

Le Havre

« Pour la propreté de la ville, après l'information...la répression »

Le contexte de l'innovation (100 mots maximum)

Ces dernières années, la Ville du Havre a mené de nombreuses campagnes et actions afin de faire changer le comportement indélicat de certains maîtres. Malgré son engagement dans une réelle démarche de sensibilisation, les réclamations des Havrais demeuraient nombreuses. La Municipalité a donc décidé d'adopter un angle nouveau pour cette campagne 2010 : la répression. Bien que cette campagne s'inscrive dans la continuité des précédentes, il ne s'agit plus de sensibiliser mais plutôt d'informer les Havrais et de les inciter à ramasser les déjections canines en utilisant l'argument de la contravention. La Ville démontre ainsi clairement qu'elle fait un réel effort pour maintenir l'espace public propre.

L'idée innovante (50 mots maximum)

L'innovation de cette campagne réside dans l'orientation qui lui a été donnée. En effet, l'objectif est de communiquer sur l'amende et donc d'utiliser l'argument de la répression comme message, ce qui est une nouveauté. Cette incitation au ramassage est proposée de façon humoristique et décalée puisque le visuel retenu est celui d'un jeu à gratter avec le principe du « gagnant/perdant ».

L'objectif recherché

Informatif : On communique directement sur le coût de la contravention ; 35€.

Répressif : La Municipalité annonce clairement son engagement dans la lutte contre les déjections canines et culpabilise les maîtres indélicats. L'objectif est de provoquer de nouveaux comportements plus civiques et plus respectueux.

La démarche mise en œuvre (programmation, partenariats)

Teasing : Du 14 au 21 avril

Action événementielle menée sur une semaine pour éveiller la curiosité des citoyens.

Campagne : Du 21 au 27 avril

Campagne d'affichage

Actions de communication percutantes & répressives ; le visuel étant d'une importance capitale.

Le contenu de la réalisation

- Teasing

Déjections canines dans la Ville

Le principe était de répartir, pendant une semaine, 12 crottes de chien géantes dans la ville avec un drapeau qui mentionnait le montant de l'amende de 35€. Cette première phase de la campagne a permis d'éveiller la curiosité des Havrais et ainsi d'annoncer l'affichage. Il s'agissait d'amorcer, de façon humoristique, le message de répression de cette campagne.

Format : 1,80m x 1,20m.

- Campagne

Campagne d'affichage

Réseaux Ville JC Decaux : 2m² et 8m² du 21/04 au 27/04.

Campagne radio Le message a été diffusé pendant une semaine sur NRJ (au total 50 messages de 30sec). Le ton utilisé était le même que pour la campagne d'affichage : percutant et incitatif. Script d'un des 3 spots diffusés sur NRJ : Voix homme , *voix élançée*. *Questions pour un crado !*Top !... J'ai 19 ans, un lévrier, j'habite au Havre... et je ne ramasse jamais les crottes de mon chien... je suis... je suis ?...Voix jeune homme : [Enjoué]... Moi : Kévin !!

Voix homme : *[Ironique] Bravo ... vous avez 35€ d'amende !* Voix off femme : Retentez votre chance, Ramassez !!

Le Havre, aidez-nous à garder la ville propre !

Pop up : il a servi à annoncer sur le site Internet de la Ville du Havre (lehavre.fr) la campagne d'affichage. Ce pop up reprenait le visuel des « Crados ».

Océanes, le magazine de la Ville du Havre imprimé en 96 000 exemplaires et distribué sur l'ensemble de la commune. article : Sensibilisation à plus de civisme.

Information sur l'augmentation de l'amende.

Valorisation des moyens mis en œuvre par la Ville pour lutter contre ce fléau.

Les moyens humains (internes et externes) et financiers (budget total, coûts pour la collectivité)

Conception de la campagne	en régie
Maquette	en régie
Action événementielle	3800€ HT / 4544.80€ TTC
Campagne radio NRJ	1065€ HT / 1273.74 TTC
Affiches	1528€ HT / 1827.49 TTC
Pop up	en régie
Océanes	en régie

Le bilan de la réalisation (évaluation, suivi, projet d'évolution)

La campagne « Les Crados » est vouée à aborder plusieurs thèmes ; ces thèmes seront liés aux projets menés dans le domaine de la propreté urbaine. Les personnages de cette campagne seront également déclinés afin de cibler différents publics.

Contact

Garance ROSPAPE, Chargée de Communication

tél. : 02.35.19.48.43

courriel : garance.rospace@ville-lehavre.fr