



Délibération du Conseil métropolitain

Séance du 05 juillet 2024

OBJET : **COMMERCE ET ARTISANAT** - Délibération cadre : stratégie d'intervention de la Métropole pour relever les défis d'une attractivité commerciale durable

Délibération n° 82

Rapporteuse : Barbara SCHUMAN

Le cinq juillet deux mille vingt-quatre à 10 heures, le Conseil métropolitain de Grenoble-Alpes Métropole s'est réuni sur la convocation et sous la présidence de Christophe FERRARI, Président de Grenoble-Alpes Métropole

Nombre de conseillers métropolitains en exercice au jour de la séance : **119**

Nombre de conseillers métropolitains votants (présents et représentés) : **117** de la n°1 à la n°34, **116** de la n°35 à la n°45, **117** de la n°46 à la n°67, **116** de la n°68 à la n°77, **117** de la n°78 à la n°91.

Présents :

Bresson : GUYOMARD pouvoir à GENIN-LOMIER de la n°82 à la n°91 – **Brié et Angonnes :** SOULLIER – **Champ sur Drac :** DIETRICH – **Champagnier :** CHOLAT pouvoir à BRETTON de la n°1 à la n°44 – **Claix :** REVIL, STRECKER – **Corenc :** MERMILLOD-BLONDIN – **Domène :** C. LONGO, SAVIN pouvoir à C. LONGO de la n°82 à la n°91 – **Echirolles :** BOUHAFS, DEMORE, LABRIET, MADRENNES, MOULIN-COMTE, ROSA pouvoir à FRISTOT de la n°1 à la n°2 puis de la n°46 à la n°91, SULLI – **Eybens :** BEJAJI pouvoir à PFISTER de la n°86 à la n°91, SCHEIBLIN – **Fontaine :** DE CARO pouvoir à LEYRAUD de la n°46 à la n°91, LEYRAUD, F. LONGO, THOVISTE, TROVERO pouvoir à LABRIET de la n°1 à la n°2 – **Gières :** CUSSIGH, VERRI pouvoir à STRAPPAZZON de la n°86 à la n°91 – **Grenoble :** BELAIR pouvoir à AMADIEU de la n°46 à la n°91, BEN-REDJEB, BERON-PEREZ, BERTRAND, BOER, BOUZEGHOUB, BRETTON, CAPDEPON pouvoir à BEJAJI de la n°3 à la n°81, CARIGNON, CARROZ, CENATIEMPO, CHALAS, CLOUAIRE, CONFESSON, DESLATTES, DJIDEL-BRUNAT, FRISTOT, GARNIER, KADA pouvoir à JACQUIER de la n°46 à la n°81, MARTIN pouvoir à OLMOS de la n°1 à la n°44, MONGABURU, NAMUR, OLMOS pouvoir à DEBEUNE de la n°82 à la n°91, PANTEL, PETERS pouvoir à BERON PEREZ de la n°70 à la n°91, PFISTER, PICOLLET, PIOLLE, ROCHE, SABRI, SCHUMAN pouvoir à SABRI de la n°1 à la n°69, SPINI – **Herbays :** FLEURY – **Jarrie :** GUERRERO – **La Tronche :** DEBEUNNE, SPINDLER – **Le Fontanil-Cornillon :** DUPONT-FERRIER – **Le Gua :** FARLEY – **Le Pont de Claix :** FERRARI, GRAND – **Le Sappey en Chartreuse :** ESCARON – **Meylan :** CARDIN pouvoir à SPINDLER de la n°3 à la n°45, HERENGER pouvoir à BUSTOS de la n°3 à la n°45, HOURS pouvoir à REVIL de la n°1 à la n°44 – **Miribel Lanchâtre :** M. GAUTHIER – **Murianette :** GARCIN – **Mont Saint-Martin :** DEPINOIS – **Montchaboud :** SOTO – **Notre Dame de Commiers :** RENIER – **Notre Dame de Mésage :** BUISSON – **Noyarey :** PENNISI – **Poisat :** BUSTOS – **Proveysieux :** BALESTRIERI – **Quaix en Chartreuse :** ROSSETTI – **Saint Barthélémy de Séchilienne :** STRAPPAZZON – **Saint-Egrève :** AMADIEU, CHARAVIN pouvoir à LISSY de la n°68 à la n°91, B. COIFFARD – **Saint Georges de Commiers :** GRIMOUD – **Saint-Martin d'Hères :** CHERAA pouvoir à TROVERO de la n°46 à la n°67, QUEIROS pouvoir à TROVERO de la n°68 à la n°91, RUBES pouvoir à CHERAA de la n°1 à la n°2, SEMANAZ, VEYRET – **Saint-Martin Le Vinoux :** LAVAL, MARDIROSSIAN – **Saint-Paul de Varcès :** CURTET – **Sassenage :** GENIN-LOMIER, MERLE – **Sarcenas :** DULOUTRE – **Séchilienne :** PLENET – **Seyssinet Pariset :** LISSY, SIEFERT – **Seyssins :** HUGELE pouvoir à CHALAS de la n°1 à la n°67, MARGUERY – **Varces Allières et Risset :** CORBET pouvoir à ODDON de la n°1 à la n°2, LEMARIEY pouvoir à PORTA de la n°1 à la

n°2 – **Vaulnaveys-le-bas** : JM. GAUTHIER – **Vaulnaveys Le Haut** : PORTA – **Venon** : ODDON – **Veurey-Voroize** : JULLIEN – **Vif** : GONAY – **Vizille** : L. COIFFARD, JACQUIER pouvoir à SIEFERT de la n°82 à la n°91.

Absents ayant donné pouvoir sur toute la séance :

Echirolles : RABIH pouvoir à GRAND – **Grenoble** : ALLOTO pouvoir NAMUR, KRIEF pouvoir à PANTEL, LHEUREUX pouvoir à DESLATTES, SIX pouvoir à THOVISTE – **Saint-Martin d'Hères** : ASSALI pouvoir à VEYRET, KDOUH pouvoir à QUEIROS de la n°1 à la n°67 puis pouvoir à RUBES de la n°68 à la n°91, OUDJAUDI pouvoir à L. COIFFARD – **Saint-Pierre de Mésage** : MASNADA pouvoir à MARDOROSSIAN – **Vif** : GENET pouvoir à GONAY.

Absents :

Echirolles : MOULIN-COMTE de la n°1 à la n°77 – **Grenoble** : BEN-REDJEB de la n°68 à la n°91, MONGABURU de la n°1 à la n°45; ROCHE de la n°35 à la n°91

Cédric GARCIN a été nommé secrétaire de séance.

La rapporteure, Barbara SCHUMAN
Donne lecture du rapport suivant,

OBJET : COMMERCE ET ARTISANAT - Délibération cadre : stratégie d'intervention de la Métropole pour relever les défis d'une attractivité commerciale durable

Vu les statuts de Grenoble-Alpes Métropole et notamment sa compétence en matière d' « actions de développement économique »,
Vu la délibération cadre du Conseil métropolitain du 18 décembre 2015 de soutien aux secteurs du commerce et de l'artisanat et des services,
Vu la délibération du Conseil métropolitain du 20 décembre 2019 approuvant le Plan Local d'Urbanisme intercommunal (PLUi) de Grenoble-Alpes Métropole,
Vu la délibération du Conseil métropolitain du 2 juillet 2021 approuvant le bilan de la mise à disposition du public et la modification simplifiée n°1 du PLUi,
Vu la délibération du Conseil métropolitain du 16 décembre 2022 approuvant la modification n° 1 du PLUi,
Vu les délibérations du Conseil métropolitain du 28 avril 2023 relatives à la Convention citoyenne métropolitaine pour le climat,
Vu la délibération du Conseil métropolitain du 22 décembre 2023 relative à la nouvelle feuille de route pour une logistique urbaine durable dans la région grenobloise
Considérant la délibération d'approbation de la modification n°2 du PLUi présentée au Conseil du 5 juillet 2024

Le commerce occupe un pan important de l'économie de la Métropole. C'est également un lieu d'échanges et de rencontre indispensable à l'activité humaine. Pour autant, le commerce, comme d'autres secteurs de l'économie métropolitaine, doit faire l'objet d'une attention particulière pour garantir un développement durable et équilibré.

Le territoire de la Métropole est riche de 6 500 commerces et services de moins de 300 m² et dispose d'une offre commerciale de 440 000 m² de Grandes et Moyennes Surfaces. Le territoire accueille par ailleurs de nombreux marchés non sédentaires, avec près de 150 tenues de marchés chaque semaine. L'offre commerciale de la Métropole est principalement concentrée sur la ville centre, avec 65% de l'offre globale située sur Grenoble, confirmant sa vocation de lieu de destination et de rayonnement sur le territoire.

Depuis plusieurs années, la Métropole connaît une fragilisation de ses espaces de centralités face à un commerce qui glisse vers les axes de circulation. Ainsi, 55% des commerces traditionnels sont implantés au sein d'un centre-ville ou centre-bourg sur la Métropole, un ratio inférieur aux moyennes idéalement situées entre 60 et 70%. La filière Cafés Hôtels Restaurants est de plus en plus présente sur le territoire avec près de 28% des activités, soit une proportion légèrement supérieure aux moyennes habituelles autour de 20 à 25%. Pour autant, le taux de vacance des locaux commerciaux reste maîtrisé, même si ce dernier augmente depuis 2023, à environ 10 %. Le commerce sur les zones commerciales connaît aussi des mutations, avec une diminution des surfaces de vente qui s'accompagne en parallèle d'un phénomène de diversification et de densification de ces zones commerciales.

La Métropole est présente au quotidien aux côtés des commerçants, avec une équipe de « développeurs commerce » territorialisés :

- La Métropole intervient lors des moments difficiles ou sur le long terme par un accompagnement ou des subventions qui visent à accroître leur activité tout en accélérant la transition écologique. La Métropole a ainsi investi près de 5M€ depuis 2016 pour aider près de 1 000 commerçants dans leurs investissements. Pendant le Covid-19, la

Métropole a versé près de 2 millions d'euros. Suite aux émeutes de juin 2023, la Métropole a aidé financièrement les commerçants dans la réparation de leurs devantures commerciales à hauteur de 360 000 €.

- La Métropole soutient les unions commerciales et associations de commerçants et d'artisans sur le territoire, qui participent à une dynamique collective et à l'animation commerciale.
- La Métropole anime également un observatoire des rez-de-chaussée commerciaux pour suivre l'évolution des polarités commerciales.
- La Métropole accompagne les communes dans le cadre de l'élaboration de projets urbains ayant une dimension commerciale par la réalisation d'études dédiées. Elle mène également des actions de restructuration de pôles commerciaux dans les quartiers « politique de la ville ».

Enfin, l'année 2023 a été marquée par la création juridique de la foncière commerciale, qui porte comme ambition la revitalisation de secteurs en fragilité.

Face aux défis que traverse le commerce (croissance continue du commerce en ligne, prise de conscience environnementale, augmentation du commerce de seconde main et de la réparation, disparition d'enseignes de moyenne gamme au profit du low cost et du premium, conjoncture économique défavorable ces dernières années...), mais également aux attentes de la société exprimées notamment par la Convention Citoyenne Métropolitaine pour le Climat, la Métropole s'est engagée dans la définition d'une nouvelle stratégie d'intervention, co-construite avec les acteurs locaux, afin d'appréhender au mieux les transformations en cours ainsi que les défis à relever pour pouvoir répondre aux enjeux du commerce de demain.

La présente délibération propose une stratégie qui permettra de déployer un plan d'actions dès 2024 et jusqu'en 2030 en matière d'attractivité commerciale, artisanale et de services durable. Cette stratégie vise à concilier les différents types de commerces, qui sont tous nécessaires au bon équilibre du territoire et doivent répondre aux besoins différenciés des populations qui composent la Métropole. La stratégie proposée est construite autour de trois axes :

1. Maintenir une attractivité commerciale durable sur l'ensemble du territoire en confortant les polarités métropolitaines, les cœurs de ville et cœurs de bourg,
2. Renforcer l'attractivité du centre historique de la Métropole,
3. Renforcer l'accompagnement de proximité des commerçants et artisans pour un commerce responsable et engagé dans les transitions.

Axe 1. Maintenir une attractivité commerciale durable sur l'ensemble du territoire en confortant les polarités métropolitaines, les cœurs de ville et cœurs de bourg

- **Structurer l'offre commerciale et conforter les polarités commerciales de proximité**

Le Plan Local d'Urbanisme intercommunal, approuvé en décembre 2019, a permis d'assurer un équilibre entre le centre-ville et la périphérie, avec des zonages dédiés et trois outils règlementaires spécifiques de mixité fonctionnelle et commerciale : Espace de Développement Commercial (EDC) pour l'implantation du commerce de non proximité; Centralités Urbaines Commerciales (CUC) dédiées au commerce de proximité, et les linéaires commerciaux, qui permettent de maintenir des rez-de-chaussée actifs.

Pour favoriser des polarités commerciales fortes et attractives, il est nécessaire de polariser le commerce de proximité et d'éviter son émiettement, en confortant la place du commerce dans les centralités multifonctionnelles, réunissant équipements publics, services de santé et

offre de mobilité. Dans ce contexte, la Métropole engage une analyse des Centralités Urbaines Commerciales, afin d'étudier leur dynamique commerciale, d'évaluer les effets produits depuis leur mise en œuvre et de réfléchir sur leur évolution, en lien avec les communes. Ce premier travail pourra évoluer à terme sur la création d'un **schéma directeur des polarités commerciales**, outil de planification qui vise à davantage polariser l'implantation des activités commerciales sur le territoire et les articuler de manière cohérente à l'échelle de bassins de vie.

- **Rendre les cœurs de villes, de bourgs et de quartiers plus attractifs**

L'« expérience client » est un facteur d'attractivité des commerces, mais le concept s'étend à l'ensemble de la polarité commerciale, qui doit promettre un parcours marchand agréable.

Pour maintenir une dynamique sur ces polarités commerciales, stimuler l'activité économique locale et renforcer l'attractivité des commerces, le **déploiement de programmes d'animations** est à conforter, à travers notamment la poursuite du soutien aux unions commerciales.

Un travail concerté doit être poursuivi pour **améliorer l'environnement urbain des polarités commerciales** : poursuite des programmes d'intervention sur l'espace public dans le cadre des projets Cœur de Ville Cœur de Métropole, lutte contre les ilots de chaleurs avec le développement de la végétalisation, embellissement de l'espace public avec le développement du street art. A ce titre depuis décembre 2023, la Métropole prend en charge 50% du financement des fresques murales et œuvres d'art sur les devantures commerciales dans le cadre de l'aide directe aux investissements des commerces.

L'attractivité d'une polarité commerciale dépend aussi de la **diversité de l'offre** qu'elle propose. Il est important de maintenir des activités différenciantes dans les cœurs de ville (artisanat, producteurs...), en confortant l'accompagnement de ce type de porteurs de projet. Cette différenciation peut aussi passer par le **développement de boutiques éphémères** de type « Pop Up » permettant l'accueil de collectifs venant tester leurs concepts sur des périodes limitées, dans un local avec des tarifs adaptés. Le soutien au développement de la pépinière multisites facilite également l'installation de porteurs de projets commerciaux, avec des loyers évolutifs et un accompagnement au lancement.

La **lutte contre la vacance** est un enjeu fort pour le territoire. Sur les secteurs en fragilité, elle s'appuie notamment sur le nouvel outil métropolitain, la foncière commerciale Inovaction Commerce. Lancée à l'automne 2023, celle-ci a déjà permis l'ouverture d'une nouvelle activité sur le centre-ville de Vizille (librairie). L'accompagnement des propriétaires de locaux vacants est à développer. Une réflexion collective pourra être engagée pour un éventuel renforcement des outils mobilisables par les communes et la Métropole pour lutter contre la vacance, tel que le droit de préemption commerciale. La Métropole s'engage à participer à la réflexion nationale menée par France urbaine sur l'encadrement des loyers commerciaux. Enfin, dans le cadre de la Convention citoyenne métropolitaine pour le climat, la Métropole s'est engagée à augmenter la taxe sur les locaux économiques vacants dans les limites posées par la loi, soit au maximum, 20% la première année, 30% la deuxième année et 40% à compter de la troisième année. Au sein des quartiers en renouvellement urbain, la redynamisation du commerce doit être poursuivie, en direct et en lien avec l'Agence nationale de la cohésion des territoires.

Le **soutien à la dynamique des marchés de détail** contribue également à l'attractivité des centres-villes, centres-bourgs et quartiers. L'organisation des marchés de détail relève de la commune ; toutefois, la Métropole déploie un programme d'animations sur les marchés (printemps ou automne des marchés), communique auprès du grand public pour valoriser les marchés. Enfin, la Métropole accompagne les communes dans la formation des placiers,

la création de marchés adaptés aux temporalités de vie des habitants et la gestion des déchets en lien avec la Direction de la prévention, collecte et traitement des déchets.

- **Accompagner les mutations des périphéries**

La Métropole dispose de différents pôles de destinations commerciales et de loisirs. Parmi eux, 4 principaux ensembles profitent d'un large rayonnement :

- Zone de Saint-Martin-d'Hères, qui va être renforcée avec l'ouverture du centre commercial Neyrpic en Octobre 2024,
- Zones de Saint-Egrève (Cap des H et Cap 38),
- Zone de Comboire,
- Zone et centre commercial de Grand'Place, qui a été agrandi en 2023.

Les zones commerciales du territoire sont très diverses de par leur ancienneté et leur aménagement, mais une partie d'entre elles est confrontée à des défis économiques (évolution des modes de consommation, vieillissement du parc...), environnementaux (transition écologique et énergétique, enjeux paysagers...) territoriaux et sociétaux (optimisation du foncier, renforcement du lien entre la périphérie et le centre-ville). L'enjeu pour le territoire est donc d'accompagner la mutation des zones commerciales.

Cela passe notamment par un travail sur **l'espace public des zones commerciales**. Les voiries sont souvent peu adaptées aux différents types de mobilités, les espaces dédiés aux piétons ne sont pas sécurisés. A l'image de la Chrono vélo développée sur Cap des H', les projets favorisant les modes doux sont à renforcer sur ces zones.

En parallèle, une sensibilisation et un accompagnement des propriétaires à la **végétalisation et à la désimperméabilisation** est à engager.

L'accompagnement des acteurs économiques vers la **sobriété énergétique** est à conforter : information des entreprises sur leur obligation de se conformer au décret tertiaire, accompagnement des propriétaires et exploitants dans le développement d'ombrières photovoltaïques sur les parkings extérieurs, installation de stations de recharge électrique...

Enfin, la **diversification de l'offre économique** sur les zones commerciales est à accompagner, dans le cadre de l'évolution du PLUi. Elle pourrait passer par un renforcement des activités de loisirs pour les zones proches d'une offre de mobilité douce, l'intégration d'activités productives pour répondre à la demande croissante des activités industrielles et productives sur le territoire. Une réflexion sur la rationalisation du foncier et l'optimisation des surfaces est en cours, en lien avec la stratégie foncière et immobilière de développement économique de la Métropole. La Métropole est également lauréate en 2024 du plan de transformation des zones commerciales lancé par l'Etat avec une aide en ingénierie pour étudier la transformation d'une première zone sur le secteur Champ Roman-Péri à Saint-Martin-d'Hères. Une nouvelle candidature a été déposée dans le cadre de la 2ème vague du plan de transformation des zones commerciales, dont le périmètre porte sur les zones Cap 38 et Cap des H à Saint Egrève.

- **Coordonner les initiatives en faveur du commerce en créant un office métropolitain du commerce**

Afin de rassembler les acteurs économiques du territoire dans la mise en œuvre de cette stratégie, il est proposé la **création d'un office métropolitain du commerce**, qui rassemblerait dans sa gouvernance les élus métropolitains, communaux, les représentants des chambres consulaires, des unions commerciales, la foncière commerciale, les acteurs de l'immobilier d'entreprise... Il permettrait ainsi de coordonner les initiatives liées au

commerce et d'assurer une approche cohérente et concertée entre les différents acteurs. Il pourrait ainsi proposer :

- Des permanences décentralisées dans différentes communes de la Métropole,
- Un accueil de commerçants et porteurs de projets pour les informer, orienter et faciliter leurs démarches dans une logique à terme de guichet unique,
- L'organisation d'événements intercommunaux,
- Un renforcement de nos outils de mesure de l'activité commerciale
- La création de services innovants pour les commerçants ainsi que pour les consommateurs,
- Le renforcement de l'image et de la notoriété du tissu commercial du cœur métropolitain,
- L'organisation d'échanges, tables rondes, ateliers...

L'Office Métropolitain du Commerce sera chargé de suivre la mise en œuvre des actions de la présente stratégie et d'assurer leur évaluation. Cette agora du commerce métropolitain, qui sera un lieu d'échanges et de coordination, n'aura pas de personnalité juridique propre et sera portée par la Métropole.

Axe 2. Renforcer l'attractivité du centre historique de la Métropole

Les transformations en cours viennent modifier l'équilibre commercial du centre historique métropolitain. Des actions sont à engager ou à conforter afin de maintenir son attractivité.

- Animer le cœur historique pour conforter son l'attractivité

Les événements et les temps d'animation constituent des leviers indispensables pour l'attractivité d'un centre-ville, pour l'ensemble des habitants de la Métropole ainsi que pour les touristes. Ils participent à consolider l'expérience vécue dans le centre-ville et ainsi à fidéliser le public mais aussi à drainer de nouveaux visiteurs. Le **développement d'animations** d'envergure est à conforter, en lien avec les unions commerciales (LabelVille) et associations d'animation (Descente des Alpagnes...) : événement autour de la seconde main, interventions artistiques, piétonisation éphémère avec des espaces de convivialité...

Les parcours thématiques permettent de découvrir la ville d'une manière singulière et incitent à la déambulation. Un travail est à engager pour **créer des parcours marchands plus lisibles** ainsi que la **définition d'identités par quartier** en associant les commerçants afin de permettre une meilleure appropriation. Cela pourrait passer par la création d'une identité graphique en jouant avec les éléments urbains, les vitrines des commerçants et artisans. Cette identité de quartier pourrait être renforcée par le déploiement de mobilier urbain temporaire. Une **campagne de communication** globale, pour inciter à redécouvrir le centre-historique de la Métropole, sera développée en parallèle.

Pour mieux anticiper les mutations et évolutions sur le centre historique métropolitain, faire venir des enseignes locomotives et renforcer son attractivité, il est proposé d'avoir une **veille commerciale renforcée** (présence sur les salons, relations presse Grenoble Alpes...).

Des **enquêtes d'opinion** permettraient de mieux cerner les pratiques des usagers, les atouts ou les freins à la fréquentation dans les commerces du centre historique métropolitain, la qualité de l'offre, l'accueil, le parcours marchand...

Afin de renforcer l'image et la notoriété du tissu commercial, de faciliter les démarches des commerçants et les interactions avec les collectivités, les unions commerciales et les partenaires, **une permanence dans un local partagé en centre-ville** sera proposée. Elle pourrait notamment accueillir les services de la Métropole en charge du commerce, de la

ville de Grenoble et les équipes de LabelVille, offrant une porte d'entrée unique aux commerçants.

- **Améliorer l'environnement urbain**

L'environnement urbain constitue un élément essentiel de la qualité de vie et de l'attractivité d'un centre-historique métropolitain.

La Métropole, dans un lien étroit avec la Ville de Grenoble, travaille sur l'environnement urbain, pour imaginer le centre-ville de demain, accessible et ouvert à toutes et tous, en questionnant en particulier la place de l'enfant et des familles dans le centre-ville.

Un travail pour améliorer la qualité d'usage des rues piétonnes du centre-ville est à poursuivre en lien avec la ville de Grenoble : amélioration des sols de l'hyper-centre piétons (projet d'élaboration d'un plan guide), réflexion sur les points de rupture lors des croisements...

Le développement du street art pourrait contribuer à **l'embellissement des devantures** et la lutte contre les tags.

La lutte contre les ilots de chaleurs est un enjeu fort, avec le **développement de la végétalisation**. L'ombrage des zones qui ne peuvent être végétalisées pourrait être étudié.

La prise en compte des déplacements de l'ensemble des usagers est une condition de la fréquentation et de l'attractivité du centre-ville. Des itinéraires faciles à identifier par chacun contribuent au confort d'usage des clients dans le cadre de leurs achats du quotidien. La **mise en place de signalétiques claires** et la communication sur les parkings ou parkings relais disponibles, avec une estimation de la distance/temps de marche ou de déplacements à vélos jusqu'aux principales destinations, peut avoir un effet incitatif.

Axe 3. Renforcer l'accompagnement de proximité pour un commerce responsable et engagé dans les transitions

- **Proposer un accompagnement de proximité à toutes les étapes de vie de l'entreprise**

La Métropole bénéficie d'une équipe de « développeurs commerce » territorialisés qui assure, aux côtés des communes, un accompagnement de proximité des porteurs de projets et des commerçants et artisans en activité, dans l'ensemble de leurs démarches, de l'implantation au développement. Pour renforcer la présence de proximité, une expérimentation de 4 **permanences décentralisées** par secteurs en lien avec les communes a été lancée à l'été 2024 (Saint-Egrève, Sassenage, Vizille, Varcès). En fonction des résultats, elle pourra être pérennisée et étendue.

La Métropole **soutient la création d'entreprises** de commerce et d'artisanat sur le territoire, en finançant les structures d'appui à la création d'activités (aide au montage de projet, financement, aide à l'installation et au développement) et en organisant ou participant à des événements sur le territoire (forum « Je crée ma boîte », forum « Osez l'entreprise »...).

La Métropole accompagne les commerçants et artisans à travers **le dispositif métropolitain d'aide à l'investissement** des entreprises de commerce, d'artisanat et de services avec vitrine et des commerces non sédentaires. Il est proposé de poursuivre ce dispositif qui permet la prise en charge des dépenses réalisées à hauteur de 30 à 50 % du montant HT

avec une subvention maximum de 10 000 euros. Face aux défis de la transition énergétique, la Métropole a fait évoluer son dispositif en 2023 afin de porter à 50% le taux de prise en charge pour les dépenses visant à la réduction de la consommation énergétique ou à la réduction du volume des déchets.

La Métropole est aussi présente dans l'**accompagnement des entreprises en difficulté**, à travers un financement auprès des chambres consulaires pour mener des accompagnements individuels.

Au cours des dernières années, la Métropole a, par ailleurs, renforcé son offre de service aux commerçants dans le domaine du **recrutement**. En effet, les services de la Métropole accompagnent au quotidien tous types de commerçants pour trouver de nouveaux collaborateurs. Des actions de recrutements spécifiques, type jobdating, seront organisées et les métiers du commerce seront valorisés au cours du forum métropolitain des métiers. L'ensemble des acteurs de l'emploi fédérés par la Métropole, notamment les missions locales, seront partenaires de cette offre de service. De plus, l'offre de service proposé par la Métropole en matière de Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE), est ouverte à l'ensemble des commerçants, en matière d'aide au recrutement, mais également d'achat responsable. A ce titre, les conventions de partenariat signées avec Apsys pour le projet Neyrpic et avec Klepierre pour le projet d'extension de Grand Place sont des exemples concrets de mise en œuvre d'une RSE avec l'usage de clauses sociales sur les chantiers de ces deux projets.

- **Accompagner les commerçants vers un modèle plus durable et éthique**

La Métropole accompagne les commerçants, comme l'ensemble des acteurs économiques, pour les aider à mettre en place des pratiques commerciales qui tiennent compte des impacts sociaux, environnementaux et économiques de leurs activités. Cet accompagnement dans une démarche globale de transition couvre différents leviers :

L'alimentation plus durable :

- A travers le partenariat avec l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie de l'Isère (UMIH 38), la Métropole encourage et accompagne les restaurateurs et hôteliers à s'engager dans une démarche d'obtention de labels environnementaux / circuits courts / fait maison (Clé Verte, Maître Restaurateur, Ecotable...).
- Dans le cadre des débats pour le climat, dispositif mis en œuvre suite à la Convention Citoyenne pour le Climat, la Métropole va mobiliser des professionnels autour de l'alimentation durable : restaurateurs, boulangers, restauration rapide. L'objectif est d'aider les professionnels à changer de comportement pour proposer une offre végétarienne abondante et de qualité, de saison et/ou locale (partenariat UMIH 38, sollicitation des syndicats professionnels, Agence Grenoble Alpes...).
- La Métropole va renforcer la valorisation de la production locale, à travers la promotion des produits de la marque « Nos produits IS HERE » portée par le Pôle agroalimentaire et le confortement du nombre de producteurs présents sur le Grand Marché des Alpes-MIN ainsi qu'avec l'aide à la structuration des magasins de producteurs.
- La Métropole engage une démarche collective avec les supermarchés et hypermarchés alimentaires pour les sensibiliser et les accompagner dans la transition énergétique, la diminution des déchets, le réemploi des contenants et la vente en vrac, la lutte contre le gaspillage alimentaire, l'économie circulaire, la logistique du dernier kilomètre et les plans de mobilité employeur...

La transition énergétique :

- A travers l'aide à l'investissement des entreprises de commerce, d'artisanat et de services avec vitrine, ou le dispositif Mur Mur TPE PME pour les locaux de plus de 300 m², la Métropole accompagne la rénovation énergétique des locaux commerciaux sur le territoire.
- Des actions de sensibilisation sur l'extinction de l'éclairage et la limitation des écrans lumineux dans les vitrines sont menées auprès des commerçants.

L'économie circulaire :

- L'accompagnement au développement de boutiques de réemploi et de seconde main est à conforter, en lien avec les feuilles de route économie circulaire et textile, que ce soit en centre-ville, dans les galeries commerciales de Grand Place et Neyrpic ou dans les zones commerciales.
- Des actions de promotion du vrac sont menées auprès des commerçants alimentaires, avec notamment le guide métropolitain de l'achat responsable qui permettra une mise en valeur des commerçants engagés dans la démarche.
- La Métropole souhaite développer le réemploi du verre en ciblant à la fois le réseau des points de vente - commerces de proximité, les Cafés Hôtels Restaurants ainsi que les Grandes et Moyennes Surfaces et l'offre de livraison à domicile.
- Le développement et la visibilité des services de réparation est à conforter.
- L'accompagnement des Cafés Hôtels Restaurants dans l'usage de contenants réutilisables dans la vente à emporter est privilégié.
- Le réemploi des emballages de logistique des commerces fera l'objet d'une étude afin de favoriser la logistique inverse et les services de proximité.

La logistique durable :

- La Métropole travaille à optimiser le fonctionnement de la logistique du dernier kilomètre pour en limiter les externalités négatives tout en soutenant le développement économique. Elle a approuvé une feuille de route logistique urbaine durable par délibération de décembre 2023. Parmi les axes prioritaires figurent la sensibilisation et l'accompagnement des commerçants dans la décarbonation de leur logistique des derniers kilomètres : sensibilisation des commerçants à la logistique durable et information sur l'offre alternative, accompagnement à l'évolution des flottes des commerçants via la prestation de conseil et le Fonds Air Véhicules ; travail à engager avec les unions de commerçants afin de co-construire des services adaptés (mutualisation de commandes...).
- D'autres axes de la feuille de route ont pour objectif d'optimiser la gestion des approvisionnements et des livraisons des commerçants :
 - La réalisation d'un schéma d'accueil des activités logistiques permettra d'identifier des espaces adaptés pour accueillir ces activités. Seront notamment étudiés : l'opportunité d'un Hôtel de Logistique Urbaine et le maillage d'Espaces de Logistique Urbaine sur le territoire.
 - Les entreprises du Grand Marché des Alpes-MIN seront incitées à diminuer les impacts de leur chaîne logistique en faisant appel à des transporteurs vertueux ou en mutualisant des livraisons aux restaurateurs, épiceries...
 - La Métropole développera la cyclo-logistique en apportant un soutien à ces opérateurs.
 - Un travail en partenariat avec les communes permettra d'améliorer le fonctionnement des aires de livraison. Cette action a pour but de s'assurer que les places de livraison soient matériellement disponibles pour l'approvisionnement des commerçants.

La Métropole ne juge pas opportun d'autoriser des ouvertures supplémentaires au-delà des 5 dimanches qui sont la prérogative des Maires. Si elle venait à être saisie, il sera ainsi proposé que la Métropole délibère en ce sens.

Enfin, le concours des commerces accessibles organisé par la Métropole évolue pour récompenser et mettre en avant les commerçants du territoire métropolitain sur différentes thématiques : engagé dans des démarches de transition, éthique, innovant, favorisant l'accessibilité, impliqué dans l'embellissement des devantures/étalages, à destination des commerçants sédentaires et non sédentaires. La remise des prix du concours **deviendra le rendez-vous annuel métropolitain sur le commerce**, permettant à la Métropole de livrer sa vision du commerce durable et éthique.

La nouvelle stratégie de la Métropole nécessite la mobilisation de tous les acteurs afin de répondre aux enjeux du commerce de demain, développer des projets collectifs, concilier les centres-villes, centre-bourgs, galeries et zones commerciales, pour un commerce durable et équilibré sur le territoire.

Après examen de la Commission Développement et attractivité, rayonnement économique et promotion du territoire du 21 juin 2024, et après en avoir délibéré, le Conseil métropolitain :

- Approuve la définition, telle qu'exposée ci-avant, de la stratégie d'intervention de Grenoble-Alpes Métropole pour relever les défis d'une attractivité commerciale durable.

Abstention 15 : 11 voix du groupe Métropole Territoires de Progrès Solidaires (Emilie CHALAS, Evelyne DE CARO, Joëlle HOURS, Fabrice HUGELE, Sabine LEYRAUD, Franck LONGO, Christophe REVIL, Olivier SIX, Claude SOULLIER, Marie-Noëlle STRECKER, Laurent THOVISTE) ; 3 voix du Groupe d'Opposition – Société Civile, Divers droite et Centre (Brigitte BOER, Alain CARIGNON, Dominique SPINI), Alexandre MOULIN-COMTE

Déport 1 : Lucille LHEUREUX

Conclusions adoptées à l'unanimité des suffrages exprimés.

Le Président,

CHRISTOPHE FERRARI

Le présent acte a été publié le