

LA SEMAINE DU 14 MARS 2019

Entrée libre

**GRAND
ENTRETIEN**





JEAN-PIERRE LEHMANN

PRÉSIDENT DE LA FÉDÉRATION NATIONALE DES CENTRES-VILLES - LES VITRINES DE FRANCE

« Je suis optimiste pour les centres-villes »

Le président de la Fédération nationale des centres-villes - Les Vitrites de France pense que le qualitatif, les remises en question et les facultés d'adaptation et d'innovation sont **LES CLÉS DU COMMERCE** d'aujourd'hui.

carrière, suscitent le respect de ses pairs. Fondateur des Vitrites de Nancy, Jean-Pierre Lehmann a pris ses distances avec son enfant. Peut-être par crainte du répétitif et d'en sortir patiné comme la statue du commandeur. Plus sûrement parce qu'il voulait se consacrer entièrement à la FNCV-Vitrites de France et à la défense et l'illustration d'une certaine philosophie du commerce de centre-ville. Une tâche

Il est aujourd'hui dans le Nord avec des séances de travail à Lens, à Béthune et à Tourcoing. Demain il sera ailleurs où sa démarche exigeante, son savoir-faire et les réussites qui jalonnent sa

passionnante qui lui permet de sauter légèrement les décennies.

Il voudrait nous faire croire que sa ligne de vie est sans histoire alors qu'il sillonne sans cesse la France et les pays voisins pour faire partager son expérience et surtout aider les acteurs concernés à poser un regard lucide sur la situation à laquelle ils sont confrontés.

L'horizon n'est pas forcément lumineux

mais si, la complémentarité et l'envie de sortir des fades demi-teintes recueillent l'adhésion de tous, un élan peut se créer. C'est le message que porte Jean-Pierre Lehmann lorsqu'il explique qu'il faut bien cerner toutes les problématiques pour résoudre la vacance commerciale dans les hyper-centres.

BB

Vous êtes président de la FNCV-Vitrines de France. Quel est le rôle de cette structure ?

Jean-Pierre Lehmann

« C'est la première association de France à rassembler les associations de commerçants, les municipalités, les Chambres de commerce, les Communautés de communes. Nous apportons notre aide. On est une sorte de conseil, on apporte des expertises. »

Par exemple ?

« On incite les municipalités à mettre le commerce de centre-ville au cœur de leurs préoccupations. On les conseille sur les enseignes qui font doublon, celles qui manquent ou encourent les concepts de magasins innovants. Sans ou-

beffroi est magnifique. Je pourrais vous citer d'autres exemples. C'est un argument incomparable.

On arrive à faire avancer les choses grâce aux villes adhérentes qui fourmillent d'idées. On les mutualise, on organise des rencontres. C'est ainsi que l'on progresse. Ce qui a fonctionné dans une ville peut marcher dans une autre. C'est en redonnant envie aux consommateurs de revenir dans les centres-villes que ces derniers seront redynamisés. »

Vous avez le sentiment d'être entendu ?

« Il y a des maires qui sont réceptifs, d'autres pas du tout. On a affaire à des problèmes d'ego et la période électorale n'arrange pas les choses. Il y a aussi des gens qui veulent préserver leur pré carré. C'est quelque chose que l'on retrouve ailleurs que dans l'environnement commercial.

Pour être efficaces, les élus, les consulaires, les managers de centre-ville, les commerçants sont obligés de se mobiliser, de travailler ensemble et de mettre en place des synergies. »

**« ILYA
DES MAIRES
QUI SONT
RECEPTIFS, »**



un avis sur la multiplication des fast-
D'une manière générale, comment

Où êtes-vous implanté ?

« En France, un peu en Belgique, j'étais récemment à Namur, en Suisse, au Luxembourg. Nous avons aujourd'hui 625 adhérents. »

Comment se porte le commerce dans notre pays ?

« On a pas mal de problèmes sur l'ensemble du territoire, avec des conséquences plus ou moins fortes. C'est fonction de la politique menée et évidemment de la situation économique locale. Nous, on dit aux élus de travailler avec les commerçants pour trouver des solutions. Il faut prendre en compte les attentes des consommateurs. Il faut aussi reconfigurer les centres-villes. Ce n'est plus comme dans les années 1960. On doit regarder les possibilités d'accès, les organiser comme des centres commerciaux avec des boutiques qui font du qualitatif, où le commerçant privilégie le conseil, veille à ce que la décoration soit de bon goût et soigne l'accueil. Le commerçant doit répondre et s'adapter aux nouvelles exigences du métier. L'environnement ne doit pas être négligé non plus, je pense en particulier à la propreté.

On peut aussi, car il y a une demande, regrouper des artisans dans un espace commun, permettre l'implantation de jeunes créateurs, faire venir des producteurs locaux, revitaliser certains marchés. Cette politique du qualitatif doit être accentuée ou mise en place là où elle est insuffisante. La ville a tous les atouts. Je suis optimiste pour les centres-villes s'ils font des efforts. Partout, il y a du patrimoine à valoriser. Toutes les villes ne possèdent pas la même richesse, en ce domaine, que Nancy mais tenez, j'étais à Béthune, le

Comment voyez-vous l'évolution de Nancy ?

« Je ne parle pas de Nancy. C'est normal il y a un président des Vitrines, un maire, une chambre de commerce. Je ne suis plus à Nancy. Si j'ai un avis, je ne vous le dirai pas. Il y a des choses qui vont bien et d'autres pas. Pour le reste, je m'astreins à la réserve. Nancy est adhérente des Vitrines. J'ai mis en place mon successeur qui fait du très bon boulot. Je le vois, je lui dis en tête à tête ce que je pense. J'ai vu également le maire auquel j'ai exprimé mon sentiment, j'ai également rencontré Sylvie Petitot la première adjointe en charge du commerce. C'est mon rôle d'apporter une expertise mais ce ne serait pas convenable de divulguer la teneur de ces conversations. »

Sans vous départir de votre réserve, que vous inspire la prochaine arrivée à Nancy de Google et de Nespresso ?

« C'est une très bonne chose. Google est dans quatre villes dont Nancy, il faut s'en réjouir. On va travailler avec Google au niveau du quart Nord-Est pour faire de la formation à la maîtrise de l'outil informatique à l'usage des commerçants. Aujourd'hui, il faut être polyvalent, avoir un site internet, être sur les réseaux sociaux, se montrer poli. »

Toujours sans chercher à vous mettre en porte-à-faux vis-à-vis de vos interlocuteurs nancéiens, vous avez bien

foods, rue Saint-Dizier notamment.

« On trouve cela un peu dans toutes les villes. Ça ne m'inspire pas que des choses positives. Hier, j'étais à Tourcoing où il y a plus de 40 % de vacance commerciale. Un magasin sur deux est fermé sur la place centrale, c'est assez terrible. On n'est pas confronté à pareille situation à Nancy où nul ne peut dire que les responsables à tous les niveaux se désintéressent du commerce. »

La crise des gliets jaunes a-t-elle eu un impact sur les commerces et leur chiffre d'affaires ?

« Ça dépend des villes. Certaines ont été peu touchées. Pour d'autres comme Toulouse, Bordeaux, Nantes, Rennes, Caen, les répercussions sont dramatiques, avec une désaffectation des centres-villes.

Nous sommes intervenus auprès du ministère car les répercussions sont assez catastrophiques, y compris pour la grande distribution qui a été touchée en particulier au début du mouvement lorsque les zones commerciales étaient bloquées. Pour les grands magasins à Paris, les pertes lors des fêtes de fin d'année se chiffrent en millions d'euros. Et qui en a profité ? Amazon.

Manifester oui, on ne remet pas en cause ce droit. Mais les mouvements chaque samedi sont très préjudiciables à l'activité commerciale. »

« ON VA TRAVAILLER AVEC GOOGLE POUR PROPOSER UNE FORMATION INFORMATIQUE AUX COMMERCANTS. »

envisagez-vous l'avenir pour le commerce de centre-ville et vos mandants ?

« D'abord aucun professionnel ne peut rester sur ses acquis. Il faut revoir et adapter les méthodes de travail, se former, être plus que jamais à l'écoute des consommateurs. Aujourd'hui, il y a des chaînes qui disparaissent notamment dans l'équipement à la personne. De grands groupes s'interrogent. Des Foncières se posent des questions. Ils se demandent comment se renouveler dans les zones commerciales avec des atouts moindres que ceux des centres-villes.

Si je devais résumer, je dirais le qualitatif pour la périphérie, le qualitatif pour l'hyper-centre. Les gens adorent venir en ville. Après pour faire bouger les choses et répondre aux attentes, il faut faire venir les bonnes enseignes, attirer les franchises qui ne sont pas encore là, conforter ceux qui sont là et se démènent pour résister. »

Vous êtes plus confiant qu'inquiet ?

« Je fais passer un message positif et plein d'espoir. La balle est aujourd'hui dans le camp des élus. Les prochaines élections ne vont pas se jouer sur la couleur politique. C'est l'animation commerciale, l'attractivité, la propreté, la sécurité. Si j'étais maire, je ferais feu de tout bois dans ces domaines. »



Propos recueillis par Pierre Taribo