

LA SAISON 3

Depuis 3 ans, Metz Métropole Développement (MMD) réalise des campagnes de communication et de séduction auprès des acteurs économiques, décideurs et cadres des grandes villes françaises. En 2010, la première campagne JEVEUXMETZ mettait en scène des personnages frustrés de ne pas être allés à Metz, dans des situations burlesques. L'année dernière, ils poursuivaient leur aventure en décidant de tout faire pour y parvenir.

Cette année, une 3ème saison toujours décalée vient clore la trilogie : le monde se vide, ils sont tous partis à Metz !

LE DISPOSITIF

Diffusée du 2 novembre au 31 décembre 2012, la campagne se recentre sur la cible prioritaire : les acteurs économiques. La diffusion s'axe donc sur la presse économique, les principales gares TGV, les salons professionnels ainsi que les sites Internet d'influence.

Cette année, l'affichage dynamique digital apportera une nouveauté au dispositif, en permettant notamment d'adapter les messages selon les lieux de diffusion et les heures de la journée.

Presse économique saison 3 : 3 000 000 lecteurs

Affichage transports saison 3 : 50 000 000 contacts

Web saison 3 : 20 000 000 pages vues

BILAN DES SAISONS 1 & 2

Presse économique S1+S2 : 6 000 000 lecteurs

Affichage saison 1 : 55 000 000 contacts

Affichage saison 2 : 140 000 000 contacts

Web S1+S2 : 129 000 000 pages vues

Concrètement, les saisons 1 et 2 ont permis de créer une rupture d'image, de changer la perception que les cibles ont du territoire et de consolider un message positif sur l'agglomération de Metz Métropole et l'ont fait savoir à MMD. Ces dispositifs ont permis à MMD de nouer de nombreux contacts, en attirant l'intérêt de nouvelles entreprises et en confortant celles qui ont déjà fait le choix de Metz Métropole.

LA SCÈNE...



Octobre 2012. Rien ne va plus à la Soliatech Incorporated. Contexte morose, Conseil d'Administration vide, abandons de poste en série, démotivation, manque de perspectives... Depuis sa création il y a 10 ans à New York, la Soliatech «World Company» n'a jamais connu une période aussi sombre. Les temps changent... Salariés, partenaires, associés, familles, tous semblent irrémédiablement attirés vers de nouveaux horizons, poussés par le désir de donner vie à leurs projets, d'offrir à leur entourage un cadre de vie à leur image, de retrouver - enfin - des perspectives positives.

Une question obsède le Président : Où sontils tous partis ?

Ne cherchez pas, ils sont tous partis à Metz Métropole, le territoire qui offre les opportunités qu'ils espéraient!

Pour plus d'information sur la situation, n'hésitez pas à consulter l'intranet de la Soliatech (www.soliatech.net) ou à contacter Metz Métropole Développement.

JE VEUX METZ, UN BEST PRACTICE
D'ATTRACTIVITÉ TERRITORIALE ET ÉCONOMIQUE

Depuis le lancement de la saison 1 qui a fait le buzz avec le bébé qui pleurait et la vidéo décalée qui avait fait l'objet d'une parodie, mais encore plus depuis la saison 2, MMD a été à plusieurs reprises sollicité par des maisons d'éditions qui ont demandé l'autorisation de reproduire les visuels pour des manuels scolaires. De nombreux magazines (presse écrite ou internet) spécialisés dans le marketing ont également sollicité MMD pour en savoir plus, sans compter les collectivités qui ont intégré les campagnes dans leur benchmarking. La campagne a enfin reçu plusieurs prix pour son originalité et sa pertinence dans un marketing territorial en pleine mutation.

**Retrouvez la saison 3 de JEVEUXMETZ sur
WWW.JEVEUXMETZ.COM**

RENSEIGNEMENTS PRATIQUES

ANNONCEUR  metz métropole développement

METZ MÉTROPOLE
DÉVELOPPEMENT

Contact presse :
Marina LALLEMENT-WAGNER
Directrice de la Communication
03 87 16 96 82
06 09 90 51 37
MMD
6 rue Lafayette 57000 Metz
03 87 16 96 82
email : mlallement@mm-dev.fr



AGENCE



SOUPLE/HOP!

Resp. Agence Jeremie FEINBLATT
DA Clement GOEBELS
3 rue Pasteur 75011 Paris
01 48 06 44 89
email : jeremie@souple.fr

MEDIA PLANNING



REZAU EST

Benoît HARDOUIN
Centre d'Affaires de Nancy
109, boulevard d'Haussonville
54 000 Nancy
Tél : 03 83 50 27 60
Fax : 03 83 25 75 90