

ANNEXE 1

SYNTHESE DES INFORMATIONS RECUEILLIES DANS L'ETUDE PREALABLE

pour les opérations collectives (OC), fiche à joindre obligatoirement au dossier de candidature

A - DONNEES RELATIVES A LA COMMUNE (pour une OC urbaine) /AU TERRITOIRE (pour une OC rurale)

NOM DE LA COMMUNE / DU TERRITOIRE :

Si territoire : Forme d'intecommunalité :

Si territoire : commune(s) principale(s) :

Date de réalisation de l'étude* :

THEMATIQUE	INFORMATIONS A FOURNIR DANS L'ETUDE	REPONSE
(1) TERRITOIRE	Superficie de la commune/du territoire (en km2)	
	Nombre de communes du territoire	
	Nombre de communes de + 3 000 hbts du territoire	
(2) POPULATION	Nombre d'habitants de la commune / du territoire	
	Densité de la population (nb d'hbts au km2)	
	Variation de la population (taux annuel moyen sur une période de 10 ans en %)	
(3) REVENUS DE LA COMMUNE / TERRITOIRE	Nombre de foyers fiscaux	
	Niveau de revenus net moyen par foyer fiscal	
	Part des foyers fiscaux imposables en %age de l'ensemble des foyers fiscaux	
	Part des retraites dans les revenus en %age	
(4) RESSOURCES COMMUNE / TERRITOIRE	Ressources moyenne de la commune / territoire par habitant (en €)	
	Taux d'endettement de la commune/territoire comparé aux communes/territoire de sa strate**	
	Produits en fonctionnement (impôts perçus + DGF) comparés aux communes/territoires de sa strate**	
	Capacité d'autofinancement (CAF) comparée aux communes/territoires de sa strate**	
(5) ECONOMIE	Nombre d'établissements actifs de la commune ou du territoire (tous types d'activités)	
(6) EMPLOI DE LA COMMUNE / TERRITOIRE	Emploi total année n (salarié + non salarié)	
	Nb de demandeurs d'emploi toutes catégories	
	Taux de chômage des 15 à 64 ans	

* les informations contenues dans la présente fiche correspondent à celles fournies à la date de réalisation de l'étude

** Infos disponibles sur : https://www.impots.gouv.fr/cil/zf1/commune/fp/cil/zf1/accueil/flux.ex?_flowid=accueilclic-flow

B - DONNEES RELATIVES A L'ACTIVITE COMMERCIALE ET ARTISANALE DANS LE PERIMETRE DE L'OPERATION FISAC

NOM DE LA COMMUNE / DU TERRITOIRE :

TYPE D'OPERATION COLLECTIVE :

OCMU

OCMR

THEMATIQUE	INFORMATIONS A FOURNIR DANS L'ETUDE	REPOSE
CARACTERISTIQUES PRINCIPALES DU PERIMETRE CONCERNE PAR LE FISAC	Zone prioritaire : politique de la ville / revitalisation rurale / plan action cœur de ville centre-ville (1) quartier hors du centre-ville (2) environnement urbain (1) / environnement rural (2) pôle touristique	choisir entre (1) et (2) choisir entre (1) et (2) (Oui /Non) choisir entre (1), (2) et (3)
ZONE D'INFLUENCE*	Pôle structurant (1) / pôle intermédiaire (2) / pôle de proximité (3) (voir définition page 5)	
CONTEXTE SPECIFIQUE DU PERIMETRE	Indiquer si le projet est en lien avec : un projet de rénovation urbaine, la mise en œuvre d'un nouveau mode de transport (tramway...), la redéfinition du plan de circulation, l'amélioration du stationnement, l'édification de nouveaux équipements publics, la construction de nouvelles habitations/la réhabilitation d'habitations existantes, la disparition/création de services publics ou d'équipements culturels, l'édification d'une halle ouverte ou d'un marché, une zone en reconversion industrielle, une zone de restructuration de défense...	préciser
ENVIRONNEMENT COMMERCIAL CONCURRENTIEL	nombre d'entreprises commerciales et artisanales sur la zone d'influence* nombre d'équipements commerciaux d'une surface > à 1000 m2 dans la zone d'influence* existence d'un projet d'équipement commercial d'une surface > 1000 m2 sur la zone d'influence* existence d'une zone artisanale sur zone d'influence* existence d'un projet de zone artisanale sur la zone estimation du niveau d'évasion commerciale (très élevé/élevé/moyen/faible) Activités commerciales principalement impactées par l'évasion commerciale (com de détail alimentaire, détail non alimentaire, services , autres...)	(Oui /Non) (Oui /Non) (Oui /Non)
TISSU COMMERCIAL ET ARTISANAL DU PERIMETRE FISAC	cartographie des commerces du périmètre avec typologie détaillée du type de commerce, mention des services et bâtiments publics... informations sur les entreprises (voir tableau C page 4) existence d'un (ou plusieurs) marché(s) de plein vent si oui : fréquence et nb de commerçants existence d'une halle marchande fréquence d'ouverture de la halle et nb de commerçants existence d'un projet de halle marchande	fournies? (Oui/Non) C (Oui /Non) (Oui /Non) (Oui /Non) (Oui /Non)

* selon la définition de la zone d'influence proposée par PIVADIS dans son évaluation des opérations collectives (voir page 5)

B - DONNEES RELATIVES A L'ACTIVITE COMMERCIALE ET ARTISANALE DANS LE PERIMETRE IMPACTE PAR LE FISAC (suite)

THEMATIQUE	INFORMATIONS A FOURNIR DANS L'ETUDE	REPONSE
CLIENTELE	enquête de satisfaction de la clientèle portant à minima sur : la diversité de l'offre, la satisfaction des besoins courants, l'accès au périmètre commercial (tous modes), la signalétique, la politique d'animation, la communication, la qualité de service...	<i>indiquer si fournie (Oui/Non)</i>
ENTREPRISES	enquête de satisfaction des entreprises du périmètre FISAC portant à minima sur : le degré de satisfaction des professionnels quant à l'organisation et l'adaptabilité des infrastructures de la commune en matière d'accès, de stationnement, de signalétique ; sur l'implication de la collectivité en matière d'animation et de communication sur les commerces , rôle et implication des chambres consulaires ; sur le fonctionnement de l'UC (lorsqu'elle existe) ; sur les besoins exprimés par les professionnels en matière d'actions collectives et partenariales...	<i>indiquer si fournie (Oui/Non)</i>
UNION COMMERCIALE	existence d'une ou plusieurs union(s) commerciale(s) Si oui nombre dans le cas d'une pluralité d'union, existence d'une fédération ou d'un regroupement nombre d'adhérents nb de permanents dans l'UC ou les UC (en ETP) nombre d'actions annuelles d'animation et de communication budget annuel consacré à ces actions	<i>(Oui/Non)</i> <i>(Oui/Non)</i> <i>(Oui/Non)</i>
GOUVERNANCE	existence d'un poste d'animateur commerce artisanat rôle et missions de l'animateur existence d'un partenariat sur les activités artisanat, commerce, service préalablement à l'opération FISAC * Si oui : <i>réalisation de documents contractualisés dans le cadre de ce partenariat (par exemple : charte du commerce, volet commerce du SCOT, zonage, règlement local de publicité, droit de préemption....)</i> <i>- réalisation d'actions concrètes (exemples)</i> <i>- existence d'une structure de coordination</i> <i>- si ville bénéficiaire du Plan action coeur de ville : état d'avancement de la convention de l'opération de réhabilitation du territoire ou de la convention de préfiguration "coeur de ville"</i>	<i>(Oui/Non)</i> <i>(Oui/Non)</i> <i>(Oui/Non) citer exemples significatifs</i>

C - DONNEES RELATIVES AUX ENTREPRISES

THEMATIQUE	INFORMATIONS A FOURNIR DANS L'ETUDE		REPONSE	
		dans la commune / le territoire	dans le périmètre FISAC	
	Nombre d'établissements actifs (tous types d'activités)			
	nombre d'entreprises commerciales, artisanales et de services actives (total : a+b+c)			
	a) dont nb d'entreprises artisanales			
	dont BTP :			
	dont autre artisanat :			
	b) dont nb d'entreprises commerciales			
	dont commerce de détail alimentaire			
	dont commerce de détail non alimentaire			
	c) dont nb d'entreprises de services			
	dont banque, assurance, immobilier			
	dont médical, paramédical			
	dont autres services			
	Taux de création d'ent. artisanat, commerce (a+b)			
	secteur dans lequel le + fort taux de création est constaté			
	Taux de fermeture des ent. artisanat, commerce			
	secteur dans lequel le + fort taux de fermeture est constaté			
	Taux de vacance moyen des ent. artisanat, commerce, service			
	Secteur dans lequel le + fort taux de vacance est constaté			
	Evolution du taux de vacance depuis 3 ans (indiquer s'il est : en recul, stable ou en augmentation)			

INFORMATIONS RELATIVES AUX ENTREPRISES

ANNEXE : DEFINITION DE LA ZONE D'INFLUENCE

(source : Rapport Pivadis "Evaluation des opérations collectives financées par le FISAC" - 2008)

Pôle structurant *

Ils constituent un lieu de destination commerciale et ont vocation à rayonner largement. Leur composition commerciale s'appuie normalement sur une large diversité d'offre et couvre la plupart des registres des familles de produits de consommation. La diversité de l'offre constitue l'un des éléments clefs de leur attractivité, et généralement, un facteur déclencheur d'une opération collective lorsque celle-ci devient insuffisante du point de vue des acteurs locaux. Rayonnant sur un large territoire dans leur environnement, ces sites présentent généralement des enjeux majeurs en termes d'accessibilité. Bien évidemment, plus le poids démographique de la commune/territoire concerné est important, plus la probabilité d'intervenir sur un des pôles structurants de la ville/territoire est forte. Pour autant, certaines opérations peuvent concerner des sites commerciaux, dans des communes ou des agglomérations fortement peuplées, mais qui n'ont pas un rôle de rayonnement important, comme des pôles de quartier. En nombres d'établissements, un pôle structurant possède normalement bien plus de 100 commerces et services en activité.

Pôle intermédiaire*

Ils représentent des situations de chefs-lieux de cantons ou de quartiers de grandes agglomérations dont le rayonnement se limite généralement dans le premier cas au canton et dans le second à la commune (lorsqu'il s'agit d'une commune d'agglomération qui n'est pas la ville centre). En nombre de commerces et services, un pôle intermédiaire possède généralement plus d'une cinquantaine d'établissements actifs, mais cette définition doit être nuancée en cas de présence d'une grande ou moyen surface alimentaire sur le site, auquel cas la fonction peut parfois être remplie avec plus d'une trentaine de commerces actifs seulement.

Pôle de Proximité*

Leur vocation commerciale est plus limitée avec en règle générale moins de 50 commerces et services actifs, avec un usage de forte fréquence auprès d'une clientèle présente dans un périmètre restreint autour du site, qu'il s'agisse des habitants ou des personnes présentes sur le territoire, par exemple dans le cadre de leur travail. Au mieux, l'attraction commerciale est d'échelle communale, à de rare exceptions près.

