

20 questions

à **Hervé LEMAINQUE** Président de l'association « La Journée nationale du commerce de proximité et du centre-ville » et initiateur de la manifestation.

1. Pourquoi avoir mis en place La Journée nationale du commerce de proximité et du centre-ville ?

Parce qu'une telle manifestation n'existait pas et qu'elle répond, les faits le montrent, à une forte attente de ceux qui oeuvrent pour le commerce dans la ville.

2. Quelle est l'idée première ?

Communiquer vers les habitants différemment, sur des valeurs non mercantiles et renforcer l'unité des commerçants et artisans en leur proposant une action qui soit la leur, à forte visibilité, récurrente et duplicable.

3. Le plus grand atout du commerce de proximité ?

Une économie à visage humain qu'il faut exprimer à travers les nouvelles attentes du consommateur.

4. Le but affiché de l'association ?

Fédérer des énergies et des compétences et développer une opération de communication collective, exemplaire au service du commerce dans la ville.

5. Qu'apportez-vous aux unions commerciales et aux collectivités locales ?

Une opération clés en main, peu onéreuse, très mobilisatrice avec une forte valeur ajoutée et soutenue par l'Etat.

6. Quel est le nombre de villes ayant participé à l'édition 2009 ?

72 villes ont participé sur l'ensemble du territoire français jusqu'à l'île de La Réunion avec la commune Les Avirons.

7. Vos objectifs à court terme ?

150 à 200 villes en 2010 et 600 villes à l'horizon 2012

8. Sur quelle base établissez-vous ces prévisions ?

Les demandes d'information reçues et les contacts établis nous montrent que cette opération de communication ne laisse pas indifférent et qu'elle suscite beaucoup d'enthousiasme.

9. Comment expliquez-vous ce développement ?

La prise de conscience de la nouvelle donne en matière de consommation, mais principalement la volonté politique d'élus locaux et consulaires associés à la dynamique des unions commerciales.

10. Comment répondre à cette croissance du nombre de participants ?

En structurant l'association et en lui donnant les moyens d'un dispositif à vocation nationale. Je m'y emploie avec nos partenaires et notamment la labellisation AFNOR « Gouvernance et gestion responsable des associations

et fondations » qui renforcera notre crédibilité auprès des institutions.

11. Pourquoi avoir créé le label « Commerces de proximité dans la ville » ?

Pour exprimer le travail remarquable des acteurs économiques qui va très rapidement se développer, gagner en qualité et en synergie.

12. Ce panneau ne s'inspire t-il pas de celui des « Villes fleuries » ?

Il y a effectivement une concordance dans l'esprit et les buts. Les commerces qui « fleurissent » au sein des villes participent aussi à la qualité de vie dans la ville et il fallait le matérialiser par un signal visible en entrée de ville afin que tous ceux qui y concourent en soi fiers.

13. N'est-ce pas un label de plus ?

Il ne s'agit pas d'un label de qualité « produits ou services ». Il exprime une volonté collective et est, à ce titre, très consensuel et convoité par les collectivités locales

14. Votre plus grande satisfaction ? : Le travail de mobilisation des unions commerciales parfaitement réussi qui a été réalisé par les CCI dans plusieurs départements.

15. Vos déceptions ?

Les discours qui ne sont pas suivis d'actes, les actes qui ne sont pas en accord avec le discours. Cela se produit... Parfois.

16. La plus grande force de cette manifestation ?

Son ancrage sur le terrain même au sein des unions commerciales, et son déploiement national.

17. Un principe pour avancer ?

S'entourer au quotidien de compétences, de personnalités issues du monde commerce et confrontées aux réalités du marché et de la vie de l'entreprise.

18. Une préoccupation ?

Que les commerçants et artisans soient toujours acteurs de leur avenir, conscients de leur potentiel et de la place qu'ils ont à tenir ensemble dans la ville.

19. Et pour résumer ? J'ajouterai le mot « transversalité » pour y fédérer les actions des partenaires économiques, mobiliser les commerces franchisés qui, par leur nombre croissant, vont avoir un rôle toujours plus grand dans l'animation commerciale de la ville et bien sûr rassembler les organisations professionnelles historiques autour de cette manifestation.

20. Une citation ?

Mieux vaut prendre le changement par la main avant qu'il ne vous prenne par la gorge. (Winston Churchill).