

N°	Intitulé	N° Objectif concerné
21	Coordonner la campagne de promotion "ça se passe à Comblain" permettant la mutualisation d'achat d'espaces publicitaires, environ chaque mois, pour des événements à caractère touristique dans un toutes-boîtes de presse gratuite. N.B. : cette action inclut notamment la publicité du "marché hebdomadaire du jeudi".	2.1.

Description du projet

Depuis 2017, l'ADL a mis sur pied ce projet de promotion touristique mutualisée intitulé « Ça se passe à Comblain ! ». Il consiste à proposer aux acteurs touristiques locaux (associations ou services communaux) qui organisent des événements à caractère culturel ou touristique à Comblain-au-Pont de procéder à un achat groupé d'espace promotionnel dans le magazine local qui aura remporté le marché public (annuel). Par cette mutualisation, l'objectif est, d'une part, de véhiculer une image cohérente des activités qui se déroulent sur le territoire communal et d'autre part, de permettre à chacun d'insérer une promotion de ses événements en bénéficiant d'une économie d'échelle importante. Depuis 2017, le Commissariat général au Tourisme soutient le projet par un subside à la promotion touristique, au départ par l'intermédiaire du RSI et en 2019 par l'ADL qui a obtenu ainsi une subvention d'un montant de 3000 € (correspondant à 100% des frais de publication dans ce cadre).

Cette subvention permet de couvrir la part de l'habillage dédié à la promotion du territoire et au développement de l'attractivité de celui-ci. En effet, le projet prévoit l'insertion des encarts publicitaires des partenaires dans un canevas graphique récurrent réalisé par le service graphisme du GREOVA, reprenant les logos des institutions partenaires ainsi que les coordonnées de l'accueil touristique. Une ristourne est également proposée aux associations locales qui achètent des encarts publicitaires dans ce cadre.

Un partenariat avec le journal qui a remporté le marché public est également négocié afin d'annoncer les animations, événements et manifestations touristiques de la commune dans les pages rédactionnelles du magazine, augmentant ainsi la visibilité des acteurs locaux en ce compris les entreprises et commerces qui bénéficient des retombées du projet.

Enfin, l'ADL est largement bénéficiaire d'un tel projet puisqu'elle y a recourt pour y annoncer les événements et actions qu'elle mène : la promotion du marché hebdomadaire, les actions dans les commerces sous le label « Je commerce à Comblain », les Rencontres-entreprises, ...

Les années précédentes, les partenaires étaient notamment : le Musée du pays d'Ourthe-Amblève, les écoles communales, le Royal Syndicat d'initiative, le Comité des Fêtes de Poulseur, la Bibliothèque de Comblain, les services communaux (dont l'ADL), le Royal club auto Marchois pour le Trial GP, la troupe de théâtre Quéle trope, le Comité du Vignoble, l'asbl La Teignouse, ...

Une dizaine de parutions (pleine-page ou demi-page) est prévue par an.

Ce projet ne peut se réaliser que sous condition de l'octroi de la subvention du CGT dont la demande est à renouveler d'année en année.

... / Maximum 4000 caractères (espaces compris)

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

Développement de l'activité économique touristique de la commune par une plus grande visibilité des événements à caractère culturel ou touristique et, indirectement, maintien de l'emploi lié à ces activités.

Indicateurs :

- nombre de parutions par an ;
- nombre de publicités réalisées ;
- nombre de partenaires associés ;
- nombre d'articles consacrés aux acteurs locaux dans les pages rédactionnelles

... / Maximum 4000 caractères (espaces compris)

Public concerné

Le tout public, lecteur de la presse locale distribuée en Ourthe-Amblève et plus spécifiquement dans le cas du Proximag (pour exemple, les communes d'Anthisnes, Aywaille, Comblain-au-Pont, Chaudfontaine (Beaufays et Embourg), Esneux, Ferrières, Hamoir, Ouffet et Sprimont.

... / Maximum 4000 caractères (espaces compris)

Porteur du projet

L'ADL

... / Maximum 4000 caractères (espaces compris)

Rôle de l'ADL

L'ADL coordonne la publication et la répartition des espaces publicitaires commandés par les partenaires. Elle veille également à la diffusion d'informations valorisantes pour le territoire et, dans certains cas, conseille les associations dans leur démarche de promotion dans ce cadre.

L'ADL gère en direct la subvention du CGT en tant que porteur du projet et veille à la bonne exécution des conditions du marché public remporté par un organisme de presse locale.

... / Maximum 4000 caractères (espaces compris)

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)**Partenaires publics :**

- le CGT qui subventionne le projet ;
- l'Administration communale qui, au travers de ses différents services, commande des encarts publicitaires

Partenaire privé :

- l'organe de presse local qui remporte le marché public

Partenaires associatifs :

- les associations qui commandent des encarts publicitaires via ce projet,
- le GREOVA qui a réalisé la charte graphique et qui compose certaines annonces touristiques pour le compte des services communaux

... / Maximum 4000 caractères (espaces compris)

Grandes étapes de réalisation prévues

Cette action est annuelle et prévoit un planning répété d'année en année :

- Dossier de demande de subvention au CGT
- Lancement du marché public auprès d'organes de presse locale et attribution
- Diffusion de l'information et contact avec les partenaires potentiels
- Environ 10x par an, coordination des publications

... / Maximum 4000 caractères (espaces compris)

Coûts estimé et mode de financement

Ni l'ADL ni l'administration communale n'engagent de budget pour cette action. Il s'agit d'un travail de coordination. Les dépenses de promotion touristique sont prises en charges par les acteurs locaux et subventionnés par le CGT (part de l'habillage récurrent et ristourne sur les encarts commandés. En 2019, cette subvention s'élève à 3000 €.

... / Maximum 4000 caractères (espaces compris)