

## Rapport d'Activité 2020



*Les commerçants à Chamrousse le 13 janvier 2021*

## Sommaire

### **1-Vie Associative**

### **2-Actions**

*-Partenariat avec la station Chamrousse et mise en place d'une opération de promotion- ski Chamrousse- pour les clients des commerçants+ lundi VIP pour les commerçants à Chamrousse*

*- Soirée- Vision du commerce par les candidats aux Municipales 2020*

*-Accompagnement à la mise en place de bons d'achat chez les commerçants, contexte crise sanitaire (1<sup>er</sup> confinement)*

*-Participation à la mise en place de Kits Covid pour les boutiques du centre-ville lors de la réouverture post-confinement*

*-Campagne de communication pour le commerce de proximité*

*-Opération "Grenoble et ses artistes au XIX<sup>e</sup> siècle" en partenariat avec le Musée de Grenoble*

*- Mise en place de la 3<sup>ème</sup> édition du concours des Commerçants*

*-Noël : Opération bons cadeaux avec France-Bleu*

## *Vie Associative*

### **Accompagnement au développement des Unions Commerciales en 2020 :**

- ✚ Accompagnement des UC pour leurs animations :
  - Démarches administratives Animations, Braderies et Brocantes mais elles ont été annulées en raison de la crise sanitaire : déclaration occupation espace public, demande d'ouverture dominicale, déclaration de vente au déballage, demande de matériel.
  - Stratégie de l'association : Une réunion stratégique a été organisée en juillet 2020 avec tous les présidents d'UC pour travailler à la nouvelle stratégie de Label Ville. Les présidents ont souhaité travailler sur une organisation unique du commerce grenoblois ; Label Ville a le projet de mutualiser ses Unions Commerciales.
  - Communication (partage de toutes les animations des UC sur le site de Label Ville et la page Facebook).

#### ❖ Le Bureau

Président : Christian HOFFMANN

Vice-Président : Emmanuel LENOIR

Vice-Président : Éric ESNAULT

Trésorier : Jean-Luc BODIN

Trésorier adjoint : Gérard TERRONE

Secrétaire : Stéphanie GRONDEAU

Secrétaire adjointe : Janine TERRONE

Conformément aux statuts, L'Association est administrée par un Conseil d'Administration composé d'un représentant par Union Commerciale adhérente.

- ✓ Christian HOFFMANN
- ✓ Nicolas TROUILLON
- ✓ Jean-Luc BODIN
- ✓ Eric ESNAULT
- ✓ Laurène DE CILLIS
- ✓ Olivier BRUNEL, Philippe COLLIGNON
- ✓ Yves DELAHAYE
- ✓ Agnès MARTIN
- ✓ Marc MAYET, Thomas GRANGET
- ✓ Stéphanie GRONDEAU
- ✓ Michaël MARANO
- ✓ Sébastien PIA
- ✓ Emmanuel LENOIR
- ✓ Gérard TERRONE

❖ La permanence

Animatrices : Véronique BOIN (remplaçante congé parental) et Katia BOISSIN

❖ L'organisation du premier semestre

**6** Groupes de travail

**3** Conseils d'Administration

**3** Réunions de Bureau

**1** Assemblée Générale

## 1-Actions Label Ville 2020

### I. Partenariat avec la station Chamrousse -janvier 2020

L'association LABEL VILLE et la station de ski Chamrousse ont officialisé leur partenariat le 13 janvier 2021.

Objectif : recréer du lien entre la ville et la montagne, via des réductions de forfaits pour les commerçants partenaires et leurs clients.

*« C'est une signature au sommet qui a eu lieu lundi 13 janvier. Et pour cause, elle s'est déroulée à la Croix de Chamrousse, à 2 250m d'altitude ! » (Extrait de l'article Place Grenet du 15/01/20).*

La station de ski et Label Ville sont officiellement devenus partenaires. Ce afin de faire de Grenoble une destination ville-montagne. Mais aussi de lui permettre de se réappropriier son statut de capitale des Alpes.

## Réduction sur les forfaits de ski

Les commerçants partenaires de l'opération ont pu bénéficier d'un forfait de 23€ les lundis, au lieu d'un forfait de 36.80 €. Pour marquer le coup, 65 commerçants de Label Ville ont été invités à skier ce lundi 13 janvier après-midi.



## CHAMROUSSE MOUNTAIN PARK

**RÉDUCTION  
EXCLUSIVE  
LABELVILLE**

Bénéficiez d'une réduction de **15 à 20%** selon la période sur votre forfait 4h ou journée grâce à vos commerçants grenoblois!

Entrez le code qui vous est communiqué dans l'espace partenaire LabelVille sur [ski.chamrousse.com](http://ski.chamrousse.com)



# LABEL VILLE



# LABEL VILLE

Les avantages de ce partenariat ont également séduit les grenoblois les plus sportifs. Les commerçants partenaires ont pu appliquer à leurs clients 15 à 20% de réduction sur les forfaits de ski. 35 commerçants se sont inscrits dans la démarche :

|  |
|--|
| HOTEL D'ANGLETERRE                       |
| Caves Micand                             |
| MICAND COTE RUE                          |
| Intermarché Grenoble Foch                |
| Hotel de l'Europe                        |
| Le Bistrot                               |
| AU PETIT BONHEUR FLEURS                  |
| MAISON LENOIR                            |
| DIGIPASTA                                |
| Selectour Ailleurs Voyages               |
| BAGELSTEIN                               |
| Krys                                     |
| LE BRAZZA                                |
| Porcelaine & Co                          |
| MONOPRIX GRENOBLE LAFAYETTE              |
| Pop Alp                                  |
| Sur les Chemins de Terre                 |
| FLAM'S                                   |
| PUP FORM                                 |
| ADRENALINE SPORTS                        |
| Le Vin des Alpes                         |
| BOUCHERIE GIROLET                        |
| FROMAGERIE LES ALPAGES                   |
| Librairie Glénat - Couvent Sainte Cécile |
| TAHNDEM                                  |
| DKS                                      |
| Antiquités Christian Hoffmann            |
| MAISON LENOIR                            |
| Atelier-galerie Marie Killy              |
| Épicerie ARAX                            |
| Optique Championnet                      |
| La Môme                                  |
| Dingdingdong                             |
| Gramenon et Compagnie                    |
| Pharmacie Championnet                    |





Nous avons également prévu un stand Chamrousse sur la braderie d'Etoile centre-ville afin de mettre en avant les commerçants chamroussiens.

## Campagne de communication téléphérique Chamrousse

# LABEL VILLE

La station de ski Chamrouse a réalisé l'habillage d'une cabine téléphérique de la station avec la Campagne de communication de Label Ville Commerces Grenoble, avec la déclinaison « Les commerçants du centre-ville de Grenoble et de Chamrouse ».

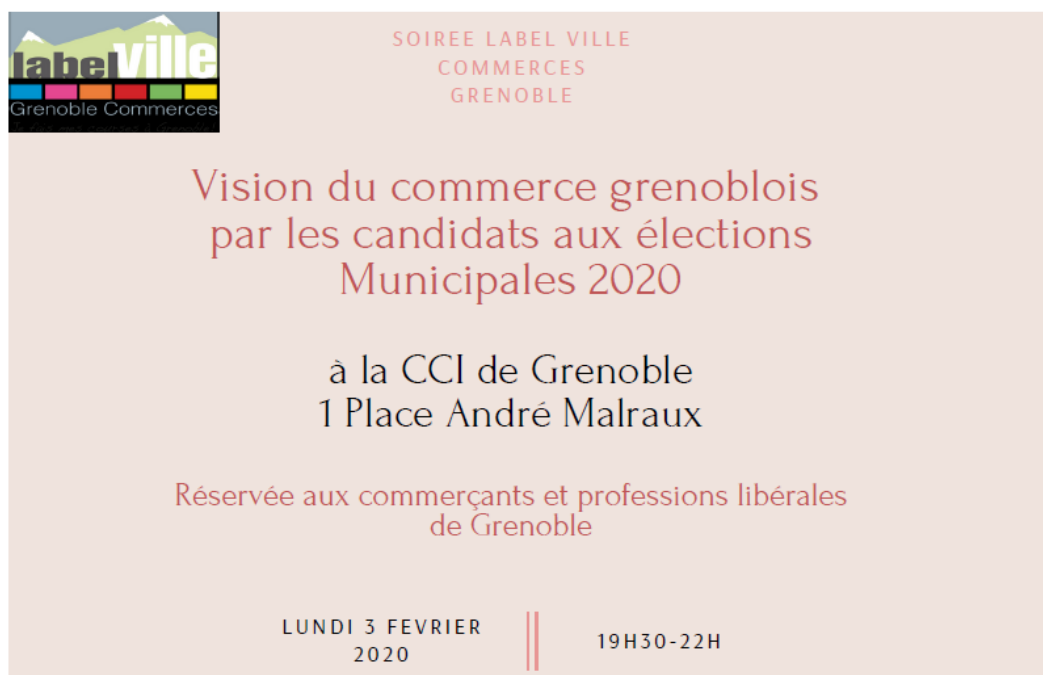


Budget de l'action :

**BUDGET partenariat Chamrousse**

| Dépenses       | Prévisions   |
|----------------|--------------|
| Affiches (100) | 150 €        |
| <b>TOTAL</b>   | <b>150 €</b> |

II. Soirée- Vision du commerce par les candidats aux Municipales 2020



SOIREE LABEL VILLE  
COMMERCES  
GRENOBLE

Vision du commerce grenoblois  
par les candidats aux élections  
Municipales 2020

à la CCI de Grenoble  
1 Place André Malraux

Réservée aux commerçants et professions libérales  
de Grenoble

LUNDI 3 FEVRIER  
2020 || 19H30-22H

Les membres de la Fédération des Unions Commerciales, Label Ville Commerces Grenoble, ont décidé d'organiser une rencontre sur la vision du commerce grenoblois, par les candidats aux Municipales 2020, pour les commerçants grenoblois.

L'association Label Ville, au-delà des animations commerciales et opérations de promotion du commerce, est facilitatrice de liens entre les commerçants grenoblois et les pouvoirs publics.

Cette soirée a eu lieu à la Chambre de Commerce et d'Industrie et a été animée par la journaliste, Annie Zylberberg.

150 commerçants se sont mobilisés pour participer à cette soirée.

## LE DÉBAT



**Des divergences concernant le commerce entre cinq candidats aux municipales ce lundi.** Photo Le DL/Benoît LAGNEUX

### ■ Cinq candidats aux municipales pour évoquer le commerce

Lundi soir, cinq candidats aux élections municipales à Grenoble étaient présents à la Chambre de commerce et de l'industrie : Mireille d'Ornano, Émilie Chalas, Alain Carignon, Olivier Noblecourt et Éric Piolle. Le but : parler des commerces dans la ville. Et forcément, il y a eu des divergences. Là où Piolle, maire sortant, évoquait « un beau défi », les autres ont répondu « grandes difficultés » (d'Ornano), « absence de vision du commerce » (Carignon), « sentiment de déclin » (Chalas) ou encore « ville sous cloche » (Noblecourt). Les réponses ont tourné autour de la question du stationnement, de la sécurité ou de la mobilité, mais aussi la problématique de la redynamisation (10 % des locaux commerciaux sont inoccupés dans la ville). Un débat plutôt calme dans son ensemble. À noter qu'un sixième candidat, Damien Berthelemy (Rassemblement National) avait été invité, mais n'est pas venu, selon les organisateurs.

Label Ville a réalisé trois réunions pour préparer cette soirée avec les commerçants. Les thèmes suivants ont été traités :

## Vision des candidats aux élections municipales 2020

### Préparation des questions

#### Vos questions aux 6 candidats (anonymes lors de la soirée)

*Vous avez la possibilité de poser des questions aux 6 candidats (Eric Piolle, Alain Carignon, Emilie Chalas, Olivier Noblecourt, Damien Berthélémy et Mireille d'Ornano.)*

*Votre ou vos questions seront lues par l'animateur si elles s'inscrivent dans, au moins, un des trois thèmes ci-dessous :*

*-Flux (stationnement, mobilité, circulation des personnes à mobilité réduite, accessibilité au centre-ville, livraisons en ville, capacité à générer plus de flux en ville)*

*-Attractivité (sécurité, propreté, écologie, animations, rôle des enseignes, préservation et mise en avant du patrimoine culturel, touristique, etc.)*

*-Saturation Commerciale (Neyrpic, centres commerciaux périphériques, équilibre centre-ville et communes avoisinantes)*

*Nous comptons vivement sur vos questions pour alimenter cette soirée ! C'est à vous :*

#### **A- Flux (stationnement, mobilité, circulation des personnes à mobilité réduite, accessibilité au centre-ville, livraisons en ville, capacité à générer plus de flux en ville) -**

- +** **Constat et question générale** : Un grand nombre de commerçants constatent une baisse d'activité liée à une désertification du centre-ville et, un report de

la clientèle sur les communes voisines. Comment aller vous générer plus de flux en centre-ville ? Quelles mesures allez-vous prendre pour cela ?

## Stationnement

- Quelles mesures allez-vous prendre pour le stationnement ? Gratuité du stationnement les samedis ?
- Comment allez-vous développer la fréquentation des parkings relais ?
- Allez-vous créer de nouveaux et de plus grands parkings relais ?
- Quelles seront les nouvelles dispositions pour garer les voitures au plus près de la ville et ainsi augmenter le flux de clients ?
- Allez-vous prendre des mesures afin que les commerçants puissent bénéficier d'abonnements pour se garer dans les parkings d'ouvrage ?
- Une politique écologique locale passe-t-elle forcément par la stigmatisation des automobilistes comme responsables pollueurs ?
- Lequel d'entre vous sera à même de mener à bien le projet de changement de sens de la rue des petits champs afin de rendre le parking K Store plus facilement accessible depuis le cours Jean Jaures ?
- Comptez-vous baisser le prix des parkings ?
- Qu'allez-vous faire pour que soit respecté le stationnement de 20 minutes dans les rues piétonnes ?

## Accessibilité

- Comment allez-vous améliorer l'accessibilité des clients issus de la vallée du Grésivaudan ?
- Quelles mesures incitatives prévoyez-vous pour stopper la fuite de cette clientèle vers les villes périphériques telles que Chambéry, Annecy ... ?
- Les communes et agglomérations qui pratiquent la gratuité des transports en commun semblent plus que satisfaites des retombées à court et moyen terme, tant pour la qualité de l'air que pour la fréquentation des centre-ville (on rappellera ici que les "murs d'enceinte" constitués d'innombrables zones commerciales ne sont pas concernés par les problèmes liés à la circulation restreinte et au stationnement). Votre position sur ce sujet ?
- Quid de la gratuité des transports en commun ? Allez-vous prendre des mesures pour renforcer la sécurité dans les transports en commun ?
- Que comptez-vous faire pour améliorer les liaisons TER avec les extérieurs ?
- Que comptez-vous faire pour améliorer l'accessibilité à la gare SNCF ?
- Comptez-vous développer des navettes électriques dans le centre-ville ?

- Qu'avez-vous prévu dans votre plan de circulation pour redynamiser le commerce en centre-ville et donner envie à tous nos clients qui ne peuvent plus venir faire leurs courses en ville ?
- Allez-vous prendre de nouvelles mesures concernant le boulevard Agutte Sembat ou le laisser en l'état ?
- Envisagez-vous un assouplissement ou une modification du plan de circulation actuel ?
- Qu'allez-vous proposer aux personnes âgées et à mobilité réduites pour qu'elles puissent s'adapter ? Comment allez-vous favoriser l'accessibilité pour ces personnes ? Comment pourront-elles accéder à un commerce sans pouvoir stationner ou être déposées facilement ?
- Comment allez-vous gérer les livraisons en centre-ville ?

## Piétonisation

- Vous êtes-vous benchmarké par rapport à d'autres villes, notamment des villes comme Dijon ou Aix en Provence qui ont terminé et réussi leur transformation ?
- Quelle est votre solution pour faire repartir le commerce et l'économie local, avec les changements de pratiques liées à la piétonisation ?

## B- Attractivité (sécurité, propreté, écologie, animations, rôle des enseignes, préservation et mise en avant du patrimoine culturel, touristique, etc.)

**Constat et question générale** : Pour de nombreux commerçants, il y a deux gros freins à un retour à une bonne fréquentation : la sécurité et la propreté.

Que proposez-vous pour reconquérir cette clientèle en désamour flagrant et assumé avec le centre-ville de Grenoble ? Comment allez-vous développer l'attractivité de la ville ?

Comment pensez-vous redonner une image positive de Grenoble à l'extérieur de la ville ?

## Sécurité

- Comment comptez-vous gérer l'insécurité et rassurer les citoyens sur ce sujet ? Quelles mesures allez-vous prendre pour améliorer la sécurité des grenoblois ?
- Que comptez-vous faire pour réduire les agressions physiques ?

- Que comptez-vous faire pour réduire le vandalisme et les vols dans les caves, dans les voitures, également les vols de vélos ...

## **Propreté**

- Quelles actions envisagez-vous pour rendre la ville propre ?
- Quelles mesures prendrez-vous pour réduire les déjections canines et déchets au sol ?
- Quelles mesures efficaces comptez-vous prendre pour stopper la multiplication des tags sauvages partout ? Comment allez-vous empêcher les vitrines, stores, portes et façades des commerces d'être taguées ? Les ferez-vous réellement effacer dans les 24h si cela arrive ?

## **Ecologie**

- Comment allez-vous combiner enjeux écologiques et enjeux économiques ?
- A l'heure des systèmes d'éclairages économes en énergies (à leds par exemple), allez-vous laisser la ville dans l'obscurité commerciale la nuit ? Comptez-vous renforcer l'attractivité visuelle et l'émulation commerciale ?
- Que comptez-vous faire pour réduire drastiquement la pollution atmosphérique et sonore ?

## **Animations**

- Comment comptez-vous attirer les consommateurs en centre-ville avec des animations qualitatives ?
- Comment pensez-vous redynamiser la vie nocturne à Grenoble ?

## **Embellissement**

- La place Victor Hugo devait être refaite en 2019, avez-vous prévu qu'elle se fasse en 2020 ? si oui à quelle date ?
- Quelles sont vos propositions pour enfin embellir Grenoble ?

## **Coopération avec tous les acteurs du territoire**

- Quelle stratégie pour accueillir, informer efficacement les habitants et visiteurs, mettre en exergue les offres locales des commerçants et professionnels du tourisme, des établissements culturels, de patrimoine ?
- Quelle volonté en termes de travail en commun de tous les acteurs du territoire (associations comprises) en termes de communication locale, régionale, nationale et internationale ?



- Quelles est votre position et quelles sont vos propositions pour soutenir "Grenoble Alpes » ?
- Seriez-vous prêt à transférer à nouveau la compétence commerce à la Ville ?
- Le commerce est confronté aux enjeux numériques, allez-vous accompagner les commerçants, concrètement, dans cette transition ?

## Rôle des enseignes

- Quels sont vos arguments pour attirer des enseignes de renom ?
- Avez-vous des solutions pour la réouverture des locaux vacants ? Ainsi que leur affectation ?

## C- Saturation Commerciale (Neyrpic, centres commerciaux périphériques, équilibre centre-ville et communes avoisinantes)

**Constat et question générale :** De nombreux commerçants ne sont pas favorables à la création et au développement de grands centres commerciaux en périphérie. Comment comptez-vous réguler le marché pour favoriser le commerce de centre-ville ?

- Comment pensez-vous lutter contre l'énorme affluence que produira Neyrpic ?
- Centre commerciaux de l'agglomération / Centre-Ville Grenoble : concurrence ou complémentarité ?
- Décréterez-vous un moratoire pour les nouveaux centres commerciaux ?

Budget de l'action :

### BUDGET CAMPAGNE DE COMMUNICATION

| Dépenses     | Prévisions   |
|--------------|--------------|
| Journaliste  | 960 €        |
| <b>TOTAL</b> | <b>960 €</b> |

### III. Accompagnement à la mise en place de bons d'achat chez les commerçants, contexte crise sanitaire (1<sup>er</sup> confinement)

La Métropole de Grenoble a créé une page dédiée aux commerçants de la Métropole de Grenoble sur la plateforme nationale de bons d'achats « *Soutien commerçants artisans* », créée lors du premier confinement : <https://soutien-commercents-artisans.fr/pages/grenoble-alpes-metropole>.

Elle a permis aux habitants de commander des bons d'achat dans les commerces fermés à cause du confinement, bons d'achat qui pouvaient être utilisés à la réouverture des commerces.

Grâce à l'accompagnement et la promotion de Label Ville, plus de 130 commerces se sont inscrits sur cette plateforme.

Au total, cette plateforme nationale a pu aider plus de 8 000 commerces de proximité partout en France, en récoltant plus de 2,5 millions d'euros » précise la start-up. Et les commerçants grenoblois ont été parmi les plus soutenus avec 70 000€ de bons d'achats collectés pour plus de 110 commerçants inscrits, soit la première ville du site après Paris sur un total de 2000 communes !

Pour cette action, la Ville de Grenoble s'est inspirée de la Campagne de communication « Mon Excuse Bonheur », réalisée par Label Ville en 2019 et a réalisé de nombreux visuels pour la presse et les réseaux :





Après le confinement  
**Rhabilitez-vous  
pour l'été!**

MES COMMERCES  
DE PROXIMITÉ  
**LOIN DES YEUX  
PRÈS DU CŒUR**

JE RÉSERVE EN BONS D'ACHAT SUR  
**SOUTIEN-COMMERCES.GRENOBLEALPESMETROPOLE.FR**



- IV. Participation à la mise en place de Kits Covid pour les boutiques du centre-ville lors de la réouverture post-confinement



# LABEL VILLE

Suite au premier confinement, les réouvertures des commerces de centre-ville devaient se faire dans les règles sanitaires, imposées par le gouvernement, pour contrer l'épidémie de coronavirus.

À l'initiative de Grenoble Alpes Métropole, des kits pour la distanciation physique dans les commerces, fabriqués en Isère ont été distribués gratuitement aux commerçants.

LABEL VILLE Commerces Grenoble a souhaité participer financièrement à cette action et accompagner Grenoble Alpes Métropole, en informant les commerçants et en organisant la distribution faite par la Métropole.

Vitrophanies pour les vitrines, bandes pour le sol ou les comptoirs, rappel des mesures barrières... 16 éléments en tout. Un ensemble de visuels autocollants faciles d'installation pour le commerçant. Et une couleur longuement réfléchiée par l'entreprise prestataire, le bleu.



Budget :

|                 |          |
|-----------------|----------|
| Agence EMULSION | 12 720 € |
|-----------------|----------|

## V. Campagne de communication pour le commerce de proximité



Après le confinement du printemps et la période estivale LABEL VILLE a mis en place une campagne de communication à la rentrée de septembre.

L'objectif était de mettre un coup de projecteur sur le commerce de proximité auprès du grand public.

De nouveau, nous avons choisi de décliner notre Campagne de communication 2019 « Mon Excuse Bonheur » avec nos commerçants en photo.

La diffusion de la campagne de communication s'est faite par plusieurs canaux :

- Affichage dans les commerces

- Diffusion des visuels et de vidéos sur les réseaux sociaux
- Diffusion de spots radios sur France Bleu Isère



Pour augmenter l'impact de cette campagne et toucher un public différent, un partenariat a été mis en place avec France Bleu Isère.

Des spots radio ont été réalisés. Les présidents d'Unions commerciales ont eu la parole lors de l'émission de 17h (pendant deux semaines).

Label Ville a également offert 10 vélos dans le cadre d'un jeu sur France Bleu du 7 au 18 septembre 2020 :

- o Horaires 7h25-9h25-17h30, trois questions posées chaque jour sur la vie et l'histoire du commerce grenoblois. Après le dernier jeu du soir à 17h30, un représentant des différentes associations qui composent LABEL VILLE est présent en studio pour sélectionner le gagnant du jour (tirage au sort).
- o Chaque gagnant du jour a remporté un vélo d'une valeur d'environ 200 euros, offert à l'antenne de France Bleu Isère par LABEL VILLE.

Les résultats de cette campagne de communication sur les réseaux sociaux ont été positifs. 21 244 personnes ont été touchées par la page Label Ville (+738%), la page a connu une augmentation des interactions (likes, commentaires et partages) de 255%.

Les retours des présidents d'unions commerciales qui ont bénéficié d'un temps d'antenne à un moment d'assez forte écoute étaient également positifs.



Budget :

|                    |                    |
|--------------------|--------------------|
| Nature Vélo        | 2 871 €            |
| Cerf à Lunettes    | 5 040 €            |
| France Bleu        | 4 488.11 €         |
| Facebook           | 167.03 €           |
| Imprimeur Affiches | 290 €              |
| <b>TOTAL</b>       | <b>12 856,14 €</b> |

*VI. Opération "Grenoble et ses artistes au XIXe siècle" en partenariat avec le Musée de Grenoble*



Dans le cadre de son partenariat avec le Musée de Grenoble, LABEL VILLE a édité des cartes postales reproduisant des œuvres de l'exposition temporaire "Grenoble et ses artistes au XIXe siècle" et a proposé aux commerçants de les distribuer à leurs clients.

Les 250 premières personnes se rendant au musée avec cette carte bénéficiaient d'une entrée gratuite.

À cette carte était annexée un coupon détachable qui permettait aux clients de participer à une tombola pour gagner un séjour à l'hôtel Mille Pas à Voiron (avec un repas à la brasserie Chavant, une visite des caves de la Chartreuse, un panier de produits locaux, etc.).

LABEL VILLE a souhaité donner une connotation très régionale à l'opération. Cette opération a été mise en avant sur les réseaux sociaux et dans le Dauphiné Libéré (édition papier et site



internet).

Parallèlement à cela, le musée proposait aux commerçants (en priorité les participants à l'opération) une visite guidée de l'exposition.

55 commerçants ont participé à l'opération et distribué près de 2000 cartes postales à leurs clients.

### **Commerçants participants à l'opération :**

Hôtel de l'Europe, 22 Place Grenette

Taklope Store, 4 rue Vicat

Zappa, 11 bis Place Victor Hugo

Laiterie Gilbert, 5 Place Championnet et Halles Sainte CLaire

Infinessence Déco, 11 rue de Strasbourg

Café Rive Gauche, 3 Place St André

La Fabryk, 10 Place Grenette

Regards d'ailleurs, 1 rue Lazare Carnot

Sur les chemins de terre, 8 rue Chenoise

Galerie Tracanelli, 13 rue Beyle Stendhal

Cordonnerie Grenette Express, 4 rue de Sault

DKS, 15 rue Voltaire

Wegelin, 7 Place Victor Hugo

Not a beer, 4 Place Sainte Claire

Le vin des Alpes, 8 rue de Strasbourg

Christian Hoffmann Antiquités, 1 rue Voltaire

Commandeur, 1 Place Sainte Claire

Flam's, 14 rue Chenoise

Bacetto, 1 Place Saint André

Herboristerie au temps des fées, 21 cours Berriat

The Trott Store, 10 boulevard Agutte Sembat

Aubade, 20 Grande Rue

Ama Tourisme, Place Docteur Léon Martin

Brin d'folie, 16 rue de Strasbourg

ABC Projets, 10 rue Voltaire

Douceurs d'apiculteur, 12 rue Bayard

Atelier Galerie Marie Killy, 4 rue Dominique Villars

Le Saint Germain, 6 Place de Metz

File tes fringues, 4 rue Voltaire

Au Barathé Grenoble, 3 rue Pierre Duclot

A Fleur de peau, 29 rue Docteur Mazet

Et les commerçants des Halles Sainte Claire, 19 Place Sainte Claire !

Les retours des commerçants participants ont été positifs, les clients étaient satisfaits de se voir remettre cette entrée, mais seuls 76 clients ont visité le musée munis de l'entrée gratuite offerte par leurs commerçants. Le gagnant (qui a eu son ticket au Bistrot des Halles Sainte-Claire) a été mis en lien avec l'agence de voyage AMA Tourisme.

Il bénéficiera de son cadeau dès que les circonstances le permettront.

Une partie des participants a accepté que Label Ville conserve leurs coordonnées pour être informés des informations à venir.

20 commerçants ont bénéficié de la visite guidée de l'exposition au Musée de Grenoble.

Budget :

|                |                   |
|----------------|-------------------|
| Graphiste      | 456 €             |
| Imprimeur      | 427.20 €          |
| AMA TOURISME   | 600 €             |
| Dauphiné Media | 336 €             |
| <b>TOTAL</b>   | <b>1 819.20 €</b> |

## VII. Mise en place de la 3<sup>ème</sup> édition du concours des Commerçants



L'Association Label Ville, fédération des Unions Commerciales sur le centre-ville de Grenoble, a souhaité valoriser les commerces de proximité en organisant pour la troisième année son concours sur Facebook : mon commerçant préféré au mois de novembre 2020 !

L'objectif, par la valorisation de 11 commerçants de 11 Unions Commerciales, est de valoriser la diversité et la qualité de l'ensemble des commerces de proximité du centre-ville de Grenoble, dans ses différents quartiers.

Le Grand Public a été invité à voter pour les candidats, les commerçants étaient invités à soutenir le candidat de leur quartier et les candidats étaient invités à mobiliser leur réseau pour les soutenir.

Ces différents cercles relationnels reprennent le principe du Crowdfunding, permis par le développement des réseaux sociaux : Grand Public, famille et amis, amis d'amis et followers.

Ainsi cette action permet de créer un engouement autour du commerce de proximité et de développer la page Facebook de Label Ville, vitrine de nos adhérents.

11 commerçants de 11 quartiers du centre-ville ont fait l'objet d'une vidéo de présentation qui a ensuite été diffusée sur les réseaux sociaux :

[https://www.facebook.com/events/645913609456723/?active\\_tab=discussion](https://www.facebook.com/events/645913609456723/?active_tab=discussion)

- Le Bon Label, Championnet
- L'herboristerie Au temps des fées, Berriat
- Guinot, Alsace Lorraine
- Ze Trott'Store, Etoile Centre-Ville
- La Fabryk, Place Grenette
- Green Mango, Coeur de Grenoble
- Au Barathé Grenoble, Lafayette
- Le Kilt'in, Chenoise
- Design Emotif, Vieilles rues des Halles
- Boucherie Calas, les Halles Sainte Claire
- Au brin d'folie, Strasbourg Chavant

L'information a été diffusée sur les réseaux sociaux, avec notamment un teaser réalisé pour annoncer l'événement. Il était prévu d'intensifier la communication (contenu sponsorisé sur les réseaux sociaux, diffusion des vidéos sur télé Grenoble, presse, etc.) mais le second confinement est intervenu quelques jours après la mise en ligne des vidéos. Une communication renforcée sur ce concours est apparue déconnectée de la réalité des commerçants.

Les résultats devaient être rendus public lors d'une émission sur TV Grenoble qui a été annulée dans le contexte.

### Résultats

Les premiers jours du concours et le relai assuré par les candidats ont quand même permis au jeu concours d'avoir une véritable existence. Les vidéos ont été vues, likées, partagées.

Le gagnant Green Mango a obtenu 613 likes (également 100 partages et 50 commentaires), le second au brin d'folie a obtenu 249 likes et le troisième le Kilt'in a obtenu 208 likes.

Budget :

|                           |                |
|---------------------------|----------------|
| Réalisation des films     | 5 500 €        |
| Prix pour les commerçants | 1 700 €        |
| <b>TOTAL</b>              | <b>7 200 €</b> |

## VIII. Manifestation organisée avec l'UMIH 38



L'association LABEL VILLE Commerces Grenoble a rejoint l'UMIH 38 afin d'organiser une manifestation lundi 23 novembre 2020 à 15 heures.

À nouveau fermés en raison du deuxième confinement, commerçants, restaurateurs, hôtels et cafetiers dénoncent une situation désormais intenable.

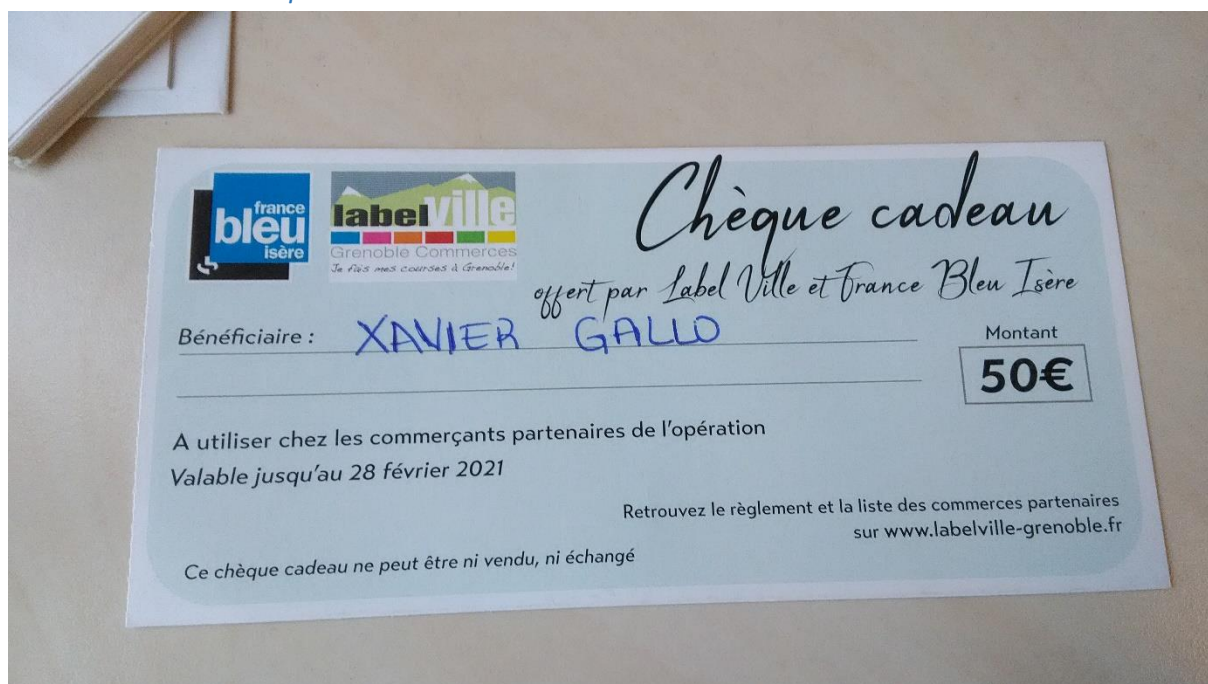
Ils se sont rassemblés place de Verdun, à Grenoble, pour manifester leur colère face à la fermeture de leurs établissements, décrétée en raison de la crise sanitaire. Ils ont souhaité dénoncer des aides insuffisantes et leur souhait d'ouvrir à nouveau. Ils ont été plus de 700 à se réunir lors de cette manifestation.

Cette manifestation a également été soutenue par la Chambre de commerce et d'industrie de Grenoble, du Nord Isère, la Chambre des métiers et de l'artisanat de l'Isère, le syndicat des marchés de l'Isère et la Confédération des petites et moyennes entreprises du département.

Budget :

|                                    |       |
|------------------------------------|-------|
| Sonorisation et location de camion | 588 € |
|------------------------------------|-------|

## IX. Noël : Opération bons cadeaux avec France-Bleu



Lors de la réouverture des commerces, suite au second confinement, et en prévision des fêtes, Label Ville a retravaillé avec France Bleu Isère. Label Ville et les commerçants de Grenoble ont bénéficié de passages à l'antenne sur trois temps :

- Un spot publicitaire diffusé du 7 au 13 décembre mettant en avant la réouverture des commerces, la période des fêtes et l'ouverture des commerces les dimanches en décembre

- Un temps de parole à des commerçants ou présidents d'Unions commerciales sur 11 créneaux horaires du 14 au 25 décembre
- Un jeu de Noël, pour lequel Label Ville a offert aux gagnants des bons d'achats de 50€ (au total 3 bons d'achats de 50€ par jour pendant 10 jours) valables chez 78 commerçants du centre-ville.

Label Ville a édité les 30 chèques cadeau, c'est France Bleu qui les a envoyés aux gagnants avec le règlement du jeu et la liste des commerçants participants (liste sur le site web de Label Ville).

Le règlement côté commerçant et les modalités de remboursement ont été envoyé aux commerçants participants.

Budget :

|                          |                   |
|--------------------------|-------------------|
| Bons d'achats            | 1500 €            |
| Impression Bons d'achats | 102 €             |
| France Bleu Isère        | 1 511.66 €        |
| <b>TOTAL</b>             | <b>3 113.66 €</b> |

### Commande Groupée de sapins réalisée pour les UC :

-15 sapins et buches pour Alsace Lorraine

-10 sapins et buches pour Chenoise

-17 sapins et buches pour Vieilles Rues des Halles

-16 sapins et buches pour Etoile Centre-Ville

Budget :

|                      |                   |
|----------------------|-------------------|
| Sapins de Chartreuse | <b>1 052.58 €</b> |
|----------------------|-------------------|

Pour terminer, nous avons accompagné l'union commerciale Osez Chenoise pour mettre en place des enseignes lumineuses sur la rue Chenoise, comme nous l'avons fait les années précédentes pour Championnet, Berriat, Vieilles Rues des Halles et Lafayette.

## MERCI à nos Partenaires :

