



# EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

---

*Séance du lundi 22 octobre 2007*

Conseillers en exercice : 61

Date de Publicité : 23/10/2007

**D - 20070517**

Reçu en Préfecture le :  
CERTIFIE EXACT,

***Aujourd'hui Lundi 22 octobre Deux mil sept, à quinze heures,***

le Conseil Municipal de la Ville de Bordeaux s'est réuni en l'Hôtel de Ville, dans la salle de ses séances, sous la présidence de

***Monsieur Alain JUPPE - Maire de Bordeaux***

**Etaient Présents :**

M. Didier CAZABONNE, M. Michel DUCHENE, Mme Véronique FAYET, M. Jean-Paul JAUFFRET, M. Jean-Charles BRON, Mme Françoise BRUNET, M. Dominique DUCASSOU, Mme Anne WALRYCK, M. Stéphane DELAUX, Mme Carole JORDA-DEDIEU, M. Jean-Marc GAUZERE, M. Claude BOCCHIO, Mme Elisabeth VIGNÉ, M. Joël QUANCARD, Mme Muriel PARCELIER, M. Jean-Michel GAUTÉ, M. Henri PONS, M. Pierre LOTHAIRE, M. Jean-Louis DAVID, Mme Anne-Marie CAZALET, M. Alain MOGA, M. Bruno CANOVAS, Mme Françoise PUJO, Mme Michelle DARCHE, Mme Ana De OLIVEIRA-POMMET, M. Patrick SIMON, Mme Anne CASTANET, M. Charles CAZENAVE, Mme Marie-Christine GUITER-ROCHE, Mme Eliane BON, Mme Chantal BOURRAGUÉ, Mme Mireille BRACQ, Mme Martine MOULIN-BOUDARD, Mme Nadine MAU, Mme Françoise MASSIE, M. Alain PETIT, Mme Christine CHARRAS, Mme Marie-Claude CARLE DE LA FAILLE, Mme Elisabeth TOUTON, Mme Laurence DESSERTINE, M. Jean MERCHERZ, M. Guillaume HÉNIN, Mme Chrystèle PALVADEAU, M. Daniel JAULT, M. Jean-Michel PEREZ, Mme Claude MELLIER, M. Jacques RESPAUD, Mme Martine DIEZ, Mme Brigitte NABET, M. Vincent MAURIN, M. Matthieu ROUVEYRE, M. Pierre HURMIC, Mme Marie-Claude NOEL, M. Patrick PAPADATO, M. Jacques COLOMBIER,

**Excusés :**

M. Hugues MARTIN, M. Jacques VALADE, M. Alexis BANAYAN, M. Jean-Didier BANNEL, Mme Sonia DUBOURG-LAVROFF,

***Soutien au développement du commerce, de l'artisanat et des services de la ville de Bordeaux. Animations présentées par les associations de commerçants et artisans. Demandes de subventions. Décision. Autorisation***

M. Jean-Charles BRON, Adjoint au Maire, présente le rapport suivant :

Mesdames, Messieurs,

Dans le cadre du soutien de la Ville de Bordeaux en faveur du développement du commerce et des activités artisanales et de services ayant fait l'objet de la délibération n° 20070007 du Conseil Municipal du 29 janvier 2007, les associations de commerçants et artisans ont présenté des projets d'animations.

Vous trouverez ci-annexés les descriptifs et budgets prévisionnels des projets d'animations pour lesquels les associations pourraient bénéficier des subventions municipales suivantes :

Porteurs	Actions	Dates	budgets prévisionnels		Subventions Ville de Bordeaux
			HT	TTC	
Associations Les Commerçants Thiers - Pont Saint Emilion	Marché de Noël	les 14 et 15 décembre 2007	2 687,84	3 060,21	1 460,00
Association Renouveau Victor Hugo	Animation quartier Victor Hugo	les 8 et 9 décembre 2007	46 615,00	55 751,54	25 000,00
Association pour le Marché Biologique de Bordeaux Caudéran	Fête de célébration des 10 ans du Marché Bio de Caudéran	octobre 2007	1 036,12	1 200,00	600,00
<b>TOTAL</b>			<b>50 338,96</b>	<b>60 011,75</b>	<b>27 060,00</b>

En conséquence, je vous demande de bien vouloir autoriser Monsieur le Maire à décider le versement des subventions suivantes :

Association Les Commerçants Thiers – Saint Emilion	1 460,00 €
Association Renouveau du Quartier Victor Hugo	25 000,00 €
Association pour le Marché Biologique de Bordeaux Caudéran	600,00 €

dont les montants seront imputés sur le budget de la Ville (fonction 9 – sous-fonction 94 - nature 6574).

Ces subventions seront versées sous réserve de la signature des contrats d'opération correspondants, de la fourniture de toutes les pièces justificatives par les présidents d'association et de l'obtention de toutes les autorisations administratives, réglementaires et sécuritaires pour les actions qui le nécessitent.

## **ADOpte A L'UNANIMITE**

Fait et Délibéré à Bordeaux, en l'Hôtel de Ville, le 22 octobre 2007

P/EXPEDITION CONFORME,

**M. Jean-Charles BRON**  
**Adjoint au Maire**

## LES COMMERCANTS THIERS – PONT SAINT EMILION

### « *Marché de Noël* »

**date de réalisation**

Les vendredi 14 et samedi 15 décembre 2007

**Descriptif détaillé de la manifestation**

Pour la deuxième année, l'association Les Commerçants Thiers – Pont Saint Emilion organise le Marché de Noël. Les chalands pourront découvrir le travail des sculpteurs sur bronze, des artistes peintres, des objets africains. Seront également proposés des dégustations de vins et des produits de bouche.

Autour de ce marché, des animations présentées par les acteurs de la Bataille de Castillon, des chorales, de marionnettes, des expositions de cycles anciens, un jeu de piste et une loterie seront organisés. De nombreux lots seront offerts par les commerçants – artisans et les partenaires de l'opération.

**Partenaires associés**

Mairie de Bordeaux, Etat (Fisac – La Ronde des Quartiers), Sud Ouest, Peugeot, Cap Sciences, Mégarama, S3B (Aquagym) et les commerçants et artisans du quartier...

#### COUT – FINANCEMENT DE LA MANIFESTATION

CHARGES INTITULE	H.T.	TTC	PRODUITS INTITULE	TTC
<b><u>Logistique</u></b>	<b>516,95</b>	<b>609,20</b>	<b>Association</b>	<b>1 150,21</b>
<i>Sacem</i>	100,00	119,60		
<i>Gradiennage</i>	200,00	239,60		
<i>Assurance</i>	166,95	200,00		
<i>Affranchissement</i>	50,00	50,00		
<b><u>Animations</u></b>	<b>1 195,68</b>	<b>1 431,41</b>	<b>Partenaires publics</b>	<b>1 910,00</b>
<i>Cycles anciens</i>	58,43	70,00	<i>Mairie de Bordeaux</i>	1 460,00
<i>Animateur</i>	333,89	400,00	<i>Fisac - Ronde des Quartiers</i>	450,00
<i>Marionnettes</i>	508,36	608,00		
<i>Tombola</i>	295,00	353,41		
<b><u>Communication</u></b>	<b>225,21</b>	<b>269,60</b>		
<i>Affiches</i>	83,47	100,00		
<i>Impression jeux</i>	41,74	50,00		
<i>Publicité</i>	100,00	119,60		
<b><u>Décoration</u></b>	<b>750,00</b>	<b>750,00</b>		
<i>Sapins</i>	750,00	750,00		
<b>TOTAL</b>	<b>2 687,84</b>	<b>3 060,21</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3 060,21</b>

# Association Renouveau Victor Hugo

## « Animation Quartier Victor Hugo »

### date de réalisation

samedi 8 et dimanche 9 décembre 2007

### Descriptif détaillé de la manifestation

L'association Renouveau Victor Hugo en partenariat avec les associations du quartier souhaite mettre en œuvre un événement marquant afin de promouvoir l'activité artisanale et commerciale du quartier. Cette manifestation, prévue à la fin des travaux de rénovation du cours, pourrait être reconduite tous les ans. (dossier de présentation en annexe).

Deux axes sont prévus dans le concept :

- un axe visuel : les trottoirs rénovés seront recouverts d'une moquette vert vif. La couleur verte sera déclinée sur les supports de communication, dans les vitrines...
- un axe événementiel : de nombreuses animations sont prévues : groupes musicaux, rallye urbain, animation exposition d'artistes dans le marché, jeu concours....

### Partenaires associés

Mairie de Bordeaux ; Etat (Fisac – La Ronde des Quartiers) ; Associations Village Saint James ; Commerçants, artisans et Producteurs du Marché Victor Hugo ; Association Mirail-Augustins ; Association Bir Hakeim Richelieu ; partenaires privés....

### COUT – FINANCEMENT DE LA MANIFESTATION

CHARGES			PRODUITS	
INTITULE	H.T.	TTC	INTITULE	TTC
<b><u>Animations</u></b>	<b>18 000,00</b>	<b>21 528,00</b>	<b>Associations</b>	<b>9 751,54</b>
<i>scénario, écriture du rallye urbain</i>	2 500,00	2 990,00		
<i>tours de cou, stylos</i>	2 300,00	2 750,80		
<i>groupe musical</i>	5 800,00	6 936,80	<b>Partenaires privés</b>	<b>10 000,00</b>
<i>plasticien</i>	2 000,00	2 392,00	<i>(banques, agence voyages, médias... en cours de recherche)</i>	
<i>jeu trafic</i>	3 400,00	4 066,40		
<i>dotation jeu</i>	2 000,00	2 392,00		
<b><u>Communication</u></b>	<b>14 150,00</b>	<b>16 923,40</b>	<b>Partenaires publics</b>	<b>36 000,00</b>
<i>presse</i>	5 800,00	6 936,80	<i>Ville de Bordeaux</i>	25 000,00
<i>radio</i>	4 500,00	5 382,00	<i>Fisac Ronde des Quartiers</i>	8 000,00
<i>création, conception, rédaction</i>	2 300,00	2 750,80	<i>CUB</i>	3 000,00
<i>flyers, affiches, annonces-presse, questionnaire</i>	1 550,00	1 853,80		
<i>raid urbain</i>				
<b><u>Administration / coordination</u></b>	<b>7 000,00</b>	<b>8 372,00</b>		
<i>Honoraires mission</i>	7 000,00	8 372,00		
<b><u>Logistique</u></b>	<b>7 465,00</b>	<b>8 928,14</b>		
<i>moquette, pose de dépose</i>	7 465,00	8 928,14		
<b>TOTAL</b>	<b>46 615,00</b>	<b>55 751,54</b>	<b>TOTAL</b>	<b>55 751,54</b>



**TOTEMS**  
rue Terres Nouves  
BP 114 - 33321  
BEGLES Cedex  
Tél : 05 57 81 80 44  
Fax: 05 56 85 12 82  
totems@totems.info  
www.totems.info

## ASSOCIATION « RENOUVEAU DU QUARTIER VICTOR HUGO »

CONCEPTION ET REALISATION D'UN EVENEMENT A VISEE COMMERCIALE SUR  
LE QUARTIER VICTOR HUGO

8 & 9 décembre 2007

En partenariat avec les associations du Village Saint James, des Commerçants-Artisans et  
Producteurs du Grand Marché Municipal Victor Hugo, du Quartier Mirails-Augustins et  
Bir Hakeim-Richelieu.

**TOTEMS**  
491 rue Caprie St-James - 63000 BORDEAUX  
SIREN 45230016900030 APE 9230

### La manifestation

Dates : 8 & 9 décembre 2007

Lieu: Quartier Victor Hugo - Bordeaux

Cibles : Grand public : population du quartier et clients en visite dans le quartier

Objectif: Repositionner l'image du quartier Victor Hugo  
Attirer une clientèle intéressée par la spécificité de ce quartier, en vue de la fidéliser.

Moyen: Création d'un événement important à la fin des travaux de voirie avec la  
participation des commerçants et des riverains.

### **Promouvoir l'activité artisanale et commerciale du quartier Victor Hugo :**

Par la création d'un événement :

- qui reflète le caractère cosmopolite du quartier et la richesse culturelle qui en découle
- qui mette en avant la diversité et la qualité de l'offre commerciale du quartier
- qui fédère les différentes populations présentes par la convivialité de l'événement

### **CONCEPT CREATIF**

#### **Notre proposition : un Bordeaux différent, insolite**

La finalité de la manifestation est de fédérer riverains et visiteurs autour d'un lieu unique, riche de variétés culturelles.

Nous souhaitons positionner le quartier Victor Hugo comme étant spécifique, bien plus novateur en somme que la rue Ste Catherine ou d'autres rues plus « formatées ».

Pour obtenir ce positionnement, nous allons créer un événement insolite....

- Insolite donc susceptible d'attirer les bordelais et clients
- Insolite donc pouvant intéresser les médias
- Insolite mais reproductible tous les ans : installation du positionnement dans le temps...

## CONCEPT CREATIF

**Le concept s'articule autour de deux axes forts :**

### **Un axe visuel ....**

Les trottoirs rénovés du Cours sont recouverts d'une moquette vert vif. Les commerçants et les hôtesses de rue ont autour du cou un accessoire de la même couleur; dans les vitrines, des affiches rappellent visuellement l'opération.

Belle photo dans la presse ..... !

### **Un événement urbain inédit à Bordeaux ...**

Innovation à Bordeaux ! Pendant les 2 jours, chacun peut exercer son imagination et sa débrouillardise en jouant au « grand rallye Victor Hugo ».



## CONCEPT CREATIF

### **1 – Couleur insolite**

Dans la nuit de vendredi à samedi, nous recouvrons les trottoirs d'une bande de 1m de large de moquette vert vif, sur 500M de long de chaque côté du cours, dans le marché et la rue St James.

Parallèlement, des tours de cou + stylos de la même couleur seront distribués aux commerçants. Ils serviront de signe de reconnaissance également pour les hôtesses (6) présentes pour le rallye urbain.

### **Pourquoi ce vert vif ?**

Parce que c'est une couleur insolite en plein décembre, qu'elle est plutôt associée au printemps, au renouveau ... Utilisée seule, ce vert est éclatant, gai et surtout très reconnaissable. Il permet également d'être associé à d'autres animations insolites.

Il tranche avec les couleurs de Bordeaux...



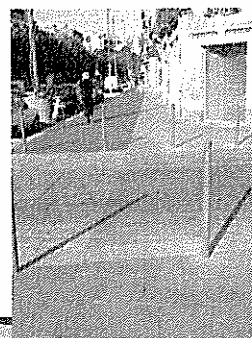


### 1 – Couleur insolite



La moquette sera installée sur les trottoirs du cours, dans le marché et dans la rue St James.

Par contre, la moquette sera interrompue à chaque intersection de rue pour libérer la chaussée.



## CONCEPT CREATIF

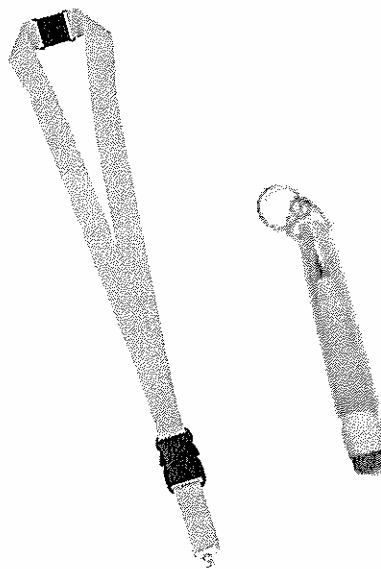
### 1 – Couleur insolite

Tours de cou + stylos :

- Pour les commerçants
- Pour les hôtesses présentes sur place pour le rallye urbain
- Enfin, ces mêmes stylos et tours de cou seront distribués et offerts aux participants du rallye urbain.

-Marquage 1 couleur au nom du Quartier Victor Hugo

1000 exemplaires



## CONCEPT CRÉATIF

### 2 – Le rallye urbain :

Le rallye urbain est l'héritier des chasses aux trésors de jadis : il se pratique en ville suivant un parcours ponctué d'étapes culturelles et récréatives.

Le quartier Victor Hugo regorge de mystères et de curiosités.

Il devient ainsi pour tous l'espace d'une journée, un terrain de jeux à échelle humaine. Une façon inhabituelle de découvrir le quartier Victor Hugo, d'aller à la rencontre de ses habitants, de ses commerçants, des associations qui y travaillent pour en découvrir ses particularités (anecdotes et trésors cachés).

#### Objectifs

Faire découvrir ou redécouvrir le quartier Victor Hugo sous un autre angle : celui de l'insolite.

Amener les riverains, passants, habitants de Bordeaux ou d'ailleurs à développer un nouveau regard sur le quartier.

Permettre à tous les participants de confronter leur vision personnelle de la ville : chacun s'enrichit alors des différents regards, les esprits s'ouvrent, les idées s'échangent.

## COMMUNICATION

### Ligne graphique

Primordiale pour fédérer tout de suite autour de l'opération, l'identité graphique représente le fil conducteur de la manifestation. Elle permet de rassembler sous une même symbolique visuelle : la couleur verte.

Dans notre cas, elle permettra de mettre en avant l'unicité des parties haute et basse du Cours. Elle facilitera également l'appropriation du « nouveau » Quartier Victor Hugo par la population et participera au déploiement de sa nouvelle image car très reconnaissable pour des futures autres manifestations.

## COMMUNICATION

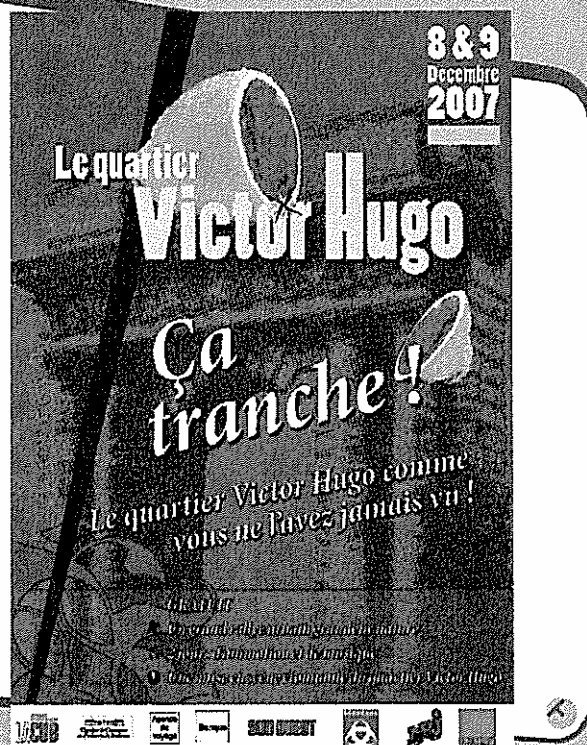
Une couleur qui tranche ...

Un quartier en renouveau ....

Jeu de mot réactionnel et visuel avec le mot quartier d'une part (quartier de pomme...),

et décalage graphique entre la couleur de la pomme (vert vif) et l'intérieur, volontairement improbable !

Le ton est donné : le Quartier Victor Hugo assume son originalité ...



## COMMUNICATION

### Stratégie de communication:

Pour informer le public (communication externe)

#### • Campagne media:

A - presse : couplage Sud-ouest - Bordeaux 7 les 6 jours précédant l'évènement

+ (voir si possibilité de partenariat avec les journaux municipaux de Bordeaux et la CUB)

B - radio : media très adapté pour annoncer le rallye urbain et attiser la curiosité -- création de trafic

Couplage Chérie FM- NRJ-- messages de 20 sec la semaine précédant l'évènement

Nota : cette proposition est basée sur la semaine du 26 nov au 2 décembre.

## COMMUNICATION

### Stratégie de communication:

Pour informer le public (communication externe)

#### • En points de vente

A - Diffusion de flyers avec programme de la manifestation dans les commerces du cours Victor Hugo, le marché et les rues adjacentes

10 000 exemplaires - quadri recto / verso - format 10 x 15 cm

B - Affiches dans toutes les vitrines, marché et rues adjacentes

Quadri recto/verso - 40 x 60 cm- 500 exemplaires



## ANIMATION

Plusieurs axes sont prévus :

- Animations musicales et festives dans les rues
- Animation spécifique pour le marché
- Eclairage de la porte de Bourgogne
- Jeu concours accessible à tous dans tous les magasins

Animations musicales :

L'objectif : être bruyamment, mais artistiquement, présents : plusieurs fois par jour, un groupe de musiciens rappelle qu'il se passe quelque chose d'important sur le Cours.

Faire entendre sa différence pour attirer des clients

- qui auront vu ou entendu parler de ce programme
- qui seront présents dans les rues voisines, et seront attirés par la musique
- Animations déambulatoires de façon à animer tout le cours et les rues adjacentes

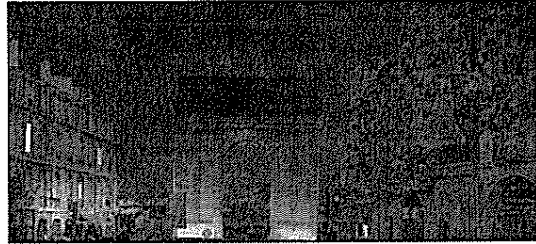


## ANIMATION

### « éclairage de la porte de Bourgogne »

Elément emblématique de l'entrée sur le Cours, la porte de Bourgogne mérite un bel écrin !

En l'éclairant en vert, on attire l'attention des passants et on renforce la perception de l'habillage du Cours....



Eclairage de la porte 2 jours



## ANIMATION

### Jeu trafic

- Objectif 1 :** permettre à ceux qui ne font pas le rallye urbain de participer à un jeu gratuit et sans obligation d'achat.
- Objectif 2 :** création de trafic dans les magasins
- Objectif 3 :** permettre de créer un fichier clients disponibles pour l'ensemble des commerçants et faire ensuite des mailings

**Mécanique :** bulletins-jeu et timés dans tous les magasins participants avec cadeaux offerts par les commerçants du quartier.

**1<sup>er</sup> niveau :** Chaque magasin reçoit un lot de bulletins numérotés, les numéros étant cachés par de l'encre à gratter. Une liste de numéros gagnants est affichée dans chaque magasin. Il y a X bulletins gagnants par magasin (les numéros correspondent à des cadeaux ou des remises pré-définis par magasins)

**2<sup>e</sup> niveau :** les clients sont invités à remplir le bulletin-jeu pour participer au tirage au sort de la 2<sup>e</sup> chance, avec 1 ou 2 gros lots à gagner.

Les bulletins-jeu seraient réalisés sur les 10 000 flyers déjà prévus, avec une numérotation personnalisée et une dépose d'encre à gratter par dessus.



## **ASSOCIATION POUR LE MARCHÉ BIOLOGIQUE DE BORDEAUX CAUDERAN**

**« Fête de célébration des 10 ans du Marché Bio de Caudéran »**

**date de réalisation**

octobre 2007

### **Descriptif détaillé de la manifestation**

A l'occasion des 10 ans du Marché Bio de Caudéran, des artisans, producteurs et revendeurs ont souhaité se regrouper, afin de faire découvrir et promouvoir les produits issus de l'agriculture biologique, et par ailleurs sensibiliser le public sur le thème de la nature et l'environnement.

L'Association pour le Marché Biologique de Bordeaux Caudéran propose sur ce marché les animations suivantes :

- dégustations gratuites de produits biologiques sous forme de buffet-brunch,
- stands d'information, librairies et associations sur l'alimentation biologique et l'environnement,
- groupe musical.

**Partenaires associés**

Mairie de Bordeaux, artisans, producteurs et revendeurs de produits biologiques, ...

### **COUT – FINANCEMENT DE LA MANIFESTATION**

<b>CHARGES</b>		<b>PRODUITS</b>		
<b>INTITULE</b>	<b>H.T.</b>	<b>TTC</b>	<b>INTITULE</b>	<b>TTC</b>
<b><u>Animations</u></b>	<b>743,48</b>	<b>850,00</b>	<b>Association</b>	<b>600,00</b>
<i>Stands de dégustation</i>	543,48	650,00		
<i>Groupe de musique</i>	200,00	200,00		
<b><u>Communication</u></b>	<b>292,64</b>	<b>350,00</b>	<b>Partenaires publics</b>	<b>600,00</b>
<i>Affiches, presse, ...</i>	292,64	350,00	<i>Mairie de Bordeaux</i>	600,00
<b>TOTAL</b>	<b>1 036,12</b>	<b>1 200,00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1 200,00</b>