



*Liberté • Égalité • Fraternité*

**RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**  
**MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES**

**NOUVELLES MODALITÉS D'INTERVENTION DU**  
**Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce**  
**(FISAC)**

**Sous forme**

**D'APPEL A PROJETS**

**EDITION 2017**

**Textes de référence : Article L.750-1-1 du code de commerce et décret n°2015-542 du 15 mai 2015 pris pour l'application de l'article L.750-1-1 du code de commerce, modifié par le décret n°2015-1112 du 2 septembre 2015**

**Date de dépôt des dossiers en DIRECCTE :**

- **Dès publication de l'appel à projets, au fil de l'eau, et au plus tard le 27 octobre 2017 pour les opérations individuelles en milieu rural,**
- **Dès publication de l'appel à projets, au fil de l'eau, et au plus tard le 29 janvier 2018 pour les opérations collectives.**

**NB : tous les dossiers déposés doivent impérativement être présentés selon les modalités prévues au présent règlement sous peine d'être déclarés inéligibles.**

Adresse de publication de l'appel à projets :  
**[www.entreprises.gouv.fr](http://www.entreprises.gouv.fr)**

Demandes de renseignements :  
Correspondants FISAC en DIRECCTE

## Direction Générale des Entreprises

### REGLEMENT DE L'APPEL A PROJETS

#### A – NOUVELLES MODALITES D'INTERVENTION DU FISAC ET PRIORITES GOUVERNEMENTALES

Le commerce est un secteur essentiel de l'économie, en milieu rural comme en milieu urbain : 11% du PIB, 22 % des entreprises et des emplois, soit plus de 3 millions de salariés. Par sa présence diversifiée, il met localement à disposition des consommateurs résidents ou de passage, un grand choix de biens de consommation, parmi lesquels les produits de première nécessité, contribuant ainsi à nourrir le lien social et à structurer les territoires. Le commerce est engagé depuis plusieurs décennies dans une évolution profonde, caractérisée notamment par la multiplication des centres commerciaux de périphérie, le développement du commerce électronique mais également par des transformations internes qui modifient ses modes d'intervention.

Simultanément, la sociologie du pays et les technologies notamment numériques ont profondément évolué, et modifié les comportements d'achat des consommateurs. Par ailleurs ceux-ci privilégient davantage une approche d'achat plus diversifiée, plus qualitative et plus sélective. Si les centres-villes ont pu devenir moins attractifs et que la désertification de certains territoires s'est accrue, on observe chez les consommateurs une tendance au retour vers le local et la proximité. Au final, c'est la qualité de l'offre et de la relation au client en termes d'accessibilité physique et numérique, de prix et de disponibilité qui emporte la conviction du consommateur.

Le secteur du commerce est constitué très majoritairement de Très Petites Entreprises (TPE) de proximité qui représentent une part importante de l'emploi dans les villes moyennes et rurales. Pour pouvoir être viables et pérenniser leurs activités, elles doivent savoir s'adapter de manière constante pour pouvoir mieux répondre aux besoins, aux attentes et aux nouveaux comportements des consommateurs. La redynamisation des commerces, des entreprises artisanales et de services de proximité joue à cet égard un rôle essentiel en matière d'aménagement du territoire, de redynamisation des centres-villes et des quartiers, d'animation et de création de lien social et surtout d'emplois.

S'agissant plus particulièrement du milieu urbain, le rapport relatif à la revitalisation commerciale des centres villes (disponible à l'adresse [http://www.economie.gouv.fr/files/files/PDF/Rapport\\_RevitalisationcentresvillesVdef\\_octobre2016.pdf](http://www.economie.gouv.fr/files/files/PDF/Rapport_RevitalisationcentresvillesVdef_octobre2016.pdf)), remis en octobre 2016 aux ministres chargés du logement, de l'aménagement du territoire, et du commerce et de l'artisanat, montre que :

- Les commerçants sont les premiers acteurs de la vitalité commerciale d'un centre-ville, individuellement en tant qu'entrepreneurs et collectivement en s'organisant pour une meilleure coordination avec tous les échelons pertinents de la vie de la cité ;
- La vitalité commerciale d'un centre-ville dépend aussi de la capacité des collectivités locales à co-définir avec les professionnels concernés une stratégie globale pour le centre-ville incluant entre autres la dimension du commerce ;
- En accompagnement des acteurs privés et publics du centre-ville, la mobilisation, dans un cadre national, d'outils renforcés pour organiser l'offre commerciale et un appui financier ciblé reste utiles. »

**Dans ce contexte le Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC) est l'un des outils essentiels de consolidation et de développement du commerce et de l'artisanat de proximité au profit d'un développement territorial équilibré dont ces secteurs sont les « locomotives ». Ses interventions se font sous forme de subventions.**

Cet outil est devenu indispensable aux collectivités territoriales dans leurs projets de développement économique local, dans la mesure où il impacte non seulement largement les TPE en intervenant directement aux côtés de ces collectivités dans les actions de modernisation, d'accessibilité et de sécurisation des locaux d'activité de ces entreprises, mais également la qualité de vie des habitants.

L'utilité du FISAC n'est plus à démontrer au plan local : l'approche partenariale qu'il permet est, en effet, adaptée au contexte spécifique dans lequel interviennent les acteurs du commerce, de l'artisanat et des services. Par la double nature de ses interventions, publiques et privées, il donne à chaque euro public investi un effet de levier important (au moins de 1 à 5).

Grâce aux aides du FISAC, un dernier commerce peut être sauvé dans un territoire rural, un emploi peut être maintenu, un centre-ville peut être revivifié, un marché peut être modernisé et un centre commercial de proximité peut être restructuré.

Les contraintes budgétaires ont imposé une refonte totale du dispositif à compter de 2015, pour redonner sa pleine efficacité au FISAC. Cette réforme s'est traduite par :

- La mise en place de nouvelles modalités de sélection des dossiers au moyen d'appels à projets. Les appels à projets permettent de sélectionner, parmi les dossiers éligibles, ceux qui bénéficieront d'une aide du FISAC compte tenu des ressources disponibles et des priorités fixées par le ministre chargé du commerce ;
- Un engagement prioritaire aux côtés, d'une part, des entreprises les plus fragiles pour les aider à affronter les défis du futur et, d'autre part, des communes rurales et des quartiers prioritaires de la politique de la ville pour les aider à maintenir et à développer leurs activités commerciales, artisanales et de services, notamment en utilisant le levier numérique.

**La présente édition de l'appel à projets FISAC sera dotée au niveau national d'un montant individualisé pour les opérations collectives, d'une part, et pour les opérations individuelles, d'autre part. Ces montants seront fixés courant 2018, après publication de la loi de finances initiale pour 2018.**

**Au sein de la dotation pour les opérations collectives, Martine Pinville, secrétaire d'Etat chargée du Commerce, de l'Artisanat, de la Consommation et de l'Economie sociale et solidaire, a souhaité qu'une enveloppe d'un million d'euros soit spécifiquement dédiée à des expérimentations, des projets innovants visant à intégrer l'aménagement commercial dans une stratégie plus large de développement urbain, à porter des partenariats renforcés entre acteurs publics et privés, et à développer le management de centre-ville pour revitaliser les centres-villes ayant un taux élevé de vacance commerciale (cf partie I.2, points f) à h)).**

Les projets exemplaires financés dans ce cadre seront diffusés en tant que bonnes pratiques sur les différents supports numériques et papier dédiés à la revitalisation des centres-villes (dont <http://www.entreprises.gouv.fr/coeur-de-ville> dans une rubrique spécifiquement dédiée aux projets « labellisés » par Martine Pinville dans le cadre du M€)

**Les priorités thématiques de l'édition 2017 sont :**

**Pour les opérations collectives en milieu rural et les opérations collectives en milieu urbain :**

- La modernisation, la diversification, l'accessibilité physique et numérique ainsi que la sécurisation des entreprises de proximité existantes ;
- La création et la modernisation des halles et des marchés couverts, ainsi que des marchés de plein air, tant au niveau des infrastructures matérielles que digitales

**Pour les opérations individuelles en milieu rural :**

- La création, la modernisation, la diversification, l'accessibilité physique et numérique ainsi que la sécurisation des commerces multiservices en zones rurales ;
- La création, la modernisation, la diversification, l'accessibilité physique et numérique ainsi que la sécurisation du dernier commerce du secteur d'activité concerné en zones rurales ;
- La création, la modernisation, la diversification, l'accessibilité physique et numérique ainsi que la sécurisation des stations-services (notamment en cas de risque imminent de pollution, par exemple lors de cuves percées), qui assurent le maillage du territoire et dont la gestion est assurée par un exploitant indépendant ou par une commune.

**Les dossiers présentés au titre d'une opération individuelle en milieu rural ou au titre d'une opération collective doivent impérativement comporter au moins une action se rapportant à l'une des priorités définies ci-dessus.**

**Les zones géographiques privilégiées sont :**

- **Les communes classées en zones de revitalisation rurale (ZRR),**
- **Les quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV),**
- **Les centres-villes dégradés connaissant un fort taux de vacance commerciale, notamment au titre de l'enveloppe d'un million d'euros prévue pour soutenir les expérimentations et projets innovants précités.**

## **B – OBJET DE L'APPEL A PROJETS**

Cet appel à projets vise à :

- promouvoir une offre de proximité qui réponde à l'évolution des attentes des consommateurs, en utilisant par exemple des outils du numérique ;
- promouvoir une offre de proximité qui s'inscrive dans une stratégie commune et des partenariats avec les acteurs concernés par la vie de la cité ;
- préserver le savoir-faire des TPE des secteurs du commerce, de l'artisanat et des services et donner à celles-ci les moyens de se moderniser et de se développer, via notamment des technologies numériques ;
- favoriser la redynamisation des territoires, ruraux et urbains particulièrement marqués par la dévitalisation commerciale

Les Pouvoirs publics souhaitent ainsi apporter leur soutien à des opérations structurantes et coordonnées en faveur de la dynamisation du commerce de proximité, compris dans le sens le plus large : activités commerciales, activités artisanales et activités de services.

Il s'agit de **soutenir les projets collectifs et innovants pilotés par des collectivités publiques** et visant, par des mesures directes et indirectes d'accompagnement, à inciter et à aider les entreprises à intégrer des démarches d'innovation, de création, de développement durable, de valorisation, de promotion des savoir-faire, et de transformation numérique des TPE.

Les acteurs locaux peuvent dans ce cadre mettre en œuvre des opérations d'envergure combinant **des actions de fonctionnement et des actions d'investissement ayant une incidence sur les activités commerciales, artisanales et de services de proximité, éligibles ou pas au FISAC**. Ils devront mesurer leur impact sur les activités des TPE dans les territoires et dans les quartiers et pérenniser par la suite les actions les plus pertinentes.

Une attention particulière est également apportée aux projets des collectivités publiques de moins de 3 000 habitants qui se mobilisent pour favoriser le maintien et le développement de leurs activités de proximité sur leur territoire.

## **C – OPERATIONS ELIGIBLES**

Les opérations éligibles comportent deux catégories d'opérations :

**1) Des opérations collectives (OC) qui concernent des entreprises appartenant à un secteur géographique donné, fragilisé par l'évolution démographique ou par une situation économique particulièrement difficile, générant un taux de vacance commerciale important et/ou un taux important de fermeture d'entreprises commerciales ou artisanales. Ces opérations visent à maintenir ou à améliorer le tissu des entreprises commerciales, artisanales et de services de proximité implantées :**

- **En milieu rural** dans les pays et les groupements de communes rurales ;
- **En milieu urbain :** dans les centres-villes et les quartiers des communes de plus de 3000 habitants.

**A) Des opérations individuelles en milieu rural (OIMR) :** elles portent sur l'accompagnement de la dynamisation du commerce de proximité en milieu rural, en incitant les entreprises installées ou devant s'installer dans les centres-bourg des communes de moins de 3 000 habitants à apporter de nouveaux services à la population locale par la création d'activités nouvelles ou par la modernisation de celles déjà existantes.

**Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce**

**MODALITES APPLICABLES  
AUX OPERATIONS COLLECTIVES  
EN MILIEU RURAL  
ET  
EN MILIEU URBAIN  
(OC)**

**Direction Générale des Entreprises**

# **I. MODALITES APPLICABLES AUX OPERATIONS COLLECTIVES EN MILEU RURAL ET EN MILIEU URBAIN (OC)**

## **I.1 Critères d'éligibilité**

### **I.1.1 Porteurs de projets éligibles**

Sont éligibles au financement du FISAC dans le cadre du présent appel à projets les projets d'opérations collectives portés par :

- une commune ;
- un organisme public de coopération intercommunale ;
- une chambre de commerce et d'industrie ;
- une chambre de métiers et de l'artisanat ;
- une société d'économie mixte locale.

Les candidatures doivent obligatoirement être présentées sous la forme d'un partenariat réunissant la/les collectivités publiques, les associations de commerçants et d'artisans, la chambre de commerce et d'industrie et la chambre de métiers et de l'artisanat. **Ce partenariat est formalisé au sein d'un comité de pilotage présidé par le maire (ou son représentant) de la commune ou par le président (ou son représentant) de la collectivité publique présentant le projet.**

**Les porteurs de projet doivent disposer d'une vision globale de l'équilibre commercial recherché pour leur territoire et prévoir les moyens d'une pérennisation du programme d'actions au-delà de la période pour laquelle le financement de l'Etat est accordé.**

### **I.1.2 Dépenses éligibles et taux d'aide**

**Le financement d'une action par le FISAC est subordonné à la condition que celle-ci ne bénéficie pas par ailleurs d'un autre financement de l'Etat.**

Les rubriques mentionnées ci-dessous détaillent les dépenses éligibles et les taux maxima d'aide.

#### **a) Moderniser les entreprises de proximité existantes**

Les dépenses d'investissement réalisées par les entreprises de proximité qui apportent un service à la population locale ou qui permettent le maintien d'un service local (par exemple en combinant vente locale et e-commerce), et dont le chiffre d'affaires est inférieur à 1 million d'euros hors toutes taxes, sédentaires et non sédentaires, situées dans le périmètre de l'opération, peuvent donner lieu à l'octroi d'une aide financière de l'Etat. La surface de vente des entreprises alimentaires ne peut excéder 400 m<sup>2</sup>.

Les entreprises de proximité doivent justifier de leur immatriculation au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers, ou de l'accomplissement des formalités obligatoires lors de la création de l'entreprise par tout moyen.

Les clients de ces entreprises sont principalement des consommateurs finaux. Par consommateurs finaux, il faut entendre particuliers.

Sont exclues du champ des opérations éligibles : les pharmacies, les professions libérales ainsi que les activités liées au tourisme (emplacements destinés à accueillir les campeurs, les restaurants gastronomiques, les hôtels-restaurants....).

En revanche, peuvent être éligibles les cafés, de même que les restaurants, lorsque leurs prestations s'adressent majoritairement à la population locale. Si tel n'est pas le cas, ces restaurants peuvent cependant être pris en compte à condition qu'ils aient un caractère permanent (ouverture au moins 10 mois sur 12, 5 jours par semaine) et que leurs exploitants exercent, en sus, une activité commerciale complémentaire dans leur établissement (épicerie, point poste, dépôt de pain....).

De même, sont éligibles les stations-services dont la gestion est assurée par un exploitant indépendant ou par une commune, lorsque leur chiffre d'affaires est inférieur à 1 million d'euros hors taxes, y compris la taxe de consommation intérieure sur les produits énergétiques.

Sont éligibles à ce titre les dépenses visant à :

- moderniser les locaux d'activité et les équipements professionnels, y compris les véhicules de tournées utilisés par les commerçants pour assurer une desserte itinérante de proximité et /ou de livraison dans les communes dépourvues d'activités commerciales et leur aménagement. Les outils numériques facilitant notamment le développement d'une offre de vente de service et de produits en ligne et la communication, d'une part, (site internet, mailing...)et les équipements permettant la mise à disposition des produits sur des horaires élargis (distributeurs par exemple) sont également éligibles ;
- sécuriser et rendre accessibles à tous les publics les entreprises commerciales, artisanales et de services, y compris via des technologies numériques ;
- rénover les vitrines.

Le matériel d'occasion est éligible sous réserve de la production d'actes authentifiant la vente et d'une attestation du vendeur selon laquelle le matériel n'avait pas été subventionné à l'origine. Cette disposition s'applique également dans le cas d'acquisition de camions de tournées d'occasion.

Le montant des dépenses d'investissement subventionnables est plafonné à 75 000 €HT.

Le financement par le FISAC de ce dispositif d'aides directes aux entreprises est subordonné à la condition que la participation financière cumulée de la (ou des) collectivité(s) territoriale(s) et de l'(ou des) organisme(s) public(s) de coopération intercommunale concernés soit au moins égale à celle du FISAC. Cette règle n'est pas applicable aux opérations réalisées dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville. Dans le cas des départements d'outre-mer et des collectivités d'outre-mer de Saint-Pierre-et-Miquelon, Saint-Barthélemy et Saint-Martin, l'engagement de l'Etat ne peut excéder celui, cumulé, des collectivités territoriales, des organismes publics de coopération intercommunale et des fonds structurels européens participants.

Les aides sont allouées à des entreprises viables et ne doivent pas induire de distorsion de concurrence.

**Le taux maximum d'intervention pour ces investissements est fixé à 20 %. Il est porté à 30 % lorsque ces investissements portent sur l'accessibilité des entreprises à tous les publics.**



## **b) Améliorer le cadre dans lequel s'exercent les activités de proximité :**

Sont éligibles à ce titre les dépenses visant à :

- l'achat par la ou les collectivité(s) publique(s) concernée(s) de locaux d'activité (hors fonds commerciaux), cet achat se justifiant par l'absence de valeur de ces fonds, faute de repreneur, et les biens concernés étant destinés à rester au minimum dix ans propriété de la collectivité ;
- la rénovation de la signalétique des espaces dédiés aux activités commerciales, artisanales et de services ;
- la création et la modernisation des halles et marchés couverts, ainsi que des marchés de plein vent : sont pris en compte le gros œuvre et les aménagements intérieurs (climatisation, éclairage, carrelage et traitement des sols, centrale de froid), ainsi que tous les équipements directement rattachables à l'exercice de la fonction commerciale, y compris le développement d'outils numériques, par exemple pour la commercialisation en ligne et la communication (site internet, mailing,...) ;
- les investissements de restructuration des centres commerciaux de proximité qui regroupent plusieurs entreprises de proximité dont le chiffre d'affaires est inférieur à 1 million d'euros hors taxes, lorsque l'Etablissement public national d'aménagement et de restructuration des espaces commerciaux et artisanaux (EPARECA) et/ou l'Agence nationale pour la rénovation urbaine (ANRU) n'interviennent pas.
- la réhabilitation des centres-bourgs des communes rurales de moins de 3 000 habitants, situées dans le périmètre d'une opération collective en milieu rural, dès lors qu'elle crée un environnement favorable à l'exercice des activités commerciales, artisanales et de services.

**Le taux maximum de financement est fixé à 20 %.**

## **c) Favoriser la structuration des associations de commerçants :**

Sont notamment éligibles à ce titre les dépenses visant à :

- Aider les groupements de commerçants quelle que soit la forme juridique qu'ils prennent, à s'organiser par des actions internes, dans le but de proposer la mise à disposition de nouveaux services pour les consommateurs ;
- Favoriser le développement de la communication interne commune (Intranet, bulletins d'information non publicitaires) et de la communication externe et la mise en place d'animations et d'actions de promotion commerciale (hors frais de bouche) ;
- Mettre en place des outils numériques qui contribuent à rapprocher l'ensemble des commerçants entre eux et à l'égard de leur clientèle.

**Le taux maximum de financement est fixé à 30%. Les associations de professionnels concernés doivent participer aux actions de communication, de promotion et d'animation au moins à hauteur de 30% de leur coût.**

## **d) Coordonner l'ensemble des acteurs du commerce et mettre en place un pilotage des programmes financés :**

Sont notamment éligibles à ce titre les dépenses visant à :

- Favoriser le développement d'initiatives menées par des structures permanentes de concertation, avec les élus, les partenaires institutionnels et privés ;
- Favoriser la mise en place et la conduite de « démarches qualité des espaces marchands » permettant un pilotage et une évaluation des actions ;

- Aider à la définition et au suivi des actions collectives (offices du commerce, managers de centre-ville).

**Le taux maximum de financement est fixé à 30 %.**

**e) Développer une offre de services innovants mieux adaptée aux besoins des consommateurs :**

Sont notamment éligibles à ce titre les dépenses visant à :

- Accompagner l'adaptation des commerces aux nouveaux comportements des consommateurs et aux opportunités du e-commerce ;
- Améliorer l'accueil dans les commerces ;
- Mettre en place des services de livraison ;
- Améliorer le service après-vente ;
- Mettre en place des actions visant à faciliter l'acte de consommation (consignes, stewards, garde d'enfants) ;
- Mettre en place des systèmes de portage à domicile ;
- Mettre en place des actions de fidélisation de la clientèle ;
- Mettre en place les outils du management (évaluations, enquêtes, comptage de flux, accompagnements méthodologiques).

**Le taux maximum de financement est fixé à 30 %.**

**f) Développer le professionnalisme et l'innovation dans les pratiques commerciales :**

Sont notamment éligibles à ce titre les dépenses visant à :

- Mettre en œuvre des démarches qualité ;
- Sensibiliser et expérimenter de bonnes pratiques en matière de management, de gestion, de marketing ou de développement durable.

**Le taux maximum de financement est fixé à 30 %**

**g) Améliorer l'offre commerciale :**

Sont notamment éligibles à ce titre les dépenses visant à :

- Etablir des diagnostics économiques et commerciaux des points de vente ;
- Elaborer et mettre en œuvre des dispositions originales visant à faciliter la transmission des commerces ;
- Mettre en place une veille stratégique sur l'évolution des implantations commerciales dans les secteurs commerçants (image, types de commerces ou d'activités, comportements commerciaux) ;
- Favoriser la présence d'activités diversifiées dans le périmètre de l'opération ;
- Accompagner les commerçants et artisans pour les aider à définir leur besoin en matière d'usages numériques (hors formation).

**Le taux maximum de financement est fixé à 30 %.**

**h) Evaluer les opérations financées**

Cette évaluation est obligatoire, même si son ampleur doit rester proportionnée à l'importance du projet et aux moyens dont dispose le porteur de projet. Elle doit être réalisée après une mise en concurrence entre les différents opérateurs qui proposent ces prestations. Elle doit prévoir des outils

de mesure auprès des commerçants et de la clientèle des résultats obtenus suite à la réalisation de l'opération.

**Le taux maximum de financement est fixé à 30 %.**

Pour les subventions destinées à financer les dépenses d'investissement, les taux maxima de 20% et de 30 % sont appliqués aux dépenses subventionnables inférieures ou égales à 800 000 €HT pour les opérations collectives qui concernent les pays, les groupements de communes rurales ainsi que les quartiers prioritaires de la politique de la ville et à 400 000 €HT pour les autres opérations collectives. Au-delà de ces seuils, le taux d'intervention est fixé à 10 % des dépenses subventionnables.

**L'aide attribuée par le FISAC ne peut excéder 400 000 € pour les opérations collectives qui concernent les pays, les groupements de communes rurales et les quartiers prioritaires de la politique de la ville et 200 000 € pour les autres opérations collectives.**

Lorsque les dépenses subventionnables sont inférieures à 10 000 €HT, l'opération ne peut pas être aidée par le fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce, sauf si elle porte sur des travaux de modernisation de halles ou de marchés ruraux.

### **I.1.3 Durée de l'opération**

Chaque projet ne comporte qu'une seule tranche et doit être accompagné d'un calendrier de réalisation de l'opération. Il est précisé que la totalité de l'opération doit être réalisée dans un délai de trois ans à compter de la date de notification de la décision d'attribution de l'aide au bénéficiaire.

### **I.1.4 Dossier de candidature**

Le dossier de candidature doit comporter les éléments d'information suivants :

- une étude préalable de diagnostic, après mise en concurrence, contenant les données quantitatives et qualitatives permettant d'apprécier le projet global dans son contexte : contexte socio-économique du territoire (des données issues de l'INSEE pourront être utilisées), caractéristiques du tissu commercial, besoins des entreprises et des clients. Cela étant, il est admis que l'étude puisse être réalisée par la collectivité territoriale qui porte le projet si elle dispose des moyens en ingénierie suffisants pour le faire. **Les porteurs de projet doivent en tout état de cause renseigner la fiche synthétique figurant en annexe 1 ;**
- les informations techniques détaillées sur les objectifs poursuivis, les actions envisagées pour les atteindre ; les actions inéligibles au FISAC, ayant un impact direct ou indirect sur les activités commerciales et artisanales, **dont la réalisation est prévue dans un délai de trois ans à compter de la date de notification de la décision d'attribution de l'aide au bénéficiaire**, et donc prises en charge par d'autres financeurs, doivent également y figurer ;
- le coût prévisionnel de chaque action (financée ou non par le FISAC), dont la réalisation est prévue dans un délai de trois ans à compter de la date de notification de la décision d'attribution de l'aide au bénéficiaire, assorti de devis ;
- une lettre d'intention formalisant les partenariats entre la/les collectivité(s) publique(s), l'/les association(s) de commerçants et les chambres consulaires ;

- le plan de financement faisant apparaître la participation des différents partenaires et, notamment, le montant de la subvention demandée, action par action (financée ou non par le FISAC) et dont la réalisation est prévue dans un délai de trois ans à compter de la date de notification de la décision d'attribution de l'aide au bénéficiaire;
- un engagement du porteur de projet à mentionner l'existence de l'aide de l'Etat au travers du FISAC et son montant dans les documents d'information, les outils de communication ou les panneaux de chantier ;
- un engagement du porteur de projet à donner aux services de l'Etat accès à toutes les informations utiles sur l'opération aidée et à faire réaliser par un tiers **une évaluation objective de l'opération, après mise en concurrence**, qui permettra de comparer la situation antérieure à la situation résultant des actions aidées ;
- les demandes sont accompagnées d'un relevé d'identité bancaire ou postal portant les références du compte du bénéficiaire qui doit être crédité de la subvention éventuelle.

**Le dossier est adressé en deux exemplaires au Directeur régional des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi. Celui-ci accuse réception du dossier.**

## **I.2 Critères d'évaluation**

Il est rappelé que les actions doivent s'inscrire dans un projet global et pérenne du commerce. Tout projet ponctuel qui ne profiterait pas durablement aux activités de proximité n'a pas vocation à recevoir un financement du FISAC.

**Les projets sont évalués au regard des critères suivants :**

### **a) Respect des priorités énoncées :**

**Les dossiers présentés doivent impérativement comporter au moins une action se rapportant à l'une des deux priorités thématiques mentionnées au A pour les opérations collectives.**

**Il est par ailleurs rappelé que les territoires également mentionnés au A sont prioritaires.**

### **b) Capacité du demandeur à porter le projet :**

Sont examinés en priorité les points suivants :

- la nature des partenariats locaux mis en place et la capacité des partenaires à pérenniser sur financement propre les actions engagées reconnues comme pertinentes ;
- le dynamisme de l'association de commerçants, son engagement et la mobilisation de ses adhérents (outil de communication interne, implication financière des adhérents) ;
- la faisabilité du projet en fonction du montant de l'aide du FISAC envisagée et des actions retenues au regard du programme présenté et de la subvention sollicitée.

### **c) Effet de levier au regard des cofinancements apportés sur l'ensemble de l'opération, y compris les actions non financées par le FISAC, et articulation avec les autres politiques publiques :**

Dans un contexte budgétaire contraint, les porteurs de projet veilleront à mobiliser les fonds selon une logique de mutualisation de l'intervention publique. Il s'agit d'articuler les politiques publiques

d'origines nationale, régionale et locale en recherchant la mise en cohérence technique (complémentarité des outils d'intervention), opérationnelle (mobilisation des acteurs concernés), financière (effet de levier) et stratégique (objectifs et priorités partagés) des initiatives locales, dans le cadre d'une démarche de développement territorial intégré.

Le FISAC a vocation à avoir un effet de levier d'au moins **1/5** (c'est-à-dire que le montant de l'aide sollicitée au titre du Fonds ne doit pas dépasser 20 % du montant total du projet global).

#### **d) Conformité du plan d'action aux objectifs du dispositif :**

La pertinence des actions proposées est évaluée au regard des objectifs de l'appel à projets et des difficultés socio-économiques et commerciales que rencontrent le territoire ou le quartier concerné, notamment les centralités commerciales dégradées connaissant un fort taux de vacances.

De même sont appréciés la diversité et le degré d'exhaustivité des actions proposées au regard des catégories des dépenses éligibles mentionnées du a) au g) du I.1.2. .

#### **e) Intérêt qualitatif des actions proposées :**

L'intérêt du projet sera analysé en tenant compte de façon différenciée de la dimension territoriale et financière du projet et des caractéristiques socio-économiques du territoire concerné.

Les caractéristiques qualitatives particulières du projet sont appréciées au regard des critères suivants :

- **Impact**

- Impact mesurable du projet sur les entreprises (amélioration de l'accueil, de l'attractivité, des services, des produits....) ;
- Impact mesurable sur le développement des entreprises (chiffre d'affaire, résultat, fréquentation....) et de l'emploi ;
- Impact mesurable sur le développement économique du territoire ou du quartier et sur le renforcement du lien social.

- **Innovation**

- Utilisation des technologies numériques ;
- Mise en œuvre de procédés originaux de vente et de communication ;
- Création de nouveaux services destinés aux consommateurs ;
- Promotion de nouvelles démarches ;
- Mise en place de services nouveaux pour les adhérents de l'association (formation, achats groupés de marchandises et de services, conseils).

**En outre, pour les opérations répondant à la priorité géographique concernant les centres-villes connaissant un fort taux de vacance commerciale, les candidatures seront également évaluées au regard des éléments ci-dessous.**

#### **f) Les stratégies de développement urbain**

L'opération de revitalisation commerciale au titre de laquelle un financement du FISAC est sollicité doit s'inscrire dans une stratégie globale de développement des centres-villes remplissant au moins les quatre fonctions suivantes :

- la fonction économique : répondre à des besoins marchands dont de consommation ;

- la fonction identité : créer du lien et un attachement au centre-ville qui devient un point de repère des habitants ;
- la fonction habitat : proposer un habitat en centre-ville adapté aux besoins résidentiels ;
- la fonction services : répondre à des besoins non marchands d'habitants.

Il s'agit de penser « le cœur de ville à 360° » en mobilisant l'ensemble des leviers qui créent de la commercialité : adaptation de l'habitat, offre de soins et services publics, activité et diversité commerciale, accessibilités et mobilités, emploi, notamment dans le secteur tertiaire, patrimoine et cadre de vie, attractivité des espaces publics.

La prise en compte par la collectivité locale concernée de l'aménagement commercial en centre-ville dans les documents de planification de référence (schéma de cohérence territoriale (SCOT), plan local d'urbanisme (PLU), plan local d'urbanisme intercommunal (PLUi) et schéma régional d'aménagement, de développement durable et d'égalité des territoires (SRADDET)) constituera notamment un élément d'appréciation du caractère intégré et durable de la stratégie de revitalisation au titre de laquelle le projet de développement commercial est présenté.

#### **g) Les partenariats publics/privés**

Il convient d'apprécier l'existence de formes juridiques souples de fédération des acteurs publics et privés ayant un rôle qui dépasse la seule fonction d'animation du centre-ville pour impliquer ceux-ci dans la définition et la mise en œuvre d'une stratégie globale pour l'activité commerciale en centralité. Par exemple, l'existence, sous l'impulsion de la collectivité locale, d'un office du commerce peut contribuer à fédérer les acteurs du centre-ville. De même la mise en place d'une société coopérative ou d'un GIE oblige à une évolution des mentalités des acteurs en faisant en sorte que l'intérêt collectif puisse aussi servir l'intérêt économique et commercial de chaque adhérent.

Enfin, le regroupement des acteurs du centre-ville ne peut se faire sans un partenariat étroit avec la municipalité. L'implication des collectivités locales est donc essentielle, et en liaison avec les acteurs publics et privés du centre-ville (association des commerçants, réseaux consulaires, office du tourisme, commerçants non sédentaires, professions libérales, SEM, agglomération...) une démarche de reconquête doit commencer par la mise en place d'une instance de pilotage, un comité de gouvernance du centre-ville commercial, à l'initiative de la commune ou de l'intercommunalité.

Cette structure de gouvernance, dont la composition doit associer les acteurs de la centralité, doit contribuer à intégrer la question du commerce dans une réflexion stratégique globale. Il ne s'agit pas ici de structure juridique mais bien d'un mode opératoire initié par la collectivité locale qui permet de coordonner et d'accompagner les actions des différents acteurs intéressés par le fait commercial en centre-ville.

#### **h) Le management de centre-ville**

Les managers de centre-ville peuvent aider à créer une dynamique partenariale public-privé et garantir la continuité d'un projet global d'attractivité du centre-ville. Ils coordonnent les efforts et les ressources des acteurs publics et privés en vue de promouvoir le commerce et l'artisanat, d'attirer les investisseurs et d'améliorer le parcours et l'acte d'achat en centre-ville. Il s'agit de fonctions de développeur de centre-ville, avec une dimension commerce très marquée. Le manager impulse des actions de structuration du centre-ville en lien notamment avec tous les acteurs du commerce concernés et travaille non seulement au renforcement du dynamisme commercial de la ville mais aussi plus largement à l'attractivité globale du centre-ville.

Il convient donc d'apprécier si l'opération présentée en vue d'un financement du FISAC prévoit la présence d'un manager (financé ou non par le Fonds) et l'étendue de ses missions.



**Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce**

**MODALITES APPLICABLES  
AUX OPERATIONS INDIVIDUELLES  
EN MILIEU RURAL  
(OIMR)**

**Direction Générale des Entreprises**



## **II. MODALITES APPLICABLES AUX OPERATIONS INDIVIDUELLES EN MILIEU RURAL (OIMR)**

Une attention particulière est apportée aux projets des collectivités publiques de moins de 3 000 habitants qui se mobilisent pour favoriser la création d'activités de proximité viables, le maintien du dernier commerce de proximité, la sécurisation et l'accessibilité des locaux d'activité des entreprises de proximité.

### **II.1 Critères d'éligibilité**

#### **II.1.1 Porteurs de projets éligibles**

- les entreprises de proximité, sédentaires et non sédentaires, dont le chiffre d'affaires est inférieur à 1 million d'euros hors taxes, implantées ou exerçant leurs activités dans les centres-bourgs des communes de moins de 3 000 habitants et remplissant les conditions fixées au § I.1.2 a) ;
- les communes de moins de 3 000 habitants, y compris, dans les départements d'outre-mer et les collectivités d'outre-mer de Saint-Pierre-et-Miquelon, Saint-Barthélemy et Saint-Martin, les hameaux et les bourgs ruraux qui sont rattachés administrativement à une commune dont la population est supérieure à 3 000 habitants, dès lors que la population de ces hameaux et de ces bourgs ruraux n'excède pas le seuil de 3 000 habitants ;
- les autres maîtres d'ouvrage publics portant un projet dans une commune de moins de 3 000 habitants (par exemple, organismes publics de coopération intercommunale compétents en matière d'aménagement de l'espace ou de développement économique dont est membre la commune d'implantation du projet, établissements publics).

Les collectivités locales doivent s'engager à louer les locaux pendant 10 ans au moins.

#### **II.1.2 Opérations éligibles**

**Sont éligibles les opérations mises en œuvre dans les centres-bourgs des communes de moins de 3 000 habitants.** Ces opérations doivent être précédées d'une étude de faisabilité, s'appuyer sur des besoins identifiés, être économiquement viables et ne doivent pas induire de distorsion de concurrence.

Par ailleurs, les porteurs de projet doivent être en capacité d'assurer le financement des investissements envisagés.

#### **II.1.3 Dépenses éligibles et taux d'aides**

**Le financement d'une action par le FISAC est subordonné à la condition que celle-ci ne bénéficie pas par ailleurs d'un autre financement de l'Etat.**

Sont éligibles au titre des OIMR, les dépenses d'investissements engagées pour la création, la reprise et la modernisation d'activités commerciales, artisanales et de services :

- Pour les seuls maîtres d'ouvrage publics :
  - L'acquisition ou la construction de locaux d'activité (hors fonds commerciaux) destinés à être loués pendant au moins 10 ans ;
  - L'aménagement des abords immédiats du commerce pour en faciliter l'accès ;

- Pour les maîtres d'ouvrage publics et les maîtres d'ouvrage privés :
  - Les dépenses d'investissement relatives à la modernisation des locaux d'activité, y compris la rénovation des vitrines ;
  - Les dépenses d'aménagement, d'accessibilité à tous les publics et de sécurisation des locaux contre les effractions, y compris via des technologies numériques ;
  - Les équipements professionnels, y compris les véhicules de tournées utilisés par les commerçants pour assurer une desserte itinérante de proximité, et/ou de livraison, dans les communes dépourvues d'activités commerciales et leur aménagement, Sont également éligibles les outils numériques qui permettent notamment le développement d'une offre de vente de service et de produits en ligne et la communication (site internet, mailing...). De même sont éligibles les équipements qui permettent la mise à disposition des produits sur des horaires élargis (distributeurs par exemple) ;

Le matériel d'occasion est éligible sous réserve de la production d'actes authentifiant la vente et d'une attestation du vendeur selon laquelle le matériel n'avait pas été subventionné à l'origine. Cette disposition s'applique également dans le cas d'acquisition de camions de tournées d'occasion.

**Le taux maximum de subvention est fixé à 20 %. Il est porté à 30 % pour les dépenses d'accessibilité des entreprises à tous les publics.**

Pour les subventions destinées à financer les dépenses d'investissement des maîtres d'ouvrage publics, les taux maxima de 20 % et de 30 % sont appliqués aux dépenses subventionnables inférieures ou égales à 400 000 €HT. Au-delà de ces seuils, le taux d'intervention est fixé à 10 % des dépenses subventionnables.

**Le montant maximum de subvention est fixé à 100 000 € pour les projets publics.**

Pour les projets privés le montant de la subvention ne peut excéder 15 000 €. Ce montant est porté à 22.500 € si la dépense subventionnable, dans la limite du plafond de 75 000 €HT prévu au I.1.2.a, porte exclusivement sur des aménagements visant à faciliter l'accessibilité des entreprises à tous les publics.

Lorsque les dépenses subventionnables sont inférieures à 10 000 €HT, l'opération ne peut pas être aidée par le FISAC. Ce seuil est fixé à 7 000 €HT lorsque l'opération est portée par une entreprise non sédentaire.

#### **II.1.4 Durée de l'opération**

Chaque projet ne comporte qu'une seule tranche et doit être accompagné d'un calendrier de réalisation de l'opération. Il est précisé que la totalité de l'opération doit être réalisée dans un délai de trois ans à compter de la date de notification de la décision d'attribution de l'aide au bénéficiaire.

#### **II.1.5 Dossier de candidature**

Le dossier de candidature est adressé en deux exemplaires au Directeur régional des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi. Celui-ci accuse réception du dossier.

Il est accompagné :

- de l'agrément de la commune d'implantation, lorsque le projet est présenté par un maître d'ouvrage privé ;
- du plan de financement faisant apparaître la participation des différents financeurs et, notamment, le montant de la subvention demandée par poste de dépense, assorti de devis ;

- du plan de la commune faisant apparaître le lieu d'implantation du/des commerces, étant rappelé qu'il(s) doit (ou doivent) se situer en centre-bourg ;
- d'un engagement du porteur de projet à mentionner l'existence de l'aide de l'Etat au travers du FISAC et son montant dans les documents d'information, les outils de communication ou les panneaux de chantier ;
- d'un engagement du porteur de projet à donner aux services de l'Etat accès à toutes les informations utiles sur l'opération aidée ainsi qu'aux données économiques et financières permettant d'évaluer les effets ou l'impact de l'opération sur une période de cinq ans ;
- d'un relevé d'identité bancaire ou postal portant les références du compte du bénéficiaire qui doit être crédité de la subvention éventuelle.

## **II.2 Critères d'évaluation**

**Les dossiers présentés doivent impérativement comporter au moins une action se rapportant à l'une des trois priorités thématiques mentionnées au A pour les opérations individuelles en milieu rural.**

**Il est par ailleurs rappelé que les territoires également mentionnés au A sont prioritaires.**

Pour les opérations de création/reprise et de modernisation, les autres critères portent essentiellement sur :

- l'effet incitatif de l'aide,
- pour les projets publics : niveau des loyers,
- l'effet de levier du FISAC au regard des participations des autres financeurs hors Etat,
- la faisabilité du projet en fonction du montant de l'aide du FISAC envisagée et des dépenses retenues au regard des investissements présentés et de la subvention sollicitée.

Pour les seules opérations de création-reprise, sont appréciés :

- le caractère indispensable des biens ou services rendus pour la population locale,
- le nombre d'emplois créés ou sauvegardés,
- les compétences et qualifications de l'exploitant.

Pour les seules opérations de modernisation, est prise en considération :

- la soutenabilité du modèle économique.

**Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce**

**DISPOSITIONS COMMUNES**

**AUX OPERATIONS COLLECTIVES**

**ET**

**AUX OPERATIONS INDIVIDUELLES**

**Direction Générale des Entreprises**

### **III. DISPOSITIONS COMMUNES AUX OPERATIONS COLLECTIVES ET AUX OPERATIONS INDIVIDUELLES**

**III.1** Comme il est indiqué au A, la présente édition de l'appel à projets FISAC sera dotée au niveau national d'un montant individualisé, d'une part pour les opérations collectives et, d'autre part, pour les opérations individuelles. Ces montants seront fixés courant 2018, après publication de la loi de finances initiales pour 2018. Les dossiers sélectionnés sur la base des critères énoncés aux points I.1 et II.1 ci-dessus et des modalités figurant au point III.2 ci-dessous seront financés dans la limite de ces enveloppes.

En outre, il est rappelé qu'au sein de la dotation affectée aux opérations collectives, une enveloppe d'un million d'euros est réservée aux opérations répondant à la priorité géographique concernant les centres-villes connaissant un fort taux de vacance commerciale, inscrites dans des stratégies globales de développement de territoire, porteuses de partenariats innovants entre les acteurs publics et privés et mettant en œuvre une démarche structurée de développement du management de centre-ville.

**L'appel à projets sera reconduit chaque année dans la limite des crédits disponibles.**

#### **III. 2 Réception des dossiers**

Dès sa réception la DIRECCTE vérifie sans délai que le dossier est complet. Si tel n'est pas le cas, le demandeur est invité à produire les éléments manquants. Lors de son instruction, la DIRECCTE vérifie que la demande d'aide respecte les règles qui régissent l'appel à projets. Elle est habilitée à rejeter les dossiers non conformes ou incomplets.

**LES DOSSIERS PRESENTES DE FACON NON CONFORME**

**AUX REGLES DU PRESENT APPEL A PROJET**

**NE SERONT PAS INSTRUITS**

L'accusé de réception adressé au porteur de projet par le directeur régional des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi vaut, le cas échéant, autorisation de commencer les travaux. Dans ce cas, seuls les actions et travaux engagés postérieurement à cet accusé de réception peuvent donner lieu à subvention. Cet accord de principe ne préjuge en aucune manière de la décision définitive qui sera prise le moment venu par la ministre chargée du commerce.

Tout projet qui aurait reçu un commencement d'exécution avant le dépôt du dossier correspondant à la DIRECCTE est déclaré irrecevable.

#### **III.3 Sélection des projets**

Un comité de sélection, réuni par le Service du Tourisme, du Commerce, de l'Artisanat et des Services de la Direction Générale des Entreprises, examine les dossiers transmis par les DIRECCTE. Ce comité arrête la liste des dossiers sélectionnés, classés par ordre de mérite, et établit une proposition de subvention pour chacun d'entre eux dans la limite des crédits disponibles. Cette liste, ainsi que celle des dossiers non retenus, sont soumises à l'approbation de la ministre chargée du commerce qui signe les décisions d'octroi de subventions. Les porteurs de projets sont informés par écrit de la suite donnée à leur candidature, quelle qu'en soit l'issue.

### **III.4 Modalités de versement des subventions**

La subvention est attribuée au porteur de projet dont le dossier fait l'objet d'un financement par le FISAC.

Pour les opérations à maîtrise d'ouvrage publique le versement de la subvention est subordonné à l'établissement d'une convention entre l'Etat, représenté par le préfet de département, et le maître d'ouvrage, définissant les engagements respectifs des parties, le calendrier de réalisation et les modalités de suivi et d'évaluation de l'opération. La convention est signée au nom de la ministre chargée du commerce par le préfet du département. Celui-ci a la faculté de déléguer sa signature au directeur régional des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi dans les conditions de droit commun.

Lorsque l'opération collective qui est subventionnée comporte un dispositif d'aides directes aux entreprises, le montant de l'aide directe est fixé par un comité de pilotage comprenant l'ensemble des partenaires de l'opération. Le directeur régional des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi est chargé d'animer, pour le compte du préfet de département, les travaux de ce comité de pilotage auxquels peut être associé le directeur départemental des finances publiques.

Pour les opérations portées par des maîtres d'ouvrage publics, la subvention fait l'objet des versements suivants :

- 40 % du montant, d'une part, de la subvention de fonctionnement et, d'autre part, de la dotation se rapportant aux aides directes aux entreprises si la convention le prévoit expressément (avances dans le cadre d'opérations collectives) ;
- des acomptes peuvent être versés en fonctionnement et en investissement sur présentation de justificatifs attestant la réalisation d'actions figurant au programme financé, étant précisé que le montant des avances et des acomptes versés ne peut en aucune manière excéder 70% du montant total de la subvention ;
- le solde, qui ne peut être inférieur à 30 %, à l'achèvement du programme. Ce solde est versé sur présentation des justificatifs de réalisation complète du programme.

Pour les opérations portées par les entreprises, le versement de la subvention est effectué après réalisation complète des travaux.

**La subvention qui est effectivement versée au titre du FISAC tient compte non seulement du degré de réalisation des actions financées par ce Fonds mais également du degré de réalisation du projet dans son ensemble, ce qui inclut les actions cofinancées par des partenaires autres que le FISAC et figurant au plan de financement annexé à la décision d'octroi de subvention.**

### **III.5 Calendrier**

Les dossiers de candidature portant sur les opérations individuelles peuvent être déposés à la DIRECCTE dès la publication de l'appel à projets et au plus tard le 27 octobre 2017. Les DIRECCTE les transmettent au fil de l'eau à la DGE avant le 27 novembre 2017

Les dossiers de candidature portant sur les opérations collectives peuvent être déposés à la DIRECCTE dès la publication de l'appel à projets et au plus tard le 29 janvier 2018. Les DIRECCTE les transmettent au fil de l'eau à la DGE avant le 30 mars 2018.

Annexes : fiche synthétique études et tableau synthétique des aides

