

# LA FÊTE DU COMMERCE

## UNE COMMUNICATION EN SOUTIEN À L'ÉCONOMIE LOCALE

### POURQUOI UNE FÊTE DU COMMERCE ?

Rouen, comme la plupart des métropoles françaises et contrairement aux villes de moyenne importance, avait été relativement préservée de la crise jusqu'au mouvement des Gilets jaunes.

Ce fut alors le début d'une longue période très difficile pour le commerce de centre-ville, prolongée par l'incendie de Lubrizol et amplifiée par la crise sanitaire.

Dans la mesure où le dynamisme du commerce local est un atout important de l'attractivité de Rouen, la Ville a alors tenu à apporter son soutien aux commerçants et artisans qui ont par ailleurs mis tout en œuvre pour poursuivre leur activité.

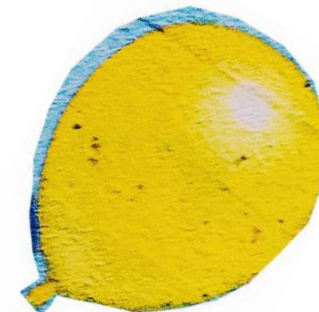
Les difficultés des commerçants et artisans rouennais ont poussé la Ville à assumer pleinement le fait de soutenir le tissu commercial local. Qui plus est, la population dans son ensemble a bien compris que le commerce était en difficulté et qu'il n'était pas inutile d'agir pour améliorer la situation.

### PROBLÉMATIQUE DE COMMUNICATION SELON LE CONTEXTE

Ce plan de relance passe notamment par la création de grands temps forts festifs qui ont pu permettre aux métropolitains et aux touristes de découvrir Rouen sous une autre forme. La campagne de communication orchestrée par la Ville de Rouen a été relayée sur les réseaux métropolitains et régionaux grâce à un plan média élargi et des achats d'espace d'affichage dans les grandes villes du territoire.

### CIBLES

Il s'agit d'attirer une clientèle extérieure à Rouen issue de la Métropole et de toute la région normande. La cible familiale a été privilégiée.



## PLUSIEURS ÉVÉNEMENTS ONT ÉTÉ MIS EN PLACE

Grand jeu chez les commerçants du 9 septembre au 31 octobre  
Opération une nuit achetée une nuit offerte du 9 septembre au 31 octobre  
Les concerts apéro - 11 et 18 septembre  
Marché aux fleurs et aux végétaux - 12 septembre  
La course des garçons de café - 13 septembre  
La grande braderie - 18-19-20 septembre  
Le quai des livres - 20 septembre  
Le retour de Rollon - 26 septembre  
Jeu de piste digital - Neuro du 1er au 31 octobre  
Rouen aux enfants - 3 et 10 octobre  
Marchés en fête - 4, 24 et 28 octobre  
Escape game dans les rues - 10 et 24 octobre  
La fête du ventre et de la gastronomie normande - 17 et 18 octobre  
Finale du concours de la tarte aux pommes – 23 octobre

## QUELQUES MOTS SUR LE GRAND JEU ET LE JEU DIGITAL

**Le grand jeu :** La Ville de Rouen et l'Office du Commerce et de l'Artisanat de Rouen ont organisé un grand jeu autour de la fête du commerce avec 40 000€ de chèques cadeaux (1 000 chèques de 40€) à remporter chez les commerçants et artisans participants. Après s'être inscrits, ils ont reçu une urne ainsi que des bulletins-programme pour leurs clients.

**Le jeu digital :** Neuro 45321 ou comment redécouvrir Rouen sous une autre facette pendant 1 mois.. En cherchant ! Des énigmes au quotidien pour les amoureux de Rouen et de l'histoire de la ville. Des gagnants récompensés au début chaque semaine puis pendant les vacances scolaires, quotidiennement.

**Plus de 180 équipes inscrites et des participations en hausse grâce aussi à la communication sur les réseaux sociaux et les publications sponsorisées.**



**A cause de la crise sanitaire, les événements à partir du 26 septembre ont été perturbés.**

**Seuls le grand jeu chez les commerçants et le jeu digital Neuro 45321 ont pu continuer normalement.**

# NEURO 45321

### En bref

200 équipes  
1000 participants  
40 énigmes  
8 motion de promo  
Une vingtaine de commerçants directement impliqués  
40 formulaires de jeu ayant totalisé  
1100 réponses complètes



## SUPPORTS DE COMMUNICATION...

- Affichage Decaux en centre ville de Rouen et en périphérie de la Métropole
- Urne pour les commerçants et artisans participants
- Dépliant programme avec partie détachable pour le jeu
- Affiche A3
- Ballons biodégradables
- Vitrophanies pour les vitrines des commerçants
- Sacs à pain pour les boulangeries participantes
- Photocall pour la conférence de presse
- Tabliers pour la course des garçons de café
- Vidéo réseau Astuce et réseaux sociaux
- Kakémonos en centre ville
- Roll up

## PERROQUET BLEU

La campagne de communication ainsi que toutes les déclinaisons, le plan média et les supports événementiels ont tous été conçus et développés par l'agence Perroquet Bleu.

Quant au jeu digital Neuro 45321, il a été entièrement piloté par l'agence. Le confinement a développé les jeux à distance avec énigmes et parcours (sur WhatsApp entre autres). Le jeu a été développé autour du parcours et du commerce, visant 3 publics (enfants avec parents, ado en groupe, jeunes adultes).

## ...ET PLAN MÉDIA

- Paris Normandie
- Tendance Ouest
- La Chaîne normande
- Sortir
- Liberté Dimanche
- Le bulletin de Darnétal
- Côté Rouen
- Campagne sponsorisée Facebook et Instagram
- Côté Caux
- Tv Magazine
- 76 actu



BLEU.NET

