

N°	Intitulé	N° Objectif concerné
2	Poursuivre la mise en œuvre de la campagne de promotion (et d'aide à la promotion) du commerce local et du marché hebdomadaire du jeudi : " <i>Je commerce à Comblain</i> "	1.1

### Description du projet

« *Je commerce à Comblain* » a été lancée début 2017 par l'Agence de Développement Local et la Commune de Comblain-au-Pont des suites de réflexions et propositions entendues lors des réunions avec les commerçants locaux (GT « Place Leblanc » en 2016) et sur base des retours de certains commerçants ambulants du marché, demandeurs d'actions plus récurrentes de promotion du marché. Il s'agit d'une campagne générique de promotion des commerces locaux qui vise à favoriser l'achat dans la commune par la population, à soutenir l'activité économique locale mais aussi à créer du lien social et dynamiser la vie dans les quartiers, les entités de la commune.

« *Je commerce à Comblain* » s'inscrit à la fois comme une « marque de fabrique » dont le but est de fédérer et promouvoir l'ensemble des actions liées au commerce sur le territoire communal (en ce compris le marché hebdomadaire du jeudi et l'éventuel futur marché des producteurs locaux à Poulseur) mais également comme animateur de certaines d'entre elles. Pour exemples : un jeu-concours dans les commerces à l'occasion du Championnat du monde de Trial, une action de promotion du marché hebdomadaire à l'occasion de la chandeleur (mise en place d'un partenariat pour distribuer des crêpes en échange d'un bon).

« *Je commerce à Comblain* » dispose d'une charte graphique déclinée sur différents supports : autocollants pour les vitrines des commerces (existant en trois versions pour les trois centres "commerciaux" de l'entité : "*Je commerce à Comblain*", "*Je commerce à Poulseur*", "*Je commerce au Pont-de-Sçay*"), sacs réutilisables, flyers des actions notamment de promotion du marché hebdomadaire du jeudi, du Grand Marché de l'Ascension, futur « Guide pratique » si réalisation (partie consacrées aux acteurs économiques) et sur les publications diffusées dans la presse locale dans le cadre du projet de Promotion Touristique Mutualisée (voir fiche-action dédiée).

La campagne de promotion comprend également une page Facebook, alimentée régulièrement par les acteurs économiques locaux et par l'ADL. S'y retrouvent toutes annonces de commerces ou d'entreprises : menus de la semaine, nouveaux produits, nouveaux horaires, ..., permettant aux clients de s'informer en temps réel des actualités des acteurs économiques.

Pour aider les commerçants et indépendants à augmenter leur visibilité en ligne, des ateliers de création de « pages Facebook professionnelles » sont également proposés (deux par an maximum).

Enfin, la campagne vise également la dynamisation du marché hebdomadaire du jeudi sur la place de Comblain-au-Pont. A la demande du Collège communal, il s'agira également d'inciter les commerces locaux (et les producteurs locaux) à y tenir une échoppe de manière régulière.

... / Maximum 4000 caractères (espaces compris)

### Objectifs en termes de création d'activité économique et de création d'emploi

Le message est clair : acheter dans sa commune, sur le marché, chez les commerçants locaux ou directement chez les petits producteurs, c'est soutenir l'activité économique et les emplois locaux, mais aussi créer du lien social et dynamiser la vie dans les quartiers et différentes entités de la commune.

**Indicateurs :**

- nombre d'actualités commerciales partagées sur la page "Je commerce à Comblain" ;
- nombre de publicités "Je commerce à Comblain" diffusées dans la presse locale ;
- nombre de micro-actions de fidélisation organisées ;
- nombre de commerces participants ;
- nombre d'ateliers « visibilité sur les réseaux sociaux » organisés

... / Maximum 4000 caractères (espaces compris)

#### **Public concerné**

La population locale (de la commune et des communes alentours), clients potentiels des commerçants locaux, les marchands ambulants du marché hebdomadaire du jeudi, les entreprises locales.

... / Maximum 4000 caractères (espaces compris)

#### **Porteur du projet**

L'ADL

... / Maximum 4000 caractères (espaces compris)

#### **Rôle de l'ADL**

Mise en oeuvre du projet impliquant les entreprises locales.

... / Maximum 4000 caractères (espaces compris)

#### **Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)**

Partenaire public :

- Commune : finance les actions.

Partenaires privés :

- tous les acteurs locaux (commerces, entreprises et producteurs locaux), y compris les ambulants sur le marché, qui adhèrent à la campagne, participent aux actions, partagent leurs infos sur la page Facebook, ...

Partenaires associatifs :

- GREOVA : le service graphisme qui a conçu la charte graphique réalise la mise en page de tous les visuels.
- RSI : est associé depuis le début à la campagne comme "co-initiateur".
- l'asbl La Teignouse qui s'associe aux actions de promotion du marché et des producteurs locaux via le Relais du terroir

... / Maximum 4000 caractères (espaces compris)

#### **Grandes étapes de réalisation prévues**

En permanence : publication de plusieurs actualités commerciales locales, sur la page facebook de la campagne, si possible par jour ou, à défaut, ou moins plusieurs fois par semaine

En permanence : diffusion de la charte graphique sur les différents supports

Au moins trois actions de promotion réalisées par an, chaque année, en fonction du contexte, de l'actualité, ... (organisation, rédaction des règlements, impressions des supports de promotion, ...)

Au moins un atelier « visibilité sur les réseaux sociaux » organisé

(invitation, séance d'information d'une demi-journée dans l'Espace Public Numérique de Poulseur, suivi éventuel à la demande)

... / Maximum 4000 caractères (espaces compris)

#### **Coûts estimé et mode de financement**

Le travail est principalement fourni par les agents ADL ; les réalisations graphiques par notre partenaire le GREOVA asbl. Ce qui n'engendre pas de coût.

Les coûts éventuels sont liés à des actions de promotion (impressions de flyers, jeux-concours, publicité dans la presse locale, ..). Ceux-ci sont pris en charge par la commune sur fonds propres pour un montant annuel approximatif de 1000 € tva.

L'ADL achète des encarts publicitaires via le projet de Promotion Touristique Mutualisée (voir fiche-action dédiée) pour la promotion de ses actions. Un subside annuel est sollicité par l'ADL auprès du Commissariat Général au Tourisme (3000 € en 2019 à répartir entre les acteurs locaux dans ce cadre)

... / Maximum 4000 caractères (espaces compris)