

---

## Marseille joue la carte du "commerce design"

**S**TIMULER l'innovation, encourager les investissements, éduquer le public et le rendre attentif à la beauté : tels sont les objectifs de l'opération *Commerce Design*, lancée depuis janvier par la chambre de commerce et d'industrie Marseille-Provence (Ccimp) en collaboration avec le service commerce de la cité phocéenne. Le concept, créé en 1995 par la ville de Montréal, récompense les commerçants (toutes activités confondues) qui ont aménagé leur point de vente avec des professionnels tels que des architectes d'intérieur, des designers ou des décorateurs.

« Bref, il s'agit de mettre à l'honneur ceux qui rendent la ville plus belle », lance Marianne Cat, styliste et fondatrice de la boutique marseillaise de créateurs du même nom, également membre de la Ccimp. Le

31 mai, le jury récompensera une vingtaine de lauréats. A la clé : une campagne de promotion. En septembre, le public discernera aussi le prix « coup de cœur » au grand gagnant. « L'objectif de ce concours est de créer un effet d'entraînement, de convaincre d'autres commerçants du bien-fondé du design pour le succès de leurs affaires et la revitalisation des artères commerciales », insiste Marianne Cat. A Montréal, tous ceux qui ont eu droit à une campagne de publicité ont vu leur chiffre d'affaires progresser. Et l'effet tache d'huile s'est mis en place : meilleure fréquentation de la ville, des habitants fiers de leur cité... » Cerise sur le gâteau : un partenariat s'est également noué avec l'office de tourisme de Marseille, qui organisera un parcours pour découvrir les boutiques nominées.