



## “Sauvons-les”, campagne partagée au Pont du Gard

La communauté de communes du Pont du Gard réédite cette année son opération de communication “Sauvons-les” pour défendre le commerce de proximité. Pour relancer le mouvement, les élus ont annoncé mardi à Paris, le partage de cette expérience avec des homologues d'autres régions.

En juin dernier, affiches, flyers, page Facebook ont appelé les habitants à défendre les commerçants de centre-ville. « *Espèces locales en voie de disparition*, est-il inscrit sous des têtes d'artisans portées en trophées de chasse. Une image choc que revendique l'agence de communication montpelliéraine Patte blanche.

Le succès est au rendez-vous, assurent les responsables. Les objectifs : faire revenir les consommateurs dans les boutiques de villages et endiguer la fermeture des commerces. Plus de 80 % des courses se font à l'extérieur de la communauté de communes.

Difficile d'évaluer la réussite en un an. La campagne de communication coûte 40 000 €, financée pour moitié par l'État à travers le Fisac (Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce).

Les élus ont décidé d'en faire profiter tout le monde. « *Elle nous a bien plu, alors on la partage* », justifie Gérard Pedro, président de la communauté de communes. Ainsi, depuis hier, les outils sont en accès libre sur le site [sauvons-les.fr](http://sauvons-les.fr) et peuvent être personnalisés. Toute collectivité locale ou association de commerçants pourra donc se les approprier gratuitement.

« *Il faut changer un peu de tonalité dans le territoire départemental mais aussi hexagonal* », exhorte le député Patrice Prat, qui se félicite « *d'un changement de dynamique.* »

Une dizaine d'entités de toute la France auraient déjà émis un signe d'intérêt.

**MATTHIEU VERRIER**

[redac.paris@midilibre.com](mailto:redac.paris@midilibre.com)