoires.fr/lancie-un-commerce-rural-de-proximite-dun-nouveau-type) - contact initié, en attente de réponse lancie@comptoirdecampagne.fr
- Projet global sous forme de SCIC : habitat réversible, bar et épicerie associative à Saint-André-des-Eaux, 380 habitants (https://www.banquedesterritoires.fr/la-formule-gagnante-de-saint-andre-des-eaux-22) - contact initié, en attente de réponse contact@leprouvette.com
- Bistrot coopératif de Locmélar, 472 habitants : un projet global qui associe les habitants au travers d'une SCIC (https://www.banquedesterritoires.fr/un-bistrot-cooperatif-source-dattractivite-locmelar-29) – entretien programmé début octobre
- ~~Fondation de France~~ ; ~~Fondation Maif~~ / Macif / Crédit coopératif ; Fondation du crédit agricole : possibilité de les mobiliser voir fiche dédiée

LE PROJET EN QUELQUES LIGNES :

- Activités : café, épicerie locavore et espaces de spectacles et de rencontres
- Le village : 472 habitants au 1er janvier 2020
- Ouverture : juin 2019
- Perspectives : fil de l'eau avec fort rebond de l'activité depuis la fin de la crise sanitaire

le Mélar dit un bistrot, et pas que...

1

> Fiche benchmark Le bistrot coopératif de Locmélar (29)

BENCHMARK

PROJET GLOBAL SOUS LE STATUT DE SCIC

LE BISTROT COOPÉRATIF « LE MÉLAR DIT » DE LOCMÉLAR (29)

LA LOCALISATION DANS LE GRAND TERRITOIRE

Source : Géoportail

PHOTO DU PROJET

Crédit photo : banque des territoires

LE VILLAGE ET LES RAISONS DU LANCEMENT DU PROJET

- Locmélar est la plus petite commune du canton de Sizun, dans le Finistère. Le dernier commerce du village a fermé il y a 10 ans, laissant un vide dans la vie locale. En 2019, un projet de bistrot coopératif a été lancé pour revitaliser le centre du village. Le bistrot, nommé Le Mélar Dit, a été installé dans l'ancien presbytère que la mairie avait racheté préalablement (28 000€) et dont elle cherchait une nouvelle fonction (la mairie était et est toujours propriétaire des murs, et était prête à financer des travaux de rénovation en vue de louer à un porteur de projet).

ACTIVITÉ(S)

- Le Mélar Dit est plus qu'un simple bistrot. Il propose une épicerie locavore, vendant des produits locaux, et un espace de spectacles et de rencontres. Il accueille également diverses activités à l'étage, comme des cours de Pilate ou de chant. En été, des spectacles sont organisés sur la place du village ce qui contribue à redonner de la vie et à dynamiser celui-ci.

ATOUTS / FAIBLESSES IDENTIFIÉS

- Le projet a bénéficié du soutien des habitants de Locmélar, notamment pendant la crise de la Covid-19, lorsque l'épicerie est restée ouverte.
- Cependant, son modèle économique est fragile. Il repose en grande partie sur les revenus générés par les spectacles estivaux.

CLIENTÈLE

- La clientèle du Mélar Dit est principalement composée des habitants de Locmélar. Cependant, le bistrot a réussi à se faire connaître au-delà des frontières du canton, grâce au bouche-à-oreille et aux réseaux sociaux. Aujourd'hui, lorsque les habitants de Locmélar disent qu'ils viennent de ce village, les gens répondent souvent : "Ah oui, là où il y a le Mélar Dit".

DIFFICULTÉ(S) RENCONTRÉE(S)

- Période de la crise sanitaire compliquée mais surmontée grâce au soutien des habitants.

MONTAGE DU PROJET

- La mairie a pris en charge la rénovation du bâtiment (recrutement d'une agence d'architectes) et les demandes de subventions. Les porteurs du projet, Florian et Margot, se sont occupés de l'aménagement intérieur et de l'activité pure de la SCIC. Ils ont été rejoints par une troisième personne. La SCIC bénéficie d'un loyer modéré de 250 euros par mois (bail commercial 3, 6, 9), qu'elle verse à la municipalité. La SCIC est propriétaire du fond de commerce.
- Investissement de départ : 54 000€ (frais de création, formations obligatoires, licence IV, aménagement intérieur, mobilier, équipement spécifique, communication, premier stock et trésorerie de départ). Chiffre d'affaires estimé de la première année : 82 000€ ; un financement participatif sur la plateforme Kengo de 11 075€ a permis de boucler le budget.
- Réhabilitation, mise aux normes et agrandissement de l'ancienne maison paroissiale (pris en charge par la municipalité et subventionnée à hauteur de 75%) : 254 000€ (LEADER, Etat, Région dans le cadre du dispositif « dernier commerce » et le département.
- Accompagnement de l'URSCOP (Union régionale des SCOP et des SCIC) et de l'ADESS du Pays de Morlaix (Pôle de développement de l'économie sociale et solidaire) sur les points techniques de création du projet.

GOUVERNANCE / GÉRANCE

- Le Mélar Dit est une société coopérative d'intérêt collectif (SCIC). Elle compte 27 associés, dont la municipalité, des habitants du village, des producteurs locaux, et trois clubs Cigales d'investisseurs solidaires.

PROJET GLOBAL SOUS LE STATUT DE SCIC

LE BISTROT COOPÉRATIF « LE MÉLAR DIT » DE LOCMÉLAR (29)

CONSEILS

- Gérer un bistrot de ce type, c'est savoir qu'il y aura des jours avec plein de gens chouettes, qui dansent, parlent, jouent mais c'est aussi des journées avec des creux : 0, 1, 2 personnes.
- Être toujours réglo malgré tout sur les horaires car si une personne vient et se retrouve à la porte, elle ne reviendra plus.
- Tout comme la fiche-diagnostic sur le café « chez Betty », il faut avoir conscience du travail de l'ombre à réaliser : comptabilité, réapprovisionnement, communication, ménage : ne pas compter ses heures.
- Se faire accompagner par un « parrain » dans le montage de son projet, par exemple d'autres bistrots déjà en activité et dont vous serez allé à la rencontre.
- S'impliquer dans la vie du village d'installation : rejoindre les associations locales, participer aux événements du village (repas de fin d'année par exemple).
- Chercher à créer du collectif en impliquant les habitants dans son projet dès le départ avec de la concertation. Exemple : organisation d'une réunion publique pour présenter le projet une fois qu'il est bien ficelé (ce qu'a fait le Mélar Dit, en présentant à la fois le projet, les premiers plans de rénovation du bâtiment, l'engagement de la municipalité de financer les travaux et le fonctionnement envisagé de la SCIC). A la suite de cette réunion publique, trois ateliers participatifs ont été programmés (un sur les horaires d'ouverture, l'autre sur les produits à proposer au sein de l'épicerie et le dernier sur les activités et animations à proposer). Ces temps d'échanges ont permis de rencontrer de nombreuses personnes qui part la suite se sont impliquées dans la SCIC. Enfin, des chantiers participatifs ont été organisés pour faire participer les volontaires à la rénovation du bâtiment dans lequel s'est implanté le bistrot (au préalable, une association a été créée afin de souscrire une assurance nécessaire pour l'organisation des chantiers).

INTÉRIEUR DU BISTROT, PARTIE ÉPICERIE

Crédit photo : le mélar dit, lemelardit.com

LES VALEURS DU PROJET

« Être un lieu nourrissant à la fois pour le corps (alimentation saine et locale) mais aussi pour l'esprit (spectacles, rencontres, ateliers et formations) »

« Assurer une proximité en fournissant des biens et services du quotidien »

« Créer du lien : être et faire ensemble, partager, se rencontrer »

« Concilier la stabilité financière avec la qualité des conditions de travail des salariés et la satisfaction des utilisateurs »

L'IDÉE EN PLUS : « IL FALLAIT Y PENSER »

Avant de se lancer, Margot et Florian ont entreprit un véritable « Tour de France des bistrots » afin de mieux appréhender le fonctionnement quotidien du métier (et distinguer ce qui relève du réel ou du fantasme) mais aussi avoir des pistes de compréhension des réussites et échecs de chacun des projets qu'ils ont rencontrés.

→ Ne pas sous-estimer l'importance d'une bonne mise en réseau.
→ S'inspirer des bonnes pratiques des autres acteurs du secteur.
→ Se faire « parrainer » par un professionnel déjà installé.

LE PROJET EN QUELQUES LIGNES :

- Activités : épicerie (70% de produits artisanaux et locaux, 30% de produits du quotidien), accueil de prestataires de services (coiffeur, kiné, esthéticienne, etc.), lieu de restauration
- Le village : 1 043 habitants au 1er janvier 2020
- Ouverture : 2018
- Perspectives : construction du local commercial en cours pour accueillir les prestataires de services et le lieu de restauration

COMPTOIR de CAMPAGNE LANCIÉ

2

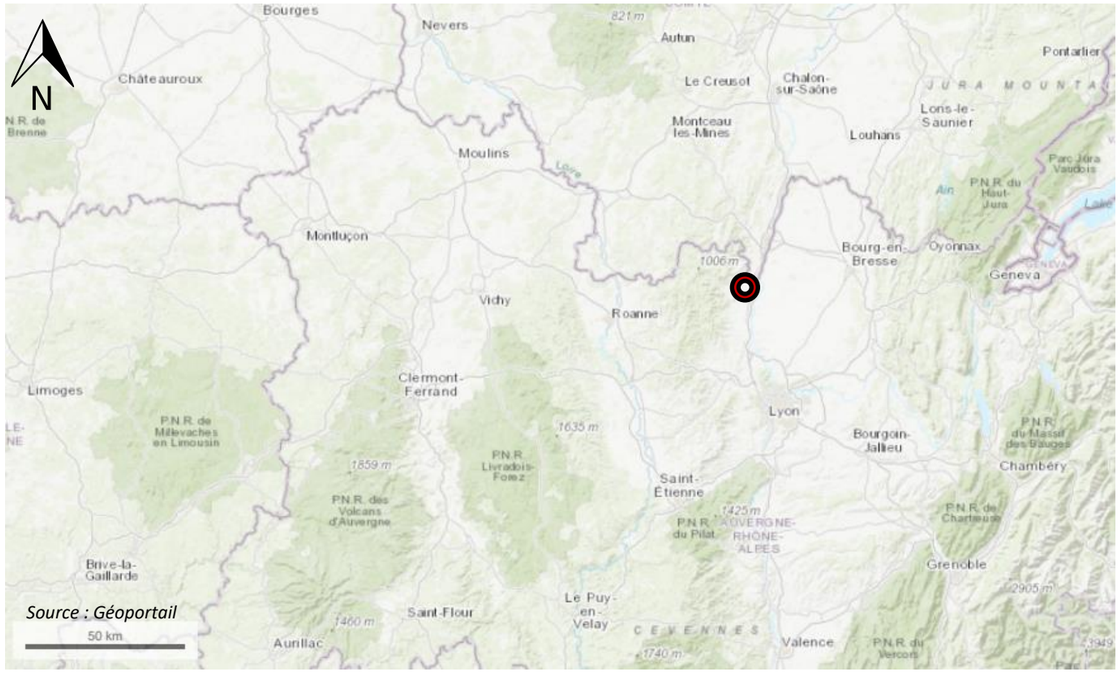
> Fiche benchmark Le comptoir de campagne de Lancié (69)

BENCHMARK

COMPTOIR DE CAMPAGNE

LE COMPTOIR DE CAMPAGNE DE LANCIÉ (69)

LA LOCALISATION DANS LE GRAND TERRITOIRE



Source : Géoportail

PHOTO DU PROJET

Crédit photo : Comptoir de Lancié

LE VILLAGE ET LES RAISONS DU LANCEMENT DU PROJET

- Lancié, une commune située dans la grande couronne de Lyon, a vu sa population doubler en 10 ans. Cependant, l'activité économique locale a souffert de la concurrence des grands magasins des villes voisines. La fermeture du dernier commerce de proximité en 2017 a incité la municipalité à créer un "Comptoir de campagne", un commerce multiservices de proximité qui favorise les circuits courts.
- Très concrètement, l'ouverture de ce comptoir a permis de « relocaliser » une partie des achats des habitants de la commune et des alentours là où autrement ceux-ci consommaient ailleurs et notamment sur leur lieu de travail (Lyon en partie). La situation géographique de Lancié présente d'ailleurs des similitudes avec les bourgs ruraux du PNR Oise – Pays de France dont une part conséquente des actifs vont travailler en agglomération parisienne. Cet exemple montre qu'il est possible, même dans des territoires qui « se meurt », de réimplanter du commerce et de rayonner sur les villages aux alentours.

ACTIVITÉ(S)

- Le Comptoir de Lancié, ouvert en 2018, propose une gamme de produits d'épicerie artisanaux et locaux, ainsi que des services diversifiés, comme une agence postale, un distributeur de billets, un relais colis, etc. L'offre de chaque comptoir est adaptée au contexte local pour ne pas concurrencer les commerces existants. La multiplication des services proposés et leur regroupement en un seul et même lieu offre la possibilité de générer un volume d'activité conséquent, même en milieu rural (là où il ne serait pas possible de maintenir uniquement un bureau de poste ou une simple épicerie).

ATOUTS / FAIBLESSES IDENTIFIÉS

- Une convention passée avec la mairie assure une débouchée intéressante pour le comptoir : il fournit en effet la cantine scolaire de l'école du village en produits frais (80 élèves le midi, ce qui assure un bon volume).
- Un modèle qui repose sur un réseau national (les comptoirs de campagne), ce qui implique de ne pas « avoir la main » sur tout (exemple : les achats sont regroupés entre les différents comptoirs ce qui ne laisse pas le libre choix des fournisseurs et des produits proposés). C'est un modèle plus commercial que social.

CLIENTÈLE

- Le Comptoir de Lancié a réussi à augmenter sa clientèle, passant de 80 à 150 clients pendant le confinement du printemps 2020. Il a su répondre aux besoins des habitants en proposant un service en point-retrait et de livraison à domicile.

DIFFICULTÉ(S) RENCONTRÉE(S)

- Le projet a dû faire face à la concurrence des grands magasins des villes voisines. Cependant, le confinement a confirmé l'importance du commerce de proximité et a permis au Comptoir de Lancié de gagner de nouveaux clients.

MONTAGE DU PROJET

- Le réseau Comptoir de campagne loue à la mairie le local commercial de 70m2, ainsi que l'équipement de l'ancienne supérette (celle qui préexistait), et emploie deux salariés à temps complet. La mairie a également lancé la construction d'un nouveau local commercial pour accompagner le développement de services autour du Comptoir (200m² pour permettre l'accueil d'un coiffeur, kiné, esthéticienne, ainsi qu'un lieu de restauration).

GOUVERNANCE / GÉRANCE

- Le Comptoir de Lancié est géré par le réseau Comptoir de campagne, une entreprise de l'économie sociale et solidaire créée en Auvergne Rhône-Alpes.

LE PROJET EN QUELQUES LIGNES :

- Activités : habitat réversible, bar et épicerie associative
- Le village : 387 habitants au 1er janvier 2020
- Ouverture : en cours depuis 2022
- Perspectives : finalisation de la construction des logements réversibles, travaux de rénovation et d'agrandissement pour créer une salle de restauration

bistrot
animations
épicerie
L'EPROUVETTE

3

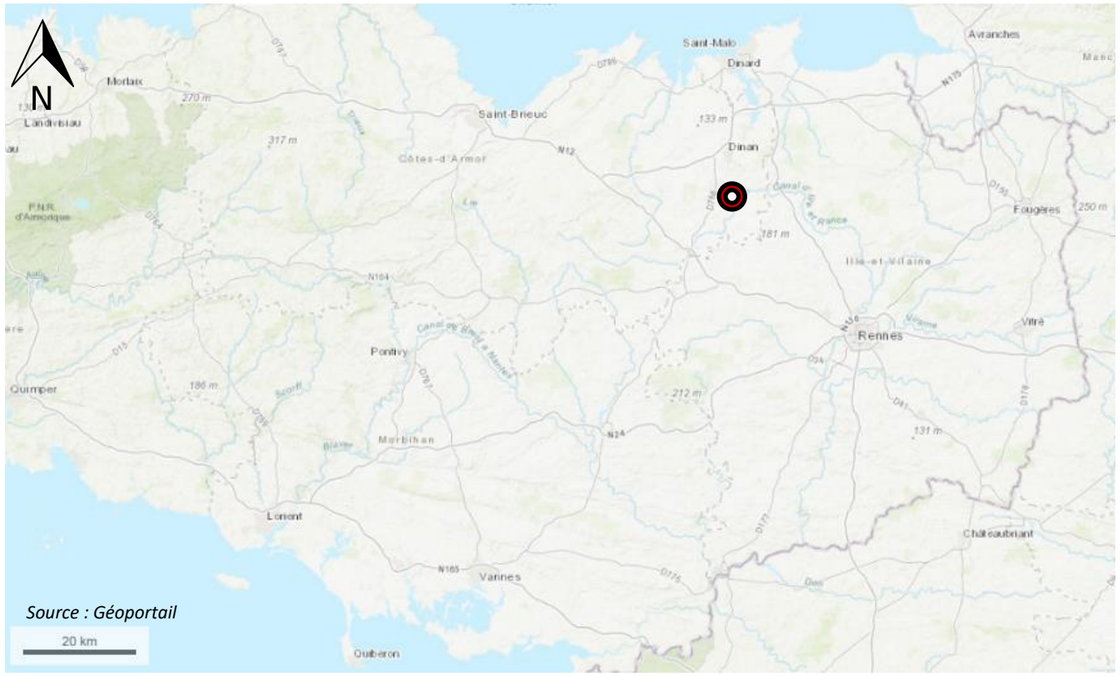
> Fiche benchmark Projet global à Saint-André-des-Eaux (22)

BENCHMARK

PROJET GLOBAL SOUS LE STATUT DE SCIC

LE CAFÉ-ÉPICERIE « L'EPROUVETTE » DE SAINT-ANDRÉ-DES-EAUX (22)

LA LOCALISATION DANS LE GRAND TERRITOIRE



Source : Géoportail

PHOTO DU PROJET

Crédit photo : Le Petit Bleu des Côtes d'Armor

LE VILLAGE ET LES RAISONS DU LANCEMENT DU PROJET

- Saint-André-des-Eaux est une petite commune des Côtes-d'Armor qui a vu sa population augmenter de 110 habitants en 10 ans pour atteindre 380 résidents. Pour accompagner ce développement, la mairie a préempté un terrain de 5 000 m2 en centre bourg en 2019. Au lieu d'y créer un lotissement classique, elle a décidé de le louer à un groupe de personnes souhaitant y créer de l'habitat réversible.
- Initialement, la mairie pensait y faire un éco hameau et avait décidé de réinvestir ce terrain en centre-bourg du fait du PLUi et des limites d'extension urbaine. La rencontre avec le groupe de porteurs de projet (une dizaine d'amis aux parcours divers : architecture, enseignement, audiovisuel, entrepreneuriat, culture, communication, restauration) lors d'une réunion du réseau BRUDED (Réseau d'échange d'expériences de développement local durable entre collectivités) a redistribuer les cartes et a abouti au projet tel qu'il existe aujourd'hui.

ACTIVITÉ(S)

- Deux projets en un : d'abord un volet habitat réversible (à terme 8 logements) + rachat du fond de commerce du dernier café du village au travers de la création d'une SCIC + création d'une épicerie zéro marge (déjà 130 adhérents sur un village de 380 résidents, l'épicerie est tenue par les usagers, à raison de deux heures par personne et par mois). Sont ponctuellement proposées des animations diverses : ateliers yoga, musique, etc. ce qui fait de ce lieu un espace de vie sociale.

ATOUTS / FAIBLESSES IDENTIFIÉS

- Un projet qui requalifie une emprise inutilisée en centre-bourg pour y faire du logement.
- La reprise du café local et l'extension des services proposés.
- La structuration sous forme de SCIC, associant les diverses parties prenantes.

CLIENTÈLE

- Le bar et l'épicerie attirent les habitants de Saint-André-des-Eaux et des villages aux alentours (15 KM). Il est à noter que l'adhésion coûte 50€ par an et par foyer.

DIFFICULTÉ(S) RENCONTRÉE(S)

- Le projet a dû surmonter des craintes et des résistances initiales. Une pétition réunissant 110 signatures a été déposée en mairie. Cependant, grâce à des réunions publiques et à un travail de concertation, le projet a pu évoluer et finalement être accepté par la majorité des habitants.

MONTAGE DU PROJET

- Le terrain a été loué sous forme de bail emphytéotique de 80 ans à l'association « Hameaux Légers », ce qui permet à la municipalité de garder la main sur le terrain. Le groupe a créé une société coopérative d'intérêt collectif (SCIC) pour gérer le bar et l'épicerie. La mairie, propriétaire des murs, réalise des travaux de rénovation et d'agrandissement pour créer notamment une salle de restauration.
- Au global, le terrain de 4500m² est loué 5 000€ par an. Concernant le café, la mairie a initié 250 000€ de travaux pour sa rénovation et la création d'une salle de restauration qui viendra multiplier les services proposés en permettant de manger sur place.
- La partie épicerie s'appuie sur le réseau Mon Epis, qui met à disposition des outils informatiques pour la gestion et le développement de l'épicerie.
- Un jeune en service civique a été recruté pour devenir le référent de l'épicerie et aider à son développement.

GOUVERNANCE / GÉRANCE

- Société coopérative d'intérêt collectif (SCIC) pour gérer le bar et l'épicerie. A développer lors de l'entretien.

PROJET GLOBAL SOUS LE STATUT DE SCIC

LE CAFÉ-ÉPICERIE « L'EPROUVETTE » DE SAINT-ANDRÉ-DES-EAUX (22)

UN PROGRAMMATION TRÈS RICHE

MER. 30 AOUT • 20H, Alright Mela, electro

MER. 30 AOUT, 15h-17h • Cuisine sauvage en famille

/ juillet 17, 2023

Cueillette de plantes, cuisine suivie d'un goûter partagé. Animé par claire MONTEIL

MER. 30 AOUT, matinée • Yoga en famille

/ juillet 17, 2023

Animé par Mélanie RIOLLIER. 10h pour 3-5 ans, 11h pour 6-11 ansprix libre, sur inscription

MER. 23 AOUT, 21h • ZOZIO, musique chaloupée de l'océan indien

/ juillet 17, 2023

SAM. 26 AOUT, 10h30 • Yoga du rire en famille

/ juillet 17, 2023

Animé par Kristell AUBRY prix libre

MER. 23 AOUT, 15h-17h • Brico-déco en famille

/ juillet 17, 2023

[ANNULE]JEU. 24 AOUT, 18h30 • Apéro sociétaires

/ juillet 17, 2023

DIM. 20 AOUT, 21h • La soirée brésilienne ! Roda de samba

/ juillet 17, 2023

Un été riche en termes de programmation : atelier dédié à la cuisine en famille, concert de musique électronique, atelier de Yoga, atelier de bricolage, apéros, concert de musique de l'océan Indien, soirée sur le thème du Brésil …

Source : L'Eprouvette https://leprouvette.com/index.php/actualites/

LE PROJET EN QUELQUES LIGNES :

- Activités : bar/restaurant à initiatives locales (concerts, jeux, retransmissions sportives, représentations artistiques, etc.)
- Le village : 3 688 habitants au 1er janvier 2020
- Ouverture : janvier 2022
- Perspectives : développement de l'activité et poursuite de la programmation évenementielles

4

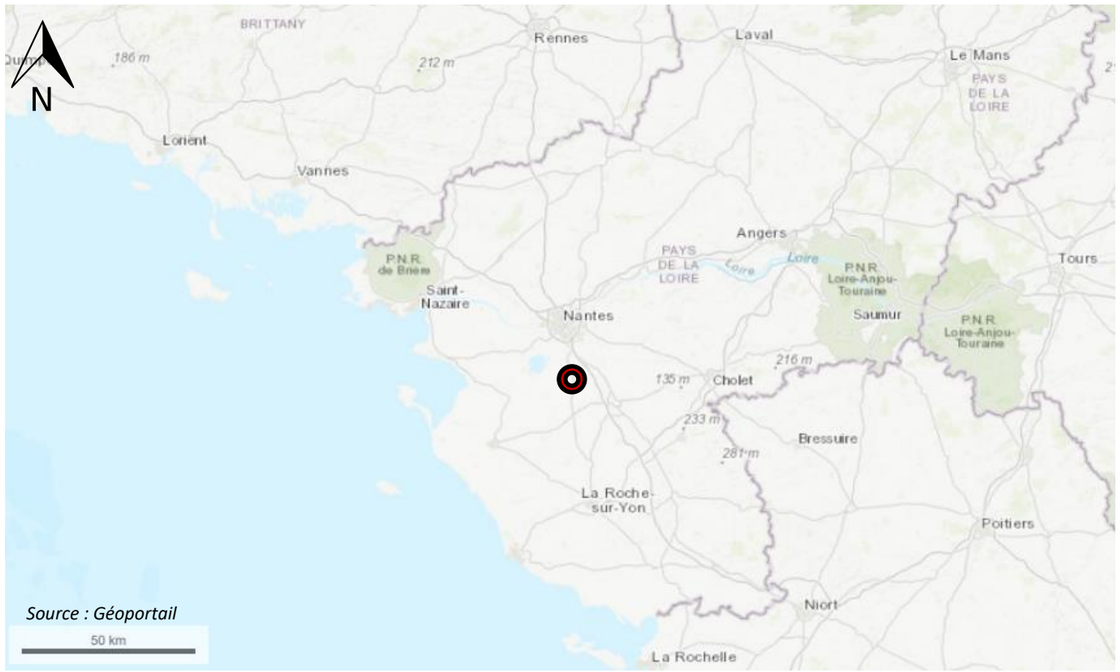
> Fiche benchmark Bar à initiatives locales de Geneston (44)

BENCHMARK

BAR/RESTAURANT À INITIATIVES LOCALES

BAR CULTUREL L'ETNICK À GENESTON (44)

LA LOCALISATION DANS LE GRAND TERRITOIRE



Source : Géoportail

PHOTO DU PROJET

Crédit photo : L'hebdo de Sèvre & Maine

LE VILLAGE ET LES RAISONS DU LANCEMENT DU PROJET

- Geneston est une commune de 3700 habitants située à 20 km au sud de Nantes. Yannick et Etienne, un oncle et son neveu passionnés de bières et de jeux, ont décidé d'y ouvrir un bar culturel.
- Leur objectif est de créer un lieu de convivialité autour des jeux, des retransmissions sportives et des représentations artistiques, tout en proposant une diversité de produits artisanaux et locaux.

ACTIVITÉ(S)

- L'Etnick est un bar culturel qui propose une variété d'événements pour tous les publics : concerts, soirées cabaret, quiz, karaokés, marionnettes, stand-up, soirées jeux, tournois de fléchettes et de palets. Il propose également des événements de diffusion de la culture bretonne, des festivals, un marché animé mensuel de producteurs et créateurs/artistes locaux.
- Le bar est ouvert de 11h à 21h, avec une proposition de repas différent chaque jour ou la possibilité de venir avec son panier ou sa gamelle, et pour l'after-work, des planches apéro.

ATOUTS / FAIBLESSES IDENTIFIÉS

- Une activité dont la riche programmation contribue au dynamisme local.
- La vente de produits locaux et la structuration d'un réseau qui fait travailler les producteurs du coin.
- Un projet qui a su mobiliser les habitants au travers d'une levée de fonds (11 755€) par le biais d'un financement participatif (Kengo), contre des contreparties symboliques (badges, panier de fromages / vins, panier de produits locaux, places gratuites pour de futurs concerts, etc.).
- Une « taille » peut-être plus adaptée aux petites villes et moins réaliste pour un petit village (Geneston fait tout de même 3700 habitants et le bar dispose d'une surface d'accueil de plus de 300 m² avec notamment deux scènes.

CLIENTÈLE

- L'Etnick vise à attirer les habitants de Geneston et des environs, en proposant un lieu de rencontre et de partage autour du jeu et de la culture.

DIFFICULTÉ(S) RENCONTRÉE(S)

- A développer en entretien ; à ce stade de nos connaissances, le projet devait réaliser un certain nombre de travaux (notamment pour l'acoustique) et créer une seconde scène.

MONTAGE DU PROJET

- L'Etnick est un projet familial porté par Yannick et Etienne. Ils ont choisi de louer deux locaux qui se libéraient en même temps : un bar restaurant déjà fonctionnel et le local voisin, où tout reste à faire.
- Le fond de commerce du bar restaurant existant a été racheté pour 38 000€.

GOUVERNANCE / GÉRANCE

- SARL, deux gérants-associés.

BENCHMARK

BAR/RESTAURANT À INITIATIVES LOCALES

BAR CULTUREL L'ETNICK À GENESTON (44)

PROGRAMMATION DES DEUX PROCHAINS MOIS

SEPTEMBRE

INITIATIVES LOCALES	SPECTACLES	ANIMATIONS	RETRANSMISSIONS
VENDREDI 1ER 21H-00H	BOUM DES ADULTES	APRÈS LA BOUM DES ENFANTS AU DÉBUT DES VACANCES, LA BOUM DES ADULTES POUR LA RENTRÉE !!!	/
SAMEDI 02/09 21H	CONCERT BAÏNE	GROUPE INDIE FOLK NANTAIS, UNE MUSIQUE POP AUX COULEURS PRONONCÉES DE FOLK, PLANANTE À SOUHAIT POUR UNE RENTRÉE EN DOUCEUR	5€
DIMANCHE 03/09 9H À 14H	MARCHÉ MENSUEL	PRODUCTEURS ET CRÉATEURS LOCAUX FOOD TRUCKS - ANIMATIONS	/
VENDREDI 08/09 21H	RUGBY	MATCH D'OUVERTURE FRANCE - NOUVELLE ZÉLANDE	/
MERCREDI 13/09 20H30-23H30	SESSION TRAD	BIENVENUE À TOUS LES MUSICIENS(E) / DANSEURS(E)	/
JEUDI 14/09 21H	RUGBY	FRANCE- URUGUAY	/
VENDREDI 15/09 20H ET 21H	BINGO MUSICAL	ÉCOUTE, RECONNAIS, REMPLIS TA GRILLE ET GAGNE DES PLANCHES APÉRO !!!	/
MERCREDI 20/09 20H30	SOIRÉE HUMOUR STAND-UP	PAR LE CARTON COMEDY CLUB 3 À 5 HUMORISTES. RÉSERVATION SUR HTTPS://WWW.EVENTBRITE.FR/LETNICK	PARTICIPATION AU CHAPEAU
JEUDI 21/09 21H	RUGBY	FRANCE - NAMIBIE	/
VENDREDI 22/09 19H-23H	TOURNOI PALETS FLÉCHETTES	PAR ÉQUIPE DE 2 LOTS POUR LES 3 PREMIERS INSCRIPTION AU 07.87.75.02.00	10€ PAR JOUEUR
MERCREDI 27/09 20H	SOIRÉE QUIZ	VIENS TESTER TA CULTURE GÉNÉRALE PAR TABLE DE 5 MAXIMUM QUELLE TABLE SERA LA GAGNANTE ?	/

OCTOBRE

INITIATIVES LOCALES	SPECTACLES	ANIMATIONS	RETRANSMISSIONS
VENDREDI 06/10 21H	RUGBY	FRANCE - ITALIE	/
SAMEDI 07/10 21H	CONCERT SULLY BRANSON	LES QUATRE LARRONS DE SALLY BRANSON VOUS EMBARQUENT DANS UNE AMBIANCE FOLK FESTIVE À LA SAUCE WESTERN	5€
DIMANCHE 08/10 9H À 14H	MARCHÉ MENSUEL	PRODUCTEURS ET CRÉATEURS LOCAUX FOOD TRUCKS - ANIMATIONS	/
MERCREDI 11/10 20H30-23H30	SESSION TRAD	BIENVENUE À TOUS LES MUSICIENS(E) / DANSEURS(E)	/
VENDREDI 13/10 20H ET 21H	BINGO MUSICAL	ÉCOUTE, RECONNAIS, REMPLIS TA GRILLE ET GAGNE DES PLANCHES APÉRO !!!	/
SAMEDI 14/10 DIMANCHE 15/10 17H ET 21H	RUGBY	LES 1/4 DE FINALES	/
MERCREDI 18/10 20H30	SOIRÉE HUMOUR STAND-UP	PAR LE CARTON COMEDY CLUB 3 À 5 HUMORISTES. RÉSERVATION SUR HTTPS://WWW.EVENTBRITE.FR/LETNICK	PARTICIPATION AU CHAPEAU
VENDREDI 20/10 17H-19H	LA BOUM DES VACANCES	VIENS DANSER ET T'AMUSER ACCOMPAGNÉ DE TES PARENTS	2€
VENDREDI 20/10 SAMEDI 21/10 21H	RUGBY	1/2 FINALES	/
MARDI 24/10 20H	SOIRÉE QUIZ	VIENS TESTER TA CULTURE GÉNÉRALE PAR TABLE DE 5 MAXIMUM QUELLE TABLE SERA LA GAGNANTE ?	/
VENDREDI 27/10 SAMEDI 28/10 21H	RUGBY	PETITE FINALE ET LA FINALE !!!!!	/

Une programmation axée sur 4 piliers :

- La promotion des initiatives locales (ici le marché), générateur de flux pour le commerce ;
- L'organisation de spectacles dans le bar et sa partie scène musicale (concerts, stand-up) ;
- Animations ponctuelles (boum, danse, bingo, tournoi de palets et de fléchettes, soirée culture générale) ;
- La retransmission d'événements sportifs (coupe du monde de rugby sur les prochains mois notamment).

Source : https://www.facebook.com/letnickbar

LE PROJET EN QUELQUES LIGNES :

- Activités : épicerie multi-services, charcuterie-traiteur, gaz, pressing, poulets rôtis, bar, restaurant…
- Le village : 792 habitants au 1er janvier 2020
- Ouverture : novembre 2015
- Perspectives : établissement aujourd'hui fermé

5

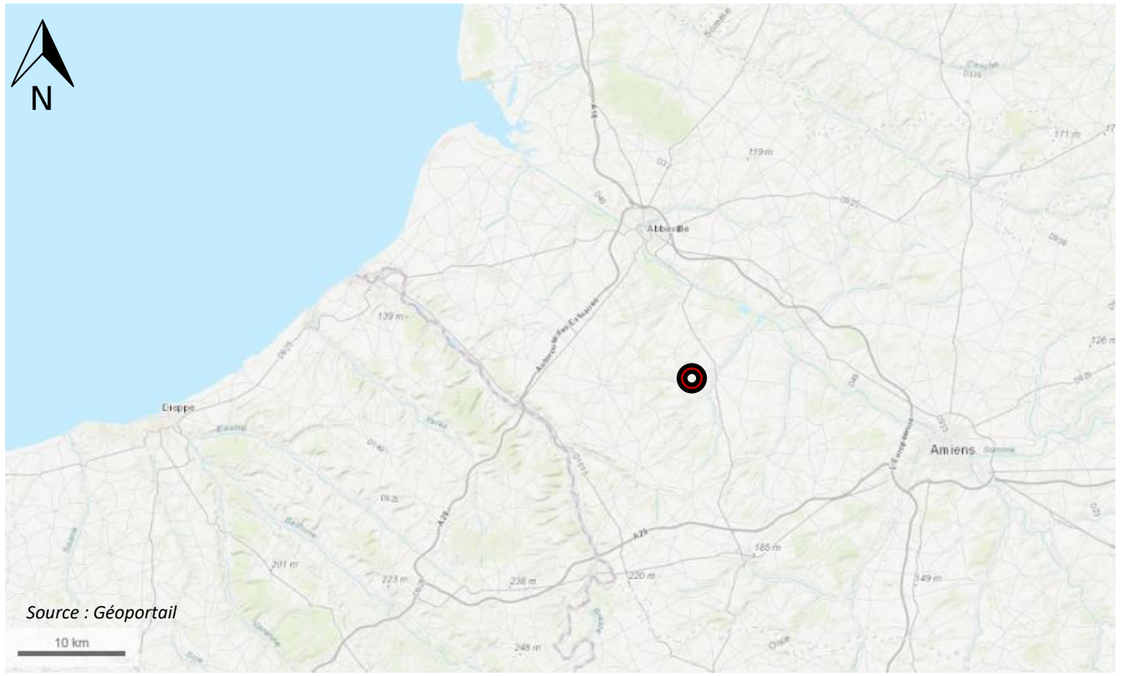
> Fiche benchmark L'épicerie multi-services d'Allery (80)

BENCHMARK

ÉPICERIE MULTI-SERVICES EN SITUATION D'ÉCHEC

LE P'TIT PANIER / CENTRE DE VIE « LA CHAUMIÈRE » À ALLERY (80)

LA LOCALISATION DANS LE GRAND TERRITOIRE



Source : Géoportail

PHOTO DU PROJET

Crédit photo : L'éclaireur du Vimeu

LE VILLAGE ET LES RAISONS DU LANCEMENT DU PROJET

- Depuis novembre 2015, David Bernière et Alexis Maison tenaient le « P'tit panier d'Allery », une épicerie multi-services et le centre de vie « la chaumière » qui comprenait un bar et un restaurant sur le modèle du bistrot de Pays, installés dans le petit village d'Allery (792 habitants). L'idée est venue à force d'entendre les habitants regretter « de ne plus se voir au village, de ne plus avoir de contact sauf lors des manifestations culturelles, bref de ne pas avoir un lieu de rencontre ». La fermeture du dernier café du village en 2013 a poussé les deux hommes à racheter un corps de fermer pour y développer leur activité.

ACTIVITÉ(S)

- Vente de produits locaux et alimentaires du quotidien
- Rôtisserie avec vente de poulets + charcuterie / traiteur
- Vente de fleurs de façon ponctuelle
- Loto / Fdj
- Vente / dépôt de bouteilles de gaz
- Vente de jouets / jeux
- Relais colis
- Presse
- Service de pressing
- Animations culturelles (concerts / soirées avec repas notamment)
- Espace bar « Concept Bar » et espace restaurant « Le Bus'Taminet » installé dans un ancien bus réaménagé, sur le modèle du bistrot de Pays

ATOUTS / FAIBLESSES IDENTIFIÉS

- Regain « de vie » au village, les habitants ont été emballés
- Une activité qui rend service et qui s'est diversifiée au-fur-et-à-mesure des années
- Des gérants à l'écoute de leurs clients pour continuellement améliorer les services fournis
- Organisation de soirées à thème
- Large amplitude d'ouverture : 8h à 20h du mardi au dimanche à l'époque
- Un modèle économique mis à mal lors de la crise sanitaire

CLIENTÈLE

- Habitants du village et des communes aux alentours.

DIFFICULTÉ(S) RENCONTRÉE(S)

- L'après crise sanitaire n'a pas permis aux deux gérants de reprendre leur activité comme par le. Si les gérants ont fait le choix d'ouvrir 7j/7 l'épicerie, de faire de la livraison à domicile et de la préparation de commande par téléphone, les espaces bar / restaurant sont restés fermés beaucoup plus longtemps ce qui a pesé fortement sur la structure financière de la société.

MONTAGE DU PROJET

- L'idée : « 1 besoin, 1 produit », 2000 références installées dans 50m² d'épicerie. Le tout adossé à un bar / restaurant à concept fort (dans un ancien bus).

GOUVERNANCE / GÉRANCE

- SARL avec deux associés.

BENCHMARK

ÉPICERIE MULTI-SERVICES EN SITUATION D'ÉCHEC

LE P'TIT PANIER / CENTRE DE VIE « LA CHAUMIÈRE » À ALLERY (80)

ET MAINTENANT ? UN PROJET DE RÉOUVERTURE, PORTÉ PAR LA COMMUNE

Actu › Hauts-de-France › Somme › Allery

Les habitants réclament la réouverture du dernier commerce dans un village de la Somme

Le maire d'Allery va proposer à son conseil municipal de racheter l'ancien commerce pour favoriser sa réouverture. Les villageois ont mis ce projet en tête de leurs attentes.

> Nous pouvons rouvrir ce commerce. C'est d'ailleurs ce que les habitants attendent en priorité.
>
> **François Quignon**
> Maire d'Allery

« On ne va pas rouvrir un restaurant »

Si le rachat du site est validé, le projet pourra être peaufiné. « On ne va pas rouvrir un restaurant, mais **les habitants attentent un bar, et une épicerie** », précise le maire, qui avance d'autres idées.

« On a le projet d'une aire de loisirs : elle pourrait y trouver sa place. On peut aussi imaginer un lieu de rencontre, un endroit pour les associations… Il y a un peu de travaux à prévoir, mais on peut s'attendre à des aides importantes de la Région. »

Le maire pense en particulier à **un dispositif d'aide** plafonné à 150 000 €, pour la sauvegarde du dernier commerce en milieu rural. Un coup de pouce qui serait le bienvenu…

Une réunion publique et un travail de concertation ont fait état de la forte demande des habitants en faveur de la réouverture de l'ancien lieu de vie. Une fois ce constat validé par les habitants, la commune a décidé d'initier un projet de reprise : 200m² de bâtiment, 5000m² de terrain à vendre 180 000€ et pour lequel elle espère obtenir des financements liés au dispositif de sauvegarde du dernier commerce en milieu rural. Le but serait d'y recréer un bar et une épicerie, ainsi qu'une aire de loisirs.

Source : https://actu.fr/hauts-de-france/allery_80019/les-habitants-reclament-la-reouverture-du-dernier-commerce-dans-un-village-de-la-somme_55529933.html - Novembre 2022

PARTENAIRES À SOLLICITER DANS LE CADRE DE LA RECHERCHE DE SUBVENTIONS (MÉCÉNAT)

Fondation du Crédit Agricole Brie Picardie

La Fondation a notamment pour champ d'action **le département de l'Oise**. Elle encourage les actions portées par **des entités d'intérêt général ayant au moins un an d'existence (éligibles au mécénat d'entreprise, ex : associations, organismes publics).** Elle ne s'adresse donc pas aux entreprises privées.

La Fondation intervient sur 4 axes :
- **La solidarité et la cohésion sociale** (insertion économique et professionnelle, accompagnement des personnes en situation de handicap, lutte contre le décrochage scolaire, contre l'exclusion ou l'isolement).
- **L'innovation et la création** (soutien aux programmes de recherche dans le domaine de la santé, le développement durable et bas carbone, créations artistiques et culturelles).
- **La valorisation du territoire** (accompagnement des projets qui relèvent du patrimoine si ceux-ci sont porteurs de création de valeur économique, sociale ou humaine).
- **La santé et le bien-vivre** (prévention et lutte contre les déserts médicaux, accès aux soins, amélioration du cadre de vie, protection des personnes vulnérables, accès à la culture et à la connaissance).

Exemples de projets qui ont reçu une subvention :
- Maison pour l'Entreprise, l'Emploi et la Formation (MEEF) Santerre-Haute-Somme (80) : la MEEF a développé un programme de lutte contre la fracture numérique à destination des jeunes en milieu rural (formations numériques, organisation d'ateliers de découverte des métiers du numériques).
- Soutien des tournées du Mumo : deux camions-musées qui parcourent les zones rurales et périurbaines de la Seine-et-Marne et de la Somme pour proposer une expérience autour de l'art contemporain aux habitants et enfants de ces territoires.

Quels montants ?
Les subventions varient entre 10 000€ et 100 000€ mais peuvent être ajustées selon la nature et la pertinence du projet.

Comment faire ?
Le porteur de projet doit compléter un dossier de demande de subvention. Celui-ci est ensuite étudié par la Fondation et peut être suivi d'un entretien avant soumission au Conseil d'Administration de la Fondation qui décide ensuite de soutenir ou non le projet.

Contacts et liens utiles :
fondation.cabp@ca-briepicardie.fr
https://ca-briepicardie.com/fondation/

Fondation MACIF

La fondation est présente dans toute la France avec un chargé de mission par région. Peuvent être éligibles à une subvention les structures suivantes : associations, collectivités territoriales, organismes publics, universités et SCOP ou SCIC (mais de façon exceptionnelle pour ces deux types de structures).

4 thématiques principales sont portées par la Fondation :
- **La mobilité**
- **L'habitat**
- **La santé**
- **La finance solidaire**

Exemples de projets qui ont reçu une subvention :
- Ateliers culinaires et festival de la terre solidaire qui a pour objectif de promouvoir l'éducation alimentaire et la santé (structure : Picasol, Pont Sainte Maxence (60))
- Conciergerie solidaire Dumas à Villejuif (94) : tiers-lieu de quartier destiné aux habitants. Lieu d'accueil, de partage, de co-construction pour encourager les initiatives habitantes et leur mise en œuvre, animation d'une bricothèque (prêt de matériel de bricolage, jardinage et petit électroménager), etc.
- Création d'une épicerie associative dans la commune de Saint-Léger-des-Vignes (58300) : rétablir un service de proximité de type épicerie afin de permettre aux producteurs locaux de commercialiser leurs produits en circuits courts et créer du lien social. Mise en place d'un service de livraison à domicile.

Quels montants ?
Les subventions varient selon la nature du projet.

Comment faire ?
La demande de subvention se fait entièrement en ligne, le porteur de projet doit soumettre son projet et la nature de celui-ci ainsi que le montant global de dépenses envisagés. La demande est ensuite étudiée par le chargé de mission régional qui est amené à vous recontacter pour recueillir d'éventuelles informations supplémentaires sur le projet. Si le projet correspond aux critères internes de la Fondation, il sera présenté lors d'une commission Fondation (qui a lieu une fois par trimestre).

Contacts et liens utiles :
https://www.fondation-macif.org/contact
https://www.fondation-macif.org/

Fondation du Crédit Coopératif

Différents programmes de subventions à l'échelle nationale existent et **s'adressent aux organismes d'intérêt général, aux activités non lucratives, non concurrentielles** (associations, organismes publics, etc.). Un **appel à candidature annuel dédié aux projets de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS)** existe et semble être le plus pertinent dans le cadre d'une demande de subvention émanant d'un projet de type multi-services (les autres programmes s'adressant à des projets à portée nationale).

L'appel à candidature annuel dédié aux projets de l'ESS :
Il est ouvert à toutes les structures de l'ESS ayant au moins un an d'existence et récompense les projets de territoire qui œuvrent en faveur de l'intérêt général dans les secteurs suivants : culture, emploi, éducation, écologie, santé, citoyenneté, inclusion ou promotion de l'ESS.
Pour la période 2023-2027, les projets doivent combiner au moins deux des objectifs de développement durable fixés par l'ONU (l'un doit être à dimension sociale, l'autre à dimension environnementale).

Exemples de projets qui ont reçu une subvention :
- Atelier solidaire de St Ouen (93) : l'association est un lieu d'expérimentation urbaine et citoyenne autour de l'écologie et des savoir-faire afin de promouvoir l'usage du vélo. Sont organisés des ateliers de formation à l'auto-réparation, un fablab numérique sur la modélisation 3D et la fabrication numérique.
- SCIC La Ruelle : la société coopérative développe en cœur de village un lieu partagé autour des innovations économiques et culturelles au service des habitants ainsi qu'un espace de coworking et une offre de formations sur les thématiques du mieux consommer, mieux vivre ensemble, mieux habiter.

Quels montants ?
Un soutien financier qui peut aller de 3 000€ à 10 000€ selon le niveau de sélection retenu (prix local, régional ou national).

Comment faire ?
Monter un dossier de candidature une fois l'appel à candidature 2024 ouvert : https://fondation.credit-cooperatif.coop/les-prix-de-l-inspiration-en-ess-1

Contacts et liens utiles :
fondation@credit-cooperatif.coop
https://fondation.credit-cooperatif.coop/