

MÉTROPOLE NICE-CAGNES-VENTE

nice-matin

nicematin.com

RÉSEAU SOCIAL DEPUIS 1945

MERCREDI 23 OCTOBRE 2019

La Colle distinguée par le prix Territoria

La commune de La Colle a entamé depuis l'arrivée du nouveau directeur de l'office du tourisme, Vincent Pomparat, un virage sur la promotion du village. Elle passe désormais par le numérique et les nouveaux réseaux sociaux.

Une communication « nouveau monde » qui vient d'être reconnue avec l'attribution du prix Territoria de bonze dans la catégorie « Revitalisation commerciale. »

Pour mettre en avant cette distinction, l'office a fait appel à « l'ancien monde » par le biais d'un communiqué de presse qui explique le pourquoi du comment.

Il rappelle ainsi ce qu'est le prix Territoria, qui « recueille, valorise et dif-

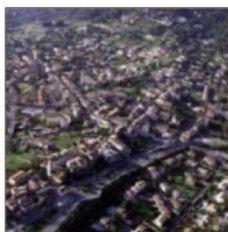
fuse les initiatives des collectivités territoriales en France. »

Pour son appui au commerce de proximité

Réuni sous la présidence du ministre de la Cohésion des territoires et des relations avec les collectivités territoriales, le jury a distingué cette année 50 collectivités. Près de 220 candidatures avaient été enregistrées.

Les trophées et diplômes seront remis aux lauréats le mercredi 13 novembre dans les salons de Boffrand de la présidence du Sénat.

La Colle-sur-Loup a reçu son prix pour son projet *RéSonance*. « C'est une offre de service de l'office qui répond à la problématique de désaffec-



La Colle-sur-Loup.

(Photo Philippe Lambert)

tion du commerce de proximité au profit des zones commerciales de périphérie et à la désertification des cen-

tres-villes et villages » explique l'office de tourisme et du commerce de La Colle-sur-Loup.

Clé en main pour un coût de 600 euros

Celui-ci « a livré clé en main à ses commerçants une vidéo clip de 60 secondes qui valorise leur activité commerciale et la destination. » Pour les représentants de l'office, « adapté au social média, le commerçant est propriétaire du film et l'office s'occupe de sa diffusion et sa viralité sur les réseaux sociaux. »

Huit clips ont été réalisés en 2018, 10 en 2019. « La conception et la direction du projet sont réalisées par l'office. Cela permet de limiter les coûts à la

réalisation (film et montage) avec un budget de 6 000 euros. Chaque clip est facturé au commerçant au prix de revient, soit 600 euros. Pour le commerçant il s'agit d'une vraie opportunité car le prix pour une telle réalisation est très en dessous du prix de marché » avance la structure.

Quant aux clics, l'office affirme que « plus de 8 000 personnes ont été touchées sur le seul Facebook pour 5 000 à 6 000 vues. Les clips sont diffusés sur Instagram et Twitter à intervalle régulier. La viralité s'installe peu à peu. »

À retrouver sur Youtube avec Alain Llorca, J-C Pellegrino, Chabada Yoga, Ludiparc, Boucherie Beltrando, Maison Carles, Galerie Paul Conti, Coiffure Croylau, Snack-traiteur Garcia Hacienda.