

ITW Jean-Pierre Lehmann – « Le centre-ville revient à la mode »

12 novembre 2018 Par [Laurent MAUREL](#)

Vues: 3441

Jean-Pierre Lehmann, Président de la Fédération Nationale des Vitrines de France, évoque l'avenir des centres-villes et les défis que doivent relever les commerçants indépendants. Une interview sans langue de bois.

Présentez-nous la Fédération Nationale des Vitrines de France et ses missions

Jean-Pierre Lehmann : La [FNCV](#), plus connue sous le nom Les Vitrines de France, est la première association de France à rassembler associations de commerçants, municipalités, CCI et Communautés de Communes, avec pour objectif la dynamisation des centres-villes. A l'heure actuelle, nous recensons plus de 580 adhérents répartis sur l'ensemble du territoire français ! C'est cette grande communauté que nous avons formée au fil des années qui nous permet de partager les initiatives qui sont entrepris un peu partout en France. Nous faisons aussi du lobbying auprès des mairies pour que le commerce de centre-ville reviennent au cœur de leur préoccupation. On les conseille sur l'accessibilité ou encore sur l'offre du centre-ville, les enseignes qui font doublon, les franchises qui manquent à l'appel, les nouveaux concepts de magasins innovants.



Jean-Pierre Lehmann, lors du rendez-vous national pour le centre-ville organisé le 24 septembre 2018 par la FNCV.

La revitalisation des centres-villes est-elle en marche aujourd'hui ?

Jean-Pierre Lehmann : La prise de conscience est bien là. Les élus locaux sont de plus en plus nombreux à travailler sur la revitalisation de leur centre-ville. Les élections municipales qui auront lieu prochainement y sont certainement pour quelque chose... Néanmoins on reste encore méfiant vis-à-vis des récentes annonces gouvernementales, et notamment le plan Action Cœur de Ville, qui finalement ne fait que rassembler au sein d'une même enveloppe des fonds publics qui préexistait déjà. A voir ce que cela donnera concrètement dans les villes sélectionnées. Car ce dont ont vraiment besoin les centres-villes en difficulté, c'est de l'action concrète et surtout immédiate. C'est le problème en France, on veut toujours faire de longues études avant d'entreprendre quelque chose, tout ça pour en arriver aux mêmes conclusions, que ça va mal.

« Les commerçants ont besoin de se former. La plupart paient pour des budgets formation qu'ils n'utilisent jamais ! »

Il y a aussi le problème continu des constructions de nouvelles surfaces commerciales, quelle est votre position sur le sujet ?

Jean-Pierre Lehmann : Bien entendu nous nous opposons au développement des surfaces commerciales périphériques lorsque cela menace la pérennité des centres-villes aux alentours, mais ce n'est plus notre combat prioritaire. Pendant des années nous avons joué ce rôle de lobbying auprès des pouvoirs publics, à essayer de convaincre les ministres qu'il y avait trop de m2. A chaque fois nous n'avons pas été entendu ! Du coup nous avons décidé depuis 4/5 ans de repartir sur le terrain, à la rencontre de nos adhérents et des commerçants locaux, afin de les aider à se développer. Nous partons du postulat que ce qui a fonctionné dans une ville ou une région peut très bien être reproduit ailleurs, d'où l'intérêt de partager les bonnes pratiques et relayer les initiatives pour le centre-ville. Je pense que c'est en donnant envie aux citoyens de revenir en centre-ville que l'on arrivera à revitaliser nos territoires, et non uniquement en se focalisant sur le combat contre le développement de la périphérie. Je suis d'ailleurs bien plus inquiet à terme pour les zones commerciales périphériques que pour les commerces de centres-villes.

Sur le même sujet : [Une nouvelle loi pour la défense des centres-villes](#)

Ce qui veut dire que l'on pourrait assister à la multiplication de dead malls, comme aux Etats Unis ?

Jean-Pierre Lehmann : Je le pense, dans des proportions un peu moindres, mais oui. Les promoteurs immobiliers arrivent encore à faire miroiter aux élus locaux des emplois et des nouvelles rentrées fiscales avec des projets d'envergure, et certaines enseignes continuent à jouer le jeu car leurs concurrents sont présents dans ces centres. Mais l'on voit bien que cela ne tient pas, les enseignes sont de moins en moins dupes et ont compris que [la tendance n'est plus au centre commercial](#). Pour preuve la vacance commerciale explose au sein des centres commerciaux. Et quand les pures players ouvrent des points de vente physiques, c'est en centre-ville qu'ils cherchent à s'installer.

Et les commerçants indépendants dans tout ça, quels rôles peuvent-ils jouer pour redonner envie aux clients de venir faire ses achats en centre-ville ?

Jean-Pierre Lehmann : Les commerçants indépendants ont aussi leur part de responsabilité dans la désaffection de certains centres-villes. Je connais bien le problème puisque j'ai été moi-même commerçant pendant de longues années. Nombre d'entre eux n'ont pas évolué, ne se sont pas adaptés aux nouvelles exigences du métier. On ne peut plus rester à attendre le client dans sa boutique toute la journée comme on le faisait il y a 20 ans ! Il faut aller le chercher via les outils numériques, le e-commerce, les réseaux sociaux... Et pour cela les commerçants ont besoin de se former. Il faut qu'ils acceptent de prendre du temps pour se remettre au goût du jour, et ce d'autant plus qu'ils paient déjà pour ça. La plupart des commerçants cotisent pour des budgets formation qu'ils n'utilisent jamais ! Les choses vont tellement vite

de nos jours que l'on ne peut plus se permettre de rester sur ses acquis, nous avons besoin de nous former continuellement tout au long de notre carrière. Dans le même esprit, il faut venir grossir les rangs des associations de commerçants. C'est en partageant nos bonnes pratiques et en étant unis dans nos combats que l'on arrivera à faire bouger les choses.

Auteur : Laurent MAUREL