

# MAURIENNE

**HAUTE-MAURIENNE VANOISE** Le Groupement des professionnels se lance à la reconquête de la clientèle

## Le commerce rebondit avec le déconfinement

**Pour marquer la fin du confinement, l'union commerciale GPCM a lancé une campagne de communication. Une affiche montre chaque commerçant participant et son équipe.**

Les images de rues vides ont marqué. Passé l'effet sidérant du coup d'arrêt donné, les commerces se sont organisés : mise en circulation de bons d'achat, création du groupe Facebook "Bons Plans HMV", d'initiative citoyenne.

Le message actuel, c'est : « On est au rendez-vous ! On est là pour vous et réciproquement ». Le comportement de consommateur participe à l'économie. L'opération est ouverte à tous les commerces de Haute Maurienne Vanoise. Début juin, 25 commerçants avaient déjà répondu à l'appel du GPCM, qui a offert la cotisation 2020 à ses adhérents. Une partie des frais d'impression est prise en charge par la Communauté de communes Haute-Maurienne Vanoise.

### Une des meilleures unions commerciales du département

Au challenge des unions commerciales organisés par la Chambre de commerce et la Fédération départementale des



En novembre dernier, à la boucherie Rittaud, la présentation de la filière "Veau de Maurienne" en circuit court. Photo Le DL/F.T.

unions commerciales, le GPCM a été désigné meilleure union commerciale de Savoie, ex aequo. Son dynamisme l'a distingué : en décembre, il a organisé la vente de 17 000 € de chèques cadeaux. La carte de fidélité, avec 3 500 comptes actifs, est aussi un argument.

Le groupement des professionnels s'intéresse aussi à la redynamisation de Modane-Fourneaux et fait entendre la parole des commerçants », assure Mathilde Rittaud, sa présidente. Sur le plan économique, les commer-

ces du secteur représentent 25 millions d'euros

de chiffre d'affaires (deuxième secteur commer-

cial de la vallée) et des dizaines d'emplois.

### Les mesures sanitaires

► Pour les clients. Gestes barrières (pas de serrage de main ni d'embrassade) ; port du masque ; distanciation physique y compris au moment du paiement (paiement sans contact et à partir de 1 €, éviter le règlement en espèces) ; limitation du nombre de personnes à l'intérieur d'un commerce.

Le client doit éviter de manipuler les objets en vente dans le magasin et doit préalablement appeler le vendeur pour se faire renseigner.

► Dans les locaux. Marquage au sol pour la distanciation physique, écrans translucides voire hygiaphone en plexiglas, terminal de paiement électronique (TPE) recouvert de film étirable et nettoyé régulièrement, augmentation du rythme des ménages.

Du gel hydroalcoolique est à disposition des clients. Les portes restent ouvertes pour éviter les contacts mains-poignées de porte, mais c'est plus difficile dans les magasins alimentaires, car les mouches rentrent aussi.

► Pour le commerçant et le personnel. Utilisation systématique de gel hydroalcoolique, gants, masque et/ou visière.

## Mathilde Rittaud : « Les gestes barrières, notre savoir-vivre »

Durant le confinement, les professionnels restés ouverts ont acquis l'expérience du front. Ils la partagent aujourd'hui. « Appliquer les gestes barrières est devenu le symbole du savoir-vivre ensemble en Haute Maurienne Vanoise », témoigne Mathilde Rittaud, présidente du GPCM.

**Faut-il que l'ensemble des commerces de HMV et, au-delà, les lieux publics adoptent les mêmes dispositifs sanitaires ?**

C'est demandé par les autorités. Il faut le faire pour soi-même, pour ses collaborateurs et pour ses clients, qu'ils soient habitants de nos villages ou touristes.

**Que pouvez-vous dire des réactions des clientèles dans les commerces restés ouverts ?**

Presque trois mois après le début du confinement et

après quelques semaines de déconfinement, certains clients sont encore très méfiants : ils ont fait l'effort d'être confinés et n'ont pas envie de prendre le risque maintenant de rencontrer le virus. À nous de leur montrer que les gestes barrières sont appliqués dans toutes les boutiques, de Saint-André à Bonneval-sur-Arc. Les mesures doivent fonctionner car nous avons été moins touchés que d'autres régions.

**La plupart des commerçants portent un masque. Que faut-il exiger de la part du client ?**

Les commerçants doivent porter le masque. Ce n'est pas facile mais c'est indispensable pour rassurer le consommateur, et ce pour l'ensemble des activités.

Le gel hydroalcoolique est à l'entrée des magasins pour s'assurer que ce qui

pourrait être touché à l'intérieur par le client ne sera pas "contaminé". Un flacon de gel à côté de la caisse peut être également utile. Exiger le port du masque par les clients est compliqué, mais si tous les commerçants le recommandent fortement, le client le portera.

**Quelle est l'expérience-client dans le contexte ?**

La majorité des clients fait preuve de bon sens. Il suffit de renforcer notre expérience pour rassurer, de sorte que l'acte d'achat se passe au mieux. C'est déjà ce que l'on fait, et plutôt très bien.

**L'Office de tourisme a travaillé à l'adoption de chartes qui indiqueront aux vacanciers que les commerces et les activités sont sûrs et respectent les recommandations sanitaires.**



Mathilde Rittaud, présidente du GPCM.

Photo Le DL/Sylvain MUSCIO

**res. Qu'en pensez-vous ?**

Les consommateurs auront ainsi l'assurance de trouver la même qualité sanitaire sur l'ensemble du territoire.

Il faudra s'assurer que chaque commerce a bien reçu l'information et qu'il sache comment y adhérer, simplement.

**Que restera-t-il demain de toutes ces mesures ? Nos comportements seront-ils durablement modifiés ?**

Une partie de la population est restée très active : soignants, la filière alimentaire, la distribution des denrées, l'éducation nationale, la gestion des déchets et l'assainissement. Toutes ces personnes se sont organisées, elles n'ont rien lâché.

On ne va rien lâcher non plus pour la réouverture des restaurants et de ce qui était encore fermé à la fin mai, et pour tous les lieux touristiques. Les mesures d'hygiène qui étaient un peu passées aux oubliettes seront à nouveau dans tous les esprits. Le consommateur peut-être redécouvert un commerçant ou un artisan dans sa rue qui lui a facilité la vie pendant le confinement ? C'est très positif !