

6 RECHERCHER UN PORTEUR DE PROJET POUR LA CRÉATION OU LA REPRISE D'UN COMMERCE

OBJECTIF

Trouver le ou les commerçant(s) répondant aux attentes de la municipalité et aux besoins des habitants.

Deux cas de figure peuvent se présenter :

- la commune ou l'intercommunalité est propriétaire du local et définit ses critères de recrutement pour trouver le(s) porteur(s) de projet,
- le local est privé et les élus s'impliquent aux côtés d'un commerçant en partance pour la reprise du commerce.



À Plouguerneau (29), 6770 habitants

Dans cette commune littorale et touristique, la municipalité a acheté le bâtiment qui accueillait l'unique commerce de proximité du bourg de Lilia, qui avait fermé ses portes en 2017. Les élus ont ensuite créé une cellule économique composée notamment d'anciens professionnels du commerce. Cette cellule a été associée à la rédaction d'un cahier des charges pour la réouverture d'un commerce multiservices de proximité. Le document précisait que « L'épicerie devrait être impérativement ouverte entre juin et octobre, qu'elle proposerait des produits de première nécessité, des produits en circuit court, locaux et régionaux, des produits bio, des produits de boulangerie, viennoiserie et biscuiterie et que l'activité devrait être en harmonie avec le marché de Lilia qui a lieu pendant la saison estivale ».

DÉFINIR LE TYPE D'ACTIVITÉ ET LE PROFIL DU COMMERÇANT

Pour expliciter le profil et les activités recherchés, il importe que les élus définissent un **cahier des charges**. Son contenu peut être travaillé en commission en associant d'autres acteurs (commerçants, partenaires, etc.) avant d'être partagé avec l'ensemble des élus. Il présente :

- **la commune**, ses équipements, commerces et services, ses atouts, le contexte de la reprise ou de la création, la localisation, la complémentarité avec l'offre existante, les motivations et objectifs du conseil municipal, */// Voir Fiche 1*
- **la/les activités projetée(s)** (bar, épicerie, restauration, point poste, activités culturelles...), l'éventuelle implication des habitants et associations locales, la complémentarité avec des activités municipales ou associatives (approvisionnement de la cantine, actions pédagogiques auprès des écoles...),
- **les attentes** en termes de périodes d'ouverture, d'amplitude horaire, de types de produits,
- **le type de portage recherché**: un ou plusieurs gérant(s) privé(s), un collectif sous une forme associative ou coopérative, */// Voir Fiche 4 - (suite p31)*



Yannig Robin, maire de Plouguerneau (29)

« Après quasiment 2 ans d'activité, c'est un franc succès ; le couple de gérants participe aux animations de la commune et propose même un service de location de vélos ! »

QUEL MODE DE GESTION ?

Lorsqu'une commune ou une intercommunalité s'investit pour accueillir un commerce dans un bâtiment lui appartenant, elle **passé un contrat avec le gérant. Plusieurs possibilités s'ouvrent à elle :**

■ **Le bail commercial, pour louer le local :** d'une durée de 9 ans renouvelable (ou 3 ans par dérogation), il permet au propriétaire d'un local de l'affecter à une activité commerciale ou artisanale. Si le montant du loyer peut être fixé librement, son augmentation est strictement encadrée.

Réglementairement, un bail commercial s'arrête au bout de 6 mois d'inactivité du commerce.



► À l'image de **Séglien (56)** pour « Le Tavn Seglian » et **Le Cloître-Saint-Thégonnec (29)** pour « Le Capsell »

■ **Le contrat de location-gérance, pour louer à la fois le local et le fonds,** c'est-à-dire le matériel, l'outillage, les marchandises, le nom, l'enseigne, la clientèle. Attention: en location-gérance, le bailleur est responsable solidairement des dettes de son preneur jusqu'à publication du contrat au fichier immobilier (théoriquement fait par le notaire sous 15 jours).

► À l'image de **Saint-Allouestre (56)** pour l'Indigo, à la fois café, tabac, épicerie, dépôt de pain et point presse

À noter que ces deux types de contrats sont également adaptés à une **gestion associative ou coopérative.**

► La commune de **Saint-Senoux (35)** a conclu un bail commercial avec la SCIC Baranoux pour la location d'un bâtiment en face de l'église

■ **La convention de mise à disposition ou convention d'occupation précaire,** pour une durée maximale de 3 ans et donnant lieu à un loyer souvent symbolique. Le caractère précaire doit être lié à un événement indépendant de la volonté des parties (à défaut, il s'agira d'un bail dérogatoire de 3 ans évoqué plus haut). Il est nécessaire d'être vigilant au risque possible de requalification en bail commercial.

► La commune de **Botmeur (29)** loue ainsi un local à une association faisant vivre un café-épicerie. Une simple convention de mise à disposition du local a été conclue entre la commune et l'association, moyennant un loyer mensuel de 300 € mois, charges comprises.

► La commune de **Plouguerneau (29)** met un local de 110 m² à disposition d'un couple pour accueillir une épicerie multiservices dans le bourg de Lilia, moyennant un loyer de 350 € HT mensuel. Début 2019, la commune a signé une convention d'occupation précaire d'un an renouvelable deux fois. En octobre 2020, le bâtiment et le matériel ont été revendus aux locataires qui ont également racheté l'ancien bar qui jouxte l'épicerie de Lilia.



■ **La gestion en régie communale**

► Les communes de **Séglien (56)** et **Le Cloître-Saint-Thégonnec (29)**, ont recouru temporairement à la gestion en régie de leur épicerie ou boulangerie en l'attente d'une reprise viable par un privé.

À noter qu'il est également possible de prévoir une **option d'achat** dans le contrat de location des locaux. Le locataire pourra ainsi, à une date donnée, racheter le local et/ou le fonds, déduction faite des loyers déjà versés et des subventions reçues par la commune sur le projet.

► La commune de **Sainte-Anne-sur-Vilaine (35)** a aménagé une extension du bar pour y créer une activité de restauration. Le local est loué à la gérante, avec option d'achat au bout de 6 ans.

- **le statut**: bail commercial, location-gérance, convention d'occupation précaire, voire vente du fonds de commerce,
- **le descriptif des locaux**: aménagement et agencement, matériel, loyer, charges locatives, consommations énergétiques, entretien nécessaire; le logement peut éventuellement être mis à disposition ou loué avec le commerce, */// Voir Fiche 5*
- **des informations sur l'activité existante** en cas de reprise d'un commerce: historique, objectifs, données sur l'exploitation des 3 dernières années,
- **les modalités de suivi par la commune**: désignation d'un élu référent, mise en place d'échanges réguliers,
- **le réseau d'appui mobilisable**: élus, intercommunalité, structures d'accompagnement,
- éventuellement, **les perspectives pour l'exploitant** à court et moyen terme: prolongement du bail, reprise du fonds de commerce, option d'achat,...

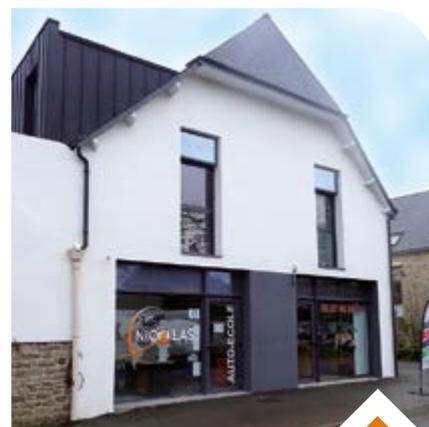
COMMUNIQUER LARGEMENT SUR LA RECHERCHE

La diffusion de l'annonce est un facteur de réussite pour trouver un commerçant répondant aux besoins identifiés par les élus. L'annonce peut être relayée via différents canaux :

- **articles dans la presse locale** dès la validation d'un projet par le conseil, pour susciter des candidatures spontanées et permettre d'associer le futur commerçant aux travaux d'aménagement,
- **appel à projets** (lorsque le type d'activités souhaité n'est pas précisément défini) **ou appel à candidatures** (dans le cas où le commerce est bien identifié),
- **annonces dans la presse spécialisée et sur les sites des chambres consulaires**, spécialisés dans la cession et reprise de commerces :
 - CCI : www.reprendre-bretagne.fr/accueil,
 - CMA : www.entreprendre-artisanat.fr,
- **annonces sur des sites internet de mise en lien entre offre et demande** ou entre porteurs de projets, et collectivités / propriétaires de bâti, à l'image de la plateforme nationale : commune-opportunité.fr,
- **recrutement par agences commerciales spécialisées** (garages auto, boulangeries...),
- **communication auprès d'acteurs de l'entrepreneuriat collectif et de l'innovation sociale** susceptibles de relayer l'information

VENDRE OU NON LES MURS ET LE FONDS DE COMMERCE ?

Lorsque la collectivité en est propriétaire, la question de la vente des murs et du fonds se pose souvent. Deux logiques s'affrontent : impliquer plus fortement le commerçant en lui vendant les locaux et/ou le fonds, ou garder la pleine propriété afin de trouver plus facilement un repreneur en cas de départ.



À Locqueltas (56), 1 925 habitants

La municipalité a rénové un garage en commerces et logements. Une auto-école et une pizzeria s'y sont installées. La commune a également racheté et rénové la supérette située en cœur de bourg entre la mairie et l'école. « Nous avons eu des difficultés pour trouver un repreneur », indique le maire Michel Guernevé. « Finalement, nous avons fait appel à un spécialiste de la vente de fonds de commerce et d'entreprises. » (Société Gwened Transactions, Vannes). La supérette vient de rénover ses étals ce qui lui permet d'accroître de 25 % la gamme des produits proposés, signe que cette reprise est une réussite.

auprès des porteurs de projets : pôles de développement de l'économie sociale et solidaire et TAG présents sur tous les territoires bretons, /// Voir « Les acteurs pour vous accompagner » p 41

■ **communication télévisée** : certaines communes sont passées dans l'émission de TF1 « SOS Villages », qui a boosté les candidatures. C'est le cas de Plouguerneau et Rosnoën (29).



Michel Guernevé, maire de Locqueltas (56)

« Notre stratégie était d'avoir des cellules commerciales disponibles. Une fois réalisées, il fallait mettre quelque chose dedans ! Nous avons simplement mis une annonce sur le site « leboncoin » et plusieurs personnes nous ont contactés »

RÉALISER DES ENTRETIENS AVEC LES CANDIDATS

Il n'est pas toujours aisé de trouver le bon commerçant, et **plusieurs critères sont à considérer** :

- **profil** : disposer des compétences spécifiques voire de l'expérience,
- **philosophie** : répondre aux valeurs du projet, aux objectifs fixés par les élus (animations, circuits courts, services spécifiques, lien avec la vie locale, etc.),
- **viabilité économique** du projet et **connaissances** en commerce et gestion,
- **pérennité** : projet de vie du commerçant, implication sur le territoire,
- **personnalité du commerçant** : qualités humaines, écoute, convivialité,
- **disponibilité et flexibilité** : adaptation des horaires d'ouverture en prenant en compte les animations ponctuelles et régulières, les horaires d'école, évènements sportifs et culturels, etc.

Lorsque la commune est propriétaire des locaux, il est fréquent d'organiser des **visites et entretiens** avec les candidats avant de s'engager.

À l'issue de ces entretiens et une fois le porteur de projet sélectionné, certaines collectivités concluent un **précontrat** avant la signature du bail, afin de formaliser l'engagement moral.



CLÉS DE RÉUSSITE ET POINTS DE VIGILANCE

- Il est important de proposer une offre claire avec un cadre précis, des attentes explicites, de valoriser l'offre de services de la commune pour attirer les repreneurs.
 - La communication doit être large, et en même temps ciblée (géographiquement et en termes d'activité prévue).
 - L'audition est un temps d'échange clé pour mieux comprendre le porteur de projet et ses objectifs.
 - Le nombre de personnes qui portent le commerce est un élément clé :
 - portage par une seule personne : plus facilement viable pour dégager un salaire, mais induit une forme de fragilité (amplitude horaire, diversification de l'offre, etc.),
 - portage par un couple ou collectif : plus de solidité, diversité des compétences, mais suppose une activité plus importante pour rémunérer les personnes.
 - L'accompagnement par des experts et la mise en réseau est un atout pour la solidité du projet.
 - Lorsque la commune propose un logement avec le commerce, il importe d'être vigilant sur la manière de lier l'habitation et l'activité professionnelle dans le bail locatif (notamment en cas de fin d'exploitation de l'activité avec une volonté du commerçant de rester locataire de son logement).