

# COMMERCE DE CENTRE-VILLE Les intentions et les actions

Fini le bla-bla-bla, voici le Shopping Style. Sylvie Petiot, la première adjointe, a dévoilé une première vague de mesures pour relancer l'activité.

Le Shopping Style

C'EST NANCYVILLE

Un logo et l'entrée en piste de l'association Alexis pour aider les porteurs de projets, sont les deux initiatives marquantes du plan d'action présenté par Sylvie Petiot, Nicolas Mollet le développeur de centre-ville et le président des Vitrines de Nancy Sébastien Duchowicz.

**On dira que pour lancer un logo, il ne faut pas redoubler d'imagination. Sauf que c'est comme l'œuf de Christophe Colomb : il suffisait d'y penser.** L'objectif est de créer une identité visuelle, de déclencher l'attention, d'imposer une marque. Le slogan adopté : « *Le Shopping Style, c'est Nancy Ville* » y parviendra-t-il ? On a connu formule plus pétillante et habillage plus punchy, mais, au-delà du design, des mots supposés donner un élan et de l'aspect créatif sur lequel on peut toujours discuter, c'est la contextualisation qui compte. Et là, le logo joue son rôle. Non seulement il comble un vide mais en plus il donne un positionnement et, surtout, tout le monde peut se l'approprier.

**D'accord pour se mettre en ordre en bataille** et s'avérer déterminant dans l'exécution, c'est plus un pistolet à eau qu'une arme nucléaire mais c'est déjà un début. Donc restons positifs.

**Le commerce à l'essai sur le modèle des pépinières d'entreprises est beaucoup plus innovant.** Pour l'occasion, la Ville s'est associée au réseau Alexis qui apporte son vécu et son expertise. « *On a une expérience d'accompagnement d'entreprises. On ne pouvait pas le faire sur le commerce car le moindre bail est trop long. Là, on a négocié avec la Ville de Nancy sur la notion de*



*bail dérogatoire. Au bout de six mois, on fait un test. Nous aimerions tenir un premier comité de sélection à la mi-juillet* », précise Sylvia Colin, la directrice générale adjointe d'Alexis. Pour Sylvie Petiot, il s'agit de permettre à un porteur de projet de tester son activité en situation réelle grâce à l'accès temporaire à un local loué à un tarif avantageux. « *Concrètement, la municipalité met à la disposition d'Alexis un local de 30m<sup>2</sup> situé Grande Rue, juste à côté de l'église des Cordeliers. (Notre photo). Si le concept marche, il y aura un deuxième local* », indique, plutôt optimiste, la deuxième adjointe.

**Parmi les autres nouveautés, notons l'apparition d'un sac réutilisable 100 % coton, produit en France, que les Vitrines de Nancy envisagent de commander à 100 000 exemplaires.** Ils seront proposés aux clients du centre-ville à moins de 2€ (le commerçant pourra l'offrir s'il le juge utile) et ils seront ornés du logo « *Le Shopping Style, c'est Nancy centre-ville* ». Le plan de l'hyper-centre fait son retour. C'est un peu kitch à l'heure du numérique mais allez

dans toutes les cités du monde et vous verrez les touristes déambulant avec en main le bon vieux support papier qu'ils triturent dans tous les sens. Disponible à la rentrée de septembre, le document permettra aussi de répertorier l'ensemble de l'offre commerciale. Conclusion : à l'heure où tant de logiciels sont à changer, il est possible de faire du neuf avec du vieux. Comme quoi, pour bouger de grands corps fossilisés, on peut toujours avoir recours aux remèdes de grand-mère...

**Pour tenter d'apporter des solutions, Sylvie Petiot et Daniel Mollet lancent une équipe de terrain.** Dans un premier temps, deux personnes recrutées en service civique auront pour mission d'accueillir, d'orienter les acheteurs, de donner des informations, de réaliser des enquêtes, des sondages et des contactages. Basée au marché central, cette petite structure devrait être complétée par deux renforts supplémentaires. « *Nous cherchons des gens très motivés* », assure le développeur de centre-ville qui souhaite faire avancer le dossier dans

les meilleurs délais.

**Autre pilier pour relancer le commerce : un partenariat est noué avec le centre de congrès Prouvé.** Un premier test a été effectué lors du Salon des géomètres où chaque participant s'est vu remettre un chèque cadeau de 5€ « *C'est un bel effort des Vitrines* », souligne Sylvie Petiot qui annonce d'autres opérations pour la rentrée.

**Dans l'immédiat, le premier rendez-vous du développeur, rencontre informelle avec les acteurs concernés, se tiendra le 28 juin à 8 h Aux Merveilleux, 25 rue Saint-Dizier.** Une bonne occasion pour échanger, apprendre à mieux se connaître et se dire, peut-être, quelques vérités. Par ailleurs, des contacts avec des enseignes ciblées « on veut amener du nouveau » ont été noués lors du Salon de l'immobilier commercial. « *Nous avons eu trente-trois demandes de rendez-vous* », indique Nicolas Mollet qui fait part de pourparlers avancés susceptibles de redonner vie aux grands locaux vacants de l'espace Saint-Dizier, de l'ex-Darty ou de l'ancien

## Repères

### DES CHIFFRES

Ils sont donnés par Daniel Mollet. Il y a **1 300 commerces** dans l'hyper-centre, dont **300 enseignes nationales et 1 000 indépendants**. Le taux de vacance est de **8 %**. Un recensement va être effectué pour avoir une physiologie exacte de la situation. +

Go Sport. **Reste à savoir si le dispositif mis en place est à la hauteur des enjeux.** La volonté est là, le plan d'attaque c'est autre chose. Notre sentiment ? Tant que les problèmes d'accès au centre-ville et de stationnement n'auront pas été réglés, on restera dans le domaine de la sensibilisation et de critères dont l'intérêt stratégique tient plus de l'impulsion que de l'opération de reconquête. Mais il y a au moins un point à retenir : personne ne veut rester les bras ballants. **Devant l'urgence, mieux vaut s'entendre sur les priorités qu'ajouter des facteurs de confusion.** +

Pierre Taribo