



transformation  
buralistes

# Cahier d'inspiration



COMMERÇANT D'UTILITÉ LOCALE



Tendances



Méthodes



Réalisations



Financement



# Les buralistes, acteurs de la proximité

**Philippe Coy**  
président de la Confédération  
des buralistes



Chers collègues,  
Comme son nom l'indique, ce cahier d'inspiration existe pour nous rappeler l'essence même de notre rôle : celui d'être commerçants et de tout mettre en œuvre pour bâtir une proximité locale.

Oui, nous sommes buralistes ! Une profession qui se distingue des autres par ce rôle si singulier qu'est la vente réglementée des produits manufacturés du tabac. Mais être buraliste, c'est avant tout être commerçant.

Quand on est commerçant, on se doit de faire preuve d'audace et de savoir répondre à la demande de nos clients. C'est notre vocation d'agir selon les attentes et les besoins de notre environnement. Par le lien social qui caractérise nos établissements, nous avons les atouts pour transformer notre point de vente en un lieu de destination pour tous les Français.

Du doyen du village à la jeune famille récemment installée dans le quartier, nos commerces sont des repères pour les Français et c'est avec l'esprit d'entreprendre que nous contribuerons à dynamiser nos affaires.

Dans ce cahier, vous trouverez trois types de ressources pour vous permettre de développer vos activités et pérenniser votre fonds de commerce.

- ✔ Des ressources méthodologiques pour améliorer la clarté de l'offre dans votre point de vente et ainsi saisir toutes les opportunités commerciales à intégrer dans votre commerce. Astuces, partage de pratiques et conseils sont regroupés pour en faire un lieu incontournable.
- ✔ Des fiches tendanciennes sur les activités à développer selon nos différents cœurs d'activités : vape, snacking, loisirs, services... les opportunités ne manquent pas et c'est à chacun de s'approprier une ou plusieurs activités à développer selon les besoins et les attentes de votre (future) clientèle.
- ✔ Des réalisations de collègues : de l'extérieur à l'intérieur du point de vente, plusieurs exemples vous permettront de vous inspirer avant de commencer votre projet de transformation et de réaliser l'audit, première étape du fonds de transformation.

Notre maillage étant notre première force ; c'est en agissant en chefs d'entreprises responsables et avec une âme d'entrepreneur que nous valoriserons nos commerces d'utilité locale.

**« Face au monde qui change, il vaut mieux penser le changement que changer le pansement »**

*Je vous souhaite  
une bonne inspiration  
dans votre projet de  
Transformation  
Bien cordialement*



# Les tendances



Par David Lestoux

Directeur Lestoux Associés !  
David et son agence LA ! accompagnent les villes et réseaux de proximité dans l'adaptation des commerces aux nouveaux modes de consommation. Il nous livre sa vision prospective du commerce.

## Les quatre marqueurs de la Transformation

Depuis quinze ans, j'accompagne la Confédération des ruralistes et je vois l'environnement concurrentiel évoluer et le réseau se transformer. Avec cette multiplication des offres, les ruralistes doivent passer d'un mode cueillette (on vient chez moi parce que je suis incontournable) à un mode conquête de clientèle (je donne envie de rentrer chez moi parce que j'ai une offre nouvelle dans un point de vente plus désirable). Ainsi, quand vous entreprenez la mutation de votre établissement, gardez à l'esprit les 4 marqueurs de transformation pour réinventer le commerce de demain :

### La transformation sociologique

Deux segments de consommateurs représenteront dans les années qui viennent plus de la moitié de la population :

- La génération Z : née après 1996 et n'ayant pas connu le monde sans internet, avec un rapport au commerce différent.
- La sénior-economy : la France comptera bientôt 35% de plus de 60 ans, avec une attente de service du quotidien plus forte.

### La transformation servicielle

Un enjeu pour le commerce à destination des actifs : faire gagner du temps en proposant un bouquet de services praticité.

### La transformation écologique

Les consommateurs seront de plus en plus exigeants sur l'impact environnemental et sociétal de leurs achats. Proposez des produits responsables, des produits du terroir et privilégiez-le « made in local ».

### La transformation digitale

La digitalisation du commerce et de la vie se sont accélérés avec la crise sanitaire... Du rayon téléphonie à la présence de votre commerce sur les réseaux sociaux, intégrez le smartphone comme le sixième sens du consommateur.

**Ces transformations bousculent autant qu'elles ouvrent une décennie favorable au commerce de proximité, prêt à saisir ce mix entre gain de temps et convivialité. À nous, ensemble, de relever ce formidable défi !**



## Consommer moins... mais mieux

Alimentation, Vape, High-Tech... La tendance est à la qualité plutôt qu'à la quantité. Accompagnez vos clients vers une consommation différente, sans forcément changer leur budget.

### en chiffres

**84%**

des Français préfèrent acheter des fruits et légumes locaux et de saison que des fruits et légumes bio qui viennent d'un autre pays.

**41%**

des Français achètent à des petits commerçants pour s'assurer qu'un produit est fiable et durable.

### inspiration

Proposer des produits plus qualitatifs aux clients :

- De qualité
- Durables
- Rechargeables (vape)
- Sains voire bio (snacking, boissons, épicerie...)
- Avec des emballages recyclables...



## Réenchâter le commerce de proximité

Le commerce digital vient grignoter les ventes du commerce physique... Faites revenir les clients dans vos commerces avec trois valeurs essentielles : confort, praticité, convivialité.

### en chiffres

**98%**

des personnes qui choisissent un commerce physique pour un achat le font pour l'accueil humain.

**73%**

des consommateurs souhaitent toucher le produit avant de l'acheter.

### inspiration

Pour enchanter le quotidien de nos clients :

- **SBAM (Sourire - Bonjour - Au revoir - Merci), c'est le fondement d'une expérience d'achat agréable**
- **Aigusez les sens de vos clients : diffuseur d'odeurs, effets de lumières, matières nobles du mobilier, faites sentir à votre clientèle qu'elle est la bienvenue.**



## Consommer plus local

Le lieu de production devient un critère majeur d'achat : soutien à l'économie locale, préservation de l'environnement, sécurité d'approvisionnement, qualité des produits... Mettez sur le « made in local » !

### en chiffres

**77%**

des consommateurs privilégient l'achat de produits locaux. La crise sanitaire renforce cette préférence aux dépens des grandes marques internationales présentes en grande distribution.

**56%**

des Français disent avoir un accès difficile aux produits « made in France ».

### inspiration

Quelques exemples de produits à commercialiser en proximité, selon votre zone de chalandise et les spécialités de votre région :

- Bières & vins régionaux
- Épicerie fine & confiserie
- Produits fermiers
- Artisanat & accessoires de mode
- Cosmétiques



## S'informer en ligne avant d'acheter

Internet s'invite aussi dans les commerces physiques. Il devient primordial d'être visible en ligne pour que le consommateur anticipe ses achats sur place. Et si on travaillait notre présence numérique ?

### en chiffres

**78%**

des consommateurs s'informent en ligne avant d'acheter dans un point de vente. Ils recherchent la disponibilité d'un produit sur place, le temps de trajet ou encore les heures d'affluence.

**86%**

des consommateurs consultent la fiche Google Maps pour trouver la localisation d'un point de vente.

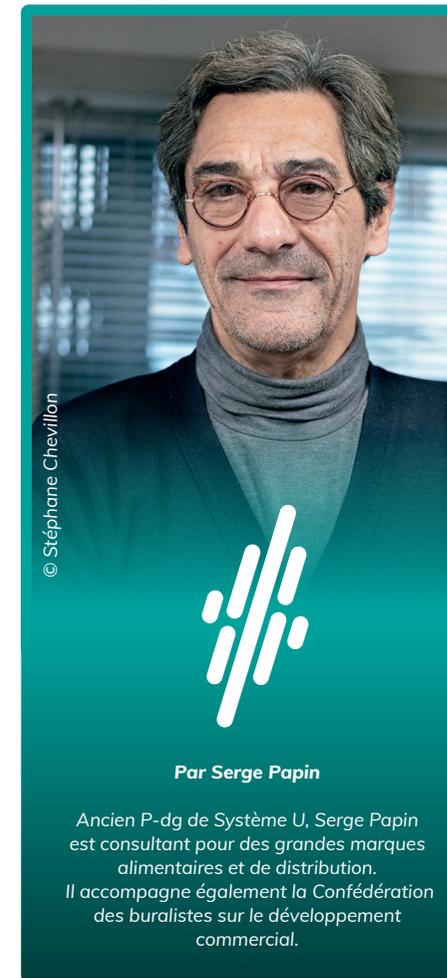
### inspiration

Les informations à relayer en ligne :

- Adresse, téléphone, e-mail
- Site internet
- Horaires d'ouverture
- Types de produits vendus
- Description des services disponibles sur place
- Et ne pas oublier les photos pour donner envie de venir !



## Les méthodes



Par Serge Papin

Ancien P-dg de Système U, Serge Papin est consultant pour des grandes marques alimentaires et de distribution. Il accompagne également la Confédération des buralistes sur le développement commercial.

## Utilité sociale et expérience d'achat

La période exceptionnelle que nous vivons réinterroge nos certitudes. Les lignes bougent. Pour s'adapter, les commerçants doivent se réinventer. Je suis convaincu que les buralistes, avec la force de leur maillage, ont une vraie carte à jouer pour devenir une destination joyeuse pour le consommateur et très rentable pour le buraliste. Si j'étais buraliste, voici les deux règles d'or que je suivrais dans ma transformation.

### Enchanter l'expérience d'achat

Ce qui est vrai pour le supermarché l'est aussi pour les commerces de proximité. Nous devons enchanter le temps que les clients passent dans notre point de vente. Passer d'une destination contrainte à un destination choisie pour le plaisir et la détente. Du choix des matériaux aux offres proposées, pensons au confort de nos clients quand ils sont dans notre point de vente et donnons une raison d'y revenir.

### Défendre une utilité de proximité

En se rendant utiles socialement, les buralistes réalisent leur vocation : celle d'un commerce d'utilité locale qui améliore la vie des gens : services, offre de produits de complément correspondant aux attentes d'aujourd'hui.

Depuis deux ans que j'accompagne la Confédération des buralistes, j'ai pu observer la transformation en œuvre dans ce réseau aux 24 000 visages. Je suis impressionné par la résilience du réseau et sa capacité à s'adapter aux lignes qui bougent et sa dynamique. Continuez à réinventer votre métier et à vous rapprocher de vos clients !

**Vous trouverez dans ce guide de quoi vous inspirer et vous guider pour continuer à devenir les commerçants de demain.**



## Proposez une offre vape adaptée à vos clients

La vape est désormais une pratique largement répandue, et le nombre de vapoteurs continue à augmenter. Du simple dépannage à une offre complète et spécialisée, la vape est incontournable.

### effets attendus

**Touchez une clientèle fidèle de vapoteurs**

**Favorisez l'échange et le contact avec vos clients en les conseillant**

**Générez du chiffre d'affaires supplémentaire**

### bon à savoir

Le marché de la vape représente 3 millions de vapoteurs en France, qui continue d'augmenter

70% des vapoteurs considèrent la vape comme moins nocive que le tabac

### méthode

Une offre complète de vapotage se compose de trois produits incontournables. Composez votre offre selon l'étendue de la gamme que vous souhaitez proposer.

#### Le matériel électronique

**Les e-liquides**

**Les résistances**

### pré-requis

Avant de vous lancer dans une offre vape, étudiez les capacités de votre point de vente : espace disponible dans le point de vente, connaissance du secteur et des produits pour conseiller la clientèle

Prenez le temps de bien vous renseigner sur les produits composant votre offre de vapotage, afin d'avoir un rôle de conseil auprès de vos clients

### budget

De 1000 € à 1500 € en matériel et produits (pour une offre basique)



## Prenez votre part dans le marché du snacking

Les pauses déjeuner se raccourcissent et les consommateurs se nourrissent de produits qu'ils veulent sains et accessibles, à toute heure de la journée. Une belle occasion d'enrichir votre rayon snacking !

### effets attendus

**Dépannez vos clients pressés avec des en-cas**

**Augmentez le panier moyen des clients avec des produits à marge**

**Attirez de nouveaux clients**

### bon à savoir

60% des français se rendent une fois par semaine dans un lieu de snacking

9,70 € : c'est la dépense moyenne pour un repas de snacking

La première exigence des consommateurs de snacking : la praticité

### méthode

Enrichissez votre offre d'en-cas !

**Étendez le linéaire snacking sec**

**Proposez une gamme de boissons fraîches**

**Proposez des en-cas frais de grande consommation**

**Proposez des en-cas « faits maison »**

### pré-requis

Testez la demande auprès de vos clients

Investissez dans du matériel de bonne qualité apparente

Signalez l'offre à l'extérieur du point de vente

### budget

Matériel réfrigérant : de 500 € à 2 000 €

Produits : selon offre



## Captez les opportunités du marché des loisirs

Avec la pandémie, le budget Loisirs n'a pas été dépensé. C'est pourtant un marché en forte progression depuis cinq ans. Pour remplacer les parcs d'attractions, cinémas et théâtres, proposez une offre Loisirs riche.

### effets attendus

**Augmentez votre chiffre d'affaires avec peu d'investissement**

**Développez un linéaire dédié à un loisir qui vous passionne**

### bon à savoir

620 € : c'est le budget annuel des français en loisirs

Les ventes annuelles de jeux de société ont progressé de 10% en 2020, accélérée par la pandémie

Le loisir est un achat d'émotion, il parle au cœur plus qu'à la raison. Les éléments de loisirs doivent donc être visibles et appuyer sur la corde sensible !

### méthode

Nos trois solutions pour développer votre offre Loisirs :

**Valorisez l'offre existante**

**Développez les objets tendances pour tous**

**Mettez en valeur votre passion et parlez-en !**

**Valorisez l'offre de presse existante**

**Ajoutez un agrément jeux (FDJ / PMU) et repensez l'espace joueurs**

### pré-requis

Sondez l'appétence des clients de votre zone de chalandise

Ecoutez les réseaux sociaux pour être au courant des tendances en matière de jeux, gadgets ou titres de presse

### budget

De 150 € à 250 € en investissement produits



## Devenez le lieu de tous les services

On peut presque tout faire en ligne, mais rien ne remplacera le contact humain. Le besoin de lien social avec les commerçants de quartier est essentiel. Proposez des services à vos clients !

### effets attendus

**Augmentez votre flux de clientèle**

**Améliorez votre image auprès des habitants de votre quartier**

**Générez du chiffre d'affaires sans investir beaucoup de temps**

### bon à savoir

Vous souhaitez devenir partenaire du service Paiement de Proximité ? N'hésitez pas à contacter votre commercial FDJ qui vous accompagnera dans les étapes à suivre pour le devenir.



### méthode

Quelques idées de services en plus :

**Paiement de Proximité**

**Service colis**

**Point Nickel**

**Service carte grise**

**Espace de co-working**

**La Borne des buralistes, la borne qui sait tout faire**

### pré-requis

Sondez l'appétence de vos clients à ces nouveaux services !

Contactez vos collègues buralistes qui proposent les services pour avoir leur retour !

### budget

Limité

Parce que chaque magasin est différent, la nouvelle identité « commerçant d'utilité locale » a été conçue pour répondre à tous types de façades.



COMMERÇANT D'UTILITÉ LOCALE

## Donnez de la visibilité à votre transformation

**Pour être efficace, la transformation des buralistes doit être visible.**

La Confédération des buralistes a donc travaillé avec vos représentants et des buralistes pour lancer la nouvelle identité de la profession. En officialisant cette identité, le réseau des buralistes renforce son ancrage territorial en empruntant les codes couleurs de la France et en référence à son maillage unique.

Avec un emblème historique, la signature commerçant d'utilité locale regroupe les trois grandes valeurs portées par le réseau :

- la vocation de commerçant, essentielle à la vitalité économique des territoires ;
- l'utilité locale dans nos quartiers et villages, avec des services publics et une offre multiservices ;
- le lien social et la convivialité.

**Où se procurer les éléments de l'identité réseau ?**

Retrouvez toutes les informations auprès de la plateforme : [www.transformation-buralistes.fr](http://www.transformation-buralistes.fr)

## Une devanture sobre, efficace et attractive



Votre nom, c'est votre identité !

Nouvelle carotte, nouvel emblème

La vitrophanie métiers pour capter de nouveaux clients

vape  
snacking  
loisirs  
services  
& co

Le bandeau « commerçant d'utilité locale »

Les anneaux partenaires donnent plus de visibilité aux marques



# Les réalisations

## Inspirez-vous de ces points de vente pour votre transformation !

(voir pages suivantes)

Découvrez les réalisations emblématiques de ces huit agences\* qui vous proposeront la modélisation 3D de la façade de votre point de vente, avec le kit identité.



**A2M Diffusion**  
info@a2m-diffusion.com



**Vienne agencement**  
contact@vienne-agencement.fr



**Agencement Shop**  
contact@agencement-shop.fr



**My Little Tabac**  
contact@mylittletabac.com



**NAP**  
contact@groupe-nap.com



**Promodern**  
contact@promodern.com



**SAF**  
info.concept-store@la-saf.fr



**Teknadesign**  
france@teknadesign.it

Si vous réalisez vos travaux avec d'autres sociétés, le kit est également disponible à la Coopérative des buralistes et chez ESP, mais attention prévoyez une prestation de pose des éléments (prise en charge par le Fonds de Transformation).



\*Vous pouvez réaliser vos travaux de transformation avec l'entreprise de votre choix (agenciers, artisans locaux).



Tabac Le Ballu  
Paris (75009)  
Une réalisation de Promodern





**Tabac-Press  
Dieuze (57260)**  
**Une réalisation dans le cadre  
des sites pilotes de l'identité**



**Tabac Le Corot  
Saint-Junien (87200)**

Une réalisation dans le cadre  
des sites pilotes de l'identité







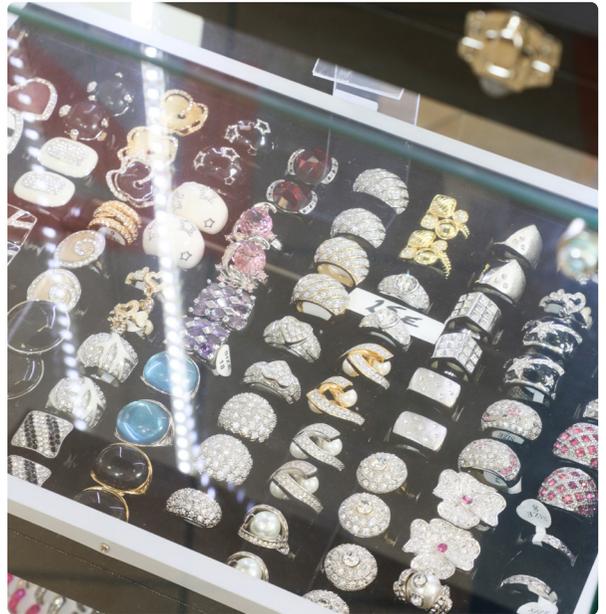
Tabac du Rond-point  
Miramas (13140)  
Une réalisation d'Agencement Shop





Tabac de l'Époque  
Saint-Chamas (13250)  
Une réalisation de la SAF







Tabac Au Pacha Amiens (8000)  
 Une réalisation de MyLittleTabac

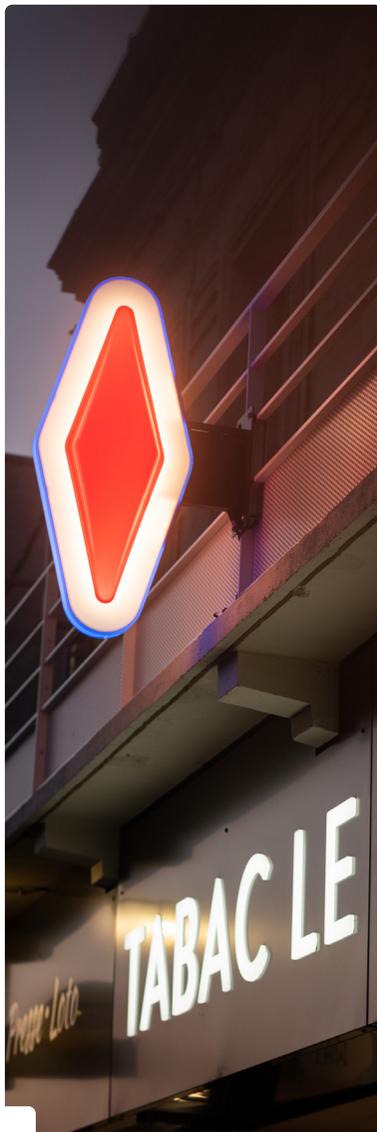


Tabac le l'Olivier  
Vallauris (06220)  
Une réalisation de Tekna Design



Tabac Le Rallye  
Pessac (33)

Une réalisation  
de Vienne Agencement





# Le financement

## Réinventez votre commerce avec le Fonds de transformation !

### LES SOMMES ACCORDÉES PAR LE FONDS DE TRANSFORMATION

**30 %**

C'est le taux de prise en charge sur les dépenses HT

**33 000 €**

C'est le plafond de l'aide

**100 %**

C'est le taux de prise en charge de l'audit s'il conduit à des travaux (50% dans le cas contraire)

### PROCÉDURE POUR LA CONSTITUTION DU DOSSIER

La plateforme est à votre disposition au **01 44 69 28 81** pour répondre à vos questions sur ces éléments et vérifier la validité de votre dossier.

Retrouvez également plus de détails sur les dépenses éligibles sur votre site [transformation-buralistes.fr](http://transformation-buralistes.fr)

\* Tous vos dossiers doivent être transmis à l'adresse suivante :  
**Direction interrégionale des Douanes d'Ile-de-France**  
Service de la fiscalité énergétique et environnementale et aides à la filière tabac  
3, rue de l'Église - 94470 Boissy-Saint-Léger

### UN PARCOURS EN 7 ÉTAPES



#### L'AUDIT

Vous réalisez un audit avec le conseiller CCI et le prestataire de votre choix. Cet audit préconise les axes d'amélioration potentiels de votre commerce.

→ **Restitution de l'audit**



#### LES DEVIS

Après la restitution de l'audit vous faites réaliser un devis pour chaque dépense éligible par les entreprises de votre choix.

→ **Un devis par dépense, service, prestation**



#### LE DOSSIER DE PRÉVALIDATION

Accompagné par la plateforme, vous complétez votre dossier de prévalidation incluant la facture acquittée de l'audit. Ce dossier est à envoyer à la cellule dédiée des Douanes gestionnaire du Fonds de Transformation à Boissy-Saint-Léger\*.

→ **Attestation de prévalidation**



#### LES TRAVAUX

Vous effectuez les travaux par les entreprises de votre choix.



#### LE DOSSIER DE DEMANDE D'AIDE

À la fin des travaux, le buraliste envoie son dossier\* de demande d'aide avec les factures acquittées des dépenses éligibles.

→ **Attestation d'attribution**



#### LA PERCEPTION DE L'AIDE

Le buraliste reçoit la somme de l'aide à la transformation.



#### LE BILAN FINANCIER

Dans les six mois suivant la clôture de l'exercice comptable, le buraliste transmet son bilan financier à la cellule des Douanes\*.



# Les investissements d'aujourd'hui sont les bénéfices de demain !

Nos règles générales et conseils pour la gestion comptable de vos investissements et du fonds de transformation

Pages réalisées en partenariat



avec Formation Buralistes

## règle n°1

Un investissement crée des charges supplémentaires, ces charges doivent être le plus souvent étalées dans le temps : il s'agit de l'amortissement de votre investissement. Il vous faut préalablement déterminer avec votre comptable la durée sur laquelle étaler votre investissement. Fiscalement, vous pourrez ensuite déduire de vos bénéfices le coût net de votre investissement sur la durée optimale.

### Notre conseil

Rapprochez-vous de votre comptable pour optimiser les durées d'amortissement à retenir afin de bénéficier des économies d'impôts et de charges sociales plus rapidement.

## règle n°2

Le fonds de transformation est une subvention d'investissement. Elle diminue de 30 ou 40% le coût à financer par votre entreprise.

Comptablement, cette subvention peut être étalée dans le temps au même rythme que l'amortissement de votre investissement : il n'y a donc pas de fiscalisation immédiate du fonds de transformation.

### Bon à savoir

Dans certains cas il peut être plus intéressant de fiscaliser immédiatement (sans étalement) cette subvention. Exemple : si vous bénéficiez des exonérations liées aux Zones de Revitalisation Rurale (ZRR) OU sur votre première année fiscale d'activité pour éviter la progressivité de l'impôt. Rapprochez-vous de votre conseiller !

Ci-contre, un exemple simplifié de tableau d'amortissement\* et d'économies fiscales et sociales directes liées à votre projet.

	Total	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Année 6	Année 7
Investissement => amortissement	50 000	7 143	7 143	7 143	7 143	7 143	7 143	7 143
Subvention => amortissement	-15 000	-2 143	-2 143	-2 143	-2 143	-2 143	-2 143	-2 143
Marge perdue durant travaux et frais bancaires	3 000	3 000						
Intérêts sur emprunts	1 637	427	364	300	235	170	104	37
Charges supplémentaires	39 637	8 427	5 364	5 300	5 235	5 170	5 104	5 037
Structure à l'IS => Approche économie IS		2 107	1 341	1 325	1 309	1 292	1 276	1 259
Structure à l'IR => Approche économie IR/SSI		4 214	2 682	2 650	2 618	2 585	2 552	2 518

\* Dans nos hypothèses de travail nous avons retenu : un fonds de transformation de 30%, un taux de financement à 1,2% (dont assurance), une durée d'emprunt de 7 ans, une durée d'amortissement des travaux et de la subvention de 7 ans, et un coût lié à la fermeture de l'établissement pour travaux et aux frais bancaires de 6% des travaux. Par simplification l'amortissements de la première année a été fait sur 12 mois.

## règle n°3

Les taux actuels sont particulièrement intéressants (exemple : moins de 1% hors assurance sur des durées de 7 ans) : un financement par emprunt peut être judicieux !

### Bon à savoir

Le financement par emprunt permet d'aligner les décaissements de trésorerie avec l'étalement des économies de charges fiscales et sociales. Rapprochez-vous de votre conseiller !

## règle n°4

L'Excédent Brut d'Exploitation (EBE) est la référence pour valoriser votre fonds de commerce :

Le coût net de votre investissement (amortissements, intérêts sur emprunt) n'a pas d'incidence\* sur votre EBE avant charges sociales.

Cet EBE sera donc directement majoré par la marge brute supplémentaire dégagée grâce aux travaux engagés.

En majorant votre EBE avant charges sociales avec la marge brute supplémentaire dégagée, votre investissement peut avoir une incidence positive sur la valeur de votre fonds de commerce.

\* Hors l'année même de réalisation de vos travaux (décalage lié à la variation de la marge durant les travaux et aux frais bancaires initiaux).

## En complément du Fonds de Transformation, d'autres aides vous sont également accessibles

Chaque dépense doit être financée par un seul dispositif, vous ne devez pas cumuler deux aides pour la même facture acquittée.

	Aide à la sécurité des débits de tabac (gérée par chaque DRDDI)	Aide à la modernisation des diffuseurs de presse - Deloitte
<b>Présentation</b>	Aide au financement d'une étude de sécurité du local commercial et/ou de l'acquisition et installation des matériels, équipements ou systèmes de protection	Subvention directe, accordée aux diffuseurs pour la rénovation de leur espace de vente et/ou l'optimisation de leur gestion des produits de presse
<b>Elements éligibles</b>	Sécurisation des parties du local commercial, des accès directs (comptoir et réserve de tabac), des déplacements du débitant entre son débit et son fournisseur de tabac, son débit et son domicile, vers son établissement bancaire	Modernisation de l'espace de vente directement lié à la présentation de la presse Modernisation de l'informatique lié aux produits de presse
<b>Financements</b>	Plafonnée à 15 000 € : • Par débit • Par période de 4 ans • A un forfait par matériel de sécurité	• Modernisation de l'espace de vente : 70 % du montant total HT, plafonné à 11 200 € • Modernisation informatique : 80 % du montant total HT, plafonné à 9 000 €
<b>Commerces éligibles</b>	Gérants de débit de tabac ordinaire ou spécial	• Exploitants de kiosque à journaux • Diffuseurs de presse spécialistes • Autres diffuseurs de presse
<b>Contacts</b>	Votre Direction Régionale des Douanes et Droits Indirects	Deloitte, TSA 20303 - 92030 Paris-la-Défense cedex FRDiffuseurs@deloitte.fr / 01 40 88 43 94 (mardi et jeudi de 9h00 à 12h00 et de 14h00 à 18h00)
	 <b>Aides et subventions régionales aux commerçants</b> Rapprochez-vous de votre CCI qui peut vous orienter (voir ci-contre)	



## Le réseau des CCI, une aide pour les buralistes

Depuis 2019, le réseau des Chambres de Commerce et d'Industrie vous accompagne dans la réalisation de l'audit obligatoire pour bénéficier du fonds de transformation.

Savez-vous que les CCI peuvent également vous orienter et vous accompagner sur d'autres aides pour développer votre potentiel ? Ainsi c'est le réseau CCI qui distribue l'aide gouvernementale « commerces multi-activités » à laquelle les tabacs en zone rurale ayant une activité secondaire de restauration sont éligibles. Mais plus largement le site [www.les-aides.fr](http://www.les-aides.fr) vous permet d'avoir accès à toutes les aides financières possibles, qu'elles soient liées à votre métier de débitant de tabac ou à vos activités secondaires. Quelques exemples :

- Aide d'urgence aux commerces de proximité de l'agglomération du Grand Soisson
- Transformation numérique et/ou écologique : dans le cadre de France Relance, le réseau CCI vous propose de bénéficier gratuitement d'un diagnostic, d'un plan d'action et d'un accompagnement pour déterminer quels aspects de votre entreprise peuvent être optimisés

### Zoom sur la transformation écologique

Une première phase d'audit réalisée en face à face entre un conseiller CCI et le chef d'entreprise permet de faire un point sur de l'état actuel de votre commerce autour de thèmes comme l'accessibilité, la gestion des locaux, la gestion des déchets, les achats responsables, la mobilité, etc. À partir de vos réponses un plan d'action est généré et commenté par votre conseiller CCI qui mettra en lumière les actions envisageables pour réduire vos charges ou améliorer votre image auprès d'une clientèle soucieuse de préserver l'environnement.

Vous pouvez ensuite choisir de faire concrètement un pas vers l'écologie grâce à un accompagnement avec un conseiller CCI spécialiste des questions de développement durable qui vous aidera à mettre en œuvre une action repérée lors de la phase 1. Cet accompagnement peut

concerner le montage d'un dossier pour une demande d'aide financière à la prise en charge d'un investissement, ou pour candidater à une reconnaissance environnementale, ou encore un soutien pour une action dédiée comme « commerçant éco-responsable » en Bourgogne Franche-Comté.

**N'hésitez pas à faire appel à votre CCI et à consulter le site [www.les-aides.fr](http://www.les-aides.fr).**



# Réinventez votre commerce avec le Fonds de Transformation

La plateforme de la Confédération des buralistes  
vous accompagne tout au long de votre projet.

01 44 69 28 81

[www.transformation-buralistes.fr](http://www.transformation-buralistes.fr)

Nos conseillers sont à votre écoute  
du lundi au jeudi, de 9h à 18h  
et le vendredi de 9h à 13h30