

Monsieur le Président,  
Monsieur le Directeur,  
Mesdames, Messieurs,

C'est assurément un très grand plaisir d'inaugurer la F.N.A.C car elle fait honneur à notre ville. En effet, la F.N.A.C est à plus d'un titre un événement pour la ville de Lille, un événement artistique, commercial et culturel et on ne peut que se féliciter de l'installation de la F.N.A.C à Lille, puisqu'elle a magnifiquement renoué avec le patrimoine architectural de notre ville, qu'elle introduit une conception originale du commerce et qu'elle associe étroitement l'économie à la culture.

Avec la F.N.A.C, après d'autres très belles restaurations que nous devons aux commerçants lillois, la Grand Place retrouve les splendeurs et le ton d'une toile de Watteau. Car la F.N.A.C prend place avec justesse dans le concert de cette architecture intéressante, propre à Lille et contribue à rendre à la Grand Place la vigueur du "style lillois". Il ne manque plus que cette grande procession à Lille en l'honneur de cette Notre Dame de la Treille, qui étaient en 1790 les fêtes de Lille, pour que cette place retrouve les fastes de cette toile dont vous vous êtes si bien inspirés pour réaliser cette magnifique façade. Mais la F.N.A.C est loin de n'être qu'une façade puisqu'aux cours des travaux de restauration on a mis à jour une cave voûtée, vestige de l'architecture lilloise du XVème siècle qui sera le coeur de la F.N.A.C. Et il n'est pas excessif de dire que la F.N.A.C attirera sans aucun doute autant les amateurs d'art et de culture que les mélomanes, les photographes et ceux qui recherchent des équipements audiovisuels de qualité. Car la F.N.A.C s'intègre à Lille avec une justesse et une réussite qui est à son honneur.

Mais la F.N.A.C est aussi un événement commercial pour la ville de Lille. Elle est de ces réalités commerciales qui sont passées au rang d'institution : Elle signifie qualité des produits, information du consommateur, choix circonstancié et elle introduit une éthique commerciale en agissant sur la qualité des produits et en pratiquant systématiquement les tests des produits qu'elle présente. La F.N.A.C s'informe autant qu'elle informe les consommateurs, et ajoute au commerce un certain nombre de services

pour ses adhérents. Et cela va de pair avec le souci de ne pas laisser scléroser la distribution commerciale mais de la moderniser sans cesse. Les chiffres sont éloquentes à cet égard : la F.N.A.C représente actuellement 10 % du marché national de la photographie 9 % du marché national du disque, 3 % du marché national de la librairie, 5 % du marché national du son, 2 % du marché national pour le tennis et la voile. Et son chiffre d'affaires est en progression constante depuis sa création en 1954.

Mais la F.N.A.C de Lille, qui ouvre presque en même temps que la F.N.A.C du Forum des Halles et je dirais qu'elle donne ainsi à Lille sa qualité de Capitale, Capitale régionale, c'est aussi une surface de 2100 m<sup>2</sup>, c'est à dire 1200 m<sup>2</sup> de surfaces commerciales réservées à la photographie, au cinéma, à la radio, à la hifi, aux disques, à la T.V, à la vidéo, mais encore un forum de rencontres pouvant accueillir 80 personnes, un auditorium et des espaces réservés à l'art et à la culture.

Car la F.N.A.C a l'ambition de constituer à Lille, avec le Furet du Nord un centre culturel animé. Le Furet du Nord qui est installé à Lille depuis près de 30 ans affirmait déjà la vocation de métropole européenne de la ville de Lille et avait la juste réputation, dont nous sommes fiers, de plus grande librairie d'Europe ! La F.N.A.C et le Furet seront sans nul doute un important centre de culture et de loisirs au coeur de la ville de Lille. Qu'on juge des initiatives des F.N.A.C parisiennes et des autres F.N.A.C de province et des manifestations culturelles qu'elles organisent : ce sont les vendredis de la F.N.A.C où plus de 80 créateurs et personnalités, de Maria Callas à Jerry Lewis sont venus présenter leurs oeuvres au public et animer des discussions ; c'est en 1973 l'hommage à Picasso à l'Empire qui a amené 39.000 spectateurs, c'est le club Alpha (Association d'Arts et Loisirs pour l'Homme d'aujourd'hui) qui produit des spectacles qu'il s'agisse du domaine de la musique classique, du jazz, de la pop musique. C'est le bulletin de liaison contact qui informe les adhérents de la Fédération des événements culturels et des produits nouveaux. Au point que la F.N.A.C signifie à la fois la vente, et l'information les loisirs, l'art et la culture.

Et, comme le notait Louis Dandrel dans le Monde (du 11 Avril 1974) : "Sous un même toit, le commerce de la culture démontrent non seulement qu'ils s'entendent mais encore qu'ils se complètent". La F.N.A.C introduit une nouvelle conception du commerce, fait la preuve que le négoce et la culture peuvent se fortifier au contact l'un de l'autre.

Si l'on sait qu'elle garde une indépendance absolue vis à vis des producteurs, ce qui est le garant d'une bonne information du consommateur, on ne peut que se féliciter de l'implantation à Lille de la F.N.A.C dont l'ambition, comme le rappelait Monsieur André Essel est "de mettre la culture au service de l'homme et non plus seulement des capitaux" Et il semble bien que la F.N.A.C ait réalisé cette ambition.