

Un plan pour les commerçants

Présenté en janvier 2026, le Plan Commerce porté par les chambres consulaires du Rhône et de la Loire prévoit dès cette année un ensemble d'actions concrètes pour accompagner les commerçants et artisans face aux transformations du commerce.

« Notre devoir, au niveau des chambres consulaires, c'est d'accompagner dans ce changement », affirme Philippe Valentin, président de la Chambre de commerce et d'industrie de Lyon Métropole Saint-Étienne Roanne. Face à l'inflation, au développement du e-commerce et à l'évolution des modes de consommation, sur lesquels les institutions locales ont peu de marge d'action, le Plan Commerce agit en accompagnant les commerçants et en coordonnant les acteurs locaux.

Plan d'action

Le Plan Commerce s'articule autour de quatre axes stratégiques, définis à partir des besoins exprimés par les commerçants et artisans. « Pourquoi maintenant ? Parce que c'est à leur demande », précise Philippe Valentin.

Le plan d'action s'appuie d'abord sur des mesures destinées à soutenir les commerçants les plus fragilisés. Des accompagnements ciblés sont prévus pour les entreprises identifiées en difficulté, complétés par des webinaires juridiques et des sessions consacrées à la création et au développement du commerce. L'objectif est d'aider les commerçants à mieux comprendre les règles administratives et juridiques qui encadrent leur activité et à renforcer la solidité de leur entreprise.

Le dispositif agit aussi sur l'environnement commercial. La question de la sécurité, largement remontée lors des auditions de terrain, fait l'objet d'actions dédiées, tout comme la vacance commerciale. Parmi les solutions étudiées figure le partage de locaux entre plusieurs activités, afin de partager les charges et de réduire l'isolement ressenti par certains commerçants. Une chaîne WhatsApp d'information continue a été mise en place pour faciliter l'accès aux informations pratiques liées à la réglementation, à l'actualité locale ou à la sécurité.

Cette initiative mise également sur la promotion du commerce de proximité. Des campagnes de communication et des animations commerciales sont prévues pour recréer du flux en magasin et renforcer l'attractivité des centres-villes, dans un contexte marqué par la concurrence des grandes plateformes numériques. Enfin, l'accompagnement des transformations constitue un autre volet du dispositif. Le plan prévoit des formations au commerce multicanal et des initiations à l'intelligence artificielle pour mieux gérer les stocks et anticiper la fréquentation. Un voyage d'étude en 2026 doit aussi permettre aux commerçants d'adapter leur activité aux évolutions du secteur.

La mise en place de ce plan est le résultat d'une démarche collective. Plusieurs chambres consulaires et organisations professionnelles du Rhône et de la Loire* ont choisi de s'unir au sein d'un collectif baptisé Action Commerce. L'objectif est de dépasser les initiatives isolées pour construire une réponse collective, à l'échelle du territoire, face à des difficultés communes.

Cette démarche s'appuie sur une enquête et des auditions de terrain menées auprès de 1 244 commerçants et artisans. Elles ont permis de mettre en avant les tensions qui traversent le commerce de proximité, mais aussi les attentes fortes des professionnels en

matière d'accompagnement et de solutions concrètes. Les résultats font apparaître une consommation plus prudente, avec des ménages qui arbitrent davantage leurs dépenses, une baisse des achats plaisir et une fréquentation en recul, en particulier dans les zones urbaines denses.

Constat

Le commerce de proximité représente 42 500 commerces et 135 000 emplois directs dans le Rhône et la Loire. Pourtant, les résultats de l'enquête montrent un quotidien sous tension, entre hausse des charges, difficultés d'accessibilité, travaux en centre-ville et concurrence accrue des grandes plateformes. « En fait, ce n'est pas tant le manque de clients, ce sont les contraintes qui asphyxient les commerçants » souligne Franck Morize, président de la Confédération des petites et moyennes entreprises du Rhône (CPME). Un commerçant sur deux se dit pessimiste quant à son avenir, un sentiment particulièrement marqué dans les zones urbaines denses, tandis que les territoires ruraux apparaissent légèrement moins touchés.

Pour Christophe Bernollin, président de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat du Rhône, ce constat s'accompagne d'un sentiment d'isolement : « Les commerçants et artisans se sentent parfois isolés et il est important de les accompagner pour qu'ils puissent rebondir ». Régis Poly, vice-président de la CCI Lyon Métropole, souligne que malgré les inquiétudes, « ils n'ont pas du tout envie d'arrêter ». Une capacité à s'adapter qui constitue l'un des points d'appui du Plan Commerce.

*Cette initiative regroupe la CCI Lyon, Saint-Étienne et Roanne, la CCI Beaujolais, les CMA du Rhône et de la Loire, la CPME du Rhône et de la Loire, ainsi que le MEDEF Lyon Rhône et Loire.