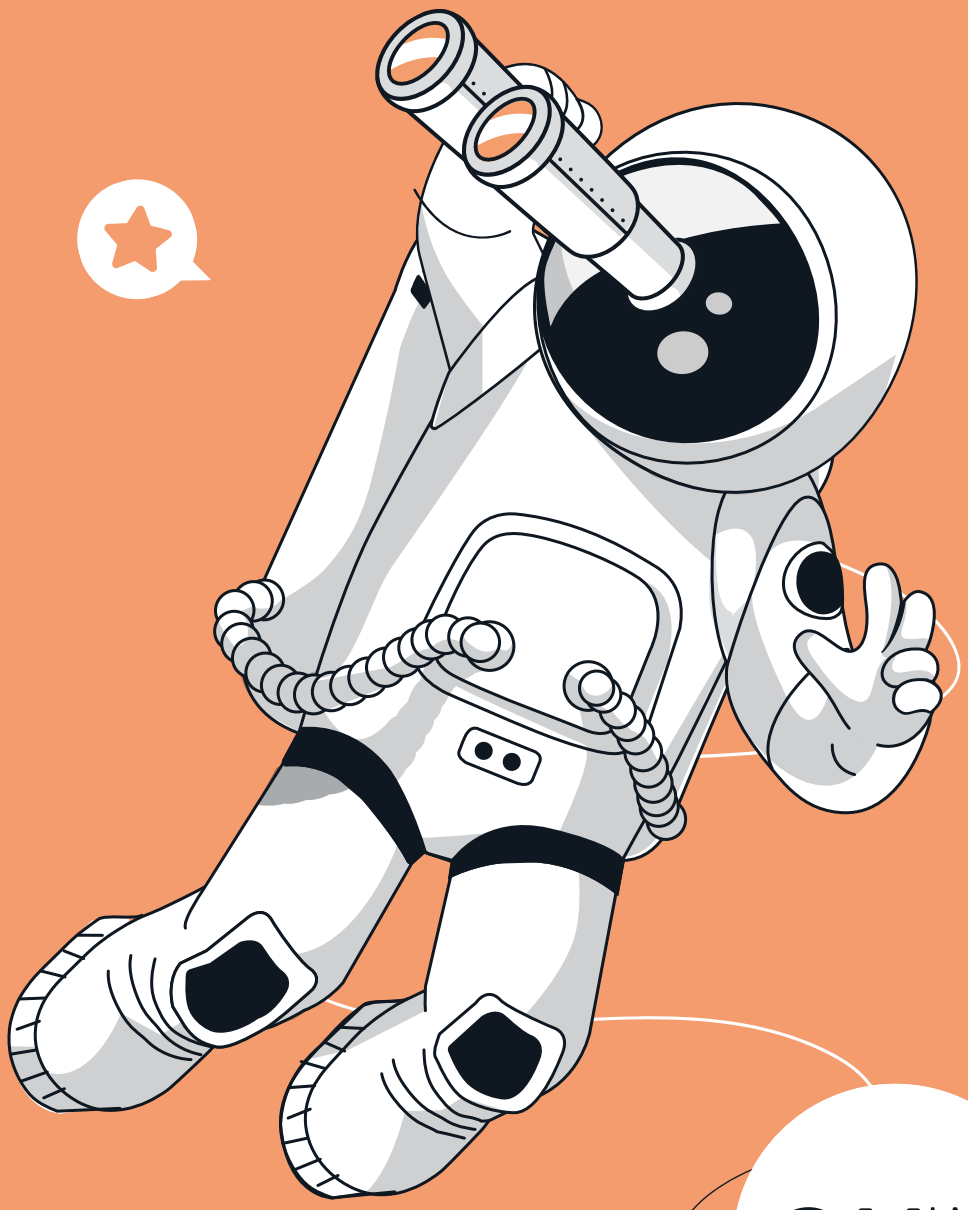
GUIDE
DES UNIONS COMMERCIALES



OH LA BELLE VILLE !

SOMMAIRE

1 L'UNION COMMERCIALE p. 01

1.1 Le statut juridique p. 01

1.2 Son rôle p. 02

1.3 Le rôle des communes p. 03

2 EXPÉRIENCES ET INITIATIVES D'UNIONS COMMERCIALES p. 05

2.1 Revue de presse p. 05

2.2 Retour des communes p. 06

2.3 Exemples d'évènements organisés ou coorganisés p. 11

2.4 Méthode de communication p. 12

3 BIBLIOGRAPHIE p. 13

1

L'UNION COMMERCIALE

1.1 Le statut juridique

1.2 Son rôle

1.3 Le rôle des communes

L'UNION COMMERCIALE

Au regard des bases juridiques différentes relatives aux associations situées en Alsace et en Moselle, les associations situées dans les départements du Haut-Rhin, Bas-Rhin et Moselle ne sont pas concernée.s par notre analyse ci-dessous.

Le statut juridique

Il existe deux grandes catégories d'associations d'un point de vue juridique :

- D'une part l'association « simple », non déclarée en préfecture, qui a une existence juridique même si elle ne peut posséder de patrimoine ni agir en justice.
- D'autre part, l'association déclarée en préfecture, qui a la personnalité juridique et peut donc posséder un patrimoine et agir en justice.

Une union commerciale peut exister dans le sens du premier type d'association mais sa capacité d'action sera donc très limitée. Elle ne possèderait ni compte en banque, ni fonds grâce à une aide publique.

Dans l'immense majorité des cas, l'union commerciale a pour statut juridique Association de la loi 1901 même si d'autres statuts peuvent exister (voir par ailleurs).

Pour créer cette union commerciale sous forme d'association de la loi de 1901, il y a plusieurs étapes à respecter. Tout d'abord, une convention doit être créée et signée au minimum par deux personnes (deux commerçants), de nationalité française ou étrangère. Il n'y a aucun nombre maximum de sociétaires, ces sociétaires doivent avoir la capacité de contracter et de ne pas avoir de consentement altéré.

Pour bénéficier des avantages d'une personnalité juridique, l'association doit être déclarée à la préfecture en déposant les statuts. Les membres de l'association recevront alors un récépissé. Cette démarche peut être effectuée en ligne via (https://www.service-public.fr/associations).

Exemple de statuts (à détailler selon les cas) :

- Article 1 : Nom
- Article 2 : But/Objet de l'association
- Article 3 : Siège social
- Article 4 : Durée (Illimitée ou à préciser)
- Article 5 : Composition
- Article 6 : Critère d'admission (Commerçant/Artisan de la rue, quartier, centre-ville, ville)
- Article 7 : Membres/Cotisations
- Article 8 : Radiations-
- Article 9 : Affiliation
- Article 10 : Ressources (Cotisation + Aides de la mairie etc…)
- Article 11 : Assemblée générale ordinaire
- Article 12 : Assemblée générale extraordinaire
- Article 13 : Conseil d'Administration
- Article 14 : Le bureau (Il doit être composé au minimum de 2 personnes et au maximum de 6). Ils doivent remplir les rôles suivants : Président, Trésorier, Secrétaire.
- Article 15 : Indemnités
- Article 16 : Règlement intérieur
- Article 17 : Dissolution

Les membres de l'association mettent en commun leurs connaissances ou leur activité. Leur participation peut prendre diverses formes, mais doit répondre à plusieurs conditions.

En effet, la participation doit être effectuée de façon permanente donc une personne qui adhère pour une période limitée (journée, semaine, mois, années etc.) n'est pas considérée comme un membre de l'association. Dans la majorité des cas, une personne qui adhère à l'union commerciale paye par sa cotisation son adhésion d'un an à l'union commerciale. La participation ne doit pas être effectuée en état de subordination à l'égard de l'association (caractéristique d'un contrat de travail) et ne doit pas faire l'objet d'une rémunération sous quelque forme que ce soit.

Les membres de l'association doivent avoir un but autre que de partager des bénéfices. D'où l'association à but non lucratif. Tout bénéfice effectué ou aide reçue par l'association des commerçants doit être réutilisée pour cette même association.

1. Signature d'une convention/statut par un minimum de 2 personnes selon les règles de l'association loi 1901
2. Déclaration de l'Association des commerçants en préfecture (ou par internet)
3. Réception d'un récépissé par les membres de l'association
4. L'association peut ainsi exercer son but

Son rôle

L'Association des commerçants peut avoir différents rôles.

Tout d'abord, sa première mission est d'assurer la défense des intérêts de leurs membres auprès de la municipalité, administration, CCI, CMA, office du tourisme etc… Et de faire entendre une voix unique plus forte auprès des acteurs économiques locaux (entreprises, presse, associations). En principe, elles sont associées ou consultées lors des prises de décisions qui les concernent. Cela peut être en matière d'aménagements locaux comme : la circulation, la piétonnisation des rues, le stationnement. Mais aussi pour l'organisation d'évènements de la municipalité où ils peuvent être associés ou consultés.

La seconde mission de l'association des commerçants est de dynamiser le ou les quartiers dans lequel elle est présente. En effet, en dynamisant, elle renforce l'activité commerciale de la zone. La mutualisation des moyens des adhérents de l'association peut permettre de promouvoir et développer l'activité globale avec des outils de communication, de marketing ou publicité. Mais aussi et surtout en mettant en place des opérations collectives comme des animations commerciales, des jeux concours, manifestations etc… L'association des commerçants peut à la fois être à l'initiative des manifestations mais aussi s'associer à celles organisées par la mairie. En effet, un évènement organisé par la municipalité en collaboration avec l'union commerciale peut être bénéfique pour tous.

Une troisième mission possible pour l'association des commerçants est de proposer de nouveaux services mutualisés. Il existe des chèques-cadeaux de la ville, une carte de fidélité partagée peut être créée également. En relation avec la municipalité, un site internet ou une application de click and collect peuvent-être mis en place également.

Beaucoup de possibilités s'offrent à l'association des commerçants mais cette efficacité dépend beaucoup du dynamisme de ses dirigeants, de la capacité des adhérents à fédérer et à se mobiliser mais aussi à se faire entendre auprès de la municipalité.

Le rôle des communes

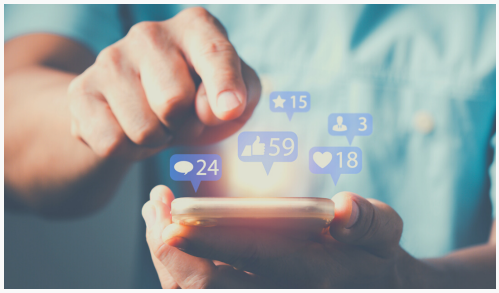
Pour la municipalité, une association des commerçants dynamique contribue au rayonnement de la commune.

Il est donc dans l'intérêt de la commune de contribuer au dynamisme de cette association des commerçants. Il existe différents moyens pour aider l'association :

Une subvention de la municipalité est très courante, elle permet à l'association des commerçants de pouvoir mettre en œuvre plus de choses, surtout si elle est naissante. Cette subvention est en majorité annuelle et varie fortement en fonction des communes (nous en citerons quelques exemples dans les communes interrogées). Pour autant, attention, cette subvention n'est pas exhaustive. Plusieurs communes que nous avons rencontrées ont une association des commerçants inactives mais avec un compte en banque plein ! Les subventions communales sont donc une très bonne chose pour les associations de commerçants mais celles-ci doivent être structurées et les subventions doivent participer à son développement.

La municipalité peut ainsi aider l'association des commerçants à se structurer et l'aider à rester active. Comment ? En réunissant l'association régulièrement en mairie, en restant en contact téléphonique ou mail sur les avancées des évènements. La collectivité peut aussi soumettre ses avis.

Pour la communication, la municipalité a des canaux bien plus larges que l'association des commerçants, elle peut mettre ainsi en avant l'association via le site internet ou le magazine de la ville.



2

LES EXPÉRIENCES ET INITIATIVES D'UNIONS COMMERCIALES

2.1 Revue de presse

2.2 Retour des communes

2.3 Exemples d'évènements organisés ou coorganisés

2.4 Méthodes de communication

EXPÉRIENCES ET INITIATIVES D'UNIONS COMMERCIALES

Pour étudier un maximum d'exemples concrets, nous avons à la fois fait appel à nos contacts et fait une revue de presse de cas mis en lumière dans les journaux.

Revue de presse

La Flèche, commune de 15 000 habitants du Pays de la Loire a une association des commerçants très dynamique. Anim'en Flech a un site internet très complet
(https://www.achetezalafleche.fr/anim-en-flech/)

Nous pouvons chercher les commerces par catégorie mais aussi par produit (mot-clé). Le site internet permet également le click and collect en un panier unique même si les achats sont faits dans des magasins différents. Le site permet aussi de se faire livrer à domicile. Nous pouvons également trouver des chèque cadeaux (particulier ou entreprise) de 10€ à consommer localement.

Selon Ouest-France, en parallèle de cette plateforme, les commerçants vont mettre en place dans les prochains mois des consignes automatiques en ville pour que les clients puissent directement récupérer leur commande. Jusqu'ici les 326 achats effectués en ligne en 2021 étaient soit expédiés par le commerçant, soit à récupérer en magasin. Pour le chargé de développement d'Anim'en Flèche Ugo Franchet ce sont les produits de première nécessité (alimentaires) qui font vivre un site. Il compte alors sur les casiers secs et frais pour attirer des producteurs.

Anim'en
UNION DES ARTISANS & COMMERCANTS
DU PAYS FLÉCHOIS

Retour des communes

Nous avons interrogé un contact d'une commune de moins de 50 000 habitants que l'on anonymisera à sa demande pour communiquer les chiffres. Cette commune a un manager de centre-ville et deux autres personnes employées par l'association des commerçants. Cette association est financée en quasi-totalité par la commune et la communauté de communes. Nous sommes sur des chiffres très élevés car la commune finance à hauteur de 150 000€ par an et la communauté de commune à hauteur de 80 000€. Les adhérents participent quant à eux à hauteur de 150€ par an. Ils sont environ 350 ce qui fait plus de 50 000€ supplémentaires pour l'association. Le budget annuel est donc supérieur à 280 000€, ce qui fait un budget très conséquent si on le compare à d'autres villes de cette taille. Mais ce budget répond à une forme d'externalisation de certaines missions souvent gérées directement par les services municipaux.
Cette association a donc 4 missions principales :

- La communication
- La gestion du site internet/Application
- Les chèques cadeaux
- Création et organisation d'évènements

Tout d'abord leur communication se fait à 100% via les réseaux sociaux. En effet, l'association ne met aucun moyen sur des affiches, annonces radio et la ville ne communique pas via ses panneaux d'affichages. Pour autant, leurs évènements trouvent une certaine réussite. Les réseaux sociaux sont très puissants s'ils sont bien utilisés et surtout très régulièrement, ce qui est leur cas.

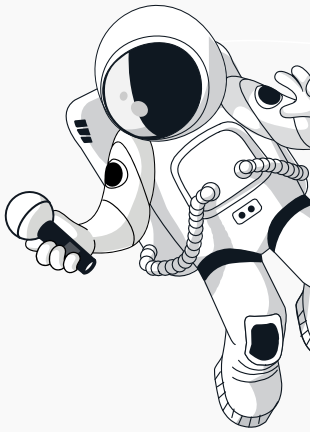
Ensuite, l'association des commerçants a eu l'opportunité de créer un site internet et une application sur lesquels les commerces volontaires sont mis en avant et peuvent proposer leurs produits en click and collect.

Des chèques cadeaux sont également mis en place dans la communauté de communes, leur achat se fait via le site de l'association des commerçants également. C'est elle qui s'occupe de l'entièreté du processus, de la création au paiement des commerçants.

TIFFANY ROBERT

CHARGÉE DE MISSION COMMERCE À MELUN

(40 000 habitants)



Selon vous, quels sont les objectifs principaux de l'Association des commerçants pour la collectivité ?

« Selon moi l'Association des commerçants est utile pour redynamiser et faire parler des commerces. Par ailleurs, elle peut permettre à la commune d'avoir un ou des interlocuteurs privilégiés et ainsi faciliter la communication. Cette association permet de fédérer les commerçants entre eux donc nous avons tout intérêt à soutenir l'association des commerçants. »

Comment la collectivité accompagne-t-elle cette association ?

« Par différents biais. Tout d'abord, nous mettons en place une subvention comme la majorité des villes pour leur permettre de faire un maximum de choses et de ne pas compter uniquement sur l'adhésion. Nous diffusons au maximum les informations sur les évènements organisés par l'association. Nous les accompagnons bien évidemment dans leurs animations en mettant à disposition les services de la ville (police municipale, services techniques, service communication, prêt de matériel.). L'association a tout intérêt à travailler avec la ville et inversement, donc nous faisons cela en bonne intelligence. »

Qui est l'interlocuteur privilégié pour l'Union Commerciale ?

« En premier lieu, c'est le service commerce de la ville donc c'est notre équipe. Nous sommes la porte d'entrée à tous les commerçants vers la municipalité. Nous avons fait plusieurs réunions pour que les commerçants connaissent leurs interlocuteurs privilégiés, en l'occurrence nous la plupart du temps. »

Une personne de la collectivité fait-elle partie du bureau, ou une personne assiste-t-elle aux réunions de l'association ?

« Non »

Est-ce que vous invitez régulièrement les représentants aux évènements de la ville ?

« Oui tout à fait, dès qu'il est question de près ou de loin des commerces nous invitons le président de l'association. Chaque année nous organisons les médailles des commerçants en récompensant chaque décennie passée. Le président de l'association est bien évidemment là même si les commerçants invités ne font pas tous partie de l'association.

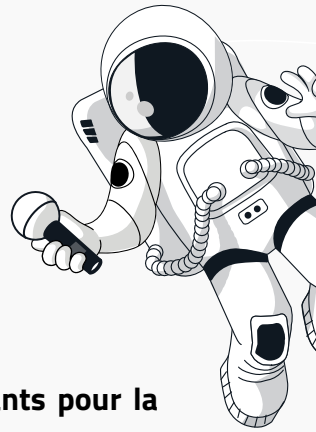
A quelles fréquences ont lieu les réunions avec l'association ?
« Il n'y a pas un rythme régulier. A vrai dire, nous organisons les réunions en fonction des évènements pour les préparer à l'avance et suivre l'avancée des opérations.

Est-ce que l'association a un espace dédié sur le site de la ville et dans le magazine ?
« Les coordonnées de l'association sont sur notre site internet mais elle n'est pas plus mise en avant que les autres associations. Elle a son propre site internet. Pour autant, nous essayons de communiquer un maximum en faveur des commerces. »

NATHALIE DELSAUX

MANAGER DE COMMERCES D'ASNIÈRES SUR SEINE

(80 000 habitants)



Selon vous, quels sont les objectifs principaux de l'Association des commerçants pour la collectivité ?

« Le but de l'association est de créer du lien entre les commerçants et leur permettre d'avancer vers des objectifs communs. Pour la ville, l'enjeu est de dynamiser la ville et pour nous qui avons plusieurs polarités de commerces et 4 associations en tout, c'est d'avoir des relais sur place qui nous tiennent compte des besoins et des évolutions de ces quartiers. Nous pouvons alors les accompagner au mieux. »

Comment la collectivité accompagne-t-elle cette association ?

« En finançant en partie ces associations et en les accompagnant avec les différents services de la ville lorsqu'un évènement a lieu. L'une de nos associations est très dynamique, les autres un peu moins. Nous n'avons pas le temps de motiver les commerçants à leur place pour prendre en main l'association, ce qui nous rend la tâche un peu plus compliquée lorsque certaines associations tournent au ralenti. »

Qui est l'interlocuteur privilégié pour l'Union Commerciale ?

« Il n'y a pas vraiment un interlocuteur privilégié, cela pourrait être moi mais la municipalité me demande d'autres missions tout aussi importantes (droit de préemption, travail sur nouveaux quartiers…). Nous sommes en contact régulier avec les commerçants et avec certaines associations mais ce n'est pas la majeure partie de mon travail. »

Une personne de la collectivité fait-elle partie du bureau, ou une personne assiste-t-elle aux réunions de l'association ?

« Non »

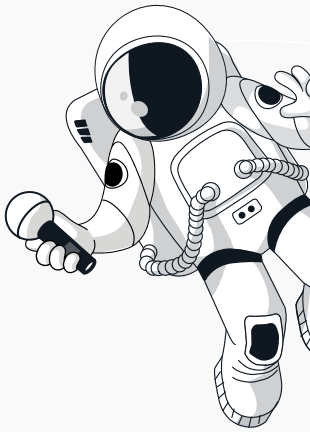
Est-ce que vous invitez régulièrement les représentants aux évènements de la ville ?

« Oui, nous tentons d'avoir un maximum de contact avec les associations et à les inclure dans la vie de la ville. Pour autant, c'est moins évident que pour une pluspetite ville. En effet, nous avons plusieurs associations, toutes ne sont pas aussi dynamiques et nous avons des problématiques différentes que celles d'une ville de plus petite taille. Nous avons entre 1000 et 1100 commerces dans la ville, ce qui complexifie notre travail. »

NICOLAS MOLLET

MANAGER DE CENTRE-VILLE DE ROUBAIX

(99 000 habitants)



Selon vous, quels sont les objectifs principaux de l'Association des commerçants pour la collectivité ?

- La dynamisation du tissu commerçant
- Lien entre les services de la Ville et les commerçants
- Constituer un groupe représentatif des commerçants pour les associer aux décisions municipales

Comment votre collectivité accompagne-t-elle cette association ?

- Financièrement
- En participant au Conseil d'Administration de l'Association
- En relayant nos actions

Qui est l'interlocuteur privilégié pour l'Union Commerciale dans votre collectivité ?

- L'élu au Commerce
- L'élu aux quartiers Centre
- Le Maire

Une personne de la collectivité fait-elle partie du bureau, ou une personne assiste-t-elle aux réunions de l'association ?

Oui, l'élu au Commerce et l'élu aux quartiers Centre.

Est-ce que vous invitez régulièrement les représentants aux évènements de la ville ?

Systématiquement

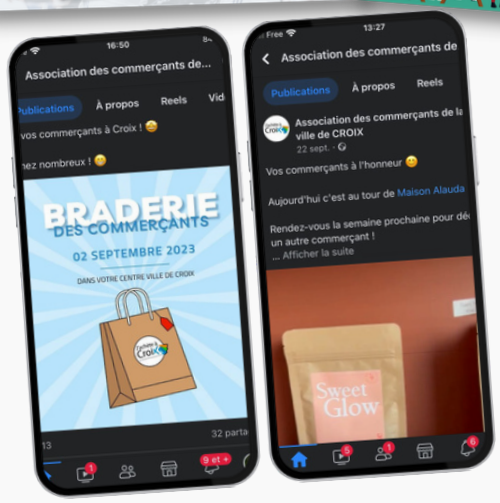
A quelles fréquences ont lieu les réunions avec l'association ?

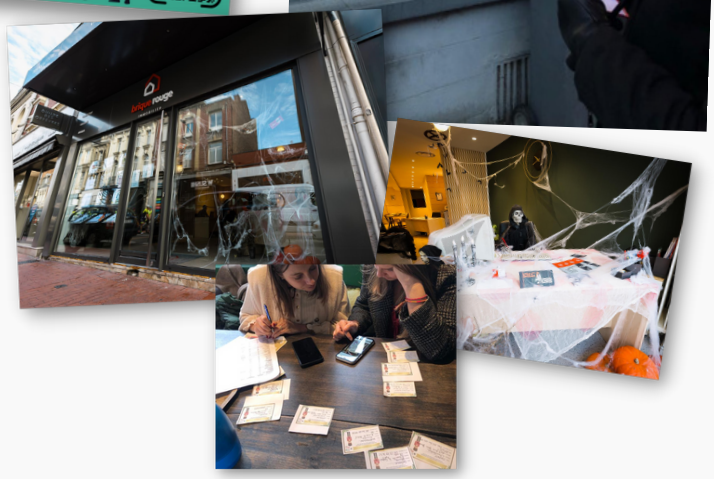
Trimestrielles

Est-ce que l'association a un espace dédié sur le site de la ville et/ou dans le magazine ?

Non mais nos actions y sont reprises si sollicitation de notre part..

Exemples d'évènements organisés ou coorganisés





Méthode de communication

Les Associations de Commerçants ont la nécessité de communiquer sur leurs activités auprès des chalands de leur zone. Pour ce faire, il y a différents modes de communication.

Tout d'abord, la collectivité agit souvent en relais de l'association des commerçants, de part le site internet de la ville, ses réseaux sociaux, ses panneaux d'affichages en ville. Dans la majorité des cas, la mairie va avoir une audience plus grande que l'association. Ainsi, relayer ces informations va profiter aux commerces, donc à l'attractivité de la ville plus globalement.

L'association des commerçants quant à elle, peut communiquer via son site internet (quand il existe) mais ce n'est pas là où le plus de monde sera touché.

Aujourd'hui, il y a une vraie stratégie des réseaux sociaux. Il est important de les alimenter régulièrement et qualitativement pour susciter de l'intérêt. Certaines associations de commerçants ne font leur communication que par ce biais. Aujourd'hui, nous pouvons toucher un maximum de monde via les réseaux sociaux, pour autant, cela empêche les personnes plus âgées et isolées d'y avoir accès.

BIBLIOGRAPHIE

CCI LYON METROPOLE SAINT-ETIENNE ROANNE

Les étapes de création d'une union commerciale

ouest france

La Flèche.
L'association des commerçants va mettre en place des consignes automatiques