TROPHÉES DE LA COM. SUD-OUEST

DOSSIER
DE CANDIDATURE 2021

Nom de l'entité déposante : **WSB**

- [x] agence
- [ ] annonceur
- [ ] établissement d'enseignement supérieur

Nom de l'annonceur : **METPARK**

NOM DE LA CAMPAGNE : **« A 2 PAS DE VOS ENVIES »**

CATÉGORIE :

DATE DE CAMPAGNE : **JUILLET 2021**

TERRITOIRE GEOGRAPHIQUE : **NOUVELLE AQUITAINE**

APACOM

CLUB DE LA COM

1 RÉSUMÉ DE LA CAMPAGNE

CE RESUMÉ sera également intégré dans le book de présentation des campagnes .

L'été (spécialement l'été 2021 !) est l'occasion de **profiter de la ville autrement** et notamment de retrouver nos boutiques préférées, de retourner au musée ou au théâtre, de boire un verre en terrasse, de faire du sport… MetPark et ses 32 parkings dans la métropole bordelaise offrent une solution de mobilité idéale en vous proposant un stationnement à 2 pas de vos envies.

2 RAPPEL DE LA DEMANDE (Besoin exprimé/motivé par l'annonceur)

- Faire connaitre la qualité des **emplacements** des 32 parkings.
- Placer le parking comme **une étape** dans un parcours, compatible avec les mobilités douces.
- Répondre au **besoin de sortir** des gens qui aspirent à retrouver une vie normale post-COVID.

3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES

- Les touristes français de passage à Bordeaux.
- Les habitants de Gironde qui se rendent à Bordeaux pour profiter des services en ville.

4 LA PROBLEMATIQUE

Comment parler de stationnement en ne montrant ni une voiture ni un parking ?

5 LES PARTIS PRIS / STRATEGIE

- Illustrer la mobilité par la destination : ce qui compte c'est ce qu'on vient faire en ville.

  > METPARK symbolise le point stratégique avant la destination.

  > METPARK devient le facilitateur de nos activités.

- Surfer sur "l'envie", sentiment dominant après l'année COVID.

6 LES CONCEPTS CREATIFS

- Un format Polaroïd en contre-plongée qui crée une unité visuelle entre des scénes très différentes.

- Un jeu avec la ligne, à la fois ligne de vie et ligne de transport multimodal.

7

des visuels épurés
au format Polaroid,
en contre-plongée, qui jouent
avec la ligne de vie

1/2

7

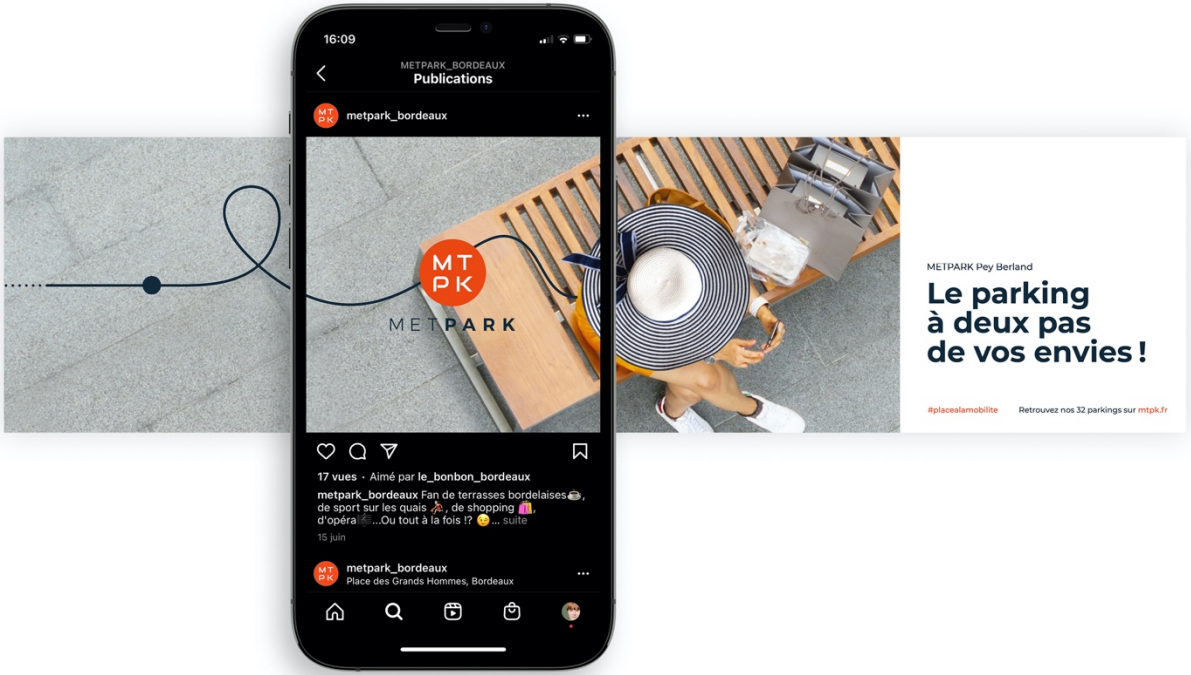
des visuels épurés au format Polaroid, en contre-plongée, qui jouent avec la ligne de vie
2/2

METPARK Grands Hommes
Le parking à deux pas de vos envies !
Le parking Grands Hommes rejoint le réseau des 32 parcs METPARK, premier acteur du stationnement sur Bordeaux Métropole.
#placealamobilite
MT PK
METPARK
Retrouvez nos 32 parkings sur mtpk.fr

un habillage « Le bon coin » ciblé sur les personas

7

des posts et des stories
jouant avec la ligne de vie
1/2



des posts et des stories
jouant avec la ligne de vie
2/2

8 LE PLAN D'ACTION (stratégie média & hors média)

Une campagne en 2 volets pour …

… toucher les **Girondins** :

- Affichage urbain abri-bus dans Bordeaux-Centre (65 faces).
- Radios locales avec une audience CSP+ (100 spots diffusés).
- Encarts dans la Presse Quotidienne Régionale.
- Publication sponsorisées Social Media sur Facebook, Instagram et LinkedIn.

… toucher les **touristes** :

- Bannières Web sur Le Bon Coin dans la rubrique Locations saisonnières.
- Campagne localisée sur Waze pour capter les automobilistes.

10 QUELLES SONT LES RETOMBEES MAJEURES DE CETTE CAMPAGNE (KPI, ROI, évolutions significatives identifiées…) ?

- Plus de 2,7 millions de contacts.
- 11 millions de diffusions.

11 VOTRE PROJET EN SYNTHESE (en quelques mots) :

NOM DU CANDIDAT / ANNONCEUR : **WSB / METPARK**

NOM DE LA CAMPAGNE: **A 2 PAS DE VOS ENVIES**

OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE
VALORISER L'EMPLACEMENT DES 32 PARKINGS IDÉALEMENTS SITUÉES DANS LA MÉTROPOLE BORDELAISE.

STRATEGIE ADOPTEE
ILLUSTRER LA MOBILITÉ PAR LA DESTINATION SANS MONTRER NI VOITURE, NI PARKING.

RESULTATS : **2,7 MILLIONS DE PERSONNES TOUCHÉES**