

Direction générale du développement économique

CONVENTION 2025 – Programme d'actions partenarial 2025
Entre la Chambre de commerce et d'industrie de Bordeaux Gironde
et Bordeaux Métropole

Entre les soussignés

La Chambre de commerce et d'Industrie de Bordeaux Gironde (CCIBG), dont le siège social est situé 12, place de la Bourse à Bordeaux représenté par, **Patrick SEGUIN, Président** dûment habilité aux fins des présentes par décision de l'assemblée générale de la CCIBG en date du 6 mars 2017.

Ci-après désigné(e) « l'organisme bénéficiaire »

Et

Bordeaux Métropole, dont le siège social est situé Esplanade Charles de Gaulle – 33045 Bordeaux cedex, représentée par sa Présidente, Christine BOST, dûment habilitée aux fins des présentes par délibération n° du Conseil métropolitain du 11 juillet 2025

Ci-après désigné « Bordeaux Métropole »

PREAMBULE

Bordeaux Métropole a retenu, dans le cadre de ses compétences en matière de développement économique, le programme d'actions initié et conçu par l'organisme bénéficiaire décrit à l'Annexe 1– programme d'actions 2025, laquelle fait partie intégrante de la convention.

Ce projet est conforme à l'objet statutaire de l'organisme bénéficiaire.

ARTICLE 1. OBJET ET TEMPORALITE DE LA CONVENTION

La présente convention a pour objet de définir les conditions dans lesquelles Bordeaux Métropole attribue une subvention à l'organisme bénéficiaire.

L'organisme bénéficiaire s'engage à son initiative et sous sa responsabilité, à mettre en œuvre, en cohérence avec les orientations de politique publique mentionnées au préambule, le programme d'actions 2025 décrit à l'Annexe 1.

Dans ce cadre, Bordeaux Métropole contribue financièrement à ce projet et n'attend aucune contrepartie directe de cette contribution.

ARTICLE 2. PRODUCTION ET PARTAGE DE DONNEES

Après leur publication, les études produites et transmises par la CCIBG dans le cadre de l'Observatoire du commerce pourront être utilisées sans restriction par Bordeaux Métropole sous sa propre responsabilité, en précisant leur source. Ces études pourront ainsi être diffusées sur les supports de communication de Bordeaux Métropole (publications, site Internet, supports de conférences), sous réserve du respect de l'intégrité des informations et de la réglementation en vigueur sur la diffusion des données. Elles pourront également être utilisées dans le cadre de la réalisation d'autres études sous maîtrise d'ouvrage de Bordeaux Métropole

Les données quantitatives et qualitatives récoltées et produites au cours des actions entreprises dans le cadre de cette convention seront communiquées à Bordeaux Métropole dans un format qui permette leur exploitation de manière automatisée, en vue de l'alimentation de l'entrepôt de données.

Afin de faciliter l'échange, le partage des données brutes pourra se faire sous format EXCEL ou CSV, tous les tableaux devront comporter un numéro Siret. Leur format précis devra toujours être validé par les deux parties en amont du lancement des études.

Les données transmises seront pour la plupart anonymes, rattachées à un établissement (Siret) et non à une personne. Si des données contact sont partagées, elles le seront uniquement si la finalité de la Métropole est la mise en place d'une action à destination des répondants. Leur consentement spécifique devra alors être recueilli au moment de l'étude.

ARTICLE 3. CONDITIONS DE DETERMINATION DE LA SUBVENTION

Bordeaux Métropole s'engage à octroyer à l'organisme bénéficiaire une subvention plafonnée à 65 000 €, équivalent à 12,25 % du montant total estimé des dépenses prévisionnelles au titre du projet pour lequel la subvention est sollicitée (d'un montant de 530 704 euros TTC), conformément au budget prévisionnel figurant en Annexe 2.

Cette subvention est non révisable à la hausse.

Dans l'hypothèse où la subvention accordée serait inférieure à la subvention demandée par l'organisme, il appartient à ce dernier de trouver les recettes nécessaires à l'équilibre du budget prévisionnel.

Dans l'hypothèse où les dépenses réelles seraient inférieures au montant des dépenses éligibles retenu, le montant définitif de la subvention sera déterminé par application de la règle de proportionnalité suivante :

$$\text{Subvention définitive} = \frac{\text{Dépenses réelles} \times \text{Subvention attribuée}}{\text{Montant des dépenses éligibles}}$$

Ce calcul sera effectué au regard du compte rendu financier que l'organisme bénéficiaire devra transmettre à Bordeaux Métropole selon les modalités fixées à l'article 6.

Dans l'hypothèse où le montant définitif de la subvention serait inférieur aux acomptes déjà versés, l'organisme est redevable du trop-perçu. Bordeaux Métropole adressera alors un courrier d'information à l'organisme, suivi d'un avis de sommes à payer pour rembourser ce trop perçu.

ARTICLE 4. CONDITIONS D'UTILISATION DE LA SUBVENTION

La subvention accordée devra être utilisée conformément à l'objet défini en préambule.
Toute contribution inutilisée ou non utilisée conformément à son objet devra être remboursée.

ARTICLE 5. MODALITES DE VERSEMENT DE LA SUBVENTION

Bordeaux Métropole procèdera au versement de la subvention selon les modalités suivantes :

- 80 %, soit la somme de 52 000 €, après signature de la présente convention ;
- 20 %, soit la somme de 13 000 € après les vérifications réalisées par Bordeaux Métropole conformément à l'article 6.1, somme qui peut être revue à la baisse en vertu des conditions définies à l'article 3.

La subvention sera créditée au compte de l'organisme bénéficiaire selon les procédures comptables en vigueur.

ARTICLE 6. JUSTIFICATIFS

6.1. Justificatifs pour le paiement du solde

Pour pouvoir prétendre au versement du solde de la subvention, l'organisme bénéficiaire s'engage à fournir dans les 6 mois suivant la réalisation de l'action (ou du projet) et au plus tard le 31 août 2026, dans le respect des dispositions du droit interne et du droit communautaire :

- **Un compte rendu financier signé par le Président ou toute personne habilitée**

A défaut de communication du document susmentionné auprès de Bordeaux Métropole dans les délais impartis, l'organisme est réputé renoncer au versement du solde de la subvention.

6.2. Justificatifs complémentaires à fournir obligatoirement

L'organisme bénéficiaire s'engage à fournir dans les six mois de la clôture de l'exercice comptable et au plus tard le 31 août 2026, les documents ci-après établis dans le respect des dispositions du droit interne et du droit communautaire :

- Le rapport d'activité ou rapport de gestion.
- Les comptes annuels de l'organisme signés et paraphés par le Président (bilan, compte de résultat, annexes aux comptes annuels).

ARTICLE 7. AUTRES ENGAGEMENTS

L'organisme bénéficiaire fournit la copie de toute nouvelle domiciliation bancaire.

En cas d'inexécution ou de modification des conditions d'exécution et de retard pris dans l'exécution de la présente convention par l'organisme bénéficiaire, pour une raison quelconque, celui-ci doit en informer Bordeaux Métropole sans délai par lettre recommandée avec accusé de réception.

Respect des règles de la concurrence : l'organisme bénéficiaire pourra être soumis aux directives communautaires de coordination des procédures de passation des marchés publics dans la mesure où celui-ci répondrait à la définition de « pouvoir adjudicateur » ou d'« entité adjudicatrice » au sens du droit communautaire.

ARTICLE 8. CONTROLES EXERCES PAR BORDEAUX METROPOLE

L'organisme bénéficiaire s'engage à faciliter le contrôle par Bordeaux Métropole, tant d'un point de vue quantitatif que qualitatif, de la réalisation des actions prévues, de l'utilisation de la subvention attribuée et de façon générale de la bonne exécution de la présente convention.

Bordeaux Métropole peut demander le cas échéant, toute explication ou toute pièce complémentaire qu'elle juge utile quant à l'exécution de l'action subventionnée.

Sur simple demande de Bordeaux Métropole, l'organisme bénéficiaire devra lui communiquer tous les documents utiles de nature juridique, fiscale, sociale, comptable et de gestion.

A cette fin, l'organisme bénéficiaire conserve les pièces justificatives de dépenses pendant 10 ans pour tout contrôle effectuer a posteriori.

ARTICLE 9. ASSURANCES ET RESPONSABILITES

L'organisme bénéficiaire exerce les activités rattachées à la présente convention sous sa responsabilité exclusive.

L'organisme bénéficiaire s'engage à souscrire toutes les polices d'assurances nécessaires pour garantir sa responsabilité et pour que la responsabilité de Bordeaux Métropole ne puisse être recherchée.

Il devra être en capacité de produire à tout moment à Bordeaux Métropole les attestations d'assurances correspondantes.

ARTICLE 10. COMMUNICATION

L'organisme bénéficiaire s'engage à mentionner le soutien apporté par Bordeaux Métropole (notamment en apposant le logo de Bordeaux Métropole) sur les documents destinés au public ainsi qu'à l'occasion de toute manifestation publique ou opération médiatique qui pourrait être organisée par ses soins.

Il s'engage par ailleurs, à ce que les relations qu'il pourra développer en direction des partenaires privés ou publics, dans le cadre d'opérations de mécénat ou de parrainage, ne puissent en aucune manière porter atteinte à l'image de Bordeaux Métropole ou laisser entendre, sauf autorisation expresse de sa part, que Bordeaux Métropole apporte sa caution ou son soutien à ce partenaire.

ARTICLE 11. SANCTIONS

En cas de non-respect de l'organisme bénéficiaire à ses obligations prévues au titre de la présente convention, Bordeaux Métropole pourra, à la suite d'une mise en demeure écrite, permettant à l'organisme au bénéficiaire de faire valoir ses observations, prononcer de plein droit l'arrêt du financement avec restitution totale ou partielle de l'aide accordée.

Bordeaux Métropole informera l'organisme bénéficiaire de ses décisions par lettre recommandée avec accusé de réception.

ARTICLE 12. AVENANT

La présente convention ne peut être modifiée que par avenant signé par les deux parties. Les avenants ultérieurs feront partie de la présente convention et seront soumis à l'ensemble des dispositions qui la régissent.

ARTICLE 13. CONTENTIEUX

Les difficultés qui pourraient résulter de l'application de la présente convention feront l'objet, préalablement à toute procédure, d'une conciliation à l'amiable devant un tiers choisi par les deux parties.

En dernier ressort, les litiges qui pourraient s'élever entre les parties au sujet de l'exécution de la présente convention seront soumis au tribunal administratif de Bordeaux.

ARTICLE 14. ELECTION DE DOMICILE

Les notifications ou mises en demeure faites entre les parties au titre des dispositions de la présente convention sont valablement effectuées par lettre recommandée avec avis de réception, adressée à leur domicile respectif dans le ressort de l'exploitation.

Pour l'exécution de la présente convention et de ses suites, les parties font élection de domicile :

Pour Bordeaux Métropole :

Madame la Présidente de Bordeaux Métropole
Esplanade Charles de Gaulle
33045 Bordeaux cedex

Pour l'organisme bénéficiaire :

Monsieur le Président de la Chambre de commerce et d'industrie de Bordeaux Gironde
12, place de la Bourse
33076 Bordeaux Cedex

ARTICLE 15. PIECES ANNEXES

Les pièces suivantes sont annexées à la présente convention :

- Annexe 1 : Programme d'action 2025
- Annexe 2 : Budget prévisionnel
- Annexe 3 : Modèle de compte-rendu financier

Fait à Bordeaux, le , en 3 exemplaires

Signatures des partenaires

Le Président de la
Chambre de commerce et d'industrie
de Bordeaux Gironde

Pour la Présidente et par délégation
le Vice-président
de Bordeaux Métropole

Patrick SEGUIN

Alain GARNIER

Annexe 1

Programme d'actions 2025 Partenariat Bordeaux Métropole/CCIBG

Le programme d'actions partenarial 2025 entre la CCIBG et Bordeaux Métropole pour l'observation, le développement et l'animation du tissu commercial métropolitain est structuré autour de huit grands axes.

AXE 1 : Actualiser et enrichir les données de l'Observatoire du commerce de Bordeaux Métropole

La CCIBG dispose d'outils efficaces permettant d'analyser l'activité commerciale. Elle produit des données larges et précises que Bordeaux Métropole utilise pour concevoir et accompagner sa politique d'urbanisme et de développement commercial. Ces données sont regroupées dans l'Observatoire du commerce de Bordeaux Métropole.

En 2025, l'actualisation des données économiques du commerce dans la métropole par l'exploitation de la base de données Datacom sera poursuivie.

AXE 2 : Analyse des flux piétons de Bordeaux et de trois polarités commerciales métropolitaines

L'étude de la fréquentation de la clientèle sera poursuivie à partir de comptages-piétons sur 15 points des principales rues commerçantes de l'hypercentre de Bordeaux. Les données ainsi obtenues permettront de suivre l'évolution de la fréquentation du centre-ville et d'évaluer l'attractivité et la dynamique de la première polarité commerciale de Nouvelle-Aquitaine.

Des points de comptage supplémentaires seront positionnés pour suivre la fréquentation d'autres polarités commerciales de trois communes membres, afin d'obtenir une connaissance plus précise de la dynamique commerciale de proximité de l'ensemble de la métropole.

Axe 3 : Réaliser une étude pour définir l'impact de l'implantation d'une grande surface alimentaire sur la commune de Cenon - Lissandre

La Ville de Cenon mène plusieurs projets de requalification et de restructuration de son offre commerciale. Parmi les initiatives en cours, une réflexion est engagée autour du secteur Lissandre, visant à y développer une mixité d'activités artisanales, de services et commerciales. Dans ce cadre, la présente étude a pour objectif d'anticiper les effets liés à l'implantation potentielle d'un magasin de grande distribution alimentaire. Elle s'appuie sur l'analyse de la zone de chalandise estimée et sur l'évaluation des impacts sur le tissu commercial environnant. Cette démarche vise à accompagner le développement commercial du territoire et à fournir à la Ville et à la Métropole des données objectives quant à l'impact de ce projet.

AXE 4 : Poursuivre les actions de marketing territorial auprès des opérateurs commerciaux

Depuis 2012, la CCIBG pilote des actions de marketing territorial, spécifiques au commerce. Ces actions, dont Bordeaux Métropole est partenaire, consistent à participer à un salon spécialisé, le Salon de l'immobilier et des équipements commerciaux (SIEC - Paris) et à organiser une journée de visite de Bordeaux et de sa périphérie pour les développeurs d'enseignes et les opérateurs commerciaux (promoteurs et investisseurs).

- **Le Salon de l'immobilier et des équipements commerciaux (SIEC)**
Organisé sous l'égide du Centre national des centres commerciaux (CNCC), ce salon avait attiré plus de 4100 visiteurs, 100 exposants et 1647 représentants d'enseignes en 2024. Il présente l'actualité et les projets des grands opérateurs commerciaux et des concepts innovants. Sont également présentées les nouvelles tendances commerciales ainsi que les dernières évolutions réglementaires.
L'édition 2025 aura lieu les 11 et 12 juin. Un stand sera organisé par la CCIBG en partenariat avec Bordeaux Métropole, la Ville de Bordeaux, l'EPA Bordeaux Euratlantique et plusieurs opérateurs immobiliers locaux (agences immobilières, investisseurs, promoteurs).
- **La Journée Bordeaux Visio Commerce (2 octobre 2025)**
Cette manifestation est organisée depuis 10 ans. Elle consiste à accueillir à Bordeaux les enseignes nationales et internationales, les investisseurs et des porteurs de projets indépendants pour leur faire découvrir la métropole et ses potentialités d'implantation.

AXE 5 : Poursuivre l'animation du réseau MANACOM

Manacom a été créé en 2012 à l'initiative de la Chambre de commerce et d'industrie de Bordeaux. Ce réseau regroupe 73 territoires à l'échelle de la Nouvelle Aquitaine dont 96 personnes : 37 managers de commerce et 59 chargés de missions, chefs de projets et directeurs.

Ce réseau a pour ambition :

- D'accompagner les adhérents et valoriser leurs initiatives grâce aux retours d'expériences (programme d'actions et de formation, veille réglementaire, visites de territoires, conférences, ...).
- Valoriser l'économie de proximité et les territoires.

Au vu de l'intérêt suscité par ces actions auprès des managers de commerces participants, cette dynamique sera poursuivie en 2025 sur la base du programme suivant :

- 3 séminaires d'expertise dont un sur les actualités de l'urbanisme commercial et les dernières réglementations,
- 5 « cafés Manacom »
- 2 visites de terrain.
- Participation à des événements professionnels (Franchise Expo, Assises nationales du centre-ville, SIEC, Bordeaux Visio Commerce, salon Commerce Innov)
- Diffusion de 3 newsletters
- Production d'un « Cahier Manacom ».

AXE 6 : Encourager les initiatives et accompagner les commerçants dans leurs transitions

La CCIBG organise pour la 4^{ème} année consécutive deux événements forts en faveur de l'adaptation des commerces aux enjeux de demain :

L'appel à projet « Talents des territoires »

L'objectif est de soutenir et valoriser les associations de commerçants et les clubs d'entreprises de Gironde les plus dynamiques et d'encourager le développement d'actions structurantes pour le territoire. Le soutien aux associations de commerçants s'inscrit dans la volonté de soutenir l'économie de proximité qui fait face à ses multiples mutations.

Un appel à projet sera lancé pour mobiliser les associations du département de la Gironde.

L'édition 2025 prévoit un accompagnement des associations de commerçants métropolitaines renforcé afin de les mobiliser davantage et de les aider à mettre en œuvre leur projet. La CCIBG se chargera également d'aider les associations de commerçants à formaliser leur demande et à constituer leur dossier de candidature.

Un jury composé des partenaires de la manifestation sélectionnera les dossiers qui concourront dans différentes catégories : « événement et animation », « développement économique », « développement durable », « économie sociale et solidaire » et « innovation et nouvelles pratiques ». Une dotation totale de 30 000 € attribuée entre les lauréats.

La cérémonie de remise des prix est prévue le 1^{er} décembre 2025 et un prix spécial Bordeaux Métropole sera remis.

Cet événement sera l'occasion de mettre en avant l'action des différents partenaires de la manifestation, dont Bordeaux Métropole, devant plus de 400 commerçants et artisans participants.

Le salon Bordeaux Commerce Innov'

Initié par la CCIBG, le salon Bordeaux Commerce Innov' a vocation à devenir le nouveau rendez-vous régional dédié à l'innovation et à la digitalisation des commerces. Tous les commerces sont confrontés à une réalité de vente et d'expérience client en pleine évolution, avec une concurrence accrue. Adopter des outils innovants n'est plus une option mais un incontournable pour continuer de se développer et capter une nouvelle clientèle. Le champ des innovations est vaste et concerne tous les aspects du métier : merchandising, e-commerce, communication, expérience client, fichier-clientèle, ressources humaines, gestion des livraisons, outils digitaux, moyens de paiement.... Ce salon, situé dans les locaux de la CCIBG, propose aux commerçants de découvrir de nombreuses solutions numériques adaptées à leurs besoins et d'assister à des ateliers regroupant des professionnels du commerce et du numérique.

L'édition 2025 se tiendra le 17 novembre 2025. De nouvelles thématiques seront abordées, telles que la marque employeur, la fidélisation, les nouveaux concepts de magasins (franchise, réseaux, coopérative, ...), l'inclusivité et le rôle social du commerce. La transition environnementale et sociétale, le numérique durable au service du point de vente, la logistique urbaine durable seront toujours à l'ordre du jour.

L'objectif est d'offrir des solutions d'innovation d'usage fiables pour répondre aux besoins des visiteurs avec une vision à 360° de l'entreprise : numérique, emploi saisonnier, aménagement du magasin, marketing sensoriel, marque employeur, CRM, data, logistique, merchandising, gestions des déchets, facturation électronique, accueil de la clientèle étrangère, ...

En 2025, la CCIBG souhaite poursuivre ce temps fort afin :

- de permettre aux entrepreneurs, commerçants, chefs d'entreprise, consultants,

- responsables en point de vente, collectivités, territoires, d'avoir une vision objective des innovations technologiques et d'assister aux différentes conférences et ateliers coconstruits
- d'offrir aux entrepreneurs une vision objective du modèle « Franchise » au travers de paroles d'experts et d'enseignes performantes.

Comme en 2024, l'édition de 2025 sera renforcée par l'organisation d'un salon de la franchise.

Plus de 80 exposants dont 50 exposants franchises, sélectionnés par un comité d'experts proposeront des solutions concrètes et innovantes aux visiteurs.

Axe 7 : Anticiper les transmissions/reprises d'entreprise pour conserver le commerce de proximité en centre-ville

La transmission ou la reprise d'une entreprise sont des moments stratégiques dans la vie de l'entrepreneur. Elles nécessitent une préparation adéquate souvent négligée par les cédants. Près d'un dirigeant sur deux n'est pas préparé à la cession de son entreprise avec pour conséquence un taux de reprise d'entreprise nettement insuffisant. Cette étape peut entraîner des conséquences importantes pour les territoires en matière de maintien des savoir-faire et de sauvegarde des emplois.

1 - Identification des dirigeants des activités de proximité (commerces et services) susceptibles de transmettre leur entreprise à 5 ans.

A. Cibler le panel d'entreprises

- Travail d'analyse croisée des données entre plusieurs sources (Ellisphère, Cap Financial, Salesforce, Datacom, ...)
- Filtrage des fichiers d'entreprises selon : les activités commerces et services de proximité (Code NAF), les formes juridiques, les entreprises avec des salariés, la disponibilité des coordonnées.

B. Profil des entreprises sélectionnées

A partir du fichier base obtenu, le profil des commerces retenus sera analysé : secteur d'activité, nombre de salariés, âge du dirigeant, ancienneté des entreprises,

C. Enquête

Une enquête auprès du panel d'entreprises identifiées sera menée : un e-mailing avec un lien vers un questionnaire court d'une dizaine de questions sera transmis aux entreprises afin d'identifier celles avec un projet de transmission/vente à 5 ans.

D. Campagne d'appels sortants auprès d'un panel d'entreprises

Objectifs : sensibiliser et apporter un 1^{er} niveau d'information aux cédants potentiels.

Axe 8 : Augmenter la visibilité des commerces (numérique)

ACTION 1 - Création d'un compte social media

Les réseaux sociaux constituent aujourd'hui des plateformes indispensables que les commerces doivent utiliser. Ces canaux permettent aux entreprises de proximité de se faire connaître auprès des habitants de leur quartier ainsi qu'auprès d'une population élargie, au-delà du premier rayon de chalandise et même des frontières communales. D'où la nécessité pour les commerçants indépendants d'y être visibles et d'y assurer une présence régulière. Il est important pour eux de proposer un contenu stratégique, adapté à leur clientèle cible.

Pour cela, il est prévu la création et l'animation d'un compte social média pour promouvoir le commerce indépendant de la métropole. L'objectif de ce compte est de faire connaître et de valoriser l'offre commerciale indépendante de la métropole par le biais de contenus réguliers dynamiques sous forme de capsules vidéo (portraits de commerçants, couverture événementielle autour du commerce, etc.).

1.1 Cadrage et stratégie

- Identification des besoins et définition des objectifs
- Création de la marque label et de toute son identité
- Co-construction d'une charte éditoriale
- Copilotages

1.2 Création des comptes

- Création des comptes sur la ou les plateformes retenue(s)
- Création et optimisation du contenu de base

1.3 Production et animation des comptes

- Mise en place d'un calendrier de publication
- Production des contenus rédactionnels, photo et vidéo
- Édition et programmation des publications
- Modération

ACTION 2 – Lancement et gestion d'une campagne de communication sur la régie Meta

Objectif : maximiser les chances de réussite de l'Action 1, en accroissant la visibilité des publications organiques grâce à un budget publicitaire, auprès d'une cible métropolitaine et girondine. Toucher une audience élargie aux départements limitrophes

Déploiement de la campagne de communication :

- Définition des objectifs
- Gestion de la campagne
- Reporting de résultats lors des copilotages

Une partie du budget sera allouée au ciblage d'une audience élargie aux départements limitrophes, sur des temps forts d'envergure. Des territoires dont une typologie de consommateurs pourrait participer à la vitalité du commerce métropolitain.

Annexe 2

Budget prévisionnel 2025

Budget prévisionnel net de taxe 2025	Jours	Coût de l'action	Subvention Bordeaux Métropole	% subvention BM	Subvention Ville de Bordeaux	Prise en charge CCIBG
Observatoire du commerce	46	58 435 €	3 500 €	5,99 %	0 €	54 935 €
Flux piétons	18	14 222 €	7 000 €	49,22 %	2 000 €	5 222 €
Marketing territorial	29	58 978 €	10 000 €	16,96 %	13 000 €	35 978 €
Manacom	232	104 500 €	5 000 €	4,78 %	2 000 €	74 500 €
Talents des territoires	127	111 645 €	10 000 €	8,96 %	5 000 €	91 645 €
Salon Commerce Innov'	106	140 774 €	5 000 €	3,55 %	10 000 €	110 774 €
Transmissions	34	18 500 €	10 500 €	56,76 %	0 €	7 500 €
Action de communication réseaux sociaux	52	19 400 €	11 500 €	59,28 %	0 €	7 900 €
Etude de définition de l'impact commercial d'une grande surface alimentaire	14	4 250 €	2 500 €	58,82 %	0 €	1 750 €
TOTAL	658	530 704 €	65 000 €	12,25 %	32 000 €	390 204 €

Annexe 3

Modèle de compte-rendu financier

Recommandations pour la présentation du bilan qualitatif et quantitatif de l'action

Cette fiche est destinée à vous aider à la réalisation du bilan de l'action pour laquelle Bordeaux Métropole vous a accordé un financement. Ce bilan doit permettre aux responsables de l'organisme de rendre compte de l'utilisation des subventions accordées.

Nom de l'organisme :

Intitulé de l'action :

1. BILAN QUALITATIF DE L'ACTION

Quelles ont été les actions entreprises ? Décrire précisément les actions mises en œuvre

L'intérêt de votre projet pour la métropole bordelaise :

Quels sont les résultats obtenus par rapport aux objectifs initiaux ?

2. BILAN FINANCIER DE L'ACTION

2.1. Bilan financier « réalisé »

2.2. Décrire les règles de répartition des charges indirectes affectées à l'action subventionnée (exemple : quote-part ou pourcentage des loyers, des salaires)

...):

2.3. Expliquer et justifier les écarts significatifs éventuels entre le budget prévisionnel de l'action et le budget final exécuté (« réalisé ») :

2.4. Observations à formuler sur le compte-rendu financier de l'opération subventionnée :

Je soussigné(e), (nom et prénom)

représentant(e) légal(e) de l'organisme,

certifie exactes les informations du présent compte rendu

Fait, le : | | | | | | | | | **à**

Signature :