

L'ÉCO DU MARDI | FAIRE VIVRE SON COMMERCE EN CENTRE VILLE : À CHACUN SA RECETTE

Publiée le mardi 23 Juin 2015 - L'éco du mardi
Pour attirer de nouveaux clients et les fidéliser, les commerces des centre ville doivent se montrer ingénieux. A Bagnols, l'Association des commerçants bagnolais (AACCB) a eu une idée : plutôt que de chercher à fidéliser les clients à tel ou tel magasin, les fidéliser à l'ensemble des commerces adhérents à l'association.

Ainsi est née la Carte +, valable chez les 95 commerces membres de l'association.

« Le client la fait tamponner dans tous les commerces adhérents, la carte est complète après 10 tampons et elle donne alors accès à un tirage au sort tous les 15 jours où on peut gagner 100 euros de bons d'achats », explique Gabriel Girardeau, gérant du magasin Phot'Art et président de l'AACCB. Des bons d'achats qui ne sont valables que chez les magasins adhérents : « c'est le but même du dispositif, ce que j'appelle l'économie concentrique, c'est pour nous un investissement qui revient chez les commerces bagnolais. »

Et ça marche : mis en place en janvier, le dispositif « compte pas mal de participants, on commence à avoir pas mal de retour et à atteindre une vitesse de croisière », affirme le président. Pour l'heure, 1 000 euros de bons d'achat ont été gagnés. Pour Gabriel Girardeau, les enjeux sont importants : « plus qu'un problème de fidélisation, les commerces de centre-ville ont un problème d'image, le client pense que les commerces de centre-ville sont plus chers, alors que moi par exemple je suis au même prix et souvent moins cher que des grandes enseignes. »

A Nîmes, Richard, pilote particulier sur son vélo à assistance électrique, mise sur sa bonne humeur et sur son réseau : "Je travaille beaucoup avec les hôtels. Pour le reste, c'est beaucoup de bouche à oreille", assure ce quinquagénaire qui ratisse la ville de Nîmes, de Hoche à Carré Sud.

De 3€ à 25€ la course (en fonction de la distance et du thème : simple déplacement ou visite de la ville), le cycliste travaille tous les jours de 9h à 20h et peut transporter deux personnes. Une manière insolite de découvrir la ville.

A Alès, les opticiens Griselin sont installés depuis 1991 rue St Vincent. Pour se démarquer, les trois gérantes de la boutique ont misé sur une vitrine originale au point d'en faire une marque de fabrique. "On fait une belle vitrine ou on ne fait rien", répète Mathilde Pons, qui aime fabriquer et transformer. Et ça fonctionne. La boutique estime à +15% les retombées en termes de chiffre d'affaire en période de fin d'années.

"A Noël, on est attendu. On met de la neige dans le magasin qu'on change toutes les semaines pour que ça reste propre. Ça coûte cher, mais c'est un bon investissement", assure l'opticienne qui a fabriqué elle-même une cocarde géante en papier crépon pour la feria.

Même pendant les soldes, le magasin a décidé d'arrêter de poser des panneaux de réduction à tous crins.

"En additionnant les deux périodes hiver-été, les boutiques sont moches pendant trois mois de l'année. Ça dévalue le produit. Désormais, on met juste deux grandes banderoles autour de l'entrée, et les vitrines restent jolies".

Devenu un point de repère pour les Alésiens, le cerf rose suspendu au-dessus de sa porte vitrée depuis décembre restera en place un an.

"L'extérieur est la fenêtre de notre commerce, il doit susciter envie et curiosité", conclut-elle.

