

Découvrir - S'inscrire
Participer au concours du Label national



Sommaire

L'historique et la finalité	page 2
Pourquoi et comment participer	page 3
Les conditions de la réussite	page 4
Les formules de participation	page 4
Les supports de communication	page 5
Pourquoi le Label ?	page 6
Comment concourir et obtenir le Label national ?	page 6
Le bulletin d'inscription	page 7
Le dossier de presse	page 8
Les partenaires institutionnels	page 9

www.jncp.fr

Association JNCP – BP 40002 – 92702 Colombes CEDEX

Mel. contact@jncp.fr Tel. **01 83 620 888** Fax. 01 47 81 11 22

L'historique

La **Journée nationale du commerce de proximité, de l'artisanat et du centre-ville**[®] est née d'une idée toute simple en 2005, très précisément à Colombes dans les Hauts-de-Seine. Proposée par l'union commerciale de la ville et la municipalité, la manifestation reçoit le soutien du Conseil général et de la CCIP délégation des Hauts-de-Seine. Elle obtient en 2006 le prix spécial du Jury «Commerce mag» remis par le Secrétariat d'État aux PME.

L'idée initiale proposée par ses promoteurs

Mettre en place une manifestation récurrente, chaque année le deuxième samedi d'octobre, qui réunirait les acteurs économiques autour des valeurs de proximité et de lien social du commerce dans la ville, sans idée mercantile affichée. Sensibiliser les habitants sur la nécessité de faire travailler le commerce local et d'acheter dans sa ville. Exprimer les enjeux pour chacun du maintien d'un commerce dynamique et diversifié qui participe à la qualité de la vie dans sa ville.

L'évolution en chiffres

L'expérience de la ville de Colombes en 2005 fut déterminante.

Dès la troisième édition, 14 villes du département des Hauts-de-Seine rejoignaient le dispositif. La couverture médiatique est telle qu'en 2008 plusieurs villes de province s'inscrivent. La manifestation devient nationale et compte la participation de 40 villes sur l'ensemble du territoire français jusqu'à l'île de La Réunion avec la participation de la commune des Avirons qui fut particulièrement remarquée.

Pour la sixième édition le 9 octobre dernier, on peut mesurer le travail réalisé par l'ensemble des partenaires économiques, notamment les CCI et CMA avec les acteurs de premier plan que sont les unions commerciales :

- 100 villes participantes situées dans 25 départements
- 145 unions commerciales représentant plus de 4 000 commerçants
- Une zone de chalandise évaluée à 3 500 000 habitants
- Un taux de renouvellement pour chaque édition supérieur à 90%

La finalité

- Promouvoir les valeurs du commerce de proximité auprès de la population. Rappeler aux habitants tout le bénéfice, non seulement économique mais aussi social, induit directement par les activités des commerces de la commune.
- Rompre les clivages et fédérer les acteurs économiques autour d'actions collectives.
- Permettre une rencontre informelle entre la population et ceux qui font le commerce local.
- Créer auprès des commerçants un sentiment d'appartenance et d'adhésion à des valeurs communes.
- Faire de cette journée une action de relation publique non mercantile. Donner un coup de projecteur sur les interrogations et le devenir de l'économie de proximité tout en essayant d'en percevoir les enjeux sociaux.
- Afficher cette démarche avec le label «**Commerces de proximité dans la ville**» matérialisé par un panneau à l'entrée de la commune.

Les raisons du développement de la JNCP

• Une réponse pertinente à une attente des acteurs de terrain. En effet, malgré des suggestions répétées, aucune manifestation à caractère national représentant le commerce de proximité dans sa globalité et en tant que tel n'avait été mise en œuvre.

Ainsi un fil conducteur a été tendu pour des actions transversales, fédératrices et sans clivage favorisant une politique en faveur du commerce dans la ville. Le caractère duplicable, exemplaire, récurrent de l'opération et sa visibilité croissante en font son succès auprès de l'ensemble des acteurs économiques.

- Une valorisation de compétences multiples

L'association est animée par des acteurs de terrain confrontés au quotidien par la problématique de la gestion et du développement des centres-villes et des quartiers. Elle met en œuvre des moyens professionnels aussi bien en termes de compétences ou d'expertise qu'en termes de ressources pour la réussite de cette manifestation. Elle réunit de nombreuses fédérations professionnelles, et est soutenu depuis sa création par l'État (Ministère de la ville et du logement, Secrétariat d'État à la politique de la ville).

Pourquoi participer

Participer, c'est vouloir s'investir dans une manifestation consensuelle, récurrente et rejoindre une dynamique collective en faveur du commerce dans la ville.

Chaque année, la mobilisation se confirme et de nouvelles villes renforcent le dispositif. Plus de 120 villes sont d'ores et déjà inscrites pour la prochaine édition en octobre 2011. Ainsi chacune des unions commerciales, des municipalités ou des organismes consulaires qui nous rejoignent contribue à valoriser l'ensemble et à lui donner plus de visibilité, de cohérence, et de reconnaissance.

Cette manifestation est faite pour vous et pour chacun

Vous êtes commerçant, artisan

Cette manifestation est la vôtre. Elle exprime pleinement la raison d'être de votre présence et de votre rôle essentiel dans la qualité de la vie dans la ville.

Vous êtes manager du commerce ou de centre-ville, responsable d'un service commerce au sein d'une collectivité

Disposez d'un outil reconnu qui a fait ses preuves pour valoriser votre action et fédérer énergies et compétences.

Vous êtes élu d'une collectivité territoriale

Affichez votre détermination à promouvoir un commerce de proximité dynamique et diversifié avec le label «**Commerces de proximité**» à l'entrée de votre commune.

Vous êtes membre d'un organisme consulaire CCI ou CMA

Stimulez les synergies des acteurs économiques de votre territoire et participez au déploiement national d'une action qui répond à une réelle attente des acteurs de terrain.

Comment participer

Les actions des différents partenaires doivent être comprises par chacun, coordonnées et complémentaires. C'est ainsi que la manifestation trouvera toute sa dimension en termes de résultat et de visibilité. Les précédentes éditions sont révélatrices: ce sont bien les moyens partagés tant humains, techniques que financiers qui conduisent au succès.

Définition et mission des partenaires, associations de commerçants, municipalités, service commerce et manager, organismes consulaires.

Associations de commerçants

Votre action • Informer et démarcher ses adhérents (ou ceux qui vont le devenir) pour obtenir leur participation.

- Mobiliser les élus locaux pour une participation effective sur le terrain et en terme de communication locale.
- Financer l'opération. Fonds propres, participation des adhérents, partenaires privés locaux, subventions diverses.
- Organiser des animations conjointes exprimant les valeurs exprimées de convivialité et de lien social à l'exclusion de toute démarche directe à caractère mercantile ou promotionnel.

Les plus

- Opération clés en mains (Kits de communication, argumentaire, circulaires adressées aux partenaires).
- Concept simple à mettre en œuvre sur le terrain qui a fait ses preuves.
- Participation financière modeste des adhérents.
- Génère le plus souvent de nouvelles adhésions pour l'association.
- Manifestation fédératrice à fort développement.

Municipalités, service "commerce", manager de centre ville

Votre action • Informer les habitants, diffuser l'information (bulletin municipal, panneaux d'affichage, site internet).

- Participer effectivement à la manifestation par une présence sur le terrain avec le ou les présidents d'association.
- Etre force de proposition pour les animations proposées en lien avec le concept de la manifestation.
- Accorder une subvention à l'association ou aux associations de commerçants.
- Affichez le label «**Commerces de proximité**» lorsque celui-ci est décerné à la ville.
- Installer le panneau en entrée de ville.

- Les plus**
- Exprime la volonté des élus locaux de promouvoir le commerce de proximité
 - Permet une rencontre informelle et conviviale avec les commerçants et artisans.
 - Mobilisation des commerçants et de la ville dans une opération d'envergure nationale.
 - Participation au concours du Label national «**Commerces de proximité dans la ville**»

Organismes consulaires, CCI et CMA

- Votre action**
- Informer les collectivités locales et les unions commerciales de votre territoire.
 - Organiser des réunions d'information pour expliquer le concept
 - Coordonner l'opération sur votre territoire en termes de communication
 - Participer à son financement

- Les plus**
- Une opération nationale à notoriété croissante et parfaitement ancrée sur le terrain.
 - Une synergie de territoire et de réseau
 - Une adéquation exacte avec les objectifs et missions des organismes consulaires

Les conditions de la réussite

Elles sont rigoureuses et parfaitement définies par les retours d'expérience des précédentes éditions. Les structures qui s'inscrivent engagé, par les moyens qu'elles mettent en œuvre et les résultats obtenus, l'ensemble du dispositif.

- Fédérer les partenaires économiques de premier plan que sont les unions commerciales et les municipalités.
- Bien comprendre qu'il ne s'agit nullement d'une animation commerciale et exprimer les valeurs fondamentales du commerce dans la ville.
- Informer les commerçants et artisans sur l'efficacité d'une opération de communication nationale qui leur est dédiée.
- Communiquer largement avant et après la manifestation avec les medias locaux.
- Mobiliser les partenaires très en amont de la manifestation. Le travail de terrain reste essentiel.

Les formules de participation

1. Le kit de communication personnalisé clé en main

A partir de 40 participants seulement. C'est la formule la plus simple pour le donneur d'ordre et la plus économique lorsque l'on veut insérer, sur tous les supports de communication, les logos des partenaires : ville, association, CCI, CMA et partenaires institutionnels ou privés. Il suffit de nous faire parvenir les fichiers des logos.

Par participant 40 € HT

2. Le kit de communication non-personnalisé

Les supports de communication sont fournis neutres sans personnalisation de logo.

Par participant 26 € HT

3. Le kit de communication fichiers fournis

L'association JNCP cède les droits de reproduction du kit pour l'édition 2011. Vous choisissez votre prestataire pour l'impression du matériel de communication en respectant impérativement la charte graphique et la convention de participation à la manifestation.

Forfait participation 600 € HT

TVA 19,60 % en supplément

Les supports de communication

Pour communiquer simultanément avec les mêmes supports et au moindre coût. Pour contribuer à l'unité et à la lisibilité d'une opération de relation publique sur un vaste territoire.

Le kit de communication 2011

- Affiche quadrichromie A3
- Drapeau sur hampe (60 x 40)
- Flyer A5 (100 exemplaires)
- Carton d'invitation (100 exemplaires)



En options (suivant charte graphique et sans personnalisation)

Affiches types abribus, format 120 x 176 cm sur couché mat 130 gr.

L'unité 22,00 € HT
A partir de 10 ex. l'unité 12,00 € HT



Bannières d'extérieur 1,20 m x 5,00 m (particulièrement visible en entrée de rue commerçante)
Impression 1 face sur bâches 440 gr.
L'unité : 175,00 € HT



Badges-bouton en métal, ø 32 mm, avec attache épingle
Lot de 100 exemplaires : 60,00 € HT



Tee-shirts coton blanc 180 gr. «Fruit of the loom»
Lot de 10 exemplaires (tailles panachées)
L'unité : 7,90 € HT



Ballons latex pastel 32 cm imprimés une couleur (logo de la JNCP)
Le mille 145,00 € HT



Guirlandes d'intérieur :
4 m de longueur / 10 drapeaux 20x30 par guirlande. Impression recto-verso avec pelliculage 2 faces des fanions
Fixation sur une drisse avec œillets
Le lot de 50 guirlandes (soit au total 200 m) : 580,00 € HT



Pourquoi un Label ?

L'association «**La Journée nationale du commerce de proximité, de l'artisanat et du centre-ville**®» attribue aux communes à l'issue de la manifestation, un label qui récompense une politique volontaire et consensuelle en matière de maintien et de développement des activités économiques de proximité au sein de la ville.

Ce label est un signe de reconnaissance et de fierté pour les partenaires économiques qui en sont ainsi honorés. Il prend la forme d'un panneau en entrée de ville et trouve sa place bien souvent au voisinage immédiat de celui des «Villes fleuries» ou des «Villes internet».

Comment concourir et obtenir le Label ?

Le processus de labélisation

- S'inscrire à la JNCP et accepter la convention de participation.
- Répondre au questionnaire adressé à chaque ville après la manifestation (municipalité et associations) et y joindre les éléments demandés dans les délais impartis. (Janvier).

Le comité national du commerce de proximité

Au terme d'une période de consultation et d'un travail de synthèse effectué à partir des éléments communiqués, les candidatures sont examinées par le comité de sélection composé de représentants du secteur public et de représentants des secteurs privés et associatifs.

Les critères d'évaluation

Ces critères doivent permettre d'évaluer la politique globale d'une collectivité en matière de «commerce dans la ville». Le jury travaille d'après les éléments portés à sa connaissance et réputés «sincères et véritables».

- La mobilisation des acteurs économiques et leur implication.
- La qualité du travail réalisé collectivement.
- L'investissement global des commerçants et les initiatives locales notamment institutionnelles menées en faveur de l'expression des valeurs développées par la JNCP.
- La visibilité obtenue dans les différents médias.

L'annonce du palmarès

Les villes (collectivités territoriales, municipalités, unions commerciales, organismes consulaires) sont invités à participer à la cérémonie de remise des labels (juin).

Les collectivités récompensées peuvent installer le label en entrée de ville avec le nombre de sourires obtenu.



**La Journée nationale
du commerce de proximité,
de l'artisanat et du centre ville®**
Engagement de participation / Commande
Participation au concours du label national

Samedi 8 octobre 2011
7^e édition

Vous êtes

Union commerciale Collectivité locale CCI, CM Autre organisation

Nom de votre organisation

Adresse

Code postal Ville

Représenté par

Nom Prénom Fonction

Mel. Tel. Fax

Formule choisie (voir tarifs et conditions d'utilisation page 4)

Le kit de communication

1/ **Personnalisé clé en mains**
40 € x (nombre de participants) = € HT

2/ **Non personnalisé**
26 € x (nombre de participants) = € HT

3/ **Fichiers fournis** : 600 € HT. Vous vous chargerez de l'impression des différents supports en respectant impérativement la charte graphique.

Options

- Affiches** (format 120 x176 cm)
22 € HT l'unité (10 € à partir de 10 ex) x ex. = € HT
- Bannières d'extérieur** 175 € x exemplaires = € HT
- Badges-bouton** (lot de 100) 60,00 € x lots = € HT
- Tee-shirts** (lot de 10) 79,00 € x lots = € HT
- Ballons latex** (lot de 1 000) 145,00 € x lots = € HT

Total HT (TVA 19,60 % en supplément) = € HT x 19,6 % = € TTC

Validation : pour être prise en compte, cette commande doit être accompagnée d'un acompte 500 €. Avant toute impression, nous vous adresserons un bon à tirer. Au préalable, merci de nous envoyer les logos à insérer (ville, associations, CCI, ...).

Règlement : merci de nous indiquer l'adresse de facturation si elle est différente de celle indiquée sur la commande. Règlement comptant, lors de la livraison et sur présentation de la facture, par chèque à l'ordre de JNCP ou par virement à :

BRED COLOMBES HOTEL DE VILLE			
Code Banque	Code Guichet	Numéro de compte	Clé
10107	00269	00828012482	49

Commande à nous retourner à : Association JNCP - BP 40002 - 92702 Colombes

Tel. 01 83 620 888 - Mel. contact@jncp.fr - Fax 01 47 81 11 22

Bon pour commande

Date

Signature et cachet

Nom du signataire

Dossier de presse

Merci de consulter le site

www.jncp.fr

- Articles de presse
- Photos
- Vidéos
- Interviews
- Informations récentes



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

remercie ses partenaires



www.commerce-associe.fr



www.franchise-fff.com



www.fnde.com



www.clubmanagercv.org



www.commercantsdefrance.fr



www.droguerie-bazardefrance.org



www.fncv.org



<http://www.cdcf.com>



www.cefac.com



www.artisanat.fr



Association JNCP

BP 40002 - 92702 Colombes CEDEX

Mel. contact@jncp.fr Tel. 01 83 620 888 Fax. 01 47 81 11 22