

Caen la mer
Mission Attractivité

Contact :
Marc Thébault 02 31 39 40 56 ou m.thebault@caenlamer.fr

Campagne réseaux sociaux

« 10 bonnes raisons de parier sur Caen-Normandie »

La mission Attractivité de la Communauté urbaine Caen la mer a lancé, de mai à septembre 2019, une campagne sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube), sous la forme d'infographies animées présentant les « *10 bonnes raisons de parier sur Caen-Normandie* ». Cette campagne a été géolocalisée sur l'Île-de-France en ciblant notamment les 25-40 ans.

La mission Attractivité :

La mission Attractivité, pilotée par la Communauté urbaine Caen la mer, a été mise en place en janvier 2018. Elle poursuit des enjeux autour de 3 types d'attractivité : résidentielle, économique et touristique.

Elle est animée par un Comité de pilotage qui regroupe, autour de la mission : direction de la communication de Caen la mer, Ville de Caen, Chambre de commerce et d'industrie Caen-Normandie, agence économique Caen Normandie Développement, Office de Tourisme et des Congrès Caen la mer – Normandie, Agence d'urbanisme AUCAME, Calvados Attractivité et Normandie Attractivité.

Pour l'externe, la mission communique sous la bannière commune « *Caen-Normandie, la liberté s'est gagnée ici* ».



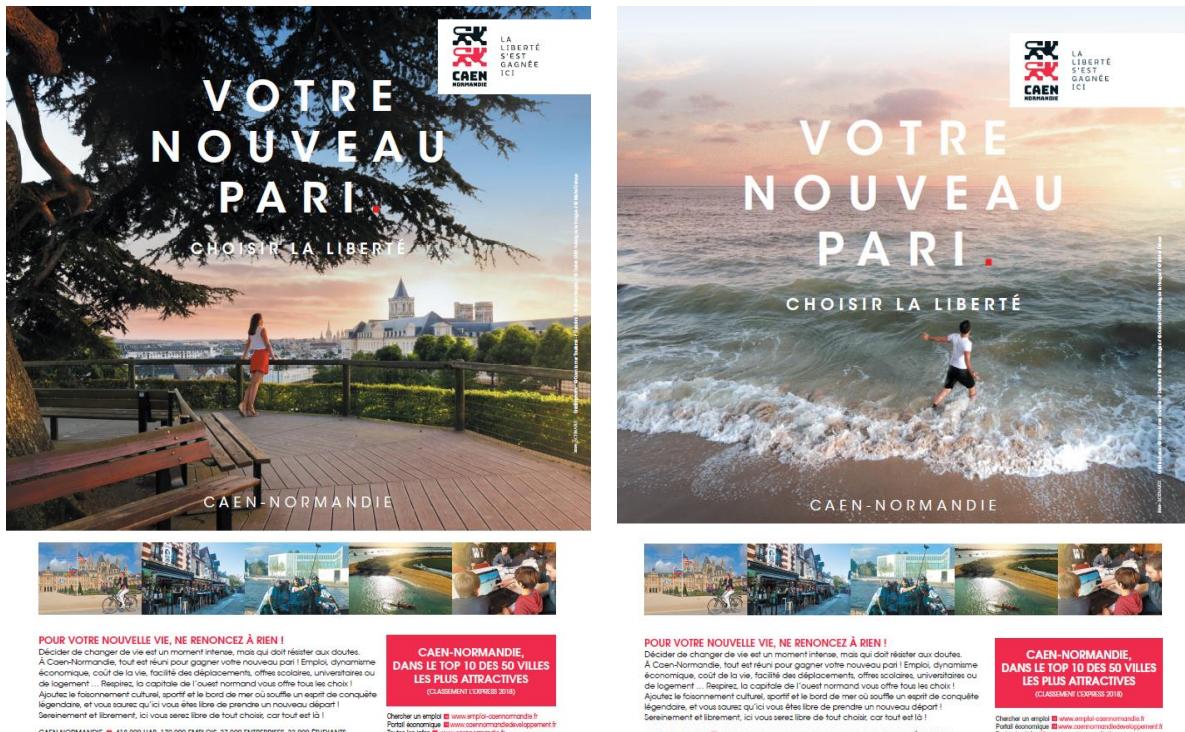
Voir : <https://www.caennormandiedeveloppement.fr/une-volonte-collective-caen-normandie/>

Contexte

Contexte et volonté :

Depuis 2018, la communication de l'attractivité caennaise repose sur cette signature « *Votre nouveau pari, choisir la liberté* ».

C'est l'accroche principale des campagnes publicitaires réalisées en 2018 et en 2019, notamment dans tous les dossiers de la presse nationale autour des thématiques de mobilité professionnelle et du fait de « Quitter Paris ».



La liberté fait référence à la signature de la bannière commune (« *La liberté s'est gagnée ici* »), au clip de promotion réalisé en 2017 « *Et si vous étiez libre ?* » ; le nouveau pari fait référence, phonétiquement, à notre cible géographique.

Voir le clip « *Et si vous étiez libre ?* » : <https://youtu.be/CWfi2iCKgC4>

Pour résumer notre argumentaire, nous avons conçu « 10 bonnes raisons » de parier sur Caen-Normandie, pour une nouvelle vie.

La **conception** de ces 10 bonnes raisons s'est fondée sur un travail du comité de pilotage, une recherche documentaire (dont l'analyse des divers argumentaires existants sur le territoire) et l'interrogation des habitants, via un sondage en ligne réalisé en 2017 qui cherchait, sous forme de QCM, à construire le « portrait psychologique et symbolique » du territoire. 1 500 personnes ont répondu.

Enfin, la **hiérarchisation des raisons** s'est faite sur deux critères. D'abord déterminer l'ordre de nos priorités. Mais, ensuite et surtout, analyse des différentes études existantes quant aux motivations des franciliens à partir de Paris, dont les récurrentes études de cadre Emploi. Voir :

<https://www.cadremploi.fr/editorial/actualites/actu-emploi/detail/article/8-cadres-sur-10-prets-a-quitter-paris-5-sur-10-revent-d'une-ville-moyenne.html>

Utilisation des 10 bonnes raisons :

La présentation des 10 bonnes raisons est utilisée :

- dans nos campagnes publicitaires lorsque nous choisissons la forme d'un publireportage.
 - en 4^{ème} de couverture de notre plaquette promotionnelle :

https://www.caennormandiedeveloppement.fr/wp-content/uploads/2019/08/CAEN-NORMANDIE-Nouveau-pari-plaquette-2019_2020.pdf#page=24

- au dos des cartes postales qui reprennent les visuels de nos campagnes publicitaires.
 - en 1^{ère} rubrique du site www.caennormandie.fr :

<https://www.caennormandiedeveloppement.fr/choisir-caennormandie/parier-sur-caen-normandie-10-bonnes-raisons/>

COMMUNIQUÉ

10 BONNES RAISONS, DE PARIER SUR CAEN-NORMANDIE

Faire le pari de changer de vie est un moment intense, mais qui doit résister aux doutes.

Ici, à Caen-Normandie, nous allons vous aider à gagner ce nouveau pari ! Parce que dans la capitale de l'ouest normand, tout est là. Vous serez libre de ne renoncer à rien, libre de tout choisir !

1. C'EST GRAND, AU BORD DE LA MER ET À L'OUEST.

Caen-Normandie, c'est une aire urbaine maritime de 410 000 habitants. Bordée par des stations balnéaires romantiques et réputées, c'est Paris-Plage toute l'année et au grand air !

2. POUR TRAVAILLER ET ENTREPRENDRE, TOUTES LES COMPÉTENCES SONT BIENVENUES.

30 000 étudiants, 170 000 emplois, 37 000 entreprises et 2 200 chercheurs forment le 1er pôle économique, d'emploi, universitaire, culturel, sportif, médical et de recherche de l'ouest normand. Autant de réseaux, ouverts, prêts à accueillir toutes les idées neuves.

Toutes les offres d'emploi à retrouver sur www.emploi-caennormandie.fr

3. UNE VOCATION COMMUNE, INNOVER POUR L'AVENIR.

Cahiers Oxford ou gélules Bodycap connectés, technologies Edlim (reconnaissance faciale de l'iPhone X), traitement des tumeurs, imagerie cérébrale, accélérateurs de particules (dont le GANIL) de renommée mondiale, nouveaux lieux de travail collaboratifs, demain s'imagine en grande partie à Caen-Normandie.

4. MULTIPLIER LES PROJETS, UNE DYNAMIQUE PERMANENTE.

Campus technologique (santé, matériaux et nucléaire civil), 1er espace européen type « collideur » dédié au numérique (le « Mono »), presquîle de 300 hectares en reconquête urbaine, friche industrielle devenant tiers-lieu tourné vers l'économie circulaire (la « Grande Halle »), rénovation complète du réseau tramway, etc. Les projets se multiplient et c'est tout le territoire qui se réinvente sans cesse.

5. CÉDER À TOUTES SES ENVIES, C'EST FACILE.

Accéder à la gamme complète d'offres culturelles, sportives, commerciales, d'activités pour les enfants et leur famille, sans oublier une scène musicale bouillonnante et reconnaissable, les théâtres, les musées, l'opéra ou la danse, c'est possible ici parce que c'est abordable et facile.

6. UN LUXE DANS UN MONDE PARFOIS BRUTAL : LA SÉRÉNITÉ.

Longtemps réputé discret, Caen-Normandie est simplement douceur de vivre. Notre conviction : le vrai luxe consiste à travailler, se déplacer et à profiter de toutes les offres événementielles en restant serein. Ici on vit dans une grande maison sous les arbres pour le prix d'un 2 pièces francilien, c'est le vrai bonheur !

7. LA CAPITALE DE LA GASTRONOMIE, NATURELLEMENT.

Rappel : nous sommes en Normandie, au bord de mer. S'offrent alors, les meilleurs produits de la pêche et fruits de mer, les fromages les plus qualitatifs, les viandes bovines les plus tendres et le maraîchage le plus raisonné.

8. L'HISTOIRE ET LE PATRIMOINE, UNE FIERTÉ.

Des racines Viking au Débarquement des alliés en 1944 en passant par Guillaume le Conquérant, sous chaque pierre de chaque bâtiment du patrimoine historique se cachent de petites, de grandes mais toujours uniques histoires.

9. UN TERRITOIRE OUVERT ET INTERNATIONAL, UNE RICHESSE.

Marin, descendant de grands conquérants, comptant 1 000 000 de passagers/an depuis son port (liaison Brittany Ferries vers l'Angleterre), abritant le 1er aéroport de Normandie et haut lieu touristique, Caen-Normandie parle toutes les langues. Entreprises comme institutions savent donc tisser des relations internationales étroites qui sont autant d'opportunités de développement.

10. DES VALEURS À PARTAGER, LA PAIX ET LA LIBERTÉ.

Depuis toujours notre territoire est une terre humaniste. Les échanges d'idées et de savoirs sont notre ADN. Ici, la diffusion de la connaissance est permanente, car c'est la première garantie pour préserver paix et liberté. Et souvenez-vous qu'ici, nous en connaissons le prix. À Caen-Normandie, la liberté est notre plus belle conquête.

Rendez-vous sur WWW.CAENLAMER.FR

© ADE CAEN-NORMANDIE - © Chambre de commerce et d'industrie de la Normandie - © Mairie de Caen

La campagne réseaux sociaux « 10 bonnes raisons », concept et stratégie

Parti pris et réalisation des infographies :

En 2018, le clip « *Et si vous étiez libre ?* » avait fait l'objet d'une campagne de promotion sur les réseaux sociaux, espace incontournable pour toucher nos cibles (et à portée de nos moyens budgétaires).

Pour 2019, il a été très vite décidé de fonder une deuxième campagne autour des 10 bonnes raisons.

Nous avons, au cours de l'hiver 2018/2019, lancé une consultation. 5 agences ont répondu d'abord avec une note d'intention et un devis.

2 ont participé à un second tour de sélection, en réalisant une première maquette.

L'agence Scenarii a été retenue à la fin de la consultation.

Pour la tonalité générale, notre consultation détaillait ces points :

Nous souhaitons :

- *un montage très cut (mais pas étourdissant), dans un parti pris le plus actuel possible quant aux codes graphiques, sans tomber dans la pâle copie de ce qui existe sur les réseaux sociaux.*
- *de l'humour, mais élégant et fuyant toute prétention : il doit être synonyme de notre capacité à l'auto dérision et au recul sur nous-mêmes (nous savons prendre de la distance, quitte à aller vers l'humour « british »). De plus, nous nous présentons comme un territoire de Culture, nous devons donc le prouver.*
- *des références visuelles liées au territoire et son histoire, dont les Vikings.*
- *quant à la forme : il faudra trouver une ligne cohérente, donc reconnaissable, entre toutes ces animations. Pas de voix-off.*
- *pour les illustrations : au choix et selon les textes, des infographies fixes ou animées, des photos, de la vidéo, de la BD, du dessin animé à l'ancienne, des GIF's, des motions, etc ... Toutes vos propositions seront les bienvenues.*

Pour les textes seront fournis sachant que nous partons du principe que le message essentiel doit apparaître dans le premier quart de chaque clip, une trop grande déperdition d'audience est à craindre si nous attendons la conclusion du clip.

Les messages essentiels :

- *Raison 1 : C'est grand (418 000 habitants), au bord de la mer et à l'ouest*
- *Raison 2 : Tous les jobs de vos rêves, les pieds dans l'eau*
- *Raison 3 : Notre vocation, innover pour un avenir meilleur*
- *Raison 4 : Ici, on se réinvente en permanence*
- *Raison 5 : Céder à toutes ses envies, c'est facile*
- *Raison 6 : Ici, le luxe c'est de pouvoir toujours prendre son temps*
- *Raison 7 : La capitale de la gastronomie, naturellement*
- *Raison 8 : Notre fierté : une histoire unique et un patrimoine rare*
- *Raison 9 : Un territoire ouvert et international*
- *Raison 10 : Des valeurs à partager, la paix et la liberté*

Chacune des 10 raisons a été déclinée en infographie de 30 secondes rythmées par des gif's, au format carré, pour adaptation aux réseaux sociaux et aux smartphones. Les résultats de cette campagne montrent d'ailleurs que nous avons eu 63.9% d'impressions sur smartphones Androïd et 31.9% sur iPhone. Le cadre graphique est très strict pour faciliter l'association des clips à notre nom.

Deux compilations des 10 raisons ont été réalisées :

- 1 version courte de 1 minute : <https://youtu.be/yxN2voiHlyw>

- 1 version longue de 4 minutes, qui reprend l'intégralité de chaque infographie individuelle :
<https://youtu.be/uR6fndCQjcs>

Détails sur la campagne

La campagne s'est déclinée en 11 étapes de mai à septembre 2019 :

- 10 campagnes d'une semaine pour chacune des 10 infographies individuelles (durée 30 secondes), de mai à juillet 2019,
- une 11^{ème} campagne pour la compilation version courte (durée 1 minute). 1 semaine en septembre 2019.

Nous avons privilégié 4 réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Twitter et Youtube.

Pour chacune, nous avons déterminé une géolocalisation (l'Île-de-France), une tranche d'âge (25/40 ans) et des audiences et des centres d'intérêts spécifiques, suivant le choix proposé par chaque réseau social. Notamment (mais en conservant un rien de « secrets de fabrication » de nos choix) :

- Facebook et Instagram : intérêt pour l'emploi, l'innovation, la nature, les sports extérieurs, la Normandie, la parentalité, la gastronomie normande, etc ...

- Twitter : intérêt pour les activités extérieures, parentalité, changements de carrières, investissements dans l'immobilier, etc ... Recherche de mots-clefs : déménager, Caen, Normandie, gastronomie, enfants, ... Nous avons également opté pour une audience dite « large » (pour analyser les insights de notre audience afin d'être plus efficace sur la segmentation ; et une audience dite « d'engagement » pour cibler celles et ceux qui ont interagi avec nos posts).

- Youtube : campagne principalement en « séquençage » (permettant de créer une suite vis-à-vis des internautes ayant vu les infographies précédentes) et un ciblage « audience » autour des niveaux d'études, de la parentalité, etc ... Les chaînes ont été retenues vis-à-vis de leur audience et de leur cohérence avec notre ciblage.

Exemple de scenario de clip : voir en annexe

Chiffres-clefs des campagnes :

Chiffres globaux sur Facebook (78.8% des impressions) et Instagram (20.8% des impressions) :

- 1 394 983 impressions (apparitions à l'écran). 50 % pour des 25/34 ans, 50 % pour des 35/44 ans.
- 388 113 en « couverture » (nombre de personnes différentes qui ont vu)
- 86 663 vues de vidéos à 25 % (1^{er} ¼ du clip dans lequel figure notre message essentiel) et 31 561 à 100 %

Chiffres globaux sur Twitter :

- 532 074 impressions
- 118 866 vues à 25 % et 13 852 à 100 %

Chiffres globaux sur Youtube :

- 269 627 impressions
- 73.06% (94 563) vues à 25 % et 45.18% (58 477) à 100 %

Chiffres détaillés par clip :

	FACEBOOK/INSTAGRAM		TWITTER
	Couverture	Impressions	Impressions
Raison 1	43 399	63 468	38 730
Raison 2	71 488	116 716	43 485
Raison 3	84 896	140 224	47 180
Raison 4	82 815	134 880	49 367
Raison 5	94 495	130 476	44 452
Raison 6	73 040	112 128	50 919
Raison 7	69 809	112 773	46 536
Raison 8	79 039	128 594	50 734
Raison 9	75 391	123 189	54 109
Raison 10	83 639	155 939	58 516
Compil	94 833	176 596	48 046
	soit 388 113 personnes différentes touchées		
	TOTALS :		532 074

À noter que nous avons également posté ces clips, normalement, sur nos comptes, afin qu'ils soient aussi vus par nos followers, notamment ceux du territoire.

Utilisation des infographies animées :

- projection dans nos stands dans nos manifestations externes ou nos participations à des salons,
- dans la playlist dédiée de notre chaîne Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=OV32Cw-stV&list=PLkYtWb5Cam6sGksFFLvTAqF_H-Onh-Z71
- en illustration de la page du site caennormandie.fr, face au texte détaillé de chacune des raisons : <https://www.caennormandiedeveloppement.fr/choisir-caennormandie/parier-sur-caen-normandie-10-bonnes-raisons/>
- elles ont également été diffusées à tous les partenaires de notre démarche, à tous les cadres de la communauté urbaine ainsi qu'aux 47 communes de l'intercommunalité.

Budget :

Conception et réalisation des infographies : 20 000 € TTC – Agence Scenarii (agence du territoire de Caen la mer)

Campagne réseaux sociaux et Youtube : 10 000 € TTC – Agence Zaacom (agence du territoire de Caen la mer)

ANNEXE

Exemple de scenario, [clip n°10 :](#)

