

GILLY, shopping center

6/02/98

Tout a débuté en 1928 . Des commerçants Gilliciens en voyage dans le nord de la France ont assisté à une fête de village au cours de laquelle les habitants sortaient leurs fonds de greniers dans la rue afin de les revendre d'occasion .

De retour à Gilly , après en avoir discuté entre eux , quelques uns de ceux-ci décidèrent d'organiser un marché qu'ils appelèrent « braderie » .

Forts du succès remporté , cette opération fût reportée et pris de l'ampleur au long des années .

Après une interruption de quelques années due à la guerre , cette opération fût remise sur pieds par les commerçants de l'époque .

Gilly était alors en plein essor avec ses charbonnages , industries , la folie des années après guerre faisait son chemin . Gilly comptait plus de 300 commerces florissant , 4 cinémas (1 supplémentaire fin 1950) , des fêtes de quartiers etc...

Dans le courant des années 1950 , certains commerçants se regroupaient par quartiers pour offrir des manifestations supplémentaires telle une cavalcade de printemps qui eut lieu quelques années sous l'impulsion de commerçants innovateurs .

Déjà la braderie d'octobre tombait le premier week-end du mois d'octobre et se retrouvait copiée par toutes les communes avoisinantes . Malheureusement déjà des dissidences voyaient le jour , certain voulant en faire plus d'autres moins ...

Par la ténacité de certains et le succès , fort heureusement cette manifestation se prolongera dans le temps avec des hauts et des bas aussi bien dus aux conditions atmosphériques qu' « aux coups de gueule » .

Pour informer le public des activités Gilliciennes un imprimeur publia pendant des années un journal hebdomadaire de publicités : « publi echo » . Avant chaque braderie d'octobre le jeudi puis le mercredi , des commerçants formaient un cortège , d'automobiles décorées , bruyant annonçant dans toute la région l'événement . Le public ainsi contacté en était devenu friands ... et donnait suite à ce passage en rejoignant les 4 chaussées durant le week-end de braderie .

Fin des années 60 début 70 , l'éclosion des grandes surfaces modifia le visage du commerce il fallait lutter contre la concurrence . l'ouverture du cora fut le déclenchement de pas mal de malaises .

Pendant quelques années , cette grande surface utilisa la date de la braderie d'octobre pour fêter son anniversaire d'ouverture , on fit donc barrer les rues plus longtemps et un jour fut ajouté .

Quelques jeunes commerçants vinrent remplacer les anciens sur le départ et apporter quelques adaptations aux activités en utilisant les tendances du moment . Comme exemples ,l'apparition de RTL , puis des radios libres ou tout autre nouveauté .

Dans cette optique , quelques groupes se formèrent dans certains quartiers et sous leurs pressions , une braderie de printemps fut acceptée ; développée au fil des années pour devenir ce qu'elle est ce jour .

Le commerce avait changé , il fallait offrir autre chose , difficile à faire comprendre .

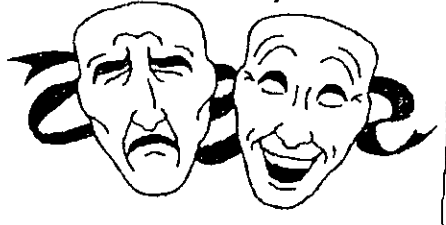
Actuellement , il existe une braderie hebdomadaire ! Chaque semaine , des centaines de promotions de grandes surfaces ... faut-il encore considérer les manifestations Gilliciennes comme simples braderies ou faut-il offrir plus et autrement ...

----->

----->

Quelques actions réalisées parmi tant d'autres :

- 50 me. anniversaire de la braderie de Gilly (thème le vieux Gilly + habits d'époque).
 - fin 70 début 80 , Mr. JARDINIER qui était vu sur RTL tous les jours vint chez certains commerçants
 - mise sur pieds dans la chaussée de Lodelinsart du quartier des drapeaux avec des cigarettiers et radio pays noir actuellement radio contact .
 - mise sur pieds d'ouverture de dimanches en fin d'année
 - mise sur pieds d'une ouverture nocturne jusqu'à 2 h. du matin ponctuée par 3 feux d'artifices (un par place) .
 - exposition de véhicules de compétition autos et motos
 - 40 me. anniversaire du débarquement en Normandie et la libération (véhicules + tenues)
 - ... lors de chaque braderie .
- des groupes « folkloriques » .



Quelques explications au sujet de cette K7

Les séquences de braderies ont été tournées par des jeunes du quartier , lors de différentes manifestations .
 Les actions spéciales que vous avez vues ne sont pas forcément dans l'ordre chronologique et sont tournées à des heures et jours différents .

Il faut observer l'ambiance , les visages réjouis ! Les affaires n'étaient pourtant pas brillantes non plus , la bonne humeur étant communicative ...!

Certains des commerçants ont disparus , pour des raisons diverses ...
 Les événements décrits se sont déroulés dès 1980 jusqu'en 1988...

Depuis les idées étant devenues denrée rare , il a été fait appel aux marchands ambulants pour meubler le manque d'échoppe des commerçants ayant pignon sur rue ...

Il ne faut pas oublier que : « Le coût de la vie est pénible pour tout le monde et le promeneur de braderie qui dispose de 1000 frs. ne sait pas acheter ce qu'il veut mais bien ce qu'il peut ...(!) dans la solution actuelle , peut-être chez un concurrent ambulant ! »

Les promeneurs doivent pouvoir identifier facilement les établissements qu'ils fréquentent ! Il est aussi indispensable de leur offrir d'autres choses ... dont quelques exemples ci-dessous :

accueil , qualité , service , soin , propreté , patience ...etc.
 Il en existe des quantités !
 Pensez donc aux reproches que vous avez certainement déjà cités lors d'un passage dans les grandes surfaces ou autres !! Vous avez forcément des points faibles , fort heureusement eux aussi ! Apprenez à les découvrir et appliquez à votre commerce ... le prix s'oublie si la qualité et l'accueil ont été O.K.
SOYEZ DES « PROS » de vrais « SPECIALISTES ! »

Les articles que vous vendrez ne seront peut-être pas ceux qui vous plaisent le mieux ! Votre potentiel clients n'est peut-être pas celui que vous pensez !
 Vos articles sont-ils bien mis en valeur , bien en vue , peut-être sont-ils noyés dans la masse ?
 Vos promos sont-elles claires et bien affichées , aux bons endroits ?
 Votre établissement est-il clean et correspond-il à l'attente des clients ?
 Votre accueil est-il au moins égal à ce que vous espérez
 Lorsque vous êtes client vous-mêmes ?

Nombreuses sont les questions à se poser , sans cesse , à longueur de journées , de semaines , d'années !
 cela porte un nom : **la systémique !**

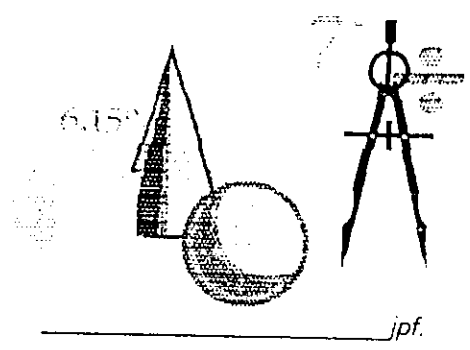
----->

----->

Plus communément appelé :
remise en question ! (ce que font
 les grosses boites en organisant des
 séminaires de formation !) On n'en
 sait jamais assez !

**Epattez-vous , vous épatterez
 aussi les autres ... !**

BONNE OPERATION
« PARAS. » !!!



HUMOUR

Imaginez-vous dans une salle de théâtre ,ayant payé 2000 frs.d'entrées , vous venez assister à la représentation de « l'auberge du cheval blanc » !

Les organisateurs n'ont pas la possibilité d'installer les décors , les projecteurs sont en panne .

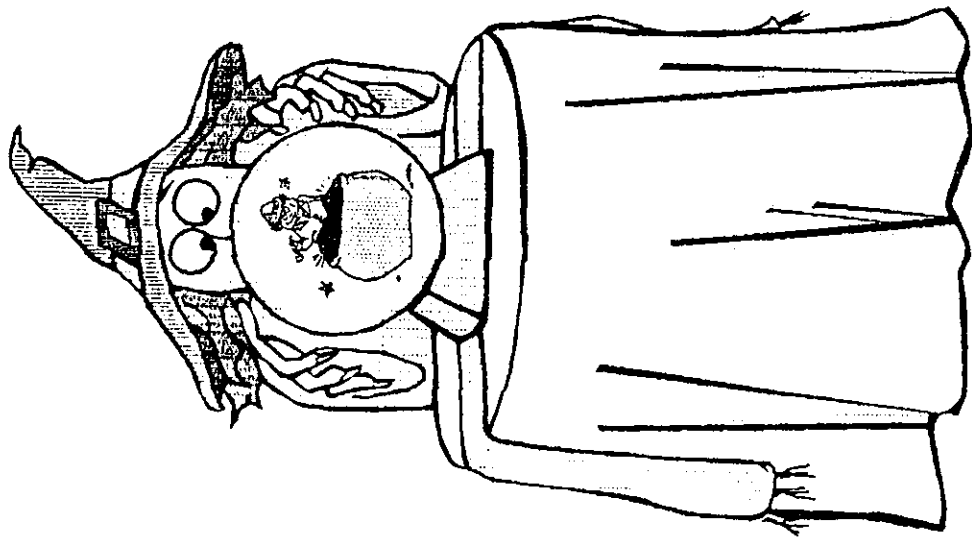
Les acteurs ,de qualité , n'ont pas leurs costumes ,ils ne sont pas maquillés ! Ils jouent cependant divinement bien !

Quant à vous , vous vous retrouvez assis sur une chaise ordinaire , les fauteuils ayant été supprimés !

Si vous pouvez vous imaginer cette représentation dans ces conditions extrêmes , vous êtes **imaginatifs** ... la démonstration a atteint son but : le votre !??

En fait , votre établissement n'est-il pas le théâtre de vos activités ? N'en êtes-vous pas les **ACTEURS** , **METTEURS en SCENE** , **MACHINISTES** , **ELECTRICIENS** , **FINANCIERS** , ... peut-être aussi **BENEFICIAIRES** ?

Si vous prenez tout ceci au 1 er. degré avec le sourire , vous êtes sur la bonne voie !



OPERATION PARAS. 98 PARASOLS

Participants :

© jpf 98

OPERATION PARAS.

PARAS : POURQUOI paras ?

Par définition , " PARAS "

=

petite troupe , de (" guerriers ") militaires professionnels
chargée d'exécuter des interventions rapides de
sauvetages. Ils sont généralement parachutés !

Les parachutes servent , comme le mot l'indique , à
freiner la chute .

Étant donné le prix de cet accessoire , utilisons des
parasols !!!

OPERATION PARAS.

6/02/98

A TENIR CONFIDENTIEL.

Il est possible d'organiser à peu de frais une campagne , assez voyante , qui permettrait aux participants de se faire distinguer assez facilement des « non participants » .
Cette idée est réalisable sans trop de difficulté et pourrait permettre en outre à chacun de pouvoir exploiter cette action à sa meilleure convenance et dans les meilleures conditions pour son établissement .

- LOCALISATION :

- à l'aide d'un « parasol » multicolore fixé de chaque côté de la façade ,à la même hauteur , et placé de façon rigoureusement la même et surtout à partir du même moment .
Il est bien entendu que ces parasols doivent être identiques . Achetés ou reçus par un éventuel sponsor neutre .
- au centre de chaque vitrine ,une affiche (préférence couleurs) identique reprenant l'opération et la participation . Sous cette affiche une grosse flèche rouge ou jaune pointée vers le bas en dessous de celle-ci se trouverait un ovale du même ton sur lequel serait indiqué : « offre de la semaine » (où chacun pourrait offrir un article ou un service en promotion) .
- cet affichage devrait obligatoirement rester en place durant une période assez longue (1 à 2 mois) en changeant cependant l'offre affichée sur l' ovale TOUS LES MARDI matin (sans faute : jour de changement des pubs dans les grandes surfaces) . Rien ne devrait empêcher de reprendre les mêmes offres plusieurs fois pour autant qu'elles soient décalées de quelques semaines .
- (voir détails et dimensions sur feuilles annexes) .

SUPPORT PUB PARAS.

- possibilité d'annoncer l'opération PARAS. dans certaines presses , radios , folders , etc... (les détails suivant négociations) .

BUTS RECHERCHES :

- faire remarquer un certain dynamisme en forçant les passants (piétons, véhicules à tourner la tête par curiosité par l'emploi de parasols (en hiver et printemps) , les affiches ,biens centrées et lisibles , provoquant une promotion hebdomadaire et peut-être une envie d'achat spontané (coup de coeur) .
- la répétition de l'action durant plusieurs semaines est en fait une possibilité de créer un besoin de découvrir l'offre de la semaine .Une émulation auprès des confrères commerçants est bien entendu un but qu'il ne faut pas négliger (plus on est de ... plus on a de chance ...)

COÛT de L'OPERATION :

- fera l'objet d'une étude détaillée en fonction des besoins .

@ jpf.98

----->

DATES:

- à déterminer .

AFFICHAGE :

- type à définir .

TEXTES :

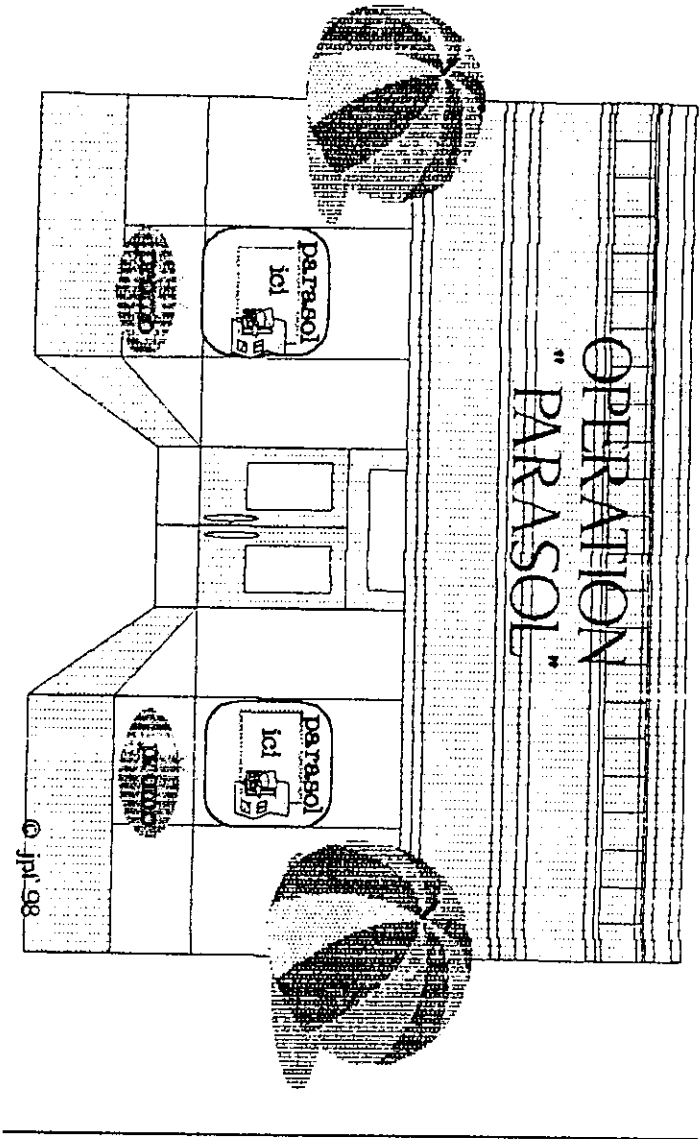
- doivent faire l'objet d'une étude après fixation des buts à atteindre ainsi que la stratégie pour y parvenir .

AUTRES ACTIONS POSSIBLES :

- ?

ANALYSE des RESULTATS :

- moyens ?
- individuels ?
- groupe ?
- évolution ?
 - C.A.
 - Quantitative
- constatations diverses ?
- améliorations à apporter ?
- divers :



réalisez des économies

chez nous ,
pas besoin de caddie

vous
n'achetez

que... l'utile !
... la qualité !
... la fraîcheur !
... aux meilleurs prix
C'EST GARANTI !

FAITES CONFIANCE AUX ARTISANS !
*ils sont comme vous , ...
et à votre écoute !*

tous les jours
un vrai service

LA GAZETTE

du quartier des PARASOLS

chée. de Lodelinesart GILLY

1 semaine du au mars
valable chez les participants parasols

édition n°. 001 mars 1998



PROMOTIONS

OFFRES SPECIALES

FRUITAL
FRUITS - LEGUMES - PRIMEURS

promotions chaque semaine

livraison à domicile gratuite

chaussée de Lodelinesart 6060 GILLY
Tel. 078 / 54.1042

PARASOL

Je participe

La cage
100 fra.

NOUVEAU

AUX 4 SAISONS

pizzas
pâtes

à emporter
à déguster

à la cage de Lodelinesart 39
6060 GILLY

pizzeria
cafeteria

réservations
commandes
071 41 70 09