

ADOPTEZ LA « COMMERCE ATTITUDE » !

Pour faire vivre les valeurs du commerce, l'association JNCP met en scène d'authentiques commerçants et artisans dans une remarquable campagne de communication nationale baptisée « Commerce Attitude ».

Chaque affiche véhicule une valeur fondamentale du commerce de proximité à travers un mot-clé : savoir-faire, lien social, écoute, accueil, conseil, emplois locaux, convivialité, fidélité. Ces huit caractéristiques se déclinent en autant de supports visuels qui mettent en scène de véritables commerçants et artisans dans leurs univers professionnels respectifs. Une démarche originale et convaincante.

UN OUTIL DE MARKETING TERRITORIAL...

A travers cette campagne, la JNCP exprime son soutien aux petites entreprises du commerce et de l'artisanat dont la contribution à la bonne marche de l'économie française est décisive. Une fois déployée sur le terrain, elle agit comme un remarquable outil de marketing territorial au service des élus, des commerçants, des acteurs économiques privés ou publics. Proche des citoyens, le dispositif accompagne utilement l'action publique en faveur de la politique de la ville et du développement économique.

... AU SERVICE DE L'ACTION COLLECTIVE...

Chaque commune choisit de communiquer sur les affiches de son choix, le(s) thème(s) les plus

pertinents pour elle. L'important est de travailler en synergie avec les autres acteurs : municipalités, unions commerciales, chambres consulaires, presse régionale afin de donner le meilleur retentissement à votre action de communication et de relations publiques. Attention : seules les villes labellisées JNCP peuvent bénéficier de cette campagne de communication.

... ET DE L'ANIMATION COMMERCIALE LOCALE !

La campagne peut s'inscrire dans le cadre d'une action institutionnelle de promotion du commerce de proximité sur un territoire donné ou venir en complément d'une animation commerciale locale. C'est le moyen idéal pour donner à votre événement une dimension plus humaine, plus responsable. L'affichage des valeurs citoyennes du commerce valorise la fonction sociale des professionnels du secteur, renforce le lien avec les habitants du quartier et favorise le développement de l'activité commerciale sur le long terme. Vous envisagez d'organiser la campagne « Commerce Attitude » sur votre territoire ? Rapprochez-vous de nous pour connaître les différentes offres disponibles.

LE MATÉRIEL DE COMMUNICATION

- Fourniture exclusive des fichiers numériques contenant les supports (pas de documents imprimés).
- 2 formats disponibles : pdf (pour imprimer sur votre imprimante personnelle) et vectoriel (si vous vous adressez à un prestataire spécialisé).
- 8 visuels différents correspondant chacun à une valeur exprimée
- Les supports peuvent être déclinés en affiches 60x80 ou 40x60, flyers, vitrophanies de vitrines, cartes de visite, kit logos pour visuels à insérer (réseaux sociaux, sites Internet, mail etc...)
- Affiches 120x160



PLUS DE 560
VILLES
LABELLISÉES !
Et bientôt la vôtre ?



PARTENAIRES PREMIUM	PARTENAIRES INSTITUTIONNELS	PARTENAIRES ASSOCIÉS

ASSOCIATION JNCP • 14 à 30, rue de Mantes - 92700 Colombes • www.jncp.fr



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

LA JOURNÉE NATIONALE DU COMMERCE DE PROXIMITÉ, DE L'ARTISANAT ET DU CENTRE-VILLE®

Un dispositif et un label
pour le Commerce dans la Ville



www.jncp.fr



Conception et rédaction : Toute la presse en parle !

Siret : 512 056 920 00022

TOUS ENSEMBLE POUR LE COMMERCE LOCAL !

Rassembler les acteurs économiques et institutionnels, mobiliser les commerçants, impliquer les citoyens, sensibiliser les médias... Notre engagement en faveur du commerce de proximité repose sur un dispositif consensuel et fédérateur totalement inédit.



L'objectif ? Sensibiliser les habitants à la nécessité impérieuse de privilégier les achats de proximité, l'économie locale, les circuits courts...

Composée d'un vaste réseau de commerçants, d'artisans, de producteurs et prestataires ancrés dans leur territoire, l'économie de proximité recèle de précieux savoir-faire. Et s'impose aujourd'hui comme un modèle économique et social responsable, à la pointe des nouvelles exigences citoyennes en matière de :

CRÉATION D'EMPLOIS

Le commerce et l'artisanat créent des emplois non délocalisables, en lien direct avec les

besoins des habitants. Acheter local, c'est contribuer à leur sauvegarde.

FABRICATION FRANÇAISE

Faire travailler le commerce local, c'est aussi soutenir la fabrication de produits français de qualité, fiables et sûrs, conformes aux normes sociales, environnementales, d'hygiène et de sécurité.

PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

Pas de longs transports polluants, pas d'empreinte carbone démesurée, pas de déchets excessifs, pas de recours à des processus coûteux en énergie... Consommer local, c'est aussi prendre soin de son environnement.

QUALITÉ DE VIE

Dans les cœurs de villes comme dans les bourgs ruraux ou les quartiers périphériques, la présence de commerçants et d'artisans facilite et agrément la vie des habitants au quotidien. Pas besoin de faire des kilomètres pour trouver ce dont ils ont besoin...

LIEN SOCIAL

Lieux de rencontre et d'échange, les commerces de proximité participent activement à la création d'un lien social spontané entre les habitants d'un même quartier. Ils sont aussi parfois les derniers pôles d'animation où les citoyens peuvent encore se rencontrer, se parler, apprendre à se connaître.

LES POINTS FORTS DU DISPOSITIF JNCP

- Promouvoir les valeurs du commerce de proximité partout dans la cité.
- Rompre les clivages et fédérer les acteurs économiques autour d'actions collectives.
- Permettre une rencontre informelle entre les citoyens et tous ceux qui font le commerce local.
- Créer chez les commerçants un sentiment d'appartenance et d'adhésion à des valeurs communes.
- Faire de cette journée une action de relations publiques non mercantile.

UN LABEL NATIONAL QUI FÉDÈRE LES ACTEURS DE TERRAIN

Chaque année, le label « Commerces de proximité dans la ville » est décerné aux collectivités territoriales qui s'engagent de manière exemplaire en faveur du commerce de proximité. Une distinction prestigieuse qui associe l'ensemble des acteurs du développement économique local.



LES 13 TROPHÉES ATTRIBUÉS

- Grand Prix du Jury
- Trophée des unions commerciales
- Trophée des managers / Développeurs économiques
- Trophée des municipalités
- Trophée des marchés et de l'artisanat
- Trophée des EPCI
- Trophée du digital
- Trophée de l'organisation
- Trophée de la communication
- Trophée des CCI
- Trophée de l'initiative et de la créativité
- Trophée de la mise en scène JNCP
- Trophée RSE (Responsabilité Sociétale et Environnementale)

Ce label récompense la volonté des différents acteurs d'un même territoire d'agir collectivement en faveur du commerce de proximité, de son dynamisme et de sa diversité. Au-delà de la reconnaissance symbolique qu'il apporte, il agit donc aussi comme un puissant outil de mobilisation de toutes les énergies locales.

UN JURY DE PERSONNALITÉS QUALIFIÉES

C'est un jury composé de personnalités représentatives du monde du commerce, des organisations professionnelles et des services de l'Etat qui désigne chaque année les lauréats. Concrètement, le label prend la forme d'un panneau installé le plus souvent à l'entrée de la ville primée. On le trouve généralement près des autres signes de reconnaissance décernés à la commune, comme les labels « Villes et villages fleuris » ou « Territoires, Villes et Villages Internet ».

DES SOURIRES ET DES TROPHÉES

L'attribution de 1 à 5 « sourires » par le jury illustre le niveau d'engagement des commerçants, des artisans et de la municipalité en faveur de la qualité de vie dans la ville. Les trophées, quant à eux, viennent compléter le dispositif en mettant à l'honneur, de manière plus ciblée, des actions concrètes menées sur le territoire concerné.

LA CÉRÉMONIE DE REMISE DES PRIX

Le palmarès est dévoilé lors d'une cérémonie officielle de remise des prix qui se déroule chaque année au mois d'avril en présence des membres du jury, des lauréats primés et de nombreuses personnalités du monde du commerce et de l'artisanat.

LA JNCP : UNE ACTION DE COMMUNICATION AU SERVICE DES ACTEURS ÉCONOMIQUES

Très ancrée sur les territoires, la Journée nationale du commerce de proximité, de l'artisanat et du centre-ville (JNCP) est devenue un rendez-vous annuel incontournable. C'est aujourd'hui la première opération nationale en termes de villes engagées et de commerçants inscrits.

560 villes et villages participants, 16 000 commerçants et artisans engagés, 6 millions de clients touchés... La JNCP est aujourd'hui, incontestablement, la 1^{re} opération de France d'animation des commerces de proximité. C'est la seule manifestation de cette ampleur qui offre un tel retentissement populaire et médiatique au commerce de proximité.

UNE FORMIDABLE CAPACITÉ DE MOBILISATION

Véritable fête nationale du commerce et de l'artisanat, elle tire son succès de sa capacité à fédérer les différents acteurs de terrains autour d'actions collectives transversales : associations de commerçants, élus locaux, organismes consulaires, collectivités territoriales, managers de centre-ville...

UNE FORTE ADHÉSION POPULAIRE

Chaque année, cette journée spéciale suscite une forte adhésion sur l'ensemble du territoire national. Plus de 5 millions de personnes (clients, visiteurs, passants...) prennent part aux multiples animations gratuites proposées par les commerçants et leurs partenaires dans une ambiance conviviale.

UN PUISSANT IMPACT MÉDIATIQUE

Un kit de communication complet est remis aux participants. Il comprend des supports « clés en mains » parfaitement adaptés à l'opération : drapeaux, affiches, flyers, bannières, invitations etc... Grâce à ces outils, partout en France, tous les commerces engagés dans l'opération peuvent communiquer au même moment. Une charte graphique commune et un message unique (adaptable à chaque territoire) renforcent l'impact médiatique de la manifestation.

Les kits de communication sont personnalisables avec les logos des partenaires locaux institutionnels, associatifs ou financiers.

LA JNCP EN CHIFFRES

560 communes

38 départements

16 000 commerçants et artisans

6 MILLIONS de clients

360 unions commerciales et artisanales

35 CCI et CMA

