

# Stratégie de communication

## Inauguration du Palais des Sports

### 1. Contexte et enjeux

L'inauguration du Palais des Sport a eu lieu du 5 au 9 septembre 2023 afin de lancer officiellement l'ouverture de ce nouvel équipement communautaire.

L'ancien palais des sports avait été construit il y a plus de 50 ans. N'étant plus adapté aux besoins sportifs des différents clubs, Caen la mer a décidé de s'investir dans un projet moderne et innovant. Ce projet s'inscrit dans l'objectif de Caen la mer : devenir un territoire de sport de haut niveau.

### 2. Positionnement et cibles

Les cibles de la communication étaient diverses :

- **Les riverains**
- **Les médias (locaux et nationaux)**
- **Les élus locaux**
- **Les clubs et associations sportives**
- **Les habitants de Caen la mer**

D'une façon plus large, il fallait réussir à communiquer auprès de **tous les habitants** du territoire de Caen la mer en touchant tant les personnes éloignées du sport comme les personnes fans de sport.

Il fallait mettre en avant « **l'expérience spectateur** » et **l'ambiance « chaudron »** pour inciter les personnes à venir assister aux événements. L'atmosphère conviviale et chaleureuse du lieu incite en effet les personnes à venir partager des moments de sports en famille ou entre amis.

### 3. La stratégie proposée

Afin de **faire vivre ce nouvel équipement et de créer son histoire**, la communication d'inauguration se devait efficace auprès de tous les publics cibles, en mettant en avant les aspects positifs du nouveau Palais des sports.

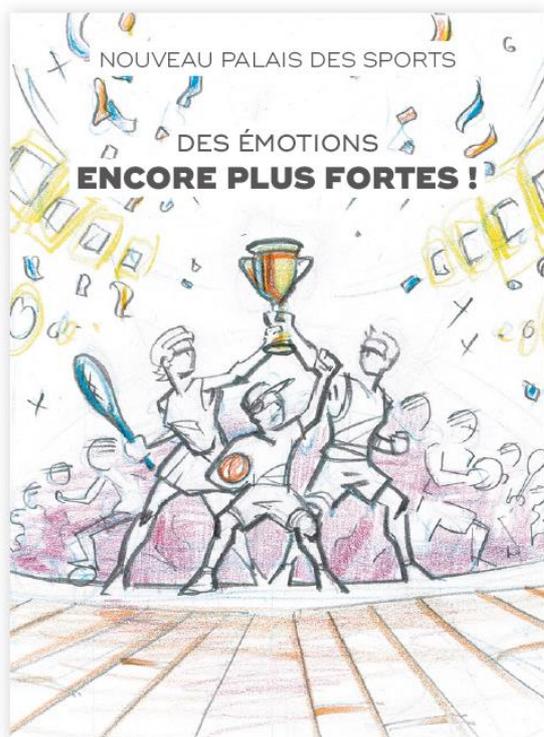
1. Un lieu plus **chaleureux et moderne** donc plus confortable pour le public.
2. Il propose une vraie « **expérience spectateur** », qu'on ne retrouvera nulle part ailleurs.
3. Un réel outil de rayonnement qui concrétisera l'ambition de Caen la mer d'être un **territoire de sport de haut niveau**.

La campagne de communication devait donc proposer un visuel qui résume ces trois principaux points forts. Le visuel devait interpeller le regard et donner envie aux habitants de s'inscrire pour visiter les lieux et assister aux matchs de gala du soir.

### 4. L'axe retenu

Caen la mer a collaboré avec Unik Studio et Laurent Besnehard du 7<sup>e</sup> studio pour réaliser cette campagne.

Après plusieurs échanges, l'axe retenu pour la campagne de communication a été celui de la célébration mettant en avant les supporters accompagnés de plusieurs sportifs pro et amateurs.



## LA CÉLÉBRATION

“Des émotions encore plus fortes”

### L'IDÉE :

Valoriser l'expérience utilisateur vécue dans ce nouvel équipement.

Une famille de trois supporters est au premier plan en train de célébrer une victoire. Ils sont entourés de sportifs représentant chacune des disciplines qui occupera le futur Palais des Sports (basketball, handball, volleyball, tennis, futsal, boxe...)

Les personnages apparaissant en arrière-plan seront ajoutés au visuel par un photomontage.

Des flashes et des cotillons viendront renforcer l'aspect festif et chaleureux du concept.

### MOTS-CLÉS :

FÉDÉRATEUR - FESTIF - CÉLÉBRATION - CONVIVAL

Près de 50 sportifs professionnels et amateurs ont participé de manière volontaire au shooting photographique qui a permis la réalisation du visuel officiel de l'inauguration !

Un bel exemple de ce que le Palais des Sports Caen la mer représente déjà : un équipement fédérateur de notre territoire qui passionne tant les sportifs que le public.

En amont, toujours pour créer l'effet buzz et insolite, une vidéo de quelques secondes a été réalisée au moment du lancement des inscriptions : [\(1\) Vidéo | Facebook](#)



**PALAIS DES SPORTS : OUVERTURE DES INSCRIPTIONS POUR L'INAUGURATION**  
Du 5 au 9 septembre, #Caenlamer vous ouvre les portes de son nouveau temple du...

**Pari réussi ! Les soirées basket et tennis étaient bookées en moins de 24h.**

Les visites guidées et les autres soirées affichées complètes quelques jours après !

