

**Fédération Nationale des Centres-Villes**

**Les Vitrines de France**

**10 rue Victor Poirel**

**54000 Nancy**

**A l'attention du rédacteur en chef de France télévision**

**Et de monsieur David Pujadas**

*A Nancy, le 28 janvier 2016*

Monsieur le rédacteur en chef,

Ce courrier fait suite à la diffusion du reportage sur les commerces des centres-villes dans l'édition du journal de 20h de monsieur Pujadas, de mercredi 27 janvier.

Il est navrant de constater que le service public, à l'instar des chaînes privées, et de la presse en général aime à diffuser des images négatives sur la plupart des sujets, omettant la plupart du temps de relater les initiatives positives et nombreuses qui pourtant existent.

S'il n'est pas question de nier la problématique, on ne peut se contenter d'un raccourci de quelques minutes pointant uniquement les « points noirs ». Ces images sont démoralisantes à la fois pour les élus, les habitants, les commerçants et contribuent à accentuer un « défaitisme » ambiant. Sans compter la dévalorisation matérielle de biens possédés par les habitants ou commerçants de la ville concernée.

Etes-vous au moins conscients qu'en agissant ainsi, vous ne faites que contribuer à aggraver la situation ??

Votre rôle de service public est effectivement d'informer mais alors faites-le en transparence et en informant parallèlement à la fois de la problématique générale de l'évolution du comportement des consommateurs mais aussi de toutes les mesures innovantes qui sont prises à tous niveaux pour remédier à cette évolution. Notre fédération nationale présente dans plus de 300 villes y contribue et met toute son énergie pour apporter des solutions innovantes et des remèdes et non pas des constats négatifs pour alimenter la nécrologie annoncée, selon votre reportage, des villes moyennes.

Le sujet est trop important pour être « bâclé » en quelques minutes laissant à croire que l'histoire est déjà écrite et que les villes ainsi présentées sont destinées à devenir des « mouirois » ou des zones d'insécurité.

Les villes se sont toujours créées autour du commerce et il n'est pas question pour nous et pour, « aujourd'hui », la plupart des élus, les fédérations de commerçants et chambres consulaires, de « baisser les bras ».

Il en va de la vie en société. Les villes sont des lieux de rencontre, de dialogue, de culture, d'échange, en un mot de plaisir. Une grande enseigne de grand magasin en avait fait son slogan : « dans ville il y a vie ».

Il est tout à fait vrai que l'urbanisme commercial débridé de ces 25 dernières années ainsi que la politique d'étalement urbain totalement sauvage ont fortement contribué à ce constat.

Mais le consommateur lui-même a évolué notamment avec l'arrivée des nouvelles technologies et du e-commerce ; Jamais il n'a été si informé, sollicité par les différents réseaux (grande distribution, drive, centre-ville, centres commerciaux, site e-commerce...). Il peut acheter des objets du monde entier sans bouger de chez lui dans les limites de son pouvoir d'achat qui n'évolue pas, lui, malheureusement, (trop d'offre, pas assez de demande).

Voilà pour ce qui est du constat à première vue déprimant je le concède et pourtant tout est loin d'être perdu.

Cela passe par une prise de conscience des élus à tous les niveaux, état, région, métropole, agglomération, commune... Cela passe aussi par une remise en question des commerçants eux-mêmes et notamment en s'adaptant à la demande de ces nouveaux consommateurs. Cela passe enfin par une union de toutes les forces en présence pour, après un état des lieux, mettre en place les outils qui vont permettre d'inverser la tendance en s'appuyant également sur tous les atouts de la ville qui sont nombreux.

Notre fédération y contribue tous les jours en mettant à disposition de nos villes adhérentes une multitude de produits ou de services adaptés à chaque cas et agissant sur tous les leviers : animations, formation, nouvelles technologies, applications mobiles, sites internet, chèques cadeaux, fidélité, benchmarking, études avec les marques de nouveaux formats et concepts de magasins, boutiques à l'essai, boutiques éphémères, grands magasins, franchise, centre commerciaux de centre-ville, etc.

Alors, alors peut-être serait-il bon qu'une chaîne publique comme la vôtre, bénéficiant d'une grande audience, soit un jour à l'initiative d'une vraie émission, d'un vrai débat, afin de faire mieux connaître et donc diffuser les bonnes pratiques et initiatives positives et arrêter enfin de théâtraliser la désespérance !

*PS : Nous pouvons aussi, si vous le souhaitez, vous accompagner dans une ville où tout va bien, ça nous changerait... et vous aussi...*

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

