

FILM INSTITUTIONNEL « LE HAVRE SOUFFLE UN VENT D’AIR VRAI »

CONCEPT

Présenter Le Havre, ville en mouvement. Un territoire dynamique et à l’histoire forte mais toujours tournée vers le monde et le futur. Une ville belle, agréable à vivre et empreinte d’une vitalité communicative. Une ville accueillante où la culture est bouillonnante et qui évolue avec et pour ses habitants.

CONTEXTE

Depuis 2017 et l’anniversaire de ses 500 ans, la Ville du Havre ne cesse de faire évoluer son image auprès du grand public. Aujourd’hui elle occupe une place de choix dans le paysage culturel et touristique français, c’est pourquoi nous travaillons à conserver cette dynamique au travers de ce film.

OBJECTIFS

- Accompagner le changement des perceptions dont Le Havre bénéficie.
- Valoriser la cité océane, ses habitants et la belle énergie qui la traverse.
- Donner à voir la ville en faisant le choix de se situer à hauteur d’homme pour générer de l’émotion et de l’engagement.
- Adopter un regard contemporain, proposer une écriture slamée qui scande les atouts de la ville.
- Faire la part belle à la jeunesse.

RÉALISATION DE L’OPÉRATION

- Faire rayonner la Ville du Havre sur le plan local comme national.
- Réalisation d’un film qui a été diffusé via les réseaux sociaux de la Ville et de ses partenaires mais aussi dans les cinémas de la région (bande annonce avant les séances).
- Mise en place de campagnes publicitaires social media pour promouvoir le film.
- Diffusion du film en interne, au près des agents et directions, afin de les encourager à devenir relais d’opinion.

- Ce film a été construit et réalisé avec l'aimable participation de personnalités locales (chef cuisinier, danseur, sportif, chanteur) et avec l'implication des Havrais eux-mêmes qui ont pu participer à un grand casting afin d'apparaître dans le film. Toutes les personnes présentes à l'image sont havraises.

Le texte de la vidéo a été entièrement rédigé en interne, il a été librement interprété par la rappeuse/chanteuse havraise (Lotti) et la musique a été composée par un artiste havrais (Julien Burel).

CIBLES

- Cible nationale (inspirer un désir de découverte et de visite)
- Cible locale (rendre fiers les habitants)

ÉVALUATION

- Sur les réseaux sociaux de la Ville du Havre (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn et Youtube) le film a été vu par 494 437 internautes et a récolté plus de 16 000 actions d'engagement (likes, commentaires, partage).

Comptes sociaux Ville du Havre :

FACEBOOK :

- o 389 636 utilisateurs atteints
- o 3 800 likes
- o 1 200 partages
- o 417 commentaires

TWITTER :

- o 44 100 utilisateurs atteints
- o 459 likes
- o 226 retweets
- o 12 commentaires

INSTAGRAM :

- o 42 088 utilisateurs atteints
- o 2 302 likes
- o 50 commentaires

LINKEDIN :

- o 18 613 utilisateurs atteints
- o 1 186 likes
- o 328 partages
- o 39 commentaires

YOUTUBE :

- o 1 263 vues

Sur la page Facebook du Maire du Havre, le film a été vu par 231 060 internautes et a récolté plus de 6 000 actions d'engagement (likes, commentaires, partage).

Page Facebook de Monsieur Edouard Philippe :

- o 231 060 utilisateurs atteints
- o 3 300 likes
- o 2 400 partages
- o 422 commentaires

- En salle de cinéma, ce sont plus de 11 000 spectateurs qui ont pu profiter du film sur grand écran.
- Les retours des Havrais ont été largement positifs, ces derniers exprimant leur fierté et leur envie de faire découvrir leur ville.

Exemple de commentaires reçus :

« Super teasing! Chaque fois que je viens au Havre, je suis toujours séduit par la beauté, la simplicité, la douceur qui se dégage de cette ville et de ses habitants. Sans oublier son passé, Le Havre reste moderne, jeune, dynamique, ose et n'a pas fini de nous surprendre » David Doessant

« Bravo, bravo que du bonheur de regarder ça, je vois le Havre autrement maintenant. » Charlie Groult

« Quel beau message sur ma belle ville dont je suis loin mais où je reviens dès que je peux prendre ce vent d'air VRAI...! » Marie-Claire Wanhout

« Quelle réussite cette campagne, elle est à l'image de cette belle énergie ressentie au Havre et que je n'ai retrouvé nulle part ailleurs ». Virginie Leboucher

- Sur LinkedIn, de nombreux partenaires institutionnels l'ont également partagé et même hébergé. Au total plus de 400 utilisateurs de cette plateforme ont partagé le film et nos trois principaux partenaires (Le Havre Seine Métropole, Le Havre Seine Développement et Le Havre Etretat Tourisme) l'ont publié en natif sur leur propre compte.