

On vous change la ville

Lettre d'information de
Cœur de Limoges



Édito



Evolution, anticipation

Les modes de vie et de consommation évoluent. Il nous appartient de réfléchir et de travailler, ensemble, pour nous adapter à cette mutation, autant que possible par anticipation. En effet, prévenir et accompagner le changement, avec nos propres forces, reste sans doute le meilleur moyen de ne pas le subir.

Pour cela, soyons tous conscients qu'il nous faut poursuivre nos efforts, dans la créativité et le réalisme, afin de sans cesse valoriser nos atouts, améliorer notre visibilité, et faire profiter le public de notre dynamisme.

C'est dans cet esprit que nous vous invitons à toujours plus vous engager et vous investir dans les actions mises en place cette année.

Catherine Beaubatie
Adjointe au Maire de Limoges,
Présidente de Cœur de Limoges

Christian Calderon
Président de Limoges Grand Cœur

Limoges Grand Cœur

Sang neuf et dynamique de renouveau

Retour sur l'Assemblée Générale de Limoges Grand Cœur. Même si beaucoup reste à faire, la dynamique se renforce, et l'entrée au Bureau de nouveaux membres devrait accentuer encore cet élan. Etat des lieux avec le président Christian Calderon.

« Le renouveau de notre centre-ville peut s'accroître dès 2011, cela ne fait aucun doute. Il passe bien entendu par les commerçants, à conditions qu'ils sachent se fédérer encore plus. » Pour Christian Calderon, président de Limoges Grand Cœur, les enjeux sont clairs. Ce qui motive cet optimisme, c'est d'abord le bilan de l'année 2010. Le nombre d'adhérents a évolué lentement, grimant de 100 à environ 115 (en comptant l'ensemble des boutiques du Centre Saint Martial). Un chiffre qui change déjà la donne : « avec ce nombre de membres cotisants, nous avons déjà plus de moyens qu'avec le mode d'adhésion précédent », indique Christian Calderon. « Cela représente en effet un budget compris entre 15 000 et 20 000 €, qui nous permet déjà de mettre en place pas mal de choses. »

Un bon rapport cotisation-prestations

Rappelons que la base de cotisation (100 € pour une personne seule, évolutive en fonction du nombre d'employés) donne déjà accès à bon nombre de prestations fort intéres-

santes : des tickets pour les parkings « Vinci », un partenariat avec l'Aquarium du Limousin, des tickets à tarif préférentiel pour le carrousel de la place de la République, les chèques cadeaux qui commencent à se développer et rendent l'adhésion encore plus attractive, sans oublier bien sûr l'opération de Noël et la grande braderie. Concernant cette dernière, une deuxième édition dans l'année pourrait être envisagée, si le nombre d'adhérents le permet.

A noter, cette année il est demandé à chaque commerçant adhérent de venir lui-même retirer ses tickets et sa vitrophane auprès du président : « c'est important de faire connaissance, de discuter, d'échanger », précise ce dernier.

Un bureau redynamisé

Autre élément important et vecteur d'optimisme pour les représentants de Limoges Grand Cœur : le bureau s'est encore élargi, avec l'arrivée de trois nouveaux membres (voir en P3). « Notre bureau est une instance ouverte, il a vocation à être autant [→ suite page 2]

Sang neuf et dynamique de renouveau [suite]

[>] *élargi qu'il y aura de bonnes volontés* ». Christian Calderon a en revanche insisté sur la responsabilité et la représentativité de chaque membre du bureau : « *chacun d'entre eux est un relais, et doit travailler dans son secteur géographique pour faire passer au mieux l'information et promouvoir nos actions. Il est essentiel que chacun soit motivé par le fait d'expliquer... et d'écouter !* » Il apparaît en effet que c'est au prix de ces courants de communication renforcés que

Limoges Grand Cœur sera de plus en plus à même de jouer pleinement son rôle à notre service.

Bref, l'association bouge, l'esprit-réseau s'étoffe, et de plus en plus de commerçants prennent conscience qu'adhérer, ce n'est pas donner de l'argent pour rien. Cette dynamique renforcée ne peut être que source de motivation pour les membres de Limoges Grand Cœur.

Le bureau 2011

Président : Christian Calderon (Rev & Culture) ;
Vice-présidents : Maïté Charrière (Agapès), Sarah Gentil (Donna Sarah), Sylvie Jacquinet (Mephisto Shop), Ingrid Verdème (Bardays), Emmanuel Sommeville (Galeries Lafayette), Marianne Vieira (FNAC), Pierre Lavours (Lavours Diffusion), Jean-Claude Heckendorn (Fashion) ;
Secrétaires adjoints : Daniel-Eric Flipo (Monoprix), Pierre Buonocore (Boutique Melba) ;
Trésorier : Serge Crozitz (ALLIANZ) ;
Trésoriers adjoints : Jean-Michel Gourbat (Le Tilbury), Pascal Sanvoisin (Centre Saint Martial) ;
Conseillers techniques : Sandrine Monnérat (Gris Perle), David Branthôme (Aquarium du Limousin)

Focus

Campagne : le centre-ville affiche ses intérêts

Un centre de vie et d'activités, divers et au bénéfice de tous. Le centre-ville de Limoges, c'est tout cela à la fois, et bien plus encore. Reste à le faire savoir au plus grand nombre, afin que chacun puisse en profiter à sa manière...

C'est dans cette optique que Cœur de Limoges a mis en place une importante campagne de communication, axée sur l'accroche « votre centre-ville, vos centres d'intérêts ». L'enjeu ? Valoriser la diversité, la richesse, et la disponibilité des acteurs du centre-ville au service des limousins et des touristes. A l'automne dernier, une première campagne a vu ce message décliné sur plusieurs formats (4X3, 120X176). Dans le même temps, 65 000 plans-guides étaient mis en distribution, dans les endroits publics et en encart-presse. Enfin, des publicités dans la presse et des passages radio dans les stations du Limousin et au-delà (Niort, Bourges, Saint-Céré, Poitiers) ont contribué à la valorisation de l'ensemble « commerces-services-cadre de vie » offert par le cœur de Limoges.

Ce printemps, la « campagne centre-ville » entre dans une deuxième phase. Plus qu'une simple « piqûre de rappel », il s'agit de démultiplier le message, avec notamment des affichages et des diffusions radio étendus aux régions limitrophes.

Programme

Les actions 2011 de Cœur de Limoges

Parallèlement à ses interventions dans le domaine de l'habitat et du patrimoine, Cœur de Limoges met en place en 2011, comme chaque année depuis sa création, un programme d'actions et de communication.

Rappelons que ce programme est dévolu à la promotion, la valorisation et l'animation de notre centre-ville. Le grand public, sans doute la cible première des différentes animations, représente aussi un potentiel de flux dont bénéficient aussi vos commerces.

Les actions 2011 déterminées lors du comité de pilotage de décembre 2010, comportent un certain nombre de nouveautés venant s'adjoindre à des opérations au succès avéré, et concernant aussi bien la communication que l'animation.



Communication : objectif visibilité

Le volet communication se divise en deux parties : d'une part, la dynamique interne, portée notamment par la présente newsletter. Le format trimestriel est maintenu, et la maquette comme les contenus vont continuer d'évoluer, au fil de l'année.

D'autre part, la valorisation de l'attractivité – bien réelle – de notre cœur de ville et sa mise en évidence auprès du grand public. C'est l'objet de la campagne « votre centre-ville, vos centres d'intérêt » (voir focus). Parallèlement,



la visibilité des actions touchant à l'habitat ou au patrimoine sera également optimisée, grâce notamment à des bâches de chantier.

Animations : pour les jeunes et les touristes... entre autres !



Le volet « animations », quant à lui, évolue assez sensiblement. Bien entendu, les « classiques » que sont la Grande Braderie courant juillet, le Rendez-Vous des Sports en septembre, et les animations de Noël, sont maintenus au calendrier. Certaines manifestations sont même appelées à évoluer encore, sous l'impulsion notamment de Limoges Grand Cœur.

Mais 2011 voit aussi la naissance de deux opérations originales : d'une part, les ateliers créatifs qui se sont déroulés fin mars (voir en P4) ; d'autre part, une opération estivale de « street marketing », avec notamment un jeu de trafic richement doté, qui s'étendra sur un mois complet, du 15 juillet au 15 août.

Comme il se doit, toutes ces actions seront annoncées et présentées, tant dans la presse que par des campagnes d'affichage et des spots radio.

Reste à souhaiter que l'ensemble de ces opérations mises en place pour soutenir l'appareil commercial soient bénéfiques à votre activité.

Bureau renouvelé : aller de l'avant, ensemble !

Sandrine Monérat, David Branthôme et Pierre Buonocore sont les nouvelles têtes du bureau de Limoges Grand Cœur. Tous trois ont en commun de s'investir en faveur d'un commerce de centre ville dynamique et attractif. Rencontres.

Sandrine Monérat (Gris Perle) :
« être soudés pour être forts »



En 2009, Sandrine Monérat ouvrait « Gris Perle » (Prêt-à-porter féminin et accessoires) rue Elie Berthet. Rapidement, elle a choisi de s'investir dans le bureau de Limoges Grand Cœur. Son credo : il y a beaucoup de choses valorisantes à faire, à inventer, à travers une association de commerçants forte et audible.

« Nous bénéficions d'une belle ville, d'une qualité de vie exceptionnelle. Toutefois, notre centre-ville pourrait être encore amélioré, enjôlé, structuré. Nous, les commerçants, avons un rôle important à jouer dans cette évolution. Mais il y a une condition : qu'ensemble, nous décidions de faire avancer les choses, de les tirer vers le haut. »

Pour cela, de son point de vue, Limoges Grand Cœur a un rôle moteur à jouer : « notre association est déjà reconnue comme un interlocuteur valide. C'est donc à nous de lui donner, par nos adhésions et notre investissement, la visibilité, les moyens et le poids qu'elle mérite... D'autant que le montant de la cotisation est dérisoire par rapport aux bénéfices potentiels. »

David Branthôme (Aquarium du Limousin) :
« être créatifs pour cristalliser le public »



Depuis 1993, l'Aquarium du Limousin a su se développer et convaincre, au point de devenir un des premiers sites touristiques de la capitale régionale, avec pas moins de 40 000 visiteurs

par an. Un beau palmarès qui fait la fierté de son directeur, David Branthôme.

Juridiquement, l'Aquarium du Limousin est une association. « A ce titre, nous sommes logés à titre gracieux par la municipalité sur le site de l'ancien réservoir d'eau de la Ville... » précise David Branthôme, avant de poursuivre : « Mais pour le reste, nous fonctionnons comme n'importe quelle structure privée, en autofinancement. »

C'est sans doute pour cette raison que la structure de l'avenue Gambetta a toute sa place au sein de Limoges Grand Cœur : « notre propos est de fonctionner en symbiose avec les commerces du centre-ville. C'est en étant créatifs, ensemble, que nous parviendrons à cristalliser le public dans notre centre-ville, et à en faire un bien plus qu'un simple lieu de passage. »

Pierre Buonocore (Boutique Melba) :
« Dépasser les a priori »



Limougeaud de très longue date, Pierre Buonocore est issu des activités de loisirs, et féru de communication. Sa compagne tient la « Boutique Melba » (prêt à porter féminin). Pour lui, le centre-ville est une valeur inaltérable qu'il appartient de valoriser, à travers notamment des actions mettant en jeu les divers acteurs. « Le centre-ville, c'est l'endroit où tout se passe, en vérité. Alors, plus les commerçants seront dynamiques, plus le centre-ville le sera également. »

D'autant qu'à ses yeux, Limoges Grand Cœur a un véritable potentiel à faire valoir : « je suis convaincu que la Ville apprécie d'avoir des interlocuteurs forts et organisés avec lesquels travailler sans a priori. »

Pierre Buonocore n'a pas intégré le bureau de Limoges Grand Cœur par hasard : « J'y ai trouvé des personnes concernées, avec un vrai souci commerçant. Ce qui est très prometteur, c'est que les membres du bureau sont prêts à se retrousser les manches, tous ensemble et rapidement au bénéfice du centre-ville et de ses commerces. »

« Pavot » : une belle première année

En décembre 2009, Antoine Pinot et son épouse ouvraient le point de restauration « Pavot », place Fournier. Le concept était original, le pari audacieux...

Le couple de franciliens s'est d'abord installé à Rochechouart, où ils ont réhabilité et exploité un hôtel-restaurant pendant 5 ans avant de chercher une opportunité sur Limoges.

Celle-ci a pris une forme inespérée : un superbe emplacement au cœur de la ville, autrefois tenu par un traiteur de renom. « Le potentiel était là, mais il nous a fallu 6 mois de travaux pour donner corps au local que nous souhaitions. »

Quant au concept, il s'est vite imposé : faire manger rapidement, mais avec de bons produits, et dans un environnement agréable.

Ajoutez à cela un service avenant, une pincée d'originalité avec des produits tels que le « cornish pasty »... Rapidement, le succès était au rendez-vous.

Mais Antoine Pinot ne s'endort pas sur cette recette gagnante : « nous nous remettons sans cesse en question : c'est important de savoir se placer là où il faut en sentant l'air du temps... Sans oublier de donner du plaisir à nos clients ! »

Dans cet esprit, la mise en place d'une terrasse est envisagée dès l'été 2011.

La police en recherche de contacts

La police a le plus grand mal à se procurer les contacts privés des commerçants du centre-ville. Ce qui peut s'avérer fort ennuyeux en cas de problème nocturne...

Or, une réaction rapide permet souvent de limiter les conséquences d'un sinistre. C'est pour cela que les services de police ont repris contact avec Limoges Grand Cœur, en insistant sur l'importance pour eux de disposer de contacts d'urgence nocturne.

Limoges Grand Cœur vous propose donc, que vous soyez ou non adhérents, de collationner, avec toutes les garanties de discrétion qui s'imposent, vos contacts afin de fournir un listing complet aux services concernés.

N'hésitez pas à contacter l'association : limogesgrandcoeur@hotmail.fr, ou à appeler directement le président, Christian Calderon (05 55 34 31 34).

Vous pouvez également transmettre directement ces coordonnées au commissariat.

Franc succès pour l'opération de Noël

Cette année encore, les animations proposées par Cœur de Limoges à l'occasion des fêtes de fin d'année ont remporté un franc succès.

Cette année encore, l'opération de Noël a remporté un franc succès populaire. Ainsi, pas moins de 1700 enfants se sont fait photographier en compagnie du Père Noël dans son chalet.

De même, la patinoire installée place de la République a attiré par moins de 11 500 patineurs, de tous âges et de toutes conditions, qui ont pu profiter de sa surface doublée (392 m²) par rapport à l'année précédente.

Et, ce qui ne gâche rien, la patinoire était véritablement ouverte à tous : un accès pour handicapés avait été aménagé, ce qui au-delà

de l'expression consacrée, a permis à chacun de profiter de la glisse et de l'esprit de Noël. Pour l'anecdote, on se félicitera d'avoir pu offrir un improbable moment de plaisir à un patineur en fauteuil roulant !

Pour 2011, une réflexion sera lancée par la Ville de Limoges avec les chambres consulaires et Cœur de Limoges. S'appuyant sur le bilan/enquête de satisfaction 2010, elle permettra de déterminer les orientations à prendre pour faire une opération encore plus attractive pour le grand public, et bénéfique sur le plan commercial !

Animation

Ateliers (ré)créatifs : les enfants en redemandent !

Mise en place avec la complicité des centres culturels de la ville, de Limoges Grand Cœur et des grandes enseignes, la première édition a tenu ses promesses.

Le concept était relativement simple : offrir aux enfants des ateliers créatifs et récréatifs animés par des intervenants animant habituellement les ateliers des centres culturels municipaux.

Inutile de dire que, chacun de leur côté, chacun avec ses envies et aspirations, petits et grands s'en sont donnés à cœur joie, démontrant bien l'intérêt pour les consommateurs de ce type de dispositif. Un intérêt qui vous profite aussi pleinement : à l'initiative de Limoges Grand Cœur, les parents accompagnant leurs enfants se voyaient remettre un chèque-cadeau... Une belle incitation à prolonger ce moment-plaisir par une agréable séance de shopping !

On n'en est pas encore, bien entendu, à évoquer une systématisation de ces « ateliers ». Pour autant, il ne fait aucun doute que l'opération méritera d'être renouvelée.

Agenda

Animations 2011

Voici le programme prévisionnel (et non exhaustif) d'animations de centre-ville :



■ 10 avril 2011

Puces de la Cité
Quartier de la Cathédrale



■ 15/16 avril 2011

Marché de Pâques
Place de la Motte



■ jeudi 30 juin 2011

Marché Nocturne
Rue Haute-Vienne



■ 22/23 juillet 2011

Grande Braderie

On vous change la ville

Lettre d'information éditée
par Cœur de Limoges
4^{bis} place Haute-Vienne | 87000 Limoges
05 55 79 00 07 | www.coeurdelimoges.fr

Directrice de publication

Catherine Beaubatie

Création-conception

Point Carré Communication

www.pointcarre.net

Rédaction

L'Emoi des Mots

Photographies

Eric Roger, Point Carré le Studio

Impression

Graphicolor

