

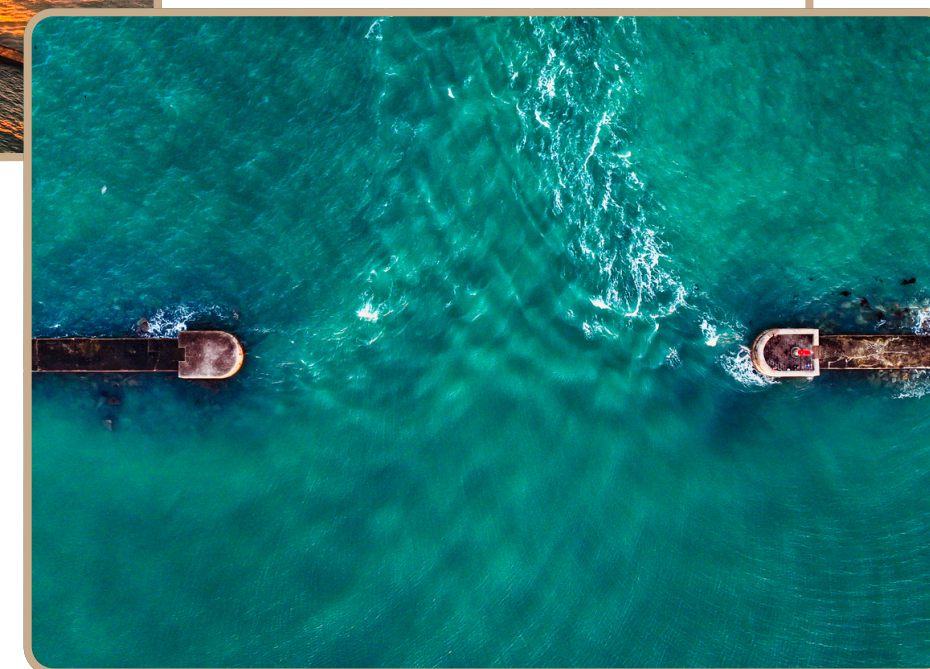
# L'essentiel demeure

Les années passent, rythmées par les marées, les rencontres, les ciels changeants, les souvenirs, les transformations... Certains te découvrent tandis que d'autres te quittent, poussés par des envies d'ailleurs... Mais chaque retour est une évidence.

**Tu changes, mais l'essentiel demeure** : vivante, vibrante, authentique, à jamais dans nos cœurs ! Et qui mieux que 3 Cherbourgeois pour parler de leur commune ?

C'est pourquoi **la Ville de Cherbourg-en-Cotentin** a fait appel à **François Dourlen** pour illustrer l'âme de la ville, sur les mots de Claire Larquemain, avec la voix de Stéphane Cornicard.

**Partons ensemble à la découverte de Cherbourg-en-Cotentin !**





## Contexte et problématique

Cherbourg-en-Cotentin connaît depuis plusieurs années un fort dynamisme et se modernise. La Ville a en effet mené différents travaux afin de répondre aux enjeux d'aujourd'hui et de demain : anticiper les aléas liés aux transitions climatiques et énergétiques, favoriser le partage des espaces publics, et les mobilités douces...

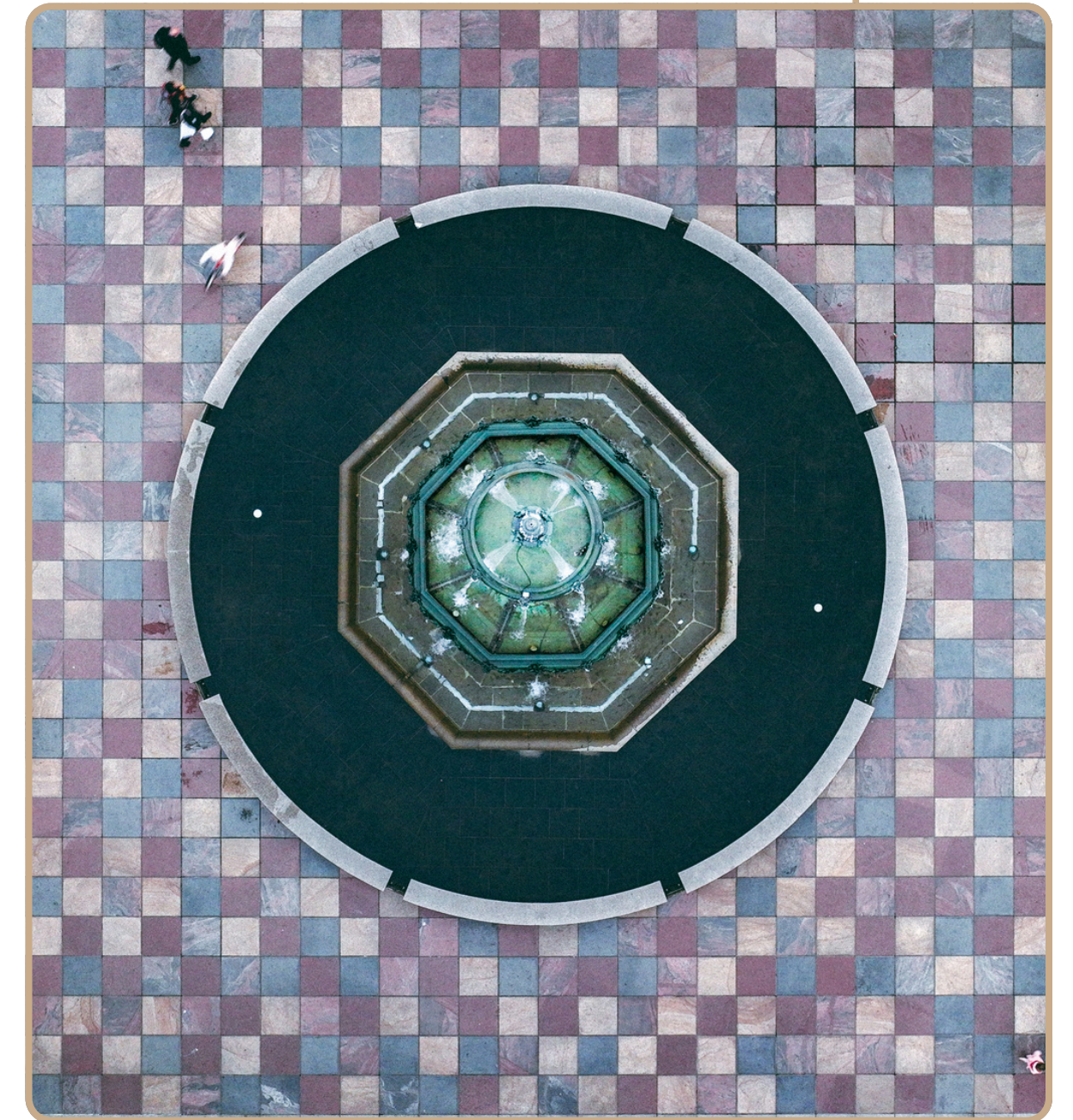
**Néanmoins si la ville change, l'essentiel demeure. Il était nécessaire de le faire savoir.**

## Objectifs

- Valoriser la transformation de la ville et rassurer les habitants : la ville se modernise mais son identité et son ADN restent les mêmes !
- Faire redécouvrir la ville et s'appuyer sur le sentiment de fierté.
- Faire découvrir la ville à ceux qui ne la connaissent pas.

## Période

Diffusion de fin janvier à mars 2025





## Cibles

---

- Les habitants de Cherbourg-en-Cotentin et du Cotentin.
- Les habitants du département de la Manche et de la région Normandie.
- Les touristes.

## Canaux de diffusion

---

- Vœux institutionnels (en interne et en externe).
- Réseaux sociaux de la Ville ( Facebook, X et LinkedIn) et réseaux sociaux de François Dourlen.
- Page youtube de la Ville.
- Cinémas du Cotentin (diffusion d'une version 30 secondes en publicité).

## Retombées et impacts

---

- Facebook Ville et François Dourlen : + de 1 900 partages, + de 200 K vues.
- Youtube : 13,7 K vues.
- LinkedIn : 392 "j'aime", 12,8 K vues, 140 republications.

