

# atouts commerce



## Commerce local, un facteur de développement, d'image et de lien social

**N**ous ne le dirons jamais assez, le commerce de proximité joue un rôle social extrêmement important. Vous disposez d'atouts solides parce que vous êtes animés d'un réel savoir-faire et d'une forte passion pour votre métier, vos produits.

Mais Bezons, comme bien des villes de notre pays, est confrontée aux difficultés rencontrées par le petit commerce étouffé par les charges et la domination sans partage des grandes surfaces voisines. Mais aussi victime de l'absence de revalorisation des salaires, de l'augmentation de la précarité des emplois et du chômage des consommateurs. Beaucoup d'entre vous me disent être préoccupés par l'avenir de leur activité.

Dans ce contexte, la ville qui tient à défendre la vitalité de son commerce de proximité, réalise des projets urbains dans lesquels il aura toute sa place. Par ailleurs, elle impulse des actions de dynamisation en la matière : information des commerçants, partenariat avec la CCIV : « Charte qualité de l'accueil », sessions de professionnalisation, accompagnement de l'association des commerçants de Bezons (ADCB) dans la mise en place d'animations, réflexions sur l'amélioration de notre marché...

Mais la suppression de la taxe professionnelle (TP), voulue par le chef de l'État, ne doit pas être une pénalité de plus pour les collectivités locales et le petit commerce. C'est pourquoi, je me prononce pour une réforme de la TP permettant d'introduire les milliards d'euros d'actifs financiers des entreprises, des banques, des assurances, de la grande distribution et également le contrôle des aides publiques attribuées aux entreprises afin d'évaluer l'efficacité réelle de l'utilisation de ces fonds.

Je m'oppose à une suppression de la TP obligeant les élus locaux à puiser dans le pouvoir d'achat des ménages pour équilibrer le budget de leur collectivité. Car chacun mesure que la survie et le développement du commerce de proximité sont liés, notamment, au pouvoir d'achat des habitants.

Raison de plus pour réaffirmer, ici, mon engagement concernant la nécessité d'augmenter tous les salaires et toutes les pensions de retraite. Voilà une urgence sociale à laquelle le « président du pouvoir d'achat » et son gouvernement tournent, malheureusement, le dos.

Cela appelle des combats immédiats pour lesquels, avec mon équipe, nous sommes actifs et demeurons disponibles.

À l'approche des fêtes de fin d'année, je sais que vous aurez à cœur d'accueillir, de la meilleure façon qui soit, les Bezonnais et de redoubler d'imagination afin que chacun trouve ce qu'il cherche à offrir à l'autre.

Joyeux Noël et bonne année 2010 à chacune et à chacun d'entre vous.

**Dominique Lesparre**

Maire de Bezons

Vice-président du Conseil général du Val-d'Oise



### sommaire

- 2 Dossier  
Le Panonceau d'Or
- 3 Site web  
de l'association
- 4 Le nouveau  
dispositif de  
la charte qualité

La vitrine, un outil  
indispensable



la ville pour tous

bezons



CHALLENGE DU PANONCEAU D'OR

# Redorer ensemble le blason commercial de Bezons



Après avoir franchi toutes les phases éliminatoires du 35<sup>e</sup> challenge du commerce et des services, l'Association des commerçants de Bezons affronte le jury national du « Panonceau d'Or ». Ce challenge, soutenu par la municipalité, mobilise toutes les énergies. Rencontre avec Gérard Caron, adjoint au maire en charge du commerce, et Olivier Brossier, secrétaire de l'ADCB.

## Atouts Commerce: le challenge du Panonceau d'Or consacre un long travail commun...

**Gérard Caron:** Disputé par l'ADCB, ce challenge ne concerne que les associations de commerçants fortes de plus de trois ans d'activité. Depuis les premiers pas de l'ADCB en 2006, des relations étroites et fructueuses se sont nouées avec notre ville. L'ADCB, partenaire constructif, s'implique très au-delà des animations commerciales. Nous abordons ensemble des sujets d'intérêt général, par exemple la mise en œuvre du droit de préemption pour éviter des déséquilibres entre commerces. Le Panonceau d'Or est une nouvelle et importante étape.

**Olivier Brossier:** Le Panonceau d'Or est dans la logique du travail en par-

tenariat mené pour la Charte qualité. La commune s'y est beaucoup impliquée. Il concrétise une volonté commune d'aller toujours plus de l'avant. Nous voulions donner une suite au travail réalisé. Le Panonceau d'Or permet de renforcer nos relations avec la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) Versailles – Val-d'Oise/Yvelines. C'est un outil de développement. Le commerce bezonnais sera mis en avant par rapport à ses concurrents. Nous avons un intérêt collectif à faire venir les gens sur Bezons.

## Atouts Commerce: pourquoi participer à ce concours?

**G.C.:** La CCI, partenaire incontournable, perçoit notre capacité d'évolution.

Nos relations ont évolué positivement. Elle est attentive à nos demandes. Le travail commun avec l'ADCB a cassé la tentation du pessimisme. **B.C.:** Nous avons pu prendre du recul, mesurer le chemin parcouru. Nous savons pourquoi nous avançons, quels sont nos besoins. L'impact de la crise est réel, mais moins fort que si nous attendions en baissant la tête.

## Atouts Commerce: quel est l'intérêt de concourir pour le Panonceau d'Or?

**G.C.:** Ce challenge favorise une prise de conscience de l'importance des actions entreprises ensemble. Dossier en main, il permet de dire ce que nous faisons, de montrer les enjeux. Notre objectif est que les commer-

## Quand Internet complète crêpes, galettes, et accueil en salle

**Mettre à profit Internet pour faire progresser son commerce avec des moyens réduits? C'est possible! La preuve avec Angélique Gréco.**

À « La perle des crêpes », le site internet sera sous peu comme la cuisine: entièrement fait maison. Il ne manque à Angélique Gréco, habituellement en salle, que le logiciel adéquat. Chaque semaine, la patronne de la crêperie met déjà à jour le menu de la semaine. Prochainement, elle aura la maîtrise intégrale de son site. Sans être une spécialiste! « Je sais surfer sur Internet, me servir de Word. Gérer le

site n'a rien de compliqué. Il faut juste un peu de logique », assure-t-elle.

Très facile à consulter, le site existe depuis un an. Angélique et Tony, son mari et cuisinier, l'ont voulu à l'image de leur restaurant: « familial, simple, sans chichis ». Par le biais des recherches sur Internet, des liens et des avis des internautes, le restaurant bénéficie ainsi d'une publicité gratuite considérable. « 50 % des gens qui cherchent un restaurant sympa regardent les avis sur Internet », souligne Angélique Gréco. Au-delà du site, la gérante utilise beaucoup sa messagerie. Le lundi, elle adresse le menu de la semaine

à chaque client ayant communiqué son e-mail. Ils sont déjà plus de 300! Événement, ouverture exceptionnelle: tous sont informés. « C'est une marque d'attention, une manière d'entretenir un lien, de rappeler que nous sommes là à nos clients », estime Angélique Gréco. Le temps passé au clavier est-il rentable? « Cela nous a permis de faire progresser notre chiffre d'affaires malgré la crise... »

✳ **La perle des crêpes**  
136, rue Édouard-Vaillant  
Tel: 06 6359 0516  
[www.laperleDESCREPE.SFR](http://www.laperleDESCREPE.SFR)



çants participent à l'évolution de Bezons. Nous avons des handicaps commerciaux, mais aussi un potentiel énorme. Nous ne voulons pas que le commerce reste sur le quai du tramway. Le Panonceau d'Or est un pas de plus dans l'élaboration de stratégies concertées pour favoriser la venue d'une nouvelle clientèle. **O.B.:** C'est une vitrine, la reconnaissance de trois ans de travail! La moitié des 130 commerces de Bezons est

aujourd'hui adhérente à l'ADCB. Certains doutent encore de l'intérêt de nous rejoindre. Le Panonceau d'Or apportera donc une notoriété favorable à de nouvelles implantations. Et cela profitera également aux habitants.

C'est une base de travail pour définir de nouveaux projets. Les enjeux sont très importants compte tenu des nouveaux espaces commerciaux à la future gare et au pont de Bezons. ■

## adcb95.com, un site pour anticiper le développement de Bezons

**P**ourquoi Olivier Brossier, secrétaire de l'ADCB, consacre-t-il autant d'énergie à faire évoluer le site de l'Association des commerçants de Bezons? « C'est d'abord une vitrine collective. Avec le nombre croissant d'adhérents, il facilite la communication. Garder un contact physique est très important. Mais, le site permet de gagner du temps. Chacun, en dehors des réunions, peut poser des questions, faire des propositions. » L'ADCB, avec son site internet, prépare le futur. Les fonctionnalités du site sont en cours de développement. « Notre cible principale, ce sont aujourd'hui les commerçants

car nous voulons en attirer des nouveaux. Demain, ce sera aussi la clientèle. Ainsi, nous anticipons le développement commercial de Bezons », souligne Olivier Brossier. Le site a bénéficié de nombreuses améliorations grâce au rapport d'audit établi par la direction de la communication de la mairie. Des compétences précieuses aux yeux d'Olivier Brossier. « J'ai appris beaucoup de choses. Cette démarche commune est très constructive. Je sais que je peux les appeler en cas de difficulté ».

✕ [www.adcb95.com](http://www.adcb95.com)

## Vos contacts

Mission Commerce  
Commerçants de Bezons  
Catherine Halimi  
Tél.: 06 24 99 82 43  
c.halimi@mairie-bezons.fr

Direction de  
l'Aménagement urbain  
31, rue Émile-Zola  
95870 Bezons  
Tél.: 01 34 26 16 80.

ADCB  
Association  
des commerçants  
de Bezons  
Président : Tony Ramos  
85, rue Édouard-Vaillant  
95870 Bezons  
Tél.: 06 73 50 16 32.

Chambre de commerce  
et d'industrie  
5, avenue Gabriel-Péridi  
95100 Argenteuil  
Tél.: 01 34 34 45 05.

Chambre de Métiers  
et de l'Artisanat  
1, avenue du Parc  
95015 Cergy-Pontoise  
Tél. 01 34 35 80 00.

N° 5 Atouts Commerce, la lettre  
semestrielle du commerce bezonnais.  
Édité par la Direction  
de la Communication  
de la mairie de Bezons.  
Tél. 01 34 26 50 00  
Directeur de la publication :  
Dominique Lesparre  
Directrice de la Communication :  
Cendrine Avisseau  
Rédacteur en chef: Olivier Ruiz  
A participé à ce numéro :  
Dominique Laurent  
Crédit photo : service communication,  
CCI 78/95.  
Maquette : Ipanema  
Impression : Grenier



DÉVELOPPEMENT

# Qualité de l'accueil : une étude globale sur Bezons



Pour la première fois, en partenariat avec la ville, la CCI Versailles – Val-d'Oise/Yvelines procèdera à un audit de la qualité de l'accueil des commerçants bezonnais dans leur ensemble.

Pour la troisième année, les commerçants de Bezons participent à la charte qualité de l'accueil (CQA). Cette démarche nationale qui existe depuis 1999, est déclinée par une quarantaine de CCI en France et par celle de Versailles – Val-d'Oise depuis 2003. Damaris Miller, responsable de projets et développement de l'offre commerce à la CCI, détaille pour Atouts Commerce le nouveau dispositif.

## En quoi la CQA 2010 est-elle différente des précédentes éditions ?

**Damaris Miller:** Grâce à un engagement de la ville et à un partenariat très fort, nous allons mener une étude globale sur la qualité de l'accueil dans les commerces de la ville. Dans un périmètre défini, nous allons auditer courant décembre les commer-

çants, prestataires de service et cafés-hôtels-restaurants pour avoir une photographie d'ensemble de l'accueil.

## Comment va se dérouler cet audit ?

**D.M.:** Jusqu'à présent, seuls les commerçants volontaires recevaient des visites mystères pour les évaluer. Cette année, après envoi d'un courrier et s'ils n'ont pas refusé, tous seront concernés. Les résultats généraux seront remis à la ville et présentés début février. Les rapports individuels restent confidentiels.

## La CQA s'arrête-t-elle là ?

**D.M.:** Non, les commerçants qui le souhaitent pourront adhérer pour une cotisation de 100 euros et ainsi connaître en détails le résultat de la visite-mystère dans leur établisse-

ment. La démarche s'étend sur deux ans. S'ils obtiennent au moins 8/10 dans chacun des thèmes (accueil téléphonique, présentation intérieure et extérieure, relation client), ils seront lauréats. Ils recevront un kit de communication pour mettre cette qualité en avant auprès de leur clientèle.

L'adhésion permet désormais d'accéder à un accompagnement post-audit. À partir de l'analyse individuelle, un conseiller de la CCI construira avec le commerçant un plan d'actions très concrètes, à mener facilement au quotidien, pour améliorer les éventuels points faibles du commerce.

Enfin, le dispositif proposera également des formations collectives dispensées dans la ville dans des salles mises à disposition par la mairie.

## Les vitrines des commerces sont aussi celles de la ville entière

**Donner envie aux clients d'entrer, améliorer l'image de marque de Bezons, ravir l'œil des passants. La vitrine est d'intérêt commun.**

« Tout le monde profite de jolies vitrines, y compris les gens sans grands moyens ». Agnès Poisson, vice-trésorière de l'Association des commerçants de Bezons (ADCB), aime les vitrines qui sont une préoccupation de l'ADCB depuis ses débuts. Elle contribue chaque année à l'élaboration d'un visuel de Noël commun aux adhérents.

Quelles que soient les animations, la fleuriste de Fleurs d'Arum ne manque aucune occasion. « La vitrine d'un commerce est aussi la vitrine de la ville. Nous devons valoriser l'image de marque, donner envie d'y rester et d'y revenir. »

« Veiller à avoir une jolie vitrine est une façon de témoigner sa reconnaissance à ses clients. C'est un enjeu pour son propre commerce, mais aussi pour l'ensemble du commerce de Bezons », souligne la fleuriste. Comment améliorer sa vitrine ? « Moins mais mieux, le charme plutôt que l'étalage du luxe. » Et encore ?

« Éviter ce qui est trop classique, trop compliqué, trop cher. » Les règles de base ? « La propreté ! Ne pas se dire qu'on n'a pas les moyens. Se débrouiller est toujours possible. »

La vitrine doit suivre calendrier, saisons, et événements. Informer aussi. Les clients y sont sensibles.

« La vitrine doit suggérer sans imposer à des habitants avec des moyens différents », rappelle Agnès Poisson. « Que des visiteurs passent et repassent devant une vitrine pour se faire plaisir est très important. L'achat n'est pas forcément immédiat. Ils auront envie de revenir. »