

En 2017 MÉRIGNAC déploie vos envies

COMMUNIQUE DE PRESSE

La Ville de Mérignac (33)
déploie les envies de ses habitants !

Retour en images sur
une campagne de vœux 360°
entièrement réalisée en interne.

Un nouveau logo

A l'occasion de la campagne de vœux 2017, la ville de Mérignac a lancé un dispositif complet autour de l'idée positive d'« envies ». A l'origine de ce positionnement la volonté de la municipalité de profiter des vœux pour annoncer le changement de logo de la ville sans se limiter à cette simple annonce. La Direction de la communication a donc planché autour du graphisme du logo basé sur la lettre M et de triangles. Progressivement les idées de jeux et de pliages sont apparues.



Le choix de la cocotte

Finalement, le message de la campagne s'est construit autour d'un symbole enfantin que tout le monde connaît : la cocotte. Graphiquement cet objet reprend la forme des triangles et sur le plan de la représentation, la cocotte renvoie au jeu et à l'idée de choix. La cocotte se dépliant, l'accroche « En 2017 Mérignac déploie vos envies » a été retenue.

Des envies et des réponses

La cocotte permet de choisir 8 envies auxquelles la ville de Mérignac donne une réponse. Par exemple, « en 2017 j'ai envie de garder la forme », réponse : « en me dépensant aux Journées vitalité ». L'objectif est de valoriser de manière ludique des initiatives, lieux et services municipaux que les habitants ne connaissent pas forcément. De plus, le jeu permet de faire participer les habitants. Depuis 2015 toutes les campagnes de vœux de Mérignac sont participatives.





Une campagne print

La campagne des vœux a été déclinée en affiches abribus (90 faces) et 8m2 (8 faces), en cartes de vœux et invitations. Le magazine municipal (mensuel, 36 000 exemplaires) a également été un relais important de la campagne : les lecteurs ont eu la possibilité d'y découper leur cocotte et de la réaliser eux-mêmes.

Une campagne numérique

Le reflet numérique de cette campagne s'est traduit par un « moteur d'envies » accessible depuis le site de la ville et sur 2017merignac.com. L'internaute avait alors la possibilité de choisir une envie (exemple : « Faire le plein d'évènements ») et une réponse lui était proposée ainsi que la possibilité de gagner un cadeau.



Une mécanique de jeu

Les participants pouvaient sélectionner une envie sur le moteur d'envies puis renseigner leur adresse e-mail afin de gagner un cadeau qui leur ressemble. Exemple « Je veux lire un livre par mois », le gagnant recevait les deux livres coup de cœur d'une maison de la presse mérignacaise. Plus de 900 participants ont tenté leur chance. Grâce à ce dispositif plus de 7500 pages ont été vues. Facebook (+ de 11 000 abonnés) a également été un relais puissant pour inciter les Mérignacais à jouer (fonctionnalité de partage intégrée).



Mérignac YOGA



S'appuyer sur des partenaires locaux

Associations et commerçants ont été sollicités par la Ville pour s'associer à cette campagne et donner un lot. Les partenaires : BlueCub, AMOS, Médecins Sans Frontières, When u want, Maison de la presse de Mondésir, Mérignac Yoga, le Pin Galant. Objectif : s'appuyer sur des ressources locales et donner de la visibilité à des acteurs dynamiques du territoire (page « Partenaires » sur le site de l'opération, portraits sur le site de la Ville).

Une campagne réalisée en interne

La direction de la communication de la ville de Mérignac est composée de 12 personnes et est dotée d'une imprimerie. 90% des campagnes sont réalisées en interne.



Contact presse :
 Virginie Bougant
 Chargée de communication
 et des relations presse
 05 56 55 66 18 - 06 27 52 48 69
 v.bougant@merignac