



COVID 19
Propositions
de la CCI Lozère
pour sortie de crise

V4 du 4 mai 2020

Table des matières

□	Réflexions sur les mutations probables des consommateurs et des collaborateurs et sur l'adaptation nécessaire de l'offre	3
	1. L'accompagnement de nos commerces et entreprises dans l'amélioration de leur visibilité en termes de qualité de produits et de prestations	4
	2. La garantie sur l'hygiène et la sécurité ressentie par le client	5
	3. Réflexion sur les mutations de la consommation et les changements qui seront induits	6
	4. Travail sur la mutation de l'offre de service et changement dans l'accueil du public	7
	5. La simplification des relations avec l'administration des territoires et l'application des politiques publiques	8
	6. Changement de la carte et du modèle intercommunal en Lozère	9
	7. Faire de la DETR le premier des fonds de rebond de proximité.	9
	8. Soutenir les CCI dans leur mission d'appui en arrêtant la baisse de TFC et en contribuant à financer leur action d'appui (Etat, Région, Europe)	10
□	Propositions de mesures à destination des EPCI et des collectivités locales	11
□	Propositions de mesures pour soutenir l'industrie touristique	13
□	Propositions de mesures pour accompagner la reprise du secteur du commerce de détail non alimentaire	22
	➤ La reprise dans le secteur du Commerce de détail non alimentaire	23
□	Propositions de mesures pour accompagner la reprise des secteurs de l'Industrie et du BTP	22
	➤ La reprise dans le secteur de l'industrie	23
	➤ La reprise dans le secteur du BTP	33
□	Autres propositions d'actions pour un rebond économique issues de contributions de ressortissants...	37

■ Réflexions sur les mutations probables des consommateurs et des collaborateurs et sur l'adaptation nécessaire de l'offre

Afin de préparer le rebond et la sortie de crise, il nous paraît utile et nécessaire d'anticiper les comportements improbables et futurs, tant de la part des consommateurs que de nos collaborateurs.

Dans la présente contribution qui ressort de nos différents groupes de travail locaux, régionaux et nationaux, il convient de réfléchir sur les difficultés et les angoisses du quotidien liées au confinement, ainsi qu'à la suite des événements et la difficulté de se projeter dans le futur.

1 - L'accompagnement de nos commerces et entreprises dans l'amélioration de leur visibilité en termes de qualité de produits et de prestations

Nous sortirons de la crise avec des comportements clients qui vont nous inciter à développer des **sites Web** : ces sites web marchands et/ou de géolocalisation, doivent permettre aux consommateurs d'identifier une offre marchande complète à l'échelle d'un territoire.

Ce travail a déjà commencé, par exemple, dans la ville de Langogne. Mais on peut observer qu'en Lozère, nos commerçants accusent un réel retard en matière d'équipement et de formation aux nouvelles techniques d'information et de communication, notamment pour tout ce qui touche à internet. C'est une piste forte de rebond pour la CCI Lozère qui se devra d'accompagner ses ressortissants.

Il est également évident pour le groupe de travail, que les premiers points d'évolution consisteront, pour nos entrepreneurs, à démontrer le **niveau d'hygiène** proposé aux clients dans leur commerce et rassurer les consommateurs dans leurs actes d'achat. Sur ce point, une palette de recommandations est déjà proposée lors des accompagnements de chacun de nos collaborateurs auprès des ressortissants.

Il s'agit de développer dans les commerces un espace de confiance sanitaire et la difficulté est d'autant plus importante que le commerce traditionnel travaille dans des locaux étriqués ou exigus. Un label facilement identifiable par le consommateur, fait partie des premières propositions à mettre en œuvre.

Développer une **labellisation Hygiène/Sécurité** dans les entreprises permettrait de les labelliser NO COVID avec une charte Hygiène/Sécurité mise en place par les partenaires et avec le contrôle du laboratoire départemental.

Nous sortirons cette période de crise avec une relation aux consommateurs modifiée, notamment sur la question de l'**emballage**. Plus que dans le passé, l'emballage va devenir un vrai outil commercial. C'est déjà le cas en ce moment quand on voit le comportement des consommateurs dans la relation aux produits frais.

Dans le cadre de l'accompagnement CCI, une réflexion sera menée auprès des commerçants volontaires qui en feront le choix, pour que l'identification et l'information sur les produits soient également, comme pour l'hygiène, un **gage de confiance** supplémentaire apporté au consommateur.

Comment qualifier un « produit confiance » ? ce sera un produit durable avec une identification plus forte de son origine, à l'image des IGP. Il s'appuiera sur une communication plus forte sur les supports d'emballage et un étiquetage qui était jusque-là devenu un peu banalisé. Il est proposé de mettre un H à **étiquetage** pour signaler les « produits confiance ».

2 - La garantie sur l'hygiène et la sécurité ressentie par le client

Le groupe de travail considère qu'une communication forte devra être faite désormais autour de la **confiance** pour rassurer les consommateurs ainsi que les collaborateurs sur la maîtrise sanitaire au sein des établissements.

Il sera nécessaire de déployer un chapitre hygiène adapté au COVID dans les règlements intérieurs de toutes les entreprises.

Il faudra aussi rassurer les consommateurs en proposant un affichage client spécifique **NO COVID** sur les vitrines pour rappeler les mesures mises en place au sein de l'établissement pour assurer la sécurité sanitaire de celui-ci.

Il va de soi que le distributeur de gel antiseptique devra être apparent, et dans certaines situations ces flacons de gel pourraient devenir des cadeaux clients ou apparaître dans les ventes associées.

Le GT propose également une communication mise en place par l'entreprise, autour de la façon de **traiter les déchets** et propose également de communiquer sur les **règles sanitaires** mise en place dans l'entreprise, afin d'offrir plus de transparence aux clients sur les process engagés pour les protéger.

Chacun des professionnels devra désormais se poser la question : en quoi mon offre améliore les bonnes pratiques d'hygiène attendues ?

Dans le commerce de proximité, comment doit-on réagir pour qu'un petit commerce apporte un niveau de confiance sanitaire égal, voire meilleur que dans la grande surface.

Plusieurs solutions sont proposées du type :

- « click & pack » : je sélectionne un produit sur un étal, je le scanne, je ne le prends pas, il m'est livré en caisse,
- des tablettes tactiles pourront être disponibles en magasin, nous avons déjà fait l'expérience avec la vitrine connectée de la CCI de Paris en fin d'année dernière à Mende,
- des solutions innovantes existent déjà pour les endroits confinés tels que les cartouches à percuter.

L'audit hygiène CCI sera un produit labellisé CCI France et structuré partout sur le territoire. Cet audit intégrera à l'évidence les fiches métiers édités par le Ministère du Travail. Cet audit intégrera les fiches métier édités par le Ministère du Travail et leurs évolutions respectives. L'audit permettra à chaque ressortissant de se retrouver dans les bonnes fiches métiers.

3 - Réflexion sur les mutations de la consommation et les changements qui seront induits

De l'avis général, il est à noter que nous devons anticiper une **accélération du fait écologique** et la prise en compte du **changement climatique** dans les choix du consommateur. Ces facteurs devraient avoir une incidence forte sur la consommation de certains biens durables, on peut imaginer un développement accéléré par exemple des voitures propres.

Dans la période que nous vivons, chaque professionnel teste les outils qui permettent de se réunir de manière dématérialisée : Skype, Zoom, WebEx.

Il faut donc anticiper une généralisation de ce type de **télé-réunion** qui s'avère la plupart du temps, gain de temps et d'efficacité. Les frais de déplacement seront probablement impactés au profit de charges de dématérialisation.

Nous devons inciter nos professionnels à s'équiper de ce type d'équipements permettant d'utiliser ces types d'outils numériques, ce qui nécessitera l'accélération des débits Internet pour permettre les flux vidéo. Ce sera aussi un accompagnement de notre offre CCI.

On note également que l'accélération de l'utilisation de supports Web sera perceptible dans la relation des citoyens avec l'ensemble des administrations, notamment pour ce qui touche à la vie quotidienne ou à des relations spécifiques, comme c'est le cas et d'une manière plus avancée avec la DDFIP...

Un travail intéressant a été mené sur l'évolution des perceptions et des attentes des consommateurs à partir des **cinq sens humains**, certaines perceptions vont évoluer et auront un impact sur le marketing produit et sur les services.

- concernant la vue : ce sont des notions de clarté et d'espace qui s'imposeront,
- en matière d'odorat : ce sont des senteurs plus médicinales qui seront privilégiées, notamment pour les commerces qui maîtrisent ce point,
- s'agissant du toucher : il conviendra de privilégier les surfaces lisses, en particulier le verre, le plastique, etc.
- concernant l'ouïe : le client recherchera le calme et tout ce qui peut apparaître apaisant,
- s'agissant du goût : on peut deviner le retour à des valeurs de simplicité et d'authenticité.

Le **rapport à la matière** sera aussi impacté : le client recherchera ce qui est facilement lavable, on évite donc le textile d'intérieur, le tapis de sol, on apprécie des matières telles que l'aluminium, le verre.

Le **rapport au temps** sera aussi impacté par cet épisode : plus de réflexion sur soi, un certain retour aux valeurs, une réflexion sur le vivre ensemble, sur des éléments de solidarité, sur le sens de la vie. Il y aura une vraie recherche d'efficacité notamment dans le travail.

En matière de **rapport au travail**, la période amène à réfléchir sur une prise de conscience que le travail est un élément d'équilibre. Il est probablement à noter que le temps de travail présentiel va perdre de l'importance en termes d'heures, et le rapport au travail à distance va donc évoluer.

Le **rapport à l'argent** aussi va évoluer. Il est à craindre, entre autres, un phénomène de thésaurisation, car la période génère des peurs et c'est une caractéristique forte de toutes les périodes de crise.

Il est à prévoir un retour difficile à l'achat de biens d'équipement.

Le **rapport à la couleur** aura aussi une importance en matière de design et marketing produit : il ressort du groupe de travail que dans la conception des produits, les couleurs privilégiées seront autour du blanc, du vert clair, du bleu ciel, celles qui évoquent les couleurs confiance du monde médical d'aujourd'hui.

Ce sont des données importantes pour anticiper les modes et la présentation de nos produits. Pour anticiper les supports marketing également nos plaquettes commerciales.

Le **rapport aux formes** enfin : elles seront épurées, simples, le design va être fortement impacté.

4 – Travail sur la mutation de l’offre de service et changement dans l’accueil du public

Il faut prendre conscience du développement probable et accéléré de la **livraison à domicile** et ceci dès la fin du confinement. La pratique du « click & collect » est à développer.

Les modalités de paiement vont évoluer également pour privilégier le **paiement sans contact**. Des solutions innovantes émergent sur le Web actuellement pour faciliter le pré-paiement. Nous devons accompagner nos commerçants dans ce type de solution.

Concernant l’accueil du public, il faut prévoir, au moins dans un premier temps, une gestion de **l’accès client aux commerces et établissements** simple à mettre en œuvre : maintenir ouvertes les portes d’accès et les portes intérieures, au moins pendant la période estivale, puis développer le recours aux portes automatiques. Si des investissements sont prévus, une sensibilisation du professionnel sera réalisée sur l’installation d’une porte automatique qui est un élément de confiance important aux yeux des consommateurs.

Il conviendra également d’apporter une vigilance particulière sur la propreté des **sanitaires** et il faudra être intransigeant sur ce point, qui devrait être un des critères de la labellisation des commerces.

Le secteur de **l’hôtellerie/restauration** va devoir modifier ses pratiques, notamment concernant l’espacement des clients et l’équipement dans les salles de restauration, le niveau de proximité sur un comptoir de bar, en hôtellerie proposer le petit déjeuner en chambre...

On peut s’attendre à une mutation forte et probable dans le domaine de la **location de gîtes** : le villégiateur va privilégier le gîte cosy, plutôt individuel au détriment des gîtes collectifs nombreux sur les chemins de randonnée de type GR.

Une des idées fortes qui ressort et qui concourt à la confiance du consommateur est tout simplement le **port de l’uniforme** dans l’entreprise, c’est un gage de règlement intérieur et de logique d’entreprise identifiée et partagée par les collaborateurs.

Pour les entreprises plutôt industrielles ou artisanales, de la même manière que pour les toilettes, il faudra s’attacher à des solutions innovantes de gestion de **vestiaire en entreprise**.

S’agissant des entreprises de services, le client appréciera la clarté des bureaux non encombrés de documents, ce sera là aussi un élément de confiance.

5 – La simplification des relations avec l’administration des territoires et l’application des politiques publiques

Un **renforcement des politiques des intercommunalités** en faveur du petit commerce de proximité est fortement attendu, notamment concernant les nombreuses taxes locales telles que la publicité, les droits de place, la contribution foncière des entreprises -CFE-. Ces taxes devront être aménagées pendant et après la sortie de cette période de crise, pour une période probablement pluriannuelle.

Un travail de proximité est à développer entre le monde économique et le pouvoir territorial.

Les collectivités ont également un rôle majeur à jouer dans le **soutien à l’économie locale**, par exemple en privilégiant l’achat local plutôt que dans les catalogues multiples de type UGAP. Les investissements fléchés vers des acteurs de proximité devront être privilégiés.

On peut espérer aussi un **assouplissement du code des marchés**.

Enfin, nous avons noté que l’État a renforcé le **rôle des préfets dans l’appréciation des normes** qui parfois s’imposent de façon inadaptée aux territoires ruraux. Ainsi, sur des sujets comme l’accessibilité, les plans de protection, l’éligibilité aux aides pour les zones de revitalisation rurale -ZRR-, les procédures d’urbanisme, on attend une appréciation locale et adaptée aux attentes de nos ressortissants.

Plusieurs éléments facilitateurs mis en place dans le cadre des lois d’urgences devront être pérennisés à l’issue de la période de crise. La période démontre qu’on peut vraiment simplifier, c’est le moment d’alléger des normes et des contraintes, c’est le moment de renforcer la capacité pratique d’appréciation et de décision des administrations locales.

Nous avons noté également, dans cette période d’urgence, un **assouplissement des règles de compétence des collectivités**. C’est un point majeur pour faciliter le retour au développement économique. Il faut sécuriser l’action concertée y compris des départements qui ont envie et peuvent apporter un appui direct aux acteurs économiques.

Les mesures de soutien au tissu économique au niveau intercommunal ne concourent pas toujours à la simplification. Il est donc souhaitable d’organiser l’harmonisation des mesures à l’échelle départementale.

6 – Changement de la carte et du modèle intercommunal en Lozère

Le 24 juin 2013, l'Assemblée générale de la CCI Lozère avait fait une proposition iconoclaste pour renforcer la cohérence et l'organisation des politiques des collectivités en Lozère en proposant de transformer les 25 communautés de communes alors existantes en 6 communautés de communes pour atteindre une taille critique efficace et mieux dotée en financement.

Au 1^{er} janvier 2017, le département de la Lozère est passé de 185 à 158 communes, et de 23 à 10 communautés de communes. 18 mois après ces évolutions importantes induites par la loi du 7 août 2015 portant Nouvelle Organisation Territoriale de la République (loi NOTRe), il apparaît intéressant de se questionner sur la nouvelle carte administrative dans le département et d'étudier les rôles et compétences de chaque étage de l'administration.

Depuis, une étude complète a été réalisée par l'Assemblée des Communautés de France (AdCF) publiée le 31 mai 2018. Elle est consacrée à l'analyse des intercommunalités après les recompositions de périmètre de la période 2016-2017 et dresse une première typologie des nouvelles communautés issues des fusions nombreuses au 1^{er} janvier 2017.

Dans le contexte actuel, il faut aller beaucoup plus loin. Quelles compétences pour le Conseil Régional, le Conseil Départemental, les Communautés de Communes et pour les communes ? Quel lien avec les « Pôle d'Equilibre Territorial et Rural (PETR) » nouvellement créés ? Ne peut-on pas envisager aller plus loin dans les regroupements et créer une entité administrative forte alliant les compétences en Lozère ?

Il serait important de ressortir ce schéma et de lui donner vie : actuellement le Département a du mal à obtenir le droit d'agir pour l'économie et l'essentiel des intercommunalités ne peut pas faire effet de levier en période de croissance économique. Ce sera pire en période de crise. Une collectivité territoriale unique Lozère réunissant les compétences d'une Agglomération et d'un Département résoudrait ce problème de taille critique et d'éclatement des compétences.

Un acteur unique pour les routes, l'appui économique, le traitement des déchets, l'assainissement, les grands projets....

Le 25 juin 2018, l'Assemblée générale de la CCI Lozère suggérait de travailler à créer une entité administrative unique composée des 158 communes et alliant les compétences du Conseil départemental et des intercommunalités : « l'Agglomération Lozère ». Cette solution doit être remise sur la table.

7 – Faire de la DETR le premier des fonds de rebond de proximité.

Les contraintes légales de cette dotation pourraient, à l'occasion de cette immense crise et de l'accroissement des pouvoirs des préfets faire l'objet d'une évolution.

En le dédiant pour tout ou partie à constituer un fonds d'aide directe aux acteurs du développement économique, entreprises et grands projets prioritairement.

Il faut ouvrir la dotation DETR à des établissements publics mais, quand ils sont prioritaires à des investissements privés.

8 – Soutenir les CCI dans leur mission d'appui en arrêtant la baisse de TFC et en contribuant à financer leur action d'appui (Etat, Région, Europe)

L'accompagnement individuel a un coût et la loi Pacte limite la possibilité d'appui « gratuit » des consulaires. Or, elles sont en première ligne pour :

Informersur l'ensemble des mesures prises par les différents acteurs face à la crise et fournir aux entreprises touristiques des informations claires et actualisées des mesures financières, sociales, fiscales, réglementaires à l'ensemble des entreprises du territoire via emailing/réseaux sociaux/newsletters.

Apporter des solutions clés en main aux professionnels et fournir des « courriers types » aux professionnels pour les aider dans leurs démarches, des guides/bonnes pratiques sur les prochaines mesures à respecter pour accueillir la clientèle dès la réouverture.

Aider les professionnels au montage des dossiers financiers et/ou report des charges.

Former les salariés et proposer des formations en langue à distance destinée aux salariés confinés.

Dès le premier jour de crise, en dépit de la loi PACTE qui flèche l'action vers plus de prestation payante, les CCI ont réorienté 100 % de leur service vers l'appui individuel et gratuit aux entreprises sans réfléchir, sans négocier. Si les CCI avaient atteint la fin de la transformation attendue en 2022, elles auraient été incapables de réaliser le quart de l'appui aux 160.000 entreprises accompagnées depuis le 16 mars 2020.

Le Ministre de l'Economie et des Finances a utilisé les CCI comme un outil de l'Etat de 1^{er} niveau pour accompagner les entreprises. La CCI de la Lozère est mobilisée pleinement et manque de moyens humains au point de s'appuyer sur des aides extérieures. Toute nouvelle ponction ou baisse de ressources marquerait une rupture insurmontable.

■ Propositions de mesures à destination des EPCI et des collectivités locales

1. **Le report ou l'exonération d'impôts et taxes** : cela concerne en prime abord les taxes dont les communes ou leur groupement ont la totale maîtrise comme celles de l'occupation du domaine public (droit de terrasse, de publicité extérieure, redevance d'occupation,). Cela pourra concerner ensuite dans un second temps l'ensemble des taxes locales en accord avec les divers niveaux de compétences : CET, taxes foncières, Des mesures d'exonération ont déjà été annoncées dans de nombreuses collectivités en France dont la métropole dijonnaise pour les taxes d'occupation du domaine public ou la métropole de Toulouse où Les start-up seront exonérées de CFE et de CVAE pour sept ans.

L'ordonnance n° 2020-460 du 22 avril 2020 portant diverses mesures prises pour faire face à l'épidémie de covid-19 précise dans l'article 16 :

Par dérogation aux articles L. 2333-8 et L. 2333-10 du code général des collectivités territoriales ainsi qu'au paragraphe A de l'article L. 2333-9 du même code, les communes, les établissements publics de coopération intercommunale et la métropole de Lyon ayant choisi d'instaurer une taxe locale sur la publicité extérieure avant le 1er juillet 2019 peuvent, par une délibération prise avant le 1er septembre 2020, adopter un abattement compris entre 10 % et 100 % applicable au montant de cette taxe due par chaque redevable au titre de l'année 2020. Le taux de cet abattement doit être identique pour tous les redevables d'une même commune, d'un même établissement public de coopération intercommunale ou de la métropole de Lyon.

On peut également citer les mesures prises par la Ville de Mende pour le soutien de l'activité commerciale et économique : suppression du droit d'occupation du domaine public pour les bars, restaurants et commerçants sur toute l'année 2020. Par ailleurs la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) sera aussi supprimée en 2020 pour les commerces et les entreprises impactés par l'arrêt de leurs activités et les fermetures liées aux décisions prises pour juguler la propagation de l'épidémie.

2. **Aides à l'immobilier d'entreprises** à travers des aides d'aide aux loyers en location simple pour les entreprises qui ont des loyers à payer auprès de bailleurs privés. Ces aides sont, depuis la Loi Notre, de la compétence exclusive des EPCI, elles peuvent donc ainsi participer à l'allègement des charges des entreprises impactées par la crise sanitaire qui n'auraient pas trouvé de possibilités de négociation avec leur propriétaire. Dans le même esprit, les EPCI sont actionnaires de SEM locales qui pourront exonérer de loyer leurs locataires, et ainsi, les EPCI peuvent compenser ces exonérations de loyers accordés.
A titre d'exemple, la Ville et la métropole de Montpellier ont mis en place un fonds de soutien mensuel pour la prise en charge des loyers professionnels jusqu'à 500 euros pour le mois d'avril 2020.
3. Les EPCI sont aussi propriétaires de locaux d'entreprises particulièrement en pépinières, hôtels d'entreprises, ateliers relais ou cellules commerciales. Elles peuvent ainsi décider **de l'exonération, report, remises partielles gracieuses des loyers commerciaux des locaux communaux et intercommunaux**. Par exemple, La communauté de communes Gâtine et Choisilles – Pays de Racan, comme nombre d'autres communautés de caractère rural, a choisi de suspendre les loyers des entreprises logées dans ses bâtiments.

4. Les EPCI et leurs communes peuvent également décider **du report de factures pour les services en régie** du type eau ou déchets ...
5. Les communes peuvent proposer **la gratuité de services municipaux** comme les parkings ou **stationnement de centre-ville**, pendant par exemple un an, pour faciliter le retour des consommateurs en centre-ville.
6. Ils peuvent également organiser **le maintien des versements de subventions pour les entreprises de l'évènementiel même si l'évènement est annulé**. La communauté de communes du Grand-Figeac a décidé de verser dès à présent 80% des subventions qui avaient déjà été votées au Conseil Communautaire du 3 mars dernier afin de faciliter la gestion de leur trésorerie et ceci même si les actions ou évènements soutenus sont annulés.
7. Certaines EPCI peuvent également, proposer **un accompagnement des petites entreprises dans leur déclaration et demande d'aide** pour les mesures régionales et nationales, en renforçant les cellules d'appui mis en place par les consulaires, comme la Métropole de Montpellier qui met en place une cellule de soutien mutualisée avec la CCI,
8. **Mesures concernant la commande publique :**
 - accélération des délais de paiement,
 - augmentation selon les besoins des avances faites sur les marchés publics,
 - travail auprès des entreprises pour anticiper pendant la crise les achats publics nécessaires,
 - ne pas appliquer les pénalités en cas de marchés publics.
9. Enfin, **certaines collectivités locales peuvent également mettre en place de plateforme de vente à destination des particuliers pour producteurs locaux avec livraison, service drive...** le Grand Besançon, a proposé un accès gratuit à une place de marché-plateforme de vente en ligne : TEEKERS (plateforme locale).
10. **Participer aux fonds nationaux et régionaux.**
11. Les EPCI doivent soutenir les associations de commerçants de leur ressort car elles vont avoir un rôle important d'animation pour le retour à la consommation locale.

■ Propositions de mesures pour soutenir l'industrie touristique

La priorité absolue est d'annoncer le plus tôt possible une date de réouverture.

Les professionnels du tourisme estiment que la reprise de l'activité touristique devrait se faire « par cercles » : tourisme de proximité, puis France, puis Europe puis monde, le tout entraînant une croissance montante mais très progressive. Et un retour à la normale attendu au plus tôt en 2022.

C'est donc le tourisme national qui pourrait réamorcer la pompe. Cela devrait coïncider avec le démarrage de la saison estivale ; il est donc essentiel d'envoyer ce message à tous nos concitoyens : « cette année plus que jamais, il faut passer ses vacances d'été en France et consommer local ! ».

Pour penser la reprise, il faut aussi penser une approche par bassins économiques touristiques.

Certains bassins d'activité touristiques (stations balnéaires, stations thermales, de pèlerinages, de sports d'hiver...) sont fortement marqués par les caractéristiques cumulatives suivantes :

- saisonnalité
- mono-marché (à titre d'exemple 75 % des voyages scolaires français sont réalisés par des entreprises d'Occitanie)
- fragilité du secteur (sauf stations balnéaires)

Dans ces bassins, l'ensemble de l'écosystème local est fragilisé en plus des entreprises relevant de la filière Tourisme stricto sensu : commerces de toutes natures, marchés de producteurs locaux, professionnels libéraux (médecine thermique par exemple) ...

Ils devront bénéficier d'un plan de relance ad hoc, sur le modèle par exemple des ORT ou sur la base d'une réflexion autour de la création de Zones Touristiques Internationales.

C'est, dans ces cas, une approche par bassin qui est nécessaire car c'est tout le tissu économique qui est impacté par le risque d'une saison blanche en 2020 et une saison 2021 difficile à lancer.

La présente note consolide les propositions portées par les CCI en lien avec les professionnels de leur territoire au plus près desquels ils assurent un accompagnement redoublé dans cette période de crise. Si chaque région possède ses particularités, ses richesses et ses difficultés, ce document présente un tronc commun articulé autour de six axes prioritaires pour favoriser les conditions de la reprise :

- **Volet financier et fiscal à court et moyen terme**
- **Volet sanitaire**
- **Volet social**
- **Volet création d'une nouvelle offre pour la reprise et digitalisation**
- **Volet communication**
- **Volet infrastructures**

1. Le volet financier et fiscal : sauver les entreprises pour préserver les emplois et la compétitivité du secteur aujourd'hui et demain

Ce volet comporte plusieurs leviers :

➤ L'accès au crédit bancaire

- Afin de permettre à un plus grand nombre d'entreprises de bénéficier des aides, une modification temporaire de la cotation Banque de France pourrait être opérée : en révisant l'échelle de valeur au niveau cote et activité et cote de crédit.
- **Trésorerie : accompagner les entreprises sur la durée, au-delà de la période de confinement :**
Les entreprises touristiques doivent normalement disposer d'une trésorerie pour faire face à la période de fermeture (Toussaint à Pâques) et aux 2 premiers mois d'ouverture pour lesquels le niveau d'activité est faible, soit au total, 5 à 6 mois.
L'activité débute réellement au mois de mai, sous réserve également des ponts (effet calendaire)
L'absence d'activité de mars à au moins mi-juillet va avoir pour conséquence de réduire fortement cette enveloppe de trésorerie nettement moindre.
Les reports d'échéances font générer des besoins de trésorerie supérieurs à la normale.
- Etudier le recours aux **régimes d'aides n°SA.40424** relatifs aux aides destinées à remédier aux dommages causés par certaines calamités naturelles pour la période 2014-2020 permettant la mise en place d'aides spécifiques à la filière tourisme
- Envisager d'assouplir **régime d'aide d'Etat SA.41259** relatifs aux aides au sauvetage et à la restructuration pour les PME en difficulté en donnant la possibilité d'aider les entreprises en procédure de collective de type sauvegarde, redressement judiciaire (avec échéancier)

➤ Le recours aux fonds européens

- Mise en place très rapide des **nouveaux fonds européens FEDER, FSE** (Régime **SA.40453** nouvelle génération ou maintien à titre exceptionnel des fonds FEDER **2014-2020** avec les critères actuellement appliqués **mais élargis à l'ensemble de la filière tourisme pour 1 ou 2 années**. L'objectif est de stimuler les investissements immobiliers (modernisation du secteur hôtelier, hôtellerie de plein air avec une relance du secteur du BTP) et éventuellement immatériels (études ; coaching commercial ; accompagnement à la prospection notamment pour les voyageurs, autocaristes ; formation) dans le cadre de la relance du secteur en appliquant le régime PME.

➤ La fiscalité

Les CCI plaident sur ce champ pour :

- Un maintien de la TVA à taux réduit pour les professionnels,
- Une exonération temporaire des taxes de terrasse et de séjour
- Un allongement de l'annulation du paiement de la taxe télé (dispositif déjà très apprécié)
- Une suppression temporaire de la Taxe Locale de Publicité Extérieure (TLPE)
- Si le dispositif est reconduit, une exonération des charges fiscales pour les heures supplémentaires (surcharge d'activités annexes liées à la préparation de la reprise)
- Fusion des années 2019 et 2020 en matière de calcul de l'impôt sur les Sociétés et de l'impôt sur le Revenu

A l'issue de la crise, la suppression de la taxe de séjour forfaitaire pour un passage au réel.

• La création d'un fonds d'investissement dédié

Ce fonds pourrait également servir à restructurer sur le long terme l'endettement des entreprises du secteur et devra comprendre un volet territorial.

Il serait pertinent d'orienter une partie du fonds dédié à l'investissement vers un fonds d'aides spécifiques pour soutenir les entreprises du tourisme.

Ces dispositifs pourraient se compléter des pistes de réflexion suivantes mobilisant différents acteurs :

- Faire bénéficier les entreprises du suramortissement de façon rétroactive pour les investissements réalisés au cours de l'hiver 2019/2020
- Maintenir le versement des subventions des communes pour les entreprises de l'évènementiel même si l'évènement est annulé. La communauté de communes du Grand-Figeac a décidé de verser dès à présent 80% des subventions qui avaient déjà été votées au Conseil Communautaire du 3 mars dernier afin de faciliter la gestion de leur trésorerie et ceci même si les actions ou évènements soutenus sont annulés.
- Ne pas appliquer les pénalités de retard auxquelles peuvent prétendre les EPCI et les communes, dans le cadre de marchés publics, à l'instar de ce qu'ont proposé l'Etat et les régions
- Diminuer (au moins temporairement) pour les professionnels les frais des tickets restaurants qui sont plus importants que ceux des cartes bancaires

2. Le volet sanitaire : Rouvrir oui, mais qui ? quand ? comment ?

En préambule, il importe de souligner que cette réouverture souhaitée par la majorité des professionnels (du moins ceux qui pourront en supporter le risque) imposera plusieurs exigences :

- **Une communication claire sur les dates et les conditions de reprise** : Quid des ouvertures des plages, golfs, parcs d'attraction, etc. ? Idem pour le tourisme citoyen : musées, galeries d'expositions, jardins ? Réouverture des services associés, quelles obligations : piscine, spa, court de tennis, espace jeux d'enfants, etc. ? Y aura-t-il des jauges de fréquentation en simultané à respecter ? des jauges maximales ?

De nombreux professionnels nous indiquent qu'il n'est **pas envisageable au niveau de chaque établissement** d'autoriser l'ouverture d'une partie de l'offre et l'interdiction d'une autre partie (par exemple : hébergement autorisé mais fermeture du restaurant ou de la piscine).

- **Un protocole sanitaire élargi à tout ce qui relève de l'activité touristique** (hôtellerie de plein air, parcs d'attractions, parcs et réserves naturelles) **clair, sécurisant et accessible facilement sur un site des pouvoirs publics**
- **Des équipements de protection** : gel, masques (lesquels ?) et gants, **en quantité suffisante** pour les équipes (pour chacune des étapes nécessaires de la désinfection) et pour les clients qui arriveraient sans masque : centraliser les commandes avec le concours de prestataires (les brasseurs, les fournisseurs de linge et papier toilette, nappage, pour mutualiser les livraisons et baisser les coûts) pourrait être une piste utile à creuser.

En complément, accompagner les entreprises touristiques à la mise en place de solutions de type « thermomètres à infrarouge », visant à sécuriser et rassurer tant les clients que le personnel.

- **L'inscription des professionnels du tourisme et de leur personnel parmi la liste des bénéficiaires prioritaires pour la réalisation de tests sérologiques.**
- **L'enjeu immédiat sera l'acceptabilité des villégiateurs par les territoires. Il convient de faire une communication dans chaque département pour éviter des comportements inappropriés à l'égard des touristes.**
- **Une diminution des charges pour prendre en compte la perte de rentabilité liée à la réduction de la capacité d'accueil**

3. Le volet social

Les CCI proposent :

- Le maintien exceptionnel des droits des saisonniers à la suite d'un contrat inférieur à 6 mois
- Une politique incitative d'embauche à la reprise d'activité (exonération de charges, subvention, prise en charge d'une partie du salaire ou autres dispositifs...)
- Une formation pour le personnel saisonnier aux techniques de nettoyage des chambres, salles de bains, sanitaires, entretien des bus...afin de créer de la cohésion d'équipe et rassurer le consommateur

Emploi : pourquoi travailler en Lozère ?

- S'informer en amont sur l'impact psychologique du confinement auprès des jeunes
- Intégrer les éléments de rassurances dans les outils et actions de communication dédiés

Les CCI seront, par ailleurs, force de propositions en matière de formation et de soutien à la filière de l'apprentissage qui risque de subir une forte contraction en septembre dans le secteur hôtellerie restauration.

Cf Tableau de présentation synthétique des volets 1, 2 et 3.

Mesures	Cotation banque de France	Fonds FEDER, LEADER, FEADER, FSE	Fonds dédié tourisme, évènementiel, culture...	Mesures sanitaires Guides de bonnes pratiques	Fiscalité (Maintien TVA à taux réduit ; exonération temporaire taxe de séjour et droit de terrasse ; allongement exonération redevance télé hôtels ; exonération fiscale des heures supplémentaires)
Objectifs	Revoir temporairement l'échelle de valeur au niveau cote activité & cote crédit pour les secteurs du tourisme, évènementiel, Culture ...	Maintien à titre exceptionnel des fonds FEDER, FEADER, LEADER, FSE 2014-2020 sur une période allongée de 1 à 2 ans en élargissant aux secteurs ciblés	1/Financer les mesures sanitaires, la prospection commerciale, l'immobilier... 2/Rachat de dettes pour éviter le défaut de paiement en allongeant les durées 10 ans pour les fonds et 20 ans pour les murs par exemples	Favoriser la ré-assurance des collaborateurs et des futurs clients et sécuriser l'employeur par rapport à ses obligations de moyens	Eviter de dégrader encore davantage la trésorerie des entreprises
Acteurs	Banque de France, Banques publiques, Banques privées	Etat, Région	BPI, Caisse des Dépôts, Banques Privées, Banque européenne, Assureurs, Etat, Région, Collectivités	Etat/ Entreprises privées CCI en relais pour l'information et la formation	Etat/ collectivités locales
Publics visés	Entreprises privées	Entreprises privées et/ou collectivités et/ou parapublics (SEM, SPL ou autre)	Entreprises privées et/ou collectivités et/ou parapublics (SEM, SPL ou autre)	Entreprises privées et collectivités	Entreprises privées
Secteurs	Tourisme (parc animalier, parc aquatique...) Hébergeurs (Hôtel, Camping, résidences...) Cultures (sites, lieux de visite, musées...) Evènementiels (spectacles, concerts....)	Tourisme (parc animalier, parc aquatique, station de ski, station thermale, centre thermo-ludique...) Hébergeurs (Hôtel, Camping, résidences...) Cultures (sites, lieux de visite, musées...) Evènementiels (spectacles, concerts....)	Tourisme (parc animalier, parc aquatique, station de ski, station thermale, centre thermo-ludique...) Hébergeurs (Hôtel, Camping, résidences...) Cultures (sites, lieux de visite, musées...) Evènementiels (spectacles, concerts....)	Idem	HCR

Mesures	Cotation banque de France	Fonds FEDER, LEADER, FEADER, FSE	Fonds dédié tourisme, événementiel, culture...	Mesures sanitaires Guides de bonnes pratiques	Fiscalité
Pourquoi ?	<ul style="list-style-type: none"> -Indicateurs regardés par le secteur bancaire - Diminuer la notion de risque - Eviter le défaut de liquidité auprès des entreprises 	<ul style="list-style-type: none"> -Intervention sous forme de subvention (aide directe aux entreprises) sur l'immobilier Et /ou aides immatérielles (coaching commercial, marketing, prospection commerciale...) - Gain de temps car dispositif déjà en application et voté - Efficience des dispositifs sans perte de temps 	<ul style="list-style-type: none"> -Eviter le défaut de paiement -Eviter de fragiliser le secteur bancaire -Eviter de créer une crise financière liée à la pandémie 	<ul style="list-style-type: none"> -Eviter la mise en œuvre de nouvelles chartes ou normes sanitaires longues à élaborer et coûteuses - Ne pas casser la dynamique des labels existants (Qualité Tourisme, Maitres Restaurateurs) et soutenir leur obtention et leur renouvellement (report des autorisations de renouvellement) 	<ul style="list-style-type: none"> -Favoriser la reprise
Bénéfice pour l'Etat, les régions et/ou les collectivités	<ul style="list-style-type: none"> - Permettre à l'ensemble des entreprises de bénéficier des aides - Mesure structurante s'inscrivant dans une logique de relance à long terme - A coût zéro 	<ul style="list-style-type: none"> -Alléger le coût des mesures de soutien aux Entreprises - Système d'aide directe sous forme de subvention - Complétude des interventions - Symbolique d'intervention Echelle européenne, nationale, régionale, locale 	<ul style="list-style-type: none"> -Mutualisation des moyens à coût moindre - Refinancement des dettes d'entreprises - Ne pas actionner la garantie d'Etat ou des Régions - Garantir la survie des entreprises - Implication de l'ensemble des acteurs avec engagement dans le temps 	<ul style="list-style-type: none"> -Mutualisation des moyens à coût moindre 	<ul style="list-style-type: none"> -Reprise de la consommation intérieure

4. Le volet création d'une nouvelle offre et digitalisation : Comment ? Avec qui ? Et dans quels périmètres ?

Dans un contexte global de grande incertitude, il est difficile de formater une nouvelle offre commerciale.

Les entreprises ont besoin d'indicateurs fiables et réguliers pour proposer ces nouvelles offres de services et de disposer d'études quantitatives et qualitatives sur l'état d'esprit et les attentes des futurs clients.

Les professionnels considèrent qu'il faut maintenir la période de congés d'été pour les salariés car la reprise se fera à partir de la clientèle domestique (sur tous ses segments, dont le tourisme social).

Coincés dans une injonction paradoxale, celle de faire découvrir de nouvelles offres et celle de préserver la sécurité sanitaire, les professionnels devront faire preuve d'inventivité.

C'est tout le dispositif commercial qu'il s'agit de donc réévaluer dans des délais très courts.

Les suggestions suivantes permettent de dresser un premier benchmarking des pistes évoquées avec les professionnels :

- Mettre en place une stratégie tarifaire adaptée à la reprise et pour 2020 :

- Arrêter le non annulable / non remboursable
- Permettre l'annulation sans frais au plus près de la date d'arrivée
- Renforcer la flexibilité en fonction des périodes
- Créer des offres nouvelles style WE 2 jours/3 nuits
- Créer des « offres en box » payables à l'avance - « un geste plaisir et solidaire »
- Appliquer le tarif basse saison si le client ne peut bénéficier de l'accès aux espaces
- Inciter les clients à réserver « en direct » (« fairbooking »)
- Travailler avec les OT et les activités de services pour créer des packages nouveaux de détente, (salon de coiffure ou esthétique, etc.)
- Maintenir une solidarité en proposant une offre préférentielle à destination des personnels soignants

Par ailleurs, lors de la reprise, les professionnels du secteur touristique auront du mal à seront attentifs à la position des pouvoirs publics pour clarifier et revoir la place et le niveau d'imposition des acteurs de l'hôtellerie traditionnelle et celle proposée par les plateformes numériques concurrentes type Airbnb

Les CCI, sur les zones touristiques, se mobilisent déjà en partenariat avec les hébergeurs, syndicats professionnels, ATOUTFRANCE, CRT, HPTE, Offices de tourisme, lieux de visites, grands sites...) pour travailler sur ces aspects.

Le tourisme d'affaires suppose, lui, un focus particulier.

En effet, la reprise des activités dans les secteurs des salons, congrès et événements d'entreprises va dépendre de la capacité des pouvoirs publics à définir très clairement les conditions de cette reprise (seuils pour les autorisations de regroupement, règles d'hygiène, etc.) et accompagner les professionnels une fois la crise terminée. La reprise sera aussi conditionnée à la rentabilité économique événementielle puisque cette crise pourrait avoir un double effet négatif : une baisse du sponsoring (mécénat et acquisitions de stands par exemple) et une diminution du visitorat, notamment pour les événements à dimension nationale et internationale. Cela peut ainsi questionner sur la viabilité économique d'un événement à court terme.

Dès à présent, il faut travailler à éviter l'annulation pure et simple des grands événements, les reprogrammer dans le temps en engageant une concertation entre les offices de tourisme, les organisateurs d'événements et les professionnels (en particulier hôteliers). Cela aidera à optimiser les taux d'occupation à partir de septembre.

Les CCI appellent, en outre, à une réflexion sur la mise en place d'un plan de sauvegarde des activités du tourisme d'affaires passant notamment par :

- **La création d'un fond de soutien d'urgence d'aides directes aux entreprises** et dont les conditions d'éligibilité doivent être suffisamment souples pour inclure l'ensemble des entreprises touchées.
- **L'encadrement juridique des conditions d'annulation et de cas de force majeure**
- **Les mesures économiques d'accompagnement** des PME et TPE prestataires dont l'activité dépend des salons (standistes, traiteurs, aménageurs...).

5. Le volet communication : éviter les « guerres de territoires »

Il sera primordial que la communication nationale permette de valoriser chaque territoire afin d'éviter une « guerre de territoires » autour de la reconquête de la clientèle domestique. Le risque serait alors une guerre des prix, tirant le marché vers le bas, et amplifiant le choc de demande.

Les CCI soulignent la nécessité d'une double approche :

- A l'intérieur : communication massive à destination du marché national pour une efficacité immédiate pour la saison estivale qui arrive. A cette fin, **une politique de relance de la consommation domestique pour la saison touristique estivale prochaine pourrait s'appuyer sur un partenariat avec l'Agence Nationale pour les Chèques Vacances** (distribution de chèques vacances limités à la saison 2020 par les entreprises et les administrations, défiscalisés, avec une clé de répartition par rapport aux conditions de revenus).
- A l'international : communiquer de manière positive sur la destination France à destination des marchés européens et lointains dans le cadre d'une démarche moyen et long terme concertée entre tous les partenaires avec une mutualisation notamment au niveau budgétaire

Les CCI sont déjà dans de nombreuses régions parties prenantes des réunions de travail organisées avec les professionnels sur ces enjeux.

L'accompagnement des entreprises dans la transition digitale sera bien évidemment une priorité.

La création d'une plate-forme de type OTA française est une piste à creuser, avec un leadership de la Banque des Territoires sur le sujet. **Les CCI pourront être un relais de proximité (information, formations) de cette transformation digitale** avec les CDT et les OTSI car ce sont les équipes de conseillers-experts CCI qui sont en lien direct avec les hôteliers-restaurateurs.

Il faut également inviter à revoir les partenariats entre collectivités et acteurs professionnels sur le sujet de la promotion touristique.

Enfin, lorsque l'on évoque le Tourisme, on pense CHR en oubliant tous les autres acteurs qui concourent à la valeur de l'offre touristique : activités de pleine nature, activités récréatives, bagagistes, transporteurs... Qui font presque 100% de leur chiffre d'affaires en seulement 4 mois.

A l'échelle de la Lozère, accompagner les professionnels du tourisme dans la définition de leur positionnement, **la création / adaptation de leurs offres et mise en place de leurs outils et actions de communication en relation avec la crise sanitaire** : séjours nature (non confinés, qualité et immensité des espaces, faible densité de population, qualité des produits locaux...) et autour de ces **valeurs sociales et environnementales**.

Accompagner les professionnels du tourisme dans la **mise en place de leurs outils et actions de communication sur leurs actions internes** (protocoles sanitaires, approvisionnements...) **en faveur de la sécurité sanitaire.**

6. Le volet infrastructures

Il faut veiller à ce que les maillons de l'offre touristique puissent survivre à la crise :

- Les infrastructures et les équipements (aéroport, liaisons aériennes à moyen terme, trains grande vitesse, stades de rang internationaux, équipements des plans d'eau, bases de loisirs, golfs...)
- Les « animations » : sport de pleine nature toute l'année, festivals de l'été ou des demi-saisons, grands musées et grandes expositions internationales...

Les CCI sont favorables à une politique tarifaire attractive et davantage de rotations ou dessertes :

- Mettre en place le HUB aéroportuaire à partir de Roissy en liaison directe avec les aéroports régionaux. Un des critères de sélection pourrait être le poids de la clientèle internationale en termes de fréquentation
- Mener une politique de relance des trains avec plus de créneaux et de rames sur les destinations touristiques

■ Propositions de mesures pour accompagner la reprise du secteur du commerce de détail non alimentaire

Propositions issues du GT CCI France du 22 avril 2020

CONSTATS :

« ENSEMBLE, REUSSIR LA REPRISE, REUSSIR LE DECONFINEMENT »

La crise sanitaire du COVID 19 a entraîné des mesures de confinement dont la mise en œuvre a été relativement facile. Le déconfinement s'annonce délicat, progressif, et à haut risque. Relancer une économie suppose de redonner l'envie de sortir, d'aller travailler, de se rencontrer, tout en respectant les gestes barrières qui s'imposent et que chacun connaît désormais.

Redonner l'envie ne pourra se faire sans restaurer la confiance des citoyens, des consommateurs, des chefs d'entreprise, des jeunes, des actifs, des aînés... bref, de toute la population.

A ces questions complexes, des actions simples et concrètes doivent être mises en place pour un maximum d'efficacité et de rapidité, même si tout le monde a bien conscience que le redémarrage de l'économie sera progressif.

En effet 74% des consommateurs déclarent qu'au terme du confinement ils éviteront l'effet de foule. (Etude KANTAR).

Il convient ici de considérer le réseau des CCI, fort de ses 20 000 collaborateurs et élus, comme une force de frappe unie au service de la réussite de la reprise avec les territoires et les filières.

La priorité donc : redonner confiance et envie

Principal moteur de l'économie, redonner confiance suppose de rassurer tant le client que le chef d'entreprise. Il s'agit également tout autant, de trouver un équilibre entre sécurité et liberté. Bien entendu il est évident que la capacité de la France à proposer des mesures de santé publique fortes (tests, traitements...) est de nature à rassurer au premier chef la population. Au strict plan économique, les mesures suivantes contribueront à la confiance

Coordonner et accompagner la reprise

A la veille du déconfinement, alors que les médias sont anxiogènes, les chefs d'entreprise sont inquiets et perdus face à la reprise.

Il est donc indispensable de se mobiliser pour les accompagner.

Le Réseau des CCI, déjà fortement mobilisé depuis le début de la crise, est prêt à relever le défi du pilotage et de la coordination territoriale du processus de reprise en lien naturellement étroit avec les services de l'Etat. Son maillage territorial, son articulation étroite avec les unions commerciales, les clubs d'entreprises, les organisations patronales, les services de l'Etat, et les collectivités territoriales, rendent son positionnement idéal en tant que bras armé de l'Etat, pour affronter ce défi économique majeur.

Nous, chefs d'entreprises, élus par des chefs d'entreprises, connaissons mieux que quiconque la réalité de l'entreprise tant dans le secteur du commerce, de l'industrie que des services.

Ensemble relevons le défi. Ensemble réussissons la Reprise

❖ La reprise dans le secteur du Commerce de détail non alimentaire

L'état d'esprit des entreprises du commerce de détail hors alimentaire (textile-habillement, bricolage, ameublement, services...) est celui d'une inquiétude grandissante :

- Face au risque financier (endettement, trésorerie), mais aussi dans leur relation fournisseur ;
- Face au risque commercial : de nombreuses études qu'environ 50 % des consommateurs ne placent pas la consommation en priorité, confortant la prévision d'une reprise très progressive de celle-ci ;
- Face au risque marché et aux nouvelles habitudes de consommation qui se sont créées et dont certaines vont perdurer. En France, durant la deuxième semaine de confinement, le e-commerce et la livraison à domicile ont enregistré d'énormes gains, avec une croissance de 29 % et 72 %, respectivement, par rapport à la même période de l'année précédente.
Dans une étude menée pour KANTAR, il apparaît que si peu de consommateurs déclarent avoir peur de retourner faire du shopping ; 74% déclarent qu'ils éviteront l'effet de foule. Il semble donc important que le commerce traditionnel se positionne aussi sur la vente à distance s'il veut bénéficier de la relance.
- Face au risque RH d'employés choisissant de ne pas reprendre le travail en évaluant le risque santé.
- Enfin, l'incertitude règne concernant la mobilité des salariés, mais aussi des consommateurs, notamment concernant l'équation transport en commun/règles de distanciation sociale.

L'ensemble de ces risques à affronter et une reprise qui tarde à venir auront un effet sur la psychologie des chefs d'entreprise enclin à baisser les bras.

Dès lors, les membres du groupe de travail Relance/Sortie de crise de CCI France considèrent que la réussite du déconfinement et de la reprise des activités économiques repose sur une mobilisation générale en faveur du rétablissement de la confiance et de la sécurité des chefs d'entreprises, mais aussi de leurs salariés et des consommateurs.

Au regard de ces impératifs, ils proposent que soit prises,

- des mesures d'urgence, dès avant le 11 mai 2020, date annoncée du déconfinement ;
- des mesures de soutien à la consolidation de la reprise dès après le 11 mai et se prolongeant jusqu'au 31 décembre.

Dès aujourd'hui anticiper le déconfinement : préparer le jour du 11 mai 2020

➤ Volet sanitaire

Etablir une confiance durable et limiter le risque sanitaire de la réouverture

Une communication précise et massive du gouvernement, relayée par les CCI, les fédérations professionnelles et les collectivités s'avère indispensable, afin de :

- Préciser la date de reprise de l'activité par secteur, les conditions de la réouverture jusqu'à la réglementation des actions de promotion.
- Compléter d'urgence par des modes opératoires (Comment faire) les fiches sanitaires conseils métiers COVID-19 réalisées par le ministère du travail et destinées aux employeurs, mais aussi à tous les salariés avant de les diffuser largement via les CCI et les fédérations professionnelles.
- Proposer rapidement une charte d'engagements sanitaires à respecter par les commerçants contenant des adaptations selon le secteur d'activité.

*En parallèle, les CCI proposent de mettre en ligne sur leurs sites **un auto-diagnostic** qui permettrait aux commerçants de s'informer et s'auto-évaluer concernant les bonnes pratiques essentielles à mettre en place à l'ouverture des magasins en toute sécurité pour les salariés et les clients, avec possibilité de télécharger ensuite un kit (affiche, charte d'engagements à respecter, fiches métiers selon son activité)*

- **Campagne nationale d'équipement sanitaire**

Les CCI se mobilisent sur tout le territoire national pour contribuer à la diffusion aux TPE/PME des masques. En complément, elles pourront épauler les associations de commerçants concernant l'information et la distribution du matériel de première nécessité sanitaire aux petits commerçants indépendants qui n'auraient pas une organisation faitière susceptibles de les informer/livrer

Les TPE-PME ressortissantes des CCI et CMA, pourront grâce à ce dispositif, s'équiper pour opérer leurs activités autorisées ou, pour celles dont les activités ont été interrompues en application du décret du 23 mars 2020 modifié, se préparer en vue du déconfinement progressif annoncé à partir du 11 mai prochain

➤ Volet sécurité juridique

La sécurité juridique des chefs d'entreprises constitue un élément important de la reprise d'activité. Afin de limiter le risque social de la réouverture, notamment vis-à-vis du risque de plaintes déposées par leurs salariés pour défaut de sécurisation des locaux et des contacts clientèle :

- Faire préciser par les pouvoirs publics aux employeurs et aux salariés les règles juridiques de l'obligation de moyens et non de résultats (Cour de cassation).
- Préciser aux employeurs les règles possibles recommandées pour une réouverture partielle, par exemple avec une équipe réduite, ou sur une partie seulement de la journée

➤ Volet financier et fiscal

Les commerçants avant de décider de redémarrer leur activité se posent la question de la rentabilité à court et moyen terme de l'opération. Afin de réduire ce risque et de conforter le dirigeant dans son choix de reprendre son activité, les membres du Groupe Rebond/Relance de CCI France recommandent les mesures suivantes.

Exonérer les entreprises fermées pendant la période de confinement, des charges sociales et fiscales, de mars 2020 à décembre 2020 et prévoir la possibilité de report des charges pour les autres entreprises, pendant une période de 6 mois.

Mobiliser les EPCI dès avant le déconfinement sur des dispositifs d'aides directes au commerce, l'activité commerciale étant une de leur compétence. Les inciter à ouvrir les hyper-centres avec gratuité des parkings.

Fonds propres

Dans les secteurs qui portent des stocks (équipement de la personne, de la maison...) inciter les fournisseurs à réaliser une remise aux distributeurs sur la (les) dernière(s) commande(s) passée(s) avant le début du confinement.

En cas de situation bloquée, faire appel au service de médiation des CCI, voire au médiateur des entreprises dans la relation commerçants – fabricants.

➤ Volet formation

Faire bénéficier les entreprises de moins de 10 salariés d'une prise en charge de la masse salariale de l'apprenti (Apprenti : coût zéro pour l'entreprise).

➤ Volet règlementaire

Fixer la date des soldes avant la 11 mai 2020 et la reprise afin que les détaillants concernés ajustent leurs livraisons et leurs paiements (les livraisons hiver arrivent normalement en juillet pour septembre)

Dans ce cadre et afin de limiter la détérioration des marges des commerçants :

- Acter le décalage de la date des soldes d'été et des promotions,
- Organiser une concertation avec les fédérations de commerçants afin de proposer des dates au gouvernement qui décide.
- Encadrer, exceptionnellement, les ventes privées et la multiplication des promotions dans les semaines qui suivront la sortie du confinement.

Abroger les systèmes de caution dans les activités marchandes

De nombreuses activités marchandes fonctionnent avec un système de caution : le gaz, les jeux, le tabac, les cartes, l'énergie.

Ce mécanisme grève la trésorerie des TPE au bénéfice de grands groupes qui imposent ce mode de fonctionnement à tout un secteur de revendeurs.

Il est aisé de rendre de la trésorerie aux TPE qui forment ces réseaux en faisant évoluer le système et en privilégiant par exemple des modèles d'abonnement mensuel.

Actions collectives innovantes

Les CCI avec l'appui des collectivités territoriales mettent en place des places de marché en ligne qu'elles ouvrent gracieusement aux commerçants. Ces plateformes peuvent offrir des services de livraison ou des services « click and collect ».

Ces actions essentielles ne pourront à elles seules créer la dynamique suffisante d'une reprise durable. La situation requiert la préparation d'une véritable stratégie massive de communication et de marketing en faveur du commerce. Véritable étincelle, indispensable au redémarrage, elle sera d'ampleur nationale. A l'initiative de l'Etat, en partenariat avec les CCI, elle sera démultipliée dans les Régions à l'instar d'initiatives déjà engagées.

Une campagne de communication massive, exemplaire, citoyenne en faveur du commerce

La stratégie de communication est à décider et organiser dès aujourd'hui. Elle revêtira plusieurs dimensions.

- **Une campagne de communication spécifique sur la sécurité dans les commerces.**

Cette phase conduite avant le 11 mai se poursuivra par séquence jusqu'à l'été. Elle permettra d'entraîner le secteur du tourisme et notamment de l'hôtellerie/restauration. Elle sera portée par les CCI, en lien avec le ministère de l'économie et le ministère du travail et destinée à mobiliser les commerçants et créer un climat général de confiance.

- **A l'initiative de l'Etat, mener une campagne de communication nationale et télévisuelle, relayée en région, en faveur du commerce.**

Elle devra être lancée avant le 11 mai et sera reprise par séquence en juin et en septembre.

- Des campagne dédiées et spécifiques seront lancées en région ciblées sur le commerce de proximité et « l'acheter local » dans l'esprit de la campagne JAIMEMONCOMMERCE.
- Ces campagnes permettront de promouvoir dès le 15 juin 2020 les commerces saisonniers en zones touristique.

Ces séquences de communication seront complétées par la campagne nationale des « 200 000 appels » que le réseau des CCI de France propose de lancer vers les commerçants.

Le jour d'après le 11 mai 2020 : à l'horizon du 31 décembre 2020

Dès la période d'ouverture des commerces, afin de soutenir la reprise et d'accompagner le redémarrage, les dispositions suivantes seront essentielles.

En premier lieu, pour les petites et moyennes surfaces il faut déroger aux règles de fermetures dominicales au moins jusqu'à la fin de l'été.

➤ Volet financier et fiscal

Maintenir toutes des mesures de soutien de l'Etat aux entreprises après le confinement

Pour les entreprises en difficulté, garantir la couverture de toutes aides financières, sociales et fiscales aux commerçants en réouverture, que celle-ci soit totale ou partielle (par exemple avec une équipe réduite, ou sur une partie seulement de la journée)

- Fond de solidarité
- Chômage partiel

Pour les autres entreprises, garantir le maintien du chômage partiel sur plusieurs mois.

Adopter des mesures d'assouplissement exceptionnel concernant les conditions de travail :

- Passage à 39h sans majoration des charges salariales
- Possibilité d'ouvrir le dimanche pour les commerces qui le souhaitent

Adopter un « PGE TPME » : dossier harmonisé, critères d'éligibilité limitatifs afin de faciliter l'accès des TPE au prêt garanti par l'Etat.

Créer « une subvention sortie de crise » accordée par les conseils régionaux aux commerces de détails de leurs territoires sans condition liée à l'emploi (afin de ne pas exclure les indépendants qui travaillent avec leur conjoint collaborateur, comme c'est le cas actuel de la 2ème lame d'intervention du Fonds de solidarité)

Accélérer le déblocage des fonds à l'issue de l'acceptation du prêt par la banque

Fonds propres

Créer un fonds d'urgence spécifique destiné notamment à aider les commerces de détail non alimentaires pour l'indemnisation des stocks invendus, et pour lesquels, aucun recours amiable cité ci-dessus n'a abouti. Ce fonds pourrait être alimenté par une fraction de la TASCOM.

➤ Volet sanitaire

L'établissement d'un label « sécurité sanitaire » sur la base des expériences recueillies lors de la période du déconfinement permettra à terme de rassurer les consommateurs.

Faciliter le paiement par carte bancaire

Le 11 mai 2020, le seuil des paiements sans contact sera élevé à 50 €.

Ne pas facturer aux commerçants les frais de paiement par carte bancaire sur la période de redémarrage.

Poursuite de la campagne d'équipement sanitaire par les CCI.

➤ Volet sécurité juridique

Protection du dirigeant en cas de faillite : ne pas appeler la caution personnelle du chef d'entreprise.

Possibilité de réassurance des collaborateurs, des clients et des fournisseurs.

➤ Volet formation

Renforcement de la collaboration CCI/pôle emploi pour la formation des créateurs d'entreprises

Synthèse des premières propositions pour le commerce non alimentaire

1. Une communication précise et massive du gouvernement, relayée par les CCI, les fédérations professionnelles et les collectivités avant le déconfinement (date et conditions de réouvertures des commerces, charte d'engagements sanitaires à respecter pour les commerçants...)
2. Une communication massive pour soutenir le commerce de proximité, puis le commerce saisonnier
3. Une campagne nationale pour l'équipement sanitaire des commerçants s'appuyant sur le réseau des CCI (complétée par la conception d'un auto-diagnostic en ligne mis à disposition par les CCI et par un label de sécurité sanitaire)
4. Inciter les fournisseurs à réaliser une remise aux distributeurs sur les dernières commandes passées avant le début du confinement
5. Faire bénéficier les entreprises de moins de 10 salariés d'une prise en charge de la masse salariale de l'apprenti (Apprenti : coût zéro pour l'entreprise)
6. Décaler la date des soldes d'été et des promotions, en s'appuyant sur une large concertation avec les fédérations de commerçants,
7. Autoriser l'ouverture dominicale des commerces petites et moyennes surfaces hors alimentaire jusqu'au 31 août 2020 au moins,
8. Exonérer les entreprises fermées pendant la période de confinement, des charges sociales et fiscales, de mars 2020 à décembre 2020
9. Maintien tant que nécessaire des mesures de soutien (Fonds de solidarité, activité partielle, PGE...) pour les entreprises en difficulté. Pour les autres entreprises, garantir le maintien du chômage partiel sur plusieurs mois
10. Adopter des mesures d'assouplissement exceptionnel concernant les conditions de travail (39h hebdomadaires sans majoration de charges, possibilité d'ouvrir le dimanche pour tout commerce qui le souhaite)
11. Créer « une subvention sortie de crise » accordée par les conseils régionaux aux commerces de détail de leurs territoires sans condition liée à l'emploi de salariés (afin de ne pas exclure les indépendants qui travaillent avec leur conjoint collaborateur, comme c'est le cas actuel de la 2^{ème} lame d'intervention du Fonds de solidarité)
12. Accélérer la mise à disposition de places de marché en ligne pour les commerçants par les CCI et les EPCI, avec services de livraison ou « click and collect »
13. Campagne de 200 000 appels sortants
14. Ouvrir l'accès avec parking gratuit aux centre-villes
15. Supprimer le système de cautionnement au bénéfice des grands groupes dans les activités marchandes.

➤ **Contexte et constats**

Le tissu industriel français s'est trouvé fragilisé avant même la croissance exponentielle du Covid-19 en Europe, par les répercussions des chocs sur l'offre et la demande subis par l'économie chinoise entre janvier et février 2020.

Le développement de la pandémie en Europe, et l'annonce des mesures de confinement ont définitivement placé la grande majorité des industriels français face à un double choc d'offre et de demande. Le délitement progressif des chaînes d'approvisionnement et la difficile adaptation des unités de production à la crise sanitaire, ont conduit en cascade le tissu industriel français à une forte baisse d'activité et à un quasi-arrêt dans certains secteurs.

La perte d'activité par rapport à la normale est de l'ordre de 50 % dans l'industrie au niveau national. Dans toutes les régions, on a observé des arrêts massifs d'activités suite à la mise en place du confinement et à la pénurie des matériels de protection et de désinfection. Des sous-traitants ont vu toute leur filière fermer et ont donc naturellement arrêté l'activité (aéronautique, imprimerie, bois...).

Des entreprises ont continué avec les salariés volontaires notamment en s'appuyant sur le carnet de commandes d'avance ou le retard qu'elles avaient pris. Ont continué aussi des entreprises agroalimentaires et certaines réalisant des maintenances d'urgence. Les premières inquiétudes de ces entreprises sont d'avoir suffisamment de matière et d'approvisionnements pour continuer.

Les entreprises qui étaient déjà fragiles avant la crise du coronavirus courent de gros risques de dépôt de bilan, car elles n'ont plus ou très peu de nouvelles commandes.

Il s'est avéré très difficile d'assurer une continuité des activités industrielles, y compris des activités industrielles considérées comme étant stratégiques dans le cadre de la gestion de la crise. Cette continuité suppose le redémarrage d'industries considérées comme « non-essentiels » dans le respect des règles sanitaires pour permettre aux entreprises stratégiques d'être approvisionnées en intrants.

L'industrie risque d'être durablement touchée par la crise, étant par nature très capitalistique : il lui faudra relancer les machines à l'arrêt depuis un certain temps, retrouver des sous-traitants ou des fournisseurs capables de remplacer ceux qui n'auront pas passé le cap de la reprise, retrouver du personnel compétent sur des métiers parfois rares, des capitaux, etc.

Les industries pourront également avoir perdu des parts de marché à l'international, que leurs concurrents situés dans des pays sortis plus tôt du confinement leur auront pris.

Inversement, si l'économie française devait redémarrer avant celles d'autres pays, il y a également le risque qu'étant donné l'interrelation mondiale des chaînes de valeur industrielles, les entreprises industrielles françaises soient « freinées » dans leur reprise parce qu'une partie de leurs fournisseurs sont situés dans des économies à l'arrêt.

➤ **Propositions pour l'Industrie**

A court-terme

1. Clarifier les messages des autorités publiques et sanitaires sur le port des différents types de masque et sécuriser les chefs d'entreprises en termes de responsabilité juridique en cas de maintien ou de reprise d'activité
2. Continuer de favoriser les approvisionnements aux entreprises en équipements divers de protection pour permettre aux entreprises de continuer et de reprendre leur activité dans des conditions sanitaires adaptées
3. Lancer des filières locales de fabrication de masques non sanitaires
4. Mettre en place des commandes groupées / centrales d'achats d'équipement de protection pour les entreprises, maintenant que la pénurie de ces équipements est moins aigue
5. Dès que possible, mettre en place un dispositif de tests sérologiques permettant de détecter les salariés immunisés afin que les chefs d'entreprises puissent remettre en activité leurs sociétés sans craintes
6. Mettre en place des plateformes d'entraide entre entreprises, telles que les CCI l'ont fait dans plusieurs Régions (exemple : www.ccientraidefrance.fr)
7. Respecter pleinement l'engagement d'indemnisation d'activité partielle
8. Veiller à ce que les entreprises qui sont en plan de continuation puissent aussi bénéficier de prêts garantis par l'Etat
9. Intégrer les CCI dans le tour de table de la Médiation du crédit, afin de contribuer à identifier plus efficacement les entreprises qui doivent effectivement pouvoir bénéficier d'un prêt malgré une situation financière dégradée
10. Maintenir et soutenir les crédits inter-entreprises en particulier entre PME-TPE
11. Les assureurs doivent plus contribuer pour soutenir les entreprises, notamment industrielles :
 - Assurance sur perte d'exploitation : voir dans quelle mesure les assureurs peuvent prendre en compte une cote part de la perte d'exploitation
 - Sur les flottes de véhicules qui ne roulent pas, les assureurs pourraient décaler les échéances de paiement et de renouvellement d'assurance de plusieurs mois.
 - Les assureurs devraient prendre en charge une partie du coût d'achat des équipements de protection individuelle (EPI).
 - Les assureurs-crédit ne doivent pas pénaliser les entreprises dans le contexte actuel, et doivent jouer leur rôle, notamment via les dispositifs de compléments d'assurance-crédit et de réassurance publique CAP, CAP+, Cap Francexport et Cap Francexport+.
12. Reconnaître le cas de force majeure pour permettre aux entreprises en difficulté de bénéficier d'un fond de soutien de l'activité pour limiter la dette privée
Propositions du GT Industrie CCI France pour la sortie de crise liée au coronavirus – 27 avril 2020 3/4
13. Faire reconnaître plus de produits et matières premières comme biens de première nécessité pour éviter qu'ils ne soient bloqués par les douanes ou dans les plateformes logistiques
14. Contraindre les opérateurs de collecte, de déchèteries et de centres de tri de matières recyclables (papier carton) de rouvrir pour réassurer une collecte et un recyclage effectifs ; s'assurer que les tonnages de papier/carton récupérés ne partent pas à l'étranger

15. S'assurer que les entreprises de transport puissent rapidement de nouveau exercer leur activité dans de bonnes conditions et sans surcoût pour les entreprises clientes

16. L'ensemble des collectivités devraient utiliser les réserves financières dont elles disposent pour soutenir l'activité des entreprises, notamment industrielles, de leur territoire, et ainsi contribuer à réduire les « trous dans la raquette » en termes d'aides aux entreprises.

A moyen et long terme

17. Mettre en place un plan de réamorçage économique massif européen voire international

18. Elaborer des plans de relance puissants et ciblés pour les secteurs industriels les plus impactés (automobile, aéronautique, etc.)

19. Inciter les grands groupes et grands donneurs d'ordre à entretenir une dynamique d'investissements ; le redémarrage de la production en aval dépend bien évidemment du comportement et des signaux des donneurs d'ordre en amont ; les grands donneurs d'ordres doivent dans la mesure du possible soutenir leur réseau de fournisseurs et sous-traitants

20. Organiser un « électrochoc » de la relance notamment par le biais de la commande publique, de grands projets de travaux et d'investissement et d'appels à projets innovants :

Il est indispensable de continuer à entretenir un niveau d'investissement et pas uniquement de production consommable. Il est essentiel de libérer les investissements publics. Il sera collectivement plus efficace de dépenser des millions d'euros à investir dans des infrastructures, des grands projets, la modernisation des équipements des hôpitaux, des armées... que de financer des plans de chômage partiel ou un taux de chômage en hausse. Les entreprises ont besoin de carnets de commandes remplis, de chiffre d'affaire, de consommation. La commande publique peut contribuer à relancer l'industrie et pallier l'effondrement de l'investissement privé. A titre d'exemple, le réseau routier secondaire français est dans un état déplorable. A cet égard, il s'agira de privilégier les entreprises locales dans le cadre des marchés publics. Cela supposera une nouvelle approche de la part des donneurs d'ordre publics dans leurs achats publics, et donc une réflexion sur le corpus juridique, notamment européen.

Il s'agit de favoriser le recours aux prestations de PME locales, dans le respect du code des marchés publics, avec un calcul de l'ensemble des coûts dans l'appréciation des offres.

Deux points bloquent les collectivités : la reprise du travail des fonctionnaires territoriaux ; le standby du fait des élections. L'économie française ne pourra pas se permettre un « tunnel » de devoir de réserve et de suspension de la commande publique pendant 18 mois, ce qui risque le cas avec les échéances électorales de 2020 et 2021.

21. Investir plus massivement dans la transition énergétique et écologique de l'économie française

22. Envisager, comme c'est le cas en Allemagne, des prises de participations dans les entreprises par les collectivités si nécessaire, après avoir révisé les règles de revalorisation des actifs des bilans

Propositions du GT Industrie CCI France pour la sortie de crise liée au coronavirus – 27 avril 2020 4/4

(terrain, immeuble, goodwill ...), sans incidence fiscale temporaire, pour conforter les fonds propres et redonner une capacité d'investissements.

23. Accélérer la transformation et la modernisation des TPI-PMI de la sous-traitance industrielle vers l'industrie du futur, notamment pour augmenter leur flexibilité et leur résilience ; cela pourra notamment se faire en s'appuyant sur le dispositif CCI « Digipilote Industrie »

24. Poursuivre et amplifier les mesures permettant aux entreprises de renouveler et moderniser leur parc de machines

25. Relancer la dynamique du produire en France pour favoriser la consommation locale et la réindustrialisation ; mettre en œuvre une véritable politique de marketing territorial des filières industrielles françaises pour en améliorer l'image

26. Favoriser les reconversions industrielles vers des productions essentielles, notamment dans le médical, pour permettre à la France retrouve une certaine autonomie sur les produits de base.

27. Soutenir la formation en alternance et l'apprentissage dès à présent et pendant la reprise de l'activité des entreprises industrielles.

Dans le contexte actuel, les apprentis risquent d'être les premiers sacrifiés. Or il est absolument indispensable que l'apprentissage, déjà d'un très faible niveau en France, continue à se développer. C'est un point important de l'avenir industriel de la France à moyen terme. Les CFA alertent sur le fait que les entreprises sont totalement absentes pour proposer des postes d'apprentis pour la rentrée de septembre. Il faut envisager un allègement du coût de l'apprenti pour les entreprises.

28. Afin de maintenir la dynamique de sensibilisation des jeunes et du grand public aux métiers de l'industrie, proposer massivement des journées portes ouvertes (JPO) virtuelles.

29. Redémarrer et relancer rapidement la formation professionnelle continue, quasiment totalement arrêtée actuellement, notamment en s'appuyant sur les outils d'e-learning, et en autorisant une certaine souplesse dans la prise en charge financière de cette offre de formation adaptée au contexte sanitaire.

30. Pour relancer l'export dans les PME, s'inspirer des CCI autrichiennes qui chaque année se concentrent pendant toute l'année sur l'accompagnement à l'export vers un seul pays pour éviter de se disperser

❖ La reprise de la filière bâtiment et travaux publics

Contexte et constats

85 % des entreprises de la filière ont été contraintes d'arrêter les chantiers à la date d'entrée en vigueur du confinement.

Le redémarrage sera d'autant plus long que l'activité se caractérise par une chaîne de valeur très forte et profonde : maîtres d'ouvrage, architectes, bureaux d'études, maîtres d'œuvre, entreprises réalisatrices, entreprises de services jusqu'au sous-traitant des différents acteurs.

De ce fait, dans ces métiers caractérisés par des marges nettes faibles (1 à 6%, groupes et ETI), les « stop en go » sont coûteux.

➤ Etat d'esprit au sein de la filière

Aujourd'hui, au sein de la profession on note une volonté partagée de vouloir redémarrer au plus vite l'activité, désir partagé par beaucoup de salariés dont le pouvoir d'achat est amputé.

➤ Rétablir la confiance et la sécurité

Rétablir la confiance repose sur la mise en place des procédures de sûreté et de sécurité préconisée par la profession et notamment l'Organisme Professionnel de Prévention du Bâtiment et des Travaux Publics (OPPBTP)

Les observateurs de la profession notent une réactivité correcte avec la mise en place de la méthodologie (OPPBTP) permettant un redémarrage efficace et sécurisé.

Le modèle économique de la sortie du confinement et de la reprise

Comme pour le commerce de détail non alimentaire, la question est posée de la rentabilité du redémarrage. Le surcoût lié à la mise en œuvre des procédures de redémarrage d'activité est estimé dans la profession à environ 20 %. Il est inhérent :

- À la mise en place des dispositifs sanitaires (par exemple la multiplication des moyens de transports des équipes (distanciation)
- Transports de produits plus chers
- À la perte de productivité liée à la mise en œuvre même des opérations, soit un ordonnancement de l'intervention des différents métiers en séquentiel et non plus en simultané des différents métiers sur le chantier, et une distanciation parfois incompatible avec les tâches à effectuer.

Ainsi l'organisation des chantiers, clés des marges au sein de la filière, se trouve durablement ralentie et perd en efficacité.

Préconisations

Au regard de ces défis, les membres du Groupe de travail Relance/Sortie de crise de CCI France proposent que soient engagées,

- **des mesures d'urgence**, dès avant le 11 mai 2020, date annoncée du déconfinement ;
- **des mesures de soutien à la consolidation** de la reprise dès après le 11 mai et se prolongeant jusqu'au 31 décembre.

Dès aujourd'hui anticiper le déconfinement : préparer le jour du 11 mai 2020

Le redémarrage de l'activité est soumis en priorité aux décisions suivantes :

- Garantir l'acceptabilité de la reprise des chantiers par la population riveraine en cours de déconfinement.
- Convaincre les maires d'engager des concertations avant d'interdire la reprise de chantiers pour cause de COVID-19 afin de ne pas mettre gravement en danger les entreprises du secteur.
- Partager la démarche de remise en route de chaque chantier entre Maîtrise d'Ouvrage, maîtrise d'œuvre et coordinateurs SPS.
- Rouvrir les déchetteries publiques auxquelles ont recours en particulier les artisans.
- Faire pression auprès des grandes enseignes, fournisseurs de matériels et de matériaux de rouvrir d'urgence.
- Reprendre l'activité déterminante des concessionnaires de réseau (communications)
- Réaliser des avenants aux engagements en cours prenant en compte la situation (délais voire surcoût)
- Garantir le paiement des factures à échéance par les maîtres d'ouvrage.
- Ouvrir les demi-pensions ouvrières.

➤ Volet financier et fiscal

Afin de permettre à un secteur à fort impact sur l'emploi et sur l'activité économique de redémarrer immédiatement, les décisions suivantes sont à prendre :

Exonérer des charges sociales sur une période donnée.

Une période de 6 mois semble le minimum pour basculer sur une situation rééquilibrée semble plus crédible et surtout plus efficace.

Permettre un traitement rapide et équitable des TPE et des PME de la filière.

Elargissement aux PME de la proposition "Demander à BPI France de renoncer à son taux d'intérêt de 0,25% pour les reports de crédits pour les commerçants et TPE".

L'Etat peut avec des mesures fiscales de type suramortissement relancer l'investissement privé.

➤ Mesures conjoncturelles

Révisions de prix

Pour les commandes passées avant la crise ou pour les travaux en cours, les surcoûts ci-dessus nécessitent que les prix soient réajustés.

Il est proposé que l'application des sujétions soient automatiques et n'ait pas à faire l'objet de négociations, client par client. IL est proposé que son calcul soit effectué par estimation d'un surcoût horaire par personne sur chantier ou par un pourcentage d'augmentation de chaque chantier.

Marchés publics

Libérer les 5% de retenues de garantie de manière généralisée

Décider que les marchés publics pour lesquels les prestations ont déjà été réalisés soient payés

Décider que les marchés publics à venir comprennent une part d'acompte à l'attribution pour soutenir la trésorerie des entreprises

Le jour d'après le 11 mai 2020 : à l'horizon du 31 décembre 2020

Des mesures plus structurantes permettront aux entreprises du secteurs de retrouver progressivement des capacités.

➤ Levier de l'investissement public : redonner de la lisibilité aux entreprises de la filière

La commande publique représente une partie importante de l'activité de la filière. Les régions, les départements, les EPCI sont des donneurs d'ordre importants, voire subventionnent des projets.

Les périodes électorales que nous avons connues (municipales) et à venir (Régionales) ont créé un ralentissement, voire un report des projets de long terme qui donnent à la profession une lisibilité sur son activité.

Traiter la question du surcoût sanitaire en réponse à la commande publique.

➤ Mesures structurantes

L'Etat peut inciter les collectivités à redémarrer la commande publique.

L'Etat peut accélérer administrativement le démarrage de projets publics et privés (énergie, projets publics, projets industriels rattrapage d'investissement de mai relance ex les ponts)

Inciter les entreprises de la filière à innover en déplaçant (ou augmentant) le crédit impôt innovation (CII), actuellement fixé à 80 k€ par an pour les PME.

L'Etat peut inciter fortement à alléger les normes très strictes qui encadrent les marchés d'aménagement sans que les exigences de sécurité/sûreté ne soient compromises.

Les CCI, dans chaque région, engagent une campagne de communication au service de la filière bâtiment et travaux publics dont l'objectif est de redonner confiance aux chefs d'entreprise et soutenir puissamment la relance.

- **Une campagne de mobilisation des collectivités territoriales** à destination des élus régionaux et destiné à la convaincre du rôle majeur qu'ils jouent, par leurs décisions d'investir, de ne pas reporter pour cause électorales le lancement de chantiers.
- **La campagne des « 100 000 appels »** à destination des dirigeants et professionnels de la filière.

➤ Conclusion générale

En conclusion, les membres du Groupe Relance/Sortie de crise souhaitent mettre en avant plus que jamais le caractère holistique de l'approche que nous devons collectivement inventer et construire pour la relance de nos secteurs d'activités, de nos filières, de notre économie. L'immensité du défi repose en cela : sa dimension multiple. Il n'appartient pas aux CCI de répondre à l'ensemble de ces défis souvent inédits, mais dans leur position centrale, au cœur des écosystèmes territoriaux, à leur place, de mobiliser l'ensemble de leurs compétences et de leurs capacités de développeurs pour contribuer à la dynamique nationale de relance. Ici, les CCI, vigies des territoires, savent combien la dimension psychologique de l'envie d'entreprendre est importante, plus encore en période de crise généralisée. Aussi les membres du Groupe Relance/Sortie de crise de CCI France insistent-ils sur l'impérieuse nécessité de recréer une vie sociale et plaident pour une réouverture rapide des restaurants, des cafés et des hôtels dans des conditions strictes de sécurité sanitaires, mais comme contribution essentielles à la dynamique collective.

Synthèse des premières propositions pour le bâtiment et les travaux publics

- 1. Exonérer les entreprises du BTP des charges sociales sur une période de 6 mois**
- 2. Proposer de réouvrir dès maintenant des hôtels en demi-pension à proximité de chantiers afin de loger les salariés**
- 3. Rouvrir les déchetteries publiques auxquelles ont recours en particulier les artisans**
- 4. Sensibiliser les collectivités territoriales pour les convaincre du rôle majeur qu'elles jouent dans la relance via leur décision d'investissement**
- 5. Accélérer administrativement le démarrage de projets publics et privés (énergie, projets publics, projets industriels)**
- 6. Décider que les marchés publics à venir comprennent une part d'acompte à l'attribution pour soutenir la trésorerie des entreprises**
- 7. Pour les commandes passées avant la crise ou pour les travaux en cours, les surcoûts sanitaires nécessitent que les prix soient réajustés**
- 8. Campagne de 100 000 appels sortants vers les entreprises du secteur, réalisée par les CCI**
- 9. Ouvrir les demi-pensions ouvrières**
- 10. Libérer les retenues de garantie**
- 11. Augmenter les % de facturations intermédiaires dans les marchés publics (par exemple acomptes de 50 % en début de marché)**

■ **Autres propositions d'actions pour un rebond économique : les propositions émanant directement de nos ressortissants. Sans priorisation ni jugement de valeur de la part de la CCI**

➤ Stratégie : Organisation & pilotage

Diagnostic logistique gratuit : Nos manières de travailler, nos habitudes, nos priorités sont littéralement balayées par cette situation exceptionnelle... Alors pourquoi ne pas mettre à profit cette période pour nous amener à réfléchir sur nos organisations passées, présentes et futures ? Plus que jamais, nous sommes témoin de l'importance de la « Logistique » dans nos quotidiens et nos organisations

Utiliser l'événementiel pour remobiliser les clients, les collaborateurs et les partenaires en relation avec les associations de commerçants

Gratuité du Viaduc de Millau pour les artisans-commerçants : Afin de fluidifier et dynamiser les échanges en Occitanie, et baisser les charges de ces entreprises ; la gratuité du Viaduc de Millau pour les VHL Pro (1,2,3.....VHL designés selon la taille de l'entreprise) serait la bienvenue.

Valoriser la plateforme d'échanges inter-entreprises de biens et de services Relance CCI

Mise en place de bilan entrepreneuriaux (CCI MAP) : Proposer aux dirigeants de réaliser le bilan entrepreneurial de leur entreprise afin d'identifier les problématiques et pistes de progrès. Cette analyse systémique permettra de mettre en place votre plan d'action pour l'avenir ... à court, moyen et long terme.

Développement de Pôles agricoles de proximité (PAP) : Créer des Pôles Agricoles de proximité (PAP) et penser un modèle nouveau d'agriculture périurbaine. Nos villes devraient penser à un modèle nouveau d'agriculture périurbaine (aménager quelques ha de terre agricole en périphérie de la ville, ayant vocation d'un pôle agricole de maraîchage avec magasin de vente, et horticole si nécessaire. L'animation peut être confiée à des jeunes agriculteurs en quête d'installation, qui disposeraient aussi d'une main d'œuvre en réinsertion, par exemple).

Favoriser la création de Pôles Commerciaux (Concentration de commerces de proximité) : Il s'agit de rassembler les commerces de proximité (boulangerie, boucherie, poissonnerie, épicerie, ...) dans un même bâtiment ou mini-centre commercial dans lequel la collectivité a investi. Cela permet aux commerçants de s'installer à moindre coût, de créer des synergies entre commerçants, de dynamiser le centre bourg ou centre-ville et facilite le quotidien des consommateurs.

Réduire les dépenses des collectivités locales : éviter les réunions de plus de 7 personnes. Cela permettrait, dans le public, d'économiser plus de 20% du temps de travail.

La mise en avant du Made in France : Le grand public a besoin de savoir que le Made in France c'est de l'emploi... Des savoirs-faire... Que sa disparition aurait un impact direct dans sa vie quotidienne...

Relocaliser l'industrie en France : La crise sanitaire a été le révélateur de nos faiblesses et de notre dépendance, il faut relocaliser de l'industrie en France.

Rendre les entreprises industrielles moins dépendantes de fournisseurs étrangers : La crise a montré la dépendance de tout un pan de notre économie vis-à-vis de fournisseurs étrangers. Il faut accompagner les entreprises industrielles dans la réintégration de process vitaux pour l'entreprise.

Réunir les entrepreneurs lors de réunions de travail pour optimiser leur réseau et se recommander les uns les autres auprès des réseaux respectifs de chacun. Le marketing de la recommandation permettra aux entrepreneurs de trouver du business plus rapidement en sortie de confinement.

Reporter certains délais légaux : les autorisations d'urbanisme, ont été suspendues pendant le confinement ; il conviendrait de les décaler encore pour que certaines entreprises ne soient pas hors la loi... un autre exemple : les contrôles techniques pour les entreprises du transport et de la logistique.

Soutenir la Création d'entreprise - Campagne de communication et dispositifs d'aide et d'appui : Suite à cette crise de nombreuses personnes vont perdre leur emploi, il va falloir favoriser la création rapide d'emplois en facilitant et en accompagnant la création d'entreprises. La création d'entreprise a le double intérêt de permettre à des chômeurs de créer leur propre emploi et de potentiellement pouvoir créer d'autres emplois à terme. Il faudrait lancer une grande campagne de communication sur les dispositifs d'aide et d'accompagnement qui existent et encourager les investisseurs à soutenir la création d'entreprises à travers des systèmes de garantie des investissements.

Aménagement du droit du travail pour absorber le surcroît d'activité : De nombreuses entreprises vont devoir honorer des commandes et des marchés, rattraper du retard... il faut au moins provisoirement aménager le droit du travail pour permettre aux salariés de travailler plus de 35h00 et permettre aux entreprises de repartir vite.

➤ Commercialisation

Développer le trafic et la conversion en ligne des commerçants de manière multicanale : Le confinement implique une absence de trafic dans les magasins physiques. Le commerçant qui souhaite développer ses ventes en ligne ne peut le faire que si l'utilisateur visite son site web. Nous proposons une solution immersive qui vient se greffer sur le site internet mais qui peut surtout être partagée sur différents canaux de communication (réseaux sociaux, email, sms, site web...). Le trafic augmente et l'utilisateur navigue et peut commander en ligne quel que soit l'endroit où il se trouve. Chaque commerçant peut modifier les contenus en fonction de ses offres, promos, événement et utiliser cet outil pour communiquer et recruter de nouveaux clients. Des analyses très précises permettent de mesurer le nombre et de ventes et le retour sur investissement.

Créer des "Commerces de territoire" et "Entreprises de territoire" : Face à la disparition de nombreuses entreprises suite à la crise actuelle, il faut faciliter la création de sociétés d'Economie Mixte (SEM), Associations ou SCIC à l'initiative des collectivités locales pour développer des services de proximité et d'intérêt général sur les territoires, notamment les communes de 500 à 10.000 habitants. Ces entreprises de territoires pourraient développer des commerces de proximité ou des services à la population en s'appuyant sur les capitaux engagés par la ou les collectivités locales.

Le site marchand des commerçants : Mettre à disposition des commerçants ou indépendants d'une même commune une plateforme de E-commerce et de E-services

Faire des préventes dans le commerce : reconstituer la trésorerie, fidéliser le client et préparer la réouverture de son commerce en permettant au client d'acheter dès maintenant des articles à retirer plus tard. Cela permet à chaque citoyen de s'engager en faveur du commerce de proximité.

Développer les drives de centre-ville : La crise a confirmé l'intérêt de proposer des nouveaux services aux clients. Il faut appliquer ce qui marche dans la grande distribution ou pour le commerce de périphérie dans les centres-villes. Ces drives (et drives piétons) de centre-ville devraient être un service mutualisé qui favorise la proximité et le retour des clients dans les centres-villes.

Des offres gratuites pour relancer la consommation : Que les commerçants proposent des offres gratuites et les municipalités la gratuité des parkings.

➤ Communication & marketing

Nocturne dans les centres-bourgs : Il faut fêter le déconfinement, favoriser la proximité et inciter les clients à revenir dans nos centres-bourgs et petits centres-villes en organisant des nocturnes avec des animations des offres promotionnelles etc.

J'aime mon commerce : Décliner une campagne de communication du type "J'aime mon commerce". Le confinement a permis à de nombreux consommateurs de (re)découvrir le commerce de proximité, il faut capitaliser sur cette expérience positive pour dynamiser le commerce de proximité et animer nos territoires. L'opération « J'aime mon commerçant lozérien » prévue avant le confinement sera relancée dès que possible.

Créer des circuits gagnants touristiques pour les habitants/touristes avec des avantages : Les musées, les restaurants, le secteur touristique sont les plus impactés, il y aura peu de touristes étrangers cette année. On peut imaginer des circuits dans une ville où il faut trouver des éléments d'architectures, curiosités et autres et les répertorier via un site/application, le but est de tout trouver et de gagner un petit quelque chose : une entrée gratuite dans un musée, un dessert offert dans un restaurant, 20% chez un commerçant etc. Le circuit peut passer par les zones commerciales, musées... le but étant que les habitants renouent avec leur ville et lieux culturels/commerces tout en utilisant leur cadeau pour recréer de l'économie, ressortir. **Possibilité de navettes comme proposé par le département.**

➤ Innovation : R&D

Click & Collect : Développer les solutions de Click & Collect pour les commerçants, que ce soit au niveau de chaque boutique ou mieux de manière collective à l'échelle d'une ville, d'un quartier etc. Ces services sont attendus des consommateurs et sont un plus pour pérenniser le tissu commercial de nos villes.

INPI : Prendre en charge financièrement le coût d'un brevet pour les petites entreprises.

➤ QHSE : Qualité, Hygiène, Sécurité, Environnement

Formation en ligne pour les industries : La pandémie implique une gestion accrue de sa masse salariale. Pour autant, il faut former ses collaborateurs sur les normes d'hygiène ou de sécurité. Cf. remarque Florence PRATLONG

Développer le travail collaboratif en entreprise pour gagner en performance globale : Accompagner les entreprises dans le développement, la mise en œuvre du travail collaboratif et de l'intelligence collective. Accompagner les dirigeants dans ces démarches pour réengager les salariés dans leur travail, gagner en performance par l'ajustement des processus aux fonctionnements des uns et des autres ET aux besoins de l'entreprise, et par la diminution des risques psychosociaux. Et gagner en souplesse et en réactivité pour fluidifier le travail en cas de nouvelle crise.

➤ RH & Management

Développer des groupements d'employeurs : favoriser, ou développer les groupements d'employeurs afin de proposer de la main d'œuvre qualifiée aux adhérents ne pouvant supporter la charge complète d'un salarié. Il va être nécessaire d'avoir recours par exemple à des communicants, du marketing, du support des postes toujours difficiles à assumer et à supporter pour une petite structure.

Créer des coopératives d'entreprises : Concernant les achats de certains produits (ex : les consommables) ou services (ex : fret et expédition), il peut être avantageux de créer un groupement d'achat afin d'accroître sa capacité de négociation vis-à-vis des fournisseurs ; ou une entreprise fortement consommatrice d'un produit / service particulier peut faire bénéficier les autres entreprises de ses tarifs. Concernant les machines et équipements, il s'agit d'optimiser leur utilisation en partageant les coûts d'achat et d'entretien. À terme, la mutualisation pourrait concerner la mise en place d'un groupement d'employeurs qui mutualiserait des compétences.

Défiscaliser les heures supplémentaires : Il faut nous permettre de relancer rapidement nos entreprises, avoir de la souplesse pour produire et aussi remercier nos salariés. La défiscalisation des heures supplémentaires est à privilégier.

➤ Financement & Fiscalité : Financements, aides publiques & fiscalité

Diminuer les dépenses improductives : Plafonner le budget de communication des collectivités locales pour qu'elles réduisent leurs dépenses et ainsi participent à la libération des énergies des acteurs créateurs de valeur.

Maintenir la politique de prêts bonifiés, d'avance après le confinement : Les difficultés des entreprises ne vont pas disparaître instantanément dès la fin du confinement. Il faudra maintenir la politique de soutien aux entreprises (prêts garantis par l'Etat par exemple) pendant encore quelques temps.

Fond de soutien pour les entreprises de la formation : Les entreprises du secteur de la formation sont particulièrement impactées par la crise. De plus, après le confinement, la formation ne sera pas la priorité des entreprises ; il est donc nécessaire de prévoir un fond de soutien pour sauver les entreprises de ce secteur.

Taxe Sociale Universelle ou TVA Sociale - Répercuter les charges sociales sur les produits et services importés : La France a l'une des politiques de protection des salariés les plus favorables au monde. Cela fragilise sa compétitivité à l'échelle internationale à cause des charges sociales élevées qui augmentent ses coûts de production.

Il faudrait mettre en place un dispositif qui répercute ces charges sur les produits importés pour renforcer la compétitivité des produits manufacturés en France. Les produits français coûteraient par conséquent moins chers et les produits importés seraient plus lourdement taxés qu'ils ne le sont aujourd'hui. Ce dispositif apporterait une importante ressource fiscale. On pourrait par conséquent diminuer les charges sociales qui pèsent sur la compétitivité des entreprises françaises sans diminuer les ressources et inciter les entreprises à augmenter les salaires pour renforcer le pouvoir d'achat des salariés.

Annexe - Engagements du réseau des CCI pour accompagner la relance économique



Projet de mobilisation des CCI de France pour élaborer un plan de redémarrage et de relance des activités économiques : L'ambition partagée

Les constats partagés par les CCI

Des crises « majuscules »

Les crises sanitaire et économique que nous affrontons et que nous devons surmonter sont hors normes :

- Par leur dimension mondiale : 50% environ de la population mondiale confinée et une grande partie de l'activité économique mondiale en arrêt brutal durant plusieurs semaines ;
- Par leur effet systémique massif, déstabilisant les chaînes de valeur et d'approvisionnement de secteurs entiers d'activités ;
- Par le choc inédit à la fois de l'offre et de la demande qu'elles ont provoqué
- Par le degré d'incertitude généralisée qui les caractérise et rend difficile l'utilisation de nos traditionnelles boussoles stratégiques ;
- Par la remise en question brutale de nos faiblesses, notre modèle productif et de nos valeurs sociétales.

Les chiffres sont éloquentes

Selon l'approche sectorielle de la Banque de France (agriculture et industrie, construction, services marchands non financiers, services non marchands), l'arrêt brutal et massif d'activité provoqué par la décision d'un strict confinement a entraîné une perte d'activité sur une semaine-type de confinement de -32% dans l'ensemble de l'économie.

La construction (avec une baisse de trois quarts de l'activité normale) et les secteurs du **commerce, transports, hébergement et restauration** (avec une baisse de deux tiers de l'activité normale) affichent les pertes d'activité les plus importantes.

Dans l'industrie, les secteurs les plus affectés sont l'industrie automobile, la métallurgie et les fabrications de machines et équipements.

Les PME et les TPE sur le front des menaces

Au cœur du système productif et de création de valeur national, les indépendants, les TPE et les PME sont les premiers touchés et menacés. Ces entreprises représentent 99% de l'effectif des entreprises, soit 50 % de la masse salariale et 1/4 des dépenses totales de la R&D dans la dynamique d'innovation.

Lors de la sortie de crise et dans la période de confinement, beaucoup d'entre elles seront très endettées et ne seront pas en mesure d'investir et d'embaucher durant le cycle de relance.

Elles pâtiront de l'aversion au risque des consommateurs privilégiant l'épargne et reportant les achats, notamment de biens durables.

L'Etat protecteur redevient acteur majeur de l'économie

L'Etat a déclenché une riposte immédiate, concertée, à la hauteur du défi, destinée à soutenir l'économie, c'est-à-dire à maintenir en l'état l'appareil productif et les emplois, soutenue par les institutions européennes. Les Régions sur l'ensemble de notre territoire se sont immédiatement mobilisées sur les mesures d'urgence. C'est un plan d'intervention sans commune mesure qui est enclenché. Il a pour objectif la préservation de la trésorerie des entreprises et de l'emploi et des compétences par le chômage partiel, afin d'éviter la propagation du choc d'offre à l'issue de la crise.

Les CCI en ordre de marche immédiat

Les CCI partagent la ferme conviction que la relance et plus précisément la reprise d'activité doit être massive et générale sans décalage de phase dès le 11 mai. Chaque semaine d'inactivité supplémentaire aura des conséquences financières et sociales accrues. L'appel à la reprise générale doit être sans faille et mobilisateur.

Leur objectif

Contribuer à la place qui et la nôtre et dans nos missions à **la mobilisation générale** en faveur de la relance du moteur économique national.

Être force de conviction, de propositions et d'innovation à travers des mesures de soutien au redémarrage
Consciente du rôle économique moteur des grands groupes et des ETI, apporter des solutions individuelles et collectives à nos entreprises, en concentrant leurs actions vers les indépendants, les TPE et les PME, en ne négligeant pas les sources d'une croissance renforcée et renouvelée : nos start-up.

Nos convictions

- La gravité extrême de la crise et de ses cycles : l'expérience vécue par les CCI de la sortie de la crise de 2008 a montré que lors du cycle de relance beaucoup d'entreprises, TPE, PME qui avaient pu être soutenues ne survivent malheureusement pas.
- Nous sommes face à une responsabilité partagée et collective, à la fois sanitaire et économique, au regard du risque d'une reprise de l'épidémie et d'un reconfinement, même partiel.
- La dimension psychologique de la crise joue dès aujourd'hui et encore plus demain un rôle majeur dans la dynamique de la relance et de sa durabilité.
- Les réponses quotidiennes et à plus long terme et leur efficacité se trouvent dans leur adéquation avec la proximité.
- Les crises que nous vivons comportent une dimension d'ouverture à l'innovation et sont l'occasion à saisir de repenser nos modes de production, de consommer, de vie.

Mobilisation d'un socle de valeurs partagés par les élus et les collaborateurs des CCI

Sens de l'intérêt général élu et collaborateur

Proximité et solidarité

Confiance

« Redémarrer »

A compter du 11 mai, date de sortie du confinement, et selon l'agenda suivant :

- 11 mai- 15 juillet
- 15 juillet - 30 août
- 30 août- 31 décembre.

Les CCI se mobilisent à travers un dispositif d'accompagnement en trois dimensions

Un maillage territorial d'élus et de collaborateurs qui garantit la proximité du soutien et de l'accompagnement au redémarrage.

Une capacité de veille et d'analyse permanente de l'impact des crises sur les secteurs et au sein des filières (les observatoires et les services d'études des CCI).

Une capacité de coordination dans l'identification des besoins/difficultés des entreprises et dès lors la mise en œuvre des mesures correctives à travers les propositions suivantes :

- **Les cellules de crises régionales, territoriales** en liaison avec la cellule de crise nationale de CCI France. Ces cellules décryptent, traduisent et relaient sur tous les territoires les mesures de soutien à l'ensemble de l'économie et des populations mises en place par le gouvernement.
En cellule d'alerte, elles permettent quotidiennement d'identifier les difficultés et les verrous.
Au 24 avril = + de 650 000 contacts de TPE-PME traités par ses cellules d'accompagnement, dont 33% du secteur du commerce

- **Les groupes de travail nationaux et thématiques** (commerce, industrie, formation, international, Europe) réunissent élus et collaborateurs de chaque région comme capacité collective diversifiée à identifier les verrous, formuler les recommandations ou demandes urgente tout en suggérant des dispositifs d'appui au redémarrage innovants et adaptés aux réalités locales.
- **Les dispositifs de coordination régionaux ou départementaux** avec les exécutifs des Régions, l'Etat en région, mais aussi dans une granularité plus fine, rassemblant toutes les parties prenantes des écosystèmes territoriaux et donc les partenaires des CCI (Région, Medef, CPME, collectivités, réseaux d'entrepreneurs...).

Illustration : la plateforme partenariale d'intervention de la CCI LYON METROPOLE St Etienne Roanne

Une plateforme

Accès simple et lisible aux informations et dispositifs de redémarrage pour les chefs d'entreprises

Orchestration et coordination des dispositifs des partenaires publics et privés

Orientation facilitée du chef d'entreprise (questionnaire simple en ligne) pour une mise en relation vers les bons interlocuteurs

Offre de solutions et services en lignes

Un plan massif d'accompagnement des entreprises

Objectifs de 10 000 pré diagnostics

Des dispositifs d'appuis très ciblés

Un plan TPE et un plan PME financés par la Région Auvergne Rhône-Alpes, ciblés sur les 5 thématiques de reprise d'après notre campagne d'appels sortants à savoir : Développement commercial, Financement, Organisation de la production et Supply chain, Digital, Ressources Humaines)

Des conseils mobilisés « toutes affaires cessantes »

Une centaine de conseillers, d'abord mobilisés pour les appels sortants, seront mobilisés pour rencontrer les entreprises et les accompagner dans leurs problématiques de redémarrage.

Une cellule juridique renforcée sur les questions sociales

Notamment pour traiter les questions relatives aux mesures sanitaires à mettre en œuvre dans les entreprises pour permettre une reprise de l'activité dans les conditions acceptables par les salariés.

Plan de préparation de la relance

I - Préparer la reprise : anticiper le déconfinement

La reprise est conditionnée par :

- Une sécurité sanitaire garantie des salariés et une sécurité juridique des dirigeants afin de recréer la confiance indispensable socle d'une reprise pérenne.
- Un diagnostic permanent de l'activité économique et situations critiques

1) Mesures de préparation et d'accompagnement du déconfinement pour une reprise soutenue

Tout mettre en œuvre afin d'éviter la relance de l'épidémie à l'issue du déconfinement et d'une première phase de reprise d'activité.

La priorité et l'urgence consistent à établir la confiance des salariés et à anticiper la sécurité juridique du chef d'entreprise. La reprise d'activité soutenue revêt ainsi un aspect psychologique majeur.

Elle repose sur l'acceptabilité sociale du déconfinement et donc une réduction de l'aversion au risque à la fois des salariés et des citoyens.

a) Sécurité sanitaire et sécurité juridique

Elaboration d'un guide sanitaire pour les entreprises : différencié en fonction de l'activité (industrie, tertiaire, HCR, commerce de détail ...)

Mise en sécurité des entreprises dans une procédure consistant à mettre en œuvre les guides de bonnes pratiques par métiers mis à disposition par l'Etat (ministère du travail).

b) Garantir la sécurité juridique du chef d'entreprise

- Organiser un accompagnement du chef d'entreprise
 - Face à sa responsabilité d'employeur/sécurité juridique (faire constater par huissier les mesures mises en œuvre dans l'entreprise)
 - Par une mesure de l'impact « psychologique » du chef d'entreprise
- Besoin des entreprises, de visibilité et de transparence de la part des pouvoirs publics sur l'organisation et les critères du déconfinement.

c) Restaurer la confiance des acteurs économiques

Recréer la confiance avec les acteurs externes pour favoriser de nouveaux échanges, y compris par les mesures de sécurité.

2) Diagnostic permanent de l'activité économique

Dans chaque région, territoire par territoire, mettre en place des « guetteurs » en charge de produire un diagnostic permanent de l'activité économique. Objectif :

- Identification par les CCI des activités prioritaires (secteurs-clés) à relancer dans le cadre d'un déconfinement progressif, ainsi que des activités les plus fragiles et /ou en situation critique nécessitant un accompagnement urgent.
- Identification par les CCI des activités mûres et immatures en matière de numérique
- Identification par les CCI des entreprises qui ont des process automatisés et celles qui n'en ont pas.
- **Répondre à la décision de la Commission européenne de création d'une fonction d'alerte rapide** destinée à identifier les ruptures d'approvisionnement et de chaîne de valeur et s'appuyant en particulier sur le réseau Enterprise Europe Network (EEN), les clusters, les chambres de commerce, les associations professionnelles...

II - Relancer l'activité économique : accompagnement du redémarrage des entreprises

A. Des mesures d'urgence pour des entreprises inégalement impactées

Actant l'augmentation du montant du fonds national de solidarité, l'élargissement du nombre d'entreprises bénéficiaires, ainsi qu'une prise en compte simplifiée de la diversité des situations, les CCI souhaite porter une attention vigilante sur le commerce non alimentaire d'ores et déjà en grande difficulté.

Priorité aux secteurs et aux entreprises les plus vulnérables ;

Commerce

Un plan de relance ambitieux, avec des actions à court terme pour sauver les entreprises, et des actions à plus long terme pour permettre le rebond, parce que la reprise ne se fera que progressivement, avec un véritable plan d'actions de l'Etat au-delà des mesures de reports.

A court terme

Une communication massive pour soutenir le commerce de proximité, puis le commerce saisonnier.

Une campagne nationale pour l'équipement sanitaire des commerçants s'appuyant sur le réseau des CCI.

Une campagne de 200 000 appels sortants vers les entreprises du secteur, réalisée par les CCI pour un accompagnement personnalisé.

Exonérer les entreprises fermées pendant la période de confinement des charges sociales et fiscales, de mars 2020 à décembre 2020.

Faire bénéficier les entreprises de moins de 10 salariés d'une prise en charge de la masse salariale de l'apprenti (apprenti : coût zéro pour l'entreprise).

Pour les entreprises en difficulté, garantir la couverture de toutes aides financières, sociales et fiscales aux commerçants en réouverture, que celle-ci soit totale ou partielle (par exemple avec une équipe réduite, ou sur une partie seulement de la journée).

Pour les autres entreprises, garantir le maintien du chômage partiel sur plusieurs mois.

Inciter les fournisseurs à réaliser une remise aux distributeurs sur la (les) dernière(s) commande(s) passée(s) avant le début du confinement.

Décaler la date des soldes d'été et des promotions, en s'appuyant sur une large concertation avec les fédérations de commerçants.

Encadrer, exceptionnellement, les ventes privées et la multiplication des promotions dans les semaines qui suivront la sortie du confinement.

Adopter des mesures d'assouplissement exceptionnel concernant les conditions de travail (39h hebdomadaires sans majoration de charges, possibilité d'ouvrir le dimanche pour tout commerce qui le souhaite jusqu'à la fin de l'année).

Créer « une subvention sortie de crise » accordée par les Conseils régionaux aux commerces de détail de leurs territoires sans condition liée à l'emploi (afin de ne pas exclure les indépendants qui travaillent avec leur conjoint collaborateur, comme c'est le cas actuel de la 2ème lame d'intervention du Fonds de solidarité).

Actions à plus long terme :

Le fonds financier pourrait être maintenu, à l'image de ce qui a été réalisé pour les buralistes, afin de soutenir les projets ciblés sur des programmes d'accompagnement de type diversification des activités.

Favoriser l'acculturation numérique, innovation, modernisation et transformation du points de vente, développement de nouvelles formes de ponts logistiques et de circuits courts, la vente à distance... permettant aux commerçants de rebondir.

Tourisme

Volet financier : (Europe, en partenariat Banque de France, Fédération Bancaire Française, BPI France, Direction Générale des Finances Publiques, Région, Département, Communauté de Communes...)

A court terme

- Renégociation et mise en place de nouveaux échéanciers pour les emprunts en cours (6 mois de manière général et 12 mois pour les activités saisonnières comme à Lourdes, pour rappel la saison

dure 8 mois), simplification des procédures de mandat ad hoc, conciliation, sauvegarde, médiation du crédit (objectif maintien de l'emploi...)

- Afin de **stimuler la consommation intérieure** (marché national), envisager une politique de relance de la consommation pour la **saison touristique estivale prochaine** via un partenariat avec **l'Agence Nationale pour les Chèques Vacances** (distribution de chèques vacances à usage de cette saison estivale limitée dans le temps / saison 2020) par les entreprises et les administrations défiscalisées avec une clé de répartition par rapport aux conditions de revenu...) Objectif : soutenir la consommation intérieure.
- Etudier le recours aux **régimes d'aides n°SA.40424** relatifs aux aides destinées à remédier aux dommages causés par certaines calamités naturelles pour la période 2014-2020 permettant la mise en place d'aides spécifiques à la filière tourisme.
- Mise en place très rapide des **nouveaux fonds européens FEDER, FSE** (Régime **SA.40453** nouvelle génération ou maintien à titre exceptionnel des fonds FEDER **2014-2020** avec les critères actuellement appliqués **mais élargis à l'ensemble de la filière tourisme pour 1 ou 2 années**). L'objectif est de stimuler les investissements immobiliers (modernisation du secteur hôtelier, hôtellerie de plein air avec une relance du secteur du BTP...) et éventuellement immatériels (étude, coaching commercial, accompagnement à la prospection / notamment pour les voyageurs, autocaristes, formation...) dans le cadre de la relance du secteur en appliquant le régime PME...
- Enfin envisager d'assouplir **régime d'aide d'état SA.41259** relatifs aux aides au sauvetage et à la restructuration pour les PME en difficulté en donnant la possibilité d'aider les entreprises en procédure de collective de type Sauvegarde, Redressement judiciaire (avec échéancier...) afin de préserver l'emploi...

Volet social (en partenariat avec DIRECCTE, Direction Générale des Finances Publiques...)

- Maintien exceptionnel des droits des saisonniers à la suite d'un contrat inférieur à 6 mois.
- Politique incitative d'embauche à la reprise d'activité (exonération de charges, subvention, prise en charge d'une partie du salaire ou autres dispositifs...).
- Formation pour le personnel saisonnier aux techniques de nettoyage des chambres, salles de bains, sanitaires, entretien des bus...Envisager la mise en place d'un label...Objectif créer de la cohésion d'équipe et rassurer le consommateur...

Volet infrastructure (Politique tarifaire attractive, plus de rotations ou dessertes) :

- Mettre en place le HUB aéroportuaire à partir de Roissy en liaison direct avec les aéroports régionaux
- Un des critères de sélection pourrait être le poids de la clientèle internationale en termes de fréquentation...)

Volet communication (en partenariat avec les hébergeurs, syndicats professionnels, ATOUTFRANCE, CRT, HPTE, Offices de tourisme, lieux de visites, grands site...) :

- A l'intérieur : Communication massive à destination du marché national pour une efficacité immédiate pour la saison estivale qui arrive (gros enjeu p.ex pour la destination Occitanie...)
- A l'international : Communiquer de manière positive sur la destination France vers les marchés européens et plus lointains dans le cadre d'une démarche de moyen et long terme concertée entre tous les partenaires avec une mutualisation notamment au niveau budgétaire...

A moyen et long terme

- Mise en place le cas échéant d'avances remboursables ou autres aides directes, de dispositifs destinés à soutenir la filière tourisme (national, régional, local).
- Envisager la création d'un **fonds dédié** comme l'**ancien Crédit hôtelier** pour faciliter la relance de la filière, par exemple élargie au secteur tourisme géré par BPI France ou la Caisse des Dépôts, le temps que le secteur redémarre...Ce fonds dédié (prendre exemple sur Fonds Tourisme Région Occitanie élargie à l'ensemble des partenaires bancaires) pourra racheter les crédits en cours, en proposant un nouvel échelonnement dans le temps sur des délais plus long afin de ne pas fragiliser les entreprises (par exemple pour des investissements ou acquisition 10 ans pour les fonds, 20 ans pour les murs...) à des taux compris entre une fourchette de 2 à 4 % afin de prendre en compte le risque. L'objectif sera d'éviter ainsi le défaut de paiement ou de fragiliser les entreprises. Il permettra également aux banques une réassurance du risque sur ce secteur.
- Réfléchir la mise en place d'un **taux de TVA réduit** pour le secteur ou de mesures fiscales incitatives (objectif stimuler la demande en rendant le secteur attractif...) en se fondant sur les **zones touristiques internationales élargies aux territoires accueillant une forte clientèle internationale (critère clientèle internationale et européenne + de 50 % des nuitées sur la base par exemple de la taxe de séjour).**

Industrie

A court-terme

Organiser les solidarités

Au sein du secteur industriel

Insister sur la responsabilité des grands groupes et grands donneurs d'ordre à entretenir une dynamique d'investissements. Cette nécessité vaut pour tous les secteurs économiques, mais est encore plus cruciale dans les secteurs hautement sinistrés comme l'aéronautique, l'automobile.

Maintenir et soutenir les crédits inter-entreprises entre PME-TPE.

Au service des industriels

Mettre en place des plateformes d'entraide entre entreprises

Illustration

Les CCI l'ont proposé dans plusieurs régions. CCI Entraide vous propose le relais de votre offre-demande pour rester solidaire et préserver votre activité. Les CCI assurent la collecte numérique de la donnée, sa mise en ligne et la mise en réseau. www.ccientraidefrance.fr)

Volet financier

Proposer que **les entreprises qui sont en plan de continuation** puissent aussi bénéficier de prêts garantis par l'Etat

Reconnaitre **le cas de force majeure** pour permettre aux entreprises en difficulté de bénéficier d'un fonds de soutien de l'activité pour limiter la dette privée

Mise en place de fonds d'aides régionaux

Le réseau des CCI incite au soutien financier des entreprises.

Illustration

La CCIR Bourgogne Franche-Comté a mis en place un Prêt rebond, via sa place financière régionale avec le Conseil régional, des banques et Bpifrance :

www.cci71.net/coronavirus/doc-place-financiere-bfc.pdf

Assurances

Les compagnies d'assurance peuvent contribuer davantage pour soutenir les entreprises, notamment industrielles

- Assurance sur perte d'exploitation : voir dans quelle mesure les assureurs peuvent prendre en compte une quote part de la perte d'exploitation
- Sur les flottes de véhicules qui ne roulent pas, les assureurs pourraient décaler les échéances de paiement et de renouvellement d'assurance de plusieurs mois.
- Les assureurs devraient prendre en charge une partie du coût d'achat des équipements de protection individuelle (EPI).
- Les assureurs-crédit ne doivent pas pénaliser les entreprises dans le contexte actuel, et doivent jouer leur rôle, notamment via les dispositifs de compléments d'assurance-crédit et de réassurance publique CAP, CAP+, Cap Francexport et Cap Francexport+.

Médiation du Crédit

Les CCI devraient intégrer systématiquement le tour de table de la médiation, afin de contribuer à identifier plus efficacement les entreprises qui doivent effectivement pouvoir bénéficier d'un prêt malgré une situation financière dégradée.

Restaurer les chaînes d'activité

Faire reconnaître plus de produits et matières premières comme biens de première nécessité pour éviter qu'ils ne soient bloqués par les douanes ou dans les plateformes logistiques

Contraindre les opérateurs de collecte, de déchetteries et de centres de tri de matières recyclables (papier carton) de rouvrir pour réassurer une collecte et un recyclage effectifs ; s'assurer que les tonnages de papier/carton récupérés ne partent pas à l'étranger.

A moyen-terme

Elaborer des plans de relance puissants et ciblés pour les secteurs industriels les plus impactés (automobile, etc.)

Organiser un « électrochoc » de la relance notamment par le biais des marchés publics et d'appels à projets innovants

Accélérer la transformation et la modernisation des TPI-PMI de la sous-traitance industrielle (industrie du futur) notamment pour augmenter leur flexibilité et leur résilience

Relancer la dynamique du « produire en France » pour favoriser la consommation locale et la réindustrialisation ; mettre en œuvre une véritable politique de marketing territorial des filières industrielles françaises pour en améliorer l'image

Favoriser les reconversions industrielles vers des productions essentielles, notamment dans le médical

Intervenir auprès de l'inspection du travail afin de faire valoir l'application de l'obligation de moyens du chef d'entreprise dans la mise en œuvre des directives de sûreté sanitaire de l'entreprise (Cour de cassation)

B. Leviers pour limiter les effets de la crise économique

Outre les mesures sectorielles que nous avons préconisées, deux leviers transversaux, c'est à dire mobilisables, en appui de la relance des différents secteurs, doivent être activés : la décentralisation, l'épargne, l'investissement, la formation et les programmes européens.

Plan de relance : promouvoir la subsidiarité

Les Communes, les EPCI, les Départements, les Régions, et l'Etat sont avant tout dépendants de règles claires de gouvernance ainsi que d'une information sur la pandémie toute aussi claire, transparente. La règle de la subsidiarité permettra une mise en œuvre des directives gouvernementales pragmatique, opérationnelle, et adaptée à chaque situation épidémiologique et économique des territoires.

Mobiliser l'épargne

Mobiliser « l'épargne forcée » des ménages pour « la reconstruction »

- **Contexte.** Pendant huit semaines au moins, la consommation des Français sera tombée à un niveau historiquement bas. Selon les calculs de l'Observatoire français des conjonctures économiques (OFCE), 55 milliards d'euros seront épargnés par les ménages à l'issue des deux mois ou presque de confinement.
- **Créer un produit d'épargne spécifique** à l'attention des ménages, afin de mobiliser l'épargne qui « ne sera pas intégralement consommée lors du déconfinement progressif », afin de financer l'investissement et à accélérer la reprise

Mobilisation de l'investissement et de la commande publics

Inciter les collectivités territoriales à ne pas reporter les investissements et à définir des projets de long terme, notamment concernant les infrastructures.

Il est essentiel de libérer les investissements publics. La commande publique contribuera à relancer l'industrie et pallier l'effondrement de l'investissement privé.

Les CCI recommandent de privilégier les entreprises locales dans le cadre des marchés publics. Cela supposera une nouvelle approche de la part des donneurs d'ordre publics dans leurs achats publics, et donc une réflexion sur le corpus juridique, notamment européen.

Illustrations

La CCI Nice Côte d'Azur a développé un « Small Business Act » local de 22 articles, validé avec la Métropole de Nice, pour favoriser le recours aux prestations de petites entreprises locales, dans le respect du code des marchés publics. Il s'agit de favoriser les circuits courts et locaux, avec un calcul de l'ensemble des coûts dans l'appréciation des offres.

En Bretagne, dans les Hauts-de-France, comme en Grand-Est, tous les niveaux de collectivités se mobilisent pour abonder le fonds de solidarité, pour aider un plus grand nombre d'entreprises, dont celles qui ne seraient pas éligibles selon les critères nationaux.

Les Départements devraient systématiquement utiliser les réserves financières dont ils disposent pour soutenir l'activité des entreprises, notamment industrielles, de leur territoire.

C'est aussi l'occasion pour la collectivité d'investir résolument dans la transition énergétique et écologique.

Mesures mobilisant la formation

« Former plutôt que licencier » (CCI et Région en Occitanie)

Dans tous les secteurs, malgré les difficultés parfois critiques, la formation ne doit pas être abandonnée. La reprise progressive d'activité et les transformations qu'impose brutalement la crise vont nécessiter des compétences accrues dans les entreprises, en particulier pour les TPE, les PME, les indépendants. Un investissement indispensable en formation

Nous formulons ici des mesures de court terme destinées à répondre à cette demande et à soutenir le secteur de la formation (professionnelle, continue, apprentissage)

Valoriser le rôle de l'entreprise dans la démarche formative

Inciter le ministère de l'Éducation nationale à réduire les volumes horaires au profit du temps passé en entreprise au profit de la mise en place de l'AFEST (Action de Formation en Situation de Travail).

Développer les actions de formation en situation de travail pour les salariés et les demandeurs d'emploi.

Afin de soutenir l'accueil des apprentis en entreprise

Mettre en place un prime concernant l'accueil par les entreprises des apprentis post-bac

Faire bénéficier les entreprises de moins de 10 salariés d'une prise en charge de la masse salariale de l'apprenti (Apprenti = coût zéro pour l'entreprise). Favoriser certaines filières en tension.

Déployer une campagne de communication en faveur de l'apprentissage par le ministère du travail, avec un focus sur les métiers en tension

Afin de soutenir le développement de la formation des salariés

Faire bénéficier les entreprises de 51 à 250 salariés des fonds des OPCO

Reconnaître l'investissement formation sur le plan comptable, notamment pour les entreprises de plus de 50 salariés

Afin de soutenir la formation des demandeurs d'emploi

Développer des POEC (Préparations Opérationnelles à l'Emploi Collectives), intégrant un temps en entreprise en mettant en place un dispositif d'abondement par Pôle Emploi pour les POEC et POE individuelles.

Développer l'accès à l'apprentissage des jeunes demandeurs d'emploi (- de 29 ans)

Mesures impliquant l'Europe

- **Engager la mise en œuvre locale de « l'initiative européenne d'investissement en réaction au Coronavirus » en utilisant en priorité les reliquats de crédit des fonds structurels pour apporter un soutien direct aux entreprises et/ou aux filières au niveau régional.**

Actions à mener : se rapprocher des Conseils régionaux et de leurs services de gestion des fonds européens.

Par qui ? :

CCI de Région (Présidents, Directeurs Généraux, Responsables des relations institutionnelles et/ou des partenariats) en lien avec les référents Europe des différents territoires.

- **Les futurs programmes Fonds structurels 2021-2027, actuellement en négociation, doivent être complètement revus dans la perspective de l'après-crise, en partenariat avec les CCI pour coconstruire les priorités de relance au niveau régional, notamment quant à la redynamisation et/ou la relocalisation d'activités productives.**

Les CCI doivent être positionnées comme points de contact privilégiés des demandeurs et porteurs de projets.

- **Les programmes transfrontaliers INTERREG doivent être revus dans le même sens et considérablement simplifiés dans leur gestion.**

Actions à mener : se rapprocher des Conseils régionaux et de leurs services de gestion des fonds européens.

Par qui ? :

CCI de Région (Présidents, Directeurs Généraux, Responsables des relations institutionnelles et/ou des partenariats) en lien avec les référents Europe des différents territoires.

- **Mettre en œuvre dans les régions les pôles européens d'Innovation numériques (European Digital Innovation Hubs) en partenariat avec les Chambres de Commerce et d'Industrie au niveau local.**

Actions à mener : se rapprocher des Conseils régionaux qui seront coordinateurs des réponses à l'appel d'offres lancé par l'Etat.

Contacts opérationnels en région : chargés de mission économie numérique des Conseils régionaux.

Par qui ? :

CCI France : contacts avec DGE et Régions de France (en cours).

CCI de Région : Responsables des relations institutionnelles et/ou des partenariats et conseillers spécialisés dans le domaine du numérique, en lien avec les référents Europe des différents territoires.

- **Garantir une reprise rapide et coordonnée des échanges intra-communautaires et la fluidité de circulation des personnes, des biens et des services dans les frontières internes de l'Union européenne. Les flux logistiques et les chaînes d'approvisionnement doivent être remis en route de la manière ordonnée et complète, sans contraintes ni contrôles douaniers supplémentaires.**

Actions à mener : procéder à une veille opérationnelle et à une alerte rapide des pouvoirs publics français et européens sur les entraves au commerce en Europe et à l'international constatées au quotidien.

Par qui ?

CCI France (bureau de Bruxelles) alerte auprès des Institutions européennes (Commission et Parlement) et de la Représentation Permanente française.

Alerte au national de la Direction Générale des Entreprises (DGE) et de la Direction Générale des Douanes et Droits Indirects (DGDDI).

CCI Territoriales : action de veille et « d'alerte rapide » des conseillers du réseau Enterprise Europe Network (EEN) et des conseillers export du réseau CCI International, référents Europe de CCI France.

- **Travailler au niveau européen à un plan d'action visant à des mesures de simplification rapide des échanges et à éviter toute nouvelle bureaucratie inutile dans la remise en route des réglementations actuellement en suspens.**

Actions à mener : procéder à une veille opérationnelle et à une alerte rapide des pouvoirs publics français et européens sur les entraves au commerce en Europe et à l'international constatées au quotidien.

Par qui ?

CCI France (bureau de Bruxelles) pour remontées des informations et actions auprès des institutions européennes.

Action au national auprès de la DGE et de la DGDDI.

CCI Territoriales : action de veille et « d'alerte rapide » des conseillers du réseau EEN et des conseillers export du réseau CCI International, référents Europe de CCI France.

- **Sanctuariser les financements consacrés au réseau Enterprise Europe Network (EEN), en tant que conseil de proximité et réseau d'alerte, afin de garantir aux entreprises une compréhension facilitée des réglementations et renforcer les actions de mise en relations d'affaires au niveau européen.**

Actions à mener : conseil opérationnel aux entreprises au quotidien. Travail de coordination à mener au sein du réseau CCI pour réponse au nouvel Appel d'Offres EEN 2021-2027.

Par qui ?

Expertise des conseillers EEN dans les CCI Territoriales pour le conseil et les conventions d'affaires.

Task force Europe et Directeurs Généraux des CCI Régionales en lien avec les référents Europe de CCI France pour la préparation de l'appel d'offres EEN 2021-2027.

A partir de septembre 2020 pour la préparation de l'appel d'offres EEN.

Chambre de Commerce et d'Industrie de la Lozère
16, boulevard du Soubeyran – BP 81
48002 MENDE Cedex

Tél. 04 66 49 00 33
accueil@lozere.cci.fr