

PLAN DE COMMUNICATION

**MESURES D'ATTÉNUATION
POUR LES COMMERÇANTS**

Axé commerces | Mes bonnes adresses



CONTEXTE ET ANALYSE DE LA SITUATION

Pendant le chantier majeur de la rue Visitation, la Ville de Saint-Charles-Borromée sera placée devant une situation difficile qui aura une incidence préoccupante pour la qualité de vie des résidents et pour le chiffre d'affaires des commerces et entreprises locales. Car ces travaux vont engendrer une coupure du lien fonctionnel sur notre artère commerciale pendant plus de sept mois.

Les commerçants et les partenaires d'affaires situés sur le segment des travaux (des limites de Joliette au chemin du Golf) sont donc une cible particulière pour la communication du chantier «Axe des générations».

STRATÉGIE

Établir un plan de mesures de mitigation pour réduire le plus possible les inconvénients; une démarche spécifique pour les commerçants et les partenaires d'affaires.

S'appuyer sur l'expertise de la Corporation de développement économique de la MRC de Joliette (CDÉJ) pour la connaissance des particularités de l'activité commerciale, ses enjeux et son animation durant un chantier urbain.

Une vaste campagne intitulée «Un bout de chemin pour l'achat local» et propulsée par l'agence **Proulx communications** dont l'objectif est de redécouvrir notre cœur de ville, même en contexte de travaux majeur.

PUBLICS CIBLES

- > Les commerçants de la rue Visitation
- > Les partenaires d'affaires et événementiels (Natur SUP, Mémoire et racines)
- > Les bureaux de professionnels du pôle santé
- > Les citoyens (consommateurs)

PARTENAIRES

- > CDÉJ (Maryse Lepage, commissaire au développement et à l'animation commerciale)
- > Chambre de commerce (Valérie Trudel, responsable des communications)

OBJECTIFS VISÉS

Déployer une campagne qui aura pour effet d'inciter les citoyens à faire «ce détour qui en vaut la peine» pour découvrir les produits et services offerts par nos places locales.

AXE DE COMMUNICATION

Maintenir l'accessibilité et l'attractivité de notre axe commercial.

MESSAGES-CLÉ

Une approche « ville » : axée sur les commerces pour qu'ils soient accessibles et mis en valeur

Une approche « citoyenne » : nos actions peuvent faire une différence pour nos entreprises

CONTENU D'ACCROCHE

AXÉ COMMERCES | MES BONNES ADRESSES

PLAN DE MITIGATION

Véhicule de communication	Objectif-contenu	Budget	Responsable
Agente de liaison sur le terrain et Bureau de chantier	Interlocutrice unique qui agit comme courroie de transmission entre les diverses parties prenantes touchées par les travaux, les services municipaux et les professionnels des trois chantiers. Agit aussi comme commis à l'information – reconnaissable par son chandail – et peut être rencontré/consulté dans la zone de travaux, mais aussi dans le bureau de chantier situé à l'hôtel de ville (bien repérable aussi)	N/A	Cancan Communications
Soirée d'information pour les commerces et entreprises 5 juin	Les représentants de la Ville expliqueront les travaux et dévoileront: <ul style="list-style-type: none">> Le plan d'aménagement final> L'agente de liaison> Soutien et partenaires CDEJ et Chambre de commerce> La circulation – détours – stationnement Il s'en suivra une période de questions sous forme de tables-kiosque d'information.	Kiosque Location événementielle Cartes USB 1 500 \$	Ville de SCB
Stratégie promo du Plan de mitigation Axé commerces Mes bonnes adresses	Contrat Proulx communications	43 000 \$	Proulx communications
Page de campagne boutdechemin.com	Page de destination complémentaire au site web axesdesgenerations.com Module de gestion des NIP gagnants	7 400 \$	Proulx communications (facture en sus)
Shooting photo « Bonnes adresses »	5 photos / 5 lieux pour la section des bonnes adresses du site axesdesgenerations.com et des réseaux sociaux de la Ville	2 825 \$	Storyline Communication

Embellissement de chantier	<p>Le design peut porter secours à ce chantier majeur en lui insufflant à la fois quelques éléments d'esthétique et l'utilisant comme véhicule de diffusion de l'information.</p> <p>Pour donner une dimension humaine et incitative à la consommation de proximité</p>	1 875 \$ (pour 2, quantité sujette à changement)	Proulx communications (conception incluse au contrat) Ville de SCB (impression)
Programme de soutien d'achat local	Les commerçants peuvent nous remettre leurs factures pendant une période de treize semaines.	10 000 \$	Ville de SCB
Placement publicitaire journal L'Action	<p>Les commerçants sont dédommagés avec un investissement publicitaire aux frais de la Ville afin d'inciter les citoyens à fréquenter leurs « bonnes adresses ».</p> <p>Le repérage par habitude de la liste des commerces.</p> <p>Le repérage par thème des commerçants (Ex. : Fête des Pères, Bal des finissants, Vacances, Rentrée scolaire, Halloween, ect.)</p>	10 150 \$	Ville de SCB
Placement publicitaire web	<p>Placement publicitaire déployé pour stimuler l'achat local de la population pendant les mois de juin, juillet, août, septembre, octobre et novembre</p> <p>Lanau d'art Mon Joliette Lanauweb L'Action</p>	À partir de notre entente annuelle	Ville de SCB
Placement radio	Pub 30 secondes pour 12 semaines	À partir de notre entente annuelle	Ville de SCB
Enseigne électronique	Intersection Visitation / boul. L'Assomption pour stimuler l'achat local de la population pendant les mois de juin, juillet, août, septembre, octobre et novembre	N/A	Ville de SCB
Posters dans tous les bâtiments municipaux et tous les commerces intéressés	Visuel de campagne Un bout de chemin 60 affiches	1 150 \$	Proulx communications (contrat) / Cancan communications (distribution)
Publications, story et entête Facebook	Visuel de campagne Un bout de chemin	N/A	Ville de SCB
Écrans de télévision dans les bâtiments municipaux	Visuel de campagne Un bout de chemin	N/A	Ville de SCB
Coordination du concours	<p>Tous les clients qui magasinent dans un commerce situé dans la zone des travaux sont invités à participer :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Faire son « bout de chemin » pour l'achat local en surveillant « sa bonne semaine » 2) Faire valider sa carte chanceuse, d'une valeur de 50 \$, à l'aide d'un code QR chez un commerçant participant 	N/A	Proulx communications (inclus au contrat)

<p>Distribution d'outils ou de « goodies » à tous les citoyens</p>	<p>Médiapostages incitatif et promotionnel de la campagne d'achat local durant les travaux.</p> <p>Autocollants en vinyle</p> <p>Cartes tentes</p> <p>Messages:</p> <p>Renforcer le consensus local sur l'importance de continuer à fréquenter les marchands locaux durant les travaux du chantier</p> <p>Axe des générations</p> <p>Expliquer l'importance de l'achat de proximité pour la région et pour des générations!</p>	<p>Proulx communications (conception et impression incluses au contrat)</p> <p>Postes Canada 2 200 \$ - Ville de SCB</p>
---	---	--

TOTAL : ± 80 000 \$