

Fédération Nationale des Centres-Villes

Les Vitrines de France  
10 rue Victor Poirel  
54000 Nancy

A l'attention de monsieur David Pujadas

FRANCE TELEVISIONS  
7 Esplanade Henri de France  
75015 Paris

*Nancy, le 4 janvier 2017*

**OBJET** : En réponse à votre courrier

Cher monsieur Pujadas,

A mon tour de m'excuser pour le retard à répondre à votre courrier du 22 juillet 2016.

En effet, **il n'est pas question de nier le phénomène inquiétant de désertification des centres-villes** qui «saute aux yeux » dès que l'on arrive dans une ville (notamment petite ou moyenne).

Il est d'ailleurs à noter que les locaux commerciaux vacants sont le phénomène le plus visible de cette désertification, mais il en est de même des locaux d'habitation, des centaines de milliers de logements sont libres et ne trouvent pas preneur, alors que paradoxalement par ailleurs on nous parle régulièrement d'une crise du logement. Quant à nous, il nous semble plus important de montrer que tout n'est pas perdu et **qu'il existe des solutions** qui, même si elles ne sont que partielles, **peuvent améliorer les choses. C'est là, le rôle de notre fédération.**

La situation du commerce n'est pas le fruit du hasard, mais bien la conséquence de la politique catastrophique « d'aménagement du territoire » menée dans notre pays depuis plus de 50 ans.

Après l'abandon des campagnes, on a assisté au naufrage des bourgs, des bourgs centres, des sous-préfectures voire des préfectures et ceci, dans l'indifférence générale. Fermetures

d'usines, destructions d'emplois ont petit à petit favorisé l'évasion vers les grandes métropoles sans vouloir regarder que là aussi on accumulait les problèmes.

Le commerce est en bout de circuit et s'il n'y a pas de pouvoir d'achat distribué en amont, le commerce déperit.

Si l'on ajoute à cela **l'invraisemblable inflation de mètres carrés commerciaux** qui tous les ans déferlent par millions dans les périphéries des villes, voire les périphéries des périphéries et aussi, aujourd'hui, les millions de mètres carrés supplémentaires représentés par tous les sites de e-commerce, il est inévitable d'arriver à la situation que vous avez présenté dans votre reportage ; **situation qui continuera inexorablement de se détériorer si aucun prise de conscience ne se fait et si aucune mesure d'ampleur n'est prise.**

Malheureusement force est de constater, en cette période électorale, qu'aucun des candidats déclarés n'a abordé ce problème de cette « **France à 2 vitesses** ». **Il nous semble pourtant qu'entre autre, un véritable programme s'impose** notamment par de lourds investissements dans une **couverture numérique de qualité** couvrant réellement tout le territoire et permettant aux entreprises de se relocaliser dans ces villes grâce au travail à distance.

Pour notre part, en tant que fédération sans but lucratif, nous essayons modestement d'aider à limiter les dégâts. **Présent dans plus de 400 villes** par le biais de l'adhésion des fédérations de commerçants locaux, des maires, des chambres consulaires, des communautés de communes, nous analysons les situations individuelles et mettons à leur disposition des outils ou produits labellisés, testés, négociés qui leur permettent de redynamiser en partenariat les rues commerçantes de leurs villes.

Ces produits vont du « **chèque cadeau centre-ville** », à la **fidélité collective**, aux **animations « clés en main »** testées, aux **sites internet**, aux applications mobiles (**BOUTIC**) et à toutes sortes de prestations négociées au meilleur prix.

Notre dernier outil, **jeloueuneBoutique.com**, mis en place il y a quelques semaines va dans ce sens puisqu'il doit faciliter la mise en place de « boutiques éphémères ». Les *propriétaires de locaux* vacants peuvent y publier leurs annonces à destination de tous les acteurs intéressés par cette possibilité (*commerçants, créateurs, artisans, producteurs, marques ou enseignes locales ou nationales...*). Ce phénomène de « boutiques éphémères » très apprécié

des consommateurs, est une opportunité à saisir pour redonner vie à de nombreuses cellules commerciales désaffectées.

**En conclusion et pour répondre à votre proposition, nous acceptons volontiers de rencontrer vos équipes de leur présenter les expériences qui ont du succès et de leur faire découvrir des villes où la situation reste prospère afin, éventuellement, si vous le souhaitez, d'y réaliser un reportage ou toute autre action que vous pourriez souhaiter.**

Je reste à votre disposition et vous prie de recevoir mes sincères salutations.

**Jean-Pierre Lehmann, président des Vitrines de France**

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'J' followed by a long horizontal line and a 'P'.

*PS : Sont en copie de cette lettre [agnes.vahramian@francetv.fr](mailto:agnes.vahramian@francetv.fr) et [elsa.pallot@francetv.fr](mailto:elsa.pallot@francetv.fr) .*