

« La Gaga Attitude »
Saint-Etienne

Maire : Michel Thiollière
Primé : Marc Thébault, Directeur de la communication

Idée

Proposer aux stéphanois de se replonger dans leurs qualités éternelles, souvent largement reconnues, et faire connaître leur style de vie moderne et spécifique, qui n'a rien à envier à celui d'autres capitales régionales.

Objectif

Supprimer le clivage entre la réputation de la ville et sa réalité.

Démarche

Le projet de communication « Gaga attitude » mêle la langue locale (le gaga), les valeurs collectives, l'histoire de la ville, mais aussi son actualité et ses projets de développement. Autour des 12 lettres de Saint-Etienne, 12 thèmes déclinent les qualités qui définissent la Gaga attitude, et 12 défauts sont stigmatisés, définis comme « beauseigne » (ringard).

Contenu

Au cri de « Fouilla ! », déclinaison d'une campagne de communication multi-supports : radios, site web, groupe de rock, chanson, bulletin municipal, stand, expositions, badges, etc. Chanson écrite par le groupe de rock stéphanois le plus connu, ligne graphique définie par une agence stéphanoise, site web réalisé par le service communication de la Ville et une société stéphanoise.

Moyens

Budget total 2001 : 46 000 €.

Bilan

Le lancement s'est effectué lors de la Foire économique de Saint Etienne :
10 000 questionnaires distribués, 8 000 stylos, 9 000 badges, 800 CD, 2 500 T-shirts.

Commentaire du jury

Continuité d'une communication municipale résolument axée sur l'humour et l'originalité.