

Pays de Saint-Malo

ODESCA
(Opération de Développement et de Structuration du
Commerce et de l'Artisanat)

2012 - 2014

Dossier de candidature.

Sommaire

I - Présentation du Pays :

- 1.1. Situation géographique
- 1.2. Caractéristiques de la population
- 1.3. Profil économique du Pays
- 1.4. Situation de l'emploi

II – La structuration du tissu commercial et artisanal

- 2.1. Etat des lieux quantitatif
- 2.2. Etat des lieux qualitatif

III – Programme d'actions par thème

- 3.1. Accessibilité
- 3.2. Artisanat de production
- 3.3. Innovation
- 3.4. Thème Pays

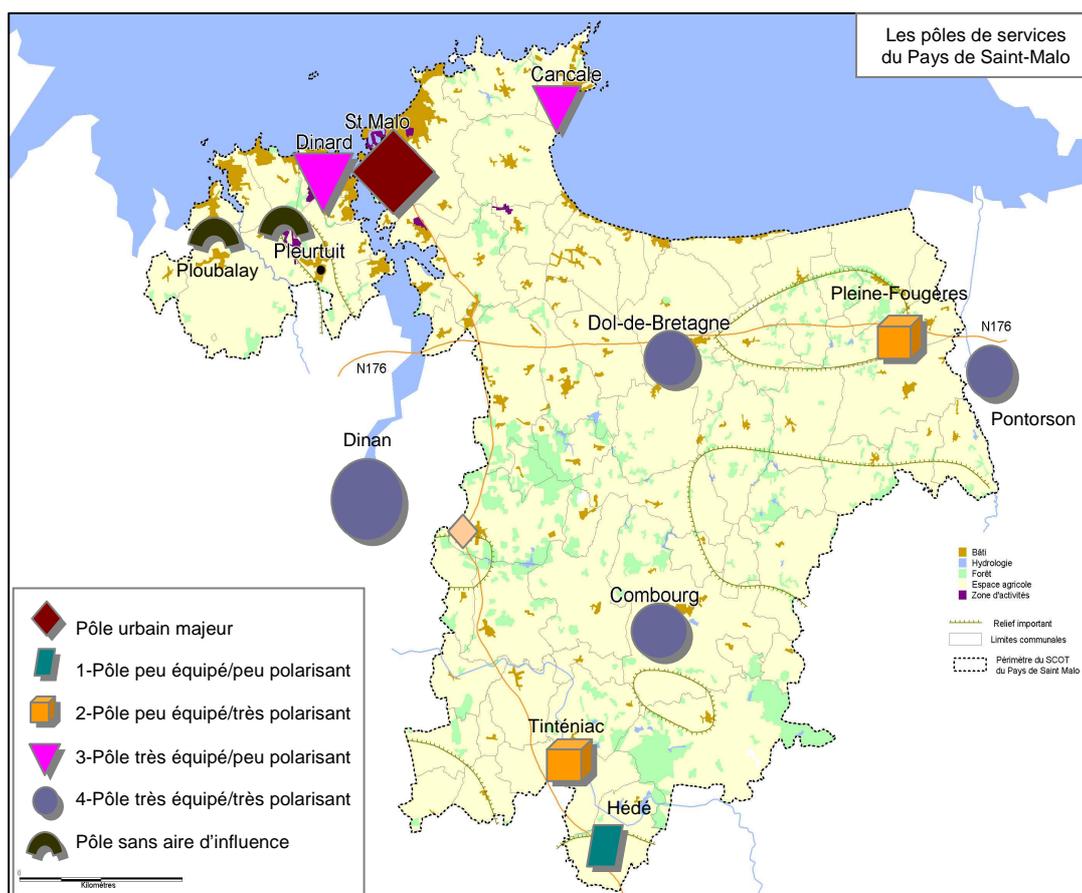
IV. Gouvernance de l'Odesca

- 4.1. Modalités de validation du programme
- 4.2. Désignation des référents politique et technique
- 4.3. Composition du groupe technique et comité de pilotage

Cette organisation est amenée à évoluer dans le cadre de la réforme des collectivités qui prévoit :

- l'adhésion au plus tard le 1er janvier 2013 de la Commune de Dinard à la Communauté de communes de la Côte d'Emeraude: ce nouvel organisme communautaire regrouperait donc 28 827 habitants, soit 18 % des habitants du pays,
- le rattachement au plus tard le 1er juin 2013 avec effet au 1er janvier 2014, des communes de Saint-Brieuc-des-Iffs, des Iffs et de Cardroc à la Communauté de communes de la Bretagne Romantique.

Ces 3 communes représentent une population de 1 135 habitants, ce qui porterait la population totale du pays à 163 823 habitants.



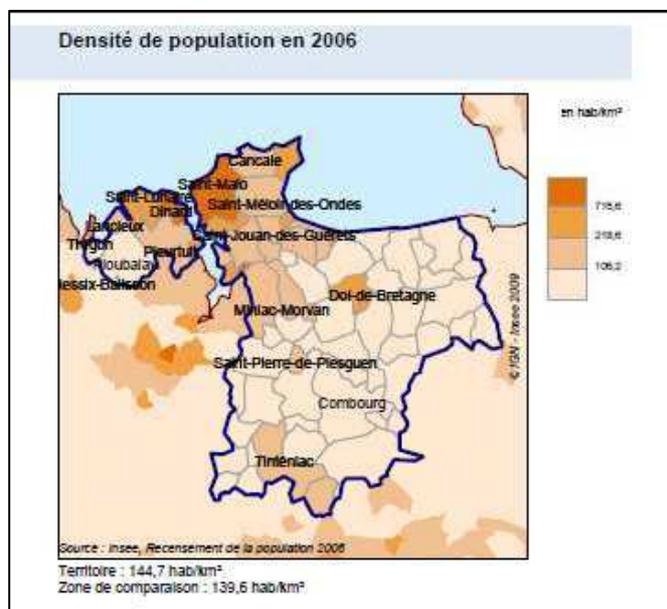
Le pays de Saint-Malo s'organise autour de différents pôles d'équilibre qui maille et structure l'ensemble du territoire :

- Le pôle urbain majeur de Saint-Malo qui concentre, le plus grand nombre de services de santé, d'enseignement, de commerce, d'emploi...
- Des pôles peu équipés mais très polarisants comme Dinard et Cancale, pour partie liées à leur poids démographique et à leur attractivité touristique.
- Une série de pôles très équipés, mais peu polarisants comme Dol-de-Bretagne ou Combourg. Leur aire d'influence est limitée par la proximité d'autres pôles polarisants.
- D'autres pôles soit peu équipés et peu polarisants, soit très équipés et très polarisants, ainsi que toute une série de centres urbains de proximité.

1.2. Caractéristiques de la population

Nota : les données de population ci-dessous sont désormais fondées sur les populations légales 2006 ; le détail des populations légales 2009 n'ayant pas pu être exploité.

1) Une densité élevée et inégalement répartie



Le Pays de Saint Malo s'étend sur 1107 km². La **densité moyenne est de 145 habitants/km²**, soit légèrement plus élevée que la densité d'Ille-et-Vilaine, département le plus dense de Bretagne. La moyenne bretonne est de 114 habitants/km².

Les communes urbaines, de plus de 2 000 habitants, sont inégalement réparties :

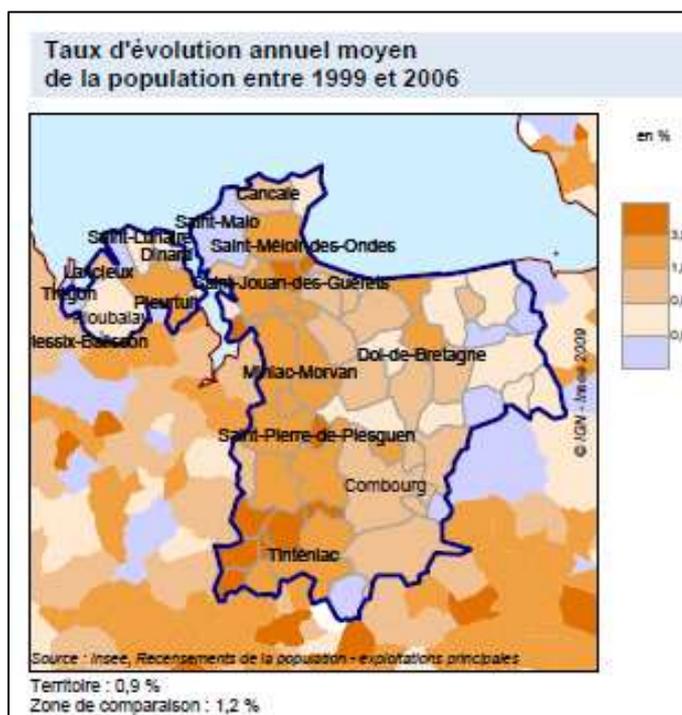
- **certaines EPCI n'en n'ont aucune** (Baie du Mont St Michel) ou peu (Dol-de-Bretagne, avec Dol-de-Bretagne, 4 760 habitants, ainsi que la Bretagne Romantique, avec deux communes : Combourg, 5 223 habitants, et Tinténiac, 3 079 habitants).

- Parallèlement, **Saint-Malo Agglomération se distingue** avec la ville-centre de 49 661 habitants et des communes urbaines au Nord Est de Saint-Malo (Cancale, Saint-Coulomb, Saint-Méloir-des-ondes). De même, la Côte d'Emeraude est composée par une majorité de communes plus urbaines, Pleurtuit étant la ville **la plus importante avec 5 346 habitants**.

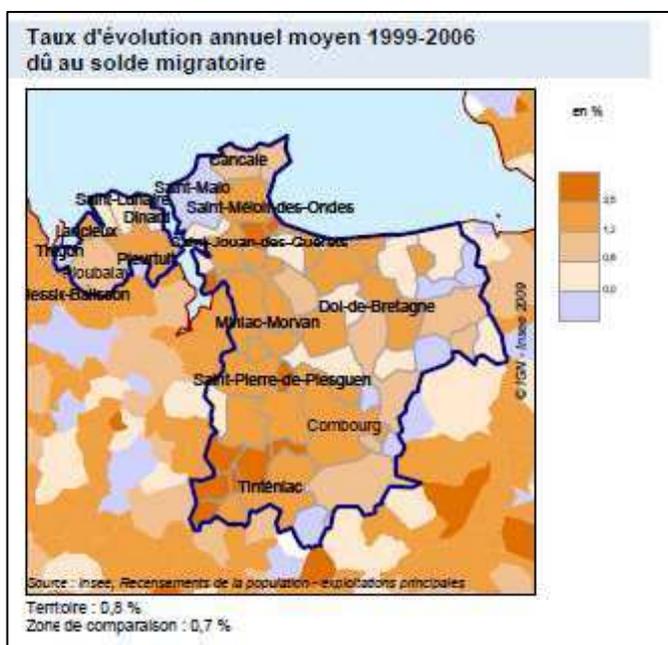
2) Un gain de 10 000 habitants sur la période récente

Depuis 1999, sous la pression de la croissance démographique de l'agglomération rennaise, le Sud du Pays connaît une évolution rapide, **mais différenciée selon les communes. Cette progression concerne surtout les communes limitrophes de l'agglomération rennaise, ainsi qu'un corridor** situé de part et d'autre de la RN 137 Rennes / Saint-Malo.

Une « diagonale de croissance démographique » venant de Rennes, et se prolongeant jusqu’aux portes de Saint-Malo, est donc nettement perceptible, alimenté au Nord par un phénomène de « périurbanisation » autour de la ville de Saint-Malo.



3) Une dynamique démographique soutenue par le solde migratoire



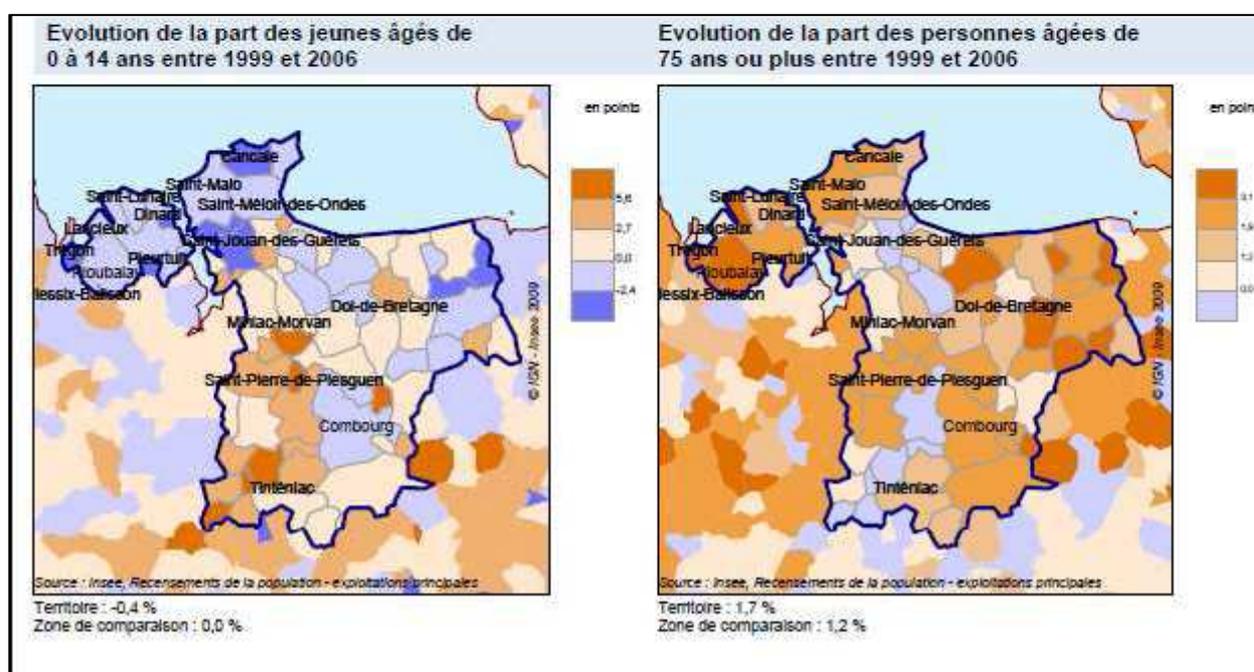
Le moteur de la croissance démographique du Pays de Saint-Malo repose sur un bilan migratoire positif (+0,9% / an) supérieur au taux moyen départemental (0,7% /an), et qui se renforce par rapport à la période 1990 – 1999.

Le solde naturel est nul (0%), alors même qu’une dynamique est constatée en Ille-et-Vilaine (+0,5%/an). Ce solde naturel à l’échelle du pays occulte toutefois d’importantes disparités entre un secteur littoral attractif auprès de populations retraitées et affichant un solde naturel négatif, et un vaste territoire rural proche de l’axe Saint-Malo – Rennes où la péri-urbanisation, avec l’arrivée de nouveaux ménages jeunes, familles avec enfants, équilibre mieux les apports du bilan migratoire et du solde naturel.

4) Un vieillissement démographique accentué par l'arrivée de retraités

Numériquement, **les résidents de plus de 65 ans représentent environ 33 500 résidents** – plus d'un d'habitant sur 5 (21%) du pays –, dont une part croissante de plus de 75 ans et de femmes (environ 2 femmes âgées de plus de 75 ans pour 1 homme). 38 200 jeunes de moins de 20 ans **résident dans le pays (24% de la population)**. Si le rapport numérique entre moins de 20 ans et plus de 60 ans se resserre, l'indice de jeunesse se maintient : il s'établit à 0,91 en 2006 (0,90 en 1999).

35% des ménages du Pays ne comptent qu'une seule personne, **dont une majorité de personnes de plus de 65 ans**. Le vieillissement démographique affecte les communes de la Communauté de communes de la Côte d'Emeraude, de Dinard et des communes littorales de Saint-Malo agglomération, mais il touche également de **vastes territoires ruraux situés à l'Est du Pays, secteurs de la Baie du Mont – Saint Michel ou de la région de Combourg**.



Conclusion : quelques fragilités et des risques de déséquilibre

- le pays de Saint-Malo connaît une **hausse de sa population**, comparable à celle du département d'Ille et Vilaine et de la région Bretagne.
- Cette croissance est focalisée autour d'un axe Rennes / Saint-Malo. Elle profite également aux **communes rurales périphériques des principaux pôles communautaires**.
- La croissance naturelle de la population, nulle sur la période 1999-2006, masque des disparités entre des zones littorales au solde négatif, et des zones rurales au solde positif.
- Les flux **migratoires** restent le principal moteur de la croissance démographique et concerne des jeunes actifs, mais également des retraités, surtout dans la zone littorale.
- Le vieillissement de la population se poursuit et touche plus particulièrement les secteurs **littoraux et les secteurs ruraux de l'Est du territoire**.

Le maintien des tendances observées sur la période 1990-1999, tant du point de vue de la répartition des nouveaux habitants que du point de vue du vieillissement, rend difficile voire impossible, un développement harmonieux de l'ensemble du périmètre. Ce contexte reste toutefois favorable à certaines opportunités économiques (service aux personnes, économie résidentielle).

L'analyse de cette situation et des risques qu'elle comporte, confirme l'intérêt du projet de développement volontariste, que le Pays de Saint-Malo a traduit dans son SCOT.

1.3. Profil économique du Pays

1) Les grands secteurs d'activité

Le secteur privé regroupe 69 % des emplois, soit légèrement plus que dans le département d'Ille et Vilaine. La part du secteur privé est toutefois en recul sur la période 1999-2008. C'est au sein de Saint-Malo agglomération que l'emploi privé est le moins important (67 %), alors que parallèlement **la Côte d'Emeraude dispose d'un secteur privé prépondérant (76 %)**. Cette différence est liée aux emplois publics induits par la fonction de sous-préfecture de la Ville de Saint-Malo.

L'emploi dans l'administration publique, l'enseignement, la santé humaine et l'action sociale est en augmentation (18 280 emplois publics en 2008 contre 14 914 en 1999). L'emploi privé est donc en léger repli, par rapport à la période 1990-1999 qui avait connu une importante embellie. **Cette évolution est légèrement plus importante que celle constatée sur la même période à l'échelle de l'Ille-et-Vilaine.**

L'agriculture est en fort repli et ne représente plus que 4,8 % des emplois du pays. Cette part reste toutefois plus importante que dans l'Ille-et-Vilaine. La part des autres secteurs restent globalement stables par rapport à la période 1990-1999, en léger repli pour l'industrie et en léger développement pour les secteurs de la construction et du tertiaire, qui est le principal secteur d'emplois du pays.

Emplois selon le secteur d'activités en 1999

Territoire	Agriculture 1999	Industrie 1999	Construction 1999	Tertiaire 1999
Baie du Mont Saint-Michel	28,3%	8,5%	9,7%	53,4%
Bretagne Romantique	16,3%	21,2%	8,2%	54,3%
Côtes d'Emeraude	4,8%	20,3%	14,6%	60,4%
Dol de Bretagne	11,9%	10,4%	7,9%	69,8%
Saint-Malo agglomération	4,9%	12,8%	6,2%	76,2%
Dinard	1,0%	9,9%	5,5%	83,6%
Pays de Saint-Malo	7,5%	14,1%	7,2%	71,2%

Emplois selon le secteur d'activités en 2008

Territoire	Agriculture 2008	Industrie 2008	Construction 2008	Tertiaire 2008
Baie du Mont Saint-Michel	20,1%	9,2%	9,5%	61,2%
Bretagne Romantique	9,1%	23,7%	8,0%	59,2%
Côtes d'Emeraude	3,1%	14,4%	15,6%	66,9%
Dol de Bretagne	9,6%	7,8%	9,1%	73,5%
Saint-Malo agglomération	3,2%	10,5%	7,7%	78,5%
Dinard	0,3%	16,5%	6,8%	76,4%
Pays de Saint-Malo	4,8%	13,1%	8,4%	73,7%

2) Les secteurs d'activité stratégiques

Cette partie présente les secteurs stratégiques porteurs d'enjeux forts pour le Pays.

Les activités touristiques

Les activités touristiques ont des conséquences importantes du point de vue d'un territoire : **une contribution à l'activité économique**, à l'emploi, au développement des entreprises, une distribution de flux localisés, une participation à la qualification et **à la définition de la capacité des équipements publics et privés, à vocation directement touristiques ou non.** Le tourisme est un phénomène global et transversal qui impacte l'ensemble des activités économiques. Ses effets sur le Pays de Saint-Malo sont **d'autant plus importants que le secteur d'activité est qualifié de majeur sur le territoire.**

Les activités maritimes

Les activités maritimes regroupent un ensemble de métiers et d'activités généralement disséminées dans diverses catégories socioprofessionnelles **et différents secteurs d'activité (secteur primaire pour la pêche, industrie, services aux entreprises et aux particuliers, loisirs avec le nautisme dont l'importance économique doit être soulignée).** Outre leur **importance dans l'économie du territoire, il convient de souligner combien elles participent, plus que toute autre activité, à l'identité du Pays dont le caractère maritime est très affirmé.**

Les activités industrielles et de construction

Les activités industrielles employaient 7 777 personnes en 2008 et les activités de construction 5 011 : au total, **ce sont donc près de 13 000 emplois qui sont concernés, soit près de 2 000 emplois supplémentaires par rapport à 1999.** La répartition interne des activités industrielles montre **l'importance du sous-secteur BTP, suivi par les biens intermédiaires et les biens d'équipement ; les industries agro-alimentaires (IAA) sont sous-représentées par rapport au département d'Ille-et-Vilaine qui, il est vrai, est un des premiers départements français sous ce rapport.**

Les activités commerciales et artisanales

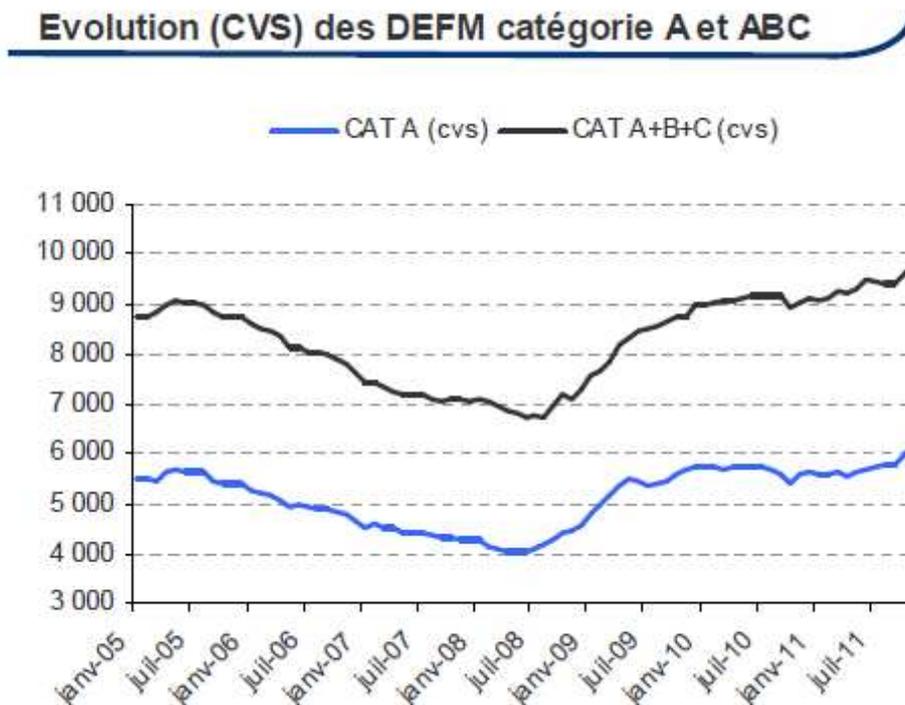
Les activités commerciales ont fait l'objet de plusieurs réflexions, traduites notamment dans les schémas de développement commercial du Pays de Saint-Malo, et plus récemment réinterrogées dans **le cadre de travaux préparatoires à l'élaboration d'un DAC. Les deux programmes ODESCA engagés sur le territoire depuis février 2003, s'appuient sur ces différents travaux d'analyse, qui apportent des enseignements précieux pour la connaissance du secteur.**

Les activités agricoles

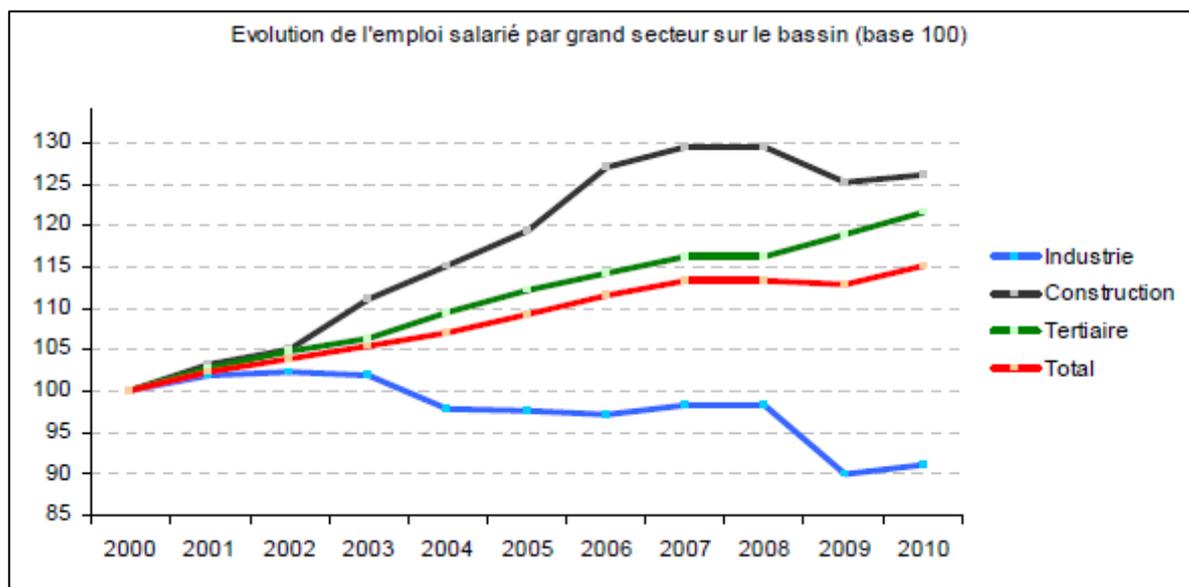
Le Pays de Saint-Malo s'intègre dans un espace régional caractérisé par l'importance de l'activité agricole. La part déterminante de l'agriculture dans l'occupation du territoire est une constante régionale. Ce caractère se trouve **notablement accentué en Ille-et-Vilaine malgré sa dynamique urbaine. L'agriculture occupe aussi une place importante dans l'économie locale.** La diversification de ses productions est à signaler.

1.4. Situation de l'emploi

Le bassin de Saint-Malo compte 6 505 demandeurs d'emploi en catégorie A à la fin du mois de novembre 2011. Cela représente une augmentation de 1,5 % sur un an, soit environ le double de l'augmentation constatée à l'échelle de la Bretagne. Le nombre de demandeurs d'emploi atteint son plus haut niveau depuis 2005. Cette évolution concerne plus particulièrement les personnes de plus de 49 ans.



Comparativement à la Bretagne, cette augmentation de la demande d'emploi concerne plus fortement les jeunes de moins de 25 ans et les chômeurs de longue durée. Les métiers recherchés par les chômeurs de longue durée ont trait aux services à l'entreprise ou à la personne, mais également à la vente en habillement ou à la **peinture et la maçonnerie du bâtiment**. A l'inverse, les offres collectées sur les 12 derniers mois ont majoritairement trait à la restauration (service, cuisine, plonge...), ainsi qu'à la vente (habillement, libre-service...).



Sur une longue période, l'emploi salarié se développe, majoritairement porté par les secteurs de la construction et du tertiaire. Cette évolution se différencie de celles constatées à l'échelle de la Bretagne : en 2010, les effectifs de salariés de la construction et de l'industrie ont augmenté, alors que ceux de la Bretagne diminuaient sur la même période. Le développement de l'emploi a plus particulièrement concerné les métiers liés à l'hébergement, la restauration **ainsi que les activités de services.**

II – La structuration du tissu commercial et artisanal

2.1. Etat des lieux quantitatif

1) Les chiffres du commerce (Arrondissement de Saint-Malo = Pays 2 communes du 22 et 4 communes du canton de Hédé)

Nombre d'établissements actifs inscrits au registre du commerce

	01/01/2003	01/01/2007		01/01/2011		07/12/2011	
Généralistes	92	98	7%	101	3%	99	-2%
Alimentaire	314	270	-14%	279	3%	281	1%
Equiperment de la maison	160	180	13%	196	9%	198	1%
Equiperment de la personne	262	264	1%	313	19%	319	2%
Hygiène santé	235	252	7%	273	8%	285	4%
Autres	396	389	-2%	387	-1%	401	4%
Hébergement / restauration	-	-	-	777	-	771	-1%
Sous-total (hors hébergement / restauration)	1 459	1 453	0%	1 549	7%	1 583	2%
TOTAL				2 326		2 354	1%

2) Les chiffres de l'artisanat du bâtiment, de la fabrication et des services (Nombre d'entreprises)

Nombre d'établissements actifs inscrits au registre des métiers (hors double inscrits) fin 2010

	Bâtiment	Fabrication	Services	Alimentation
CdC Côte d'Emeraude	53	8	15	1
CdC Baie du Mont Saint-Michel	0	0	0	0
CdC Pays de Dol de Bretagne	17	3	6	1
CdC de la Bretagne Romantique	37	12	18	6
Saint Malo Agglomération	194	52	112	16
Dinard	32	17	11	4
TOTAL	333	92	162	28

3) les points de vente hors zones et galeries commerciales et s sédentaires

Au global, et sous réserve de quelques variations à constater début 2012, le nombre de points de vente qui ne sont pas situés dans des zones et galeries commerciales et qui sont sédentaires s'élève à 2 002 établissements. Sur ces 2 002 établissements,

- 275 sont situés dans des communes de moins de 2 000 habitants,
- 610 sont situés dans des communes de 2 000 à 10 000 habitants,
- 1 117 sont situés dans des communes de plus de 10 000 habitants.

2.2. Etat des lieux qualitatif

Globalement, le commerce dans le pays de Saint-Malo se maintient avec 1,95 % de points de vente en plus, soit 45 magasins, entre fin 2008 et fin 2011.

Avec un total de 2 354 commerces (hors non sédentaires), dont 2 002 points de vente en dehors des zones commerciales et galeries, le Pays de Saint-Malo bénéficie d'un maillage sur tout le territoire avec très peu de communes sans commerces.

En volume, les Cafés-hôtels-restaurants restent les plus importants avec 771 établissements (32,75 %) loin devant l'Équipement de la personne avec 319 commerces (13,55%) ; puis suivent l'Hygiène-Beauté avec 285 points de vente et l'Alimentaire avec 281 soit 12,1% chacun.

Les autres activités commerciales et l'équipement de la maison avec 216 et 198 établissements constituent environ 9 % chacun du commerce du Pays de Saint-Malo. Les généralistes avec 99 établissements, les commerces de culture-loisirs avec 93 magasins et les services avec 92 points de vente constituent chacun 4 % de l'offre commerciale du Pays de Saint-Malo.

La plus forte progression concerne l'équipement de la personne avec + 40 boutiques (+14,34%) en 3 ans. Puis 11 magasins en équipement de la maison (+5,88 %) et 11 commerces en « hygiène-beauté » (+4 %). Pour l'ensemble de ces activités, la création de nouvelles zones commerciales a favorisé leur progression.

Du côté des généralistes, la progression est de 3 établissements (+3,13 %) mais l'alimentaire note la création de 9 nouvelles boutiques (+3,31%). Si les activités de cultures loisirs et autres commerces sont stables, ce sont les activités de services avec – 7 établissements (- 7 %) et les cafés hôtels restaurants - 20 points de vente (-2,53 %) qui, par contre, souffrent le plus de la crise actuelle.

THEME

« ACCESSIBILITE »

Constat :

Les établissements existants recevant du public doivent avant le 1^{er} janvier 2015, respecter les dispositions du code de la construction et de l'habitation, relatives à l'accessibilité des bâtiments aux personnes handicapées.

Toutes les entreprises recevant du public, qu'elles soient commerciales ou artisanales, devront ainsi engager des démarches de mise en conformité. Les acteurs du pays de Saint-Malo souhaitent accompagner les entreprises commerciales et artisanales dans ces démarches.

Descriptif et méthodologie de mise en œuvre :

1. Descriptif :

L'accompagnement des entreprises sera réalisé en 5 temps successifs :

- une sensibilisation collective de toutes les entreprises,
- une sensibilisation individuelle de toutes les entreprises,
- des états des lieux pour les entreprises intéressées (cas simple),
- des conseils individualisés pour les entreprises intéressées (cas complexe),
- une aide directe aux travaux d'amélioration de l'accessibilité.

2. Méthodologie de mise en œuvre :

La maîtrise d'ouvrage sera assurée par la CMA - Chambre des Métiers et de l'Artisanat - d'Ille et Vilaine et la CCIT - Chambre de Commerce et d'Industrie Territoriale - de Saint-Malo Fougères, en partenariat avec l'Etat, les collectivités locales, les organisations professionnelles, les unions commerciales et artisanales et les associations de personnes atteintes de handicaps.

3. Actions déjà menées dans le cadre de ce thème :

Quelques actions ponctuelles ont déjà été engagées à l'attention des entreprises commerciales et artisanales du pays de Saint-Malo :

- la CMA d'Ille et Vilaine a organisé sur le pays de Saint-Malo, une 1^{ère} soirée d'information sur cette problématique à l'automne 2011 ;
- un dépliant d'information relative à l'accessibilité dans les commerces a été édité par la Chambre régionale de commerce et d'industrie ;
- la fédération des commerçants et artisans du pays diffuse sur son site Internet, des informations sur l'accessibilité dans les établissements recevant du public.

Diverses actions ont également déjà mobilisé les partenaires précités :

- une formation à l'attention des hôteliers, sur l'accueil des personnes atteintes d'un handicap, mise en place début 2012, par la Chambre de commerce et d'industrie et le groupement d'intérêt touristique.
- Une brochure « Loisirs et handicap » réalisée par la Ville de Saint-Malo en 2011, contenant des informations pratiques et adresses utiles relatives aux déplacements, à la pratique de loisirs, aux lieux de sortie [...] adaptés aux personnes handicapées.
- Un guichet de réclamation ouvert par la Communauté d'agglomération permettant aux usagers de faire part des obstacles aux déplacements rencontrés ou ressentis. Ces demandes sont ensuite présentées à la Commission intercommunale d'accessibilité.
- ...

4. Actions ODESCA à programmer :

Quatre actions sont donc envisagées pour toucher l'ensemble des entreprises commerciales et artisanales du pays et inciter le plus grand nombre à se mettre en conformité vis-à-vis de l'accessibilité de leur point de vente :

1 – Sensibilisation collective de toutes les entreprises

L'opération consistera tout d'abord en l'organisation de 3 réunions d'information à destination des entreprises commerciales et artisanales du pays sur le thème de l'accessibilité au sens large. L'assise territoriale de ces réunions reste à définir. Les supports d'information des consulaires et des collectivités seront mobilisés pour assurer un maximum de communication. L'animation des réunions reposera sur l'intervention d'un spécialiste de l'aménagement des locaux, puis d'un échange entre les participants. L'offre de service proposée par les chambres consulaires sera présentée ; un dépliant d'information sur l'accessibilité des commerces sera remis aux participants, ainsi qu'un outil « d'auto-évaluation » permettant au chef d'entreprise de savoir si son local respecte ou non la réglementation.

Opérateurs pressentis : CCIT Saint Malo – Fougères, CMA d'Ille et vilaine

2 – Sensibilisation individuelle de toutes les entreprises

Les 3 réunions d'information précitées seront doublées d'une sensibilisation individuelle de toutes les entreprises concernées, par l'envoi d'une fiche d'information et d'un support d'autoévaluation. Ce support pourra également être complété en ligne sur le site web de chacune des chambres consulaires.

Des conseillers des chambres procéderont alors à l'analyse des retours d'autoévaluation et préconiseront en fonction des besoins, des conseils individualisés dont le contenu différera en fonction de la complexité du projet.

Opérateurs pressentis : CCIT Saint Malo – Fougères, CMA d'Ille et vilaine

3 – Etats des lieux pour les entreprises intéressées (cas simple)

Les entreprises intéressées pourront solliciter dans les cas simples, aux conseils :

de la CCIT Saint-Malo Fougères :

Il sera proposé aux entreprises commerciales, la réalisation d'un état des lieux réalisé sur site par un conseiller. Cet état des lieux sera fondé sur un questionnaire d'auto-évaluation complété avec le commerçant afin d'identifier les éventuels points faibles de son point de vente. Une synthèse de l'analyse du magasin sera donnée au commerçant avec les points de vigilance à retenir.

de la CMA d'Ille-et-Vilaine :

Il sera proposé aux entreprises artisanales, la réalisation d'un état des lieux réalisé sur site par un conseiller. Cet état des lieux sera réalisé à partir d'un logiciel expert élaboré par le CNISAM - Centre National d'Innovation Santé Autonomie Métiers -. Cette intervention vise à identifier les non-conformités et rappeler les objectifs à atteindre (dessins illustratifs). Un rapport sera produit et remis au chef d'entreprise, l'invitant le cas échéant à solliciter une entreprise, pour effectuer des travaux de mise aux normes.

4 – Conseils individualisés pour les entreprises intéressées (cas complexe)

Les entreprises intéressées pourront solliciter dans les cas complexes, aux conseils d'un consultant spécialisé, qui donnera des préconisations visant à répondre aux problèmes décelés sur la base d'un dossier écrit et répondant aux normes en vigueur. Ce dossier servira de base pour des travaux de modernisation du point de vente ou pour le dossier de demande de dérogation auprès des services de l'Etat.

5 – Aide directe aux travaux d'amélioration de l'accessibilité

Les entreprises intéressées pourront, suite à l'état des lieux réalisé par les chambres consulaires ou les conseils individualisés apportés par un consultant spécialisé, déposer une demande d'aide aux travaux.

Objectifs :

Nombre d'entreprises concernées :	2 002
Nombre d'entreprises ciblées :	2 002
Nombre d'entreprises présentes aux réunions d'information :	200
Nombre d'états des lieux :	400 (CCIT) / 260 (CMA)
Nombres de diagnostics :	120
Nombre de dossiers d'aide directe :	80

Secteur géographique des actions : Pays de Saint-Malo

Acteurs de l'opération :

Maîtres d'ouvrage : CCIT Saint Malo – Fougères, CMA d'Ille et vilaine, Entreprises

Maîtres d'œuvre : CCIT Saint Malo – Fougères, CMA d'Ille et vilaine, cabinets spécialisés

PLAN DE FINANCEMENT (H.T.)

DEPENSES en €		RESSOURCES en €	
Nature	Montant	Nature	Montant

Dépenses opérationnelles			
Frais de sensibilisation	6 400		
<i>3 soirées d'information (3*300 € + 2002*1,30 €)</i>	3 750	ODESCA	3 200
<i>200 documents d'information (200 * 1,50 €)</i>	300	CMA / CCIT	3 200
<i>Envoi support autoévaluation ((2002-200)*1,30 €)</i>	2 350		
Etat des lieux (cas simple)			
CCIT – 400 * 52 €	20 800	ODESCA	36 400
CMA – 260 * 200 €	52 000	CMA / CCIT	36 400
Diagnostics (cas complexe)			
120 ent. * 90 € * 4 h	43 200	ODESCA	21 600
		Entreprises	21 600
Total	122 400	Total	122 400

Dépenses en investissements			
Aide aux travaux	822 000	Aides directes	246 600
<i>(46 ent. * 10 000 €) + (34 * 10 647 e)</i>		Entreprises	575 400
Total	822 000	Total	822 000

THEME
« ARTISANAT DE PRODUCTION »

Constat :

Les entreprises de production englobent différentes activités de fabrication, fondées sur des savoir-faire artisanaux, qui concernent une petite centaine d'entreprises issues de divers secteurs :

- les métiers de bouche (dont biscuiteries, conserveries, brasseries...);
- le travail des métaux (dont chaudronnerie, fabrication de matériel agricole et machines, industrie agroalimentaire, construction navale...);
- le textile, habillement, cuir (dont voilerie, confection de vêtements, modéliste / styliste...);
- le bois /ameublement (dont fabrication de menuiseries, encadrement, tapisserie / décoration...);
- les autres fabrications (dont sérigraphie, travail de la pierre, fabrication de prothèses dentaires...);
- les métiers d'art (dont reliure / finition, céramique, restauration d'objets d'art...).

Ces entreprises sont situées sur des marchés de niche. La production sur mesure est donc privilégiée, ce qui les distingue de l'industrie standardisée. Travaillant pour une clientèle de professionnels, ces entreprises de petite taille offrent de réels vecteurs de développement en termes d'emplois et d'investissements. Elles sont aussi, à leur échelle, sources d'innovations.

Descriptif et méthodologie de mise en œuvre :

1. Descriptif :

L'accompagnement des entreprises sera réalisé en 4 temps successifs :

- une sensibilisation de toutes les entreprises concernées,
- des conseils individualisés pour les entreprises intéressées,
- un diagnostic approfondi par un consultant spécialisé,
- une aide aux projets de modernisation et de développement,

2. Méthodologie de mise en œuvre :

La maîtrise d'ouvrage sera assurée par la CMA - Chambre des Métiers et de l'Artisanat - d'Ille et Vilaine et la CCIT - Chambre de Commerce et d'Industrie Territoriale - de Saint-Malo Fougères.

3. Actions déjà menées dans le cadre de ce thème :

Aucune action particulière n'a jusqu'à présent été engagée par les chambres consulaires vis-à-vis de cette cible particulière.

4. Actions ODESCA à programmer :

Quatre actions sont donc envisagées pour accompagner les entreprises de production dans leur développement :

1 – Sensibilisation de toutes les entreprises concernées

L'opération consistera tout d'abord à sensibiliser les entreprises de production du Pays, notamment en organisant des réunions d'information, afin de leur présenter le dispositif d'accompagnement d'ensemble.

2 – Conseil individualisé pour les entreprises intéressées

Il sera alors proposé aux entreprises des rencontres individuelles avec des partenaires pour réaliser un premier état des lieux de l'entreprise.

Cette rencontre pourra être complétée par l'intervention d'un consultant marchand qui identifiera les potentiels de développement des entreprises.

3 – Diagnostic approfondi par un cabinet spécialisé

Un consultant spécialisé donnera des préconisations visant à répondre aux problèmes décelés sur la base d'un dossier écrit et répondant aux normes en vigueur. Ce dossier servira de base pour des travaux de modernisation des entreprises de production.

4 – Aide aux projets de modernisation et de développement

Les entreprises intéressées pourront suite au conseil individualisé réalisé par les chambres consulaires ou au diagnostic approfondi réalisé par un cabinet spécialisé, bénéficier d'une aide aux projets de modernisation et de développement conformes aux préconisations issues des étapes 2 et/ou 3.

Objectifs :

Nombre d'entreprises concernées :	114
Nombre d'entreprises ciblées :	114
Nombre d'entreprises conseillées :	50
Nombre d'entreprises diagnostiquées :	25
Nombre d'entreprises aidées en termes d'investissement :	10

Secteur géographique des actions : Pays de Saint-Malo

Acteurs de l'opération :

Maîtres d'ouvrage : CCIT Saint Malo – Fougères, CMA d'Ille et vilaine, Entreprises

Maîtres d'œuvre : CCIT Saint Malo – Fougères, CMA d'Ille et vilaine, cabinets spécialisés

PLAN DE FINANCEMENT (H.T.)

DEPENSES en €		RESSOURCES en €	
Nature	Montant	Nature	Montant

Dépenses opérationnelles			
Frais de sensibilisation	550	ODESCA CCIT / CMA	275 275
Conseils individualisés <i>(50 entreprises * 130 €)</i>	6 500	ODESCA CCIT / CMA	3 250 3 250
Diagnostics approfondis <i>(25 entreprises * 720 € soit 8 h à 90 €)</i>	18 000	ODESCA Entreprises	9 000 9 000
Total	25 050	Total	25 050

Dépenses en investissements			
Aide aux projets <i>(4 ent. x 75 000 €) + (6 ent. x 90 000 €)</i>	840 000	Aides directes Entreprises	225 000 615 000
Total	840 000	Total	840 000

THEME
« INNOVATION COMMERCE »

Action 1 – Le métier de commerçant de demain

Constat :

Face aux contraintes budgétaires des clients et aux nouvelles formes de communication, la manière et les modes de consommation se sont modifiés. Peu de commerçants ont mis en place une stratégie par rapport à ces enjeux.

Descriptif et méthodologie de mise en œuvre :

1. Descriptif :

L'action pourrait se dérouler comme suit ;

≥ Une sensibilisation aux nouveaux modes de consommation

Dans un premier temps, l'opération pourrait prendre la forme de conférences / tables rondes, à destination des commerçants et artisans locaux, et associant un panel de consommateurs, afin de sensibiliser les entreprises aux nouveaux modes de consommation et aux nouvelles façons d'acheter par les clients.

≥ Le développement de nouveaux outils de vente

Dans un second temps, l'opération consisterait à mettre en place des opérations commerciales visant à promouvoir les nouveaux canaux de commercialisation que sont par exemple les flash code, les applications shop, la géolocalisation... Il pourra également s'agir de mener une action avec l'ensemble des commerçants, pour développer le paiement sans contact par le biais des téléphones mobiles.

2. Méthodologie de mise en œuvre

Les opérations menées dans le cadre de cette fiche « innovation commerce » ont été travaillées dans le cadre de réunions organisées avec la fédération des commerçants du pays de Saint-Malo.

3. Actions déjà menées dans le cadre de ce thème:

Aucune action n'a jusqu'à présent été réalisée, concernant les nouveaux modes de consommations et les nouveaux outils de promotion et de vente.

Objectifs quantitatifs et qualitatifs :

Quantitatif : tous les points de vente du Pays, soit 2002 entreprises

Qualitatif : Intégration des nouvelles formes de commercialisation dans les stratégies de communication et marketing des entreprises

Secteur géographique des actions : Pays de Saint-Malo

Acteurs de l'opération :

Maîtres d'ouvrage : CCIT Saint-Malo Fougères, unions commerciales

Maîtres d'œuvre : CCIT Saint-Malo Fougères, prestataires spécialisés

PLAN DE FINANCEMENT (H.T.)

DEPENSES en €		RESSOURCES en €	
Nature	Montant	Nature	Montant

Dépenses opérationnelles			
w Frais d'organisation de 2 conférences / tables rondes :	6 000	ODESCA	31 000
<i>Honoraires d'expert</i>	<i>3 000</i>		
<i>Création concept, impression, courrier</i>	<i>700</i>		
<i>Relance téléphonique ateliers et soirée</i>	<i>500</i>		
<i>Mailing et affranchissement</i>	<i>1 800</i>		
w Honoraires prestataires spécialisés	14 000	CCIT	3 000
<i>Achat / création d'1 ou 2 applications pour mobile type smartphone pour une union commerciale du pays / développement d'application de paiement sans contact</i>	<i>14 000</i>		
w Campagne média (dont distribution)	36 000	Unions commerciales	28 000
<i>Création / impression d'un document de communication, type guide pratique</i>	<i>20 000</i>		
<i>Frais d'envoi et de distribution</i>	<i>8 000</i>		
<i>Communication presse</i>	<i>8 000</i>		
w Supports de communication	6 000		
<i>Impression d'affiches, de publicités sur le lieu de vente, de flyers mode d'emploi</i>	<i>6 000</i>		
Total	62 000	Total	62 000

THEME
« INNOVATION COMMERCE »

Action 2 – La recherche de nouveaux clients et leur fidélisation

Constat :

Face aux contraintes budgétaires des clients et aux nouvelles formes de communication, la manière et les modes de consommation se sont modifiés. Peu de commerçants ont mis en place une stratégie par rapport à ces enjeux. Les acteurs du pays de Saint-Malo souhaitent développer des outils qui permettent aux entreprises commerciales locales, de capter de nouveaux clients, de les fidéliser et ainsi d'accroître leur chiffre d'affaires.

Descriptif et méthodologie de mise en œuvre :

1. Descriptif :

L'opération pourrait consister à développer différents outils à même d'accroître le chiffre d'affaires des entreprises commerciales locales :

> Création d'une box commerce « Pays de Saint-Malo »

Des box ou coffrets cadeaux ont été développés par les grandes et moyennes surfaces. Différents prix sont proposés (50 €, 100 €...); différentes thématiques sont proposées (bien-être, sport...). En fonction du type de box ou de coffrets cadeaux offerts, la personne bénéficiaire peut alors choisir une prestation parmi un panel de services prédéfinis. La plupart de ces offres sont aujourd'hui nationales et ne bénéficient pas aux commerçants et artisans locaux. Les acteurs du Pays de Saint-Malo souhaitent développer ce type d'outils, afin de favoriser la consommation locale et ainsi augmenter le chiffre d'affaires des commerces du pays. Dans cette optique, il est envisagé de réaliser une box commerce spécialement axé sur le Pays de Saint-Malo.

> Création d'un salon des comités d'entreprise « Pays de Saint-Malo »

Le marché des comités d'entreprise n'est pas exploité par les commerçants du Pays de Saint-Malo. Aujourd'hui les entreprises de plus de 20 salariés se rendent à Rennes aux salons organisés par des sociétés privés qui s'adressent avant tout aux grands groupes industriels. L'organisation d'un salon réservé aux commerçants du Pays de Saint-Malo permettrait d'offrir aux établissements de 20 à 250 salariés une offre qui n'existe pas. Les commerçants présents au salon pourraient proposer des coffrets pour Noël ou pour les événements de la vie de l'entreprise, mais aussi des offres de réductions à l'année aux détenteurs de la carte des entreprises venus aux salons du Pays de Saint-Malo.

> Mise en place de chèques cadeaux « Pays de Saint-Malo »

Le Pays de Saint-Malo compte 70 entreprises de plus de 50 salariés ainsi que de nombreuses administrations (mairies, maisons de retraite, hôpitaux) qui offrent des bons d'achat à leurs salariés utilisés principalement dans les grandes surfaces de l'agglomération de Rennes.

En se regroupant, les commerçants du pays pourraient constituer une offre commune, type chèques cadeaux aux comités d'entreprise locaux. Les salariés de ces entreprises seraient alors invités, via la remise de ces chèques cadeaux, à consommer dans les commerces du territoire.

2. Méthodologie de mise en œuvre

Les opérations menées dans le cadre de cette fiche « innovation commerce » ont été travaillées dans le cadre de réunions organisées avec la fédération du commerce du Pays de Saint-Malo.

3. Actions déjà menées dans le cadre de ce thème:

Aucune action n'a jusqu'à présent été réalisée, concernant la recherche de nouveaux clients et leur fidélisation.

Objectifs quantitatifs et qualitatifs :

Quantitatif : tous les points de vente du Pays, soit 2002

Qualitatif : accroître le

Secteur géographique des actions : Pays de Saint-Malo

Acteurs de l'opération :

Maîtres d'ouvrage : CCIT Saint-Malo Fougères, unions commerciales

Maîtres d'œuvre : CCIT Saint-Malo Fougères, prestataires spécialisés

PLAN DE FINANCEMENT (H.T.)

DEPENSES en €		RESSOURCES en €	
Nature	Montant	Nature	Montant
Dépenses opérationnelles			
<u>La box commerce</u>			
w Honoraires prestataires	10 000		
<i>Recensement des commerçants / des offres commerciales ; conception / édition des box</i>	<i>10 000</i>		
w Campagne média	10 000	ODESCA	20 000
<i>Honoraire de création de site internet dédié</i>	<i>3 000</i>		
<i>Frais d'envoi et de distribution</i>	<i>1 000</i>		
<i>Communication presse</i>	<i>6 000</i>		
w Supports de communication	4 000		
<i>Affiche, publicités sur lieu de vente, flyer mode d'emploi, impression</i>	<i>4 000</i>		
<u>Le salon des comités d'entreprise</u>			
w Supports de communication et envoi	6 000	Unions commerciales	20 000
<i>Affiche, brochure, carte pour CE, impression</i>	<i>5 400</i>		
<i>Frais de distribution et courrier</i>	<i>600</i>		
<u>Les chèques cadeaux</u>			
w Honoraires prestataires	6 000		
<i>Recensement des commerçants / des offres commerciales ; conception / édition des chèques cadeaux</i>			
w Supports de communication	4 000		
Total	40 000	Total	40 000

Synthèse thème innovation

Rappel des actions

Action 1 : Le métier de commerçant de demain

Action 2 : La recherche de nouveaux clients et leur fidélisation

PLAN DE FINANCEMENT GENERAL du THEME « INNOVATION » (H.T.)

DEPENSES en €		RESSOURCES en €	
Nature des dépenses	Montant	Nature et origine des ressources	Montant

Dépenses opérationnelles			
Action 1 – Commerçant demain	62 000	ODESCA	51 000
Action 2 – Nouveaux clients	40 000	CCIT	3 000
		Unions commerciales	48 000
Sous total	102 000	Sous total	102 000

THEME « LOCAL »

Le développement du chiffre d'affaires sur les pôles de centralité

Action 1 – L'adaptation de l'environnement commercial

Constat :

Face aux mutations commerciales des centres-bourgs et centres-villes, le souhait est d'accompagner les entreprises commerciales, sur des aspects tels que l'accessibilité, l'attractivité, l'ambiance d'achat...

Dans une même optique, le Pays de Saint-Malo souffre d'une signalétique commerciale de centre bourg qui conviendrait d'être amélioré. En effet, si on excepte la plupart des zones commerciales et artisanales qui sont signalées, peu de centres-bourgs ou centres-villes ont mis en place un système d'orientation jusqu'aux rues commerçantes

Descriptif et méthodologie de mise en œuvre :

1. Descriptif

L'opération pourrait ainsi s'articuler autour des axes d'intervention suivants :

- la conduite d'études relatives à l'accès des centres et la signalétique

Il s'agit de permettre aux collectivités, en partenariat avec les commerçants locaux, de réaliser des études relatives à l'accès des centres-villes / centres-bourgs. Ces études pourront traiter des problématiques d'accessibilité, de déplacement voire de stationnement dans certains pôles. Ce type d'opérations permettra aux élus et commerçants locaux, d'échanger sur la place du commerce dans l'espace urbain. Ces études pourront également porter sur les aspects de signalétique commerciale et artisanale au niveau du Pays, des communautés et/ou des communes.

- l'adaptation des points de vente

Il ne saurait y avoir de commerçants efficaces sans commerces de qualité. Les acteurs du Pays de Saint-Malo souhaitent renforcer l'image commerciale des points de vente et dans ce sens proposent d'activer deux leviers : les conseils en aménagement du point de vente et la qualité des commerces.

Le premier volet permettra aux commerçants d'obtenir des conseils sur l'aménagement intérieur et extérieur du magasin.

Le deuxième volet, plus tourné vers la vision portée par les (non)client(s) sur les commerces. Dans cette optique, il est prévu d'interroger des panels de consommateurs sur la vision qu'ils ont de plusieurs commerces dans le cadre de la réalisation d'une étude d'image.

- le soutien aux investissements engagés par les collectivités.

Suite aux 3 actions précitées, les collectivités locales pourront être amenées à réaliser un certain nombre d'investissements, concernant notamment la réalisation de la signalétique (pose de totems, de relais d'information et de services, de réglettes...).

2. Méthodologie de mise en œuvre

Ces actions sont le fruit de la réflexion des acteurs locaux.

3. Actions déjà menées dans le cadre de ce thème

Des opérations de signalisation ont précédemment été engagées sur certaines communes du pays, opérations soutenues dans le cadre des précédentes ODESCA. Ce type d'intervention doit ainsi être poursuivi pour disposer d'une signalétique généralisée sur l'ensemble du pays.

Objectifs quantitatifs et qualitatifs :

- **Etudes relatives à l'accès / la signalétique des centres** 3 études
- **Adaptation des points de vente :** 25 entreprises conseillées
- **Le soutien aux investissements engagés par les collectivités** 10 dossiers

Secteur géographique des actions : Pays de Saint-Malo

Acteurs de l'opération :

Maîtres d'ouvrage : Pays, Communes et communautés de communes, chambres consulaires, associations de commerçants, unions commerciales

Maîtres d'œuvre : Pays, Communes et communautés de communes, chambres consulaires, associations de commerçants, CCIT Saint-Malo Fougères, prestataires spécialisés

PLAN DE FINANCEMENT (H.T.)

DEPENSES en €		RESSOURCES en €	
Nature	Montant	Nature	Montant

Dépenses opérationnelles			
<u>Etudes accès des centres et ou signalétique commerciale</u> w Honoraires consultants spécialisés pour les études	16 000	ODESCA	16 000
<u>Adaptation des points de vente</u> <input type="checkbox"/> Conseils individualisés point de vente <i>25 ent. * 4 h * 90 €</i>	9 000	Collectivités locales	10 000
<input type="checkbox"/> Démarche collective (honoraires...) <i>honoraire d'expert X 2 réunions</i>	3 000	CCIT	1 500
<input type="checkbox"/> Campagne de communication <i>affiche, PLV, flyer mode d'emploi, impression</i>	4 000	Entreprises	4 500
Total	32 000	Total	32 000

Dépenses en investissements			
Aide aux investissements <i>10 * 15 000 €</i>	150 000	Aides directes	45 000
		Collectivités locales	105 000
Total	150 000	Total	150 000

THEME « LOCAL »

Le développement du chiffre d'affaires sur les pôles de centralité

Action 2 – L'adaptation des entreprises au vieillissement de la population

Constat :

Dans un rapport intitulé "L'adaptation de l'habitat au défi de l'évolution démographique" remis à Benoist Apparu, le 7 octobre 2009, il est constaté que la population vieillit depuis presque 20 ans. En 2030, 20 millions de Français auront plus de 60 ans et la part des plus de 85 ans sera respectivement multipliée par quatre.

Les entreprises artisanales ont un rôle majeur à jouer sur le marché émergent, lié au vieillissement de la population. Leur présence sur tout le territoire, leur adaptabilité, leur capacité à innover sont des atouts pour répondre aux besoins nouveaux de la population.

Les thèmes envisagés sont l'accessibilité des logements, l'adaptation de l'habitat, l'adaptation et l'innovation des services proposés aux personnes âgées et/ou handicapées et la prévention des risques pour la santé et la mobilité des personnes.

Descriptif et méthodologie de mise en œuvre

1. Descriptif :

Les actions pourront consister à :

- 1) Réaliser des réunions d'information sur le thème de la santé et de l'autonomie des personnes
- 2) Diffuser des outils pédagogiques auprès des entreprises
- 3) Former des entreprises à la réalisation de diagnostics « prévention des risques et des chutes dans l'habitat » (hors Odesca)
- 4) Promouvoir des entreprises, labellisation
- 5) Mettre en réseau en réseau des entreprises

2. Méthodologie de mise en œuvre

Cette action mobilisera les partenaires suivants : Collectivités locales (Conseil général, communes et communautés), Organisations professionnelles, Union commerciales et artisanales, Associations d'handicapés

3. Actions déjà menées dans le cadre de ce thème:

Objectifs quantitatifs et qualitatifs:

*50 entreprises participantes aux réunions
15 entreprises formées et labellisées*

Secteur géographique des actions : Pays de Saint-Malo

Acteurs de l'opération :

Maîtres d'ouvrage : CMA d'Ille et Vilaine

Maîtres d'œuvre : CMA d'Ille et Vilaine

PLAN DE FINANCEMENT (H.T.)

DEPENSES en €		RESSOURCES en €	
Nature	Montant	Nature	Montant

Dépenses opérationnelles			
Réunions d'information : 4	5 600	ODESCA	4 550
<i>intervenants</i>	<i>1 600</i>		
<i>invitations</i>	<i>4 600</i>		
Diffusion d'outils pédagogiques	1 500	CMA	4 550
Plaquettes de communication entreprises	2 000		
Total	9 100	Total	9 100

Synthèse thème local

Rappel des actions :

Action 1 – L'adaptation de l'environnement commercial

Action 2 – L'adaptation des entreprises au vieillissement

PLAN DE FINANCEMENT GENERAL du THEME « LOCAL » (H.T.)

DEPENSES en €		RESSOURCES en €	
Nature des dépenses	Montant	Nature et origine des ressources	Montant

Dépenses opérationnelles			
Act. 1 : Environnement commercial	32 000	ODESCA	20 550
Act. 2 : Vieillissement population	9 100	Collectivités locales	10 000
		CCIT Saint-Malo Fougères	1 500
		Entreprises	4 500
		CMA Ille et Vilaine	4 550
Total	41 100	Total	41 100

Dépenses en investissements			
Aides aux investissements	150 000	Aides directes Collectivités locales	45 000 105 000
Total	150 000	Total	150 000

Synthèse du programme

Rappel des actions :

Thème « Accessibilité »

Thème « Artisanat de production »

Thème « Innovation commerce »

Action 1 : Le métier de commerçant de demain

Action 2 : La recherche de nouveaux clients et leur fidélisation

Thème local « Développement du chiffre d'affaires sur les pôles de centralité »

Action 1 : L'adaptation de l'environnement commercial

Action 2 : L'adaptation des entreprises au vieillissement

PLAN DE FINANCEMENT GENERAL du programme (H.T.)

DEPENSES en €		RESSOURCES en €	
Nature	Montant	Nature	Montant

Dépenses opérationnelles			
Thème « Accessibilité » :	122 400	ODESCA	61 200
		CMA / CCIT	39 600
		Entreprises	21 600
Thème « Artisanat de production » :	25 050	ODESCA	12 525
		CMA / CCIT	3 525
		Entreprises	9 000
Thème « Innovation » :	102 000	ODESCA	51 000
		CCIT	3 000
		Unions commerciales	48 000
Thème « CA & centralités » :	41 100	ODESCA	20 550
		Collectivités	10 100
		CCIT	1 400
		Entreprises	4 500
		CMA	4 550
Total	290 550	Total	290 550

Dépenses de suivi			
Suivi du programme	30 000	ODESCA	15 000
3 ans * 10 000 € / an		Pays de Saint-Malo	15 000
Total	30 000	Total	30 000

Dépenses en investissements			
Thème « Accessibilité »	822 000	Aides directes Entreprises	246 600 575 400
Thème « Artisanat de production »	840 000	Aides directes Entreprises	225 000 615 000
Thème « Innovation commerce »	0		0
Thème « CA & centralités »	150 000	Aides directes Collectivités locales	45 000 105 000
Total	1 812 000	Total	1 812 000

Précisions relatives aux aides directes à l'investissement sur l'ensemble du pays

> Thème « Accessibilité »

Sur le Pays de Saint-Malo, les acteurs locaux estiment la mise aux normes accessibilité à 80 dossiers d'aides. Ces dossiers pourraient se répartir de la façon suivante :

- ♦ Communes hors CAP35 et FIDDAC (département 22) et < 10 000 habitants
 - ➔ Dispositif ODESCA/FISAC
 - ➔ 46 dossiers x 3 000 € de subv° = 138 000 €
- ♦ Communes relevant de CAP35 et FIDDAC
 - ➔ Dispositifs départementaux
 - ➔ 34 dossiers x 3 195 € de subv° = 108 600 € pour contrepartie au Fisac

> Thème « Artisanat de production »

Les estimations réalisées aboutissent à l'accompagnement de 10 projets d'entreprises de production sur le Pays de Saint Malo qui pourraient se répartir de la façon suivante :

- ♦ Dispositif ODESCA/FISAC
 - ➔ 4 dossiers x 22 500 € de subv° = 90 000 €
- ♦ Dispositif de la Région Bretagne/ARPEF
 - ➔ 6 dossiers x 22 500 € de subv° = 135 000 € pour contrepartie au Fisac

> Thème « CA & centralités »

Il a été calculé globalement de la façon suivante pour cibler la part de la demande OCM :

- Nombre de collectivités accompagnées : 10 communes
- Coût moyen des panneaux : 15 000 € H.T.
- Coût total des travaux : environ 150 000 € H.T.

➔ Fisac sollicité : 10 communes x 15 000 euros x 30 % = 45 000 euros

**Soit une demande totale ODESCA/FISAC estimée à 273 000 €
pour 60 dossiers sur fonds Etat/Fisac,
et une contrepartie globale (hors panneaux de signalétique commerciale) estimée à
243 600 € pour 40 dossiers sur fonds Région, CG35 et CG22.**

Gouvernance de l'Odesca

4.1. Modalités de validation du programme

- 20 mai 2011	Bureau syndical
- 16 juin 2011	Comité syndical
- 12 juillet 2011	Comité technique
- 22 septembre 2011	Comité technique
- 6 octobre 2011	Bureau syndical
- 3 novembre 2011	Comité syndical
- 8 décembre 2011	Réunion technique
- 13 janvier 2012	Bureau syndical
- 2 mars 2012	Réunion technique
- 6 avril 2012	Comité technique

4.2. Désignation des référents politique et technique

Référent élu : M. Michel PENHOUE
Vice-président du Pays de Saint-Malo

Référent technique : M. Bertrand DOUHET
Directeur du Pays de Saint-Malo

Les référents correspondent à ceux désignés dans le cadre de l'ODESCA 2008-2010 aujourd'hui achevée.

a. Composition du groupe technique et comité de pilotage

Les membres du comité de pilotage désignés pour l'ODESCA 2008-2010 n'ont à ce jour pas été réunis. La préparation de cette candidature a directement été effectuée au niveau du Bureau syndical et du Comité syndical du Pays de Saint-Malo.

Membres du comité technique :

Les membres du comité technique réunis pour préparer cette candidature sont ceux qui avaient été désignés dans le cadre de l'ODESCA 2008-2010 :

Monsieur PENHOUE, Vice-président du Pays
Monsieur FRAUD, ARIARCA
Monsieur EPP, CCI
Madame DUCHESNE, Chambre de Métiers
Monsieur CADOT, C.C. de la Côte d'Emeraude
Monsieur CHARRIER, C.C. de la Bretagne Romantique
Madame JANVIER, C.C. de la Baie du Mont-Saint-Michel
Monsieur HARTMANN, C.C. de Dol
Madame DESVALLEES BUNEL, Saint-Malo Agglomération
Monsieur DOUHET, Pays de Saint-Malo