

## **MANAGER DE CENTRE VILLE**

*Commune nouvelle de 17 000 habitants, 3<sup>ème</sup> ville de l'Ain de par sa population et sa superficie, Valserhône est située dans un environnement privilégié à la confluence du Rhône et de la rivière sauvage la Valserine, au pied du massif du Jura. Au carrefour entre Annecy, Lyon et Genève, la cité est en plein essor, bénéficiant notamment de l'attrait de son cadre naturel exceptionnel, ainsi que de sa gare TGV permettant de relier Paris ou Genève.*

*Engagée dans l'amélioration continue de son cadre de vie, la ville de Valserhône réalise des projets ambitieux qui privilégient le bien vivre ensemble, tout en respectant l'environnement. Rejoignez-nous pour prendre part à cette dynamique !*

- [Descriptif de l'emploi](#)

Dans un contexte de redynamisation du cœur de ville, la collectivité souhaite renforcer l'attractivité commerciale, économique et sociale de son centre-ville.

Sous la responsabilité de la Directrice des affaires foncières et commerciales, le manager de centre-ville est chargé de coordonner, impulser et mettre en œuvre une stratégie globale de dynamisation, en lien étroit avec les élus, les commerçants et les partenaires locaux.

- [MISSIONS GÉNÉRALES :](#)

- [Animation et dynamisation commerciale :](#)

- Développer l'attractivité du centre-ville et favoriser la fréquentation
- Mettre en place des actions d'animation (événements commerciaux, marchés, opérations saisonnières)
- Accompagner les commerçants et porteurs de projets
- Participer à la gestion et à la valorisation du tissu commercial existant

- [Coordination des acteurs locaux :](#)

- Assurer l'interface entre la collectivité, les commerçants, les associations et les partenaires institutionnels.
- Animer les réseaux d'acteurs économiques locaux (unions commerciales, chambres consulaires, etc.)
- Favoriser les synergies entre les différents intervenants

- [Suivi et pilotage de projets :](#)

- Contribuer à l'élaboration et à la mise en œuvre d'une stratégie de revitalisation du centre-ville
- ·Piloter ou participer à des projets structurants (requalification d'espaces publics, implantation de commerces, dispositifs d'aides)
- ·Assurer le suivi des indicateurs de performance (vacance commerciale, fréquentation, typologie des activités)

- [Observation et veille :](#)

- Réaliser un diagnostic permanent du tissu commercial et économique
- Assurer une veille sur les tendances commerciales et les dispositifs d'aide
- Proposer des actions innovantes adaptées aux besoins du territoire

→ Communication et promotion :

- Participer à la promotion du commerce (supports de communication, réseaux sociaux, événements)
- Participer à des salons professionnels (commerce, aménagement, entrepreneuriat) afin d'identifier et attirer des porteurs de projet pour le centre-ville
- Valoriser les initiatives locales et renforcer l'image du cœur de ville
- Contribuer à la stratégie de marketing territorial

MARGE D'AUTONOMIE ET RESPONSABILITÉS :

- Large autonomie dans l'organisation du travail
- Force de proposition
- Relations avec l'ensemble des partenaires économiques et sociaux de la collectivité
- Relations avec les élus et les usagers.

**COMPÉTENCES REQUISES**

**Qualification et/ou Formations requises : (Savoir)**

- Une expérience significative dans un poste similaire (management de centre-ville, développement commercial territorial, animation économique).
- Une bonne compréhension des enjeux de dynamisation commerciale : attractivité, revitalisation, accompagnement des commerçants, implantation de projets.
- Un réseau professionnel déjà établi (acteurs économiques, commerçants, institutions), idéalement local ou régional.
- Notions en développement économique local, urbanisme commercial et marketing territorial
- Connaissance du tissu économique local et des acteurs institutionnels

**Connaissances particulières requises ou à acquérir : (Savoir-faire)**

- De solides compétences en communication et en marketing territorial, y compris l'accompagnement des commerçants sur leur visibilité et leurs outils.
- Des compétences en prospection, négociation et vente, utiles pour attirer de nouveaux projets et travailler l'occupation des locaux
- La capacité à construire une stratégie de communication et de dynamisation du centre-ville.
- Conduite de projet et animation de réseaux
- Capacité à fédérer et mobiliser des acteurs variés
- Analyse de données économiques et commerciales

**Qualités professionnelles requises : (Savoir être)**

**. Qualités professionnelles et organisationnelles :**

*Esprit d'initiative*

*Savoir reconnaître les priorités*

*Avoir de la curiosité et de la souplesse intellectuelle*

*Etre organisée et rigoureuse*

*Avoir des capacités d'adaptation et savoir travailler en équipe*

*Savoir mettre à jour ses connaissances*

*Curiosité intellectuelle*

**. Qualités relationnelles et de communication :**

*Avoir le sens du contact*

*Sens relationnel*

*Etre discrète, réservée, polie.*

*Savoir communiquer et transmettre des informations*

**. Attitudes éthiques :**

*Sens du service public*

*Obligation de loyauté et de discrétion*

*Respect des obligations du fonctionnaire :*

*Obligation de secret professionnel (Loi n° 83.634 du 13 juillet 1983, article 26)*

*Obligation de discrétion professionnelle (cf. Loi n°83.634 du 13 juillet 1983, article 26)*

*Obligation de formation*

*Devoir de réserve*

*Obligation de neutralité, dignité et probité.*

*Obligation d'obéissance hiérarchique (cf. Loi n°83.634 du 13 juillet 1983, article 28)*

*Obligation d'effectuer les tâches confiées (cf. Loi n° 83-634 du 13 juillet 1983, article 25.)*

*Obligation d'information au public (cf. lois n° 78-753 du 17 juillet 1978 modifiée par la loi n°79-587 du 11 juillet 1979).*

**. Avantages :**

Ticket restaurant – CNAS