



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

petit commerce

Question écrite n° 21321

Texte de la question

En 2004, le ministre en charge du Commerce avait initié un plan de communication en faveur du commerce de proximité qui avait non seulement mobilisé d'importants moyens financiers, mais également des représentants du commerce, donnant à cette action une impulsion jamais égalée auparavant. M. Patrice Verchère interroge M. le secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services, sur ses intentions quant à réactiver une campagne nationale de communication au profit du commerce de proximité.

Texte de la réponse

Le commerce de proximité occupe une place importante dans notre économie et vitale dans l'animation des villes et des communes rurales. Il répond, en effet, à une demande grandissante de nos concitoyens qui sont attachés à ce modèle de lien social et économique. Néanmoins, il est aujourd'hui confronté à de nouveaux comportements de consommation, à l'arrivée de nouveaux acteurs et à l'évolution démographique qui le mettent dans l'obligation de s'adapter pour mieux répondre aux attentes d'une clientèle qui manifeste une forte demande de qualité, de convivialité et de diversité. Dans ce contexte, les pouvoirs publics sont déterminés à favoriser le développement du commerce de proximité dans le souci de préserver l'équilibre des offres commerciales et leur capacité de développement. Pour ce faire, M. Novelli, secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des PME, du tourisme et des services, a annoncé le 10 juin dernier un plan d'actions en faveur du développement du commerce de proximité. Ce plan met en place une démarche volontariste destinée à adapter les commerces de proximité aux attentes des consommateurs, à entretenir leur diversité dans les villes et les zones rurales, à les préserver là où ils sont menacés de disparition ou d'affaiblissement et, enfin, à les valoriser en mettant en évidence le rôle incontestable qu'ils jouent dans la vie économique et sociale. Dix mesures s'articulent autour de trois objectifs forts : améliorer la connaissance du commerce de proximité pour identifier les bonnes pratiques et assurer leur diffusion aux plans local et national avec, notamment, la mise en place d'une instance nationale dédiée au commerce de proximité ; réformer les outils de soutien aux projets innovants, fédérateurs et porteurs de croissance pour le commerce de proximité avec, notamment, le lancement de 4 appels à projets nationaux (commerce et nouvelles technologies de l'information, commerce et services connexes, commerce et environnement et commerce et accessibilité) et le renforcement des moyens dévolus au Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce dont la dotation passera de 80 MEUR à 100 MEUR en 2009 et sera maintenue à ce niveau en 2010 et en 2011 et dont les critères d'éligibilité seront élargis et les taux d'intervention majorés ; valoriser le commerce de proximité : une grande campagne de communication sur trois ans va être lancée prochainement pour donner un nouvel élan à ces activités, à l'instar de celle qui avait été organisée en 2005 et dont les sondages réalisés postérieurement avaient mis en évidence l'impact positif. Cette nouvelle campagne s'attachera à montrer ce qu'est réellement le commerce de proximité, la fonction essentielle qu'il joue dans la vie quotidienne des français ainsi que sa réelle compétitivité et sa complémentarité avec les autres formes de commerce. Elle s'articulera autour de trois volets : accompagner le dynamisme des commerçants ; souligner l'excellence et la modernité de l'offre proposée ; valoriser les métiers de ce secteur pour susciter des

vocations et soutenir l'attractivité de ce secteur auprès des créateurs et des repreneurs d'entreprises. La mobilisation de l'ensemble des acteurs professionnels et institutionnels autour de ces trois objectifs contribuera à redynamiser le commerce de proximité et à créer des conditions optimales pour un meilleur exercice des activités commerciales et artisanales dans les villes et dans les communes rurales.

Données clés

Auteur : [M. Patrice Verchère](#)

Circonscription : Rhône (8^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 21321

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : Commerce, artisanat, petites et moyennes entreprises, tourisme et services

Ministère attributaire : Commerce, artisanat, petites et moyennes entreprises, tourisme et services

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 22 avril 2008, page 3356

Réponse publiée le : 8 juillet 2008, page 5882