



## **Envie de devenir Ville Phare 2020**

### **du Weekend du Client?**

#### **Qu'est-ce que le Weekend du Client ?**

Organisé depuis 2017 par UCM, Comeos et l'UNIZO, le Weekend du Client est venu remplacer la Journée du Client et le Sunday Shopday pour proposer un week-end entièrement dédié aux plaisirs du shopping à travers toute la Belgique. Lors de ce week-end, des dizaines de milliers de commerçants - aussi bien les (petits) indépendants que les (grandes) chaînes - gâtent leurs clients de toutes sortes de manières : par des attentions, des petits cadeaux ou un service supplémentaire. De nombreuses communes et associations organisent également de chouettes activités, comme des défilés de mode, des représentations ou des concours, et prévoient des food trucks, des animations de rue et pour les enfants. Tout le monde œuvre à faire vivre aux clients une expérience shopping inoubliable, aussi bien le samedi que le dimanche. C'est en unissant nos forces que nous augmentons nos chances d'obtenir les meilleurs résultats et de faire de cet événement une réussite.

Le client est certes au cœur de l'attention. Mais par cet événement, les organisations professionnelles UCM, Comeos et UNIZO entendent bien entendu aussi remercier les magasins et les soutenir au maximum à travers une vaste campagne de communication. Le Weekend du Client est en effet l'occasion idéale de montrer sous un jour favorable le commerce, petit ou grand, présent sur le sol belge.

Le Weekend du Client tombe toujours le week-end du premier dimanche d'octobre. En 2020, il aura lieu les 3 et 4 octobre.

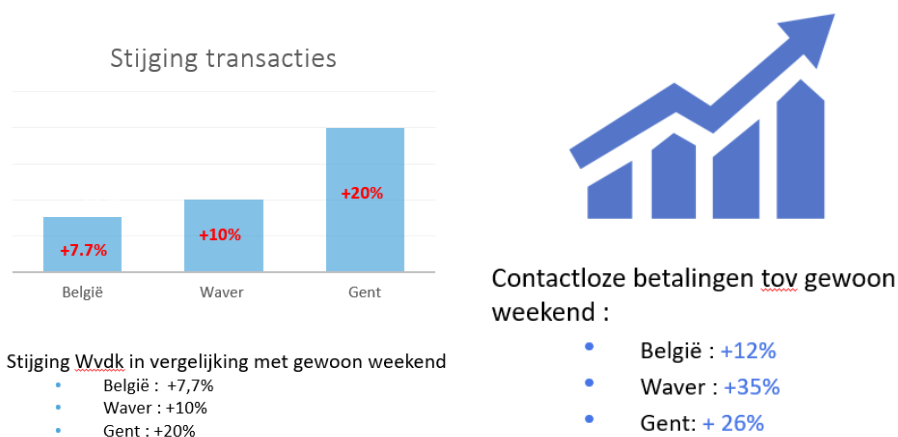


## Que signifie être Ville Phare ?

À chaque édition du Weekend du Client, il y a deux villes phares, l'une en Wallonie et l'autre en Flandre. En 2018, c'étaient Wavre et Gand. En 2019, ce sont Leuven et Andenne. La ville phare sert de port d'attache au Weekend du Client et bénéficie à ce titre d'une visibilité accrue, tant en amont de l'événement que pendant et après.

- S'il y a une conférence de presse, il y a lieu dans la ville phare. Au cours de la balade de presse, nous rendons visite – en compagnie de la presse nationale et régionale, de représentants de l'administration communale, des CEO de nos organisations et des partenaires (principaux) – aux magasins locaux qui, dans le cadre du Weekend, organisent une action originale.
- Nous y organisons également une réception VIP (par exemple, une réception d'ouverture le vendredi soir) pour les commerçants locaux et régionaux, les personnalités et nos partenaires. Le lancement se déroule dans une ambiance agréable et représente un moment de réseautage intéressant.
- De chouettes animations supplémentaires, organisées par exemple par nos partenaires (principaux), peuvent bien entendu venir agrémenter le Weekend.
- Vous bénéficiez d'un package communication Weekend du Client sur mesure, composé de banderoles de rue, d'affiches, de packs contenant du matériel promotionnel pour vos commerçants, d'un supplément dans la presse...

Avoir le statut de ville phare présente de nombreux atouts. Voyez les chiffres de Gand et Wavre concernant les transactions financières effectuées lors de l'édition 2018 !



Lorsque l'on est ville ambassadrice, le nombre de commerçants participants augmente également de façon exponentielle, et ce aussi grâce à votre engagement, bien entendu.



## **Qu'attendons-nous de la ville phare ? Et que faisons-nous en tant qu'organiseurs du Weekend du Client ?**

Nous assurons évidemment la coordination générale du Weekend du Client.

Lors d'une réunion de lancement, nous passons en revue tous les éléments (animations, actions de communication, matériel promotionnel, conférence de presse, réception VIP...) et définissons ensemble les lignes directrices. Nous nous occupons de l'organisation pratique de la conférence de presse et de la réception VIP, tout en sollicitant bien entendu vos suggestions quant aux lieux, au catering et aux éventuelles collaborations en cours dans ce cadre. Nous déterminons ensemble les programmes et dressons la liste des invités. L'organisation (événementielle) concrète des animations et activités dans la ville phare et la mise en œuvre pratique (en collaboration ou non avec une agence événementielle désignée par vos soins) sont de votre ressort. Autrement dit, s'il faut demander des autorisations, fermer des rues, distribuer du matériel PLV supplémentaire, motiver davantage les commerçants à s'inscrire, prévoir de la place et restauration pour les artistes, un podium..., c'est votre responsabilité. Nous demandons dès lors à la ville de désigner un « project manager » qui nous servira de point de contact et pourra consacrer suffisamment de temps à l'organisation de l'événement. Il va de soi que dans la mesure possible, nous serons heureux de vous conseiller et de vous soutenir. Nous déterminons en concertation les éventuelles actions que nos partenaires souhaiteraient organiser dans la ville phare (ce qu'il est possible de faire et où) et assurons un suivi.

Nous prenons en charge la réalisation et l'impression de tout le matériel de communication et promotion. Les packs promotionnels pour les commerçants (avec une affiche spéciale ville phare) peuvent être envoyés par le biais de nos canaux réguliers. Toute exception fera l'objet d'une discussion. Les éventuels frais pour suspendre les banderoles de rue, par exemple, sont supportés par la ville phare.

Nous fixons tous ces aspects dans une feuille de route claire, avec des délais et accords précis sur qui fait quoi. Nous organisons bien entendu plusieurs moments de concertation.



## Combien cela coûte d'être Ville Phare ?

La ville ambassadrice paie une participation financière pour couvrir les frais de la conférence de presse, de la réception VIP et de la communication. Si certains aspects peuvent être réglés par du sponsoring ou des partenariats locaux et qu'aucune facture n'est donc établie, ils peuvent être portés en déduction (ou affectés à des animations supplémentaires, par exemple). Le budget général ci-dessous vous donne une indication des coûts. Lors de la réunion de lancement, nous établissons un budget adapté à votre ville.

Le statut de ville phare comporte deux piliers : un pack de base et un pack animation, en fonction de vos possibilités budgétaires.

### **1. Pack de base (obligatoire)**

- Conférence de presse (y compris lieu, catering, technique, dossier de presse et invitations)
- Réception VIP pour max. 250 personnes (y compris lieu, catering, service, technique, invitations, sécurité, performance musicale si vous le souhaitez)
- Visibilité générale en tant que ville phare du Weekend du Client sur le site web, dans notre newsletter pour les commerçants et dans celle pour les consommateurs, dans le supplément Sudpresse (1 page), sur Facebook et Twitter
- Layout, impression et distribution des packs promotionnels pour tous les commerçants (avec affiche spéciale ville phare) via les canaux réguliers du Weekend du Client
- 15 beach flags ou 10 banderoles de rue (layout adapté si vous le souhaitez, hors suspension)
- Photographe

**Budget** : 12 500 € (hors TVA)

### **2. Pack animation (pas obligatoire)**

Si vous préférez ne pas vous charger de l'organisation d'animations supplémentaires, telles que des animations pour enfants et/ou de rue, nous nous en occuperons. Ce n'est en effet pas obligatoire, mais nous attendons de notre ville phare qu'elle assure tout de même un certain niveau d'animation pendant le Weekend.

**Budget** : 10 000 € (hors TVA) (hors espace pour artistes pour se changer, catering, parking, navettes si nécessaire)

## Procédure et timing

Vous pouvez introduire votre candidature, accompagnée d'une brève lettre de motivation et du budget disponible.

Nous choisirons notre Ville Phare fin 2019 !

