

# Le commerce sait faire face

**Colloque.** Passion commerce, organisé par les Chambres de Commerce et d'Industrie de la région, a mis en évidence la capacité d'adaptation pour tenir compte des évolutions comme des difficultés.



Même dans un contexte commercial difficile il est possible de trouver des solutions, a révélé cette manifestation régionale.

Lancée sous l'égide de l'Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie, l'opération Passion Commerce fait halte dans une cinquantaine de villes. En Champagne-Ardenne, c'est dans les locaux de la CCI de l'Aube que l'opération vient de se dérouler. L'étape locale était organisée conjointement par toutes les CCI territoriales, l'objectif étant de donner un large écho à cette mani-

festation. Une mobilisation qui a permis de mettre en avant un certain nombre d'initiatives locales et de témoignages démontrant qu'il y a toujours un bel avenir pour le commerce, aussi bien en zone urbaine que rurale, en centre ville ou en périphérie, ou encore sur internet. « Le commerce doit continuer à s'adapter aux évolutions et franchir de nouvelles étapes », rappelait Dominique Lemelle, le pré-

sident de la CCI de Troyes, en ouverture de Passion Commerce. « Nous devons nous approprier les évolutions autour de nous et souvent anticiper les changements », insistait Martine Leman-Piat, présidente de la commission commerce à la CCI de Champagne-Ardenne. Il est vrai que les experts et les commerçants appelés à témoigner au cours des différentes tables rondes ont tous souligné que

les évolutions affectant l'activité commerciale n'ont jamais été aussi nombreuses. Pourtant, même dans un contexte commercial difficile il est possible de trouver des solutions. Yves Guinoiseau, président de la commission commerce de la CCI de Reims a rappelé la manière dont a été géré l'impact du chantier du tramway. « Nous avons été impliqués très en amont avec l'ensemble des acteurs, ce qui a permis de maintenir un dialogue constant pendant la durée des travaux », expliquait-il. « Ce chantier a été aussi l'occasion de mettre en place des initiatives assez uniques, telles que le guichet unique pour assister les commerçants dans leurs démarches » poursuivait-il, en rappelant que 617 dossiers d'indemnisations ont pu être examinés et 3,3 millions d'euros alloués à ce titre par Reims Métropole. L'opération reconquête se poursuit dans le cadre du Fisac tramway, l'objectif étant de faire revenir les consommateurs en centre ville.

## LE WEB COMPLÉMENTAIRE

Dans les villages ruraux, la problématique est différente. Désertification rurale, déclin démographique, évasion commerciale en direction des villes posent bien des problèmes. « Depuis mon petit village du plateau de Langres, je vends des motoculteurs partout en France », témoignait Claude Martin. Responsable de Sud-Hautmar-nais-Equipement, il a décidé de

jouer la carte de l'internet pour faire face à une érosion continue de son chiffre d'affaires. « Aujourd'hui, c'est l'un des meilleurs vendeurs haut-marnais sur Achatville », précisait Jean-Paul Hassler, président de ce portail web lancé par 46 CCI. Internet n'est pas forcément concurrent du commerce traditionnel. Bien au contraire, plusieurs témoignages de commerçants ont mis en évidence la réelle complémentarité entre un magasin physique et une boutique de vente en ligne. « Après avoir testé avec succès l'ENE, l'espace numérique entreprise, en Haute-Marne, ce dispositif devrait être généralisé à l'ensemble des CCI de la région dès cette année », poursuit Jean-Paul Hassler, qui en est l'initiateur. Avec un point d'orgue lors de la Foire de Châlons, et la présentation d'une « boutique du futur » interconnectée et présentant toutes les technologies existantes. Dans son principe, l'ENE Champagne-Ardenne accompagne les entreprises dans la définition de leurs besoins. Ensuite, ce sont les entreprises qui feront appel à des prestataires de services. D'ailleurs, ces derniers sont bien présents dans la région, et certains d'entre eux sont venus dispenser de précieux conseils à Passion Commerce. Comme par exemple l'importance à accorder au bon référencement de son site.

LAURENT LOCURCIO

## Jeanteur allie tradition et modernité

Le grand magasin de la place Ducale, à Charleville-Mézières, investit pour attirer aussi la clientèle belge.

L'enseigne Jeanteur est une véritable institution dans les Ardennes, et plus particulièrement à Charleville-Mézières où le grand magasin est toujours à la même place depuis 124 ans ! Un exploit d'autant qu'il aura fallu traverser plus d'un siècle d'histoire, deux guerres et quelques crises économiques. Et pourtant, Jeanteur reste la seule entreprise indépendante à perpétuer la tradition de ces grands magasins qui animaient le commerce de centre ville. Désormais, ce sont les enseignes nationales qui ont pris le relais dans certain cas, alors que dans d'autres villes, ce type de

magasin s'est transféré en périphérie. Ce n'est pas le cas à Charleville, où Jeanteur reste la locomotive commerciale du centre ville. « Nous sommes depuis 1888 sur la place Ducale, dans un bâtiment chargé d'histoire, ce qui ne nous empêche pas de nous adapter aux exigences du commerce moderne », explique Aubin Jeanteur qui dirige aujourd'hui le magasin familial. Avec 2850 m<sup>2</sup> de surface de vente, 55 employés et des marques renommées de vêtements, chaussures, maroquinerie ou encore de décoration, le magasin étend sa zone de chalandise bien au delà de la ville.

### LES CLIENTS BELGES CIBLÉS

« Depuis l'année dernière, nous avons largement englobé la Belgique dans nos opérations de communication, avec pour objectif de conquérir de nouveaux clients », explique-t-il. Le pouvoir d'achat des consommateurs ardennais étant limité dans le contexte actuel, Jeanteur entend élargir sa cible. « Après tout, Charleville est la porte d'entrée de la France et nous comptons à avoir de plus en plus de clients belges dans notre magasin », explique-t-

il. Parallèlement, un programme important de modernisation a été réalisé. « Nous avons investi deux millions d'euros au cours des quatre dernières années dans l'agencement du magasin », poursuit-il. Même si la réputation de l'enseigne est solidement établie, pas question de s'endormir sur ses lauriers. Bien au contraire, Jeanteur sait jouer la carte de la modernité en proposant des marques qui ne sont généralement présentes que dans de grandes agglomérations.

L.L.

Aubin Jeanteur dirige aujourd'hui le grand magasin de Charleville qui est dans le giron familial depuis cinq générations.

