

Un concours créatif pour attirer de nouvelles activités

« Act in Sales » favorise la rencontre entre de futurs entrepreneurs et les décideurs publics ou privés du territoire, propriétaires de locaux disponibles, ainsi que les concitoyens. Au cours d'un parcours immersif de 36 heures, chacune des 15 équipes inscrites, composées de porteurs de projets et d'équipiers (étudiants, demandeurs d'emploi, etc.), est amenée à « challenger » son offre en fonction des mutations du commerce - numérique ou transition écologique - pour le rendre innovant et le confronter aux enjeux de demain afin de favoriser leur implantation dans le centre de La Bocca. Accompagnées par des coaches et des experts locaux (commerçants, chambres consulaires, banquiers, assureurs, cabinets d'expertise comptable, etc.), les équipes devront convaincre de la viabilité de leur projet en le présentant :

- sur les réseaux sociaux, pour un vote du public ;
- devant un jury composé de citoyens ;
- devant un jury d'experts

De nombreux prix sont à gagner : des mois de loyer offerts pour une installation effective, des accompagnements et formations, des adhésions aux associations de commerçants, clubs professionnels, etc. L'inscription est de 15 € pour les porteurs de projets et gratuite pour les équipiers. De leur côté, les Cannois pourront voter pour leur projet favori à partir du vendredi 25 septembre 2020 à 15h sur le site municipal www.cannes.com, mais aussi assister au jury final, le samedi 26 septembre à 11h au Théâtre de la Licorne.

Ouvert aux commerces fragilisés par les conséquences économiques de la Covid-19



« Act in Sales » a pour ambition d'**impulser une dynamique entrepreneuriale territoriale et d'implanter de nouveaux commerces de qualité et diversifiés.**

Dans le cadre du soutien de la Mairie de Cannes à l'économie locale, ce concours est **ouvert à tous les commerçants de proximité fragilisés par la crise sanitaire de la Covid-19 et qui souhaitent booster, digitaliser ou réorienter leur offre. Enfin, les exploitants qui envisagent de céder leur fonds de commerce pourront aussi trouver des repreneurs.** Ainsi, ce nouvel événement cannois s'inscrit dans la continuité des nombreuses mesures immédiates engagées par la municipalité pour relancer une dynamique vertueuse économique d'accompagnement et de relance de l'activité des commerces de proximité.

Pour rappel, la Mairie de Cannes a engagé une lutte quotidienne et acharnée dès le début du confinement décidé par le Gouvernement, le mardi 17 mars 2020, afin de **pallier l'arrêt total et brutal de l'activité des commerces de proximité.** Ce plan d'action s'est articulé autour de mesures d'aides financières directes - **pour un montant supérieur à 2 millions d'euros** - et de dispositifs innovants, simples et concret - #Helpcommerces, Allô Courses, Shoppeer, etc. - pour participer au maintien de leur chiffre d'affaires.

Dans le cadre du plan de déconfinement cannois, la municipalité a également lancé le 11 mai 2020 **une campagne de communication forte et offensive baptisée « Soutenons nos commerces - Relocalisons nos achats » puis « Soutenons nos commerçants - consommons local » - pour inciter tous les habitants à soutenir leurs commerçants locaux.** Les visuels réalisés ont été diffusés via une campagne numérique massive et positionnés sur l'ensemble du territoire communal : sur le mobilier urbain, les bâtiments publics, les bus du réseau de transport Palm Bus, dans la presse, dans les commerces, mais également en format XXL sur la casquette du Théâtre Debussy du Palais des Festivals ainsi que sur la devanture de la gare maritime.

L'attractivité des commerces, un axe structurant de l'action de David Lisnard

Défendre, diversifier et relancer l'activité des commerces de proximité est l'un des combats prioritaires et structurants de l'engagement de David Lisnard. Pour renforcer l'attractivité des centres-villes, la Mairie de Cannes a mis en œuvre depuis 2014 de nombreuses actions pour accompagner les commerçants dont :

- **des opérations d'amélioration de l'espace public** : travaux de rénovation et d'embellissement des infrastructures, sécurisation, lutte sans relâche contre l'incivisme ;
- **des campagnes de communication** ;
- **le recrutement d'un « manager de centre-ville »** pour stimuler l'activité

événementielle et touristique afin d'accroître la fréquentation de la ville ;

- **la valorisation et la protection de la marque Cannes**, gage de qualité et de fabrication locale ;
- **l'obtention du classement, dès 2016, de Cannes-La Bocca et du centre de Cannes en Zones Touristiques Internationales**, qui offre la possibilité aux commerces de ces secteurs d'ouvrir jusqu'à minuit et tous les dimanches ;
- **une offre de stationnement renforcée et adaptée** (16 000 places gratuites en surface, simplification en deux zones de stationnement) et la mise en place de nombreuses heures de gratuités ainsi que des tarifs attractifs imbattables notamment dans les 8 grands parkings couverts de centre-ville repris en régie municipale depuis le 1^{er} mars 2019 ;
- **le lancement de la marketplace Shoppeer**, une plateforme numérique qui regroupe l'offre commerciale de proximité (Cannes et son agglomération) afin de soutenir l'économie en incitant à (re)consommer local.



« Maintenir et renouveler les commerces de proximité, l'artisanat et l'offre de services aux usagers, c'est construire un avenir porteur de formation pour notre jeunesse, d'emplois et d'épanouissement. Ce concours de création d'entreprises, qui s'adresse aussi aux commerçants qui ont souffert de la crise de la Covid-19, s'inscrit pleinement dans la trajectoire d'une Bocca en pleine mutation positive, autour de l'ambitieux programme Cannes On Air, du campus universitaire, et des opérations de requalification des espaces publics comme Bocca centre, BoccaCabana et la Nouvelle Frayère. Ces actions visent à générer une dynamique, stimuler l'acte entrepreneurial, soutenir la création d'emplois et bien sûr améliorer le cadre de vie des habitants. »

David Lisnard, maire de Cannes

[Signaler un abus](#)

Partager :