



“EN SEINE-MARITIME, LA BELLE VIE”

→ un reveal pour nous révéler.

CONTEXTE

En 2025, Seine-Maritime Attractivité a repensé l'image de la destination Seine-Maritime avec un nouveau positionnement : « En Seine-Maritime, on a tout, on peut tout et on mène la belle vie » concrétisé dans un concept de communication « En Seine-Maritime, La Belle Vie ». Une promesse forte incarnée dans un nouvel univers graphique et éditorial conçu avec Image In France. Pour révéler ce nouveau concept, nous avons imaginé un film diffusé sur les réseaux sociaux et sites web de la destination.

OBJECTIFS DU FILM

Donner vie au positionnement à travers :

- La diversité et la richesse du territoire
- La réconciliation de la communication à destination des touristes et des futurs nouveaux habitants
- Une identité vivante, humaine et émotionnelle
- Un ton sincère et collectif

<https://www.youtube.com/watch?v=0BLJdM9H5ek>

UN FILM REVEAL QUI NOUS RÉVÈLE

INTENTIONS

- Un film hors des codes promotionnels, à la fois émotionnel, rythmé et incarné.
- Un film qui redonne du sens à une expression simple « la belle vie » en la (re)définissant avec humour, vérité et caractère.

PARTIS PRIS

- **Voix naturelles** : les salariés de Seine-Maritime Attractivité, ambassadeurs du territoire
- **Montage dynamique** : ruptures de ton, rythme soutenu, énergie collective, mix média
- **Images 100% réelles et réemployées** : scènes de vie, formats variés, imperfections assumées
- **Tonalité parlée, directe, sincère** : cette polyphonie offre une voix collective, simple, humaine et fière. Les voix-off internes renforcent l'authenticité et l'émotion du propos.



ON A TOUT

UN FILM DE TERRITOIRE, UNE DECLARATION DE MARQUE

- Il installe le nouveau positionnement de la destination
- Il raconte la Seine-Maritime à travers celles et ceux qui la vivent
- Il crée attachement, fierté et émotion
- Il donne envie de s'y projeter, d'y vivre, d'y revenir.
En vacances ou pour la vie !

CHIFFRES CLÉS

Publications
4 réseaux sociaux
(Instagram, LinkedIn et deux Facebook)

Vues cumulées
Près de 9000
235 interactions

Watchtime
+ de 60 % des personnes regardent la vidéo entièrement sur Youtube

