

JE VEUX METZ! POURQUOI ?

Dans le cadre de sa communication territoriale, Metz Métropole Développement, agence de développement économique au service de Metz Métropole et de la Ville de Metz, lance une campagne ambitieuse, innovante et humoristique afin de positionner Metz Métropole comme destination attractive, dynamique et moderne auprès des cadres, entrepreneurs et décideurs économiques français et européens.

Dans un environnement toujours plus concurrentiel, la mise en place du TGV

Est en 2007 puis l'inauguration du Centre Pompidou-Metz en mai 2010 renforcent l'attractivité économique et culturelle de Metz, face aux grandes agglomérations françaises.

Metz Métropole Développement a mandaté Hop!, la division "territoires" de l'agence Souple, pour la réalisation de cette campagne. Hop! a délégué la production du spot publicitaire à l'agence Eleganz. Franck Cimièren assure la réalisation.

CAMPAGNE

WWW.JEVEUXMETZ.COM

"ELLE VOULAIT VRAIMENT CE POSTE À METZ" La jeune cadre
 "IL VOULAIT S'INSTALLER À METZ" Le bébé
 "IL AURAIT DÛ S'INSTALLER À METZ" Le chef d'entreprise

La campagne "JE VEUX METZ" utilise une tonalité volontairement décalée afin de sensibiliser les cibles économiques à la campagne. Les visuels de la campagne mettent en scène de manière humoristique des personnages (famille, cadre, chef d'entreprise) qui ont fait le mauvais choix de ne pas s'installer à Metz...et ils le regrettent. Les spots publicitaires, articulés autour d'un spot TV de 20 secondes, d'un spot web de 30 secondes et de 3 teasers, mettent en scène un jeune cadre dynamique qui se retrouve dans un cadre "ringard" au lieu d'avoir choisi de s'installer à Metz.

"L'objectif était de rester très simple et de sensibiliser les cibles par l'humour" explique l'agence Hop!. "JE VEUX METZ" va droit au but et le public cible se reconnaît dans les visuels de la campagne. Qui n'a jamais fait de mauvais choix professionnel ?

En se démarquant d'une communication territoriale traditionnelle, souvent trop formatée, la campagne "JE VEUX METZ" ose, et marque une nouvelle étape dans la communication des territoires français.

«Nous avons souhaité une campagne en décalage avec les codes du marketing territorial classique car Metz Métropole est consciente qu'elle est l'objet d'une perception plutôt négative. Il fallait donc un message fort et décalé pour créer une rupture d'image et cela, juste après l'inauguration du Centre Pompidou-Metz, symbole de modernité et d'innovation».

Thierry JEAN

MÉDIA PLANNING

La campagne "JE VEUX METZ" s'étendra du 21 octobre au 31 décembre 2010 et s'articulera autour d'un dispositif pluri-média européen à destination des cibles économiques (porteurs de projets, décideurs, chefs d'entreprises...) et CSP+:

- diffusion des spots publicitaires sur LCI et BFM ainsi qu'en catch up TV sur TF1/LCI, Canal Plus et BFM TV ;
- mise en place d'un dispositif viral sur Facebook (campagne Facebook, page "JE VEUX METZ") ;
- stratégie de convergence sur le site "WWW.JEVEUXMETZ.COM" qui reprend les vidéos, teasers et making-of des spots ;
- dispositif d'affichage dans le Métro parisien, les Gares TGV parisiennes et de grandes villes françaises, les aéroports de Bruxelles, Francfort, Luxembourg et Paris Charles de Gaulle, et bien sûr à Metz ;
- achats d'espaces dans la presse messine, nationale et internationale ;
- un dispositif de bannières web ciblé et un partenariat avec dailymotion pour diffuser la vidéo.

Des indicateurs quantitatifs et qualitatifs permettront de mesurer l'impact de la campagne.

La campagne "JE VEUX METZ" est financée en majeure partie dans le cadre du Contrat de Redynamisation des Sites de Défense (CRSD) et bénéficie donc du soutien de l'Etat et de l'Europe.

L'ÉVÉNEMENT DE LANCEMENT

L'événement de lancement de la campagne, en partenariat avec Les Echos, s'est déroulé le mercredi 20 octobre 2010 dès 20h, à l'Hôtel d'Evreux, 19 Place Vendôme à Paris. A cette occasion, Arnaud Le Gal, rédacteur en chef des Echos, a animé un débat autour du thème "Les clés de l'attractivité territoriale" en présence de Messieurs Thierry JEAN, Président de Metz Métropole

Développement, de Jean-Luc BOHL, Président de Metz Métropole et de Dominique GROS, Maire de Metz.

Les visuels et les spots ont été dévoilés lors de cet événement de lancement qui regroupait de nombreux acteurs économiques nationaux ainsi que des représentants des forces vives locales.



Les visuels et les vidéos de la campagne sont disponibles sur le site : WWW.JEVEUXMETZ.COM

RENSEIGNEMENTS PRATIQUES

ANNONCEUR

Metz Métropole Développement
 Contact presse :
 Marina LALLEMENT-WAGNER
 Directrice de la Communication
 03 87 16 96 82
 06 09 90 51 37



MMD
 6 rue Lafayette 57000 Metz
 03 87 16 96 82
 email : mlallement@mm-dev.fr

AGENCE hop!

SOUPLE / HOPI
 Resp. Agence Jeremie FEINBLATT
 DA Eny SAUVETRE
 3 rue Pasteur 75011 Paris
 01 48 06 44 89
 email : jeremie@justahop.com

MEDIA PLANNING accord média

ACCORD MEDIA
 Benoit HARDOUIN
 7 Rue de la Moselotte 54 520 LAXOU
 09 50 03 01 85
 email : bharduin@accordmedia.fr

