La JNCP

La Journée nationale du commerce de proximité, de l'artisanat et du centre-ville

Comment la mettre en place

Présentation de la JNCP

- La JNCP fédère les acteurs économiques autours d'actions collectives et permet une rencontre informelle entre la population et ceux qui font le commerce local. Le but de cette journée est de faire une action de relation publique non mercantile.

- Elle promeut les valeurs du commerce de proximité auprès de la population: le lien social, la proximité, la qualité…

- La Journée nationale du commerce de proximité, de l'artisanat et du centre-ville est une association loi 1901 à but non-lucratif.

Les Valeurs

Citoyenneté

Disponibilité

Proximité

Qualité

Savoir-faire

Convivialité

Solidarité

Lien social

Le Jour J

- Le jour J les commerçants peuvent faire des démonstrations de leurs talents, proposer un verre de l'amitié ou des portes-ouvertes…
- La ville ou l'Union Commerciale peut organiser des lotos, des jeux concours, des chasses aux trésors pour les plus petits et les plus grands…
- L'important est de valoriser le lien entre les commerçants et les clients afin de montrer la vitalité et l'importance du commerce de proximité.

Développer une opération de communication collective

- En travaillant avec les différents acteurs locaux: mairies, union commerciale, chambre consulaire, associations…

Communication et information

18 ENTREPRISES & INNOVATIONS

LE COMMERCE DE PROXIMITÉ CÉLÈBRE LE SPORT

Samedi 10 octobre se déroulera la 7e édition de la Journée nationale du commerce de proximité de l'artisanat et du centre-ville. Hervé Lemainque, à l'origine de cet événement qui réunit 400 villes françaises, en rappelle les objectifs.

Hervé Lemainque (à gauche sur notre photo), président de l'association de la Journée nationale du commerce de proximité de l'artisanat et du centre-ville (JNCP) constate un retour du consommateur vers le centre-ville.

Comment est née cette journée ?
Le concept remonte à 2005. J'avais proposé de mettre en place cette journée récurrente, chaque deuxième samedi d'octobre. Avec cet événement, nous souhaitons faire passer le message suivant à la population : « c'est vous qui faites le commerce d'aujourd'hui et de demain, si vous ne faites pas travailler le commerçant de proximité, il disparaît ». Nous avons commencé à organiser la manifestation à Colombes, puis dans les Hauts-de-Seine. Depuis 2008, 400 villes ont suivi notre exemple, y compris en Guadeloupe et à la Réunion. L'idée a fait son chemin !

Quels sont les objectifs poursuivis ?
Nous souhaitions créer, non pas une énième animation commerciale, mais une véritable opération de communication et de relations publiques qui évoque ce qu'apporte le commerce dans la ville en termes de convivialité, de lien social et d'harmonie. C'est pourquoi nous avons imaginé un concours pour les villes participantes avec un label symbolisé par des « sourires ». Le jury apprécie le travail collectif et les résultats obtenus en termes de visibilité par les municipalités, les unions commerciales, le conseil départemental, les chambres consulaires. Cela fonctionne sur le même principe que les « villes fleuries » avec un barème de un à quatre sourires. Colombes est déjà labellisée « 3 sourires » et nous espérons bien conquérir le quatrième cette année !

Qui sont les membres du jury ?
Le jury national est principalement composé d'une vingtaine de personnalités qualifiées, responsables de fédérations professionnelles et représentants du secteur public ou associatif.

À Colombes, combien de commerçants participent à l'opération ?
Une soixantaine, essentiellement sur le centre-ville. Nous leur donnons carte blanche. C'est leur manifestation et leur objectif est de faire découvrir ou redécouvrir leur métier. C'est une grande journée « Portes ouvertes ». Cette journée est aussi une façon de dire merci au client pour sa fidélité, et de lui proposer de partager « un geste d'amitié ».

Quel thème avez-vous choisi cette année à Colombes ?
Nous voulons associer nos commerces aux activités sportives proposées à Colombes. La candidature de la Ville de Paris pour l'organisation des Jeux olympiques de 2024 et le passé prestigieux de Colombes avec le stade Yves-du-Manoir nous incitent naturellement à choisir ce thème. Nous souhaitons proposer un jeu avec un objet sportif à découvrir qui sera placé dans chaque vitrine et des démonstrations sportives en centre-ville.

- N'hésitez pas à utiliser les différents canaux de communication: Réseaux sociaux, journaux, affiches, panneaux publicitaires…

- Le travail réalisé est encore et toujours un travail collectif. Mettez en place une stratégie de communication avec les différents acteurs afin d'informer un maximum les citoyens.

Idées de communication

- Il s'agit d'une opération clé en main; les kits de communication sont à commander auprès de la JNCP et peuvent être personnalisés avec les logos de vos partenaires financiers et institutionnels.

- Le but est d'impliquer et de responsabiliser clients et commerçants dans la vie du centre-ville.

Quelques idées de communication

Le Label

Le label national récompense les actions et les valeurs défendues lors de la Journée.
A la suite de cette journée un dossier récapitulatif doit être envoyé et celui-ci est soumis à un jury composé de personnalités représentatives des secteurs professionnel, associatif et public.

Le label se traduit par un panneau « Commerces de proximité dans la Ville » auquel sont associés des sourires allant de 1 à 4 qui expriment le dynamise et l'engagement des acteurs locaux.

Villes Labélisées

167	189	29	5

Les Trophées

En plus de la labélisation, certaine villes sont récompensées par un trophée.
12 trophées distinguent les territoires selon des valeurs précises:

Grand Prix du Jury
Trophée des Unions commerciales
Trophée des managers/ ATC
Trophée des municipalités
Trophée des marchés
Trophée des communautés de communes
Trophée de la visibilité médias
Trophée de l'anticipation
Trophée de la présentation des dossiers
Trophée des réseaux sociaux
Trophée de l'initiative et de la créativité
Trophée de l'expression visuelle JNCP

Mise en place du Label

Afin de concrétiser la labélisation nous incitons les acteurs locaux à organiser une cérémonie pour inaugurer le nouveau panneau et remercier les divers participants.