



Commerce**Design**Marseille

2^{ème} concours **Design** Ouvert à tous les commerçants de Marseille

Dossier de presse

Marseille plus belle !

Commerce**Design**Marseille est un concours élaboré d'après un concept original de la Ville de Montréal

Contact → sophie.claparede@ccimp.com

0 810 113 113
du lundi - vendredi 9h00 - 18h00, samedi 10h00 - 17h00

allocci
Marseille Provence





→ Sommaire

Plus belle la ville : CommerceDesignMarseille 2^{ème} édition

Une initiative de la CCI Marseille Provence soutenue par la Ville de Marseille 2

Les temps forts de l'édition 2008 3

Le design comme facteur d'attractivité du point de vente 5

Ils ont participé, ils témoignent 7

Une idée originale de la ville de Montréal 9

Les partenaires 12

Contacts Presse :

Caroline Fusella – caroline.fusella@ccimp.com – 06.30.38.37.42

Stéphanie Gaudreault – stephanie.gaudreault@ccimp.com – 04.91.39.34.06

Plus d'informations : <http://www.commercedesignmarseille.ccimp.com>

Commerce**Design**Marseille2^{ème} édition

→ Plus belle la ville : Commerce**Design**Marseille 2^{ème} édition

Une initiative de la CCI Marseille Provence soutenue par la Ville de Marseille

Après le succès de la première édition en 2007, la CCI Marseille Provence et la Ville de Marseille lancent le jeudi 27 mars 2008 la deuxième édition de CommerceDesign**Marseille. Objectif : stimuler chez les commerçants le réflexe d'innovation et de modernisation des points de vente en utilisant le design comme facteur d'attractivité et de développement économique.**

Jean-Marc Avram, Vice-président de la CCI Marseille Provence en charge du commerce, le précise : « importer de Montréal le concept de Commerce Design était une idée novatrice qui permet de sensibiliser l'ensemble de la population à la dynamisation des artères commerciales. L'aménagement du point de vente est un facteur d'attractivité du commerce, et sur ce point les lauréats de l'édition 2007 sont unanimes : Commerce**Design**Marseille leur a permis de se faire connaître, et d'apporter à leurs clients un nouveau regard sur les commerces ». Les chiffres qui parcourent l'édition 2007 du concours Commerce**Design**Marseille illustrent bien la dynamique et les bénéfices de cette opération : 60 dossiers déposés, 20 lauréats, 1 super lauréat et plus de 4000 votants.

Marianne Cat, membre élue de la CCI Marseille Provence, en charge du projet Commerce**Design**Marseille poursuit : « en participant à ce concours, les commerçants et les architectes imagent les commerces marseillais, et les rendent plus beaux. Ce concours permet de rapprocher deux univers, commerçants et architectes designers, et montre que cette collaboration a des avantages esthétiques, pratiques mais également matériels puisque l'atmosphère du lieu de vente stimule les achats et donc augmente le chiffre d'affaire ».

En encourageant l'aménagement des points de vente, le concours Commerce**Design**Marseille contribue à rendre la ville plus attractive et s'inscrit donc largement dans l'ambition de la mandature de la CCI Marseille Provence de faire entrer Marseille dans le Top 20 des métropoles européennes. **Grâce au parrainage de la Ville de Montréal, c'est également un projet à dimension internationale qui enrichit la candidature de Marseille Provence en tant que capitale européenne de la culture 2013.**



→ Les temps forts de l'édition 2008

CREATION DES TROPHÉES DES LAUREATS : UN CONCOURS OUVERT AUX JEUNES DESIGNERS

*Commerce**Design**Marseille 2008 innove : les jeunes designers sont invités à participer à un concours pour la création des trophées des lauréats. Ce trophée sera remis aux lauréats de Commerce**Design**Marseille lors de la soirée de gala prévue le 26 juin 2008.*

Ouvert à tout professionnel du design exerçant depuis moins de 5 ans ce concours se déroule du 27 mars 2008 au 25 avril 2008.

La création du trophée doit répondre aux critères suivants :

- Il doit traduire la coopération de deux professions : le commerçant et l'architecte-designer (aménagement de point de vente), de deux savoir-faire, et la volonté de s'unir dans un souci d'efficience ;
- Il doit avoir un impact visuel fort et exprimer la modernité et l'avant-garde ;
- Il doit intégrer un code couleur, permettant d'identifier les différentes éditions de l'événement. Pour 2008 le code couleur pouvant être utilisé est le vert et/ou le fuchsia ;
- Il doit utiliser la charte graphique Commerce**Design**Marseille.

Un jury composé de six personnes, membres du comité de pilotage de Commerce**Design**Marseille, se réunira à la clôture du concours pour déterminer le designer gagnant qui se verra remettre une dotation de 5 000 €.



LE JURY DE L'ÉDITION 2008

Bernard Latarjet
Sébastien Wierinck
Marie José Lacroix
Harald Sylvander
Elisabeth Hulten
Maxime Espagne

Marseille Provence 2013
Designer Belge
Commissaire au Design de Montréal
Architecte
Chargé de programme pour Arte.
ID Clair, Spécialiste de l'éclairage

Florence Arthaud, Responsable de la Galerie Flow est pressentie comme Présidente du jury.

COMMERCEDESIGNMARSEILLE : LES ÉTAPES

→ **Constitution et dépôt des candidatures**

27 Mars – 9 Mai 2008

Les commerçants désirant concourir sont invités à retirer et remplir – en binôme avec le professionnel auquel ils ont fait appel pour leurs travaux d'aménagement – un dossier de candidature

→ **Désignation par le jury des 15 lauréats**

Mai 2008

Un jury composé de professionnels des différentes disciplines impliquées dans le design des commerces (architecture, design d'intérieur, graphisme...) sélectionne parmi l'ensemble des candidatures retenues 15 commerces qui seront nommés « Grand Prix du jury ».

→ **Soirée de Gala, annonce des lauréats**

26 Juin 2008

La soirée de Gala se tiendra pour la deuxième année consécutive au New Hôtel of Marseille où seront dévoilés les 15 binômes commerçants – architectes designers lauréats.

→ **Vote du public**

30 Juin – 29 Septembre 2008

Le public est invité à voter pour son « coup de cœur » parmi les 15 lauréats. Le vote se fait à la CCI Marseille Provence, dans les commerces, lieux publics, chez les partenaires ou sur Internet.

→ **Annonce du Super Lauréat**

16 Octobre 2008

Le « Super Lauréat » est annoncé lors d'une conférence de presse.



→ Le design comme facteur d'attractivité du point de vente

CommerceDesignMarseille est un projet qui contribue au rayonnement du territoire en donnant aux commerçants un rôle central et moteur dans la dynamisation et la modernisation du centre-ville, priorités qui engagent l'avenir des commerces de proximité. Ce concours représente également un vrai levier de développement économique pour les commerces participants.

L'impact du design des commerces sur les ventes a été révélé par les différentes études menées à Montréal et Lyon. Ces études indiquent que l'attractivité du point de vente est un facteur clé du dynamisme et que les travaux ont un impact positif direct sur le chiffre d'affaire, la clientèle (typologie, panier moyen, fréquentation) et la notoriété.

Un sondage CommerceDesignMontréal, réalisé auprès de 132 commerces primés entre 1995 et 2003, a montré les impacts positifs du design sur l'agencement des magasins et donc sur les commerces avec notamment une augmentation moyenne de la clientèle de 57% et une augmentation moyenne du chiffre d'affaire de 45%. Pour 50% des commerçants interrogés, ce concours a également permis de fidéliser la clientèle, et dans 63% des cas d'attirer une nouvelle clientèle.

La CCI de Lyon, qui depuis 2004 est engagée dans une dynamique similaire avec le Grand Prix Design Point de Vente a effectué en 2007 une étude auprès des commerçants et architectes designers lauréats des trois éditions pour mesurer l'impact des travaux et du concours sur les points de vente. Dans cette étude, 80% des commerçants estiment que leur chiffre d'affaires a augmenté à la suite des travaux réalisés, et pour 35% d'entre eux l'augmentation est de plus de 20%. Globalement, presque 100% d'entre eux jugent l'impact global sur le point de vente de façon positive, notamment sur le profil et le nombre de client. Concernant le Grand Prix Design Point de Vente, 66% des lauréats jugent que leur participation a eu un impact sur leur notoriété, 40% reconnaissent un impact sur leurs clients par rapport à la concurrence et 58% indique un impact sur leur connaissance de nouveaux concepts. Enfin, la motivation première pour faire appel à un architecte designer relève de deux thèmes principaux : la créativité et l'originalité (47%), le professionnalisme (37%).

En pérennisant le concours CommerceDesignMarseille, la CCI Marseille Provence permet aux commerçants de développer une image de modernité face à la concurrence. Le design impacte aussi



Commerce**Design**Marseille

2^{ème} édition

la présentation de l'offre commerciale et favorise la création d'un environnement propre à toucher le client et à déclencher l'acte d'achat. Le concours Commerce**Design**Marseille permet également la mise en réseaux des professionnels qui peut même aboutir à des relations de partenariats entre les lauréats.

Témoignages de deux lauréats de CommerceDesign**Marseille 2007.**



→ Ils ont participé, ils témoignent

L'ARTISAN PARFUMEUR, ANNE SIMON, RESPONSABLE DE LA BOUTIQUE :

« *UN VRAI BENEFICE DE NOTORIETE* »



*CommerceDesignMarseille 2007 a permis de faire découvrir la boutique l'Artisan Parfumeur Marseille, qui est une des boutiques du réseau national qui marche le mieux. Pendant toute la durée du concours, de nombreuses personnes, une centaine environ, venaient voir la boutique, la prendre en photo. Certains connaissaient la marque, d'autres l'ont découvert à cette occasion et ont été séduit par le concept novateur du « bar à parfum » où toutes les senteurs sont proposées dans des verres à sentir. Commerce**Design**Marseille a généré un vrai bénéfice de notoriété pour la boutique. Ce concours a aussi été l'occasion de belles rencontres. L'Artisan Parfumeur et le chocolatier Xocoatl, également lauréat, vivent depuis une belle histoire qui mêle goût et senteurs.*

Semaine du goût, Saint Valentin, les occasions ne manquent pas pour trouver des idées originales au bénéfice des clients. Lors du lancement de la fragrance Fleur d'Oranger de l'Artisan Parfumeur, Xocoatl a créé spécialement un chocolat à la fleur d'oranger et mis en scène le parfum dans une ambiance « choco ». Les clients repartaient ravis avec le parfum et le chocolat. C'est « l'effet d'entraînement ». Nous sommes ravis de cette belle initiative de la part de la CCI Marseille Provence qui permet aux commerçants, par ce concours, de proposer des points de vente modernes, novateurs et surtout de les faire connaître.

***DOG STREET ACCESS 13, LAURENT FADDA, RESPONSABLE DE LA BOUTIQUE******« UN REGARD ENCOURAGEANT ET GRATIFIANT »***

Les travailleurs indépendants ont peu souvent l'occasion ou les moyens de faire connaître leur activité auprès d'un si grand nombre de personnes, que ce soit le public, le monde de l'économie ou certains professionnels. Dans ce sens, le regard porté par le jury sur nos réalisations fut à la fois encourageant et gratifiant. C'est un réel privilège d'avoir été mis à l'honneur. Il est bon de se sentir encouragé et

*soutenu par la CCI Marseille Provence, à l'initiative de ce concours. Se retrouver en compétition crée une émulation supplémentaire et permet d'aller chercher ce qui va faire la différence en terme de design. A l'heure de la déferlante internet, la justification du petit commerce passe par un investissement total de la part des commerçants. Avoir un design original et personnalisé pour un point de vente permet de sublimer les efforts consentis par la gestion d'un commerce de proximité. Ce concours permet au petit commerce de se valoriser. Merci à la CCI Marseille Provence d'encourager les particularités de ces commerces singuliers. Je souhaite à Commerce**Design**Marseille 2008 d'être aussi riche en diversité de participants que l'édition précédente. J'aimerais que cette édition mette en avant des commerçants méritants et investis dans leurs activités, convaincus de l'évolution du commerce de leur belle ville de Marseille.*



→ Une idée originale de la Ville de Montréal

Après Saint-Étienne et Lyon, Marseille est la troisième ville française à avoir acheté, en 2007, la licence CommerceDesign à la ville de Montréal.

Une initiative saluée par Gérald Tremblay, Maire de Montréal : « *nous sommes vraiment fiers que la CCI Marseille Provence reprenne intégralement notre concept CommerceDesign pour stimuler et valoriser, sur son territoire des efforts de qualité en design et commerce* »

L'objectif est de récompenser ceux qui par leur talent et leurs investissements rendent la ville plus belle. Le concours n'est pas élitiste puisque tous les domaines d'activité sont concernés du fleuriste, au café-restaurant, en passant par la coiffure ou les boutiques de prêt à porter. Peu importe également le montant des investissements réalisés, les magasins indépendants ont donc toutes leurs chances dans le concours, au même titre que les franchisés.

Pour Marie-José Lacroix, commissaire au design de la Ville de Montréal le design est un vecteur important de différenciation (d'une ville par rapport à une autre) et d'attrait touristique.

Une ville de design est selon elle « *non seulement une ville qui communique autour du design, mais aussi et surtout une ville en projet, une ville de projets, qui reflète ce souci de qualité et d'innovation dans tout ce qu'elle offre à vivre et à voir ; bâtiments, rues, parcs, signalisation, affichage, mobilier urbain, transports en commun, habitations, commerces...* »

Un projet comme Commerce**Design**Marseille peut donc à la fois stimuler l'innovation, encourager les investissements, mais aussi éduquer le public, le rendre attentif à la beauté ou à la personnalité d'un lieu, au respect des espaces communs...**Le design est devenu pour la ville un vecteur de notoriété dont les commerçants sont les relais.**

Un jury examine les candidatures et choisit une quinzaine de lauréats qui se voient remettre un



Commerce**Design**Marseille

2^{ème} édition

trophée qui récompense leur excellence. A chaque fois un binôme est récompensé : le commerçant et le professionnel du design. Les lauréats bénéficient ensuite d'une campagne de promotion organisée par les différents partenaires du projet. Leur notoriété est encore renforcée par le fait que le public est appelé à voter pour décerner son propre prix, qui est le *coup de cœur* du public.

Le jury est présidé par des personnalités publiques du monde des affaires, de la communication, des arts et de la culture.



→ Les partenaires

CCI MARSEILLE PROVENCE

« Inspiré par les retombées de l'opération montréalaise sur la revitalisation des artères commerciales, Marseille souhaite avec la deuxième édition de Commerce**Design**Marseille, valoriser le design, rencontre de l'art et du quotidien, stimuler la qualité de vie urbaine et la compétitivité de son économie », souligne Jacques Pfister, président de la CCI Marseille Provence. « Ce projet renforce l'attractivité commerciale du territoire et permet d'associer les commerçants à la candidature de Marseille au titre de Capitale européenne de la culture en 2013 ».

Pour Marianne Cat, membre élue de la CCI Marseille Provence en charge du projet Commerce**Design**Marseille, « l'attractivité du lieu de vente est plus importante que ce que l'on y vend. L'objectif premier du design est d'améliorer la vie des gens : cela vise autant les objets que les endroits. Bien-être et consommation sont intimement liés. La démarche commune du commerçant et du créateur, centré sur le désir et le plaisir du consommateur est une attitude gagnante. La créativité tue l'ennui, entraîne la modernité : Commerce**Design**Marseille permet de ré-enchanter la ville et démontre que les véritables acteurs de la ville sont ceux qui savent la rendre belle et heureuse ».

VILLE DE MARSEILLE

Stimuler chez les commerçants le réflexe d'innovation et de modernisation des points de vente en utilisant le design comme facteur d'attractivité et de développement économique telle est la volonté de la Ville de Marseille et la CCI Marseille Provence.

Pour Solange Biaggi, adjointe au Maire « cette seconde édition de Commerce**Design**Marseille représente un vrai levier de développement économique pour les commerces participants du centre-ville. La Ville de Marseille est un partenaire majeur de cette opération ».



CHAMBRE DES METIERS ET DE L'ARTISANAT DES BOUCHES DU RHONE

Pour André Bendano, Président de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat des Bouches du Rhône, « *Souvent, commerce et artisanat se confondent. On confère cependant volontiers au commerce une image de modernité tandis qu'on associe artisanat et tradition. Si les artisans ont cette spécificité d'être actifs dans des métiers parfois vieux comme le monde, ils vivent néanmoins dans leur temps, et sont souvent à la pointe de l'inventivité. La preuve : l'année dernière, trois artisans figuraient parmi les vingt lauréats du concours Commerce**Design**Marseille : un boulanger-pâtissier, un coiffeur et un chocolatier. Et c'est finalement la boulangerie, La Fournée d'Elo, que les Marseillais ont élu comme leur "coup de coeur design". Ce que l'on sait moins, c'est que c'est le chocolatier, Xocoatl, qui est arrivé en deuxième place ! La Chambre des Métiers et de l'Artisanat des Bouches-du-Rhône n'aurait donc manqué pour rien au monde de participer à cette deuxième édition du concours, qui mettra certainement à nouveau en avant l'ancrage dans l'innovation des artisans de Marseille* ».

CAISSE D'EPARGNE PROVENCE ALPES CORSE

Gille Fernandez, directeur du développement commercial témoigne : « *C'est la deuxième année que la Caisse d'Epargne Provence Alpes Corse est partenaire du concours Commerce**Design**Marseille. En reconnaissant publiquement les mérites des artisans, commerçants et prestataires de service, dans leur démarche d'embellissement et de revitalisation de notre ville, notre Etablissement, traduit sa volonté de s'engager, encore plus, dans l'initiative locale* ».

Banque de référence du développement économique régional, la Caisse d'Epargne Provence Alpes Corse a acquis la première place auprès des collectivités et des institutionnels locaux. Premier investisseur bancaire privé dans le capital-risque local et régional, la Caisse d'Epargne Provence Alpes Corse intervient dans tous les stades de la vie des entreprises, création, développement, transmission et sur tous les secteurs d'activité.

Banque mutualiste à l'écoute de ses clients, offrant une vraie relation de proximité et la qualité et sécurité de l'un des tous premiers groupes bancaires français, la Caisse d'Epargne propose une gamme complète de produits et services, répondant aux multiples préoccupations de sa clientèle. Forte, des 200 000 Artisans, Commerçants, et Professions Libérales, clients de la Caisse d'Epargne et des 25 000 professionnels qui la rejoignent chaque année, elle accompagne, ses clients, tout au long de leur vie professionnelle et personnelle.



RADIO STAR

Pour Jean-François Villette, Directeur de Radio Star, « *les mots sont simples. Etre sollicité dans le cadre de cette opération est pour Radio Star un honneur. Cela prouve surtout et avant tout la crédibilité de notre station et la confiance que lui porte les différents acteurs de cette opération. Lorsque que j'ai repris la direction de Radio Star je me suis fixé trois objectifs : fédérer, fidéliser et créer l'événement. Les deux premiers ont été atteints, le troisième passera par cette opération. Nous sommes fiers d'être à nouveau partenaire de Commerce**Design**Marseille pour la 2^{ème} année consécutive* ».

NEW HOTEL OF MARSEILLE

Le New Hôtel of Marseille, dernier né de la chaîne New Hôtel est souvent qualifié d'Hôtel Boutique Design. Pour la seconde année consécutive, l'hôtel accueillera le 26 juin prochain la soirée de Gala de Commerce**Design**Marseille. Pour Georges Antoun, maître des lieux « *le design est le mode de décoration le plus actuel et le plus attractif pour nos commerces, et au-delà même, de toute les entreprises, même si elles sont industrielles. Avec ce concours, les commerçants en ont pris conscience et feront ainsi rentrer notre belle ville de Marseille dans la modernité* ».

VILLE DE MONTREAL

Depuis 2003, Montréal exporte son concept. A ce jour, quatre licences ont été accordées à la demande de la Ville de Saint-Etienne, de la Chambre de commerce et d'industrie de Lyon, du District de Times Square, New York et de la CCI Marseille Provence. Pour le Maire de Montréal, Gérald Tremblay, « *ce rayonnement en Europe et aux Etats-Unis est exceptionnel pour un programme de promotion du design. Il contribue à positionner Montréal comme chef de file en matière de stratégie de développement du design. Ce partenariat avec une métropole aussi dynamique que Marseille est extrêmement porteur et stimulant pour la mise en réseau internationale du design et des designers montréalais.* »