

COMPTE RENDU

WORKSHOP VIRTUEL | 6 Mars 2023



10 :08 - 42 Participants

LUCIE Intro

Rappel : possibilité pour les non adhérents de participer à ce workshop.
Petit rappel des modalités pour Comment réagir via le chat.

Aujourd'hui : un maître Mot - DYNAMISATION

Partage de la présentation PPT

10 :15 - 50 Participants

LUCIE :

- Présentation de l'identité visuelle / le Logo
- Présentation de l'ordre du jour (PPT) : Lucie détaille le plan du PPT (partage d'écran)

LUCIE donne la parole à JPL.

10 :20

JPL

Rappel des trente ans d'existence de la FNCV.

Rappel de son rôle : Action / Efficacité / Conseil / Partage / Mise en réseau

Appuie sur le côté d'échange Adhérents / Fédération

Retrace succinctement la boîte à outils (pour les non adhérents surtout).

Rappel que les adhérents sont aussi là pour nous donner leurs idées, apporter leurs solutions.

Rappel de l'ordre du jour : Comment TRAVAILLER ENSEMBLE ?

LUCIE :

Rappel de l'objectif de ces workshops, un nouveau format pour la FNCV.

Le but : se mettre en réseau.

Création à la suite du premier workshop d'un groupe WhatsApp.

Rappel : « *On compte sur vous pour partager plus encore VOS SOLUTIONS VOS OUTILS* »

1. COMPRENDRE SA VILLE

LUCIE

Pour cela, il faut faire l'analyse de son territoire, un état des lieux global car la partie Stratégie semble indispensable.

Aussi, il faut, pour ce faire : PARTAGER avec les acteurs locaux.

LE BUT EST DE SE METTRE EN RESEAU LES UNS AVEC LES AUTRES.

Ne pas hésiter à lancer des ENQUETES (cite Nancy et son enquête de début d'année) / MICRO-TROTTOIRS / APEROS OU PETITS-DEJEUNERS COMMERCANTS

La FNCV fonctionne sur la recommandation, d'une part, et sur la négociation de tarifs préférentiels, d'autre part.

Parle de notre nouveau partenaire : MYTRAFFIC, et donne la parole :

10 :28

MYTRAFFIC / Laura TABUTEAU

Se dit « Ravie d'être ici et se propose de donner un aspect un peu « technique » de Mytraffice en s'appuyant sur des exemples concrets, tout en rappelant que MyTraffic est LEADER sur le marché.

Elle donne des exemples de clients (ex, Sephora). Elle met l'accent sur l'ouverture vers les foncières et les bailleurs, pour piloter l'attractivité commerciale, pour avoir une bonne visibilité de leurs marchés.

MyTraffic travaille aussi avec les Centre commerciaux (CC) grâce à la bonne maîtrise qu'ils ont de la mesure de leur marketing. Ceci afin de permettre aux Managers de CV d'adopter les mêmes méthodes de travail que les CC.

MyTraffic propose une offre dédiée aux collectivités (150 aujourd'hui : Métropole...), ainsi qu'aux divers acteurs gouvernementaux (Banque des territoires, par ex).

L'objectif est d'attirer le plus de personnes possibles dans les centres-villes. MyTraffic sert également, entre autres choses, à mesurer l'impact de la piétonisation sur la fréquentation des CV.

MyTraffic travaille à partir de DATA GPS, via les données Mobile (ex. Allo Ciné, Meteo France...) ce qui permet d'avoir une couverture globale d'un territoire.

Par exemple, il est possible de mesurer les résultats d'une BRADERIE, d'une année sur l'autre.

Une liberté géographique permet en outre de se mesurer à d'autres événements identiques ailleurs sur le territoire. (Elle prend exemple ici de la Féria entre deux villes Bayonne et Dax).

My Traffic intègre un Indicateur DUREE DE VISITE. Ainsi, on peut comprendre les typologies de visiteurs qui viennent dans une ville, ceux qui y travaillent, ceux qui y vivent ou ceux qui la visitent. Il y a un véritable suivi de l'évolution des flux.

On mesure donc les habitudes de déplacements des personnes.

Ensuite, elle prend l'exemple de l'enseigne MARIONNAUD qui souhaiterait s'installer en centre-ville : MyTraffic est en mesure au préalable de faire une analyse des visiteurs en commun entre Centre commercial et centre-ville ce qui s'avère très précieux avant une installation.

Enfin, une des fonctions de MyTraffic est d'orienter une stratégie en matière de commerce certes, mais aussi de Tourisme (ex CRT*).

(*Un **comité régional du tourisme** (CRT) est, en [France](#), un organisme institutionnel ayant pour missions l'observation, l'organisation du tourisme et la promotion de sa région au niveau national et à l'étranger).

Pour conclure, Laura se propose de répondre à toutes les questions.

10 :35 (50 Participants)

LUCIE propose que les 'déjà clients' MyTraffic présents ici interviennent en direct, suite à l'intervention de Laura

AMANDA, Manager de Centreville de NEVERS

Cliente MYTRAFFIC depuis 3 ans. Initialement pour mesurer l'impact des Gilets Jaunes puis ceux du COVID, ensuite.

Trouve que c'est une Solution très facile à utiliser. Elle a apprécié l'accompagnement dès le départ. Les mises en forme sont très claires. Utilisée au quotidien.

Dernièrement : le Salon de la Franchise. Typologie d'enseignes. De bons arguments POUR convaincre LES ENSEIGNES à s'implanter.

Partage avec les élus. Les projets d'aménagement d'espaces publics. Ex. de piétonnisation. Interroge MyTraffic.

Donc c'est UN OUTIL QUI PERMET DE PRENDRE CERTAINES DÉCISIONS.

LAURA précise que ne fonctionne pas sur Smartphone

Vidéo de présentation en ANGLAIS.

MyTraffic est une société française. Ouverture à 6 pays il y a deux ans. SUPPORTS en anglais, mais sur la plateforme on a le choix de la langue.

Laura partage son écran et prend la ville de NEVERS pour exemple. L'écran apparaît. Indicateurs quantitatifs et plus précis sur les comportements.

Prend l'exemple de la braderie (juillet) qui a attiré +42% cette année 2022 par rapport à l'année 2021.

Cela permet donc de MESURER LES PERFORMANCES ainsi que LA SANTE ÉCONOMIQUE DU CENTRE VILLE.

Question de JPL : Peut-on, avoir des données sur le but des visiteurs en ville ?

Réponse de Laura : la Data GPS = données anonymes - car soumis à la CNIL, donc il va falloir faire des déductions, à partir des données récoltées.

On peut découvrir toutefois ce qui intéresse le piéton une fois qu'il est dans la ville. En outre, on peut voir les visiteurs EUROPEENS (des pays couverts par MyTraffic).

10 :49

Question d'Olivier WIPF des Vitrites de Sélestat : Quel est le coût de la plateforme ?

Réponse de Laura : Les Tarifs s'élèvent de 14.000 € et vont jusqu'à +150 000 €.*

(Elle rappelle les -10% via la FNCV sur le prix).

LUCIE rappelle que dans quelques semaines, on proposera une OFFRE MyTraffic (à l'occasion du WKSP du 15 Mai)

(Fanny a posté le petit manuel MyTraffic via le Chat. Laura propose son adresse mail.)

LUCIE : est-ce que parmi les participants certains utilisent des outils d'analyse ? Ont-ils mis en place des outils ?

Réponses des personnes présentes :

BLOIS - Compteurs piétons (ne connaît pas le nom de la compagnie)

TOULON : CODATA

GIEN : enquête tous les deux ans à destination des commerçants

HANNUT : COMPTAGE de rue (RETAIL FACTORY)

CC VAL D'ESSONNE : Analyse

COLMAR : idée intéressante (car rien)

MEAUX : Rien (On travaille un peu à l'aveugle)

PACY VAL'EURE : étude y a deux ans

ENGHEN : FLUX VISION TOURISME (Très couteux = Stoppe l'abonnement en 2023)

ARGENTAN : MyTraffic

Haute CORREZE : Idée intéressante

BESANCON : GOOGLE FORM, pour récupérer les CP des participants aux actions;

Rappel du REPLAY et du CR

Rappel de LUCIE : La FNCV ne propose pas d'offres exclusives. A savoir, MyTraffic est une solution possible, il se peut que la FNCV en propose d'autres...

10 :58

2. TRAVAILLER ENSEMBLE

LUCIE

Rappels de nos rencontres régionales et nationales, et de nos échanges.

« Vos témoignages VIENNENT NOUS ENRICHIR et VOUS ENRICHIR »

JPL : « ceci est notre LEITMOTIV depuis la création de la FNCV »

La base de toute réussite : S'ECOUTER - DEFINIR UN PROGRAMME COMMUN

L'idée de cette partie du WKSP : Faire émerger des idées.

LUCIE : *On va se questionner sur COMMENT ETRE COHERENT ENSEMBLE*

Aides ? Subventions ? Comment les utiliser ?

(on fera coup de projecteur sur l'enquête de Janvier)

11 :03

TEMOIGNAGES

LUCIE donne la parole à :

1. ERIKA NAHAY, Trésorière - MONTARGIS PASSION
(14.789 hab. / 116 adhérents (108 COMMERCES))

A Montargis, on travaille avec tout le monde et en concertation avec tous les acteurs.

Partenariat avec les élus et INDIGO. (Application INDIGO NEO [Indigo Neo | Votre parking plus vite, moins cher et sans effort](#))

L'UC participe à toutes les réunions, avec l'accord du maire. Elle collabore avec l'office de Tourisme et toutes les associations de la ville.

Ce qui se fait à Montargis :

- une Carte de fidélité : MONTARGIS PASSION. Aide de l'agglo montargoise. Aide de 27.0000 €. C'est un Partenariats FRUCTUEUX.
- Après les confinements, avec l'agglo, lancement de l'opération : Acheter 10€ Dépenser 20€. L'agglo a allouée à celle-ci deux fois 100.000 €, soient 200 .000 €. Donc au total 400.000 € ont circulé sur l'agglo. Cela a permis de dynamiser davantage le territoire et booster l'économie de la ville.
- Le stationnement à Montargis : Une heure de stationnement GRATUITE du lundi au samedi. (Entre midi et 14h GRATUIT), soit possibilité de Trois heures gratuites.

Conseil d'Erika : *« Il faut MOBILISER les commerçants pour qu'ils travaillent ensemble ! » et ajoute « L'Union fait la force ».*

Elle précise qu'*« aujourd'hui il y a 10 membres du bureau qui se réunissent tous les lundis + tous les 1ers jeudis du mois, il y a une réunion plénière, avec 140 adhérents à l'UC et les commerçants potentiellement adhérents.*

On peut réunir les tribunaux de commerces, les notaires, les élus (rappel de tous les travaux prévus dans la ville) : « ce sont des moments de convivialité et d'échanges. La dernière fois : 70 personnes ont répondu présents. »

JPL et LUCIE présente MONTARGIS comme une ville exemplaire pour la FNCV.

Question de Vannes : *A quelle heure organisez-vous la réunion du jeudi ?*

Réponse d'ERIKA : *Après la fermeture des commerces. 19h30 accueil + 19h45 Début de la réunion. Fin jusqu'à 23h !*

Arthur GESLIN (32.000 € d'aides dans sa ville), très surpris par les montants engagés. Il félicite l'asso et surtout les commerçants pour leur engagement et leur mobilisation.

Erika précise que *VIVIANE MALHER, la Présidente, est très engagée. Elle passe énormément de temps à l'UC. Elle qualifie l'UC d'une « Maison pour les adhérents. »*

Question d'Olivier WIPF de SELESTAT : *Qui met à disposition le local pour se réunir ?*

ERIKA : *l'UC n'a besoin de personne, elle ne dépend de personne donc on paie une location. Nous vendons nos prestations comme par ex. Le Marchés de producteurs pour lesquels nous avons reçu une subvention (20.000 € en plus de la Mairie). On prépare un dossier (toutes les animations prévues pour la ville;..) que l'on défend ensuite devant les élus. Il faut qu'il y ait un intérêt pour tout le monde !*

ERIKA cite *« On dit souvent que les Commerces sont les rez de chaussée de la ville ».*

11 :20

JPL : (A propos des subventions) : « *il faut évidemment mettre des projets en face des Subventions.* » *Ne pas simplement aller 'quêter de l'argent'.* Pour lui, « *le partenariat c'est donnant - donnant.* »

Intervention de **ABY de GIEN** : Ils font des rencontres avec les adhérents. La ville met à disposition une salle pour l'AG ;

PONT SAINT ESPRIT souhaite un aperçu du dossier de présentation de Montargis pour convaincre les élus pour obtenir des subventions.

11 :22

LUCIE donne la parole à :

1. **BLANDINE MATHIAUD**, Animatrice de CV - Les Vitrites de BLOIS
(46.000 hab. / 190 adhérents (450 commerces))

BLANDINE : *On travaille beaucoup avec la Mairie et le MCV. Des contacts quasi quotidiens. Au niveau subventions : 40.000 € + demande auprès de la CCI chaque fin d'année qui va donner une subvention par adhérent de 15€ par adhérent avant COVID, et de 30 € pendant COVID ; aujourd'hui, 15€ à nouveau.*

LUCIE : *Comment cette subvention est-elle utilisée ?*

BLANDINE : *Nous organisons différentes animation tout au long de l'années : deux Braderies / Brocante, ainsi que des petit-déj adhérents, d'autres animations, telles que, par exemple, dernièrement, le dernier WE avant Noel l'Intervention d'un groupe de Gospel. Nous mettons aussi en place des jeux concours.*

A minima, une animation tous les deux mois.

La Mairie reçoit l'asso très régulièrement. Car elle veut faire vivre le centre-ville.

LUCIE : *Existe-t-il des aides matérielles autres que financières, via Les services techniques ?*

BLANDINE : *Oui.*

LUCIE remercie **BLANDINE** de BLOIS.

11 :28

LUCIE donne la parole à :

2. **JULIEN LEBALLEUR**, Manageur de CV - FCAI du Bassin d'ARGENTAN
(14.000 hab. / 177 adhérents)

Il présente sa ville et son association de commerçants (qui regroupe également des artisans et des industriels).

Fait partie du Programme Action cœur de ville.

Il fait le parallèle avec BLOIS en rebondissant sur le principe d'une subvention par adhérent.

A Argentan : 50€ / adhérents ; Donc 5000 € / an.

En 2019, ils ont procédé à un Audit. Au préalable Manager animateur de la fédération, il est depuis devenu Manager de Centre-ville.

Ce qui se fait à Argentan :

- Ils ont mis en place une Convention d'objectifs. Ceci afin de favoriser la multiplicité des animations annuelles et de mobilisera autour de la participation à la vie locale.

On augmente le coût de l'adhésion de façon exponentielle selon le nombre d'adhérents.

Objectif : la Mairie accompagne mais en contrepartie, il faut répondre à des objectifs précis, ceci afin d'augmenter les futures subventions. En résumé, plus on propose et on fait, plus la subvention augmente.

Résultat positif : elle est ainsi passée de 5.000 € à 22.000 € en quatre ans.

Il rejoint MONTARGIS sur le propos qu'il faut travailler avec TOUS les acteurs (dont la CCI)

- Un Concert caritatif en soutien à la lutte contre le cancer, cette année. Un autre exemple de réussite cette année (6.000 €). Une nouveauté qui a fédéré.
- Comme à Blois, il existe des temps fixes (Noel) Sur une semaine, on propose une semaine l'association pour animer la ville ; Nous possédons également un service Communication.

Prêt d'une salle, structures roses en CV lors d'OCTBRE ROSE **LUCIE** Un véritable ACCOMPAGNEMENT avec l'asso dans les animations ;

Enfin, il précise que chaque année l'Opération Chèques cadeaux soutenue par La CCI qui permet, chaque année, de voir le montant augmenter.

Question d'Olivier : *Quel est le prix d'une cotisation ?*

Réponse de Julien : *250 €/an. Pour 6 animations annuelles. Certaines grandes enseignes sont adhérentes (plus chères) elles donnent donc plus.*

11 :39

LUCIE partage quelques retours sur notre enquête sur les Aides et les Subventions :

MORGES, en Suisse (14.000 hab.). Cécile HUSSAIN KHAN, Présidente de la Fédération Vaudoise du commerce de détail) : *la commune offre beaucoup de prestation matériel, notamment les espaces verts qui décorent les fontaines ou encore la fourniture de sapins de Noël au moment des fêtes. En plus d'un petit apport financier, la ville apporte une aide non financière et c'est très précieux.*

VIRE AVENIR (Asso), en Normandie (17650 hab.). Karine Meslin, Coordinatrice-Animatrice nous donne l'exemple de l'animation autour de la Saint Valentin à VIRE (Un Grand Cœur

fleuri confectionné grâce au don de la ville qui a fourni la structure en métal et à celui des fleuristes (fleurs fraîches) et autour duquel s'est organisé un jeu-Concours PHOTO). L'organisation d'un défilé de printemps... Ceci grâce aux subventions de la collectivité de 41 000€ annuel depuis plusieurs années. Deux aides exceptionnelles de deux fois 5 000€ pendant la covid.

AVENIR SARLAT Périgord Noir : Sandra Roche, Permanente. L'association perçoit une subvention de la part de la Com Com (12 000€) « *ce qui nous permet de financer des actions commerciales ou événementielles, ceci avec des relations très constructives et une réunion mensuelle avec les élus* ».

Il existe des Services transversaux, ce qui est sans doute facilité aussi par le fait que le Maire est également le Président de la Com Com. Ils ont en outre étendu leur périmètre au-delà du Centre-ville. Les mentalités ont évolué. Ils sont moins réfractaires à la périphérie et à ses commerces. Ils ont compris qu'il fallait ÊTRE ENSEMBLE permettant ainsi un joli maillage équilibré en termes d'adhérents (50/50 entre le centre-ville et la périphérie). « *L'union fait la force* », nous dit Sandra. Elle ajoute qu'ils n'hésitent pas à pratiquer des adhésions plus importantes pour certains commerces de périphérie qui sont plus grands. Le Président est Directeur du MacDo et le Vice-Président, celui d'une Brasserie, ce qui permet une compréhension des différents besoins.

Ils embauchent une salariée et une alternante ; Les cotisations couvrent les salaires et permettent l'organisation de marchés nocturnes estivaux avec une NAVETTE gratuite.

A noter que c'est l'office du tourisme qui finance le personnel de la navette.

11 :50

LUCIE propose le témoignage de FIGEAC - Coeur de vie et Rappelle qu'au Printemps les Podcasts seront une nouvelle manière de découvrir la Fédération.

PODCAST Ambre LESTIENNE

Extrait - Retour sur expérience concernant l'enquête en cours sur les aides et les subventions - Le podcast sera en ligne sur notre site au moment de l'envoi de ce compte rendu.

Deux partenaires principaux : la Mairie (30.000 €/an) + CCI Lot (9.000 € à vérifier auprès de Lucie...)

11 :56

Eric DAUBECHIES de GUERET (- 13.000 hab.)

L'association reçoit 500 € de la Mairie, qui lui met à disposition une petite maison en centre-ville ; Programme d'animation (1 animation par Mois). La compétence Commerce est passée à l'agglo mais celle-ci n'apporte aucune aide particulière.

65 adhérents ; 75 €/an de cotisation.

300 entreprises locales publicité payante sur le portail.

Intervention de ERIKA Montargis :

Réunion des membres du bureau. Présentation de l'UC à tous les acteurs (élus...) pour les inciter à se mobiliser à la redynamisation du CV. Elle réprecise : « *On a mis tout le monde au travail* ».

12 :02

Rappel de **LUCIE** (à l'attention des adhérents) :

Ne pas hésiter à soumettre une idée que vous trouvez bonne à partager, glisser des éléments (via notre site internet).

Puis, elle relance à propos de l'enquête, car...

“NOUS PERMET D'ÉTABLIR DES TENDANCES ET VOUS PERMET D'ALLER ARGUMENTER ET SOUTENIR VOS PROPRES DEMANDES DE SUBVENTIONS.”

Ceci est appuyé par **JPL** (Rappel des partenaires possible ET du sponsoring via structures privées.)

Une association de commerçants doit quasiment être PROFESSIONNELLE. Ne peut reposer que sur du bénévolat.

LUCIE cite les aides prévues pour deux adhérents : PACY et VERNON.

12 :05

3. METTRE EN PRATIQUE LES DIAGNOSTICS

LUCIE Donne la parole (5') à :

Cécile TERRIE de la SEMAEST

Elle se présente et partage son écran.

Qu'est-ce que la SEMAEST ?

C'est un opérateur public local dédié à la redynamisation commerciale qui existe depuis bientôt 40 ans ; et s'est spécialisé, en 2004, dans la revitalisation commerciale.

**(Depuis 2004, la Ville de Paris a missionné la Semaest pour favoriser l'installation de commerçants et d'artisans dans les quartiers touchés par la vacance commerciale ou la mono-activité et assurer la présence de commerces dans les quartiers neufs ou en reconversion. Grâce à son action, plus de 750 locaux commerciaux ont déjà été réaffectés à Paris pour accueillir des commerçants et artisans indépendants.)*

Une des caractéristiques de la SEMAEST : il s'agit d'un opérateur complètement intégré, à savoir que toutes les toutes compétences y sont intégrées (Études préalables à la recherche des locaux jusqu'à la cession, Compétence de communication, d'animation commerciale...). Elle cite en exemple du Viaduc des Arts, à Paris, au-dessus de la Coulée verte, dans le 12^e Arrdt de Paris

Depuis 2015, Prestations d'appui aux collectivités, il s'agit de structurer des stratégies commerciales publiques et privées. Initier des montages foncières.

Une des philosophies étant le maintien de commerces qui ont eu tendance à disparaître ces dernières années (exemple : librairies, disquaires...).

Le postulat initial : A quoi ressemblerait un centre-ville idéal ? Quels sont les moyens à disposition ? Il faut donc pour ce faire, examiner tous les différents types d'outils propres à la problématique d'un territoire. On regarde aussi Outils d'animations ; Outils de gestion

partenariales (bailleurs sociaux. Ex. de la ville de Lyon a fait des commissions pour définir les critères

SEMAEST a été retenue par la Banque des territoires pour venir en appui des maîtrises foncières dans le programme ACTION COEUR DE VILLE pour 2023.

Un exemple : SAINT BRIEUC - Etude 2019.

Le constat : des locaux qui se dégradent, des rez de chaussée entièrement pris par les enseignes qui n'ont plus forcément les moyens de payer un lourd loyer et qui empêchent une bonne exploitation des étages.

Des linéaires moins commerçants. Au début, 15% de vacance commerciale.

Objectif : conforter la vacance. Avec fort enjeu d'accès aux étages.

1ere solution : la foncière commerce (en partenariat foncières Publique Privée)

2e Solution : Financer un aménageur local pour acquérir des immeubles, les remettre à niveau, et donner accès aux étages. Ceci permet à la ville de garder le contrôle sur les commerces et les porteurs de projets.

Par ailleurs, il faut faire porter les travaux lourds par la concession ; ceux-ci sont subventionnés par la ville. Le reste sera racheté par la Foncière. Ceci est une solution déjà montée et la ville est en train de finaliser le choix de l'opérateur. Partenaire privé déjà trouvé : le groupe CHAUSSEE (?)

La SEMAEST est Un SEM (structure de portage)

La ville de Saint-Brieuc - 2 millions d'euros pour la Concession

Donc la foncière acquiert le RDC et la Concession LES ETAGES.

LA SEMAEST travaille sur une centaine de villes depuis 2015. Stratégie commerciale + Montage d'une foncière commerciale.

Réaction de TOULON : "Ceci est destiné aux collectivités ET non aux associations."

12 :25

4. LES OFFRES POUR ATTIRER EN VILLE

JPL : Rappel des enseignes qui ferment. Parle du Marché de l'équipement de la personne. De la prise de conscience environnementale. Il fait un diagnostic de l'état du Marché.

"Le centre-ville est un grand magasin dont les rayons doivent changer en fonction des besoins et de l'évolution des consommateurs."

Il évoque la problématique de la gestion des stocks, introduisant ainsi notre partenaire **ANKORSTORE**.

LUCIE prend la parole (en l'absence d'Alix d'ANKORSTORE qui s'est excusée) et explique le fonctionnement de cette plateforme B2B.

Elle précise que c'est UNE solution parmi d'autres et qui n'a pas la prétention de révolutionner le commerce.

Elle met en avant, outre une offre de bienvenue (une première commande découverte), la facilité du paiement à 60 jours, ce qui constitue un avantage certain pour la trésorerie du commerçant.

« *Le commerçant achète, il reçoit et il vend* », s'exposant ainsi à très peu de risques.

L'ambition est celle de « *redonner du pouvoir aux marques* ».

Autre intérêt de la plateforme : Il existe de nombreux filtres (circuits courts, vegan, etc.) qui permettent aux commerçants de découvrir ou de rester en phase avec leur positionnement (ou de le faire évoluer).

Elle prend l'exemple d'un produit que l'on veut vendre exclusivement en Bretagne et va refuser un commerçant d'Aix-en-Provence. On parle alors de localisation de la Marque.

Les secteurs qui fonctionnent principalement : l'épicerie fine, les boissons, la Maison et la décoration

La présence d'Ankorstore : 60% sur le territoire français, le reste sur le territoire européen. Et refuse 50% des propositions pour rester QUALITATIF.

A la question de LUCIE sur le visage du centre-ville de demain, Cécile n'hésite pas une seconde : « *notre ambition est de ramener du monde dans les centres-villes par l'attractivité que peuvent amener des commerçants qui créent des assortiments* ».

[https://www.fncv.org/actualites/nouveau-partenaire/le-partenariat-est-officiel/
Ankorstore | Achat et Vente en Gros de Marques Multi-Catégories](https://www.fncv.org/actualites/nouveau-partenaire/le-partenariat-est-officiel/Ankorstore%20|%20Achat%20et%20Vente%20en%20Gros%20de%20Marques%20Multi-Cat%C3%A9gories)

LUCIE rappelle l'accès à nos outils et évoque notre Newsletter mensuelle 'Ce que vous avez peut-être manqué'.

Elle rappelle ensuite la Troisième édition de notre Jeu concours « *Les plus beaux centres-villes commerçants* » qui vient d'être lancé, en dévoilant que les résultats seront annoncés à Chartres en Octobre.

Enfin, elle invite à réserver la date du 15 Mai en donnant les grandes lignes du prochain Workshop.

JPL rappelle que toute l'équipe reste toujours à disposition. **JPL** et **LUCIE** remercient chaleureusement les participants et évoquent les gentils commentaires lus sur le Chat.

Petite intervention d'ERIKA qui a été coupée et demande l'éléments que MyTraffic a mis à disposition. Lucien le lui redonne.

* MERCI AU REVOIR ET A TRÈS VITE*

12:40
Fin du workshop

(Intervention de Sophie DORLEANS de Provins : Elle organise demain un petit déjeuner car elle trouve que la situation est difficile dans sa ville. Puis elle nous remercie pour toutes les actions de la FNCV).



Pour aller plus loin :

1. COMPRENDRE SA VILLE

www.fncv.org/coup-de-projecteur/analyser-les-donnees-pour-ameliorer-lattractivite-commerciale-de-son-centre-ville

2. TRAVAILLER ENSEMBLE

[Indigo Neo | Votre parking plus vite, moins cher et sans effort\)](#)

3. METTRE EN PRATIQUE LES DIAGNOSTICS

[\(Viaduc des Arts – Wikipédia \(wikipedia.org\)](#)

[Semaest-redynamiser-commerce-proximite-web.pdf](#)

<https://www.semaest.fr/fileadmin/webmaster>

4. LES OFFRES POUR ATTIRER EN VILLE

<https://www.fncv.org/actualites/nouveau-partenaire/le-partenariat-est-officiel/>

[Ankorstore | Achat et Vente en Gros de Marques Multi-Catégories](#)

[\(fichiers/Publications/Publications/PlaqueCollectivite2021-WEB.pdf\)](#)