

La Colle-sur-Loup

Clips « RéSonance »

Le problème

Désaffectation du commerce de proximité au profit des zones commerciales périphériques, désertification des centres-villes et villages

Votre solution innovante

Concevoir et réaliser des pastilles vidéo, efficaces et percutantes, de 60 secondes, adaptées au social média et destinées à donner l'envie de consommer dans les commerces de proximité en créant un lien affectif avec les spectateurs.

Les objectifs

- Développement du chiffre d'affaires des commerçants
- Retombées presse
- Augmentation de la fréquentation touristique
- Notoriété des commerces et des destinations

La description de l'innovation

- **Qui :**

L'Office de Tourisme et du Commerce de La Colle-sur-Loup

- **Pour qui :**

Les Commerçants de la commune de La Colle-sur-Loup

- **Quoi :**

Livraison d'un clip vidéo de 60 secondes, clé en main, qui valorise à la fois l'activité commerciale et la destination

Adapté au social média, le commerçant est propriétaire du film et l'OT s'occupe de le diffuser : réseaux sociaux, presse... Le format court, le ton percutant et légèrement décalé renforcent la singularité du projet.

8 clips ont été réalisés en 2018, 10 en 2019.

- **Quand :**

Sortie des nouveaux clips le 20 juin 2019

Les moyens humains et financiers

La conception, le scénario original et la direction du projet sont réalisés en interne (office de tourisme et du commerce), sans recours aux services d'une agence de communication, ce qui permet de limiter les coûts de réalisation (film et montage)

- **Budget :** 6000 €, autofinancés.

Chaque clip est facturé au commerçant au prix de revient que nous avons négocié avec un prestataire technique, soit 600€, ce qui est une vraie opportunité car le prix est très en dessous du prix de marché pour la réalisation d'un film promotionnel.

L'évaluation de l'innovation

- **Impact**

80% des commerçants de 2018 ont souscrit à nouveau la même offre en 2019. Ils ont unanimement lié les clips à un accroissement de leur chiffre d'affaires.

- JC Pellegrino, bijoutier joallier : « plusieurs clients sont venus des communes voisines car ils ont découvert mon activité sur les réseaux sociaux »
- Paul Conti, galerie d'art : « ma galerie a gagné en notoriété grâce à la diffusion des clips sur les réseaux sociaux »
- Alain Llorca, restaurateur : « j'estime à 10% le gain de chiffre d'affaire réalisé grâce au projet RéSonance »

6 commerçants ont renouvelé leur clip et 4 nouveaux commerçants ont adhéré au projet en 2019. Cela porte à 10 le nombre de commerçant ayant adhéré au projet.

Des retombées presse écrite et radio : <https://www.francebleu.fr/emissions/l-invite-de-ca-vaut-le-detour/azur/vincent-pompara-utilise-les-reseaux-sociaux-pour-promouvoir-la-colle-sur-loup>

https://tribuca.net/collectivites_35140676-la-colle-sur-loup-booste-son-commerce

<https://www.nicematin.com/vie-locale/la-colle-les-commerçants-acteur-d-un-jour-pour-valoriser-le-village-243448>

<https://www.nice-premium.com/actualite,42/local,5/la-1ere-fete-des-commerçants-a-la-colle-sur-loup,26144.html>

- **Bilan**

- Nombre de commerces en croissance en 2019 vs 2018 : 10 nouvelles enseignes se sont installées sur la commune en 2019
- La notoriété de la destination sur les médias sociaux a augmenté fortement

Communauté Facebook 2018 : 4000 fans

Communauté Facebook 2019 : 7900 fans

Instagram 2018 : 200

Instagram 2019 : 845

- **Evolution**

- Doubler le nombre de commerçants adhérents à la démarche en 2020.
- Intégrer la Chambre des métiers et de l'artisanat à la démarche en 2020 qui propose de subventionner le projet afin d'abaisser encore le prix d'achat pour le commerçant.

3 Mots clés : Communication – Collaboratif - Développement