



■ Nicolas Mollet, Sylvie Petiot et Sébastien Duchowicz : « Il est rare que les villes se dotent d'un logo pour développer le commerce ».

Photo Cédric JACQUOT

« Le shopping style c'est Nancy ville »

La ville de Nancy et l'association des Vitaines viennent de se doter d'un logo pour mieux communiquer sur les atouts commerciaux du centre-ville.

« Nancy possède une singularité en raison de son patrimoine unique, de sa culture, et du nombre important de commerçants indépendants qui travaillent au centre-ville », explique Nicolas Mollet, développeur de commerce embauché par la ville, en début d'année.

Sur les 1.300 commerces du centre-ville, 300 sont des enseignes nationales ou internationales, et le reste, un millier, sont des commerces indépendants, « ce qui constitue une particularité qu'on ne retrouve pas ailleurs », poursuit Nicolas Mollet, qui

a demandé à l'agence de communication « bb com » de travailler sur « l'identité visuelle du centre-ville », en liaison avec le Grand Nancy, la ville de Nancy, l'association des Vitaines, le centre Saint-Sébastien.

Résultat : un logo où on peut lire, le shopping style, c'est Nancy ville. « L'idée est que Nancy a du style, le commerce a du style, faire du shopping est un plaisir, consommer a du style », indique-t-on service « com » de la mairie.

Une newsletter mensuelle sera par ailleurs publiée, avec les rendez-vous commerciaux ou les annonces d'ouvertures de commerces. Sans oublier la création d'une page facebook.

Ph. M.