

FÉDÉRATION « VITRINES DE FRANCE »

Jean-Pierre Lehman, Président de la Fédération "Vitrines de France"

Auditionné par : Pierre Creuzet, Directeur fondateur Centre-Ville en Mouvement ;
Constant Papillon-Amblard, Chargé de mission Europe ; Laurianne Fabre, Chargée de mission

La Fédération « les Vitrines de France », rassemble plus de 650 adhérents qui sont des associations de commerçants, des mairies, des Chambres de Commerces et d'Industrie et des Communautés de Communes. Leur démarche est de promouvoir le commerce de proximité pour construire une ville dynamique dotée de commerces de toute taille dans un environnement convivial articulant commerce, culture, déplacements et services.

ÉTAT DES LIEUX :

- La consommation ne sera certainement plus comme avant
- Mise en péril de nombreux commerces : les petits commerces, les indépendants et les commerces d'équipements de la personne
- Le déconfinement prévu à partir du 11 mai permettra de faire un chiffre d'affaires qui ne sera certainement pas celui qu'ils faisaient avant la crise, c'est pourquoi il faut mettre en place tous les outils dès maintenant
- Le virus est un ennemi invisible qui sera toujours présent dans les mentalités : prendre en considération les importantes mesures sanitaires

Il est donc important de rassurer les consommateurs

La Fédération et nos adhérents doivent s'adapter en permanence pour que les commerces en centre-ville puissent survivre. Selon la situation géographique certains n'auront pas l'autorisation d'ouvrir tandis que d'autres préféreront rester fermés pour des raisons économiques (le chiffre d'affaire n'étant pas suffisant pour couvrir les charges) ou pour des raisons personnelles (garde d'enfants).

CHANGEMENT DE PARADIGME DANS LE COMPORTEMENT CONSOMMATEUR :

- Les consommateurs avaient commencé à changer bien avant la crise en privilégiant la consommation responsable
- Après la crise, la part accordée à des achats pour être à la mode, pour être au « dernier cri » sera moins importante
- La consommation « coup de coeur » sera donc affaiblie du fait de la diminution du pouvoir d'achat et d'un changement des mentalités

LES PROPOSITIONS : COMMENT ENVISAGER UN RETOUR EN CENTRE-VILLE ?

La Fédération « Vitrites de France » met en avant différentes mesures qui pourraient être appliquées pour inciter le client à revenir en centre-ville.

- **Avoir une communication tout azimuts, incitative et rassurante**
- **Faciliter l'accès à la ville :**
 1. Il faudrait demander aux collectivités territoriales de mettre en place des transports gratuits pour faciliter la mobilité tout en respectant les gestes barrières et les mesures de distanciation sociale
 2. Il faudrait proposer le stationnement gratuit ou au moins 2h
- **Donner l'assurance que les conditions sanitaires dans les commerces seront respectées :**
 1. Chaque commerce devra s'équiper pour répondre aux mesures de sécurité, à la fois pour le personnel et les clients (distribution dès l'entrée de masques, gel, gants, etc.)
 2. Communications très visibles de toutes les mesures de sécurité à imposer à la fois sur les vitrines et dès l'entrée du magasin (stickers, affichettes, etc.)
- **Adapter l'accueil clients aux nouvelles normes d'hygiène :**
 1. Cela concerne notamment les commerces d'équipement à la personne, les magasins d'habillement ou l'essayage et le toucher devront être contrôlés par la mise à disposition de modèles d'exposition qui seront ensuite désinfectés et qui ne pourront pas être vendus
- **Repenser l'espace public :**
 1. Communiquer et essayer, dans la mesure du possible, d'animer la ville (musique d'ambiance, décorations, etc.) ; en sachant que toutes opérations qui rassembleraient du public serait interdite.
 2. Donner la possibilité aux commerçants d'empiéter sur le trottoir (la fédération avait d'ailleurs demandé depuis longtemps l'exonération du droit d'occupation du domaine public – en respectant la sécurité)
 3. Revoir les plages horaires pour la fréquentation des centres-villes notamment entre midi et deux heures pour donner la possibilité d'étaler les ventes
 4. Les mairies doivent communiquer pour faciliter les achats dans la journée (étendre les horaires entre midi et 2 ? nocturnes ? ouvertures le dimanche ?
- **Digitalisation et livraison plus que jamais nécessaire :**
 1. Chaque commerçant devrait s'organiser, en plus de son point de vente physique, afin de vendre à distance

2. Pour se faire, il est indispensable de mettre en place des systèmes de livraisons à la fois au niveau de chaque commerce mais également au niveau de la ville (drive urbain). Nous demandons aux mairies de trouver des solutions de livraisons à domicile beaucoup moins onéreuses, voire gratuites (exemple : par le biais des CCAS)

CONCLUSION

Pour aider les commerçants il faut donc repenser les modes de vente et d'accès aux boutiques physiques. La Fédération est donc en état de veille auprès de ses adhérents pour retenir et diffuser les idées et solutions qui viseront à soutenir l'ensemble des commerces en centre-ville.

Leur site internet met aussi à la disposition des commerçants toutes les démarches nécessaires pour reporter leurs charges, obtenir des aides financières, être indemnisés, communiquer, se former au digital, avec de nombreux outils dont les chèques cadeaux (physiques et virtuels), les réseaux sociaux, etc. Autant de voies qui permettront de sauver les commerces et de nombreux emplois.

« Tout doit être mis en place pour inciter, rassurer, motiver les clients à revenir dans les centres-villes ; ce travail doit être fait en partenariat absolu avec tous les acteurs du centre-ville et notamment les mairies, les chambres consulaires, manageurs et bien sûr associations de commerçants ».