

N°3904

le cino du mardi

Les Petites Affiches de Vaucluse

depuis 1839

3 mars 2020

ACTUALITÉ

Pages 2 à 5

Agriculture

Quand le Vaucluse tient salon à Paris



POLITIQUE & TERRITOIRE

Pages 6 & 7

Agroparc

Victoria : le nouveau projet immobilier du Grand Avignon

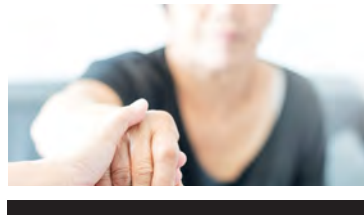


ÉCONOMIE

Pages 8 & 9

Courtine

Amical, première structure sociale d'aide à domicile



CULTURE

Pages 16 à 18

Les rendez-vous culture et loisirs

JURIDIQUE

Pages 19 à 23

Annonces légales et Appels d'offres



arome
une goutte suffit

AGENCE DE COMMUNICATION
www.arome.fr
04 90 03 21 22

Marchés de France - Pages 10 à 15



Un siècle au service de la proximité

Congrès des marchés de France

Un siècle au service du commerce

Le 99^e congrès de la Fédération nationale des marchés de France se déroule cette semaine à Avignon qui accueille pour la 4^e fois cet événement annuel majeur pour les commerçants non-sédentaires. L'occasion pour la principale organisation de défense professionnelle du commerce ambulancier, créée en 1921, de faire entendre la voix de ses 20 000 adhérents regroupés au sein de 150 syndicats et organisations professionnelles répartis sur tout le territoire hexagonal. Avec au menu de ces réflexions : la dynamisation des centres-villes, la gestion des déchets, l'occupation du domaine public ou bien encore la distorsion de la concurrence des grandes surfaces.

Après 1956, 1978 et 1997, c'est la 4^e fois qu'Avignon accueille le Congrès des marchés de France. Depuis près d'un siècle, seules les villes de Paris (6 fois) et de Strasbourg (5 fois) ont fait mieux. Cette présence dans la cité des papes constitue ainsi une véritable reconnaissance pour le Syndicat des commerçants des marchés de Provence Vaucluse et limitrophes (SCMPVL) qui assure, en tant que relais local, l'essentiel de l'organisation de cet événement réunissant, pendant 3 jours, plus de 300 congressistes dans la salle des fêtes de l'hôtel de ville d'Avignon. « Ce Congrès, c'est celui des syndicats qui se sont fédérés, pour être entendus des institutions qui ne prennent pas toujours en compte nos préconisations pour sauvegarder

nos marchés en cœur de ville dans de bonnes conditions », explique Dominique Damiano, président du SCMPVL dont les 360 adhérents accueillent ce grand rendez-vous national des commerçants non-sédentaires. L'enjeu est de taille à l'heure d'une dématérialisation toujours plus croissante débouchant sur une surconsommation galopante.

« Nous serons toujours là pour rappeler haut et fort que les commerces de proximité sont les meilleurs garants d'un service de qualité, d'un maintien d'une vie de quartier et de la dynamisation de l'économie ultra-locale, insiste Monique Rubin, présidente de la Fédération nationale des syndicats de commerçants des marchés de France (FNSCMF). Demain, les

consommateurs devront faire le choix entre l'authenticité, le savoir-faire, l'humain ou le commerce robotisé. »

■ Enjeu sociétal et consommation citoyenne

« Pour nos élus, le marché redevient pourtant, grâce à ses bienfaits, un véritable enjeu sociétal et un service indispensable à la population, poursuit la présidente de cette organisation de défense professionnelle du commerce ambulancier créée en 1921. Le marché encourage le développement durable en limitant l'empreinte carbone, en favorisant les circuits courts de distribution et en permettant un accès au marché le plus souvent à pied. Il fournit un approvisionnement en produits frais et sublime la saisonnalité des produits. Il rassure et propose une offre meilleur marché que la GMS (Grande et moyenne surface). De plus, le marché contribue à la santé économique, sociale et politique des villes et des communes, car n'oublions pas l'impact positif directement ressenti sur l'activité économique du commerce sédentaire. »

Un constat largement partagé par Cécile Helle, maire d'Avignon, qui se réjouit d'accueillir ce 99^e congrès des marchés de France dans l'hôtel de ville de la cité des papes.

« Lieux de convivialité, les marchés participent à l'attractivité et au dynamisme économique des quartiers où ils sont implantés, rappelle l'élue. Témoins privilégiés d'un retour marqué de l'éthique collective, les marchés, qui sont sans doute la plus ancienne forme de commercialisation, ont su se réinventer et devenir de véritables vecteurs de liens sociaux. Car manger local, cela permet de réduire les transports et leur impact environnemental, mais cela permet



également de participer au développement des terroirs régionaux. Vin, viande, fruits et légumes, volaille... Les consommateurs veulent savoir ce qu'ils ont dans leur assiette. À l'heure de la mondialisation et de la multiplication des intermédiaires, la consommation citoyenne ne s'est

jamais aussi bien portée. » « Le commerce de proximité et les marchés où il se déploie jouent un rôle économique et social central au plus près des Français, reconnaît pour sa part Agnès Pannier-Runacher, secrétaire d'Etat auprès du ministre de l'Économie et des



Monique Rubin, présidente de la Fédération nationale des syndicats de commerçants des marchés de France.

Des parasols d'or au Challenge des marchés de plein vent

Après avoir remis des parasols d'or pendant plusieurs années aux commerçants non-sédentaires, aux communes et aux partenaires méritants concernant les marchés, le Syndicat des commerçants des marchés de Provence Vaucluse et limitrophes (SCMPVL) a souhaité renouveler cette récompense. Désormais, ce prix baptisé encore provisoirement 'Challenge des marchés de plein vent' sera remis chaque année aux communes qui auront œuvré à la bonne marche du secteur. Dans le même



temps, le Syndicat vauclusien ambitionne d'étendre cette distinction à l'ensemble de la région et, pourquoi pas, au niveau national ensuite. Pour cette première, ce sont donc les villes de Sorgues, Pelissanne et Bagnols-sur-Cèze qui vont recevoir ce challenge 2020. La commune d'Avignon figure également dans ce palmarès inédit dans le cadre de la qualité de son accueil à l'occasion de la tenue du 99^e congrès des marchés de France qui se déroule dans ses murs.

de proximité



« Privilégier le commerce de proximité est un acte engagé. »
Agnès Pannier-Runacher, secrétaire d'Etat
auprès du ministre de l'Économie
et des Finances

Finances. Les marchés sont des lieux de rencontres et de vie où producteurs, commerçants et consommateurs participent au développement des territoires. »

culièrement important en Vaucluse où l'on ne dénombre pas moins de 132 marchés animant, au moins chaque semaine, les places des villes et des villages du département.

« Au-delà de la simple image d'Épinal, le marché est un peu l'âme d'un village, confesse Maurice Chabert, président du Conseil départemental de Vaucluse. Rendez-vous souvent hebdomadaire, il rythme la vie de nos communes et de leurs habitants. Entre marchés de villages et marchés de villes, marchés paysans et marchés d'exception, chacun présente un caractère différent. Mais tous partagent un même objectif : promouvoir un terroir, des produits et des producteurs. Car, au fond, tous ces marchés de villages contribuent indiscutablement à la renommée d'un territoire. »

■ **La renommée d'un territoire**
Outre la dimension commerciale, les marchés peuvent aussi constituer une formidable vitrine touristique, avec les retombées économiques que cela engendre pour tout le territoire, bien au-delà des activités non-sédentaires. Un impact parti-

Pour autant, malgré ses nombreux atouts, le marché doit faire face à un grand nombre de contraintes :



PROFESSIONNELS
& ENTREPRISES

J'ai le pouvoir
de protéger
mon activité
sur les
marchés.

Credit photo : Thierry Borredon

Depuis plus de 50 ans, la FNSCMF et la Macif agissent pour assurer votre activité sur les marchés.

Adhérents à la Fédération Marchés de France, vous bénéficiez des garanties Macif sans aucune franchise, permettant d'exercer votre métier en toute sérénité.

La Macif propose également des solutions adaptées à l'ensemble de votre activité (assurance du véhicule, des marchandises transportées et protection des salariés) et dans le cadre de votre vie privée.

Venez découvrir nos offres dans l'une de nos agences ou sur macif.fr

Assurances
Banque
Santé
Essentiel pour moi



Les garanties et prestations sont accordées dans les conditions et les limites fixées par les contrats MACIF.

MACIF - MUTUELLE ASSURANCE DES COMMERÇANTS ET INDUSTRIELS DE FRANCE ET DES CADRES ET SALARIÉS DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE. Société d'assurance mutuelle à cotisations variables. Entreprise régie par le Code des assurances. Siège social : 2 et 4, rue de Pied-de-Fond 79000 Niort. Intermédiaire en opérations de banque et en services de paiement pour le compte exclusif de Socram Banque. N° Orias 13005670 (www.orias.fr).

concurrence de la grande distribution, difficultés avec certaines communes n'intégrant pas les problématiques du métier dans la mise en place de leur marché, inexpérience des placiers, prix des emplacements...

■ Consommer local : un acte engagé

« Privilégier le commerce de proximité est un acte engagé. Engagement pour la prospérité et les emplois de nos territoires, mais engagement aussi pour l'écologie, assure la secrétaire d'Etat Agnès Pannier-Runacher. En effet, commerce et production vont souvent de pair sur les marchés et consommer français c'est privilégier des produits de qualité dont l'empreinte environnementale est plus faible que celle de bon nombre de produits importés. »

« Nous devons les succès de nos marchés à la qualité des produits vauclusiens et au professionnalisme des producteurs de notre département », renchérit le président du Conseil départemental Maurice Chabert.

« Notre département compte de magnifiques marchés, mondialement connus pour la qualité des produits proposés et l'attrait touristique qu'ils créent. C'est pour cela que nous œuvrons chaque jour en faveur du 'Consommez local, consommez artisanal', un credo simple qui sert de grands enjeux, complète Thierry Aubert président de la délégation de Vaucluse de la Chambre de métiers et de l'artisanat de Région Provence-Alpes-Côte d'Azur en évoquant ce label créé en 2014 pour exprimer l'une des priorités de la Chambre : contribuer à la santé économique des entreprises artisanales et à leur développement. « Cette démarche vise également à promouvoir les producteurs locaux en consommant proche de chez soi. L'idée est d'agir sur le grand public en incitant à consommer local et artisanal en sensibilisant le consommateur au fait qu'il peut jouer un rôle dans le maintien d'une vie locale. »



■ Voir émerger des choix stratégiques cohérents

Et pour jouer au mieux ce rôle, les marchés souhaitent disposer des mêmes armes que les autres.

« Pour nous, commerçants des marchés de France, l'un des vrais sujets, c'est l'ouverture de la GMS le dimanche après-midi et la distorsion de la concurrence que ça implique avec les commerçants des centres-villes, dénonce Monique Rubin qui entend bien faire entendre la voix de ses 20 000 adhérents regroupés au sein de 150 syndicats et organisations professionnelles répartis sur tout le territoire hexagonal. « Les élus de terrain qui font un travail considérable pour redynamiser leur centre-ville, sont concurrencés d'une façon violente par ces hyper qui ont plus de facilité et qui contournent la réglementation, poursuit la présidente de la FNSCMF dont le secteur représente 150 000 entreprises répertoriées exerçant leurs activités sur le domaine public en France. Et de nouvelles expériences commencent à déferler sur notre territoire : plus de caissières, plus de contact donc plus de rapports humains. L'automatisation des magasins qui était une perspective lointaine jusqu'à maintenant, devient un point

Une protection juridique pour les commerçants non-sédentaires

La Macif et la Fédération nationale des syndicats des commerçants des marchés de France ont mis en place une offre de protection juridique professionnelle spécifiquement destinée aux commerçants non-sédentaires. Proposé dans le cadre de leur contrat d'assurance pro, le tarif de cette option d'un montant annuel de 32€ a été négocié de manière collective par la Fédération qui assure même l'encaissement de la cotisation. Cette protection juridique a ainsi pour objet d'accompagner le commerçant non-sédentaire souscripteur lors d'un litige découlant de l'exercice de son activité. Outre une information complète sur les droits et obligations de l'adhérent aux Marchés de France, la protection juridique professionnelle comprend une tentative de recherche de résolution à l'amiable du litige. Cette offre, qui vient en complément de la garantie responsabilité civile Macif associée à la carte d'adhérent des Marchés de France, intègre ensuite un accompagnement complet, y compris financier avec une prise en charge des frais d'avocat et de justice, si le litige vient sur le terrain judiciaire. La garantie permet notamment, dans les conditions du contrat, la prise en charge des sinistres



relevant de l'exercice de l'activité professionnelle de l'assuré, quelle que soit sa nature (civile, commerciale), l'opposant à un tiers au contrat. Pour les commerçants non-sédentaires cela peut ainsi concerner un différend avec une commune (non-respect par la commune des dispositions relatives à l'autorisation d'occupation temporaire par exemple), une préfecture, un client (non-conformité de la qualité de la marchandise délivrée), un fournisseur (non-respect des délais de livraison de la marchandise), un prestataire de services (litige avec un opérateur téléphonique), une banque (facturation de frais de fonctionnement non prévus contractuellement), un organisme de prêt (date de déblocage tardive du prêt entraînant un préjudice financier), une compagnie d'assurance (montant de l'indemnisation jugé insatisfaisant), ou bien encore le Trésor public (notification par l'administration fiscale d'un redressement injustifié).

d'horizon tout à fait palpable. Mais soyons opportunistes, cette robotisation à outrance dégagera fort heureusement des issues positives pour le commerce des marchés de France car le contact, l'échange, le relationnel sont dans nos gènes de

Latin et nos clients ne peuvent pas s'en passer totalement. » « On ne réinventera pas le marché, mais il nous appartient de nous adapter aux évolutions avant qu'elles nous 'rattrapent', et c'est aussi notre attente lors de ce congrès où nous

voulons voir émerger des propositions, des pistes de travail et des choix stratégiques cohérents », conclut Dominique Damiano du Syndicat des commerçants des marchés de Provence Vaucluse et limitrophes.

Un placier sachant placer

Yann Dessaud exerce depuis 8 ans le métier de régisseur placier tout en étant formateur dans la gestion et l'occupation du domaine public. En 2019, il est intervenu dans la réorganisation du marché de Bagnols-sur-Cèze.

« Réorganiser un marché, c'est avant tout un travail collectif basé sur une volonté politique de vouloir améliorer la qualité de son marché.

Qu'il s'agisse du placier ou de l'élu, il faut adopter à la fois une vision politique,

commerciale et économique et arriver à maintenir cet équilibre. Bien souvent, les élus n'ont pas cette vision globale, c'est pourquoi il est important, pour

eux, de s'entourer de personnes d'expérience notamment lorsqu'ils prennent la décision de réorganiser leurs marchés. Le moteur d'un marché reste l'alimentaire, c'est ce qui rend un marché attractif.

Certaines communes préfèrent compartimenter en séparant l'alimentaire, les textiles, la quincaillerie etc. Je pense qu'il est plus judicieux de 'mélanger les genres' comme sur les marchés de Bagnols, L'Isle-sur-la Sorgue, Pelissanne... Ce sont des marchés qui fonctionnent mieux ainsi. À l'heure actuelle, la commune de Bagnols arrive à proposer 50% d'étals alimentaires sur son marché. C'est un atout selon moi. Aujourd'hui, il existe plusieurs logiciels

comme Digit-marché à destination des professionnels. Il m'arrive de m'en servir mais cet apport numérique ne remplacera jamais l'humain car le métier de placier répond, avant tout, aux qualités d'intégrité, d'écoute et de réactivité.»

« Réorganiser un marché, c'est avant tout un travail collectif. »

Yann Dessaud



Environnement

La gestion des déchets passe par le tri à la source

« Les marchés sont une vitrine du commerce ambulante, des professionnels qui s'y installent et la démonstration de l'implication de la collectivité dans le développement local et durable, explique Monique Rubin, présidente de la

Fédération nationale des syndicats de commerçants des marchés de France (FNSCMF). Une place de marché sale, jonchée de déchets renvoie à la population comme aux touristes une image négative du marché, des professionnels qui y exercent et de la ville. » Si la

compétence 'gestion des déchets' ne relève plus des communes depuis le 1^{er} janvier 2017, ces dernières restent cependant majoritairement organisatrices des marchés forains. De fait, elles restent gestionnaires des déchets qu'elles produisent et doivent organiser leur prise en charge. En effet, si sur les marchés forains, le producteur du déchet est le commerçant non-sédentaire c'est souvent ensuite l'entité organisatrice du marché, la collectivité dans la plupart des cas, qui récupère les déchets générés par les commer-

çants. De fait, elle devient détentrice des déchets. « Pour que nos marchés soient propres il ne faut pas imaginer que nous puissions arriver au zéro déchet comme on peut l'entendre ici et là, ce n'est pas réaliste, regrette Dominique Damiano du Syndicat des commerçants des marchés de Provence Vaucluse et limitrophes (SCMPVL). Ce qu'il faut, c'est plutôt le zéro déchet enfoui. »

■ L'exemple de Bagnols-sur-Cèze

Un constat pragmatique partagé par la commune de Bagnols-sur-

Cèze. Tout est parti d'un constat : chaque semaine, le marché de Bagnols-sur-Cèze génère entre deux et trois tonnes de déchets. « Ce qui équivaut à un traitement de l'ordre de 250€ la tonne », précise Florent Mille, chef du service environnement et cadre de vie de la commune gardoise. Pour améliorer la gestion et le traitement des déchets, la Ville et la Communauté d'agglomération du Gard Rhodanien viennent d'élaborer un dispositif de tri à la source afin de réduire au maximum les gaspillages.

« Nous avons imaginé des enclos qui seront présents sur le marché où il sera possible de trier directement le carton, le bois, la cageotte etc., explique Florent Mille. Dans la foulée, nous allons mettre un point de glanage dédié au biodéchet pour que les gens viennent récupérer les excédents des commerçants. » Un dispositif mis en place début mars et qui a été accueilli très favorablement par les 160 commerçants du marché bagnolais.

La fondation fait la chasse au gaspillage

Particulièrement présente aux côtés des marchés, la fondation de la Macif apporte son soutien à l'association Fruits & légumes solidarité gérée par la Banque alimentaire des Bouches-du-Rhône. Objectif : collecter les excédents de fruits et légumes non vendus du Min (Marché d'intérêt national) des Arnavaux à Marseille et des producteurs agricoles au profit des plus démunis dans le cadre de la création en juillet 2020 d'une légumerie solidaire. Par ailleurs, la fondation finance aussi le projet Saga (Solidarité anti-gaspi à la croisée des besoins) visant à revendre des produits frais invendus aux habitants des quartiers prioritaires de Nice.



© Richard Villalon - stockadobe.com



LE MAGAZINE
DE VOTRE RÉGION
VENTOUX
MAGAZINE

OFFRE SPÉCIALE

LECTEURS DE L'ÉCHO DU MARDI

Abonnement 1 an = 4 numéros → 17 €
(au lieu de 19 €)Abonnement 2 ans = 8 numéros → 32 €
(au lieu de 36 €)Envoyez vos coordonnées (nom, prénom, adresse postale)
et votre règlement à :VENTOUX MAGAZINE / Vaucluse Media
13, avenue Jules Ferry - 84110 Vaison-la-Romaine

Consultez et commandez
nos anciens numéros sur :
WWW.VENTOUX-MAGAZINE.COM



Proximité

Une Société coopérative pour dynamiser les cœurs de ville

« Nous le savons, la complémentarité de l'offre commerciale –commerces sédentaires, halles, foires et marchés– est déterminante pour la sauvegarde de l'activité de cœur de ville », insiste Dominique Damiano du Syndicat des commerçants des marchés de Provence Vaucluse et limitrophes (SCMPVL) qui accueille très favorablement l'initiative des CDF (Commerçants de France) - voir ci-contre - et la Confédération générale des Scop (CG Scop) visant à promouvoir le dispositif Scic (Société coopérative d'intérêt collectif) afin de redynamiser les centres-villes.

En effet, alors que le taux moyen de vacance en centre-ville est passé de 7,2% en 2012, à 9,5% en 2015 pour atteindre près de 12% en 2018 et que les surfaces commerciales en périphérie n'ont jamais été aussi nombreuses, les CDF et la CG Scop ont souhaité travailler sur un outil concret de redynamisation, de revitalisation des centres-villes et de réorganisation. « Les gouvernances actuelles (associations de commerçants, unions commerciales, office de commerce, manager de centre-ville) ne nous semblaient pas suffisantes, en raison d'une dépendance parfois trop importante de l'acteur public ou d'un manque de moyens,

de représentativité, de dynamisme des structures portées par des bénévoles », expliquent les deux structures. Inspiré du modèle canadien des SDC (Sociétés de développement économique) créé Outre-Atlantique en 1970, les Scic ont vu le jour en France avec la loi 2001-624 du 17 juillet 2001. A ce jour, on comptabilise près de 1 000 SCIC qui se développent dans tous les secteurs d'activité avec un taux de croissance de 14% sur un an. Ces structures juridiques sont des sociétés commerciales privées (SA, SAS, SARL) dotées de principes coopératifs (une personne = une voix, avec la possibilité de mettre en place des collèges, réserves impartageables, possibilité de réinvestir 100% des bénéfices...). Répondant au plan gouvernemental de revitalisation 'Action cœur de ville' (222 villes retenues en France, dont Avignon, Carpentras et Cavaillon) doté de 5 milliards d'euros sur 5 ans, les CDF et la CG Scop ont donc souhaité mettre en avant cette solution.

■ Les centres-villes en mouvement

« A l'aide d'un accompagnement approprié, une SCIC de centre-ville



Dominique Damiano, président du SCMPVL

se met en place suite à la décision et à l'impulsion d'un chef de file qui est souvent la municipalité ou l'association des commerçants, ou les deux. Il doit ensuite convaincre les autres parties prenantes du territoire où la SCIC déploiera ses moyens d'action (arrondissement, quartier, ville, communauté de communes...), en vue de rassembler les acteurs publics (municipalité, communauté de communes, région...), les acteurs privés (commerçants, artisans, professions libérales), les chambres consulaires, les salariés et les citoyens. » Il faut compter entre 6 et 12 mois pour mettre en œuvre une Scic dont les actions peuvent

être l'achat d'un local vacant pour y installer une nouvelle activité jugée nécessaire, la mise en place d'un groupement d'employeurs, la mutualisation de services et de moyens, négociés (assurance, matériel, véhicules...), la mise en place d'une plateforme numérique mutualisée pour les coopérateurs... Début 2019, Langogne en Lozère a été la première ville à se lancer, rejointe depuis par Carmaux dans le Tarn. Béthune, Bourges, Cognac, Gonesse, Mâcon, Meaux, Nemours, Nevers, Niort, Pau, Poissy, Rochefort, Saintes, Tarbes, Villeneuve-sur-Lot, Vitry-le-François devraient suivre dans l'année.



Françis Palombi : Président des commerçants de France

« Les Commerçants de France, forts de leurs 19 fédérations professionnelles de branches tout secteur d'activités (Marchés de France, maroquineries, lingerie, buralistes, unions commerciales...) sont l'émanation du terrain, des centres-villes et de la proximité. Nos adhérents ont été très impactés, depuis ces 20 dernières années,

par la prolifération des grandes surfaces en périphérie qui a affaibli les centres-villes. Les élus ont, parfois malheureusement, cédé à la pression des promoteurs et gros faiseurs de centres commerciaux jusqu'à ce qu'on se réveille et puis, enfin, avec le changement de gouvernement, un ministère dédié à la Revalorisation des centres-villes et des territoires a mis en place 'Action cœur de ville', une opération dotée de 5 milliards d'euros mobilisés sur 5 ans. Cette 1^{re} étape a vocation à stopper la désertification des commerces et des habitants. »

■ Les scic

« Les Sociétés coopératives d'intérêt collectif (Scic) sont un dispositif que je suis allé chercher au Québec et aux Etats-Unis, sous forme de sociétés de développement commercial, situées en centre-ville et en lien avec des acteurs publics et privés promulguant une loi créant une structure officielle sur un périmètre donné. J'ai rapporté ce dispositif en France, il y a 3 ans, après avoir organisé une délégation constituée de ministres, députés, chambres consulaires et d'acteurs économiques. Les Commerçants de France ont travaillé sur

ce projet juridique aboutissant à la Société coopérative d'intérêt collectif à laquelle nous associons obligatoirement une plateforme numérique. J'ai, par amendement, demandé l'introduction de la Scic dans la loi Elan (Evolution du logement, de l'aménagement et du numérique) ce que les députés ont voté favorablement mais qui est revenu, après être passé par le Sénat, déposé du mot 'société coopérative d'intérêt collectif' et remplacé par 'structure pouvant mettre en place des moyens en centre-ville' à la demande de la sénatrice des Alpes-Maritimes Dominique Estrosi-Sassonne qui ne souhaitait pas que le terme initial soit trop précis. »

■ Ministère de la Cohésion des territoires

« Par contre, celui-ci a été conservé par le Ministère de la Cohésion des territoires pour le Plan 'Action cœur de ville'. Le Ministère a accepté d'intégrer à ce dispositif, sur ma proposition, les Sociétés coopératives d'intérêt collectif de centre-ville pour les 222 villes ciblées. La Scic a pour vocation de porter des projets. Ainsi, il est nécessaire que le Plan 'Cœur de ville'

intègre une organisation constituée avérée et qui diffère grandement de ce qui existe avec les mairies, Départements, Régions et Unions commerciales avec plus ou moins de bonheur et de force. Les Scic redonnent du pouvoir aux acteurs privés économiques et aux indépendants : artisans, professions libérales, mairie, tourisme et proposent une plateforme numérique comme Flag town pour faire revenir les clients en centre-ville. Plus il y aura de Scic et plus les centres-villes renaîtront, notamment grâce à la plateforme numérique qui donne de la visibilité à tous les acteurs : artisans, commerçants, indépendants, professions libérales. »

■ Nouvel amendement

« Nous portons un nouvel amendement à l'Assemblée nationale avec Dephine Batho (Députée des Deux-Sèvres) pour contrer les plateformes comme Amazon, Cdiscount, Alibaba. Je demande à l'Etat de légiférer afin que ces acteurs de la vente sur Internet qui s'intitulent 'dépôts' et ne sont pas soumis à autorisation pour s'installer ni à payer la Tascom (taxe sur les surfaces commerciales), le soient dorénavant. »

