

Agenda

➤ **Mardi 2 mars, de 17 h à 19 h, Campus ESC La Pardieu**

Une fiche de poste : oui, mais pour quoi faire ?

Au programme de cet atelier, organisé par la plateforme Réflexe RH et animé par Bernard Boggio, consultant en ressources humaines :

- définition du contenu de la fiche de poste ;
- articulation de la fiche avec d'autres pratiques RH : entretien annuel, recrutement, plan de formation...

EN SAVOIR +

Laurie Sautarel, 04 73 44 80 14
lsautarel@auvergne.cci.fr



Auvergne Toques Show : les Toques régaleront le 8 mars à Saint-Flour

Cette année, Auvergne Toques Show, le traditionnel grand rendez-vous festif des Toques d'Auvergne, se déroulera à Saint-Flour, le 8 mars prochain, avec Pierre Toisgrons en invité d'honneur. Régis Marcon, dans le cadre de sa mission sur l'apprentissage, après une rencontre le matin à l'Institut des Métiers, fera étape à Saint-Flour. Sous l'œil des médias, marché de produits du terroir, concours de réalisation de pountis, ateliers œnologiques et de cuisine, démonstrations de pâtisserie animeront la journée.

Temps fort de la manifestation, le déjeuner gastronomique, concocté par les chefs de l'Allier avec leurs meilleurs produits, offre une occasion exceptionnelle de récompenser clients, fournisseurs, salariés ou tout simplement de passer un inoubliable moment en famille ou entre amis.

➤ Information et réservations : 06 76 06 49 05
www.toques-auvergne.com

Une aide précieuse pour vos projets !

Vous êtes restaurateur, hôtelier, cafetier, traiteur ou encore organisateur de réception ? Alors, le Département des Risques Professionnels de la Cram Auvergne vous donne la possibilité d'accéder à une aide financière jusqu'au 31 janvier 2011 pour vous accompagner dans vos projets.

Qu'il s'agisse d'une rénovation (totale ou partielle) de votre établissement, d'une acquisition d'un nouveau matériel plus sûr ou d'un renforcement de la formation de vos salariés, vous pouvez prétendre à une subvention minimum de 15% sur chaque investissement.

➤ En savoir plus : Cram Auvergne, Franck Gougat, 04 73 42 70 68
franck.gougat@cram-auvergne.fr

COMMERCE CLERMONTOIS

En dix ans, le paysage commercial du centre-ville a bien changé !

Moins de magasins, un recentrage sur l'équipement de la personne et une forte poussée du commerce organisé marquent l'évolution du commerce de détail en centre-ville au cours de ces dix dernières années.

En dix ans, le commerce de détail du centre-ville clermontois s'est sensiblement transformé. Si cette évolution révèle une adaptation aux grandes tendances de la consommation actuelle et aux effets de la conjoncture, elle est aussi le reflet des profondes métamorphoses du paysage urbain clermontois. La piétonisation de la place de Jaude, la mise en circulation du tram, le démarrage des travaux du Carré Jaude 2, et son préalable de démolition de commerces (notamment Fly), l'extension du Centre Jaude ont incontestablement influé sur la structuration de l'offre commerciale.

D'après l'Observatoire régional du commerce, mis en place par la CRCIA, l'évolution de l'offre commerciale du centre-ville clermontois au cours de la décennie est marquée par trois phénomènes majeurs :

■ En tout premier lieu, il faut se rendre à l'évidence, il y a aujourd'hui moins de commerces de détail qu'en 2000. On en dénombrait 847 au 1^{er} janvier 2000, on en compte aujourd'hui 737. Cette baisse, imputable, dans une moindre mesure, à des regroupements de locaux, a principalement bénéficié aux activités de services. Géographiquement, c'est le plateau central qui a le plus souffert de la disparition de commerces au profit du secteur Foch/Julien où l'effet Carré Jaude 2 se fait déjà sentir avec des transferts et des ouvertures de boutiques au cours de ces derniers mois. Si la surface moyenne de vente est passée de 100 à 110 m², en raison de la configuration des locaux, 55 % des commerces ont une surface de vente inférieure à 60 m².



La rue des Gras, emblématique du commerce du centre-ville clermontois.

■ Deuxième constatation importante, l'activité commerciale du centre-ville clermontois s'est recentrée sur l'équipement de la personne dont la surface de vente a progressé de 10 % au cours de ces dix dernières années et qui représente près de

40 % de l'activité commerciale globale. L'équipement de la maison a quasiment disparu du centre-ville avec une perte de 33,8 % de surface de vente et 18,8 % d'établissements. Le secteur culture/loisirs suit le même chemin puisqu'il a perdu près de 17 % de surface de vente et plus du quart du nombre de magasins. Le secteur hygiène/santé/beauté conserve son taux de représentativité (7,9 au lieu de 7,8 %) tout en encaissant une baisse du nombre de commerces (-12,1 %) et, de façon plus marginale de la surface de vente (-2 %).

Enfin, signe de son adaptation au nouveau comportement des urbains qui optent pour le commerce de proximité, le secteur alimentaire, malgré une chute de 19,3 % du nombre de commerces, gagne du terrain (+33 % de surface de vente). Les grandes enseignes multiplient les ouvertures de supérettes en centre-ville.

■ Troisième phénomène, le commerce est de plus en plus l'apanage de groupements. Le commerce totalement indépendant cède progressivement la place aux succursales, passées en dix ans de 8,7 % à 13,5 %, devant les affiliés (12,5 % en 2010) et les franchises, légèrement en baisse (de 6,7 à 5,4 %). Les années à venir devraient être porteuses de changement. En effet, au regard de l'âge des commerçants - 18 % d'entre eux ont dépassé la soixantaine - un nombre significatif de commerces devraient changer de mains dans un délai relativement court.

➤ Mélissa Dominguez, 04 73 43 43 48
m.dominguez@clermont-fd.cci.fr

"Valorisons ensemble notre espace marchand !"

Stanislas Renié, président de Clermont Commerce



La configuration du commerce de centre-ville aujourd'hui correspond aux nouvelles tendances de la consommation et l'explosion du commerce sur Internet se répercute inéluctablement sur notre activité. Mais les commerçants ont les moyens de résister et ne doivent surtout pas jouer perso ! Au sein de Clermont Commerce, nous réfléchissons sur les services à mettre en place pour fidéliser notre clientèle. Nous sensibilisons nos adhérents sur la nécessité de valoriser notre offre commerciale, notamment sur notre site Internet, afin de permettre aux consommateurs d'apprécier la diversité de notre espace marchand et de s'y repérer. Il s'agit de séduire une clientèle urbaine plutôt encline à privilégier un commerce de proximité et diversifié. En ces sens, l'ouverture du Carré Jaude 2 devrait jouer un rôle moteur avec l'arrivée d'enseignes disparues du centre-ville comme le jouet, le bricolage...

"Être en centre-ville, un formidable atout !"

Marie-Claire Dufour, Envie d'Intérieur



Le commerce subit les aléas conjoncturels et les mutations de son environnement, ce n'est pas la première fois ! Il faut savoir réagir et s'adapter en ayant pleinement conscience que c'est l'offre qui attire la clientèle et qu'être en centre-ville peut être un formidable atout ! Nous avons tout intérêt à accepter la présence d'un concurrent et à agir groupés pour valoriser notre offre commerciale auprès d'une clientèle assez désorientée aujourd'hui. A nous de lui redonner confiance, pourquoi pas en élaborant une sorte de charte du commerce. Petite précision en ce qui concerne l'équipement de la maison : si effectivement, les marchands de meubles ont tendance à quitter le centre-ville par besoin de surface, les boutiques de déco, vaisselle, linge de maison ne manquent pas et donnent même, à mon avis, une identité au quartier historique !

"Est-ce que quelqu'un peut m'aider à développer mon commerce ?"

Développer son commerce, ça commence par un rendez-vous avec un technicien de la CCI !

Observatoires, flux de consommation, réglementations, subventions, formations... En 2009 la CCI de Clermont-Ferrand / Issoire a suivi près de 1 000 commerçants !