

> Les partenaires

Franchises, Entreprises commerciales,

Venez rejoindre le premier réseau de management et développement commercial de nos centres-villes et de nos territoires !



Ne pas jeter sur la voie publique



Référentiel des 3 Métiers "Managers"

Le Manager ?
Stratège incontournable de l'attractivité et du développement commercial !

> Retrouvez-nous sur les salons partenaires du CMCV



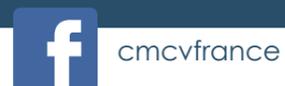
Jeudi 12 juin 2025



10^{ème} congrès national du CMCV



Contactez-nous : contact@clubdesmanagers.com



Inscription sur le site du CMCV

Edito



Nous relevons le défi de nos territoires et vous ?

Nos centres-villes face à de nouvelles difficultés économiques, Le commerce face à de nouveaux enjeux

Les changements structurels des comportements d'achat, des manières de consommer, des types de commerce et des paradigmes économiques identifiés par les professionnels depuis plus de 15 ans n'ont pas été intégrés dans les faits.

On peut s'attendre à de nombreuses cessations d'activités dans le secteur du commerce indépendant, touchant tant les pôles périphériques, comme les centres commerciaux et les Retail Parks, que les zones de centre-ville dans les grandes villes et les villes de taille moyenne.

Face à ces enjeux, le CMCV a estimé qu'il est crucial d'explorer de nouvelles modalités d'intervention et de fournir aux collectivités un moyen de lutter contre l'augmentation de la vacance des locaux commerciaux, ainsi que de promouvoir leur attractivité et leur visibilité commerciale.

Il est essentiel qu'un outil soit conçu en collaboration étroite avec les partenaires publics et privés du CMCV, dont nous continuerons à solliciter le soutien et que nous remercions ici pour la valeur de leur contribution.

Dans le contexte de ses démarches constantes, le CMCV mettra en place un groupe d'études et d'initiatives pour concevoir un instrument programmatique destiné aux villes et aux investisseurs pour les trois prochaines années. Ceci dans le but de relever les défis contemporains liés au commerce, nos centres-villes et nos territoires.

Le rôle du Manager face à ces nouveaux enjeux économiques et techniques ; sa place est une valeur ajoutée incontournable et incontestée pour relever le défi des territoires face à ces nouveaux enjeux.

Ensemble, accompagnons la vie locale du commerce des villes et des territoires

Robert MARTIN, Président du CMCV
Myriam TRABELSI, Présidente Déléguée du CMCV

Votre territoire est complexe ?
Vous avez des besoins spécifiques ?
Trois métiers pour répondre
à vos exigences



Vous souhaitez
en savoir plus
sur nos métiers ?



Nous sommes là pour vous informer.

Contactez-nous sur :

contact@clubdesmanagers.com



Vous souhaitez recruter ?

Nous diffuserons votre offre sur notre site Internet :

www.clubdesmanagers.com



Les 3 Métiers



Le Manager est un fédérateur. Autour de lui et sur la base d'un plan d'actions défini après une étude rigoureuse de son territoire d'activité, il rassemble un large panel d'acteurs impliqués dans le bon fonctionnement du tissu commerçant.

Manager du Commerce



Ses missions : l'animation commerciale du centre-ville, la définition et la mise en place d'un plan d'actions stratégique en faveur du développement du commerce. Son rôle est d'abord un rôle opérationnel. Il conçoit les projets d'actions commerciales, les politiques collectives d'animation et de promotion.

En préalable et en lien avec les acteurs locaux, il procède à un diagnostic qui constituera une base des propositions pour son plan d'action. Les objectifs prioritaires des plans d'actions s'articulent le plus souvent autour du développement de l'offre commerçante, du développement des enseignes nationales, de la modernisation des commerces. Son action s'exerce en étroite collaboration avec les CCI, les CMA, les associations de commerçants, la Ville, l'intercommunalité, en synergie entre les différents acteurs concernés. Les mutations numériques du commerce imposent également d'évaluer les pratiques des commerçants dans ce domaine et de proposer des actions et des outils mutualisés pour les faire évoluer.

Manager de Centre-Ville



En complément des missions du Manager du Commerce l'essentiel du métier de Manager de centre-ville réside dans l'optimisation des fonctionnalités urbaines, dans la définition d'un plan d'actions stratégique en faveur d'une organisation commerciale du centre-ville et de centres-quartiers.

Le Manager de centre-ville fédère les entreprises commerciales autour de projets partagés.

Il joue un rôle d'interface entre tous les acteurs qui participent au bon fonctionnement du commerce en milieu urbain. Il anime un comité de pilotage ou sont associés les services de la ville et de l'intercommunalité et toutes les structures qui participent au dynamisme du centre-ville dans les domaines aussi variés que la mobilité, les livraisons, l'aménagement urbain... Le Manager de centre-ville met en place des outils de mesure de ses actions et mesure l'évolution du taux de vacance commerciale.

Ces dernières années, son rôle a également évolué dans le domaine de l'immobilier commercial. Par sa connaissance du terrain, il doit être en capacité de mettre en relation les porteurs de projets avec des propriétaires, des bailleurs et les agents immobiliers.

Manager de Ville et de Territoire



En complément des missions du Manager de centre-ville, le Manager de Ville et de Territoire propose une vision globale de l'activité commerciale, le plus souvent sur un territoire élargi. Il veille au développement homogène de la structure commerciale du centre-ville, des centres commerciaux et des zones d'activités commerciales périphériques.

Il assure une fonction d'expertise et de conseil dans la dynamisation et le développement commercial des territoires. Il fédère l'ensemble des acteurs locaux concernés par l'attractivité du territoire (commune ou intercommunalité) pour les impliquer et les associer à la réflexion stratégique et à la mise en place des actions définies conjointement.

Il gère et le cas échéant met en place un système d'information géographique de la politique du développement commercial de la ville (SIG) permettant l'identification des espaces commerciaux urbains et périurbains disponibles. Cette cartographie permet également une mise à jour de l'observatoire du commerce en temps réel.

Référentiel métiers CMCV



Manager de Commerce



Manager de Centre-Ville



Manager de Ville et de Territoire



| | | | |
|--|-----|-----|-----|
| Etude préalable | OUI | OUI | OUI |
| Définition d'un plan d'actions et mise en œuvre | OUI | OUI | OUI |
| Développement de l'offre commerçante et mesure des actions | OUI | OUI | OUI |
| Animation d'un comité de pilotage | OUI | OUI | OUI |
| Volet numérique | OUI | OUI | OUI |
| Stratégie de communication et mise en œuvre | -- | OUI | OUI |
| Lien avec les acteurs de l'immobilier commercial | -- | OUI | OUI |
| Expertise et conseils sur le développement du tissu commerçant du territoire | -- | -- | OUI |