



LETTRÉ D'INFORMATION ÉDITÉE PAR



7, RUE ÉLEONOR DAUBRÉE BP 403
50204 COUTANCES CEDEX

[É D I T O R I A L]



Un franc succès

La naissance de la Carte de Fidélité Multi-Commerces (CFMC) "Draguignan envie" aura été un franc succès. Lancée en mai 1999, la carte concerne actuellement 55 commerces de notre Association. Née de la volonté de tous les partenaires de se fédérer autour d'une politique commerciale commune, elle reçoit aujourd'hui un véritable plébiscite.

Le premier bilan se révèle en effet très positif. Lors d'une récente enquête effectuée par la Chambre de Commerce et d'Industrie du Var, 92 % des commerçants adhérents se déclaraient "satisfaits" par cette opération. Et les témoignages des clients traduisent un véritable engouement : ils sont "accros" rapporte un commerçant, c'est un "jeu, un concept ludique qui leur plaît". Enfin, les chiffres parlent d'eux-mêmes. Nombre de commerçants dont le chiffre d'affaires stagnait ont noté une nette augmentation depuis juin 1999. Il faut souligner qu'entre-temps, le nombre de cartes actives a presque triplé : pas moins de 1992 cartes étaient en activité en avril dernier contre 790 en mai 1999. De même, le nombre d'achats effectués était de 6299 en avril 2000 contre 1575 en mai 1999. Cette évolution rapide nous confirme la prise de conscience de tous devant l'aspect bénéfique d'une telle opération. Clients et commerçants ont compris qu'ils possédaient un véritable outil de fidélisation pour une dynamique de centre-ville. Outre de nombreux avantages accordés aux porteurs de carte (remises, cadeaux et heures de stationnement gratuit), le plan FISAC aura permis de rénover le centre ancien de Draguignan ; action qui ravit touristes et Dracenois. Ces derniers disposent désormais d'une galerie marchande belle et vivante où les commerçants s'emploient chaque jour à améliorer la qualité de leurs produits et services. Cette réussite est le résultat d'un effort de solidarité inédit entre tous les partenaires, et il nous faut, à ce titre, remercier la Municipalité qui aura été un Maître d'ouvrage exemplaire ainsi que la Chambre de Commerce et la Chambre de Métiers du Var. Poursuivant notre logique de rassemblement, nous invitons les commerçants non-adhérents à nous rejoindre dans notre promotion de la convivialité. Pour finir, nous adressons un grand merci aux Dracenois pour la confiance qu'ils nous témoignent. Toute l'équipe de "Draguignan envie" vous prie de croire en l'assurance de son total dévouement.

Mme Catherine Rouillon
Présidente de "Draguignan envie"

**Problèmes de stationnement
Cartaplus® vous facilite la ville**

Les facilités de stationnement sont un atout majeur pour le commerce de proximité. C'est pourquoi de nombreuses "villes Cartaplus®" ont décidé d'inclure des heures de parking gratuit dans leur programme de fidélisation. Une initiative qui s'inscrit dans une logique de développement dynamique, et qui devrait faire des émules...

"Offrir" des heures gratuites de stationnement, c'est donner un coup de pouce supplémentaire à une opération naissante ou déjà installée. C'est un acte symbolique qui confirme aux consommateurs la volonté des commerçants de centre-ville de les accueillir dans les meilleures conditions, en leur facilitant un peu la vie...

Draguignan, ville novatrice

La reprise de la gestion des parkings souterrains par la Municipalité de Draguignan a marqué une nouvelle étape dans le développement du programme de fidélité Cartaplus®.

Souhaitant soutenir le lancement de la Carte de Fidélité Multi-Commerces (CFMC), la Municipalité de Draguignan - sur l'initiative de son maire, M. Christian Martin - a en effet mené une importante opération de communication et basé sa campagne de promotion sur le slogan « Je stationne, j'achète, j'épargne ».

Tout détenteur d'une carte de fidélité "Draguignan envie" dispose ainsi d'une heure de stationnement gratuit en surface par semaine, fractionnable en deux fois une demi-heure. Une disposition qui vaut sur tous les horodateurs nouvellement installés, sur lesquels est signalée la compatibilité avec la carte.

Comment ça marche ?

L'utilisateur introduit sa carte de fidélité dans l'horodateur, suit les différentes instructions et fait éditer un ticket de stationnement selon son choix : s'il ne stationne qu'une demi-heure, le bénéfice de la seconde demi-heure est conservé pour un autre jour de la semaine.



En revanche, s'il souhaite stationner plus d'une heure, il complète en monnaie selon le tarif en vigueur.

L'heure de stationnement gratuit est décomptée du Lundi zéro heure au dimanche minuit. Elle n'est pas cumulable d'une semaine sur l'autre. Animées par la même volonté de faciliter l'accès aux centres-villes, plusieurs villes ont développé ce projet : Saint-Dié (Vosges), et Orthez (Pyrénées-Atlantiques), qui applique ce système depuis fin mai 2000 sur tous les parkings de la ville.

DANS CE NUMÉRO

› Services clients, p. 2

Le coin technique :

rappel sur l'arrachement des cartes



Astuces marketing : l'enquête de satisfaction

› Réseau Cartaplus®, p. 3

Pleins phares : retour sur les plans FISAC

Infos minute : CEV déménagement !

Partenaires : laissez-vous prendre au jeu avec Technicom



Une Ville, mille idées : une forme de billetterie révolutionnaire

› La Revue de presse, p. 4

Mieux Vivre Votre Argent

› La ville en vedette, p. 4

Draguignan, la Provençale



Fiche signalétique

Nom : *Draguignan*



Département : Var (83)
Habitants : 35 000
Adhérents à l'Association commerciale "Draguignan envie" : 107
Date de création de l'Association : juin 98
Présidente de l'Association : Mme Catherine Rouillon, gérante d'une boutique de lingerie
Système Cartaplus : installé depuis mai 1999
Nombre de commerces adhérents : 55

Nombre de porteurs : 4535 en avril 2000
Fonctionnement de la carte "Draguignan envie" : une remise de 4 % sur tous les achats (2 % sur l'alimentaire et Intermarché) plus une heure de parking gratuit par semaine
Pour tout renseignement, contacter : M. Jean-François Chauzeix
Tél : 04 94 50 93 53

Quelques chiffres sur la carte "Draguignan envie"
Chiffre d'affaires :
Mai 1999 : 585 599 F
Avril 2000 : 2 113 449 F
Épargne offerte :
Mai 1999 : 20 845 F
Avril 2000 : 58 926 F
Achats effectués :
Mai 1999 : 1575
Avril 2000 : 6299
Dépense moyenne client :
Mai 1999 : 741 F
Avril 2000 : 1060 F

BIENVENUE...

Nous souhaitons la bienvenue au sein du réseau CARTAPLUS® aux villes de :

AUCHEL (62),
15 commerçants adhérents,
pdt : Maître Bulot

BELLEY (01),
30 commerçants adhérents,
pdt : M. Child

Passage tirelire 1 à 2 pour
QUIMPERLÉ (29),
24 commerçants adhérents,
pdt : M. Andréas Gerling

Bravo à
UZÈS (30), qui redémarre,
39 commerçants,
pdt : Mme Mandagot



INFOS PRATIQUES

EXPOSITIONS CONFÉRENCES
Salon des micro-entreprises
27 au 29 septembre 2000
Palais des Congrès, Paris



REPÈRES

Chiffres records pour
la ville de Vendôme :
– 6500 cartes distri-
buées en deux mois
– plus de 15 000 tran-
sactions enregistrées
sur le deuxième mois

Bravo !

AGENDA

14-15 juillet 2000 :
**DRAGUIGNAN, ville-
étape du tour de
France**

17 juillet 2000 : **CEV
déménagement.** À partir de
cette date, vous
pourrez nous joindre
aux coordonnées indi-
quées dans la rubrique
"Infos Minute".

Bonnes vacances à
tous !

Astuces : stratégies de fidélisation
et opérations marketingL'enquête de satisfaction
Restez à l'écoute...

De tous les outils de communication "interactifs" à votre disposition, l'enquête de satisfaction reste la façon la plus simple et la plus rapide de recueillir les réactions, les attentes et les suggestions de votre clientèle. Les réponses données permettront l'ajustement et l'amélioration de votre qualité de service.

L'intérêt d'une enquête

L'enquête permet de saisir la réalité décrite par un petit nombre de personnes à qui l'on pose des questions concernant leurs impressions, leurs réactions et opinions devant un sujet donné. L'analyse de leurs réponses devra essayer de dégager des tendances générales ou précises quant à l'appréciation qualitative du sujet soumis.

Enquêter par téléphone

L'enquête peut être réalisée par téléphone. Cette méthode permet d'ajouter des renseignements de type psychologique (intonations et émotions) aux réponses recueillies. Il faut ensuite :

- préparer un questionnaire bref comportant de préférence des questions fermées (ex. *Êtes-vous satisfait de tel type de service ?*: 1) Pas du tout, 2) Un peu, 3) Assez, 4) Entièrement, etc.);
- sélectionner quelques personnes bien ciblées ;
- faire comprendre à l'interlocuteur combien son opinion est importante ;
- garder un ton de voix neutre pour éviter d'influencer les réponses.

L'enquête par téléphone possède d'indéniables avantages : elle est rapide et peu coûteuse, elle permet de réagir et d'améliorer rapidement l'offre, et aide à préciser le sens des réponses reçues (un "oui" net vaut mieux qu'un "ouais" hésitant).

Enquêter en magasin

L'intérêt d'une enquête menée en magasin est qu'elle peut être couplée à des démonstrations promotionnelles (ou non) susceptibles d'attirer la clientèle à qui l'on posera les questions.

On peut par exemple imaginer une opération dans laquelle des points seraient crédités sur les cartes de fidélité Cartaplus® en contrepartie des réponses à un questionnaire.

Le procédé est à peu près similaire à l'enquête téléphonique :

- préparation d'un questionnaire précis ;
 - ciblage = votre clientèle ;
 - neutralité de votre ton de voix.
- Le premier avantage de cette méthode est la qualité de la communication établie avec sa clientèle, qui permet souvent de connaître les valeurs et les opinions de l'interlocuteur. La facilité d'observation des réactions permet de saisir rapidement un état d'esprit. Elle est également assez rapide et peut-être répétée

en l'espace de quelques semaines, car elle ne nécessite aucune recherche de liste de noms.

Aller plus loin

Aujourd'hui, une nette tendance marketing se dessine (constatée et développée sur Internet) : le "client actif". Ce qui se traduit par un désir marqué du client d'initier l'offre commerciale, en indiquant quel produit ou service le fait rêver, afin de l'obtenir au meilleur prix.

On peut alors imaginer un type d'enquête où l'on inviterait les clients à participer à un "concours d'idées et de suggestions" concernant l'amélioration du système de fidélité.

Ou encore, dans le cadre d'une opération promotionnelle avec cadeaux surprises à la clef, anticiper le désir des clients qui auraient choisi au préalable le(s) cadeau(x) de leurs rêves...

Alors, vous pourrez dire : « Vous en rêviez, nous l'avons fait... »

L'EXEMPLE DE DRAGUIGNAN

L'enquête de satisfaction initiée par la Chambre de Commerce et d'Industrie du Var neuf mois après le lancement de la Carte "Draguignan envie" est, à ce titre, un bel exemple d'interactivité. Réalisée par téléphone auprès des 55 commerçants adhérents au système CFMC, elle a permis de dégager des chiffres et des témoignages qui sont un véritable plébiscite.

Ainsi, 92 % des commerçants interrogés se déclarent satisfaits par la mise en place de cette carte (76 % "très satisfaits", 16 % "moyennement satisfaits"). Ce taux de satisfaction élevé se trouve être le reflet direct de la satisfaction des clients qui, à l'unanimité, ne voient "que des avantages" dans cette opération. Tendance confirmée par les commerçants qui notent la nette motivation générée par la carte et l'augmentation de leur chiffre d'affaires depuis juin 1999.

Autre taux important : le taux d'implication. Une fois analysé, celui-ci aide à recentrer une action de communication vers ceux qui ne "jouent pas le jeu". De ce fait, si 88 % des commerçants Dracenois affirment "jouer le jeu" (76 % "complètement", 12 % "moyennement"), ce sont les 12 % non impliqués que l'Association pourra sensibiliser à la nécessité d'une solidarité de tous les adhérents.

[Sources : CCI du Var]

Le coin technique

RAPPEL CONCERNANT L'ARRACHEMENT DES CARTES

Certains d'entre vous restent perplexes lorsque ce message s'affiche sur les lecteurs :

« CARTE INVALIDE : VIOLATION INTÉGRITÉ ».

Cela signifie tout simplement que le commerçant précédent n'a pas attendu le message « retirer la carte » avant de l'enlever du lecteur, et que celle-ci a été « arrachée » en cours d'écriture.

CEV ayant mis au point un système de sécurité afin d'éviter toute tentative de manœuvre frauduleuse (l'arrachement de la carte est considéré comme tel) cette carte est donc bloquée, on ne peut ni la lire, ni inscrire des informations.



Voilà pourquoi nous vous rappelons d'être vigilants lors du passage des cartes dans les lecteurs. Si vous vous rendez compte que la carte a été retirée avant le message : « retirez la carte », réintroduisez la carte dans le lecteur.

Nous vous signalons par ailleurs que plusieurs modèles de lecteurs peuvent vous indiquer par une sonnerie ou "buzzer" que la carte a été arrachée : toute la gamme INGENICO, MAGIC 9000, EFT 10 et EFT 20.

Cependant, afin de palier à ce problème, CEV est en train de développer une nouvelle génération de cartes avec une procédure anti-arrachement (CMV5).



Enfin, si vous vous retrouviez malgré tout en possession d'une carte bloquée, il vous faudra la retourner chez CEV, à l'attention d'Anita Bennour, qui est en charge de la restauration des cartes.

Une fois le parcours de la carte étudié, celle-ci sera retournée à l'Association avec le cumul exact d'avant blocage.

Cette opération a lieu au début du mois suivant l'incident : nous devons en effet récupérer et analyser toutes les données enregistrées dans les lecteurs avant de reconstruire le parcours de la carte.



FAITES-LUI UNE PLACE !

L'importance de la PLV charte-fidélité se réduit parfois à une peau de chagrin, pourtant, elle représente un outil essentiel de la promotion du système de fidélité Cartaplus®. Stop-trottoirs et Kakemonos sont visuellement attractifs et devraient être considérés dans les budgets de communication. **Pensez-y !**

Une ville, mille idées

UNE BILLETTERIE RÉVOLUTIONNAIRE

Coutances. À l'occasion du concert donné par Dee Dee Bridgewater, lors du festival "Jazz sous les pommiers", CEV a expérimenté un concept sans précédent : la gestion de billetterie sur support carte à puce. Ici, la carte à puce fonctionne comme un badge, une sorte de "billet intelligent" qui enregistre diverses informations (adresse, nom, prix, etc.) et comporte un compteur intégré.



Ce type de carte permet ainsi d'organiser une gestion de billetterie tout à fait révolutionnaire, à forte valeur ajoutée :

- sa facilité de gestion, avec carte débitée aux guichets dans un lecteur ;
 - un nouvel outil marketing qui permet la constitution de fichiers clients et l'ajustement publicitaire ;
 - des cartes "collector", numérotées, éditées en série limitée qui trouvent une deuxième vie en tant qu'objets de collection (voir à ce sujet notre article paru dans "En Ville" n°11).
- Voilà qui devrait donner des idées aux villes qui organisent des festivals et des spectacles...

DES CLIENTS INTRIGUÉS

En mai dernier, date anniversaire de la mise en place de la carte "Draguignan envie", les porteurs de carte dracénois étaient invités à participer au grand concours "Week-end destination surprise" doté d'un voyage pour deux personnes et de 6000 F en points épargne. 5 indices voyages étaient à découvrir chez 20 commerçants participants. Pour chaque indice trouvé, 100 points étaient crédités sur la carte (équivalents à 100 francs). Un tirage au sort entre les bonnes réponses était ensuite organisé pour déterminer l'heureux gagnant du voyage surprise.

DES VŒUX QUI COMPTENT DOUBLE

Draguignan. Sur présentation de la carte de vœux 2000 adressée par leurs commerçants, chaque porteur de carte avait la possibilité de doubler ses points d'épargne en faisant enregistrer deux fois sa carte dans les lecteurs.

Pleins phares

Procédure plan FISAC L'Opération "Draguignan envie"

Le succès de la carte de fidélité multi-commerces mise en place à Draguignan en mai 1999 nous rappelle combien l'importance des plans FISAC est devenue capitale dans le développement et le dynamisme du commerce de proximité.

Qu'est-ce que le FISAC ?

Le Fonds d'Intervention pour la Sauvegarde de l'Artisanat et du Commerce a été créé pour apporter une aide financière au développement du commerce indépendant. Ce fonds est constitué par une taxe prélevée sur la grande distribution et reversée sous forme de subvention auprès des Municipalités qui déposent un projet d'aide au développement commercial. Ce projet est élaboré généralement entre les Associations commerciales, la Mairie et les Chambres de Commerce et d'Industrie.

"Draguignan envie" : la Municipalité véritable moteur du projet



Dans le cas de l'opération "Draguignan envie", c'est la Mairie qui est à l'origine de cette dynamique de développement commercial. C'est elle qui en 1996 a incité les commerçants à se regrouper, à créer une Association, à structurer un projet commercial afin de gagner en crédibilité auprès des partenaires institutionnels (CCI) et privés (banques). Il faut d'ailleurs citer le travail exemplaire accompli par l'équipe municipale, avec, à sa tête, son Maire, conseiller régional PACA ; l'adjointe au Maire et déléguée au Commerce, à l'Artisanat et à l'Animation ; ainsi que le gestionnaire FISAC, véritable « animateur » sur le terrain de cette opération.

Le FISAC mode d'emploi

La Mairie est le Maître d'ouvrage de l'opération : elle réalise un dossier complet, décrivant les diverses étapes de la mise en place du projet (moyens mis en œuvre, contexte, plan de financement...) en concertation avec la Chambre de Commerce, la Chambre de Métiers et la Délégation Régionale au Commerce et à l'Artisanat. La demande de subvention, accompagnée du projet, est ensuite déposée à la préfecture du Département en quatre exemplaires. Le dossier est dès lors transmis au Secrétariat d'État aux PME, au Commerce et à l'Artisanat qui décidera de l'attri-

bution de la subvention FISAC. Après acceptation du dossier, le montant de la subvention est défini et communiqué à la Mairie. Une convention est alors signée à la Préfecture entre l'État, la Municipalité, la Chambre de Commerce et d'Industrie, les Chambres des Métiers et l'Association de commerçants. Enfin, c'est au Maître d'ouvrage (la Commune) d'assurer la mise en œuvre des opérations retenues dans le cadre du plan FISAC. Le déblocage des fonds a lieu environ huit mois après la demande.

" LE FISAC EST UN ALLIÉ CAPITAL DU COMMERCE INDÉPENDANT "

La mise en œuvre du plan

Le plan FISAC se déroule ensuite en trois phases d'environ une année. Chacune de ces étapes est constituée d'actions de fonctionnement et d'investissement :

- les opérations de fonctionnement (animations commerciales) sont prises en charge à 50 % par l'État et 50 % par la Commune (le plafond est fixé par l'État) ;
- les opérations d'investissement (aménagement et rénovation du centre urbain : places et rues commerçantes, stationnement, éclairages...) sont financées à 20 % par l'État et à 80 % par la Commune.

"Draguignan envie" en action

Le plan FISAC aura permis, dans sa partie « investissements », l'embellissement du centre ancien. Rappelons qu'au titre des actions de fonctionnement, la carte de fidélité a pu être mise en place en associant à la Mairie de Draguignan et à la CCI, des entreprises privées telles Intermarché, le Crédit Agricole et le Groupe Pizzorno. Ce partenariat souligne une solidarité inédite entre des acteurs économiques issus d'horizons différents. En effet, il est proposé aux porteurs de la carte une heure de parking gratuit par semaine et une remise de 2 % chez Intermarché (qui s'est engagé à ne pas récupérer les avoirs, en échange d'une publicité au dos des cartes). Un acte symbolique qui illustre bien la volonté de tous les partenaires de trouver un équilibre entre les différents modes de distribution... Draguignan, une ville qui fait rimer *fidélité* avec *solidarité*...

Infos minute

CEV

Prend ses quartiers d'été

À vos carnets ! CEV déménage le 17 juillet dans la Zone Delta de Saint-Lô. Alors, n'oubliez pas de noter dès maintenant les coordonnées du nouveau siège...

CEV SA

Zone Delta
Rue Joseph Cugnot
50008 St-Lô cedex

02 33 77 65 00

Fax 02 33 77 65 01



Partenaires

Technicom

L'intelligence informatique au service de la communication et du marketing

CEV et Technicom ont développé un partenariat basé sur un nouveau concept d'animations promotionnelles. Le concept de loterie moderne et interactif mis en place par Technicom, connaît déjà un beau succès et devrait rapidement vous séduire...

Créée en 1996, **TECHNICOM** est une société très dynamique, dont les grands domaines d'intervention sont : les technologies de l'information (audit, développement informatique), la promotion des ventes (opérations commerciales, jeux informatiques) et l'événementiel (animations, organisation de salons, spectacles...).

Dans le cadre du développement du programme de fidélisation Cartaplus®, CEV et Technicom ont mis au point



un nouvel outil marketing : la loterie interactive.

En effet, si vous souhaitez mettre en place des actions marketing qui ont de l'impact, créer un engouement, augmenter le trafic visiteur, vendre vos produits, Technicom a pour vous une solution sur mesure : la borne jeu informatique.

Simple, ludique, interactive, avec gain immédiat, cette borne d'animation, unique en son genre, suscite une émulation collective difficile à recréer aujourd'hui avec une loterie traditionnelle. Elle séduit adultes et enfants et peut accueillir de 100 à 240 personnes par heure.

Elle constitue donc une animation idéale pour dynamiser les espaces de vente lors de soldes

ou de promotions commerciales...

Quant à l'installation, rien de plus simple : les bornes sont livrées et installées sur le lieu de l'événement « clef-en-main », et peuvent être personnalisées (écran d'accueil avec logos des commerçants partenaires, images, sons, habillage, représentation des lots offerts, édition de

statistiques en fin d'opération...).

L'animation « Jacktop », compatible avec le support carte de fidélité

(Cartaplus® de CEV) repose sur une simulation informatique d'un jackpot traditionnel : l'adhérent Cartaplus® introduit dans la borne sa carte. La Cartaplus® déclenche le programme conçu autour d'algorithmes de hasard. À l'écran, les rouleaux se mettent en mouvement. Trois rouleaux identiques, et c'est gagné !

Le lot remporté s'affiche à l'écran, ou bien, dans le cas des cartes CEV, les points correspondant à la valeur du lot sont crédités sur la carte.

Alors, pourquoi ne pas vous laisser prendre au jeu ?

Contact : M. Alain Unia
Tél. 04 93 14 49 44
Fax : 04 93 14 41 16



Draguignan la Provençale

Longtemps confinée dans son statut de ville administrative et de garnison, Draguignan la Provençale s'est hissée depuis quelques années au rang de ville touristique en réhabilitant son riche patrimoine historique. Son expansion a toujours été favorisée par son exceptionnelle situation sur l'axe AIX-GRASSE-NICE (Nice n'est qu'à 80 km) et elle fait honneur à son emblème, le dragon, elle qui a su renaître de nombreuses fois et se projeter dans la modernité.

Imprégnée du mystère de ses légendes provençales, de son passé italien, elle est à l'image de ses marchés où l'on respire le parfum des herbes aromatiques mêlé à celui des fleurs fraîchement coupées : piquante et douce. Son dynamisme économique, allié à sa vitalité culturelle et son amour de la tradition provençale en font aujourd'hui un de ces lieux tant prisés où l'on cultive la douceur de vivre...

1 La Tour de l'Horloge

Cette tour en pierre de taille, érigée en 1663, est inscrite à l'Inventaire des Monuments historiques. Les historiens considèrent le site comme étant l'emplacement primitif de Draguignan. Haute de 18 mètres, elle est flanquée à chaque angle d'une élégante tourelle et couronnée d'un beau campanile en fer forgé. Elle domine un très joli théâtre de verdure où a lieu chaque été le festival "Draguifolies".



T. Krieger

2 Chapelle Saint-Sauveur

Sur les hauteurs de Draguignan, à proximité de la Tour de l'Horloge, s'élève cette petite chapelle datant de la seconde moitié du XII^e siècle. Édifiée par les chevaliers de l'Ordre de Saint-Jean, elle est également classée Monument Historique.



Office du Tourisme

3 Musée des Arts et Traditions Provençales

Si vous souhaitez découvrir les différents aspects de la vie quotidienne en moyenne Provence, ce musée est tout indiqué : agriculture, artisanat, petite industrie et vie domestique sont présentés sur trois niveaux à l'aide d'objets et de documents.



Ducornet-Narino

De splendides reconstitutions complètent également cette visite de charme, dans lesquelles vous découvrirez les secrets de la préparation de l'huile d'olive, l'apiculture, la sériculture, la cuisine provençale, ainsi qu'une très belle collection de santons de Provence.

15, rue Roumanille,
Tél. 04 94 47 05 75

4 Musée de l'Artillerie

Ce musée à vocation pédagogique présente une collection de canons relatant la formation de l'artillerie et son évolution : la naissance du canon, ses transformations et adaptations, les évolutions tactiques.

Une mezzanine ouverte présente la reconstitution d'un camp militaire du II^e empire abritant tableaux, uniformes anciens, maquettes et reliques divers.

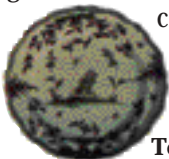
Quartier Bonaparte
Tél. 04 94 60 23 85



Office du Tourisme

5 Musée Municipal

Construit par des religieuses Ursulines au début du XVII^e siècle, l'édifice qui abrite le Musée recèle une magnifique collection de peintures et de sculptures des écoles Française, Hollandaise, et Italienne. On peut y admirer, notamment, *L'Enfant à la bulle de savon* de Rembrandt, et un portrait réalisé par Camille Claudel. On y trouve également de nombreux objets d'art, tableaux, mobilier ancien, faïences et porcelaines, gravures... Une salle spéciale est consacrée à l'art contemporain.



9, rue de la République,
Tél. 04 94 47 28 80

6 Cimetière et Mémorial Américains

Lieu de recueillement et de souvenir depuis 1956, le Cimetière et le Mémorial américains sont un hommage aux soldats tués pendant la campagne de libération de la



Office du Tourisme

France d'août 1944. Ils se trouvent en bordure de la route historique suivie par la VII^e armée et couvrent une superficie de cinq hectares. 861 soldats US y sont enterrés, et les noms de 293 soldats dont les corps ne furent jamais retrouvés sont gravés sur *Le Mur des Disparus*. Au pied du Mémorial, une grande carte en bronze retrace l'historique des opérations militaires du 15 août 1944 où 150 000 hommes et 20 000 véhicules débarquèrent dans le Sud de la France.

La chapelle du cimetière est décorée de mosaïques réalisées par Austin Purves.

7 Pierre de la Fée

Datant de l'époque néolithique (2500-2000 avant J.-C.), le spectaculaire dolmen de la Pierre de la Fée est situé à 1 km au nord-ouest de Draguignan. Les trois dalles qui subsistent supportent une table en ellipse de plus de vingt tonnes. Elle contenait les ossements de plusieurs individus et des offrandes (outils en silex, parures en os). Selon la légende, une fée séduisit un jour un jeune seigneur et accepta de l'épouser à la seule condition qu'il réussisse à construire l'autel de leur mariage avec trois pierres.



Office du Tourisme

Le jeune homme échoua, mais vit sa promesse accomplir le prodige : constatant son impuissance, il mourut, et fut pétrifié.

8 Théâtre Municipal



Office du Tourisme

La vie théâtrale est très riche à Draguignan : le théâtre municipal possède sa propre association "Théâtres en Dracénie" et accueille tout au long de l'année spectacles et concerts très divers.

Boulevard Clémenceau,
Tél. 04 94 50 59 59

9 Festival Draguifolies

Le Festival *Draguifolies* a lieu chaque été à Draguignan. Spectacles en plein air, musique, danse, jazz, classique, rock, théâtre, spectacles de rue gratuits sont offerts en tous points de la ville.

Un programme est disponible à l'Office du tourisme.



Office du Tourisme

10 Le Corso fleuri

Tous les ans au mois de mai, selon la tradition, a lieu un défilé de chars fleuris.



Office du Tourisme

11 Bonnes adresses

Auberge la Truite Dorée,
Quartier de la Foux-83300 Draguignan
Tél. 04 98 10 14 14

Restaurant du Parc,
21, bd de la Liberté-83300 Draguignan
Tél. 04.94.50.66.44

La Louche de Louis XIV,
93, avenue du Général De Gaulle
83300 Draguignan
Tél. 04 94 68 02 17

CARTAPLUS®
EN VILLE

la revue de presse

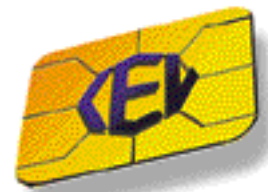
Désormais, découvrez, à chaque numéro, les meilleurs articles parus sur votre produit Cartaplus...

NOUVEAU & UTILE



Carte d'achat
Plus vous consommez,
plus vous épargnez !

Si vous avez la chance de résider dans l'une des 200 villes où s'est implanté CEV-Cartaplus, les bonnes affaires sont en vue ! En effectuant vos achats chez l'un des 7 000 commerçants adhérents de ce réseau, quel que soit votre moyen de paiement, le montant dépensé est enregistré sur cette carte à puce et vous permet, sur la base de remises de 2 à 5 %, de vous constituer une réserve (non rémunérée). Disponible en permanence pour être dépensée dans le réseau CEV-Cartaplus, cette réserve peut atteindre près de 100 francs par mois, sur la base d'une dépense mensuelle de 3 000 francs environ. Son montant vous sera communiqué à tout moment par les commerçants ou grâce à un petit lecteur individuel. Plus d'un million de consommateurs ont déjà cette carte gratuite. Résultat : le panier moyen a augmenté de 7 % chez les commerçants du réseau !
Mieux Vivre Votre Argent,
Juin 2000



7, rue Éléonor Daubrée
BP 403
50204 Coutances
02 33 76 76 33
www.cev-sa.com

DIRECTEUR DE PUBLICATION
Pascal Baisnée
RÉDACTEUR EN CHEF DU N°12
Catherine Rouillon
COMITÉ DE RÉDACTION DU N°12
Catherine Rouillon, Jean-François Chauzeix, Jean Sevestre, Florence Colas, Laurence Lapière, Sonia Lopes, Emmanuelle Corsini
CONCEPTION
TDA COMMUNICATION
01 44 70 08 13
MAQUETTE
Emmanuelle Corsini