

COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DU PAYS DU NEUBOURG

Schéma de stratégie commerciale Commerce de proximité

2026 – 2028

Observatoire du commerce · Plan d'action · Recrutement d'un manager de commerce

Table des matières

Partie 1 — Contexte Territorial	3
1.1. Présentation du territoire.....	3
1.2. Données socio-démographiques	3
1.3. Armature commerciale du territoire.....	4
1.4. Environnement concurrentiel	5
Partie 2 — Observatoire du Pôle principal 2022 – 2026	7
2.1. Périmètre marchand et chiffres clés	7
2.2. Structure commerciale — comparatif 2022 / 2025.....	7
2.3. Vacance commerciale — analyse détaillée	8
Partie 3 — Stratégie et Positionnement	9
3.1. Vision à moyen terme.....	9
3.2. Guichet Unique.....	9
3.3. Rôle de l'intercommunalité	9
3.4. Pilotage.....	10
3.5. Articulation avec les programmes existants.....	10
Partie 4 — Proposition d'un plan d'action	12
4.1. Axe 1 — Animation commerciale	12
4.2. Axe 2 — Locaux vacants	13
4.3. Axe 3 — Aides financières	14
4.4. Axe 4 — Transition numérique.....	16
Partie 5 — Le Poste de Manager de Commerce	17
5.1. Fiche de poste.....	17
5.2. Budget et plan de financement.....	18
5.3. Indicateurs d'évaluation	19
ANNEXE — Guide méthodologique	20

Partie 1 — Contexte Territorial

1.1. Présentation du territoire

La Communauté de Communes du Pays du Neubourg regroupe 41 communes sur une superficie de 304,7 km², au cœur de l'Eure en Normandie. Avec une population de 22 537 habitants (densité : 74 hab./km²), il s'agit d'un territoire à dominante rurale structuré autour d'un pôle principal, la ville du Neubourg (4 251 habitants).

Le territoire présente un profil économique affirmé articulé autour de trois piliers :

- Une agriculture de grande culture à forte valeur agricole, qui façonne le paysage et l'identité du territoire, en particulier autour de la filière Lin ;
- Un bassin industriel important, l'emploi industriel représentant 35% de l'emploi privé. Le territoire bénéficie de l'implantation de grands groupes industriels, tels que Aptar, Essity (Hondouville), Ajinomoto et Socopa. Le taux de concentration d'emploi local au Pays du Neubourg s'établit à 65 %, signe d'un territoire disposant de sa propre dynamique économique mais relativement dépendant des agglomérations à proximité ;
- Des équipements structurants (hôpital, collèges, lycée agricole, vélodrome, cinéma, château, nombreux clubs sportifs, structure commerciale) qui font du Neubourg un pôle de vie dont le niveau d'équipement est comparable à une ville de 8 000 à 10 000 habitants.

Le centre-ville marchand et le marché hebdomadaire du Neubourg constituent des éléments forts de l'identité commerciale du territoire. L'attrait commercial du Neubourg est aussi renforcé par des commerces de périphérie, notamment un des principaux centres Leclerc du département, qui permettent de limiter l'évasion commerciale vers des pôles urbains et maintenir une part importante des dépenses des ménages sur le territoire.

Au-delà du Neubourg, le territoire dispose d'un maillage commercial rural qu'il convient de préserver et de valoriser. D'autres communes (Bosc-du-Theil, Quittebeuf, Hondouville...) maintiennent une offre de proximité qui joue un rôle essentiel pour les habitants des communes environnantes : accès aux services du quotidien, lien social, sentiment d'appartenance à un territoire vivant.

1.2. Données socio-démographiques

Indicateur	Pays du Neubourg	Réf. Eure
Population totale (2022)	22 537 habitants	601 305 habitants
Évolution démographique 2016-2022	+0,1%	0%
Part des 60 ans et + (%)	27,6%	28,9%
Part des moins de 15 ans (%)	17,7%	18%
Part des ménages d'une personne (%)	27,6%	33,2%
Taille moyenne des ménages	2,34 pers.	2,26 pers.
Revenu médian disponible / UC (€)	24 230€	22 880€
Taux de pauvreté (%)	7,1%	12,7%
Indicateur de concentration d'emploi	65	80,5

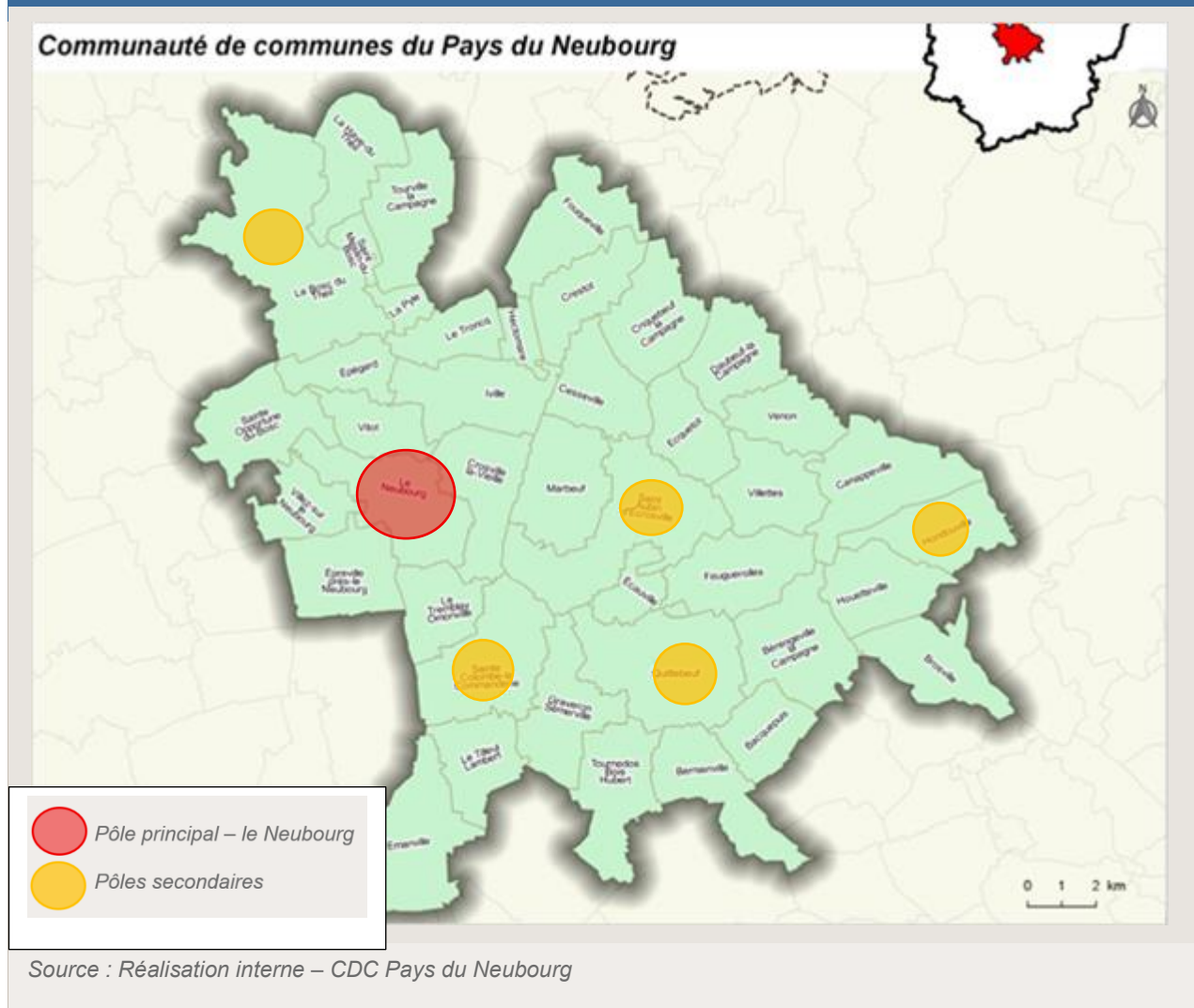
Le Pays du Neubourg se caractérise par une population stable, au profil plutôt familial et disposant d'un niveau de vie globalement favorable. Ce contexte soutient le maintien d'une offre commerciale de proximité. Cependant la forte mobilité de travailleurs en dehors du territoire fragilise la consommation locale.

1.3. Armature commerciale du territoire

Le territoire présente une armature commerciale organisée sur trois niveaux qui structure la politique de développement commercial de la CDC :

Niveau	Communes	Caractéristiques
Pôle principal	Le Neubourg	144 cases commerciales en centre-ville, 2 zones commerciales (Moulin du Bocage, Intermarché), marché hebdomadaire, équipements structurants
Pôles secondaires (≥ 3 commerces)	Le Bosc-du-Theil, Quittebeuf, St-Colombe-la-Commanderie, Hondouville, Saint-Aubin-d'Ecrosville	Offre commerciale de première nécessité
Autres communes	35 communes	Communes dont les services de 1 ^{ère} nécessité peuvent être apportés par des commerces itinérants et marchés

Carte 1 — Armature commerciale du Pays du Neubourg

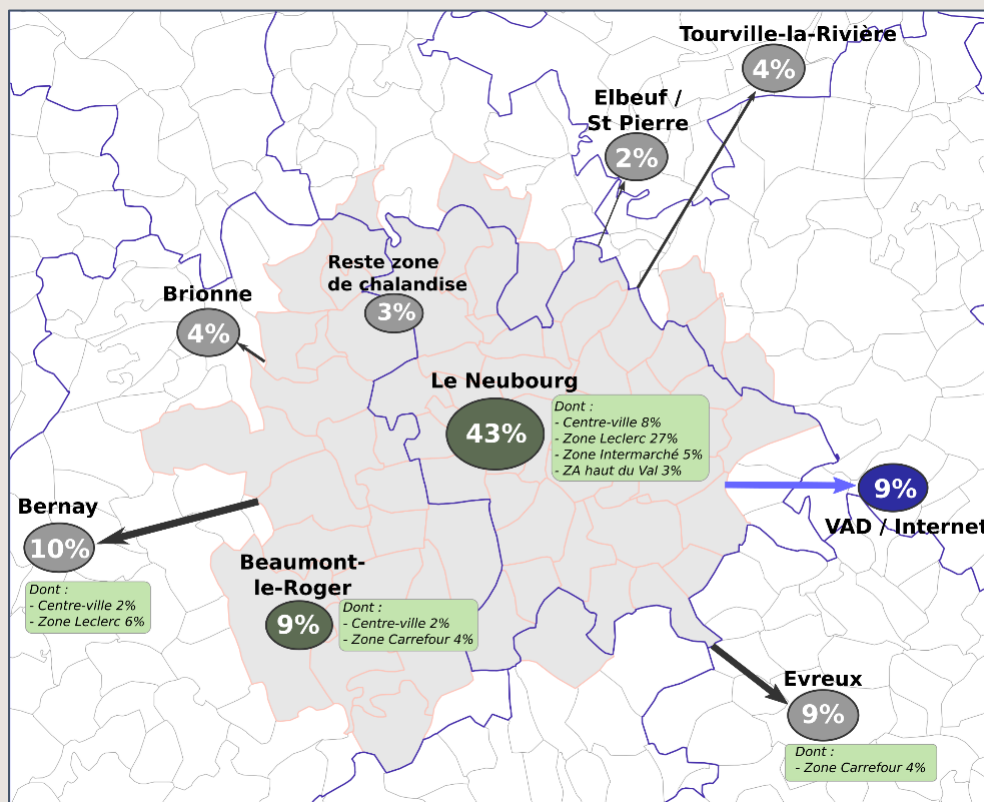


1.4. Environnement concurrentiel

Le Pays du Neubourg s'inscrit dans un environnement commercial concurrentiel significatif. Plusieurs pôles sont accessibles en moins de 30 à 45 minutes, générant une fuite commerciale partielle des ménages vers ces polarités extérieures.

Face à ces pôles, l'offre commerciale de la communauté de communes vise à répondre aux besoins que la grande distribution ne couvre pas : achat quotidien accessible, service personnalisé, lien social, réponse aux populations peu mobiles. Ces usages sont complémentaires — non substituables — à ceux des zones périphériques et de la vente en ligne.

Carte 2 — Situation géographique et pôles concurrentiels



Source : Observatoire de la demande, enquête ménages réalisée par le Cabinet AID Observatoire, Octobre 2016

Partie 2 — Observatoire du Pôle principal 2022 – 2026

2.1. Périmètre marchand et chiffres clés

Indicateur	2022*	2025	Évolution
Cases commerciales recensées	127	144	
Locaux vacants	4	13	×3,25
Taux de vacance commerciale	3,1 %	9 %	×2,9
Part services dans l'offre totale	38,2 %	43,4 %	+5,2 pts
Commerces créés ou repris entre 2022 et 2025	—	18	12,5 % du tissu

* le diagnostic de 2022 a été réalisé par la CCI. Données actualisées en 2025

L'augmentation du taux de vacance commerciale montre une certaine fragilité du tissu commercial. Toutefois, ce taux reste inférieur à la moyenne nationale (10,9%).

Taux de vacance <10% = vacance conjoncturelle, situation de vigilance, et non de crise.

Aussi, le nombre de commerces et services créés depuis 2022 prouve que le Pays du Neubourg reste un territoire attractif et témoigne d'un dynamisme entrepreneurial réel.

2.2. Structure commerciale — comparatif 2022 / 2025

Catégorie	2022	2025	Évolution
Alimentaire	19	21	+10,5 %
Équipement de la personne	19	18	-5,3 %
Équipement de la maison	7	4	-42,9 %
Hygiène / Santé / Beauté	6	7	+16,7 %
Culture / Loisirs	7	4	-42,9 %
Cafés – Hôtels – Restaurants	17	18	+5,9 %
Services aux particuliers	23	25	+8,7 %
Autres services	23	28	+21,7 %
Autres activités	1	3	+200 %
TOTAL	127	144	+13,4 %

Tendances clés : La montée en puissance des services (38 % → 43 %) confirme la tertiarisation de l'offre. Le recul de l'équipement de la maison et culture/loisirs (-43 %) reflète la concurrence de l'e-commerce et des zones périphériques. La résistance de la restauration et de l'alimentaire est un signal positif pour la vitalité du centre-ville.

2.3. Vacance commerciale — analyse détaillée

Les 13 locaux vacants (9 %) appellent une analyse qualifiée par type de vacance pour calibrer les réponses opérationnelles :

Adresse	Dernière activité	Vacance temporaire (< 1 an)	Transaction récente ou projet en cours
12 rue du Général de Gaulle	So Sushi	< 1 an	Non
42-44 rue de la République	Papeterie Lepetit	< 1 an	Oui
46-48 rue de la République	Librairie Lepetit	> 1 an	Oui
54 rue de la République	Courrier de l'Eure	> 1 an	Non
84 rue de la République	Crousti Saveur	> 1 an	Non
18 avenue de la Libération	On Cherche Encore	> 1 an	Non
Rue Octave Bonnel	Miroir aux couteaux	< 1 an	Non
18 rue Octave Bonnel	Fée Minine	> 1 an	Oui
8 rue Octave Bonnel	Au Plateau d'Alex	< 1 an	Non
6 rue Octave Bonnel	Arrobas Café	> 1 an	Non
7 Pl. Aristide Briand	El Em la Pasta Salade	< 1 an	Non
79 rue Dupont de l'Eure	Pro&cie	> 1 an	Oui
11 rue Dupont de l'Eure	Au Cochon Gourmand	> 1 an	Non

Sur les 13 locaux vacants recensés, 38% (soit 5 locaux) sont libres depuis moins d'un an. Les commerces ont des difficultés à trouver des repreneurs avant de cesser leurs activités. Ce constat est encore plus marquant sur la rue Octave Bonnel où 4 locaux sont actuellement vacants.

Cependant plusieurs transactions récentes ou projets en cours ont été recensés, ce qui montre que Le Neubourg est une ville qui attire. Ces projets peuvent être freinés par la conjoncture économique en Normandie, et particulièrement dans l'Eure où on note une baisse de 14,6% des investissements (Source : DDFIP 2026). Un accompagnement financier public pourrait faire émerger de nouveaux projets plus rapidement.

Partie 3 — Stratégie et Positionnement

3.1. Vision à moyen terme

Avec le recrutement d'un manager de commerce, la CDC du Pays du Neubourg se fixe l'objectif de conforter et renforcer un tissu commercial de proximité vivant, diversifié et accessible à l'ensemble des habitants, qu'ils résident au Neubourg ou dans une commune rurale de l'EPCI.

Cette vision se décline en trois ambitions opérationnelles :

- Assurer que Le Neubourg reste un pôle commercial de référence pour son bassin de vie, capable de capter une part plus importante des dépenses des actifs et des ménages du territoire. Un des principaux indicateurs est la stabilisation voire la diminution du taux de vacance commerciale ;
- Maintenir ou renforcer l'offre commerciale dans les pôles ruraux identifiés, en évitant la disparition du « dernier commerce » ;
- Développer de nouveaux services sur le territoire (lockers en milieu rural, supérette API, épiceries solidaires...)

3.2. Guichet Unique

La communauté de communes du Pays du Neubourg a mis en place un guichet unique d'accompagnement des porteurs de projets, en partenariat avec la CCI Portes de Normandie et la CMA Normandie. Ces deux organismes consulaires assurent des permanences régulières sur le territoire, offrant aux créateurs et repreneurs un accès direct à une expertise de proximité. Initiative Eure réalise aussi une permanence mensuelle dans les locaux de la communauté de communes.

La CDC joue dans ce dispositif un rôle d'orientation et de mise en réseau : elle est le premier interlocuteur des porteurs de projets, les accompagne dans leurs démarches initiales et les oriente vers le bon partenaire selon la nature de leur projet, en lien avec le dispositif régional « Ici je monte ma boîte » porté par la Région Normandie.

Au-delà du commerce, ce guichet couvre un spectre plus large de problématiques : emploi, urbanisme, recherche de foncier ou de locaux, implantation d'activité. Ce positionnement transversal fait de la CDC un acteur central de la vie économique du territoire, au carrefour de l'ensemble des besoins des entreprises.

L'ambition est désormais de renforcer ce positionnement et d'affirmer la CDC comme l'interlocuteur de référence et de premier niveau pour toute entreprise du territoire — y compris, et tout particulièrement, pour les projets commerciaux en centre-ville et dans les communes rurales.

3.3. Rôle de l'intercommunalité

Le choix de porter une politique commerciale à l'échelle intercommunale est avant tout une volonté de doter l'ensemble du territoire d'un outil commun, équitable et cohérent, qui bénéficie à toutes les communes — quelle que soit leur taille ou leurs ressources propres.

Ainsi, la communauté de communes permet de mutualiser les moyens pour offrir aux communes, aux commerçants et aux porteurs de projet le même niveau d'accompagnement. La compétence « développement économique » et « politique locale du commerce », exercée à l'échelle intercommunale depuis la loi NOTRe (2015), s'inscrit pleinement dans cette logique de solidarité territoriale.

Le rôle des communes reste central et complémentaire : elles sont les interlocuteurs naturels des propriétaires de locaux et des commerçants et les initiatrices des projets locaux. La CDC vient en appui de leur action — elle renforce ce que les communes portent, elle ne s'y substitue pas.

3.4. Pilotage

Le suivi du plan d'action ainsi que le recrutement du poste de manager de commerce seront portés par la communauté de communes.

Plusieurs instances seront sollicitées pour suivre le plan d'action et valider les décisions :

- Commission développement économique
 - o Rôle : valider les orientations, arbitrer les priorités, examiner le bilan de chaque action, décider des ajustements du plan d'action, travail sur les fiches action
 - o Fréquence : 4 à 5 par an

- Conseil et bureau communautaires
 - o Rôle : instances de validation (recrutement, budgets associés par action...)

Les maires et/ou conseils municipaux restent également décisionnaires quand les projets concernent leurs compétences. La communauté de communes peut alors intervenir en soutien en ingénierie.

3.5. Articulation avec les programmes existants

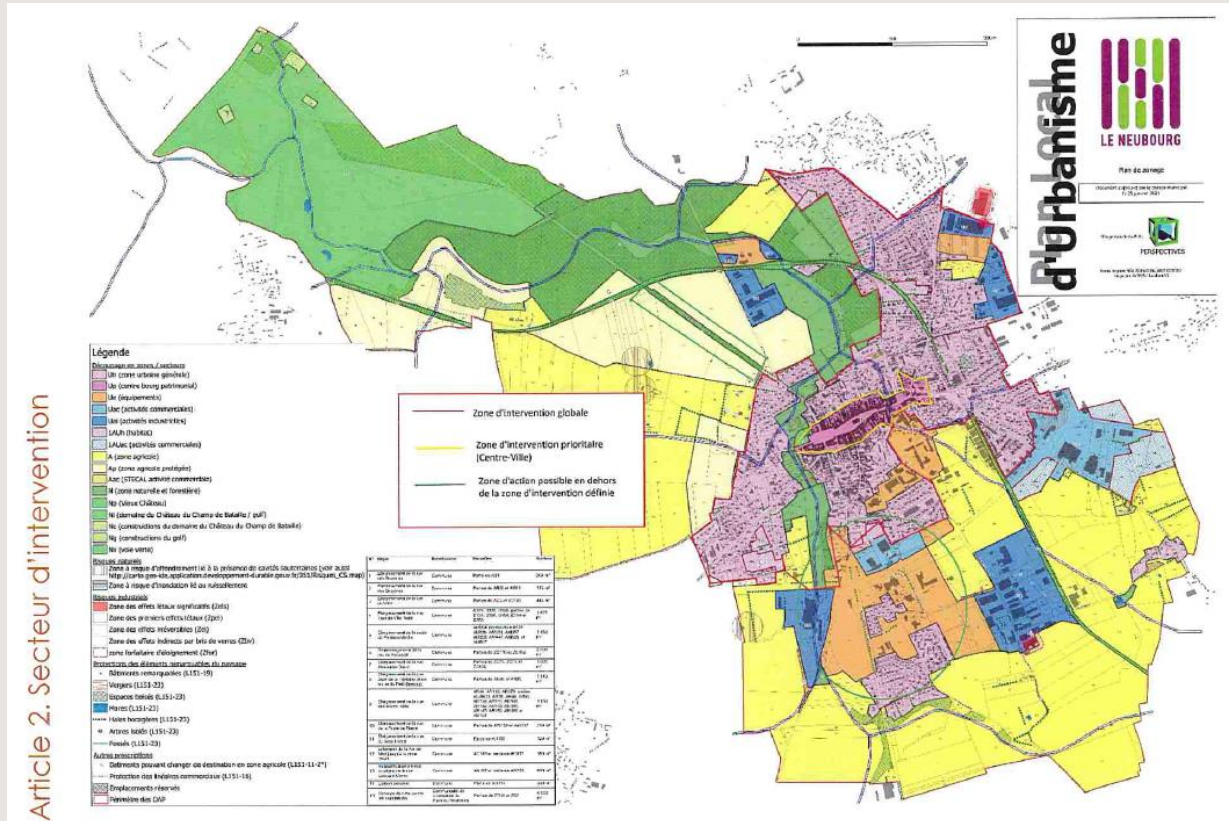
La commune du Neubourg a été labellisée Petite Ville de Demain (PVD) en 2021. Le programme PVD a notamment permis le financement d'une étude « Diag Flash » sur l'appareil commercial du Neubourg et le financement à hauteur de 20 000€ de la mise en place de la carte de fidélité du Pays du Neubourg entre 2022 et 2024.

En 2022, une convention d'Opération de Revitalisation de Territoire (ORT) a été signée pour poursuivre ce programme. L'ORT ouvre notamment de nouveaux droits en matière de renforcement de l'attractivité commerciale et en permettant une meilleure maîtrise du foncier avec un droit de préemption urbain renforcé.

Une zone d'intervention prioritaire, correspondant à l'espace marchand du centre-ville, a notamment été mise en place

Le Programme ORT-PVD prend fin au 31 décembre 2026.

Carte 3 — Secteur d'intervention le Neubourg



Source : Convention ORT Le Neubourg – novembre 2022

En parallèle, la communauté de communes a signé en 2025 la dernière version du Contrat de Territoire, avec le Département et la Région. Ce programme vise à recenser les projets des communes et à mobiliser d'autres sources de financement.

La communauté de communes du Pays du Neubourg fait également partie des programmes Leader et Territoires d'industrie, avec 3 autres intercommunalités : la communauté de communes du Pays de Conches, l'Intercom Bernay Terre de Normandie et l'Interco Sud Eure.

Le programme Leader permet d'apporter des financements européens jusqu'à 80% du projet et plafonnés 60 000€ dans le but de faire émerger des projets innovants en milieu rural.

Le programme Territoires d'Industrie vise à accélérer la réindustrialisation des territoires en proposant un ensemble de solutions (en ingénierie et financières).

Partie 4 — Proposition d'un plan d'action

Le présent plan d'action constitue une proposition soumise à la validation des élus. Il a vocation à évoluer : les actions peuvent être ajoutées, modifiées ou abandonnées à tout moment, en fonction des projets émergents, des opportunités identifiées sur le terrain et des orientations politiques souhaitées par le conseil communautaire. C'est précisément l'un des rôles de la commission développement économique que de faire vivre ce document dans le temps.

En l'état, le plan s'articule autour de 4 axes stratégiques, déclinés en fiches-actions opérationnelles. Chaque fiche précise le porteur de l'action, le calendrier envisagé, le budget estimé et les indicateurs permettant d'en évaluer l'impact. Ces fiches constituent un outil de travail partagé entre les élus, les services de la CDC et les partenaires — elles ne sont pas des engagements figés mais des cadres d'action ajustables.

Axe	Objectif principal	Nb actions
1 — Animation commerciale	Animer et accompagner le tissu commercial	4
2 — Locaux vacants	Réduire et gérer la vacance, favoriser les reprises des commerces	4
3 — Aides financières	Mobiliser et communiquer les dispositifs d'aide	4
4 — Transition numérique	Accompagner la transition digitale des commerces	3

4.1. Axe 1 — Animation commerciale

ANIMATION — Recrutement d'un manager de commerce (temps plein)	
Poste porté par la CDC, cofinancé Banque des Territoires. Voir fiche détaillée — Partie 5.	
Porteur	CDC (employeur)
Calendrier	Vote CC 2026 — prise de poste T3 2026
Budget estimé	~40 000 € / an (coût employeur) — voir Partie 5
Indicateurs	Taux de vacance ; nb d'accompagnements ; ouvertures ;
Statut	À valider

ANIMATION — Soutien financier à l'UCIAL	
Financer les actions commerciales (Noël des commerçants, animations saisonnières...). Contrepartie pour la CDC : visibilité sur les supports de communication.	
Porteur	CDC + UCIAL

Calendrier	Court terme — 2026 et suivants
Budget estimé	4 000€/an
Indicateurs	Nb d'événements / an ; taux de participation des commerçants
Statut	À valider

ANIMATION — Accompagnement communication de l'UCIAL

Diffusion des actions sur Facebook, Panneau Pocket, panneau d'information gare. Aide à la création de visuels.

Porteur	CDC + Commune du Neubourg
Calendrier	Court terme — 2026
Budget estimé	Moyens humains internes
Indicateurs	Nb de publications ; portée et engagement sur les réseaux
Statut	En cours

ANIMATION — Faire émerger de nouveaux services en milieu rural

Exemples de services à développer : supérettes API, Bouge ton Coq, commerces ambulants, relais colis

Porteur	CDC + Communes concernées
Calendrier	Court terme — 2026
Budget estimé	Moyens humains internes
Indicateurs	Nombre de projets initiés
Statut	En réflexion

4.2. Axe 2 — Locaux vacants

LOCAUX VACANTS — Banque de données des locaux vacants

Recensement continu des locaux vacants, contact systématique des propriétaires et agences. Réflexion sur un outil de diffusion

Porteur	Manager de commerce (futur poste)
Calendrier	Dès prise de poste
Budget estimé	Moyens humains (manager)
Indicateurs	Nb de locaux recensés et mis à jour ; nb de contacts propriétaires établis
Statut	En cours

LOCAUX VACANTS — Événement porteurs de projets / propriétaires

Journée de rencontres avec appui CCI et prestataires spécialisés. Format : mini-forum ou speed-meeting commercial.

Porteur	CDC + CCI Normandie
Calendrier	2027
Budget estimé	2 000 – 5 000 € (prestation externe)
Indicateurs	Nb de rencontres ; nb de projets débouchant sur une installation à 6 mois
Statut	À valider

LOCAUX VACANTS — Boutique éphémère

Reprise temporaire d'un local vacant pour accueillir des porteurs de projets en test, artisans ou créateurs. Diversifie l'offre et réduit la vacance visible.

Porteur	CDC + Commune du Neubourg
Calendrier	A partir de 2027
Budget estimé	Variable selon local et montage (coût de la location ou achat, travaux à prévoir selon local...)
Indicateurs	Nb de porteurs accueillis ; évaluation à 1 an
Statut	En réflexion

LOCAUX VACANTS — Maintien des derniers commerces en milieu rural

Accompagnement des communes dans le maintien aux derniers commerces. Valorisation des dispositifs d'accompagnement aux commerces (EPFN, Foncière de Normandie). Réflexion sur le droit de préemption commercial et sur la taxe sur les locaux vacants comme levier incitatif.

Porteur	CDC et communes avec appui du Département / EPFN / Foncière de Normandie
Calendrier	Dispositifs existants
Budget estimé	Ingénierie partenariale
Indicateurs	Nb de propriétaires sensibilisés ; nb de dossiers montés
Statut	En cours

4.3. Axe 3 — Aides financières

AIDES FINANCIÈRES — Dispositif Impulsion Proximité

20 000 € inscrits au budget. Aide financière sur les projets d'investissements matériels (hors immobilier) et investissements immatériels. Renforcer significativement la communication auprès des porteurs de projets et des repreneurs, notamment via le manager de commerce.

Porteur	CDC + Région
Calendrier	Dispositif actif
Budget estimé	20 000 € / an (budget existant)
Indicateurs	Nb de dossiers déposés et acceptés / an
Statut	Actif

AIDES FINANCIÈRES — Aide à l'immobilier commercial

Remise en place d'une aide à la rénovation des locaux commerciaux pour encourager les investissements. Nécessite analyse financière par les consulaires (CCI/CMA). Budget à arbitrer en CC.

Porteur	CDC + CCI / CMA
Calendrier	Moyen terme
Budget estimé	À définir (ex. 20-30 % des travaux, plafond à fixer)
Indicateurs	Nb de projets aidés ; montant total de travaux levés
Statut	En réflexion

AIDES FINANCIÈRES — Aides à la création / reprise

Dispositifs Région Normandie et Initiative Eure. Renforcer la visibilité des permanences et du guichet unique

Porteur	CDC + Région Normandie + Etablissements labellisés
Calendrier	Dispositif actif
Budget estimé	Moyens humains internes + communication extérieure
Indicateurs	Nb de porteurs orientés ; nb de créations / reprises aidées
Statut	Actif

AIDES FINANCIÈRES — Fonds de concours aux communes

Soutien aux projets communaux favorisant le développement commercial (rénovation, terrasse, signalétique).

Porteur	CDC + communes
Calendrier	Moyen terme
Budget estimé	À définir
Indicateurs	Nb de projets communaux soutenus ; montant total de travaux levés

Statut	En réflexion
---------------	---------------------

4.4. Axe 4 — Transition numérique

NUMÉRIQUE — Accompagnement à la présence web	
Mise en avant des exemples réussis sur le territoire. Information sur les aides existantes (France Num). Accompagnement individuel par le manager de commerce.	
Porteur	Manager de commerce + CCI
Calendrier	Court terme
Budget estimé	Moyens humains
Indicateurs	Nb de commerçants accompagnés ; nb de sites créés ou améliorés
Statut	En réflexion

NUMÉRIQUE — Marketplace / plateforme locale	
Réflexion sur un outil mutualisé pour les commerces de bouche et producteurs locaux. Approche progressive recommandée au vu des limites d'adoption historiques.	
Porteur	CDC + partenaires
Calendrier	Long terme
Budget estimé	Variable selon solution choisie
Indicateurs	Nb de commerçants inscrits ; volume de transactions
Statut	En réflexion

NUMÉRIQUE — Formations numériques (sur demande individuelle)	
Pas de démarche collective imposée (faible mobilisation historique). Proposer des formations individuelles ou en petits groupes sur des besoins explicitement exprimés.	
Porteur	CDC + CCI / CMA
Calendrier	Sur demande
Budget estimé	Selon prestataire / co-financement OPCO
Indicateurs	Nb de commerçants formés ; satisfaction à 6 mois
Statut	En réflexion

Partie 5 — Le Poste de Manager de Commerce

Le recrutement d'un Manager de Commerce à temps plein constitue la pierre angulaire du présent plan d'action. Ce poste est le levier opérationnel sans lequel les autres actions restent fragiles : il incarne la politique commerciale de la CDC et fait le lien entre élus, commerçants, porteurs de projets et partenaires.

Ce recrutement s'appuie sur le programme national « Managers de Centre-Ville » porté par la Banque des Territoires, qui cofinance à hauteur de 50 % le coût employeur sur 2 ans.

5.1. Fiche de poste

Élément	Détail
Intitulé du poste	Manager de Commerce — Pays du Neubourg
Employeur	Communauté de Communes du Pays du Neubourg
Rattachement	Direction du Développement Économique
Temps de travail	Temps plein (35h)
Rémunération brute	~40 000 € / an (selon profil et expérience)
Lieu de travail principal	Le Neubourg — déplacements sur l'EPCI
Type de contrat	CDD 2 ans (renouvelable selon évaluation)

Missions

- L'élaboration et le suivi du plan d'action commerciale à l'échelle de l'EPCI,
- La réalisation d'un observatoire du commerce et le recensement continu des locaux commerciaux vacants,
- La proposition d'actions visant à redynamiser le commerce,
- La prospection et l'accompagnement des porteurs de projets en lien avec le commerce de proximité et la valorisation des aides existantes,
- L'accompagnement de l'Union Commerciale dans l'organisation et la promotion de ses animations,
- L'organisation d'événements / ateliers à destination des commerçants,
- L'accompagnement des communes du territoire dans leurs projets liés au commerce de proximité,
- Développer et entretenir les relations avec les partenaires (Région, CCI, CMA,..)
- Accompagnement des commerçants sur le volet numérique ;
- Veille sur les dispositifs de financement et les bonnes pratiques nationales.

Profil recherché

Formation et expérience

- Formation Bac +3 à Bac+5 en commerce ou développement économique local
- Débutants acceptés
- Permis B obligatoire

Compétences techniques

- Compétences en aménagement, développement local et développement de l'économie de proximité
- Maîtrise des techniques de prospection commerciale et immobilière, d'animation et de coordinations des différents acteurs,
- Connaissance du monde du commerce et du cadre des collectivités territoriales et des différents acteurs institutionnels
- Conduite et méthodologie de projet
- Connaissance des outils bureautiques et maîtrise des réseaux sociaux
- La connaissance du tissu économique local serait un plus

Qualités

- Sens du service public
- Autonomie, esprit d'initiative et de créativité, réactivité et disponibilité
- Aisance relationnelle
- Goût du terrain et de la médiation
- Excellente qualité rédactionnelle et sens de la communication

5.2. Budget et plan de financement

La subvention de la Banque des Territoires porte sur une durée de 2 ans ; le prévisionnel des dépenses est donc réalisé sur une période de 24 mois (sur 3 exercices)

La poursuite du poste sera évaluée au bout des 2 ans, selon les résultats apportés par le manager de commerce et la poursuite de la subvention.

Poste de dépense	Année 1	Année 2	Année 3	Total 24 mois
Salaire brut annuel	8 750 €	35 000 €	26 250 €	70 000€
Charges patronales	1 250 €	5 000€	3 750 €	10 000 €
TOTAL COÛT EMPLOYEUR	10 000 €	40 000 €	30 000 €	80 000 €

Ce tableau ne prend pas en compte les frais de fonctionnements engendrés par la création du poste.

Plan de financement

Financier	Année 1	Année 2	Part (%)
Banque des Territoires (Mgrs Centre-Ville)	20 000 €	20 000 €	50 %
CDC Pays du Neubourg	20 000 €	20 000 €	50 %
TOTAL	40 000 €	40 000 €	100 %

Note : Le montage financier suppose une réponse positive de la banque des territoires pour l'octroi de la subvention à hauteur de 50% et 20 000€. La CDC assume le risque employeur, mais le manager de commerce sera à disposition des communes pour le montage de dossiers.

5.3. Indicateurs d'évaluation

Le poste fera l'objet d'une évaluation annuelle. Une évaluation intermédiaire sera conduite à 18 mois pour ajuster les missions et préparer le renouvellement pour la 3e année.

Indicateur de suivi	Cible à 24 mois
Taux de vacance commerciale — Neubourg	< 8 %
Commerçants adhérents à l'UCIAL (référence : 48 adhérents)	≥ 55
Nb de porteurs de projets accompagnés / an	≥ 5/an
Nb d'ouvertures de commerces / an	≥ 4
Nb d'événements animés avec l'UCIAL / an	≥ 4/an
Nb de communes rurales accompagnées	≥ 3
Nb de dossiers d'aide instruits (tous dispositifs)	≥ 3

ANNEXE — Guide méthodologique

Sources des données

- Données statistiques
 - Sauf information contraire, les données viennent de l'INSEE ;
 - Quelques données sont plus anciennes et non pas été actualisées : elles ont été récupérées du Diag Flash, commandé par la commune du Neubourg et réalisé par le Département de l'Eure, la CCI et la CMA, en 2022 dans le cadre du programme Petite Ville de Demain.
- Données de terrain
 - Pour certaines parties (analyse commerciale du centre-ville, analyse des pôles ruraux), les données type SIREN ne permettent pas d'avoir une analyse fine de l'appareil commercial : les données ont été contrôlées de manière individuelle ;
 - Les données liées à la vacance commerciale peuvent évoluer rapidement. Les informations notées dans le rapport sont les données recensées en avril 2026.

Le Diag Flash a été repris et synthétisé pour présenter l'évolution de l'appareil commercial du centre-ville du Neubourg entre 2022 et 2025.

Identification des commerces des pôles ruraux

- Le Bosc-du-Theil : boulangerie, café de la mairie bar-tabac, salon de coiffure, ferme chez Chris, Banque Postale, L'étoile Traiteur. Plus cabinet médical + projet de revitalisation en cours (portage EPFN)
- Quittebeuf : la T'Naille (bar), Les délices de Quittebeuf (boulangerie), la ferme ivilloise (charcuterie), la tour de Pizz (pizzeria), My'sushi, Agence postale
- St-Colombe-la-Commanderie : le salon de Charlene (coiffure), le Fournil de la Colombe (boulangerie), Dan Military (vêtements militaires)
- Hondouville : Perfetta pizza (à la place de la boulangerie), auberge du cheval blanc, Pharmacie, Agence postale
- Saint-Aubin-d'Ecrosville : boulangerie Sandrine et Eric, multiservices – café de la place, boucherie, salon d'Anna (coiffure), agence postale

Autres commerces de proximité : Maison Thuault (boulangerie à Brosville), L'Emanvillaise (boucherie à Emanville), la ferme charcutière (Epégard), le Brabant (restaurant à Epreville-près-le-Neubourg), la Ferme Ivilloise (Boucherie à Iville), le Moulin d'Iville (restaurant), Le Marbeuf (café à Marbeuf), Chez Cédric (restaurant à Le Tremblay-Omonville), Auberge de la Mère Boutard (restaurant à Tourville-la-Campagne), Maison Poulet (Boucherie à Venon).